

# COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE VESTIDOS DE BAÑO COLOMBIANOS PARA DAMA HACIA CALIFORNIA-ESTADOS UNIDOS

María Alejandra González Pachón  
Alejandra Marcela Gómez Garzón

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN  
Programa Tecnología en gestión de mercadeo internacional

Opción de Grado II  
GRUPO DE CLASE No. 10379



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

# Introducción

En el siguiente proyecto se evidenciará las razones de crear una empresa llamada Sea Wave comercializadora y exportadora de vestidos de baño para dama con una página web interactiva donde los clientes van a poder observar la exquisita variedad de vestidos de baño hechos en Colombia y como estos han cautivado al mundo.

Se ha escogido a California, Estados Unidos como mercado objetivo; realizando análisis como PESTEL el cual ayuda con la planificación estratégica, analizando factores externos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos.

Las cinco fuerzas de Porter analizando la influencia de nuevos competidores, el poder de negociación con proveedores y clientes, los productos nuevos y la rivalidad.



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

# Planteamiento del problema

Uno de los inconvenientes que podemos enfrentar es el tiempo que lleva posicionada la competencia estadounidense empleando materiales ecológicos, teniendo en cuenta el apoyo que tiene este tema del cuidado del planeta representaría para nosotros una debilidad al ingresar al mercado objetivo, debido a que nuestros vestidos de baño no manejan materiales ecológicos.



*ambiente*

Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

# Formulación del problema

¿Cuáles son en la actualidad las cualidades y requisitos con los que debe contar una comercializadora de vestidos de baño confeccionados en Bogotá y el producto mismo, para poder obtener mercado y rentabilidad en el proceso comercial realizado en California - Estados Unidos?



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

# Sector Económico

Dado que nuestro producto es una prenda de vestir, el mismo proviene de la industria textil colombiana; siendo este a su vez parte del sector secundario o industrial el cual comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN



# Tratado de libre comercio Estados Unidos - Colombia

- ▶ El objetivo es la reducción de aranceles e impuestos para que los productores de los dos países puedan comerciar libremente, Colombia eliminó los aranceles para el ingreso al país de cerca del 82% de los productos industriales generados en Estados Unidos, por su parte, EE.UU. Entro en vigencia el 15 de mayo de 2012, según lo acordaron los presidentes Juan Manuel Santos y Barack Obama en la Cumbre de las Américas de este mismo año.



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN



# Justificación

La industria de vestidos de baño en Colombia ha crecido en los últimos años, el progreso ha sido nacional como internacional ha dado paso a la creación de nuevas oportunidades de negocio en las ciudades capitales.

Cuando el tratado entro en vigencia las exportaciones a

Estados Unidos han aumentado en variedad de productos, para el año 2015 Colombia ocupo el puesto 11 como mayores importador de Estados Unidos este tratado ofrece oportunidades para varios productos entre ellos los vestidos de baño. Los vestidos de baño entraran con un arancel del 0%; para poder ser merecedor de este descuento se debe cumplir con una norma de origen en donde se cumpliría con un porcentaje del material, en insumos colombianos y el otro porcentaje puede ser material de otros países.



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

# Tendencias del sector

- Las ventas de vestidos de baños de mujer fueron de más de US\$3.300 millones en el último año, y se espera que en 2020 el segmento tenga ventas por más US\$4.200 millones.
- “La industria de trajes de baño se está consolidando, ya que muchos compradores prefieren tratar con los grandes proveedores que pueden ofrecer apoyo con materiales de marketing, anuncios e investigaciones” Oscar Feldenkreis, presidente de Perry Ellis.



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

# Objetivo General

Obtener un estudio de factibilidad de mercado que nos brinde un resultado conciso de la viabilidad comercial y de exportación de vestidos de baño colombianos para dama hacia California - Estados Unidos de América.

## Objetivos Específicos

- Conocer la situación actual del subsector de vestidos de baño en Colombia, sus fortalezas y falencias y cómo influyen estas para el proyecto objeto de estudio tomando en cuenta la situación actual del mismo.
- Diagnosticar de acuerdo a los resultados arrojados por los instrumentos de investigación, el mercado objetivo para la venta de los vestidos de baño.
- Realizar una investigación sobre los gustos de los consumidores en el “estado” objetivo de nuestro producto, que en este caso será California, para así poder conocer las falencias y oportunidades de la idea de negocio.

