

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

# Proyecto de exportación de prendas de vestir para dama al mercado de Costa Rica

**Autor: Roberto Ignacio Alvarez Morelos**

**Tesina presentada para obtener el título de:  
Lic. En Comercio internacional**

**Nombre del asesor:  
Mayra Banderas Fierro**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.



AGRADECIMIENTOS

**UNIVERSIDAD  
VASCO DE QUIROGA**



**ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**"PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE  
PRENDAS DE VESTIR PARA DAMA AL  
MERCADO DE COSTA RICA"**

**TESINA**

Que para obtener el título de :  
**LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL**

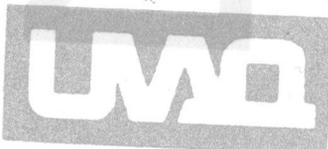
**Presenta:**

**ROBERTO IGNACIO ALVAREZ MORELOS**

**Asesor:**

**ING. MAYRA BANDERAS FIERRO**

**No. De acuerdo LCI 000201 CLAVE 16PSU0011T**



# INDICE

INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I LA EMPRESA Y EL PERSONAL CLAVE	
1.1 Antecedentes de la Empresa .....	2
1.2 Misión, Objetivos y Metas.....	4
1.3 Portafolio de Negocios .....	5
1.4 Cadena de Valor y Procesos Medulares .....	7
1.5 Organización Actual y Equipo Directivo .....	8
1.6 Fortalezas y Debilidades.....	10
CAPITULO II EL PRODUCTO	
2.1 Descripción del Producto.....	12
2.2 Clasificación de Acuerdo al SA, SCIAN Y CUCI.....	12
2.3 Principales productos competidores directos y/o indirectos.....	14
2.4 Principales tipos de Productos y Tipos de Mercado.....	15
2.5 Normas y Controles de Calidad.....	15
2.6 Mantenimiento y Respaldo al Producto.....	16
2.7 Costos de Fabricación o de Adquisición .....	17
2.8 Valor para el Cliente y Ventajas Competitivas del Producto .....	21
CAPITULO III SELECCIÓN DEL MERCADO META	
3.1 Situación de Sector .....	22
3.2 Selección del Mercado Meta .....	29
3.3 Aspectos Cualitativos del Mercado .....	31
3.4 Aspectos Cuantitativos del Mercado .....	34
3.5 Barreras de Acceso al Mercado .....	37
3.6 Análisis de la Competencia tanto Domestica como Internacional .....	38
3.7 Análisis del Microentorno, Detección de Oportunidades y Amenazas .....	39
CAPITULO IV ASPECTOS OPERACIONALES	
4.1 Definición de Objetivos y Metas del Mercado Seleccionado.....	44
4.2 Adecuaciones a la mezcla de Mercadotecnia .....	44
4.3 Estrategias de Entrada al Mercado .....	45
4.4 Cotización, Incoterms, Transporte y Seguro .....	46
4.5 Envase y Embalaje.....	47
4.6 Documentos y Tramites.....	47
4.7 Contrato y Formas de Pago .....	47
4.8 Tabla de Actividades .....	48

## CAPITULO V ASPECTOS FINANCIEROS

5.1 Inversiones.....	49
5.2 Estado de Resultados Pro forma.....	51
5.3 Punto de Equilibrio.....	51
5.4 Costo de Capital .....	52
5.5 Evaluación Financiera .....	52
CONCLUSION .....	54
ANEXOS .....	55
BIBLIOGRAFIA .....	63

## INTRODUCCION

Hoy en día donde las fronteras al comercio entre países ya no existen, y donde las empresas se enfrentan a una competitividad constante, y vender productos de calidad y bajo costo en el momento y lugar adecuado es fundamental para permanecer en el mercado, la importancia del marketing es de gran valor para la empresa. El desarrollo del comercio exterior exige estudios del producto y del mercado para lograr el éxito en su posicionamiento. El presente proyecto trata de reunir la mayor información respecto al mercado de prendas textiles, producto elegido para este estudio por las siguientes características: Son producidos en el municipio, tienen un gran potencial para poder ser exportados por la capacidad de producción y demanda de este satisfactor en el exterior.

Este proyecto persigue entre otras cosas la ampliación de nuestros mercados, ya que el país esta pasando por una crisis económica, además de la gran variedad de productos extranjeros que ingresan a nuestros mercados por la vía del contrabando y algunos otros que cuentan con insumos y mano de obra muy barata, todo esto lleva como consecuencia productos muy baratos con los que es muy difícil competir.

Moroleón y Uriangato cuentan con una mano de obra muy calificada además de contar con tecnología de punta para la fabricación de prendas de vestir y materia prima de primera calidad, todo esto en conjunto nos da como resultado un producto que reúne todos los estándares de calidad tanto nacionales como internacionales, además del prestigio con el que cuentan estas dos ciudades nos indica que es un proyecto muy factible

## CAPITULO I

### LA EMPRESA Y EL PERSONAL CLAVE

#### 1.1 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

El proyecto nació en el año 2001, al realizarse por parte del consejo de desarrollo económico municipal un diagnostico del sector textil del municipio de Uriangato, detectando la oportunidad de aprovechar las fortalezas de algunas empresas a través del trabajo conjunto y la integración.

En el mismo año se realiza el bosquejo del proyecto y se convoca a 22 empresas para participar en el, dicha reunión se lleva al cabo en la sala de cabildos del municipio y es convocada por la coordinación de desarrollo económico municipal. A dicha reunión asisten 15 empresas de las cuales las 15 captan participar, arrancando los trabajos para dicha integración, durante 3 meses se realizan semanalmente reuniones de trabajo, para dar forma y sustento al proyecto, asimismo se convoca a la secretaria de economía para que brinde accesoria en el modelo de empresa integradora, asimismo se convoca al centro regional de competitividad (crece), para brindar asesoría a las empresas participantes, desertando del proyecto 8 empresa y quedando solamente 7:

- Ginos sport           ropa deportiva
- Soco y miguel       ropa de dama en tejido de punto
- Crisanta             ropa de dama en tela plana
- Cotton blue         mezclilla
- Alserr               suéter infantil
- Sueter collection   suéter de caballero
- Clechee             playera de caballero

Así estructurando el reglamento interno de funcionamiento y la conformación jurídica de la empresa, deserta la empresa Ginos Sport, quedando solo 6 empresas, que después de conformado el proceso de conformación legal, entran a un proceso de consultoría por parte del crece, para unificar sistemas y formas de trabajo en cada empresa.

En el año 2002, se comienza la gestión para la solicitud de apoyo económico de parte de la secretaria de desarrollo económico del estado de Guanajuato, así como el apoyo del centro de innovación para la exportación ciex, ambas acciones encaminadas al registro de marca y apertura de un punto de venta.

Al inicio la marca que se pretendía registrar es la de “knela”, pero debido a la búsqueda fonética realizada por el impi, se augura que esta será rechazada en su registro, por lo que vía ciex, se realiza el desarrollo de la marca “UNITHY”, que finalmente es registrada,

asimismo se realiza el desarrollo de la imagen y se inician los trabajos de desarrollo del concepto de la marca, la cual es asesorada por el diseñador Erik Peresandi del CIEX, a principios del año 2003, es autorizado el apoyo de parte de la Secretaría de Desarrollo Económico del estado de Guanajuato bajo los siguientes requisitos:

- Desarrollo de una marca
- Desarrollo del plan de negocios
- Desarrollo de una colección de al menos 50 diseños nuevos.
- Entre otros.

Asimismo, se gestiona el apoyo ante el gobierno municipal, quienes por unanimidad deciden apoyar el proyecto de manera económica, buscando que las empresas consoliden su desarrollo competitivo.

Asimismo se realiza el registro fiscal de la empresa bajo el nombre de "Guanajuato Integradora Textil S. A. de C. V."

Así, estructurado en definitiva el proyecto, la parte jurídica, organizacional y productiva arranca el proyecto para iniciar tentativamente en la temporada otoño invierno 2003, sin embargo y debido a la dificultad para lograr el ingreso en centros comerciales, se realizan visitas a Guadalajara, León, resultado del estudio de mercado realizado para la apertura del punto de venta; realizándose negociaciones con plaza mayor de León, quienes solicitan el proyecto para ser analizado por el consejo directivo, el cual da entrada al proyecto, sin embargo los altos costos y los requerimientos de la misma plaza hacen desistir en el intento. Mientras el desarrollo de la colección sufre atrasos, por lo que se decide aplazar la apertura al año siguiente.

Al tiempo de montar el centro de operación logística y administrativa, el cual cuenta con una diseñadora y una coordinadora administrativa y contable, así como un coordinador logístico, quienes se encargaran de ser el puente entre el punto de venta y los fabricantes.

Después de buscar y negociar con el centro Max de León, se decide la apertura en este importante centro comercial, por lo que se programa la apertura para marzo de 2004, e inician los trabajos de diseño y desarrollo del punto de venta así como la fabricación de la colección primavera verano.

Así pues el 13 de marzo del 2004, se abre la tienda UNITHY en el que asisten a la inauguración: la Sra. Fafi, esposa del gobernador del estado y funcionarios de la Secretaría de Economía y de la Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable de Gto., entre otras personalidades.

## **.1.2 MISIÓN, OBJETIVOS Y METAS**

Los socios definieron lo siguiente.

### **1.2.1 MISIÓN:** La razón de ser de la empresa.

“Ofrece artículos de vestir que cumplan con las mas altas normas de calidad que satisfagan al mercado nacional e internacional, cumpliendo con la expectativa económica para la empresa integradora, dando un buen servicio, precios competitivos y una buena imagen corporativa.

### **1.2.2 VISIÓN:** Como se visualiza a la empresa en los próximos tres a cinco años.

“Convertirnos en una empresa líder en la línea de productos textiles que se ofertan al publico, alcanzando un nivel ampliamente competitivo ante grandes empresas del giro, incrementando los puntos de venta a nivel nacional y contribuir así a la creación de nuevos empleos. Ser una empresa líder en mercados internacionales capaz de competir con empresas del país importador y lograr un buen posicionamiento en el extranjero.

### 1.3 PORTAFOLIO DE NEGOCIOS

El portafolio de negocios se compone de diversos productos que a su vez se componen de diferentes materias primas como veremos a continuación:

#### Mezclilla

- Pantalón de dama
- Pantalón campana normal dama
- Pantalón Loose caballero
- Pantalón Loose Juvenil Jr
- Pantalón Loose Juvenil

#### Tejido Plano

- Blusa de licra escotada con tirantes
- Blusa de manga larga y  $\frac{3}{4}$
- Blusa de licra asimétrica
- Blusa straple (Top)
- Blusa con cortes el frente y atrás con escote en V y moño por la espalda

#### Playera tipo Polo

- Playera con charreteras y bolsa en un costado
- Playera con cierre en aletilla y maya en los costados
- Playera con manga ranglán
- Playera con abierta en la manga
- Playera con velcro en aletilla
- Playera con bolsa en aletilla

#### Playera para niño tipo Polo

- Playera con bolsa de canguro
- Playera con aletilla en V y bolsa con cierre en el estomago
- Playera en V y parche circular a los costados
- Playera con charreteras y bolsa en frente
- Playera con hebilla en un costado
- Playera con bolsa de parche en el costado
- Playera con bolsa en el pecho

### **Tejido de punto**

- Camiseta sisada con gorra
- Camiseta con bolsa de canguro
- Camiseta Halter a la cintura
- Camiseta Halter a la cadera con listón a la cintura
- Blusa cruzada a la cintura
- Blusa Halter con cintas a los costados
- Camiseta larga con cinta en el brazo
- Camiseta cruzada a la cadera

### **Tejido Plano de Algodón**

- Camisetas para niño con diferentes estampados

### **Gabardina**

- Minifalda con 2 cierres al frente
- Minifalda con presillas anchas
- Conjuntos chamarra y falda con bolsa de parche y cierre
- Conjunto de chamarra y falda tableada
- Vestido con bolsas de parche a los costados.