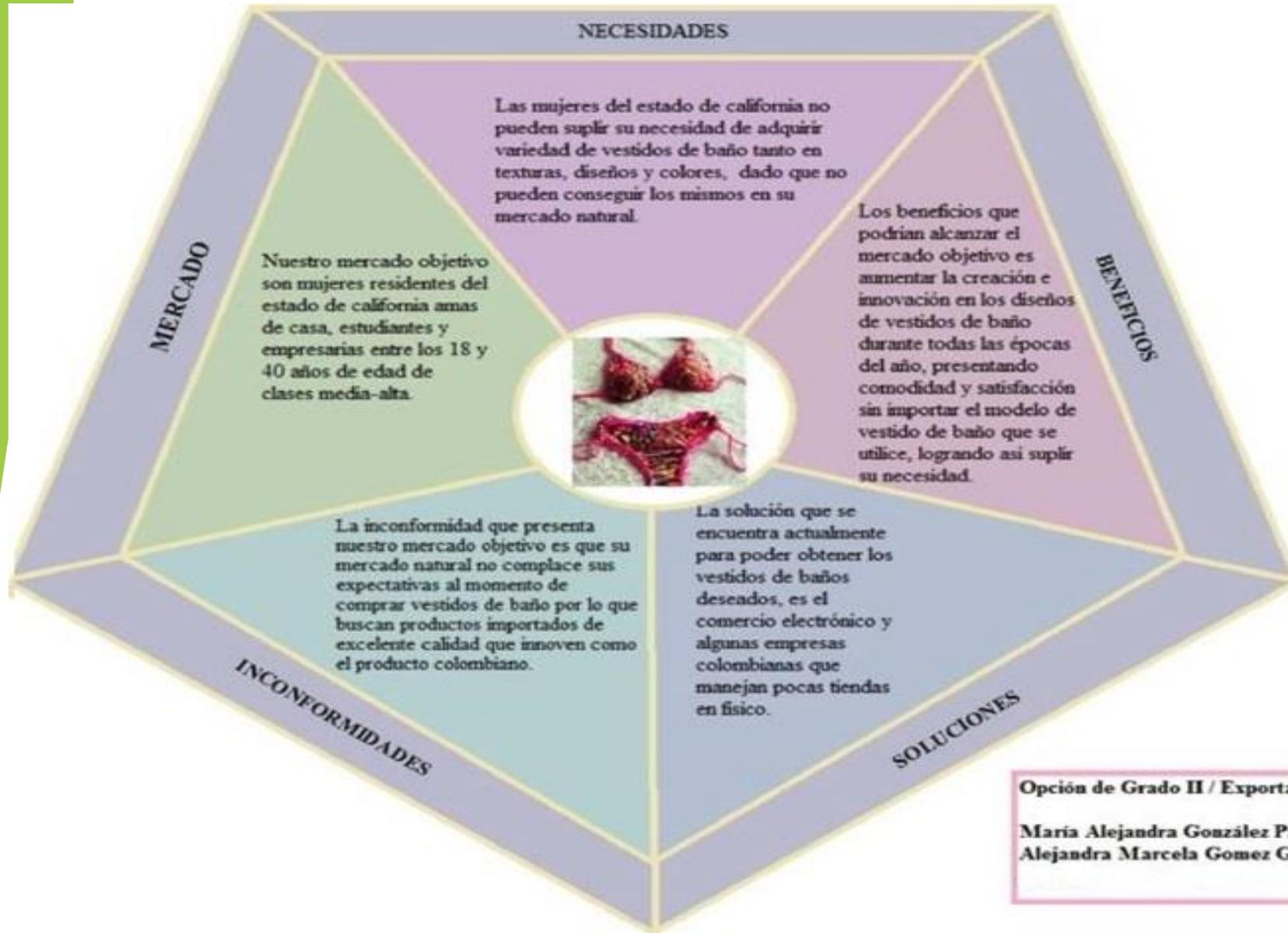


Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

# Perfilación de clientes



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN



Opción de Grado II / Exportación de Vestidos de Baño

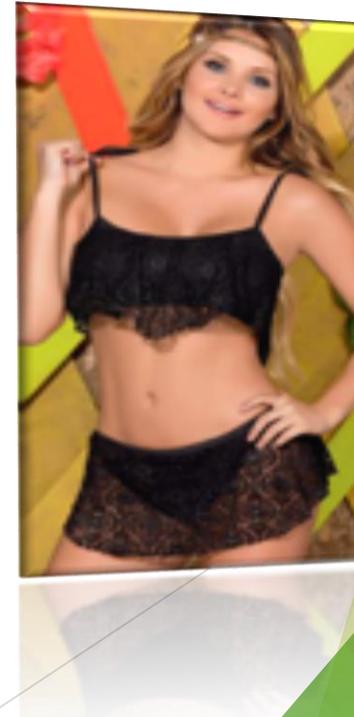
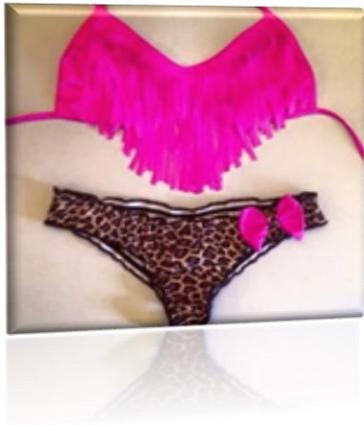
María Alejandra González Pachón / Grupo 10379

Alejandra Marcela Gomez Garzon / Grupo 10379

# Descripción del producto

- ▶ Nuestro producto se caracteriza por su gran variedad de colores, distintos diseños innovadores y excelente calidad para satisfacer las necesidades de la mujer estadounidense, ya que los trajes de baño que elaboran en estados unidos son de colores muy básicos y con diseños simples lo cual hace que nuestro producto colombiano sea apetecible por la mujer estadounidense, siendo estos elaborados con materiales como:

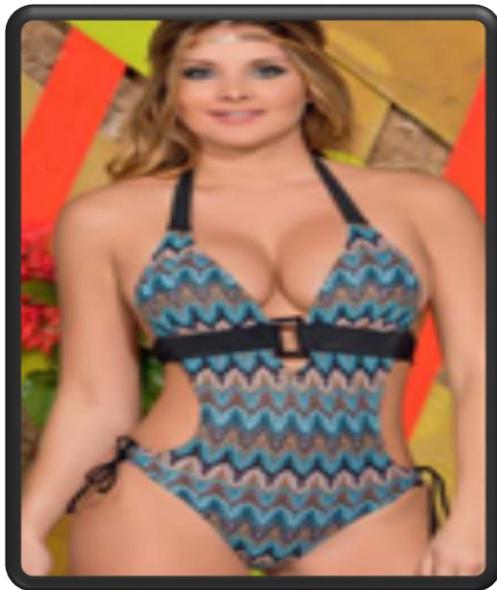
- ▶ **Stretch**
- ▶ **Color**
- ▶ **Sun**
- ▶ **Sweat**



# Proveedores

- ▶ Barú: Es una marca colombiana, cuenta con una muy buena calidad y variedad en diseños, estampados y colores. Barú cuenta con diversidad de colores llamativos y decoraciones lo que los caracteriza y los hace muy apetecidos.

Precios \$25.000 hasta \$50.000 por mayor.



Monokini



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

- **In you:** Una marca colombiana que cuenta con variedad de diseños y colores, solo utilizan licras 18% SPANDEX 82% POLYAMIDE. Sus principales beneficios son la elasticidad y durabilidad ya que el POLYMID. Tienen precios muy asequibles desde \$30.000 pesos.



Bikini



Trikini

# Ficha técnica

Los productos comercializados por Sea Wave son prendas únicas y exclusivas, de excelente calidad en la que se refleja la identidad de la marca.

- Nombre del producto: Sea Wave
- Etiqueta de instrucción



No dejar en remojo



No Planchar



Lavar a 40°



No cloro



No usar secadora



## Vestidos de Baño Sea Wave



Vestido de baño monokini: Es un bañador que resulta de la unión de las dos piezas del bikini mediante un elemento estrecho, habitualmente situado en la zona frontal, con colores exóticos cómodo y alegre. Elaborado en lycra y en nylon.



Vestido de baño bikini: Es una prenda de baño de dos piezas. Está compuesto por un sujetador y una braga, emulando a las prendas de ropa interior femenina. Elaborado en lycra y en nylon.



Vestido de baño trikini: Un traje de baño de tres piezas. Que consta de el sujetador, una braga y cahetero, para más comodidad en el caso de las mujeres menos atrevidas, para que se sientan bellas sin sobrepasar su personalidad, elaborado en lycra y nylon.



Monokini: Más conocido como enterizo es una prenda cómodas, elaboradas en licras de excelente calidad, diferentes estampados, colores fuertes y diseños que resaltan la figura, para aquellas mujeres que son más recatadas,

*ambiente*

Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

# Matriz estratégica

**Identidad Estratégica:** En la comercializadora Sea Wave tenemos el compromiso de brindar a nuestros clientes en California, Estados Unidos, productos de alta calidad, innovadores y exclusivos colombianos sintiendo en cada postura del traje el factor diferencial por ser latinos, que les permitan lucir y sentirse cómodos y actuales durante sus temporadas de descanso.



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

**Futuro Preferido:** Expandirnos para el año 2022 en toda el área de California, Estados Unidos ser reconocidos y aceptados por ofrecer trajes de baño innovadores, promoviendo el trabajo en equipo. Vocación de servicio y atención al cliente.

## **Objetivos Específicos:**

- Suplir y superar las necesidades y expectativas de los clientes potenciales.
- Obtener las ventas presupuestadas al final de cada mes, para lograr la rentabilidad trazada por la empresa.
- Ser una de las empresas que ofrece mayor calidad e innovación en sus prendas y empaques.

# Análisis pestel



Unidad de Emprendimiento  
Herazgo de la CUN

Político - Legal	Económico	Socioculturales	Tecnológico	Ecológicos
<p>Políticas legales para que los clientes busquen productos de calidad.</p> <p>Reforma tributaria para incrementar el impuesto al patrimonio y el CREE.</p> <p>Se incentiva la inversión en el sector turismo, promoviendo la dinámica de personas en los diferentes destinos nacionales.</p> <p>Otra variable que considerar es el aumento de las exportaciones por causa del TLC de Colombia con Estados Unidos</p>	<p>Crecimiento del Sector exportador de vestidos de baño a Estados Unidos</p> <p>Estabilidad de la inflación a nivel nacional y departamental.</p> <p>La disminución de la tasa de desempleo estabiliza el poder adquisitivo influyendo en la capacidad de compra de los consumidores</p> <p>Comportamiento del dólar estable, pese al reciente incremento (&lt;2000) que ha impactado las exportaciones</p> <p>Apertura económica que permite exportar con más dinámica. Facilidad de adquirir fuentes de financiación</p>	<p>Tendencia del consumidor por productos innovadores latinos que le permitan sentirse y verse bien. La Calidad de vida se diferencia según las condiciones económicas. Recientes hechos de orden público que afectan la economía y la inversión extranjera.</p> <p>La distribución poblacional se concentra en la población adulto joven y adulto mayor</p> <p>Prácticas de actividades deportivas para mejorar la salud de las personas.</p> <p>Tendencias de consumo en marcas extranjeras.</p>	<p>Hoy en día existen grandes empresas en el sector textil con tecnología de punta, que optimiza la producción a bajos costos y muy buena calidad, lo que hace más difícil el entrar a competir en este sector.</p> <p>Ventas del comercio a través de medios virtuales.</p> <p>Tener una página web oficial en la que pueden mostrar su catálogo de productos, de una forma más rápida y económica, a nivel internacional., conocer mejor a sus clientes y fidelizarlos.</p> <p>Sistemas de información que permiten anticiparse a las necesidades de un cliente, análisis de inteligencia de negocios.</p>	<p>Reglamentaciones ambientales que permiten el buen uso de los recursos naturales.</p> <p>Fenómenos Climáticos afectan el estado del tiempo de la capital, atrasando el transporte.</p>

# ANÁLISIS CINCO FUERZAS DE PORTER

La amenaza de nuevos entrantes en el mercado de comercialización y distribución de vestidos de baño puede ser relativamente baja, ya que, las nuevas empresas deben entrar al mercado con productos muy atractivos y una fuerte inversión. Deben enfocarse en los clientes no fidelizados y/o clientes no satisfechos, así como también en nuevos clientes.

El poder de negociación de los proveedores en el sector textil es bajo, ya que, existen diversos proveedores de materias primas e insumos con ligeras diferencias en calidad y precio. Pero no para la venta de los vestidos de baño ya listos para comercializar, la empresa tendrá un grado leve de dificultad para conseguir los mismos sin necesidad de depender de un solo proveedor.

El número de competidores existentes es muy elevado, debido a la presencia de marcas nacionales e internacionales con experiencia e inteligencia de mercados, sumado a las limitaciones económicas con las que puede llegar a tener la empresa al iniciar el proyecto, que imposibilita competir con grandes empresas que tienen un alto posicionamiento en el mercado y una alta fidelización de clientes.

En el caso de distribución minorista de vestidos de baño, se puede decir que los clientes tienen un bajo nivel de negociación, ya que, al ser consumidores de una o dos prendas (bajo volumen de compra), no tendrán oportunidad de negociar el precio final de los vestidos de baño.

La amenaza de sustitución es alta y es un factor que no puede ser descuidado. Hoy en día las marcas compiten cada vez más en mejorar la calidad-precio de sus productos. En el sector de confecciones de vestidos de baño se encuentra un gran abanico de posibilidades de marcas sustitutas que tienen productos de buena calidad y bajo costo, además, es importante tener en cuenta que para muchas mujeres la exclusividad en este tipo de prendas no es importante y optan por marcas más económicas.



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

# Cadena de valor



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

## Tecnología

- Realizaremos la compra del producto ya terminado.
- Ventas del comercio a través de medios virtuales.
- Tener una página web oficial en la que pueden mostrar su catálogo de productos, de una forma más rápida y económica, a nivel internacional; conocer mejor a sus clientes y fidelizarlos.

## Diseño del producto

- Prenda para piscinas, rios, Mar, Etcetera.
- Modelos en monokini, bikini, trikini.
- Suave al tacto de la piel, colores caribeños, variedad de colores, variedad de estilos, tejidos y piedras en los modelos.
- Resistente a rayos uv, Sal de mar, cloro de piscina, no se descoloriza.

## Producción

- Lycras nacionales de facol y lafayette, tales como flash, spandex, polymide.
- Nuestros proveedores colombianos Baru e In you que durante muchos años se han dedicado a la fabricación de vestidos de baño, brindados la seguridad de tener nuestros pedidos a tiempo.
- Se encuentran en Bogota en san victorino local 1166.
- Nosotros nos dedicaremos a la comercialización de sus productos para California.

## Marketing

- 9,90 USD en adelante.
- Utilizaremos las redes sociales como publicidad primaria, secundaria periodicos, revistas, television y demás.
- Al comenzar nos ubicaremos en puntos estrategicos como playas manejando promociones para ser reconocidos mas facilmente y elevar las ventas.
- El producto vendra empacado en bolsas resellables, transparentes para dar una facil visibilidad del producto.
- La marca que establecimos para el producto es SEA WEAVER, que significa ola del mar.