Cabe resaltar que cada modelo tiene varios colores y tallas

1.4.2. PRODUCTOS

➤ Productos

➤ Productos

➤ Productos

➤ Productos

## 1.4 CADENA DE VALOR Y PROCESOS MEDULARES

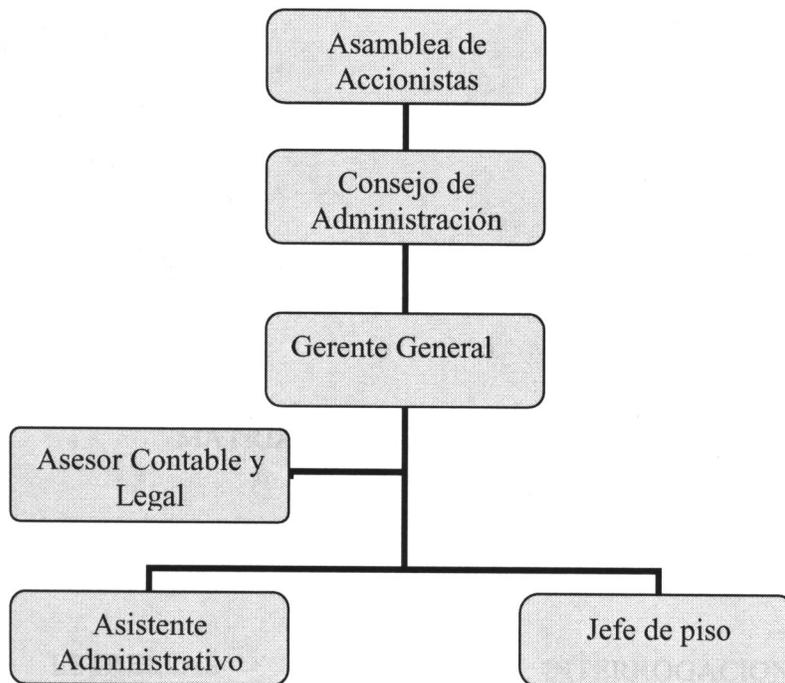
### 1.4.1 CADENA DE VALOR

- Para comenzar a elaborar las prendas se inicia por la búsqueda de proveedores ya sea de hilo o tela según el tipo de prenda que se vaya a elaborar que en este caso será de los dos tipos, se busca que el material sea de buena calidad, que el proveedor sea confiable y que cumpla con nuestras necesidades.
- Para la elaboración del producto se requieren una serie de procesos en diferentes áreas de las fábricas las cuales serán explicadas mas adelante en el diagrama de flujo de producción.
- Después de haber elaborado la prenda se debe de trasladar a la tienda la cual es propiedad de la Integradora (UNITHY) o llevarla a los clientes con los que cuenta la empresa.
- La mercadotecnia es esencial para dar a conocer la marca y la gran variedad de productos y al mismo tiempo conseguir mas clientes potenciales.

### 1.4.2 PROCESOS MEDULARES

- Proceso de desarrollo de nuevos diseños de ropa
- Proceso de manejo de inventarios
- Proceso de producción
- Proceso de transportación del producto

## 1.5 ORGANIZACIÓN ACTUAL Y EQUIPO DIRECTIVO



**Asamblea de Accionistas.** Su función primordial es la toma de decisiones para el mejoramiento y correcto funcionamiento de la empresa

**Consejo de Administración.** Estos y la Asamblea de Accionistas esta formada por el mismo equipo de trabajo y su función primordial es la correcta administración de las distintas fábricas que conforman la Integradora.

**Gerente General.** Es el responsable directo de las actividades que se realizan en las áreas a su cargo como son las de Asesor contable y legal, Asistente Administrativo y el Jefe de piso, buscando su eficiencia y mejora continua, además de informar de manera verbal y documental a la Asamblea de Accionistas, sobre la definición de metas y das cumplimiento, mensual o según se requiera.

**Asesor Contable y Legal.** Brindar información contable y fiscal a través de asesorías.

**Asistente Administrativo.** Elaborar expedientes contables, solicita los requerimientos para el funcionamiento operativo de la oficina, llevar el control de chequera y registro de movimientos.

**Jefe de Piso.** Elaborar cotizaciones y pedidos telefónica o personalmente, mantiene comunicación con clientes locales y foráneos, emite periódicamente reportes de la gerencia de ventas acerca de los resultados obtenidos

**Puestos vacante clave**

- Gerente de Exportación o Ventas Internacionales
- Gerente de Mercadotecnia

MATRIZ PORTAFOLIO DE NOGOCIOS

 <p>ESTRELLAS</p>	<p>INTERROGACIONES <u>ROPA PARA DAMA</u></p> 
 <p>VACAS LECHERAS</p>	<p>PERROS</p> 

La Matriz del portafolio de negocios nos permite ver la participación que tiene en el mercado nuestro producto con respecto a la competencia, este caso se encuentra en Interrogación ya que es una empresa relativamente nueva al igual que todos sus productos y tienen baja participación en el mercado, pero puede alcanzar un alto nivel de crecimiento.

## 1.6 FORTALEZAS Y DEBILIDADES

**ADMINISTRACION**

- Imagen y prestigio de empresa
- Capacidad e interés de empresarios
- Estructura administrativa básica

**RECURSOS HUMANOS**

- Buen clima laboral (buenas relaciones con el empresario)
- Personal con habilidades
- Sentido de pertenencia hacia la empresa

**MERCADO**

- Experiencia en el mercado
- Posicionamiento como centro textil y de confección
- Identificación de competidores
- Productos de buena calidad y precios competitivos.

**PRODUCCIÓN**

- Tecnología competitiva en el sector
- Equipamiento completo para realizar productos
- Diversidad de productos y servicios.
- Capacitación en procesos productivos (COMPITE)
- Buena relación con proveedores

**ADMINISTRACIÓN**

- La empresa no ha definido objetivos que sean reales cuantificables y alcanzables que incluyan estrategias y responsables.
- Carencia de juntas informativas y de retroalimentación con el personal.
- Duplicidad de funciones.

**RECURSOS HUMANOS**

- Se carece de perfiles y descripciones de los puestos
- No se piden ni comprueban referencias laborales ni personales
- No se realiza inducción al puesto a nuevos integrantes
- Falta de estructura del departamento de Recursos Humanos
- Programas y planes de capacitación son limitados o inexistentes
- Inexistente o incompleto integración de expedientes laborales y Reglamento Interior de Trabajo.
- Mal o inexistente control de asistencia y puntualidad de trabajadores

**MERCADO**

- La empresa tiene pocas estrategias de venta y comercialización del producto.
- Se carece de nuevos canales de distribución
- Descontrol en definición de políticas de venta
- Poco seguimiento y supervisión a sistemas de ventas

**PRODUCCIÓN**

- No se cuenta con un inventario formal d maquinaria y equipo.
- La empresa carece de un registro formal de proveedores.
- Tiempo muerto por parte del personal
- Descontrol en almacén
- Inexistente programa de mantenimiento
- Inexistencia de procedimientos del proceso productivo.

## **CAPITULO II**

### **EL PRODUCTO**

#### **2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

El producto será ropa para dama:

- Pantalón de mezclilla para dama normal y acampanado en varios colores
- Blusa para dama en tejido plano en varios colores y estilos
- Blusa para dama en tejido de punto en varios colores y estilos
- Minifalda de gabardina en varios colores y estilos
- Conjunto de falda y chamarra de gabardina en varios colores y estilos

**2.2 Clasificación arancelaria de su producto de acuerdo al Sistema Armonizado (SA); clasificación industrial (SCIÁN); y clasificación de comercio exterior según la Revisión de la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI o SITC, en inglés) de las Naciones Unidas.**

2.2.1 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DEL SISTEMA ARMONIZADO (SA)

FRACCION	DESCRIPCIÓN
Sección XI	Materiales textiles y sus manufacturas
Capítulo 61	Prendas y complementos de vestir, de punto
Partida 61.04	Traje sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, con peto, de tirantes o cortos (excepto los de baño), de punto, para mujeres y niñas.
Subpartida 61.04.23	De fibras sintéticas.

FRACCION	DESCRIPCIÓN
Sección XI	Materiales textiles y sus manufacturas
Capítulo 62	Prendas y complementos de vestir excepto los de punto
Partida 62.04	Traje sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos o shorts (excepto los de baño), para mujeres y niñas.
Subpartida 62.04.23	De fibras sintéticas

Fuente [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx)

2.2.2 Clasificación Industrial (SCIAN)

CODIGO	DESCRIPCIÓN
31	Manufacturing
315	Apparel Manufacturing
3152	Cut and sew apparel manufacturing
31523	Women's and girls' cut and sew apparel manufacturing
315234	Women s and girls cut and sew suit, coat, tailored, jacket and skirt manufacturing

Fuente [www.census.gov](http://www.census.gov)

2.2.3 Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI o SITC)

NORMA	DESCRIPCIÓN
8	Miscellaneous manufactured articles.
84	Articles of apparel and clothing accessories.
844	Women's or girls' coats, capes, jackets, suits, trousers, shorts, shirts, dresses and skirt, underwear, night wear and similar articles textile

	fabrics, knitted or crocheted.
844.2	Suits, ensambles, jackets, blazers, dresses, skirt, divided skirt, trousers bib and brace overalls, breches and shorts.
844.7	Blouses, shirts and short blouses
844.21	Suits
844.22	Ensamblés
844.23	Jackets and blazers
844.24	Dresses
844.25	Skirts and divided skirts

Fuente [www.tradeport.org](http://www.tradeport.org)

### 2.3 Principales productos competidores directos y/o indirectos o sucedáneos.

PRODUCTO	NECESIDAD QUE SATISFACE	COMPETIDORES DIRECTOS	COMPETIDORES INDIRECTOS
<p>Ropa para dama en tejido de punto y tejido plano:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Blusa en tejido de punto y tejido plano.</li> <li>➤ Pantalón de mezclilla.</li> <li>➤ Minifalda.</li> <li>➤ Conjunto de falda con chamarra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Vestido</li> <li>➤ Moda</li> <li>➤ Gusto</li> <li>➤ Calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Toda empresa que fabrique ropa juvenil para dama con telas en tejido de punto o tejido plano.</li> <li>➤ Todas las tiendas que vendan ropa juvenil para dama en tejido de punto o plano.</li> <li>➤ Tiendas como LOB o ZARA o cualquier tienda que vendan ropa para jóvenes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Toda empresa que fabrique ropa juvenil para dama en telas naturales como de algodón, piel, seda, etc.</li> <li>➤ Todas las tiendas que vendan ropa juvenil para dama en telas naturales como algodón, piel, seda, etc.</li> <li>➤ Los tianguis que venden ropa juvenil para dama</li> <li>➤ Ventas por catálogo.</li> <li>➤ Tiendas departamentales o de autoservicio</li> </ul>

**2.4 Principales tipos de productos y tipos de mercado.**

<b>TIPO DE MERCADOS</b>	<b>MERCADO ATENDIDO ACTUALMENTE</b>	<b>MERCADOS DE EXPORTACION DESEABLES</b>
Consumo	X	X
Industrial		
Institucional		
Reventa	X	X

**2.5 Normas y Controles de Calidad.**

<b>Producto</b>	<b>NORMAS NACIONALES</b>	<b>Descripción</b>
Ropa para dama en tejido de punto y tejido plano.	NOM-004-SCFI-1994	Información comercial etiquetado de productos textiles.
	NMX-A-042-1982	Industria Textil – Gabardina de algodón
	NMX-A-023-1983	Industria del vestido- Prendas de vestir externas para mujeres y niñas
	NMX-A-003-1976	Mezclilla
	NMX-A-182-1996 INNTEX	Tallas para ropa
	NMX-R-173-1977	Maquinas tejedoras rectilíneas manuales para géneros o tejidos de punto.
	NMX-A-102-1983	Industria textil- determinación de la resistencia a la abrasión en los tejidos textiles
	NMX-A-99-1995-INNTEX	Terminología y clasificación de fibras y filamentos textiles.