## Distribución

- Manejaremos el canal mayorista comprando los productos ya terminados utilizando nuestra marca en ellos, para ser vendidos en boutiques y llegar de esta manera al cliente final.
- Mermaids Boutique o Curves N' Waves es la boutique por el cual llegara nuestro producto al cliente final.
- La mercancia se transportara en camion de Bogota a Cartagena y alli se embarcara en barco hasta california reduciendo costos en el transporte.

## Servicio

- Garantia de un año.
- El producto al ser escogido en la boutique podra ser llevado de manera inmediata.
- Nuestros asesores comerciales son personas carismaticas, amables, atentas y les daran la correcta asesoria a nuestros clientes.
- La mercancia se demoraria alrededor de 15 dias en llegar a California por tal motivo se lleva variedad de diseños en el contenedor para que la boutique tenga el suficiente producto.

# Competencia



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

## ► *Competencia Colombiana:*

- **Agua bendita:** El país al que más venden es Estados Unidos, allá hay 8 almacenes de la marca más importante de vestidos de baño, Everything But Water que comercializan los diseños Agua Bendita. Sus precios varían en bikinis desde US\$ 120 hasta US \$220, lo que a la TRM promedio de \$2.900 un traje de baño tendría un valor desde \$300.000 en adelante, dependiendo modelo del mismo.
- **Paradizia Swimwear:** Paradizia ha tenido en los últimos años un crecimiento rápido e importante, ha conquistado gran parte del mercado mundial revolucionando el estilo de ropa de playa. precios varían en bikinis desde US \$140 hasta US \$250, lo que a la TRM promedio de \$2.900 un traje de baño tendría un valor desde \$400.000 en adelante, dependiendo modelo del mismo.

## *Competencia Estadounidense:*

- **Vitamin A:** Desde el año 2000, vitamin A realiza un estilo distinto de trajes de baño con innovaciones de diseño: detalles elegantes, paletas de colores neutros, el Pequeño Negro Bikini, y el icónico corte de California. Ella ve el futuro de la moda como la sostenibilidad y vitamin A está abriendo el camino a medida que aligerar la contaminación en California, mediante el uso de fibra de nylon reciclado para conservar los recursos y la fibra LYCRA XTRA LIFE®. Emplean tecnología de impresión digital sin agua, incorporan fibras sostenibles como Eco lino en sus estilos.

# Mercado objetivo

Satisfacer las necesidades de las mujeres amas de casa, estudiantes y empresarias, entre los 18 a 40 años de edad, con residencia en EE.UU californiana en las clases media y alta, con un nivel adquisitivo alto que le permita darse gustos constantemente, es decir, que perciban ingresos mensuales de aproximadamente \$2.000.000 (dos millones de pesos considerando la TRM y el valor del Dólar), con un estilo rompe esquemas, mujeres que tienen como principal objetivo lograr una diferenciación en el grupo social al que pertenecen, ya que, tienen un estilo de vida social activo, que le permite estar a la vanguardia de la moda y gozar de ella.



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

# Análisis de la investigación

- Las mujeres en Estados Unidos gastaron en vestidos de baño de dos piezas US\$ 8 mil millones.
  - Las mujeres estadounidenses tienen en promedio 4 vestidos de baño.
- ▶ El mercado se divide entre vestidos de baño para mujeres (70%), para hombres (17%), niñas (10%) y niños (3%)



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN



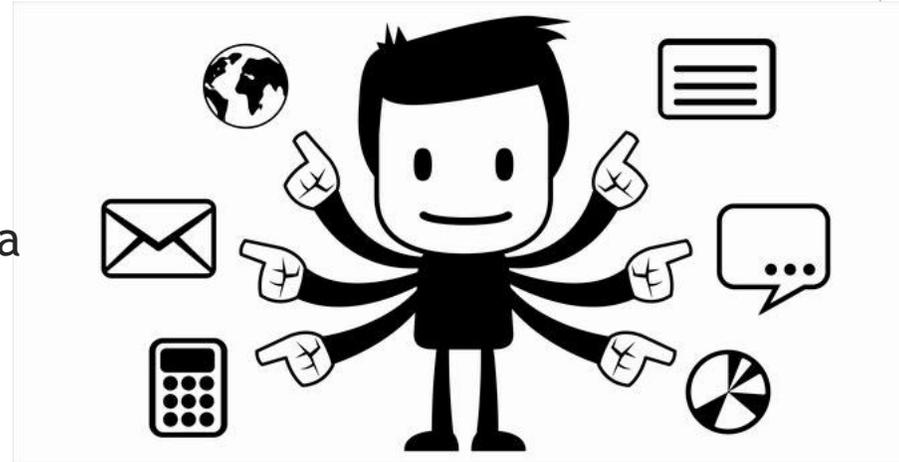
# Plan de marketing



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

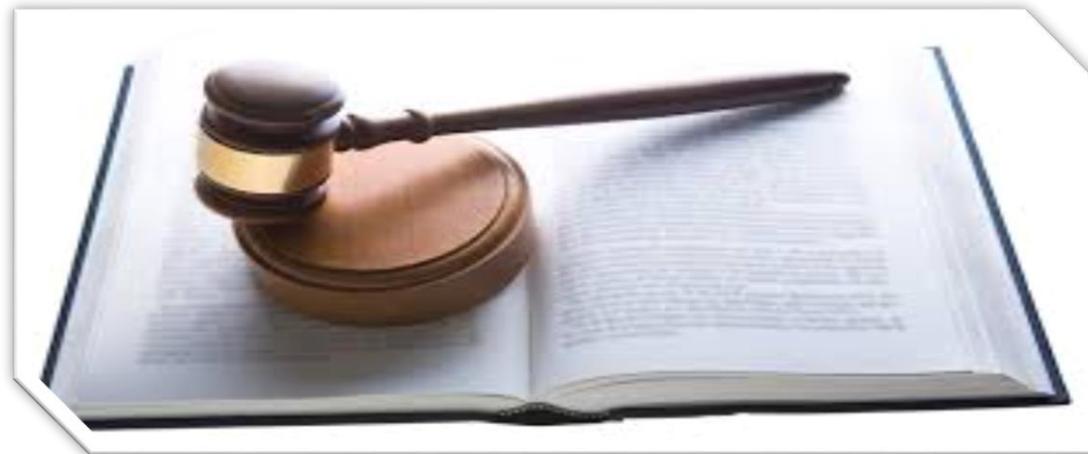
## Objetivos del plan de marketing

- Manejar un punto de servicio al cliente.
- Fomentar las ventas por empleado.
- Ampliar los canales de distribución.
- Posicionarnos en diferentes estados distintos a California.
- Manejar más publicidad para aumentar el reconocimiento de la marca.
- Incrementar promociones en las temporadas más bajas en ventas.



# Normatividad y regulación exigida por Estados Unidos

Existen una serie de requisitos para ingresar el producto al mercado de estados unidos desde el etiquetado, hasta su respectiva regulación arancelaria. Inicialmente debemos dirigirnos a la Cámara de Comercio para constituirnos como empresa y que nuestra actividad económica sea exportar productos textiles como vestidos de baño al igual que en RUT (Registro Único Tributario) debe ir especificada la actividad.



# Etiquetado

“Las prendas de vestir comercializadas en Estados Unidos deben cumplir con las normas establecidas con los “Textile and apparel Acts” emitidos por las autoridades competentes de Estados Unidos: CBP (Customs and border protection agency) y la FTC (Federal Trade Commission)”. (Procolombia)

- ✓ El contenido de las fibras
- ✓ El país de origen
- ✓ La identidad del productor o del importador
- ✓ Las instrucciones de lavado
- ✓ Las marquillas deben estar pegadas de forma permanente

Algunos ejemplos como deben ir las marquillas son:

**100% COTTON**  
**EXCLUSIVE OF DECORATION**  
**MACHINE WASH WARM**  
**TUMBLE DRY MEDIUM**  
**WARM IRON**  
**-12-**  
**MADE IN NEW ZEALAND**  
**KANGAROO IMPORTS, INC.**

**55% polyester**  
**45% cotton**  
**Size 10**  
**Made in USA**  
**RN 00001**



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

# Norma de origen

Anteriormente entre Colombia y Estados Unidos existieron unas normas llamadas ATP y ATPDEA la cual consistía en que los productos procedentes de Colombia, Ecuador, Bolivia y Peru que tuvieran una serie de características, como que fueran en su totalidad obtenidos y elaborados en dicho país, para así poder ingresar al mercado estadounidense con 0% de arancel, sin embargo entre Colombia y Estados Unidos como se mencionó anteriormente existe un tratado de libre comercio (TLC) vigente desde el 15 de mayo de 2012 que cobija el intercambio comercial de productos entre ambos países, el cual hizo expirar las dos normas anteriores ya que están deberían ser prorrogables cada año.

Para cumplir con la norma de origen se debe diligenciar un formulario de origen, el cual tiene un proceso de certificación por parte del ministerio de comercio, industria y turismo.



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

# Arancel



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN



## DIAN - MUISCA - ARANCEL

Consultas Arancel

General

Por medidas

Por código de nomenclatura

Estructura nomenclatura

Índice alfabético arancelario

Reglas generales de la nomenclatura

▶ Por texto

¿Dónde estoy?: Inicio | Consultas Arancel | Consulta por estructura arancelaria

## Consulta por estructura arancelaria

servicios en línea muisca

Sección XI	Materias textiles y sus manufacturas
Capítulo 61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto
Partida 6112	Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte (chandales), monos (overoles) y conjuntos de esquí y bañadores, de punto.
6112.40	- Bañadores para mujeres o niñas:
6112.41	- - De fibras sintéticas

Código	Comp	Supl	Designación de mercancías	Perfil	Notas
6112.41.00.00			- - De fibras sintéticas		

Regresar

Subpartida Arancelaria Colombiana (Consulta Por Estructura Arancelaria, 2017)



Buscar

Ver

Exportar

Realimentación

611241

Buscar

Descargar el capítulo

Guía

Resultados de la búsqueda: 6

tarifas

Capítulo

Sección

- 6112.41.00  
De fibras sintéticas
- 6112.41.0010  
Ropa de mujeres (659)
- 6112.41.0020  
Chicas '(659)
- 6112.41.0030  
Ropa de mujeres (659)
- 6112.41.0040  
Chicas '(659)
- 9915.61.03  
Las mercancías previstas en el HTS 6112.41.00  
descritos en la nota 17 de este subcapítulo

La partida / Subtítulo	Stat Sufr corrección	Descripción del artículo	Unidad de Cantidad	Tipos del derecho		
				1 General	1 Especial	2
	15	Con el 70 por ciento o más en peso de seda o desperdicios de seda (759)	doz. kg			
	90	Otros (859)	doz. kg			
		o trajes de baño de las mujeres de las niñas:				
6112.41.00		De fibras sintéticas		24,9%	Libre ( AU , BH , CA , CL , CO , IL , JO , KR , MA , MX , OM , P , PA , PE , SG )	90%
		De tela que contiene en peso un 5 por ciento o más de elastómero hilo o hilos de caucho:				
	10	Ropa de mujeres (659)	doz. kg			

Consejos

resultados

Subpartida Arancelaria Estados Unidos (Harmonized Tariff Schedule, 2017)

POSICIÓN ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN	ARANCEL GENERAL	ARANCEL PARA COLOMBIA	PREFERENCIA	ACUERDO
61.12.41.00.10	Women's or girls' swimwear: Of synthetic fibers: Of fabric containing by weight 5 percent or more elastomeric yarn or rubber thread: Women's.	24.9%	0%	100%	Colombia Free Trade Agreement.
61.12.41.00.20	Women's or girls' swimwear: Of synthetic fibers: Of fabric containing by weight 5 percent or more elastomeric yarn or rubber thread: Girls'.				
61.12.41.00.30	Women's or girls' swimwear: Of synthetic fibers: Women's.				
61.12.41.00.40	Women's or girls' swimwear: Of synthetic fibers: Girl's.				
61.12.49.00.10	Women's or girls' swimwear: Of other textile materials: Of cotton.	13.2%			
61.12.49.00.15	Women's or girls' swimwear: Of other textile materials : Containing 70 percent or more by weight of silk or silk waste.				
61.12.49.00.90	Women's or girls' swimwear: Of other textile materials.				

Subpartida y arancel (Subpartida y Arancel, 2017)

# Estrategia de producto



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

Nuestro producto tiene por principal característica satisfacer aquellas necesidades que no lo hacen los productos de California.

Por medio de procolombia pudimos notar la falta de innovación que tienen los vestidos de baño en ese estado y con los cambios de pensamiento las mujeres quieren innovar y dejar de usar los mismos estilos y colores que han usado por mucho tiempo, en pocas palabras desean un cambio drástico.



# Estrategia de marca



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

Sea Wave

Sabor latino en tu piel



## Estrategia de servicio postventa

Para los clientes frecuentes manejar promociones y rifas de productos para playa.