	<b>NORMAS INTERNACIONALES</b>	
	ISO 3637:1977	Women s and girls outerwear gartmens
	ISO 3638:1977	Size designation of clothes- Infant s garments
	ISO 3759:1994	Textiles—Preparation, making and measuring of fabric specimen and garments
	ISO 3636:1977/Cor1:1990	
	ISO 4416:1981	Size designation of clothes-- Women s and girls underwear, nightwear foundation garments and shirts
	ISO 4417:1977	Size designation of clothes-- headwear
	ISO 4418:1978	Size designation of clothes-- Gloves
	ISO 5971:1981	Size designation of clothes-- Pantyhose
	ISO 8559:1959	Garment construction and anthropometric surveys body dimensions
	ISO/TR 9240:1992	Textil—Design of apparel for reduced fire hazard
	ISO/TR 10652:1991	Standard sizing systems for clothes
	ISO 13935-1: 1999	Testiles- San tensile properties of fabrics and made-up textile article
	ISO 2801:1998	Clothing for protection against heat and flame
	ISO 5234:1980	Textile machinery and accessories

## 2.6 Mantenimiento y respaldo al producto

La Guanajuato Integradora Textil tiene tan solo 2 años de existencia pero las empresas que la forman tienen muchos años trabajando en el mercado nacional y algunas en mercado internacional, en el que se han recibido premios por su capacidad y calidad exportadora

además de reconocimientos de diversa índole de entre los cuales se mencionan dos reconocimientos de calidad otorgados por el Gobierno del Estado.

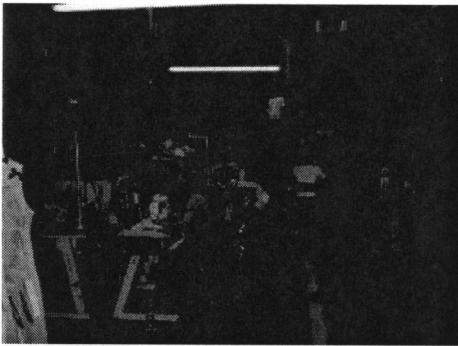
## 2.7 Costos de fabricación o de adquisición

Modelo	Prenda	Costo de Adquisición
04 001	Pantalón de mezclilla	\$ 120.75
04 008	Pantalón Capri de mezclilla	\$ 115.00
03 016	Pantalón Capri c/presillas	\$ 135.00
03 017	Pantalón Capri c/bolsas	\$ 135.00
01 009	Blusa	\$ 35.00
01 001	Blusa halter	\$ 49.00
03 001	Blusa asimétrica	\$ 69.00
03 002	Blusa c/eslabón al frente	\$ 80.00
03 003	Blusa c/moño	\$ 80.00
03 004	Blusa c/tirantes	\$ 55.00
03 013	Blusa lisa manga larga	\$ 105.00
03 015	Blusa combinada cuello V	\$ 105.00
03 018	Blusa cuello redondo estampada	\$ 65.00
03 019	Blusa cuello V estampada	\$ 65.00

Modelo	Prenda	Costo de Adquisición
03 005	Camisa manga larga	\$ 109.00
03 006	Camisa manga <sup>3</sup> / <sub>4</sub>	\$ 105.00
03 007	Falda c/cierres	\$ 99.00
03 008	Falda c/presillas	\$ 99.00
03 009	Falda tableada c/cenefa	\$ 125.00
03 010	Sobre todo con cenefa	\$ 145.00
03 011	Falda c/bolsa de parche	\$ 105.00
03 014	Vestido c/bolsa	\$ 184.00
04 010	Minifalda de mezclilla c/cartera	\$ 80.50
04 011	Minifalda de mezclilla c/tablón	\$ 80.50
04 012	minifalda de gabardina	\$ 69.00

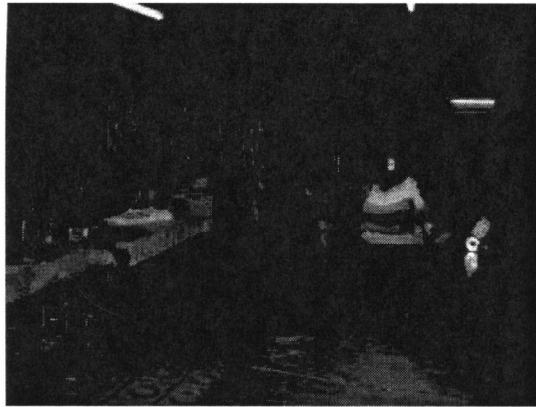
### 2.7.1 Diagrama de Planta



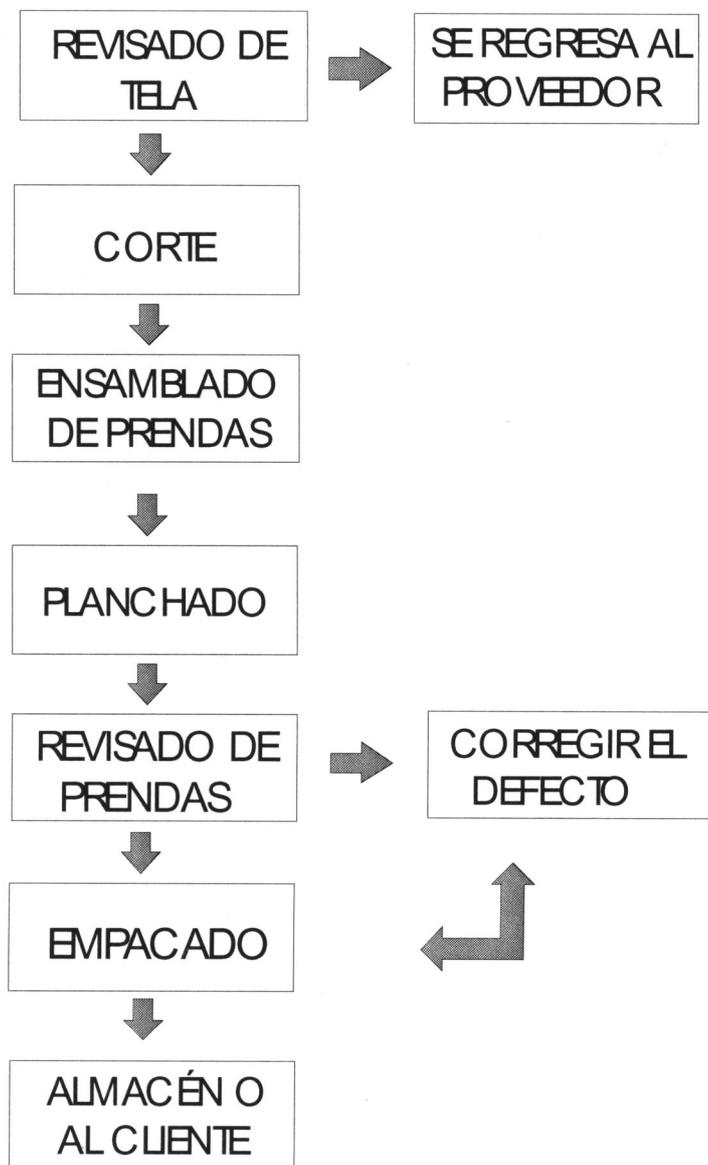


### SOCO Y MIGUEL





**2.7.2 Diagrama de proceso.**



**2.8 Valor para el cliente y ventajas competitivas del producto**

<b>Ventajas Competitivas GITSA</b>	<b>Ventajas Competitivas Competencia</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Diseños exclusivos</li> <li>➤ Productos de Calidad</li> <li>➤ Diversidad de Productos</li> <li>➤ Empresas con experiencia</li> <li>➤ Confiabilidad</li> <li>➤ Algunos de nuestros fabricantes hacen su propia materia prima.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tecnología de punta</li> <li>➤ Posicionamiento en el mercado</li> <li>➤ Mejor organización</li> <li>➤ Mayor experiencia Internacional</li> </ul>

**CAPITULO III**

## SELECCIÓN DEL MERCADO META

### 3. Selección del Mercado Meta

3.1 Situación actual de la industria Textil: en los ámbitos global y domestico y en los mercados preseleccionados

#### 3.1.1 Entorno Internacional

El sector de las industrias textil, del vestido es uno de los que más se han mundializado. Como consecuencia de este fenómeno, cada vez más rápido desde hace unos años, la distribución mundial de la producción y del comercio ha cambiado radicalmente en los dos últimos decenios.

La redistribución mundial de la industria textil se inició a finales del decenio de 1960 con la expansión de nuevos centros de producción en Asia. En ciertos casos, especialmente en el Asia meridional, los países productores iniciaron sus actividades ensamblando telas importadas y, progresivamente, se organizó una industria textil nacional. Muchos países en desarrollo imitaron esta estrategia "ascendente" de industrialización y, desde hace veinte años, el volumen de la producción textil crece a un ritmo medio de aproximadamente 1,2% en el mundo, frente a un 2,7% en los países en desarrollo y hasta un 3,6% en los países asiático y países en desarrollo.

No obstante, los países desarrollados consiguieron mantener una industria textil viable, principalmente en la gama superior del mercado, mediante medidas de reestructuración y de modernización. Gracias a ello, seis países desarrollados siguen figurando entre los diez primeros exportadores de textil por el valor de su producción.

La industria del **vestido**, concentrada en un principio en los países industrializados, se extendió por "oleadas" graduales a los países en desarrollo. En los 20 últimos años, la

mayor competencia de los países de salarios bajos hizo disminuir esta actividad en la mayoría de los países industrializados. Como la mayoría de los países productores del mundo en desarrollo son exportadores, desde 1970 casi han duplicado (hasta más del 60%) su cuota de mercado mundial del vestido. Los más eficaces son los países asiáticos. En Europa central y oriental, varias empresas extranjeras del ramo de la confección, atraídas por la proximidad del mercado europeo occidental, empezaron hace unos diez años a invertir y a concertar acuerdos de subcontratación, permitiendo a algunos de esos países, convertirse en importantes proveedores de vestido en esa región.

La industria del calzado presenta una estructura y unas características de producción análogas a las del vestido, y ha experimentado los mismos cambios en la distribución de la producción y del comercio internacional.

#### EMPLEO (ASPECTOS CUANTITATIVOS)

Desde el punto de vista cuantitativo, la distribución del empleo mundial se ha modificado considerablemente en el sector del vestido, y en menor medida en las industrias textil y el calzado, con el traslado de la producción de los países industrializados a los países en desarrollo, principalmente de Asia oriental y suboriental. Por ejemplo, en 1980-1985, 1985-1990 y 1990-1992 el empleo total en el sector estructurado de las industrias textil, del vestido y el calzado del Grupo "G7" de países de la OCDE disminuyó en un 17, 7 y 7%, respectivamente. Esta tendencia persistió en 1993-1994. En cambio, también en el período 1980-1992, en una muestra representativa de seis países asiáticos (República de Corea, China, Filipinas, India, Indonesia y Malasia), el empleo total de las empresas de las industrias textil, del vestido y el calzado del sector estructurado aumentó en un 17, un 13 y un 2%, respectivamente, en 1980-1985, 1985-1990 y 1990-1992. Por otra parte, el empleo en el sector no estructurado creció más deprisa en los países en desarrollo que en los países industrializados, lo cual intensificó el trasvase de puestos de trabajo de los países de ingresos altos a los de ingresos bajos.