Dar una garantía del producto en dado caso el mismo tenga algún defecto de fábrica.

Por medio de páginas de internet y cajeros en los puntos de venta realizar una encuesta de cómo se han sentido con el producto y cuál es el nivel de satisfacción en el momento de la compra.

Mantener una base de datos de nuestros clientes y enviarles información acerca de productos nuevos que sean lanzados al mercado.

## Estrategia de precio

Manejamos 3 modelos que son monokini, bikini, y trikini. Los precios que están registrados para estos modelos de 30.000 pesos en adelante sin sobrepasar los 60.000 pesos tenemos ventaja frente a nuestros competidores ya que manejan precios de 55.00 USD en adelante hasta los 300.00 USD que son aproximadamente 165.000 a 900.000, además en California manejan un precio por cada una de las partes del traje de baño. Con nuestro producto las dos o tres piezas van incluidos en el mismo precio.



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

# Estrategia de publicidad



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN



Los medios de publicidad que usaremos para dar a conocer nuestro producto será de preferencia por internet, por medio de publicidad en las paginas de internet y usando las redes sociales a nuestro favor debido a la gran acogida que tienen estas en nuestra vida, de manera secundaria usaremos volantes y propagandas a través de la televisión que serán en horarios donde las personas se encuentran un poco más desocupadas por ejemplo en hora de almuerzo y después de las 8 de la noche.



# Estrategia de promoción



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN



En el momento de lanzamiento del producto manejaremos promociones y manejaremos más la publicidad por medio de redes sociales debido a que tienen una manera más rápida de llegar y no se tiene que invertir mucho dinero para la promoción de los mismos, solo la imagen de un vestido de baño no convencerá a mi cliente lo suficiente para que compre el producto pero si puede ir acompañado de un texto que se asemeje a la playa y la comodidad que se siente al utilizar el producto, por supuesto la tienda física influye mucho en la compra del producto y la idea es que los clientes cuando ingresen allí sientan en su entorno el mar, arena, sol y playa.

# Distribución

En Estados Unidos, el tamaño del mercado hace que la complejidad para la distribución sea más elevada que en otro tipo de mercados.

Por lo mismo como lo hemos mencionado anteriormente, nos centraremos en Los Ángeles, California. Para penetrar el mercado estadounidense se debe tener en cuenta el canal por el cual se va a distribuir los vestidos de baño; existen tres tipos de canales de distribución los cuales son:

- *Canal Mayorista*
- *Canal Minorista*
- *Canal Minorista Directo*





*ambiente*

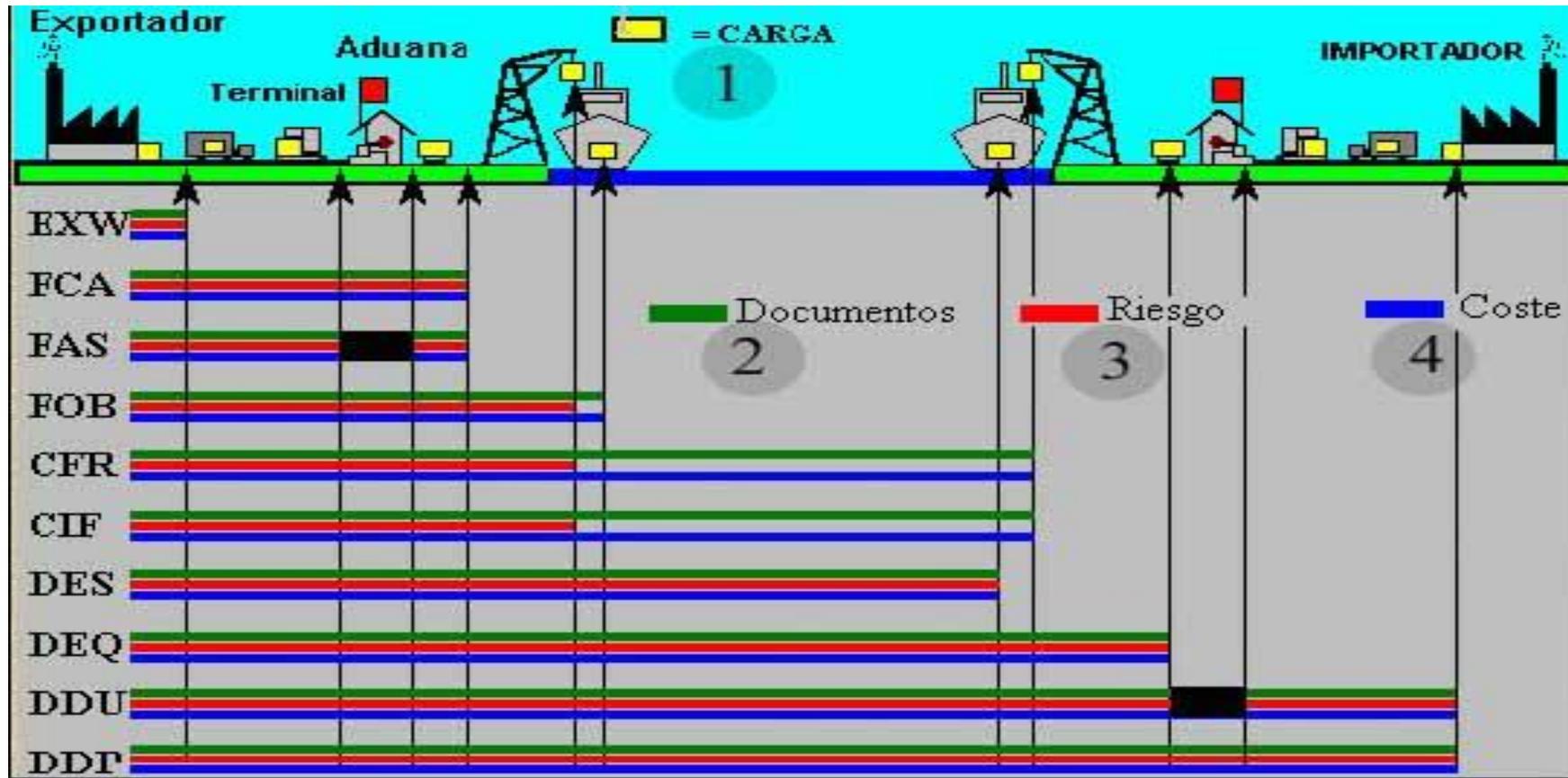
Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

# Incoterms



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

- DAP Delivered At Place (Entrega en lugar, de destino convenido), quiere decir que nos haremos responsables de la mercancía hasta el momento que el comprador reciba la mercancía en el puerto y se encuentre lista para llevarla al lugar de destino o al lugar que se hubiere pactado por ambas partes



# Transporte escogido para la mercancía

Nuestra empresa se encuentra ubicada en Bogotá, por lo tanto la mercancía partirá desde la capital, hacia Cartagena en donde se embarcara la mercancía para ser exportada hacia California-Estados Unidos.