En los países industrializados, el principal problema cuantitativo en materia de empleo sigue siendo, pues, el de mantener actividades viables y competitivos en el sector, con objeto de estabilizar el empleo en un nivel "socialmente aceptable". En los países en desarrollo, en cambio, se busca la competitividad en el plano internacional para conservar el nivel de empleo generado por la mundialización.

#### EMPLEO (ASPECTOS CUALITATIVOS)

En los países industrializados, el traslado de actividades de gran densidad de mano de obra a países en desarrollo ha recortado considerablemente las oportunidades de empleo de los trabajadores no cualificados. Se han perdido puestos de trabajo no cualificados en regiones que dependían en gran medida de estas industrias, y ha resultado difícil aplicar una política de readaptación profesional y de redistribución de los trabajadores, porque su nivel de formación inicial era muy bajo. Las nuevas técnicas adoptadas para modernizar las industrias textil, del vestido y el calzado han creado nuevas categorías de puestos de trabajo y nuevas oportunidades de empleo que exigen un nivel de calificación más alto, pero solamente un número limitado de trabajadores no cualificados han podido aprovecharlas.

En los países en desarrollo, los requisitos de los puestos de trabajo y de la formación necesaria dependen directamente del desarrollo del sector de las industrias del textil, el vestido y el calzado. En una fase inicial de desarrollo, las necesidades de formación son modestas, porque las técnicas de producción son relativamente sencillas. Pero al crecer, las empresas tienen que mejorar su calidad y utilizar tecnologías más complejas. Ello eleva rápidamente el nivel de formación necesario y los medios de formación existentes resultan insuficientes para satisfacer esta demanda.

Otro grave problema que no se ha resuelto es el de la flexibilidad cada vez mayor que precisan las empresas de las industrias textil, del vestido y el calzado. Ante la presión generada por la competencia internacional, a las empresas les resulta difícil garantizar una estabilidad en el empleo duradera. En el sector estructurado, propenden a sustituir los contratos permanentes a tiempo completos por otros de duración determinada, a tiempo

parcial o temporales. Se establecen asimismo acuerdos de subcontratación con empresas más pequeñas, en muchos casos del sector no estructurado. Por su parte, éstas recurren cada vez más a trabajadores a domicilio que ofrecen una flexibilidad óptima. Todos estos factores aumentan la precariedad del empleo, en particular en el caso de las trabajadoras, que constituyen la mayor parte de la mano de obra no cualificada del sector.

## CONDICIONES DE TRABAJO

En los países desarrollados, los ingresos reales se han mantenido estables o han aumentado incluso ligeramente gracias a una redistribución de la mano de obra en puestos de trabajo que requieren mayores calificaciones. No obstante, algunos grupos vulnerables como los trabajadores no cualificados (principalmente mujeres) y los trabajadores a domicilio están más expuestos y, para conservar sus puestos de trabajo, aceptan con menor reticencia unas condiciones de trabajo más difíciles y salarios más bajos. Los hechos evidencian en los países de ingresos altos y medianos unas disparidades crecientes entre los salarios de los trabajadores de las industrias del textil, el vestido y el calzado que se deben en gran medida a la generalización de la subcontratación. Las peores condiciones de trabajo rigen en el sector no estructurado, que es el último eslabón de la subcontratación y el que más expuesto está cuando se reducen los costos. Las innovaciones técnicas y la utilización de maquinaria moderna han contribuido a mejorar la seguridad y a prevenir ciertas enfermedades profesionales. A pesar de la promulgación de leyes sobre el particular, la inspección del trabajo sigue siendo inadecuada en muchos países en desarrollo y casi inexistente en el sector no estructurado.

La mundialización de las industrias del textil, el vestido y el calzado ha fomentado el desarrollo de una "economía sumergida". En el sector del vestido, en particular, el trabajo clandestino prolifera tanto en los países en desarrollo como en los países desarrollados. Las prendas de vestir se confeccionan en talleres que explotan abusivamente a una mano de obra integrada a menudo por migrantes clandestinos. En las zonas francas de exportación se priva con frecuencia a los trabajadores de las industrias textil, del vestido y el calzado de

sus derechos humanos fundamentales en materia de trabajo, en particular los de sindicación y de negociación colectiva.

El trabajo infantil sigue siendo en este sector una cruel realidad, y cabe incluso que haya aumentado en los últimos veinte años a causa del auge del sector no estructurado y del trabajo a domicilio, aunque esta tendencia empiece a invertirse con la presión creciente de diferentes organismos. Se adoptan cada vez más iniciativas para combatir el trabajo infantil y, de modo más general, para promover los derechos fundamentales de los trabajadores de las industrias textil, del vestido y el calzado. Un ejemplo notable de esta evolución son los "códigos de conducta" voluntarios que han elaborado las empresas multinacionales de las industrias del textil, el vestido y el calzado, tanto en el ámbito de la producción como de la venta al por menor.

#### CENTROAMERICA

1. Estos países son importadores netos de una gran cantidad de productos, en virtud de que la producción nacional o regional no existe o es muy limitada. Por otro lado su dotación de recursos naturales no incluye materias primas como el petróleo. Estos mercados pequeños no permiten lograr economías de escala en la fabricación local de bienes de las industrias automotriz, auto partes, siderúrgica, químico - farmacéutica, petroquímica, eléctrica y equipo de telecomunicación por mencionar algunas. De este hecho resultan oportunidades para proveer a estos mercados con bienes terminados que pueden aprovechar los exportadores mexicanos.

2. Los mercados de Centroamérica pueden ser atendidos por las PYMES mexicanas de manera adecuada, en virtud de que los volúmenes requeridos no son desproporcionados en función de su capacidad instalada para la producción de oferta exportable. Para las empresas grandes son atractivos estos mercados porque permiten diversificar su cartera de clientes internacionales, con inversiones mínimas en su plataforma de exportación.

3. En términos generales, en estos mercados se encuentran muchas oportunidades

comerciales, en una gran cantidad de nichos, para productos de calidad a buen precio, y también para productos de menor calidad a precios sumamente bajos. Aunque los volúmenes no son grandes, si son constantes. Las empresas exportadoras mexicanas puedan satisfacer estas condiciones de entrada al mercado.

4. La estabilidad económica, social y política en la región es relativamente mejor a la que actualmente se encuentra el exportador mexicano en otros mercados. La crisis económica y política en Argentina, Venezuela y Colombia; la guerra en Irak y el enfrentamiento de EE.UU. e Inglaterra con Francia y Alemania sobre la decisión de iniciar la guerra, por mencionar algunos casos, generan gran incertidumbre en los mercados. A pesar de que la situación no es fácil, en Costa Rica, Nicaragua y Panamá se puede funcionar en un ambiente de negocios más estable en la actualidad y en el futuro previsible. Cabe resaltar que la inversión mexicana directa acumulada en estos tres países alcanza aproximadamente 1.5 Miles de Millones de Dólares, por lo que se genera un elemento de confianza adicional.

5. Las ventajas que tienen los exportadores mexicanos para hacer negocios en Costa Rica y Nicaragua gracias a los Tratados de Libre Comercio no deben desaprovecharse. La vigencia del TLC con Costa Rica desde 1995 y con Nicaragua desde 1998 le permiten al proveedor mexicano algunas ventajas arancelarias frente a sus competidores.

### **3.1.2 Entorno Nacional**

La cadena fibras – textil – vestido es un sector estratégico en México, por su importante contribución al PIB, las exportaciones, las inversiones y la generación de empleo.

Esta cadena productiva, integrada por los eslabones de fibras químicas, textiles y confección, representa la cuarta actividad manufacturera más importante de México. En 2001 participó con el 1.2 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) total y 7.1 por ciento del PIB manufacturero; contribuyó con el 17.5 por ciento del empleo y con el 2.4 por ciento de la inversión en la industria manufacturera.

No obstante, el peso específico que tiene el la industria nacional y, de manera particular en la industria manufacturera, en los dos últimos años, esta cadena ha enfrentado una situación crítica, debido al incremento de la competencia internacional.

La agudización de la competencia por los mercados se ha dado especialmente con países que no compiten con las mismas reglas laborales, ambientales y de apoyos de sus gobiernos.

Ante este panorama, el Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría de Economía, y los organismos empresariales de la cadena elaboraron de manera conjunta el Programa para la Competitividad de la Cadena Fibras – Textil – Vestido.

### **3.2 Selección del Mercado Meta**

---

PARAMETROS DE SEGMENTACION					
EXTERNOS	BELICE	BOLIVIA	CHILE	COSTA RICA	GUATEMALA
Población	266,440	8,894,363	15,773,505	4,285,280	12,309,375
	1	3	5	2	4
PIB	US\$ 1.28 billion	US\$ 21.15 billion	US\$ 156.1 billion	US\$ 32 billion	US\$ 53.2 billion
	1	2	5	3	4
PNB per capita	US\$ 3,110	US\$ 990	US\$ 4,590	US\$ 3,810	US\$ 1,680
	3	1	5	4	2
Tasa de crecimiento de producción anual	3.70%	5%	4.30%	10.50%	3.50%
	2	4	3	5	1
Requerimientos normativos	1	3	5	4	2
Valor de las importaciones	US\$ 430 million	US\$ 1.6 billion	US\$ 15.6 billion	US\$ 6.4 billion	US\$ 5.6 billion
	1	2	5	4	3
Tamaño y tendencias del mercado	72,813	2,561,873	5,180,607	1,241,097	3,706,315
	1	3	5	2	4
Obstáculos a las importaciones	1	3	5	4	2
Intensidad de competencia	1	2	4	5	3
Afinidad cultural	4	2	1	3	5
Estabilidad social y política	Nivel bajo	Nivel bajo	Nivel medio	Nivel Medio	Nivel bajo
	3	1	5	4	2
Distancia geográfica	4	2	1	3	5
Apoyo institucional de su país en el mercado	Embajadas, Consulado	Embajada, Tratados Comerciales	Embajada, Tratados Comerciales	Embajada, Tratados Comerciales	Embajada, Tratados Comerciales
	1	2	5	4	3
Facilidad de distribución de su producto	Aeropuertos 42 Puertos 4	Aeropuertos 1081 Puertos 0	Aeropuertos 363 Puertos 11	Aeropuertos 151 Puertos 6	Aeropuertos 466 Puertos 5
	1	2	5	3	4
Familiaridad del consumidor	3	1	2	5	4
INTERNOS					
Experiencia de su empresa	3	2	1	5	4
Contactos previamente establecidos	3	2	1	4	5
Personal disponible para ese mercado	3	2	1	4	5
Recursos técnicos suficientes	3	2	1	4	5
Recursos financieros suficientes	3	2	1	4	5
Totales	40	43	66	76	72

Los parámetros de segmentación se clasificaron en escala del 1 al 5, donde 5 representa las mas alta calificación, por lo tanto el país meta obtiene una cantidad mayor de puntuación.

En este caso Costa Rica es el que obtuvo la mayor puntuación, el atractivo de este mercado es una serie de motivos fundamentados, de los cuales se mencionarán los principales a continuación:

El Tratado de Libre Comercio entre México y Costa Rica. Este fue firmado el 5 de abril de 1994, en el cual se eliminaron casi inmediatamente los aranceles en un 75%. Las exportaciones a Costa Rica se desgravarán de inmediato; 15% en 5 años, y 105% en 10 años.

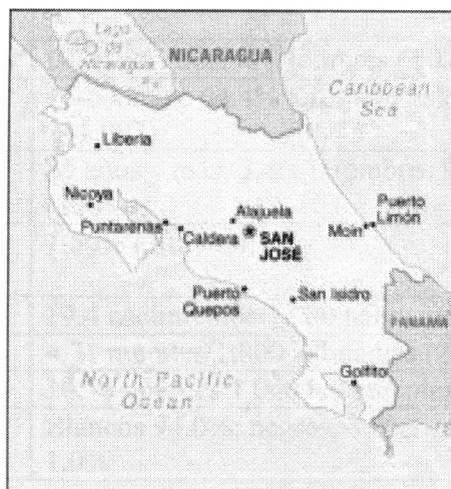
Afinidad cultural. Se puede encontrar que existen una gran cantidad de similitudes entre mexicanos y costarricense, entre algunas son el aspecto, idioma, religión además de las tendencias que tienen los costarricenses de imitar algunas costumbres mexicanas.

Socio estratégico para entrar a otros mercados de Centroamérica. Junto con Estados Unidos, México es una de los principales exportadores a Costa Rica.

Costa Rica es una de los países con mejor estabilidad económica de América central, además de su crecimiento de producción que se ha incrementado año con año al igual que su economía.

**3.3 Aspectos cualitativos del mercado. Características y segmentación del mercado. Prácticas comerciales y situación general de precios, canales y promoción.**

3.3.1 Aspectos cualitativos del mercado.



<b>Nombre Oficial</b>	Republica de Costa Rica
<b>Capital</b>	San José
<b>Ubicación</b>	Limita al norte con Nicaragua, al sur con Panamá, al este con el mar caribe y al oeste con el Océano Pacifico
<b>Superficie</b>	51,100 kilómetros cuadrados
<b>División Administrativa</b>	7 regiones
<b>Otras ciudades</b>	San Isidro, Cartago, Heredia, Alajuela, Liberia
<b>Moneda</b>	Colón costarricense
<b>Idioma</b>	Español (oficial)
<b>Tipo de cambio</b>	367.78 colones costarricenses por 1 USD

### 3.3.2 Características y segmentación del mercado

#### 3.3.2.1 Características del Mercado

El mercado meta al que va dirigido la ropa juvenil para dama, es para jóvenes de entre 15 y 25 años de clase media y alta que le gusta vestir a la moda.

Población:	Población: 3,896, 092 (Jul. 2003 est.)
Edades:	0-14años: 30.1% (Hombres 600,812; Mujer 573,375)
	15-64 años: 64.4% (Hombre 1, 269,667; Mujeres 1, 241,097)
	65 años y mas: 5.4% (Hombres 98,156, Mujeres 112,985) (2003 est.)
Tasa de crecimiento de la población:	1.56% (2003 est.)
Tasa de natalidad:	19.4 nacimientos/1,000 habitantes (2003 est.)
Tasa de mortalidad:	4.31 muertes/1,000 habitantes (2003 est.)
Tasa de mortalidad infantil:	10.56 muertes/1,000 nacimientos
Grupos étnicos:	Blancos 94.0%; negros, 3.0%; amerindios 1.0%; chinos 1.0%

#### 3.3.2.2 Determinación del Mercado

##### MERCADO POTENCIAL

Población Total		3, 896,092
(-) Población entre 0-14 años		<u>1, 174,187</u>
		2, 721,905
(-) Población rural	50%	<u>1, 360,952</u>
<b>(=) Mercado Meta Potencial</b>		<b>1, 360,953</b>
(-) Población analfabeta	7%	<u>89,993</u>
Mercado Potencial		1, 270,960
(-) Hombres	51%	<u>661,196</u>
Mercado Meta (Mujeres)		609,764
Mercado Meta %		15.65%

##### SEGMENTO DE MERCADO

Segmento Mujeres		609,764
Segmento en Dólares	USD\$ 15	9, 146,460

### 3.3.3 Prácticas Comerciales y Situación General de Precios

#### 3.3.3.1 Prácticas Comerciales

La unidad monetaria es el Colón, dividido en 100 centavos. Las tarjetas de crédito son aceptadas en la mayoría de los establecimientos turísticos y comerciales, sin embargo no son aceptadas en los pequeños comercios de artesanía. En cualquier caso, recomendamos llevar algunos dólares americanos en efectivo y cheques de viaje en dólares, dado que ésta es la moneda que puede cambiarse con mayor facilidad.

La gente en Costa Rica tiene la tendencia a imitar algunas costumbres de México. Los cargos, títulos y nombramientos son importantes. Las tarjetas de presentación así como la publicidad y folletos deben ser en español y es recomendable que también se realicen en inglés.

Las medidas y pesos deben ser en el Sistema Métrico Decimal y la cuota de precios debe estar de dólares estadounidenses.

En Costa Rica como en otros países de Latinoamérica se acostumbra usar la voz alta y ademanes en una negociación, no son puntuales, y debe de esperarse ser interrumpido ser interrumpido frecuentemente durante la negociación.

Las ventas son realizadas por un agente de ventas, las ofertas para contratos oficiales son hechas por parte de agentes residentes.

#### 3.3.3.2 Situación General de Precios

El precio de la ropa para dama en Costa Rica es de aproximadamente 5,516.7 colones costarricenses esto es \$ 15 USD

3.3.4 Canales y Promoción



Se va a utilizar este canal de distribución ya que el producto se va a manejar dentro de tiendas departamentales.

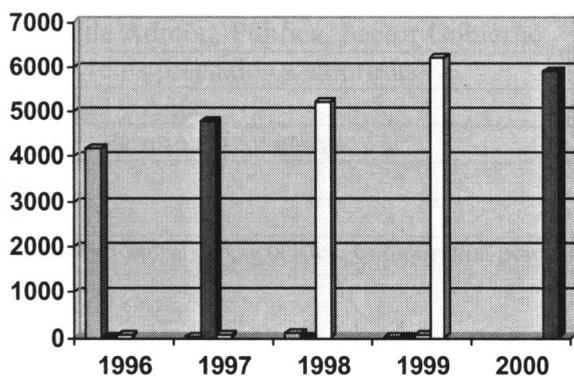
Para promocionar nuestro producto se asistirá a Ferias Internacionales, se contará con una pagina Web en la que se da información de todos los productos de la empresa así como de sus precios, su composición etc.

Durante las Ferias se hará entrega de tarjetas de presentación, trípticos y folletos con imágenes de algunos de nuestros productos además de tener los datos de la empresa y como contactarla.

3.4 Aspecto Cuantitativo del Mercado. Medición y Tendencias del Consumo y de las Importaciones, en Valor y/o volumen en los últimos años.

Costa Rica: Valor FOB de las exportaciones

1996-2000



Costa Rica: Principales productos Exportados e Importados			
2000			
Exportaciones		Importaciones	
Producto	Millones de dólares	Producto	Millones de Dólares
Maquila y Zona Franca	3,318.70	Materias Primas	3,634
Productos Manufacturados e Industriales	1,124.20	Bienes de Consumo	1,303
Banano	547	Bienes de Capital	1,025
Café	284.2	Total incluidos otros	6,564
Total incluidos otros	5,865		

Fuente: Economist Intelligence Unit Costa Rica March, 2002

ESTRUCTURA DEL PIB POR ACTIVIDAD ECONOMICA 2001	
ACTIVIDAD ECONOMICA	PARTICIPACION %
Industria Manufacturera	21.7
Comercio al por mayor, al por menor, restaurantes y hoteles	17.9
Servicios Comunes, Sociales y Personales	10.6
Agricultura, silvicultura y pesca	10.7
Transportes almacenamiento y comunicaciones	10.8
Servicios Financieros y seguros	4
Actividades inmobiliarias	4.9
Construcción	3.9
Servicios de Admón. Pública, Sector Gobierno	2.4
Otros servicios prestados a empresas	2.9
Electricidad y Agua	2.9
Extracción de minas y canteras	0.1
Otros	7.2
Total	100

Fuente: Banco Central de Costa Rica. Composición porcentual del PIB nominal por la industria

**COMERCIO BILATERAL 2001**

En este periodo la Balanza Comercial tuvo un saldo favorable de 153.9 millones de dólares para México respecto al mismo periodo del año anterior (2000), lo que represento un incremento de 47.8 millones de dólares en dicha balanza.

Las exportaciones de México crecieron el 18.1% en el periodo enero-diciembre del 2001, respecto al mismo periodo del año anterior. Destacando los medicamentos, articulo higiénicos, cables eléctricos, empaques de papel y cartón, champúes, entre otros.

Respecto a las importaciones mexicanas de productos costarricenses, estas se incrementaron solamente un 2.2% con relación al mismo periodo del año anterior. Este bajo crecimiento se explica principalmente, por la reducción en las importaciones de partes para computadoras bajo régimen de importación temporal fabricadas por Intel en Costa Rica, y la disminución de las importaciones de productos tradicionales como el aceite de coco. Los productos que cuentan con mayor participación de lo importaciones de origen costarricense son: Circuitos integrados híbridos, aceite de palma y sus fracciones, en bruto, partes y accesorios de; máquinas automáticas para el procesamiento de datos y sus unidades, lectores magnéticos u ópticos, máquinas para registro de datos sobre soportes en forma codificada y máquinas para el procesamiento de estos datos; pilas y baterías de pilas, eléctricas de dióxido de manganeso, hojas y bandas delgadas, de aluminio, simplemente laminadas, de espesor inferior o igual a 0.2 mm; muebles de plástico, escualos congelados sin filetear y aparatos secadores para el cabello, entre otros.

Por su parte, la Inversión de Costa Rica en México entre enero de 1994 y junio de 2001 sumó 17.25 millones de dólares, monto que representa el 80.5% de la inversión aportada por los países del Mercado Común Centroamericano (21.42 millones de dólares) y que le permite ocupar la primera posición entre estos países.

Fuente: [www.ccmexico.co.cr](http://www.ccmexico.co.cr)

### 3.4.1 Cuantificación de la Demanda

Para de terminar la medición y pronóstico del mercado, se utilizará la siguiente formula para estimar el segmento de mercado

$$Q = n \times q \times p$$

**Q:** Potencial total del mercado

**n:** Numero de compradores en el mercado / producto especifico

**q:** Cantidad comprada por el comprador medio

**p:** precio de una cantidad media

$$n = 585,851$$

$$q = 1$$

$$p = 15 \text{ usd}$$

$$Q = 585,851 * 1 * 15$$

$$\underline{Q = 8,787,765 \text{ usd}}$$

## 3.5 Barreras de Acceso al Mercado

### 3.5.1 Barreras Arancelarias

México y Costa Rica cuentan con un tratado de libre comercio por lo que las prendas para dama cuentan con un trato preferencial y esto se vera reflejado en el pago de impuestos a la importación ya que se encuentra exento.

### 3.5.2 Barreras no Arancelarias

Las únicas Barreras no arancelarias que se toca en este tratado son las reglas de origen que son los requisitos mínimos de fabricación, contenido o elaboración en la región que debe cumplir un producto para poder ser considerado como originario de la región compuesta por Costa Rica y México; es decir, para que el producto tenga derecho a los beneficios del tratado en materia de aranceles aduaneros. Las reglas de origen negociadas en este acuerdo siguen la misma metodología que los demás tratados negociados en el continente y su propósito es fomentar la utilización de insumos de la región.

Los bienes serán considerados de la región cuando: sean totalmente obtenidos o producidos en la región, cumplan con un cambio de clasificación arancelaria específico para ese bien, o cumplan con un requisito de contenido regional. El valor general de contenido regional aplicable será de 50%.

## 3.6 Análisis de la Competencia tanto Domestica como Internacional

### 3.6.1 Competencia local

- GARGUD S.A.
- CENTRO INDUSTRIAL MANUFACTURERO EL ROBLE S.A.
- INDUSTRIAS ALVA MARLEN S.A.
- STATUS TEXTILES S.A.
- MODAS BONDI S.A.
- J.W MACROTEXTIL COMP. EXT. S.A.
- CONFECCIONES V.F. S.A.

[www.textilescr.com](http://www.textilescr.com)

### 3.6.2 Competencia Internacional

PAÍSES
Estados Unidos
Unión Europea
Venezuela

## 3.7 Análisis del Microentorno, Detección de Oportunidades y Amenazas

### 3.7.1 Análisis del Microentorno

#### Ambiente

Una cadena montañosa de dirección noroeste-sudeste, con grandes conos volcánicos, atraviesa el país. Allí se encuentran las más altas densidades de población rural de América Latina, en general pequeños y medianos productores que utilizan técnicas agrícolas modernas. El café es el principal cultivo comercial. Las tierras bajas de la costa del Caribe y del Pacífico difieren por sus condiciones climáticas y de vegetación: en las del Caribe, con densa selva tropical, se cultiva cacao; en las del Pacífico, más secas, se practica ganadería extensiva y hay cultivos de caña azucarera con riego artificial y arroz. La deforestación ha incidido en la erosión del suelo y convertido a las áreas de pasturas en tierras de muy baja fertilidad.

#### Religión

El 81,3% de la población profesa la religión católica; protestantes evangélicos 15%.

#### Lenguas Oficiales

El español, oficial y mayoritario. En la provincia atlántica de Limón se habla una variante derivada del inglés, el mekaiteliu. Varias lenguas indígenas.

## Estadísticas

<b>Población:</b>	<b>3, 956,507</b> (Julio 2004 est.)
<b>Edades:</b>	0-14 años: 29.5% (Hombres 597,332; Mujer 570,008)
	15-64 años: 65% (Hombre 1,300,206; Mujer 1,271,010)
	65 años y mas: 5.5% (Hombre 101,270; Mujer 116,681) (2004 est.)
<b>Tasa de crecimiento de población:</b>	1.52% (2004 est.)
<b>Tasa de natalidad:</b>	18.99 nacimientos/1,000 habitantes (2004 est.)
<b>Tasa de mortalidad:</b>	4.32 muertes/1,000 habitantes (2004 est.)
<b>Tasa de mortalidad infantil:</b>	10.26 muertes/1,000 nacimientos
<b>Grupos Étnicos:</b>	Blancos 94.0%; negros, 3.0%; amerindios,1.0%; chinos 1.0%

## Educación

Costa Rica posee uno de los niveles de alfabetización más altos de América Latina, estimado en el 93% de la población. La educación primaria y secundaria es gratuita, y la asistencia obligatoria entre los 6 y 13 años de edad. La Universidad de Costa Rica, en San José, se fundó en 1843 y cuenta con 28.200 estudiantes.

## Economía

La economía de Costa Rica continúa siendo básicamente agrícola, a pesar del desarrollo industrial desde los primeros años de la década de 1960. En un esfuerzo por introducir una economía diversificada, se ha dado mayor énfasis a la producción ganadera. El nivel de vida, en general, es alto para el promedio de Latinoamérica, y el país cuenta con una extensa clase media. Entre 1970 y 1987, Costa Rica recibió cerca de 1.200 millones de

dólares en créditos y subvenciones por parte de Estados Unidos. El producto interior bruto (PIB) se eleva a unos 9090 millones de dólares, lo que da una renta per cápita anual de casi 5850 dólares (según los cálculos del Banco Mundial para el periodo 1996-1998). A finales de 1996, el presupuesto anual estimado era de 3432 millones de dólares en importaciones y 3432 millones de dólares en exportaciones.

### **Moneda y Comercio Exterior**

La unidad monetaria es el colón. El Banco Central de Costa Rica, fundado en 1950, es el banco emisor de moneda y el que administra las reservas extranjeras. Los principales productos exportados son café, plátano, cerveza, textiles y azúcar. Las importaciones más importantes son bienes manufacturados, maquinaria, equipo de transporte, productos químicos, petróleo crudo y productos alimenticios. Costa Rica comercia sobre todo con Estados Unidos, Alemania, Guatemala, El Salvador, Venezuela y Japón. La entrada de Costa Rica, en 1963, en el Mercado Común de América Central provocó importantes incrementos en el comercio con esa región.

### **Crecimiento y Estabilidad**

La economía de Costa Rica se encuentra creciendo favorablemente, con una relativa estabilidad financiera, pero condicionada a su débil situación fiscal y a una situación externa tampoco del todo confortable. Algunos aspectos preocupan sobre la evolución de algunas variables económicas que podrían producir una desmejora de la competitividad nacional en el mediano plazo.

## **Industria**

La industria de Costa Rica está formada principalmente por pequeñas y medianas empresas dedicadas al secado del café, aserraderos y a la producción de queso, artículos de madera, cerveza y licores. Las fábricas de mayor tamaño producen derivados del petróleo, muebles, papel, textiles, productos químicos y farmacéuticos, plásticos, lámparas, botas, cigarros y puros. Costa Rica produjo cerca de 2.900 millones de Kwh. de electricidad a principios de la década de 1990; aproximadamente el 98% de la energía se generó en instalaciones hidroeléctricas.

### **3.7.2 Determinación de Oportunidades y Amenazas**

#### **3.7.2.1 Oportunidades del Sector**

El crecimiento del producto interno bruto se ubica alrededor de 8 por ciento, muy por encima del promedio de la década de los noventa (4 por ciento). Mientras que el valor agregado de la compañía Intel crece este año 281 por ciento con respecto a 1998, para llegar a representar cerca de 7 por ciento del total de la economía, el resto de la producción interna crece tan solo 2.9 por ciento.

La inflación y la devaluación (cerca de 10 por ciento cada una para 1999) están por debajo del promedio de los últimos 10 años (17 y 13, respectivamente). La política monetaria restrictiva aplicada por el Banco Central hacia finales de 1998 y principios del presente mantuvo los principales agregados monetarios bajo control. El crédito al sector privado, por ejemplo, después de crecer 51 por ciento en 1998, en 1999 creció alrededor de 20 por ciento.

Producto de una política monetaria un poco menos restrictiva de parte del ente emisor en el segundo semestre de 1999, las tasa de interés pasivas del sistema financiero nacional descendieron cerca de 5 puntos porcentuales, de 24.5 a 19 por ciento. La tasa pasiva, sin

embargo, se mantiene elevada en términos reales, alrededor de 10 por ciento, con un premio por invertir en colones de unos 4 puntos.

### 3.7.2.2 Amenazas del sector en el Mercado

El aumento de exportaciones de las empresas amparadas al régimen de Zona Franca, han modificado substancialmente la medición de la producción nacional. Debido a que el PIB mide todos los productos elaborados en el territorio nacional, el valor agregado total de dichas operaciones se debe incluir en él, a pesar de que incluye un componente importante de rentas que no permanecen en el país. El crecimiento de la producción de la economía fuera de la Zona Franca se estima que fue de poco menos de 3 por ciento para 1999, lo cual es menor al promedio de crecimiento del PIB para la década de los noventa, y significa un leve decrecimiento del PIB per cápita.

La industria de las prendas de vestir es una de las más grandes en Costa Rica y esto sería una de las principales amenazas para el producto.

## CAPITULO IV

### ASPECTOS OPERACIONALES

#### 4.1 Definición de objetivos y metas en el mercado seleccionado

##### 4.1.1 Objetivos

- Posicionar la marca en tiendas y centros comerciales mas de Costa Rica
- Dar a conocer la marca y la empresa en el mercado de Costa Rica.
- Abrirnos a mercados de otros países de Centroamérica.

##### 4.1.2 Metas.

- Mandar 5,000 prendas por mes al mercado meta.
- Posicionar la marca en boutiques y tiendas departamentales en un periodo de 1 a 2 años

#### 4.2 Adecuaciones a la mezcla de Mercadotecnia.

##### ➤ Producto

- Ropa juvenil para dama (Pantalones, blusas, sweater, etc.) entre 15 a 35 años

##### ➤ Precio

- Descuentos por volumen
- Descuentos por pronto pago

##### ➤ Plaza

- Tiendas departamentales.
- Boutiques.

##### ➤ Promoción

- Asistir a Ferias Internacionales
- Repartir folletos, catálogos, trípticos.
- Elaborar una pagina Web

### **4.3 Estrategias de entrada al mercado**

#### 4.3.1 Estrategia de entrada al mercado

Algunos de los empresarios que forman parte de GITSA elaboran su propia materia prima, esto nos permitirá obtener costos muy bajos y competitivos en el mercado de Costa Rica. La estrategia de entrada es por liderazgo en costos.

#### 4.3.2 Entrada al mercado

Nuestro destino es la ciudad de San José, Costa Rica ya que es la capital además de ser uno de los lugares que mas desarrollo tiene este país.

San José (ciudad, Costa Rica), ciudad y capital de Costa Rica y de la provincia de San José, en la cordillera central del país sobre el valle de San José. Situada a una altitud de 1.170 m, es la ciudad más grande del país y una de las más pobladas de Centroamérica; es además un importante centro comercial, manufacturero, de transporte y cultural para la región agrícola que la rodea, en la cual se produce café, caña de azúcar y ganado.

Las actividades administrativas, gubernamentales y turísticas también son importantes para la economía de la ciudad. San José, que cuenta con una mezcla de edificios de la época colonial española y de arquitectura moderna, es la sede de la Universidad de Costa Rica (1843), en la cual se encuentran la Organización de Estudios Tropicales y el Centro Demográfico de América Latina, la Biblioteca Nacional y los Archivos Nacionales. Como atractivos arquitectónicos, destacar el Museo Nacional, que contiene exposiciones de arte y de historia natural, la catedral del siglo XVIII, la plaza de la Estación, así como el Teatro Nacional, cuyo diseño es similar al de la Ópera de París, y el palacio Nacional

#### 4.4. Cotización, Incoterms, Transporte y Seguro.

##### 4.4.1 Cotización

Embarque mensual 5,000 piezas	Valor en Pesos		T.C. 11.30 Valor en Dólares	
	Unidad	Total	Unidad	Total
	Costo de Producción	\$ 105.00	\$525,000.00	\$ 9.29
Utilidad 30%	\$ 45.00	\$225,000.00	\$ 3.98	\$ 19,900.00
Precio de Venta EXW	\$ 150.00	\$750,000.00	\$ 13.27	\$ 66,350.00
Maniobras	\$ 0.36	\$ 1,808.00	\$ 0.03	\$ 160.00
Flete y Seguro Uriangato-Manzanillo	\$ 2.49	\$ 12,430.00	\$ 0.22	\$ 1,100.00
Despacho Aduanal de Exportación.	\$ 0.57	\$ 2,825.00	\$ 0.05	\$ 250.00
Flete y Seguro Manzanillo-Puerto Caldera Cont. 20 Pies	\$ 1.92	\$ 9,605.00	\$ 0.17	\$ 850.00
CIF	\$ 155.33	\$776,668.00	\$ 13.75	\$ 68,750.00

\* Se sacó el promedio del precio de todas las prendas a exportar.

##### 4.4.2 Incoterm

El incoterm elegido será CIF (costo, seguro y flete) al Puerto Caldera en Costa Rica.

##### 4.4.3 Transporte

La transportación del producto será multimodal (vía terrestre y marítima), primero saldrá por vía terrestre de la ciudad de Uriangato, Gto., hasta la ciudad de Manzanillo, Col., para después ser enviado por vía marítima hasta Puerto Caldera, Costa Rica, después será enviado a la ciudad de San José por vía terrestre.

#### **4.5. Envase y Embalaje.**

Los conjuntos para dama irán protegidos por bolsas de polietileno, estos a su vez en cajas de cartón corrugado de 60\*60\*40 con una capacidad aproximada ya que son distintos tipos de ropa (Pantalones, blusas, sweater etc.) de 60 piezas por caja.

Las cajas se fletarán perfectamente para que estén seguras y no se muevan durante el transcurso del viaje, el pallet que se utilizará es de tipo marítimo con medidas de 120\*120 en el cual tiene capacidad de 4 cajas por cama y 4 de estiba, en total el pallet llevará 16 cajas con 60 piezas en este caso serian blusas.

En un contenedor de 40 pies le caben 20 pallets esto nos da un total de 320 cajas por contenedor, cada pallet con 16 cajas y cada caja con 60 blusas esto nos da un total de 19,200 piezas por contenedor y un peso aproximado de 336 Kg. Por pallet y 6,720 Kg. por contenedor.

#### **4.6. Documentos y Tramites**

- Pedimento de Exportación.
- Certificado de Origen.
- Carta de encomienda
- Hill of lading
- Factura comercial
- Carta de instrucciones
- Lista de empaque
- RFC

#### **4.7. Contrato y Formas de Pago.**

##### **4.7.1 Contrato.**

Se utilizará el contrato de Compra-Venta Internacional de Mercaderías. (Ver anexo 1)

#### 4.7.2 Forma de pago

La forma de pago se realizará a través de una Carta de Crédito Confirmada e Irrevocable ya que de esta forma tendremos una garantía de pago, siempre y cuando nuestra documentación esté correcta.

#### 4.8 Tabla de Actividades.

Actividades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Misión al mercado meta	X											
Adecuación del producto al mercado meta		X	X									
Promoción del producto				X	X	X						
Exportar							X	X	X	X	X	X

## CAPITULO V

### ASPECTOS FINANCIEROS

#### 5.1 INVERSIONES

La Guanajuato Integradora Textil SA de CV tiene una amplia experiencia en la producción de ropa para dama por lo cual en el siguiente capítulo comprobaremos si este proyecto es rentable.

##### 5.1.1 PRESUPUESTO DE INVERSIONES

Para realizar este presupuesto se tomo en cuenta solamente el Capital de trabajo ya que no hay Inversión Fija ni Diferida.

#### RESUMEN DE INVERSIONES

Inversión Fija	0
Inversión diferida	0
Capital de Trabajo	6,416,668
<b>Inversión Total</b>	<b>6,416,668</b>

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Materia Prima	6,300,000
Gastos de Exportación	26,668
Publicidad	30,000
Ferías	60,000
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>6,416,668</b>

<b>INVERSION FIJA</b>	
Total Inversión Fija	0

<b>INVERSION DIFERIDA</b>	
Total Inversión Diferida	0

### 5.1.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos del proyecto están conformados por la producción anual la cual va a satisfacer parte de la demanda.

AÑO	1	2	3	4	5
Volumen de Exportación	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000

Inflación de Costa Rica	9%				
Precio de Venta	155	169	185	201	219
Ingresos	9,324,000	10,163,160	11,077,844	12,074,850	13,161,587

El Presupuesto de Egresos se elaboro prácticamente con el Capital de trabajo ya que es el único tipo de inversión directamente relacionado con la venta

### 5.1.3 PRESUPUESTO DE EGRESOS

AÑO	1	2	3	4	5
Volumen de Exportación	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000

<b>Costos Variables</b>					
Costo de producción	6,300,000	6,552,000	6,814,080	7,086,643	7,370,109
Gastos de exportación	26,668	27,735	28,844	29,998	31,198
<b>Total de costos variables</b>	<b>6,326,668</b>	<b>6,579,735</b>	<b>6,842,924</b>	<b>7,116,641</b>	<b>7,401,307</b>
<b>Costos fijos</b>					
Ferías	60,000	62,400	64,896	67,492	70,192
Publicidad	30,000	31,200	32,448	33,746	35,096
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>90,000</b>	<b>93,600</b>	<b>97,344</b>	<b>101,238</b>	<b>105,287</b>

<b>Costos Totales</b>	<b>6,416,668</b>	<b>6,673,335</b>	<b>6,940,268</b>	<b>7,217,879</b>	<b>7,506,594</b>
-----------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Con la finalidad de obtener los indicadores más representativos y con base al análisis que deberá hacerse del proyecto, se procederá a la elaboración del Estado de Resultados Pro forma.

## 5.2 ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

<b>Ingresos</b>	<b>9,324,000</b>	<b>10,163,160</b>	<b>11,077,844</b>	<b>12,074,850</b>	<b>13,161,587</b>
<b>Costos Variables</b>	<b>6,326,668</b>	<b>6,579,735</b>	<b>6,842,924</b>	<b>7,116,641</b>	<b>7,401,307</b>
UTILIDAD MARGINAL	2,997,332	3,520,42300	4,127,658	4,846,657	5,595,196
<b>Costos Fijos</b>	90,000	93,600	97,344	101,238	105,287
Utilidad Antes de Impuesto	2,907,332	3,489,825	4,137,576	4,856,972	5,654,993
Impuestos	930,346	1,465,727	1,737,782	2,039,928	2,375,097
<b>Utilidad Neta</b>	<b>1,976,986</b>	<b>2,024,099</b>	<b>2,399,794</b>	<b>2,817,044</b>	<b>3,279,896</b>
<b>flujos netos de efec</b>	<b>1,976,986</b>	<b>2,024,099</b>	<b>2,399,794</b>	<b>2,817,044</b>	<b>3,279,896</b>
<b>Rendimiento s/ inv</b>	<b>30.81%</b>	<b>31.54%</b>	<b>37.40%</b>	<b>43.90%</b>	<b>51.12%</b>

Como se aprecia en el Estado de Resultados desde el primer año se obtiene un margen de utilidad considerablemente bueno.

## 5.3 PUNTOS DE EQUILIBRIO

AÑO	1	2	3	4	5
Piezas a exportar	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
Costos fijo	90,000.00	93,600.00	97,344.00	101,237.76	105,287.27
Costo Variable	6,326,668.00	6,579,734.72	6,842,924.11	7,116,641.07	7,401,306.72
Costo Variable unitario	105.44	109.66	114.05	118.61	123.36
Precio unitario	155.40	161.62	168.08	174.80	181.80
Punto de equilibrio (Pza)	1801.60	1801.60	1801.60	1801.60	1801.60
Punto de equilibrio (\$)	\$ 279,968.99	\$ 291,167.75	\$ 302,814.45	\$ 314,927.03	\$ 327,524.11

## 5.4 COSTO DE CAPITAL

TREMA

TREMA	0.04	0.06	0.0024	10.24%
-------	------	------	--------	--------

## 5.5 EVALUACION FINANCIERA

### 5.5.1 VALOR PRESENTE NETO

VALOR PRESENTE NETO (VPN).

<b>(II)</b> Inversión Inicial	-556,668
<b>(FE1)</b> Flujo Efectivo 1	1,976,986
<b>(FE2)</b> Flujo Efectivo 2	2,024,099
<b>(FE3)</b> Flujo Efectivo 3	2,399,794
<b>(FE4)</b> Flujo Efectivo 4	2,817,044
<b>(FE5)</b> Flujo Efectivo 5	3,279,896

$$VPN = (II + ((FE1/1.1024) + (FE2/1.2153) + (FE3/1.3397) + (FE4/1.4769) + (FE5/1.6282))$$

$$VAN = -556,668 + 8,992,866$$

$$VPN = 8,436,198$$

5.5.2 PERIODO DE RECUPERACION DE LAS INVERSIONES

<b>Año</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Flujo Neto de Efectivo	-556,668	1,976,986	1,987,557	2,337,582	2,752,343	3,184,147
Flujo Neto de Efectivo Acumulado		1,420,318	3,407,875	5,745,458	8,497,801	11,681,948

CALCULO DEL TIR

<b>(II)</b> Inversión Inicial	-556,668
<b>(FE1)</b> Flujo Efectivo 1	1,976,986
<b>(FE2)</b> Flujo Efectivo 2	2,024,099
<b>(FE3)</b> Flujo Efectivo 3	2,399,794
<b>(FE4)</b> Flujo Efectivo 4	2,817,044
<b>(FE5)</b> Flujo Efectivo 5	3,279,896

TIR= 24%

COMPARACION TIR CONTRA TREMA

TIR= 24%

TREMA= 10.24%

En esta comparación se puede apreciar que la TIR es mayor que la TREMA con un 13.76% lo cual indica que este proyecto si cumple con las expectativas de los propietarios

## CONCLUSIÓN

En estos días para que una empresa pueda salir adelante es necesario ampliar nuestros mercados, ese es el objetivo de este trabajo.

Este proyecto nos mostró datos con los cuales podemos deducir que los países de Centroamérica son muy influenciados por la cultura mexicana y por lo tanto son muy aceptados los productos de México.

Costa Rica es uno de los países con una economía más estable además de que contamos con un Tratado de Libre Comercio en el que ya casi todos los productos ya no tienen arancel.

También es importante mencionar la experiencia que tienen los productores que forman la Guanajuato Integradora Textil, ya que tienen experiencia exportadora además de fabricar ropa de muy buena calidad y excelentes precios.

En conclusión podemos decir que este proyecto es muy viable gracias a que se cuenta con un producto de calidad, de buen precio, un mercado abierto a nuevos productos y sobre todo que tiene una necesidad a satisfacer.

Esperamos que lo investigado en este proyecto pueda ser llevado a la realidad y así aportar un granito de arena para apoyar a la economía de este país.

# ANEXOS

ANEXO 1

**CONTRATO DE COMPRA-VENTA INTERNACIONAL DE  
MERCADERIAS**

CONTRATO DE COMPRA-VENTA QUE CELEBRAN POR PARTE DE UNA PARTE LA EMPRESA GUANAJUATO INTEGRADORA TEXTIL S.A. DE C.V. Y POR OTRA PARTE LA EMPRESA ALMACENES ÉXITO REPRESENTADA POR LA LIC. ALEXANDRA GOMEZ\_FERNANDEZ A QUIENES EN LO SUCESIVO SE LES DENOMINARÁ “LA VENDEDORA” Y “LA COMPRADORA” RESPECTIVAMENTE, QUIENES MANIFIESTAN BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, LOS SIGUIENTES;

**ANTECEDENTES:**

**PRIMERO.- DECLARA “LA VENDEDORA”:**

I. QUE ES UNA SOCIEDAD ANONIMA LEGALMENTE CONSTITUIDA DE CONFORMIDAD CON LAS LEYES DE LA REPUBLICA MEXICANA EL 5 DE FEBRERO DE 1970 EN LA CIUDAD DE URIANGATO, GTO.

II. QUE DENTRO DE SU OBJETO SOCIAL SE ENCUENTRA ENTRE OTRAS ACTIVIDADES, LAS DE FABRICACIÓN, COMERCIALIZACIÓN, IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR.

III. QUE CUENTA CON LA CAPACIDAD, CONOCIMIENTOS, EXPERIENCIA Y ELO PERSONAL ADECUADO PARA REALIZAR LAS ACTIVIDADES A QUE SE REFIERE LA DECLARACIÓN QUE ANTECEDE.

IV. QUE EL MIGUEL ANGEL ROSILES AGUADO ES SU LEGITIMO REPRESENTANTE EN CONSECUENCIA, SE ENCUENTRA DEBIDAMENTE FACULTADO PARA SUSCRIBIR EL PRESENTE INSTRUMENTO Y OBLIGAR A SU REPRESENTADA EN LOS TERMINOS DEL MISMO.

V. QUE TIENE SU DOMICILIO EN MORELOS 103-A INTERIOR 1, URIANGATO, GTO. C.P. 38980 MISMO QUE SEÑALA PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES QUE HAYA LUGAR.

VI. SER PROPIETARIO DE LOS SIGUIENTES BIENES:  
ROPA PARA DAMA EN TEJODO DE PUNTO Y TEJIDO PLANO DE DIFERENTES TALLAS Y MODELOS.

**SEGUNDO.- DECLARA “LA COMPRADORA”:**

I.- QUE ES UNA EMPRESA CONSTITUIDA DE ACUERDO CON LAS LEYES DE LA REPUBLICA DE COSTA RICA Y QUE SE DEDICA ENTRE OTRAS ACTIVIDADES A LA COMERCIALIZACIÓN E IMPORTACION DE LOS PRODUCTOS A QUE SE REFIERE LA DECLARACIÓN II DE LA VENDEDORA.

II.- QUE CONOCE LAS CARACTERISTICAS Y ESPECIFICACIONES DE LOS PRODUCTOS OBJETO DEL PRESENTE CONTRATO.

III. QUE LA LIC. ALEXANDRA GOMEZ FERNANDEZ ES SU LEGITIMA REPRESENTANTE Y ESTA FACULTADO PARA SUSCRIBIR ESTE CONTRATO.

IV.- QUE TIENE SU DOMICILIO EN LA CALLE 134 No. 14-51\_ SAN JOSE COSTA RICA MISMO QUE SEÑALA PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES A QUE HAYA LUGAR.

**TERCERO.- AMBAS PARTES DECLARAN:**

I.- QUE TIENEN INTERES EN REALIZAR OPERACIONES COMERCIALES A QUE SE REFIERE EL PRESENTE CONTRATO, DE CONFORMIDAD CON LAS ANTERIORES DECLARACIÓN.

II.- QUE SE RECONOCEN MUTUAMENTE SU PERSONALIDAD Y PERSONERIA, Y QUE ADEMAS NO EXISTE ELEMENTO ALGUNO QUE HAGA NULO TOTAL O PARCIALMENTE O INEXISTENTE EL

PRESENTE CONTRATO, COMPROMETIENDOSE ADEMAS A LO ESTIPULADO EN LAS SIGUIENTES

**CLAUSULAS:**

**PRIMERA.- OBJETO DEL CONTRATO.** POR MEDIO DE ESTE INSTRUMENTO "LA VENDEDORA" SE OBLIGA A VENDER A "LA COMPRADORA" A ADQUIRIR ROPA PARA DAMA EN TEJIDO DE PUNTO Y TEJIDO PLANO EN DIFERENTES TALLAS Y MODELOS.

**SEGUNDA.- PRECIO.** EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS OBJETO DE ESTE CONTRATO QUE LA "COMPRADORA" SE COMPROMETE A PAGAR SERÁ LA CANTIDAD DE USD 825,000 (OCHOSIENTOS VEINTICINCO MIL DOLARES 00/USD) CIF. PUERTO DE MANZANILLO INCOTERMS, 2000 CCI.

AMBAS PARTES SE COMPROMETEN A RENEGOCIAR EL PRECIO ANTES PACTADO, CUANDO ÉSTE SEA AFECTADO POR VARIACIONES EN EL MERCADO INTERNACIONAL O POR CONDICIONES ECONOMICAS, SOCIALES Y POLITICAS EXTREMAS EN EL PAÍS DE ORIGEN O EN EL DESTINO, EN PERJUICIO DE CUALQUIERA DE LAS PARTES.

**TERCERA.- FORMA DE PAGO.** "LA COMPRADORA" SE OBLIGA A PAGAR A "LA VENDEDORA" EL PRECIO PACTADO EN LA CLAUSULA ANTERIOR MEDIANTE UNA CARTA DE CREDITO CONFIRMADA E IRREVOCABLE.

DE CONFORMIDAD CON LO PACTADO EN EL PARRAFO ANTERIOR, "LA COMPRADORA" SE COMPROMETE A REALIZAR LAS GESTIONES CORRESPONDIENTES, A FIN DE QUE SE ESTABLESCA LA CARTA DE CREDITO CONFIRMADA E IRREVOCABLE EN LAS CONDICIONES ANTES SEÑALADAS.

**CUARTA.- ENVASE Y EMBALAJE DE MERCANCIAS.** “LA VENDEDORA” SE OBLIGA A ENTREGAR LAS MERCANCIAS OBJETO DE ESTE CONTRATO, EN EL LUGAR SEÑALADO EN LA CLAUSULA SEGUNDA ANTERIOR CUMPLIENDO CON LAS ESPECIFICACIONES SIGUIENTES:

LA MERCANCIA IRA PROTEGIDA POR BLOSAS DE POLIETILENO, ESTOS A SU VEZ VAN EN CAJAS DE 60\*60\*40 CON UNA CAPACIDAD DE 60 PIEZAS, CADA CAJA TIENE UN PESO APROXIMADO DE 21 KG.

LAS CAJAS SE FLEJARAN PERFECTAMENTE PARA QUE ESTEN SEGURAS Y NO SE MUEVAN DURANTE EL TRANCURSO DEL VIAJE, EL PALLET QUE SE UTILIZARA ES DE TIPO MARITIMO CON MEDIDAS DE 120 \* 120 EN EL CUAL LA CAPACIDAD ES DE 4 CAJAS DE CAMA Y 4 DE ESTIBA, EN TOTAL EL PALLET LLEVARA 160 CAJAS CADA UNA CON 60 PIEZAS.

EL CONTENEDOR SELECCIONADO FOE DE 20” PARA CARGA SECA, EL CUAL MIDE 2.40M DE ANCHO, 6.10M DE LARGO Y 2.23M DE ALTO.

**QUINTA.- FECHA DE ENTREGA.** “LA VENDEDORA” SE OBLIGA A ENTREGAR LAS MERCANCIAS A QUE SE REFIERE ESTE CONTRATO DENTRO DE LOS 15 DÍAS POSTERIORES A LA FECHA EN QUE SE RECIBA LA CONFIRMACION DE LA CARTA DE CREDITO CONFIRMADA E IRREVOCABLE QUE SE MENCIONA EN LA CLAUSULA TERCERA DEL PRESENTE CONTRATO.

**SEXTA.- CERTIFICACION DEL PRODUCTO.** LA PARTE VENDEDORA SE COMPROMETE A ENTRGAR LOS PRODUCTOS DEBIDAMENTE CERTIFICADOS Y ACEPTADOS POR LAS AUTORIDADES COMPETENTES DEL PAÍS DE ORIGEN Y DE DESTINO PARA SU LEGAL Y EFICAZ APROVECHAMIENTO.

**SEPTIMA.- RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO.** EN CASO DE QUE EL O LOS PRODUCTOS NO CUMPLAN CON LAS

ESPECIFICACIONES ACORDADAS DENTRO DEL PRESENTE CONTRATO POR RESPONSABILIDAD A ALGUNA DE LAS PARTES, LA RESPONSABLE SE COMPROMETE A INDEMNIZAR A LA AFECTADA LOS DAÑOS Y PERJUICIOS QUE LE HAYAN SIDO ORIGINADOS POR TAL CIRCUNSTANCIA QUE QUEDE PLENAMENTE DESCRITA Y ACREDITADA.

**OCTAVA. VIGENCIA DEL CONTRATO EL PRESENTE CONTRATO TENDRA LA VIGENCIA DE UN AÑO Y SURTIRÁ SUS EFECTOS LEGALES CORRESPONDIENTES.**

**NOVENA.- RESCISIÓN.** ES CAUSA DE TERMINACIÓN ANTICIPADA DEL TERMINO DE VIGENCIA DEL PRESENTE CONTRATO CUALQUIER INCUMPLIMIENTO QUE REALICE CUALQUIERA DE LAS PARTES A LO PACTADO EN EL PRESENTE CONTRATO O CUALESQUIERA DE LAS CAUSAS PREVISTAS EN EL CODIGO CIVIL FEDERAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS O LO PREVISTO EN LOS ESTATUTOS DE LA CONVENCIÓN DE VIENA DE 1980 RESPECTO DE LOS CONTRATOS DE COMPRA-VENTA INTERNACIONAL DE MERCADERIAS DE LAS NACIONES UNIDAS, O DE LOS PRINCIPIOS SOBRE LOS CONTRATOS COMERCIALES INTERNACIONALES EMITIDOS POR EL INSTITUTO NACIONAL PARA LA UNIFICACION DEL DERECHO PRIVADO.

**DÉCIMA.- COMPETENCIA.** PARA LA INTERPRETACION Y CUMPLIMIENTO DE LO ESTIPULADO EN EL PRESENTE CONTRATO AMBAS PARTES SE SOMETEN A LA COMPETENCIA Y JURISDICCION DE LA COMISION PARA LA PROTECCION DEL COMERCIO EXTERIOR, S.N.C, EL LUGAR DE ARBITRAJE SERÁ LA CIUDAD DE MÉXICO, D.F., Y EL IDIOMA QUE SE UTILIZARÁ EN EL PROCEDIMIENTO SERÁ EL ESPAÑOL.

**DÉCIMA PRIMERA.- LEGISLACIÓN APLICABLE.** EL PRESENTE CONTRATO ES REGULADO POR LA LEGISLACIÓN CIVIL FEDERAL Y DEMAS POR LO ESTIPULADO EN LA CONVENCIÓN DE VIENA DE 1980 RELATIVA A LOS CONTRATOS DE COMPRA-VENTA

INTERNACIONAL DE MERCADERIAS DE LAS NACIONES UNIDAS Y A LOS TERMINOS COMERCIALES INTERNACIONALES EXPEDIDOS POR LA COMISION INTERNACIONAL DEL COMERCIO Y LOS PRINCIPIOS SOBRE LOS CONTRATOS COMERCIALES INTERNACIONALES EMITIDOS POR EL INSTITUTO INTERNACIONAL PARA LA UNIFICACIÓN DEL DERECHO PRIVADO.

MORELIA, MICH; A 16 DÍAS DEL MES DE DICIEMBRE DEL AÑO 2004.

EL VENDEDOR  
MIGUEL ANGEL ROSILES AGUADO

EL COMPRADOR  
LIC. ALEXANDRA GÓMEZ FERNANDEZ

ANEXO 2

**PERFIL DE PUESTOS**

**Dirección de Administración y Contabilidad**

Edad: 25 a 45 años  
Estudios: Titulo Universitario en Administración o similar  
Hablar Ingles  
Disponibilidad de horario

**Dirección de Logística**

Edad: 25 a 45 años  
Estudios: Titulo Universitario en Administración o similar  
Disponibilidad de Horario  
Experiencia

**Dirección de Producción**

Edad: 25 a 45 años  
Estudios: Titulo Universitario en Ingeniería en Procesos  
Disponibilidad de Horario  
Experiencia

**Dirección de Ventas**

Edad: 25 a 45 años  
Estudios: Titulo Universitario en Administración o similar  
Hablar Ingles  
Disponibilidad de horario  
Experiencia

**Dirección de Diseño**

Edad: 25 a 45 años  
Estudios: Titulo Universitario en Diseño de Modas  
Disponibilidad de horario  
Experiencia

## BIBLIOGRAFIA

- [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx)
- [www.census.gov](http://www.census.gov)
- [www.tradeport.org](http://www.tradeport.org)
- [www.economia-noms.gob.mx/](http://www.economia-noms.gob.mx/)
- [www.economia-nms.gob.mx](http://www.economia-nms.gob.mx)
- [www.iso.ch/welcome.html](http://www.iso.ch/welcome.html)
- [www.comexico.co.cr](http://www.comexico.co.cr)
- [www.textilescr.com](http://www.textilescr.com)
  
- Morales, Carlos (2000), Plan de Exportación, México, Ed. Pearson.
  
- Guía del Exportador. Banco Nacional de Comercio Exterior