Tenemos una alternativa para llegar a Cartagena, y será por medio terrestre.

Terrestre: la distancia existente de Bogotá a Cartagena son 978 kilómetros siendo aproximadamente 34 horas, sin contar los malos tiempos o imprevistos posibles que se presenten durante el recorrido.



# Tiempos de frecuencia



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

Punto de Desembarque	Punto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
Houston	Cartagena	Directo	8
	Barranquilla	Cartagena – Colombia	12
	Santa Marta	Cartagena – Colombia	11
	Buenaventura	Cartagena – Colombia	13
New Orleans	Cartagena	Savannah – Estados Unidos	7
	Barranquilla	Cartagena – Colombia, Savannah – Estados Unidos	12
	Santa Marta	Cartagena – Colombia, Savannah – Estados Unidos	11
	Buenaventura	Cartagena – Colombia	16
Savannah	Cartagena	Directo	4
	Barranquilla	Kingston – Jamaica	9
	Santa Marta	Cartagena – Colombia	8
	Buenaventura	Cartagena – Colombia	10
Port Everglades	Cartagena	Directo	3
	Barranquilla	Manzanillo – Panamá	11
	Santa Marta	Manzanillo – Panamá	11
	Buenaventura	Directo	6
Miami	Cartagena	Port Everglades – Estados Unidos	6
	Barranquilla	Manzanillo – Panamá	11
	Buenaventura	Port Everglades – Estados Unidos	9
Jacksonville	Cartagena	Port Everglades – Estados Unidos	10
	Barranquilla	Manzanillo – Panamá	14
	Buenaventura	Port Everglades – Estados Unidos	9
Norfolk	Cartagena	Kingston – Jamaica	13
	Barranquilla	Manzanillo – Panamá	16
	Buenaventura	Balboa – Panamá, Manzanillo – Panamá	18
Baltimore	Cartagena	Directo	8
	Barranquilla	Cartagena – Colombia, Filadelfia – Estados Unidos	16
	Santa Marta	Cartagena – Colombia, Filadelfia – Estados Unidos	15
	Buenaventura	Directo	11
Filadelfia	Cartagena	Directo	5
	Barranquilla	Cartagena – Colombia	13
	Santa Marta	Cartagena - Colombia	12
	Buenaventura	New York – Estados Unidos	12

# Empaque y embalaje

- ▶ Se utilizarán cajas con asas, de medidas 49x39x28cm y los trajes de baño se encontrarán dentro de estas cajas en bolsas resellables de 20x20cm. En cada caja se encontrarán aproximadamente 48 vestidos de baños, dependiendo de los estilos y tallas, el contenedor que se utilizara es de 20 pies DRY-VAN en donde se realizaron cálculos en su interior, puede llevar 8 pallets de medidas 1000mm x 1200mm (Europalet); por cada pallet se enviarán 18 cajas para un total de 144 cajas por contenedor, y cada una de estas tiene aproximadamente 48 vestidos de baño para un total de 6.912 trajes de baño, siendo un cálculo aproximado de la carga llevada por un contenedor de 20 pies.



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN



# Distribución física internacional



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

Tasa de Cambio \$COL	\$ 2.834
precio unitario	\$ 60.000
numero de productos	6.912
numero de cajas	144

## LIQUIDACION DE COSTOS DE LA DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL

PAIS DE ORIGEN			TRANSITO INTERNACIONAL			PAIS DESTINO		
Concepto	Pesos	Dolares	Concepto	Pesos	Dolares	Concepto	Pesos	Dolares
Valor Total Del Producto	\$ 60.000	\$ 20,43	Frta Int.	\$ 7.489.720	\$ 4.000,00	Manipulación Puerto de Destino	\$ 800.000	\$ 0,00
Valor del Empaque	\$ 700	\$ 0,2388	Seguro Int.	2%	6%	Transporte de Destino	\$ 1.200.000	\$ 330,00
Valor del Embalaje	\$ 900	\$ 0,17	Gastos Varios	\$ 2.500.000	\$ 852,07	Seguro de Transporte	5%	\$ 0,00
Valor del Etiquete	\$ 100	\$ 0,00	Total Transito	\$ 9.989.720	\$ 0,00	Declaración de Importación	\$ 13.000	\$ 4,43
Gastos Bancarios	\$ 900.000	\$ 306,7	VALOR CIF	\$ 26.187.936	\$ 8.925,58	Comisión Agente de Aduana	2%	0%
VALOR EXW	\$ 961.900	\$ 327,6				Gastos Bancarios	\$ 450.000	\$ 0,00
Manipulación en Fabrica	\$ 748.972	\$ 255,27				Manipulación en Bodega	\$ 800.000	\$ 0,00
Transporte en Origen	\$ 6.000.000	\$ 2.044,97				Gastos Administrativos	\$ 3.000.000	\$ 0,00
Seguro de transporte	6%	\$ 0,00				Gastos de Promoción	\$ 300.000	\$ 0,00
Contenedor	\$ 950.000	\$ 0,00				TOTAL PAIS DESTINO	\$ 6.363.000	\$ 334,43
Certificado de origen	\$ 15.000	\$ 9,00				VALOR DDIP	\$ 32.550.936	\$ 11.094,28
Declaración de Exportación	\$ 25.000	\$ 8,52						
Almacenaje	\$ 961.729,00	\$ 300,00				Precio Unitario	\$ 4.708	\$ 1,61
Gastos de Admon	\$ 6.000.000	\$ 2.044,97						
Unitarización	\$ 961.729	\$ 300,00						
VALOR FAS	\$ 15.823.730	\$ 5.393,17						
Comisión de Agente	3%	0%						
Manipulación Puerto de Origen	\$ 374.485	\$ 300,00						
VALOR FOB	\$ 16.198.215	\$ 11.011,14						

TRIBUTOS ADUANEROS		
CONCEPTO	PESOS	DOLARES
VALOR CIF	\$ 26.187.936	\$ 8.925,58
GRAVAMEN 5%	\$ 1.309.397	\$ 446,28
BASE LIQUIDACION IVA	\$ 27.497.333	\$ 9.371,86
IVA 16%	\$ 4.399.573	\$ 1.499,90
TOTAL TRIBUTOS	\$ 6.708.970	\$ 1.943,76

# Conclusiones

- ▶ Crear una comercializadora que exporte vestidos de baño hacia California, Estados Unidos, es viable debido a la cantidad de habitantes que tiene este estado, en su mayoría son de origen latino, tenemos varios puntos a favor el más fuerte de todos es el tratado de libre comercio, que nos permitió realizar el intercambio del producto sin ningún tipo de restricción arancelaria esto disminuye el costo del proceso de exportación y aumentan las ganancias de manera considerable.
- ▶ La metodología desarrollada en el presente trabajo permitió realizar un análisis juicioso de las tendencias de futuro que influyen en el negocio actual de la Sea Wave, dichas tendencias, son la base para establecer lineamientos y parámetros que direccionan el plan estratégico de la organización de cara a enfrentar el futuro. De esta manera, quedan expuestas las oportunidades de crecimiento y los focos centrales de trabajo para Sea Wave en el corto y largo plazo, no obstante, también se describe que hacer omisión al presente documento, conlleva a la empresa a lidiar con el riesgo de desaparecer si no se toman las acciones correspondientes.



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

# Conclusiones

- ▶ Se cubre la necesidad que se planteó de manera inicial en el deseo de las mujeres estadounidenses de no tener miedo de innovar en otro tipo de prendas y adicionando lo apetecibles que son dichos tipos de diseños en Estados Unidos; los colores básicos y neutros que manejan los vestidos de baño en Estados Unidos y que ya no complacen igual., debido a que Colombia tiene una excelente calidad tanto en materiales como en mano de obra en cada uno de los productos que realiza.
- ▶ La identificación de actores permitió describir los intereses y objetivos compartidos o en desacuerdo frente a los distintos escenarios posibles, el resultado permite observar que la empresa debe trabajar de la mano con los proveedores, sus clientes y en forma crítica en la posibilidad de encontrar apalancadores financieros que promuevan el desarrollo de sus inversiones.
- ▶ Tenemos las herramientas para poder posicionarnos en California, Estados Unidos; tales como las redes sociales, páginas web, participación en ferias empresariales primero como visitante y luego como expositores.



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

# Lista de Referencias

- ▶ *¿Que es un tankini?* (Recuperado de 07 Septiembre de 2017). Obtenido de Sellamara.com: [http://www.sellamara.com/2014/06/10/queesuntankini/#.V9Azm\\_nhDIU](http://www.sellamara.com/2014/06/10/queesuntankini/#.V9Azm_nhDIU)
- ▶ *Blogspot.com.co.* (Recuperado de 07 Septiembre de 2016). Obtenido de Unpoquitodecurry: <http://unpoquitodecurry.blogspot.com.co/2010/09/biquini-tankini-trikini-monokini-no-son.html>
- ▶ *Consulta Por Estructura Arancelaria.* (08 de Octubre de 2017). Obtenido de Muisca DIAN: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>
- ▶ *DIAN.* (25 de 10 de 2017). Obtenido de RUT- Preguntas Frecuentes: [http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/rut\\_preguntasfrecuentes.html](http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/rut_preguntasfrecuentes.html)
- ▶ *Harmonized Tariff Schedule.* (09 de Octubre de 2016). Obtenido de Harmonized Tariff Schedule: <https://hts.usitc.gov/?query=611241>
- ▶ *Historia de los Trajes de baño.* (Recuperado de 06 Septiembre de 2017). Obtenido de Ellemx.com: <http://www.elle.mx/moda/2015/04/22/la-historia-de-los-trajes-de-bano/>
- ▶ *Innovación.* (Recuperado de 05 Septiembre de 2017). Obtenido de Concepto.com: <http://concepto.de/innovacion/>
- ▶ *La aparición de la lycra.* (Recuperado de 06 Septiembre de 2017). Obtenido de Connect.com: <http://connect.lycra.com/>
- ▶ *Marketing y Comercialización.* (Recuperado de 05 Septiembre de 2017). Obtenido de Creaciondeempresas.com: <http://www.creaciondeempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/marketing-y-comercializacion>
- ▶ *Marquillas.* (09 de Octubre de 2017). Obtenido de OTEXA: <http://www.otexa.ita.doc.gov/>
- ▶ (2005). Metodología de la Investigación. En C. Mendez, *METODOLOGÍA. DISEÑO Y DESARROLLO DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN CON ÉNFASIS EN CIENCIAS EMPRESARIALES* (pág. Capítulo 3). Noriega Editores.
- ▶ *Ministerio de Industria y Comercio.* (SF). Obtenido de Preguntas Frecuentes - ATPDEA: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=18057>
- ▶ *Perfil Logístico de Estados Unidos.* (Recuperado de 06 Septiembre de 2016). Obtenido de Procolombia.com: <http://www.colombiatrade.com>
- ▶ Press, A. (15 de Mayo de 2013). *EE.UU. cree que el TLC con Colombia tiene futuro.* Obtenido de Terra: <https://noticias.terra.com.co/colombia/eeuu-cree-que-tlc-con-colombia-tiene-un-futuro-promisorio,f15c49210b8ae310VgnCLD2000000dc6eb0aRCRD.html>
- ▶ *Procolombia.* (s.f.). Obtenido de Vestidos de baño, una industria en crecimiento: <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/prendas-de-vestir/vestidos-de-bano-una-industria-en-crecimiento>
- ▶ *Procolombia.* (13 de Marzo de 2012). *Abecè del TLC Colombia - Estados Unidos.* Obtenido de Procolombia: <http://www.procolombia.co/sites/default/files/TLC%20EEUU.PDF>
- ▶ *Proexport Colombia/MacMap/World Tariff.* (17 de Noviembre de 2017). Obtenido de Requisitos de compradores Estados Unidos Vestidos de Baño - Boutiques/Impuestos Adicionales: <http://www.macmap.org/QuickSearch/WorldTariff>
- ▶ *Subpartida y Arancel.* (08 de Octubre de 2017). Obtenido de MacMap, WorldTariff: <http://www.macmap.org/>
- ▶ *Vestidos de baño: crecen las oportunidades en Estados Unidos.* (s.f.). Obtenido de Procolombia: <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/bisuteria-y-joyeria/vestidos-de-bano-crecen-las-oportunidades-en-estados-unidos>
- ▶ *Visita California.* (17 de Noviembre de 2017). Obtenido de California: <http://www.visitcalifornia.com/mx/attraction/compras-en-la>



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN



**GRACIAS.**

*cimbre*

Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN