

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

### *Proyecto de exportación de ropa deportiva a Chile*

**Autores: Claudia Gonzalez Chavez  
y Karla Zaragoza Toscano**

**Proyecto de exportación para obtener el:  
Diplomado en Comercio Internacional**

**Nombre del asesor:  
Carlos Morales Troncoso**

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.





DIPLOMADO EN COMERCIO EXTERIOR  
(JUNIO – OCTUBRE DE 2001)

**“PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE  
ROPA DEPORTIVA A CHILE”**

ASESOR: MBA CARLOS MORALES TRONCOSO

CLAUDIA GONZALEZ CHAVEZ

KARLA ZARAGOZA TOSCANO

MORELIA MICH., OCTUBRE DE 2001





# INDICE

## I LA EMPRESA

I.1 ANTECEDENTES	6
I.2 MISION	7
I.3 OBJETIVOS	7
I.4 METAS	8
I.5 ORGANIZACIÓN ACTUAL Y EQUIPO DIRECTIVO	8
1.5.1 FORMACION Y EXPERIENCIA DEL PERSONAL	9
I.6 ANALISIS FODA	11

## II EL PRODUCTO

II.1 CLASIFICACION ARANCELARIA	13
II.2 CLASIFICACION INDUSTRIAL	13
II.3 STÁNDAR INDUSTRIAL TRADE CLASSIFICATION (SITC)	13
II.4 PRODUCTOS COMPETIDORES	13
II.5 DESCRIPCION DE LOS PRODUCTOS	15
II.5.1 PROCESO DE PRODUCCIÓN	16
II.6 NORMAS Y CONTROLES DE CALIDAD	16
II.6.1 NORMAS TECNICAS	16
II.6.2 NORMAS DE CALIDAD A NIVEL MUNDIAL	17
II.6.3 NORMAS DE SEGURIDAD	20
II.6.4 NORMAS DE ETIQUETADO	21
II.6.5 NORMAS AMBIENTALES	21
II.6.6 TALLAS	22
II.6.7 REGULACIONES SOBRE EL CUIDADO DE LAS PRENDAS	22
II.7 RESPALDO AL PRODUCTO	23
II.8 VENTAJAS COMPETITIVAS	24

### **III EL MERCADO "CHILE"**

III.1 JUSTIFICACIÓN DEL MERCADO	
III.2 SITUACION ACTUAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL	26
III.2.1 INDICADORES DE PRODUCCIÓN	26
III.2.2 PERSONAL OCUPADO	27
III.2.3 MÉXICO. EXPORTACIONES	27
III.3 NOMBRE DE LAS PRENDAS PROPIOS DE CHILE	32
III.4 POBLACIÓN EN CHILE	32
III.5 SITUACION ECONOMICA DE CHILE	34
III.6 DATOS SOBRE EL COMERCIO EXTERIOR DE CHILE	35
III.6.1 INTERCAMBIO COMERCIAL	37
III.6.2 SALDO COMERCIAL	38
III.7 RELACION COMERCIAL BILATERAL	39
III.8 ANALISIS DE LA COMPETENCIA	40
III.8.1 COMPETENCIA DE LOS MERCADOS DE EXPORTACIÓN	41
III.8.2.- IMPORTACIONES CLASIFICADAS POR CAPÍTULOS DEL ARANCEL ADUANERO	42
III.8.3.- INCIDENCIA EN LA EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES POR PAIS	42
III.9 ANALISIS DEL MACROENTORNO	48
III.10 BARRERAS DE ACCESO AL MERCADO	49

### **IV ASPECTOS OPERACIONALES**

IV.1 DEFINICION DE OBJETIVOS Y METAS EN EL MERCADO CHILENO	51
IV.1.1 OBJETIVOS	51
IV.1.2 METAS	51
IV.2 ADECUACIONES A LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA	51
IV.3 ESTRATEGIA DE ENTRADA AL MERCADO	54

IV.4 ASPECTOS OPERACIONALES (LOGISTICA DE EXPORTACION)	55
IV.4.1 ASPECTOS ADUANEROS Y ARANCELARIOS	55
IV.4.2 DOCUMENTOS	55
IV.4.3 TARIFA ARANCELARIA	56
IV.4.4 TRATAMIENTO ARANCELARIO	56
IV.5 COTIZACIONES (INCOTERM)	57
IV.6 ENVASE Y EMBALAJE	58
IV.7 FORMAS DE PAGO Y CONTRATOS	58
<b>V. ASPECTOS FINANCIEROS</b>	
V.1 ESTADOS FIANCIEROS	61
V.1.1.- BALANCE GENERAL	61
V.1.2.- ESTADO DE RESULTADOS	62
V.2 ESTADOS FINANCIEROS PRO FORMA	63
V.2.1.- BALANCE PROFORMA AL PRIMER AÑO DE EXPORTACIONES	63
V.2.2.- ESTADO PROFORMA DE FLUJO DE EFECTIVO	64
V.3 RAZONES FINANCIERAS	65
<b>VI. ANEXOS</b>	
VI.1 FERIAS INTERNACIONALES	67
VI.2 FERIAS NACIONALES	69
VI.3 RELACIÓN BILATERAL MÉXICO – CHILE	70
VI.4 ACUERDO DE LIBRE COMERCIO ENTRE MEXICO Y CHILE	73
<b>VI. BIBLIOGRAFIA</b>	95



# I.- LA EMPRESA

## **I.1.- ANTECEDENTES**

TOSCANO es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva que inició operaciones de comercialización desde 1990; pero no fue hasta 1993 cuando incursionó en la fabricación de sus propios diseños y desde entonces se ha mantenido en el gusto y la preferencia de los consumidores.

La idea de formar una empresa comercializadora y al mismo tiempo fabricante de ropa deportiva surgió de la necesidad que se observaba en el mercado de ropa deportiva de calidad, versatilidad y buen gusto que además ofreciera precios accesible a los diferentes nichos de mercado que existen.

TOSCANO es una empresa que comenzó con pocos empleados; los que poco a poco ha venido incrementando debido a la constante necesidad por mejorar hacia el interior, como lo demuestra el personal y los departamentos especializados con los que cuenta, todo esto para poder ofrecer al consumidor de sus productos la confianza de la calidad que esta obteniendo en su compra.

Hasta el momento la empresa TOSCANO cuenta con el personal capacitado para abrirse camino en los competitivos mercados internacionales, contando con los elementos necesarios para hacerle frente a la tarea de exportar.

La empresa, desde sus inicios, ha mantenido un estado financiero sano, cuidando su proceso productivo, nunca debiendo mas de lo que puede pagar, tratando de mantener la buena rotación de mercancías, pero sobre, todo manteniendo sus niveles de solvencia y liquidez al máximo.

TOSCANO ha destacado, por su buen manejo y servicio antes y después de la venta, de tal forma que cuenta con una cartera de clientes permanentes, quienes han visto la forma en que la empresa se ha venido desarrollando a lo

largo del tiempo, y siguen prefiriendo sus servicios por encima de los de la competencia.

Teniendo en cuenta todos estos elementos consideramos que TOSCANO es una empresa que presenta los elementos de versatilidad, solidez, pero sobre todo la rentabilidad necesaria para hacerle frente a la exportación de sus productos.

## **I.2.- MISIÓN**

Proporcionar comodidad a aquellas personas que buscan calidad, confort y calidez a través de prendas de vestir que cumplan con las necesidades del cliente, y ofrezcan variedad y buen precio para convertirnos siempre en su mejor opción; logrando esto preocupándonos por estar siempre en un continuo proceso de innovación tecnológica y cuidado del ambiente.

## **I.3.- OBJETIVOS**

1. En un periodo de tres años estar ya exportando cuando menos el 30% de nuestra producción a mercados Latinoamericanos.
2. Estar ya en contacto con clientes de otros mercados (Europeo y Norteamericano).
3. Buscar la diversificación de nuestros mercados aprovechando los tratados de libre comercio de México con Latinoamérica.

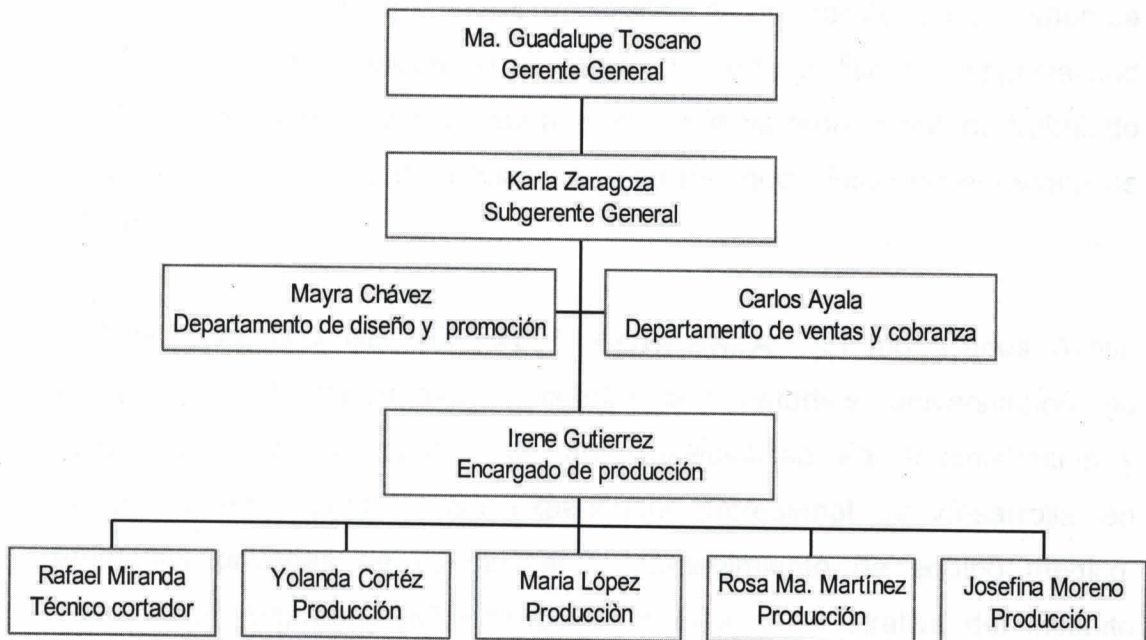


#### I.4.- METAS

1. Lograr el contacto y la exportación de por lo menos 50,000 dólares americanos de nuestros productos al mercado chileno en el año 2003.
2. Buscar la diversificación de mercados como puede ser Brasil, e incluso España.

#### I.5.- ORGANIZACIÓN ACTUAL Y EQUIPO DIRECTIVO

##### ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA "TOSCANO"



### 1.5.1.- FORMACION Y EXPERIENCIA DEL PERSONAL

- **GERENTE GENERAL:** La persona que ocupa el puesto de gerente general tiene estudios de contaduría, además de una gran experiencia en la administración de diferentes negocios y desde hace más de diez años en manejo de pequeñas fabricas textiles.
- **SUBGERENTE GENERAL:** Este puesto lo ocupa una persona con estudios de Licenciatura en Relaciones Comerciales Internacionales, con especialidad en comercio exterior; tiene conocimientos de administración, cómputo e inglés además de experiencia en diferentes puestos de relaciones públicas.
- **DEPARTAMENTO DE DISEÑO Y PROMOCION:** La Lic. Mayra Chávez, encargada de todas las áreas de diseño y promoción de la empresa "TOSCANO" cuenta con una licenciatura en diseño gráfico, con especialidad en diseño de modas. En cuanto a su experiencia profesional, ha trabajado en varias agencias de publicidad con alto reconocimiento en el estado de Michoacán.
- **DEPARTAMENTO DE VENTAS Y COBRANZA:** El Ing. Carlos Ayala, encargado del departamento, cuenta con estudios universitarios de Ingeniería Industrial además de una especialidad en administración y desarrollo empresarial. Su experiencia profesional se desarrolla en empresas privadas de construcción, mantenimiento de equipo médico, además de empresas públicas como el área administrativa del Instituto Mexicano del Seguro Social. Todo esto en diferentes ciudades como Guadalajara, México, D.F., Cuernavaca, etc.

- **ENCARGADA DE PRODUCCION:** La Sra. Irene Gutiérrez cuenta con una carrera técnica en corte y confección, además de continúa con estudios especializados en alta costura, desarrollo y tecnología textil y diseño de modas.
- **TECNICO CORTADOR:** El Sr. Rafael Miranda cuenta con una amplia experiencia como técnico cortador, proviene de una familia que desde su llegada a nuestro país en 1913 se dedica al corte de prendas de vestir en diferentes empresas. Además cuenta con conocimientos de mecánica industrial y se encarga del mantenimiento y reparación de la maquinaria de la empresa.
- **PRODUCCION:** Las personas que ocupan estos puestos son técnicos en corte y confección y la empresa "TOSCANO" busca el continuo desarrollo de su personal apoyándolos en cuanto a capacitación para que estén siempre al día en cuanto a las innovaciones en ésta área.

La empresa "TOSCANO" no cuenta con experiencia en exportaciones pero cuenta con personal capacitado para empezar a incursionar en mercados extranjeros, además, tanto la gerente general como la subgerente y los encargados de los departamentos de diseño y ventas y cobranza hablan, escriben y leen correctamente el inglés. La Lic. Mayra Chávez tiene, además conocimiento de la cultura japonesa, mercado a donde en un futuro se pretende exportar la ropa deportiva de la empresa.



## I.6.- ANÁLISIS FODA DE LA EMPRESA.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Todo el personal de la empresa "TOSCANO" cuenta con la disposición y conoce la responsabilidad de entrar en un mercado extranjero.</li> <li>▪ Al contar con un diseñador de planta, se tiene la flexibilidad de cambiar los diseños de TOSCANO según las necesidades del mercado y del cliente sin necesidad de grandes inversiones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aunque se cuentan con los conocimientos teóricos necesarios para una exportación, nunca se ha exportado.</li> <li>▪ Las empresas mexicanas que ya incursionan en el mercado chileno cuentan con una infraestructura mucho más grande que la de TOSCANO.</li> <li>▪ Se cuenta con una capacidad de producción de 10,000 piezas mensuales, en caso de necesidad de crecer por los nuevos mercados, es necesaria una inversión mayor.</li> <li>▪ Costo de fletes por la distancia de nuestro país con Chile, comparado con países Latinoamericanos con los que Chile tiene tratado comercial.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El personal que ocupa las áreas gerenciales de la empresa cuenta con estrecha relación con personas de diferentes países aunque no en el área comercial.</li> <li>▪ El Tratado de Libre Comercio México – Chile proporciona a nuestro país preferencias arancelarias que TOSCANO aprovecha a diferencia de competidores de otros países con los que Chile no tiene tratado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Imposición de regulaciones no arancelarias a la ropa deportiva en el mercado chileno.</li> <li>▪ Firma de acuerdos comerciales con otros países por parte de Chile.</li> </ul>

## II.- EL PRODUCTO

## **II.1.- CLASIFICACIÓN ARANCELARIA**

62 Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto.

62.11. Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto.

62.11.32.00 Las demás prendas de vestir de algodón, para hombres o niños.

62.11.42.00 Las demás prendas de vestir de algodón, para mujeres o niñas.

## **II.2.- CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL (SCIAN)**

621133:CONFECION DE PRENDAS DE VESTIR

## **II.3.- STÁNDAR INDUSTRIAL TRADE CLASSIFICATION (SITC)**

SITC-84151 SHIRTS OF WOVEN COTTON MATERIALS, MEN'S OR BOYS'

## **II.4.- PRODUCTOS COMPETIDORES**

La ropa deportiva tiene muchos productos iguales competidores de marcan con un alto reconocimiento mundial que están posicionadas en el mercado pero con precios altos, sin embargo TOSCANO busca llegar al mercado del sector socioeconómico medio y medio alto; a continuación se señalan algunos productos, que además de los competidores directos, son también competidores sustitutos de la ropa deportiva:



TOSCANO	NECESIDAD QUE SATISFACE	PRODUCTOS COMPETIDORES DIRECTOS	PRODUCTOS COMPETIDORES INDIRECTOS
SUDADERA	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CUIDA DE BAJAS TEMPERATURAS</li> <li>▪ COMODIDAD</li> <li>▪ PRESENTACIÓN</li> <li>▪ HIPOALERGENICO</li> <li>▪ VARIEDAD EN DISEÑOS</li> <li>▪ PRECIO ACCESIBLES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ SWETER</li> <li>▪ SUDADERA DE LA COMPETENCIA</li> <li>▪ CHAMARRAS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ SACOS</li> <li>▪ ABRIGOS</li> <li>▪ IMPERMEABLE</li> <li>▪ PLAYERAS</li> </ul>
PANTS	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CUIDA DE BAJAS TEMPERATURAS</li> <li>▪ COMODIDAD</li> <li>▪ HIPOALERGENICO</li> <li>▪ PRECIO ACCESIBLES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PANTS DE LA COMPETENCIA</li> <li>▪ SHORT</li> <li>▪ BERMUDAS</li> <li>▪ ROPA DEPORTIVA DE MUJER ESPECIALIZADA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PANTALONES</li> <li>▪ JEANS</li> </ul>
PLAYERAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ HIPOALERGENICO</li> <li>▪ COMODIDAD</li> <li>▪ VARIEDAD EN DISEÑOS</li> <li>▪ PRECIO ACCESIBLES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PLAYERAS DE LA COMPETENCIA</li> <li>▪ ROPA DEPORTIVA DE MUJER ESPECIALIZADA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CAMISAS</li> <li>▪ SUDADERAS</li> </ul>

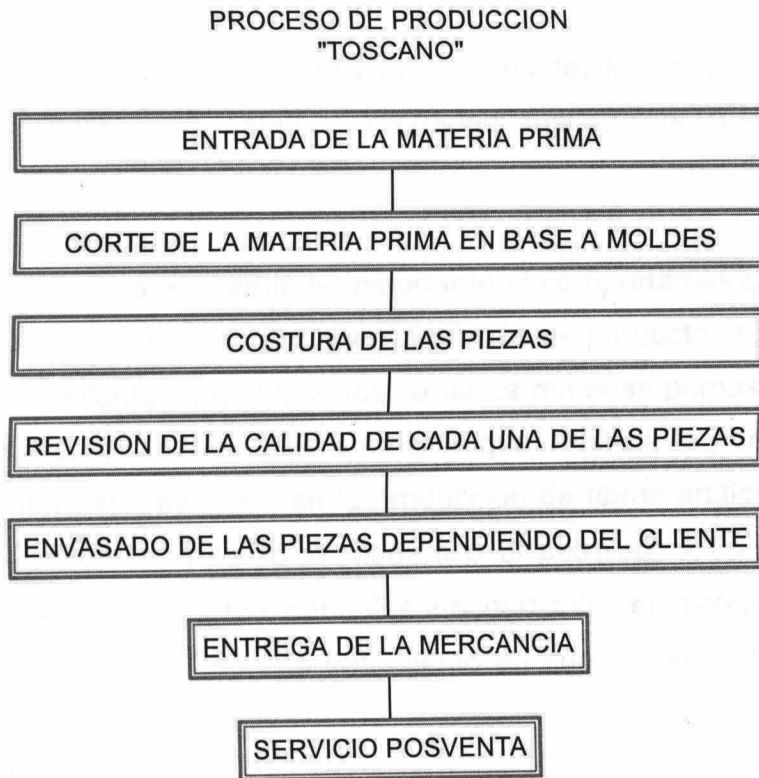
## **II.5.- DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS**

Los productos ofrecidos por la empresa TOSCANO son de alta calidad, elaborados con materia prima de algodón, diseños originales, innovadores, y que ofrecen al consumidor comodidad, buena imagen y precios accesibles, por lo que satisfacen plenamente las necesidades de los más exigentes mercados.

Los productos que se ofrecen por TOSCANO están plenamente garantizados, ya que todos y cada uno de los materiales que intervienen en el proceso de fabricación de las prendas (materia prima, etc.), se somete a un estricto control de calidad para evitar que el producto una vez terminado se destiñan, o se deforme por el uso natural que tiene una prenda de este tipo.

El terminado de los productos es un aspecto en el que la empresa pone especial atención, ya que entendemos que es la presentación, tanto de nuestros productos, como la del consumidor que la viste, por lo tanto se tiene extremo cuidado y técnicas específicas e innovadoras para ello.

## II.5.1 PROCESO DE PRODUCCIÓN



## II.6.- NORMAS Y CONTROLES DE CALIDAD

### II.6.1.- NORMAS TECNICAS

Aunque en el caso de Chile no se aplican normas específicas en la ropa deportiva, las normas en las industrias textiles y de prendas de vestir son necesarias, para infundir confianza al consumidor de que obtendrá la calidad esperada del producto adquirido.



A fin de asegurar la calidad, se necesitan tanto métodos normalizados de prueba como especificaciones normalizadas. Para los productos textiles se han concebido muchos métodos pero pocas especificaciones.

En términos generales las normas en materia textil y prendas de vestir se centran en normas de salud y seguridad medio ambiente o ecológicas etiquetado y de calidad.

En este sector es particularmente importante el comportamiento de los textiles al quemarse. Como la fabricación y elaboración de productos textiles repercute en el medio ambiente ya que la industria utiliza materias primas y técnicas que producen emisiones tóxicas y desechos, lo que afecta a la pureza del aire, la tierra y el agua. Por ejemplo, en la producción de fibras artificiales se utilizan recursos naturales tales como la madera o el petróleo; a fin de asegurar la calidad de ciertos productos naturales en particular el algodón se emplean plaguicidas y para el teñido y el tratamiento en húmedo se utilizan sustancias químicas.

Es necesario saber que los países importadores y en este caso Chile serán cada vez más selectivos en cuanto al tipo de productos que consumen y aunque en su mayoría las normas son voluntarias, los consumidores chilenos las irán exigiendo.

## **II.6.2.- NORMAS DE CALIDAD A NIVEL MUNDIAL**

La Organización Internacional de Normalización (ISO) ha desarrollado las normas para la garantía y el control de la calidad. Más de 70 países entre ellos México, han adoptado la serie ISO 9000 como normas nacionales. Las normas ISO 9000, representan un consenso internacional en relación a las características esenciales de un sistema de calidad. Los productores

mexicanos de bienes textiles y prendas de vestir en posesión de un certificado de la serie ISO 9000 cuentan con una valiosa ventaja, pues aumenta las posibilidades de venta en el mercado de la Unión Europea.

El Comité técnico sobre textiles de la ISO (TC38) tiene diferentes pruebas para estos productos algunos de los grupos que las realizan son:

<b>Grupo</b>	<b>Pruebas:</b>
S C1	Pruebas para textiles coloreados y materias colorantes.
SC 2	Pruebas de limpieza, acabado y resistencia al agua
SC 5	Pruebas de los hilados
SC 6	Prueba de las fibras
SC 11	Etiquetado con instrucciones para el cuidado de los textiles y prendas de vestir.
SC 19	Comportamiento de los textiles y sus manufacturas al quemarse.
SC 20	Descripción de las telas
SC 21	Geotextiles
SC 22	Especificaciones de los productos.

A continuación se proporciona una lista de las normas de la ISO sobre textiles y prendas de vestir, relacionadas con la ropa deportiva:

ISO 105-A01:1989 Textiles - Pruebas de solidez del color - Parte A01: Principios generales de las pruebas.

ISO 105-A02:1987 Textiles - Pruebas de solidez del color - Parte A02: Escala de grises para evaluación de los cambios de color.

ISO 105-A03:1987 Textiles - Pruebas de solidez del color - Parte A03: Escala de grises para la evaluación de manchas.

ISO 105-B01:1989: Textiles - Pruebas de solidez del color - Parte B01: Solidez del color ante la luz; luz diurna.



- ISO 105-C01:1989 Textiles - Pruebas de solidez del color - Parte C01: Solidez del color durante el lavado: Prueba 1.
- ISO 105-C02:1989 Textiles - Pruebas de solidez del color - Parte C01: Solidez del color durante el lavado: Prueba 2
- ISO 105-C03:1989 Textiles - Pruebas de solidez del color - Parte C01: Solidez del color durante el lavado: Prueba 3.
- ISO 105-C04:1989 Textiles - Pruebas de solidez del color - Parte C01: Solidez del color durante el lavado: Prueba 4
- ISO 105-C05:1989 Textiles - Pruebas de solidez del color - Parte C01: Solidez del color durante el lavado: Prueba 5.
- ISO 105-C06:1987 Textiles - Pruebas de solidez del color - Parte C06: Solidez del color durante el lavado doméstico y comercial
- ISO 105-D01:1987 Textiles - Pruebas de la solidez del color - Parte D01: Solidez del color durante la limpieza en seco.
- ISO 105-E01:1989 Textiles - Pruebas de la solidez del color - Parte E01: Solidez del color ante la acción del agua.
- ISO 105-E04:1989 Textiles - Pruebas de la solidez del color - Parte E04: Solidez del color ante la acción de la transpiración.
- ISO 139:1973 Textiles - Atmósferas normalizadas para el acondicionamiento y prueba.
- ISO 1144:1973 Textiles - Sistema universal para la designación de la densidad lineal - Sistema Tex.
- ISO 2947:1973 Textiles - Tabla de conversión integrada para reemplazar los números tradicionales de hilo por valores redondeados del Sistema Tex.
- ISO 3071:1980 Textiles - Determinación del pH del extracto acuoso.
- ISO 3758:1991 Textiles - Etiquetado para el cuidado con empleo de símbolos
- ISO 7770:1985 Textiles - Método para evaluar la apariencia de las costuras en productos de planchado permanente después del lavado y secado domésticos.

ISO/TR 8091:1993 Textiles - Factor de torsión en relación con el Sistema Tex  
ISO/TR 9240:1992 Textiles - Diseño de las prendas de vestir para reducir el  
peligro de incendios.

### **II.6.3.- NORMAS DE SEGURIDAD**

Actualmente gran parte de la legislación en los países sobre los aspectos de salud y seguridad de las prendas de vestir se relaciona con áreas especialmente sensibles como los niveles de residuos de los pesticidas, la presencia de metales pesados y de contaminantes, el uso de químicos, la contaminación del aire y el agua y el comportamiento de éstos al quemarse. Esto es, se someterá a los productos a revisión para establecer su impacto en el medio ambiente, lo que significa que se examinará el producto mismo, las materias primas usadas para su elaboración, el proceso de producción mantenimiento transporte, almacenamiento, uso y desecho y tratamiento de residuos, es decir, el ciclo de vida completo del producto.

En especial hay nueve áreas de legislación en las cuales los exportadores mexicanos deberán poner atención para lograr exportar con éxito a los mercados internacionales. Estas son el uso de colorantes azoicos, el asbesto, el pentaclorofenol, retardantes de flamabilidad, policlorofenoles, el cadmio, el níquel el reuso y reciclaje de material de los envases y embalajes.

El exportador mexicano de productos textiles y prendas de vestir debe conocer que en algunos países las autoridades pueden adoptar medidas para prohibir la entrada de mercancías si comprueban que éstas no satisfacen las reglas sobre seguridad de los productos.



#### **II.6.4.- NORMAS DE ETIQUETADO**

En general para exportar a Chile no se requiere cumplir con muchas especificaciones de etiquetado, es recomendable que la impresión de la etiqueta dure con clara legibilidad un periodo mínimo de diez lavadas. La etiqueta que "TOSCANO" debe incluir en cada una de sus prendas debe proporcionar los siguientes datos:

- Marca comercial
- Composición de fibras
- Símbolos de conservación
- Nombre y dirección de la empresa
- Razón social o denominación del importador
- País de origen (fabricado en México)

#### **II.6.5.- NORMAS AMBIENTALES**

Desde principios de los años ochenta, las consideraciones ambientales han ido asumiendo creciente importancia para los productores, distribuidores y consumidores.

En casi todos los países industrializados se ha registrado una evolución acelerada de la legislación relativa al medio ambiente. Eso tendrá sin duda repercusiones en los productos de textiles y prendas de vestir que nuestros exportadores mexicanos comercialicen en el extranjero.

La legislación sobre aspectos específicamente relacionados con el sector textil y de prendas de vestir está principalmente enfocada al etiquetado ecológico, a la auditoría ambiental y a la gestión y residuos (incluidos los envases y los residuos de envases).

## **II.6.6.- TALLAS**

Aunque no existe una obligación para aplicar estándares de diferentes países en cuanto a las tallas de las prendas de vestir, es de vital importancia poner una etiqueta con la talla de las mismas con el fin de que el consumidor pueda elegir aquella que cumpla con sus medidas. En algunos casos se usa una etiqueta colgante para describir la talla, en otros, va impresa sobre la tela del producto.

## **II.6.7.- REGULACIONES SOBRE EL CUIDADO DE LAS PRENDAS**

El requerimiento de etiquetado para el cuidado de las prendas tiene dos metas:

- Ayuda al consumidor para hacer sus compras textiles y prendas de vestir dependiendo del método de cuidado. Algunos consumidores prefieren la conveniencia del lavado en seco en tintorerías, otros el lavado en lavadora.
- El etiquetado para el cuidado de las prendas asegura que el consumidor conoce cómo limpiar sus prendas con seguridad para que estas retengan su apariencia y colorido durante el tiempo.

El uso de símbolos es voluntario. Sin embargo el exportador mexicano de textiles y prendas de vestir deberá tener muy en cuenta esta regla de etiquetado que en el futuro será obligatoria en la mayoría de los países.

El sistema de símbolos para el cuidado de las prendas como fue diseñado por la ASTM y aprobado por la FTC, se basa en los cinco símbolos básicos los cuales representan las cinco operaciones de cuidado. Estas son: cubeta, para el lavado en agua; triángulo para el uso de blanqueadores; cuadro para el secado; plancha para el planchado; y círculo para la limpieza en seco. Sólo un método de limpieza es requerido en la etiqueta del cuidado de la prenda - generalmente - lavado en agua o limpieza en seco.

Además el símbolo **X** se sobrepone sobre cualquier símbolo cuando haya evidencia que si se usa el proceso, este podrá dañar la prenda.

Para representar adecuadamente el proceso de limpieza, al menos cuatro símbolos se deberá usar en el siguiente orden: lavado, blanqueado, secado y planchado.

Símbolos adicionales o palabras se pueden usar dentro o debajo de cada símbolo básico cuando sea necesario definir con mayor propiedad las instrucciones de cuidado.

## **II.7.- RESPALDO AL PRODUCTO**

Todos los productos de TOSCANO pasan por estrictos controles de calidad antes de salir al mercado, en el caso de los productos de exportación, el sistema para el control de calidad se llevará a cabo con la revisión de cada uno de los productores, además el área de diseño revisará la calidad de los productos y apoyará en la creación de los moldes y patrones para evitar cualquier error.

En cuanto a la logística de exportación, se buscarán medios de transporte con localización vía satélite para saber siempre donde están los productos; al momento de la recepción de la mercancía por parte del cliente se le solicitará la revisión de la mercancía y tendrá un servicio posventa que incluye rebajas y descuentos por el volumen de compra.



## II.8.- VENTAJAS COMPETITIVAS

“TOSCANO” cuenta con ventajas en cuanto a sus competidores por diferentes razones:

- El departamento de compras está en contacto directo con los proveedores de todos los materiales para garantizar la calidad de la materia prima utilizada, además ésta es 100% mexicana.
- Los clientes recibirán siempre atención personalizada por vía telefónica, fax y correo electrónico para conocer exactamente sus necesidades y, en la medida de las posibilidades de la empresa cumplir con esos requisitos.
- Se buscará que, por medio de la página de Internet de la empresa, se puedan hacer pedidos, consultas y además que los clientes tengan la posibilidad de conocer en que punto del proceso de exportación está su mercancía.
- Dentro de la empresa, los dirigentes están siempre abiertos a las sugerencias de todo el personal y se les toma en cuenta para las decisiones en cuanto a cambios de diseños y la toma de decisiones relacionadas con el área en la que trabajan para que se eviten incomodidades e inconformidades en el ambiente laboral.



### III.- EL MERCADO: "CHILE"

### III.1.- JUSTIFICACIÓN DEL MERCADO

Las razones por las cuales se escogió como mercado potencial a Chile, son muchas, las cuales fueron estudiadas y analizadas a fondo, las más significativas se explican a continuación:

1. La economía: México y Chile son dos de los países en vías de desarrollo, que en las últimas décadas han presentado una gran estabilidad económica, es por esto que las posibilidades de un intercambio comercial entre ambos ha crecido, ya que los riesgos que se presentan son menores, por ejemplo, la seguridad de pago, el seguimiento de una política económica por parte de los gobiernos que no afecten la comercialización de nuestras mercancías, etc.
2. El idioma: es un hecho que el español es el idioma más hablado en el continente americano, se habla desde México, hasta el Sur de Chile y Argentina y aunque se presentan diferentes modismos y modificaciones al idioma (siempre adaptándose a la región), el hecho de que sea español es una gran ventaja que se le presenta a nuestro país con respecto a nuestros posibles competidores de Norteamérica y Europa.
3. La cultura: Las culturas latinoamericanas son similares por el simple hecho de haber sido colonizadas en su mayoría por España, además de ser regidas por la religión católica, por ende, México y Chile son países sumamente conservadores, basados principalmente en valores morales (como la unión familiar), es por esto que la similitud cultural ofrece a TOSCANO una ventaja competitiva, en cuanto a gustos y preferencias se refiere.
4. Pero sobre todo y para efectos de los productos a exportar por TOSCANO, las estaciones del año juegan un papel decisivo, ya que, el cambio de

estaciones en México y en Chile son muy diferentes, cuando en México hace calor en Chile hace frío y viceversa, esto hace posible que la rotación de productos sea efectiva.

### **III.2.- SITUACIÓN ACTUAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL.**

#### **SECTOR TEXTIL/CONFECCIÓN<sup>1</sup> PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)**

El PIB del sector Textil/Confección ha representado, en promedio, el 8.5% del PIB total manufacturero en el periodo de 1993 a 2000. Esta participación se ha mantenido en el rango de 8 a 9% en el periodo analizado.

El PIB del sector Textil/Confección ha registrado un menor ritmo de crecimiento (4.5% crecimiento medio anual) con relación al del PIB manufacturero (5.4% tmca).

#### **III.1.1.- INDICADORES DE PRODUCCIÓN**

Durante el periodo 1993-2000, el comportamiento registrado por la producción de productos textiles y prendas de vestir de la industria manufacturera nacional mostró un crecimiento medio anual del 0.7% mientras que la efectuada por la industria maquiladora de exportación fue del 19.9%.

En relación a la Producción, el último trimestre de cada año, la producción tiende a bajar para recuperarse en el siguiente, esta situación se debe a que durante el primer trimestre de cada año la demanda por estos productos tiende a ser menor.

---

<sup>1</sup> Fuente: <http://www.bancomext.gob.mx>



### **III.1.2.- PERSONAL OCUPADO**

En promedio, el personal ocupado en el año 2000 fue menor al registrado en 1993. Así mismo se observa un descenso continuo en el personal ocupado por esta industria a partir del último trimestre de 1999 y hasta el primer trimestre del 2001.

### **III.1.3.- MÉXICO. EXPORTACIONES**

En el periodo 1993-2000 las exportaciones de productos textiles y prendas de vestir mostraron un comportamiento dinámico al registrar una tmca del 27.2%, superior a la observada por las exportaciones totales (18.1%). A nivel producto, destacan por su crecimiento medio anual las exportaciones de Lana, Tejidos de punto y Prendas de vestir de punto y no de punto con tmca superiores al 30%.

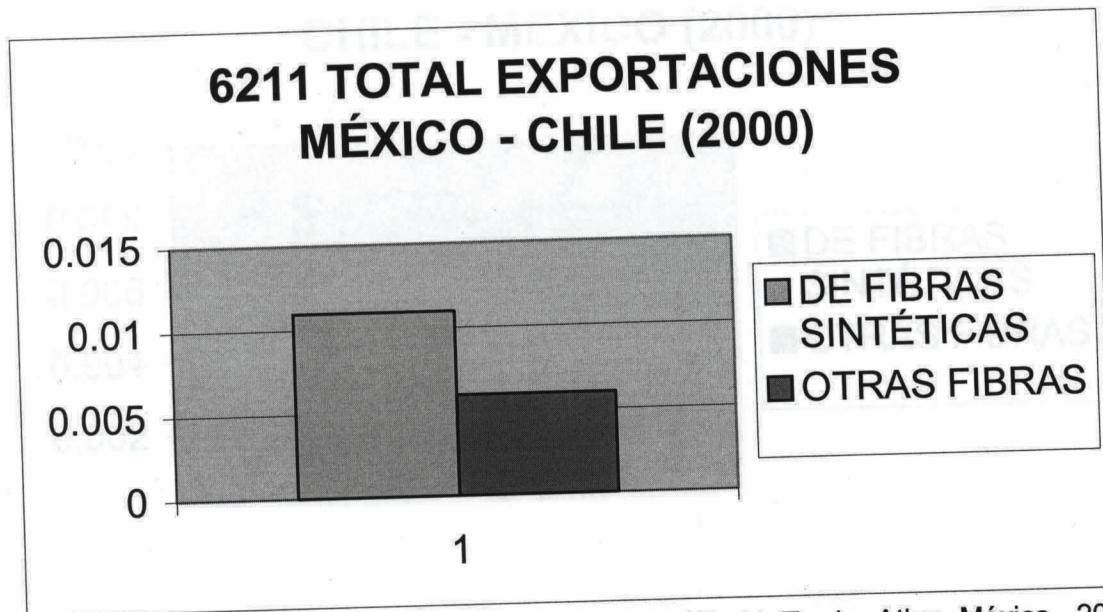
A nivel industria, en el periodo analizado, en la industria textil las exportaciones de las demás fibras textiles vegetales, fibras sintéticas o artificiales y guata y fieltro representaron en promedio el 17.5% de las ventas externas del sector; y en la industria de la confección: las prendas de vestir de punto y no de punto el 64%.

Históricamente el mercado norteamericano ha sido el principal país de destino de las exportaciones mexicanas del sector. En el 2000 se destinó el 75% de las ventas externas de la industria textil y el 95% de la industria de la confección a ese país.

Durante el primer mes de 2001 las exportaciones del sector muestran un incremento del 8.4% comparado con el mismo mes del año anterior, siendo los productos que observaron los mayores incrementos: Tejidos de punto y Prendas y complementos de vestir de punto y no de punto.



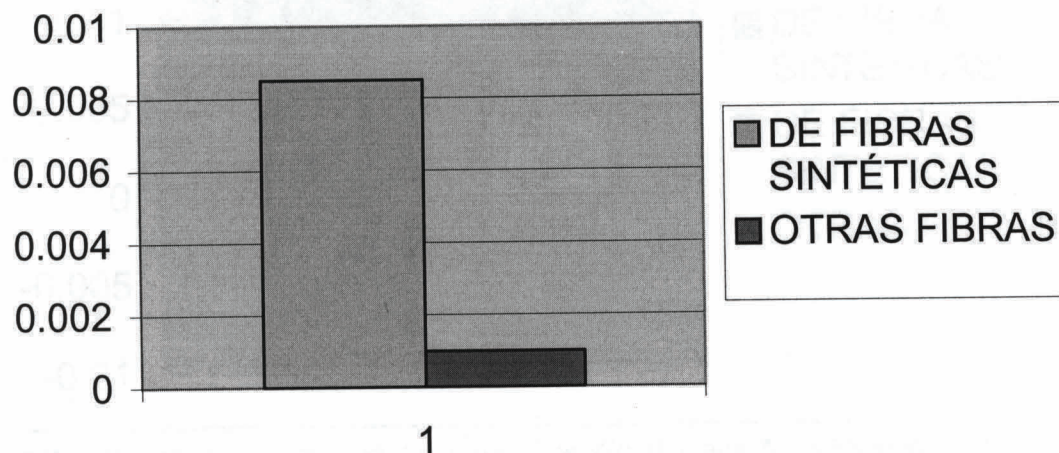
A continuación se puede analizar el sector de las prendas de vestir de algodón en cuanto a las exportaciones e importaciones de México.



Fuente: Elaboración propia con datos de: The World Trade Atlas México, 2000.  
Bancomext, S.N.C.

Como se puede observar en la gráfica anterior, la mayoría de los productos que se exportan son de materiales textiles sintéticos y la materia prima de TOSCANO es el algodón ya que se considera de alta calidad y con tratamientos especiales que le dan valor agregado para ser recomendado para personas que sufren de alergias o que simplemente prefieren las fibras naturales.

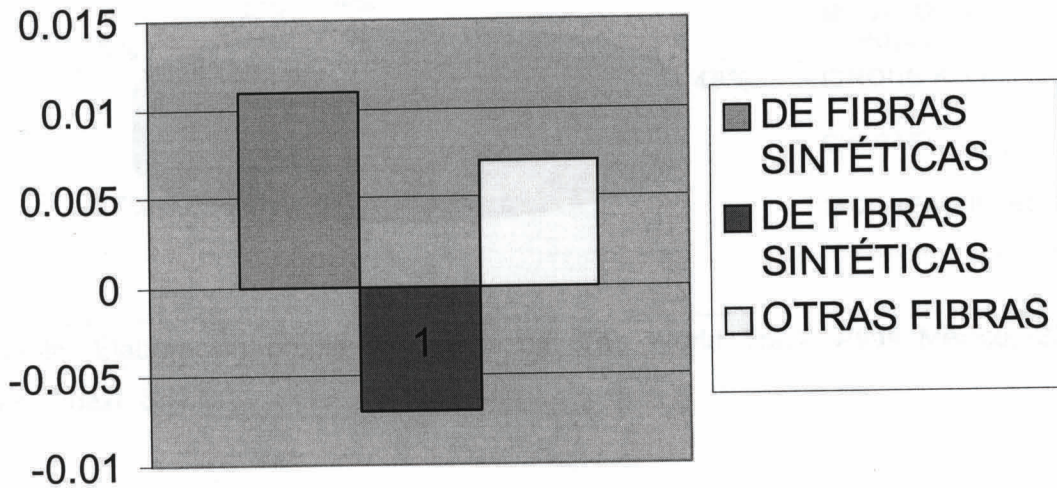
## 6211 TOTAL IMPORTACIONES CHILE - MÉXICO (2000)



Fuente: Elaboración propia con datos de: *The World Trade Atlas México, 2000*.  
Bancomext, S.N.C.

Sin embargo, en ésta gráfica observamos que México importa ropa de materiales textiles sintéticos de Chile, de entrada esto nos señala que en Chile se producen artículos de vestir que México está comprando pero debemos tomar en cuenta que en la fracción arancelaria que se señala (62.11) entra una variedad de artículos entre los que no se encuentran la ropa de algodón, que como ya se mencionó es la materia prima de los productos de TOSCANO.

## 6211 TOTAL BALANZA COMERCIAL MÉXICO - CHILE (2000)



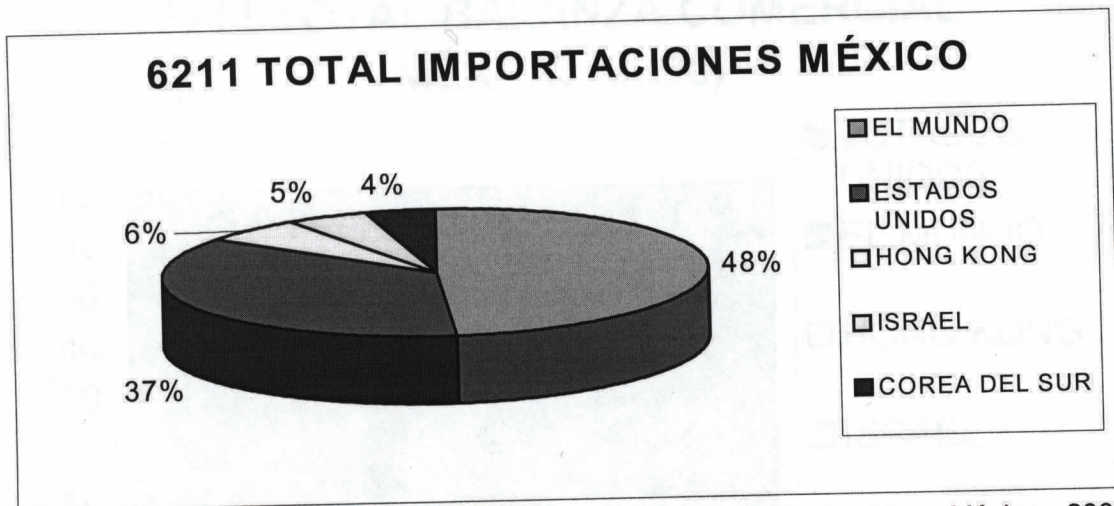
Fuente Elaboración propia con datos de: The World Trade Atlas México, 2000.  
Bancomext, S.N.C.

A pesar de que anteriormente se señaló que en general Chile tiene un superávit comercial con México, en el sector textil y específicamente en la fracción arancelaria 62.11 donde se contempla la ropa deportiva y conjuntos para hacer deporte México tiene el superávit comercial con Chile.

En la siguientes gráficas se observará el comercio de México con respecto a la fracción arancelaria que ya se mencionó anteriormente, y sobre todo podemos notar, después de Estados Unidos, quienes son nuestros mayores compradores y/o proveedores de este tipo de ropa deportiva:

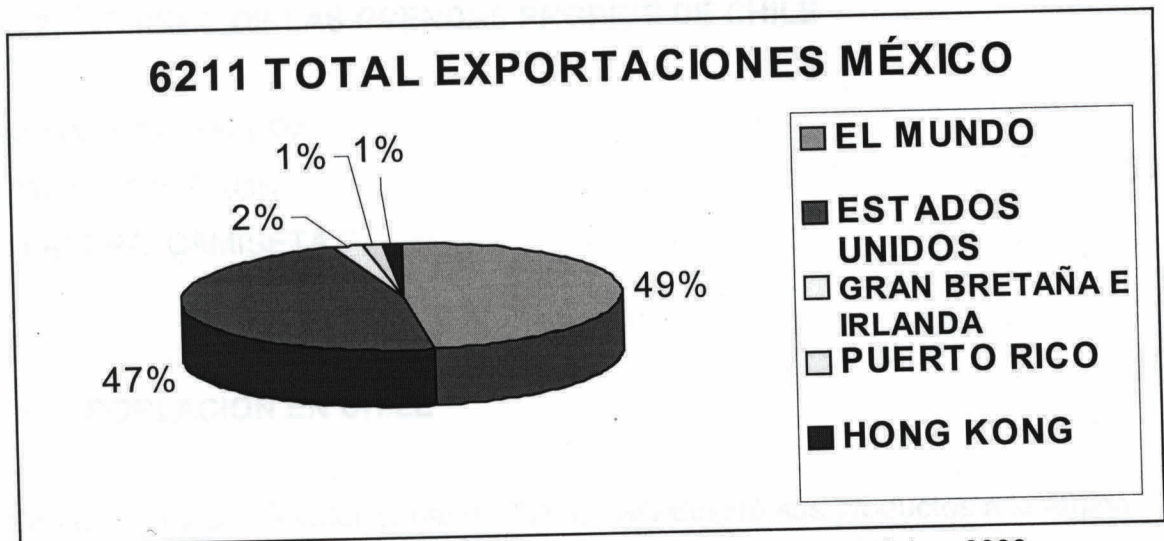


**6211 CONJUNTOS PARA ENTRENAMIENTO  
 TOTALES IMPORTACIONES  
 PRENDAS Y COMPLEMENTOS**



Fuente: Elaboración propia con datos de: The World Trade Atlas México, 2000.  
 Bancomext, S.N.C.

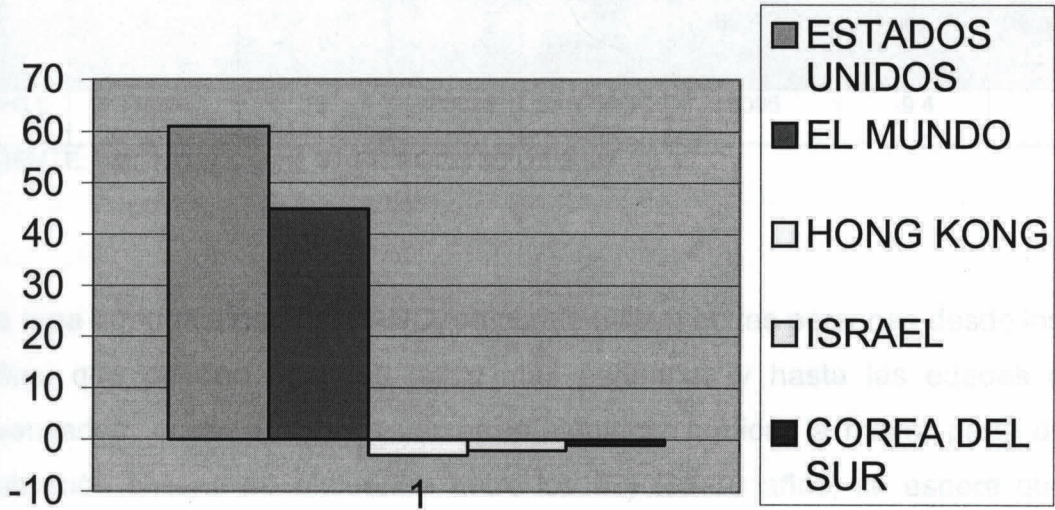
**6211 CONJUNTOS PARA ENTRENAMIENTO  
 TOTAL EXPORTACIONES  
 PRENDAS Y COMPLEMENTOS**



Fuente: Elaboración propia con datos de: The World Trade Atlas México, 2000.  
 Bancomext, S.N.C.



## 6211 TOTAL BALANZA COMERCIAL MÉXICO (2000)



Fuente: Elaboración propia con datos de: The World Trade Atlas México, 2000.  
Bancomext, S.N.C.

### III.2.- NOMBRE DE LAS PRENDAS PROPIOS DE CHILE

SUDADERA: SWERA

PANTS: POLERON

PLAYERA: CAMISETA

### III.3.- POBLACIÓN EN CHILE

Como se mencionó anteriormente, TOSCANO dirigirá sus productos a la región de Santiago, en esa región se concentra la mayoría de la población además de ser el centro de distribución del país.

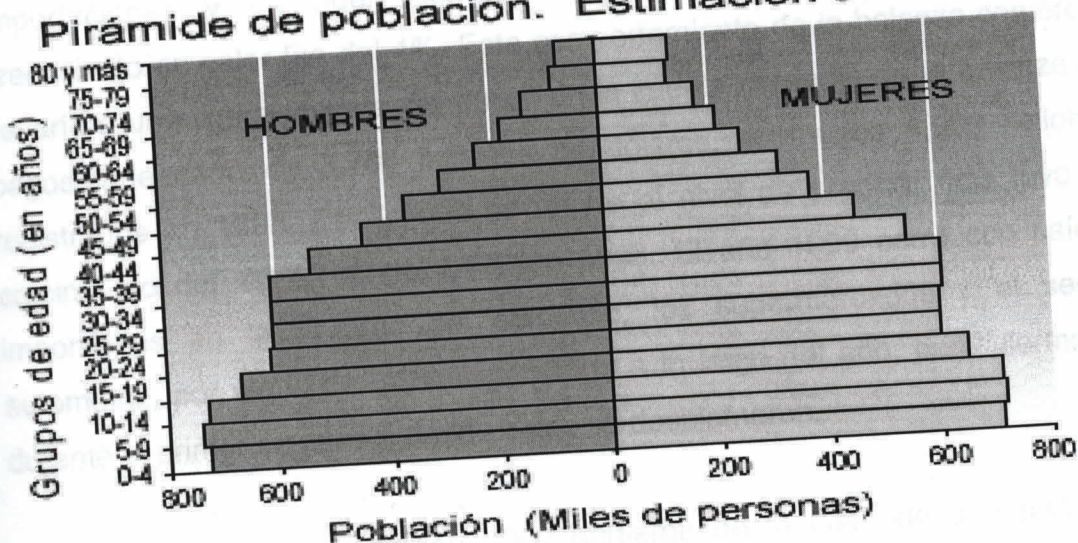


PAÍS	POBLACIÓN TOTAL (MILLARES, ESTIMADO 1997)	DENSIDAD DE POBLACIÓN (HABS. POR KM2)	SUPERFICIE (KM2)	CIUDAD MAS GRANDE	POBLACIÓN DE LA CIUDAD MAS GRANDE (MILLARES)	TEMPERATURA MEDIA MINIMA (° F)	TASA DE AUMENTO DE LA POBLACIÓN (%/AÑO, 1950 - 2030 )
CHILE	14,624	19	756626	SANTIAGO	5065	-9.4	1.09

FUENTE: <http://www.un.org>, 01 DE AGOSTO DE 2001

La ropa deportiva de TOSCANO, se puede utilizar en las personas desde los 10 años, que pueden usar las tallas más pequeñas y hasta las edades más avanzadas, como se puede ver en la siguiente gráfica, la mayor parte de la población chilena se encuentra entre los 0 y los 30 años, se espera que la población de recién nacidos llegue a usar los productos de TOSCANO por lo que es un buen mercado a largo plazo para nuestra empresa.

**Pirámide de población. Estimación año 2001**



Fuente: [www.ine.cl](http://www.ine.cl), 15 de agosto de 2001.



### III.4.- SITUACIÓN ECONÓMICA DE CHILE <sup>2</sup>

Desde finales de los ochenta y hasta 1997, la economía chilena creció a una tasa promedio anual del 8%, merced a un entorno macroeconómico interno estable y a un escenario internacional propicio para el incremento de su comercio exterior y el ingreso de capitales. En 1998, producto de la crisis asiática y de sus secuelas en los mercados globales, se registró una fuerte desaceleración, para terminar ese año con un crecimiento del 4.5%. Como causas directas pueden señalarse la disminución del valor de las exportaciones chilenas, la contracción de la demanda en Asia (importante destino de las ventas de Chile al exterior) y la disminución de los flujos de inversión extranjera al país.

Continuando con la tendencia iniciada en 1998, la economía chilena se caracterizó, durante 1999, por registrar una fuerte recesión, muy superior a la pronosticada a principios de ese año. El Producto Interno Bruto cayó 1%, con una ligera mejoría en la balanza comercial producto de una disminución de las importaciones y un buen comportamiento del sector exportador, cuyo crecimiento en valor fue del 4%. Este comportamiento de la balanza comercial llevaría a una ligera mejoría del déficit en la cuenta corriente de la balanza de pagos, que sería de 3,700 millones de dólares, contra los 4,000 millones registrados en 1998. Por lo que se refiere al nivel de precios, este tuvo un crecimiento del 4.3%, contra 4.7% en 1998. El año 1999 cerró con caídas importantes en las ventas del comercio, los supermercados y el sector automotriz, por virtud de la baja demanda a lo largo del año, particularmente durante el primer semestre, donde estas se desplomaron.

Las proyecciones para el año 2000 partieron de la base de una meta de inflación del 3,5% y un crecimiento del PIB del 5,5%. Estas dos cifras, fueron los parámetros para la elaboración del presupuesto, el cual registraría un

---

<sup>2</sup> Fuente: <http://www.bancomext.gob.mx/Bancomext2001/Template/Nacional/default.jhtml?seccion=1457>,



incremento máximo, en gasto fiscal, del 4.5%. El año 2000 se plantea pues, con un nuevo gobierno, como un año de reinicio del crecimiento, estimándose que a partir de 2001 se recuperen las tasas anteriores a la crisis económica.

### Chile: Indicadores Económicos

CONCEPTO <sup>1/</sup>	1997	1998	1999	2000 (e)
Crecimiento real del PIB (%)	7.6	3.4	-0.8%	5.5%
Indice de Producción Industrial	141.8	141.9	N.D.	N.D.
Indice de precios al consumidor(%)	6.0	4.7	4.3	3.5
Desempleo (%)	5.3	7.2	11 %	8.4%
Tasa de interés (al final del período)	10.0	9.0	5.0	6.1
Saldo de la cuenta corriente (millones USDlls)	-4,056.6	-4,548.3	-408.9	-1,870
Tipo de cambio (al final del período)	439.81	473.77	530	551
Exportaciones FOB (millones USDlls)	16,903.4	14,895.3	15,616	16,800
Importaciones CIF (millones USDlls)	18,217.9	17,390.8	13,951	16,300

1/ Fuente: Banco Central, Diario "Estrategia" con información oficial, Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE)

### III.5 DATOS SOBRE COMERCIO EXTERIOR DE CHILE

A continuación se presentan algunos datos sobre la situación comercial de Chile con respecto a México en general se mencionan los principales productos que se comercializan entre Chile y el mundo:

**Balanza Comercial**  
(Millones de dólares)

País	Exportaciones		Importaciones		Saldo	
	1998	1999	1998	1999	1998	1999
<b>Chile</b>	14,757.1	15,913.9	17,785.0	14,543.4	-3,027.9	1,370.5

Fuente: Banco Central de Chile

**Principales Productos Exportados por Chile**  
(Millones de dólares)

Chile: Principales productos exportados			
Productos	Valor	Productos	Valor
1999		2000 (*)	
Cátodos de cobre	3,650.9	Cátodos de cobre	1,850.5
Minerales de cobre	1,663.3	Minerales de cobre	955.8
Uvas	605.2	Uvas	465.4
Pasta química de coníferas	493.5	Pasta química de coníferas	342.6
Vinos con denominación de origen	388.1	Salmones del Pacífico	189.1
Madera aserrada o devastada	280.3	Vinos con denominación de origen	167.6
Harina de pescado	279.7	Madera aserrada o devastada	139.9
Salmones del Pacífico congelado	277.7	Vehículos de transporte	121.5
Manzanas frescas	259.4	Oro en bruto	121.3
Oro en bruto	238.9	Salmón fresco en filetes	107.1

Fuente: Banco Central de Chile

(\*) Cifras a mayo de 2000



**Principales Productos Importados por Chile**  
(Millones de dólares)

<b>Chile: Principales productos importados</b>			
<b>Productos</b>	<b>Valor</b>	<b>Productos</b>	<b>Valor</b>
<b>1999</b>		<b>2000 (*)</b>	
Aceites de petróleos minerales	1,099.9	Aceites de petróleos minerales	802.0
Emisores receptores	329.2	Vehículos de transporte de personas	173.1
Vehículos de transportes de personas	257.9	Emisores receptores	127.5
Gas natural	204.5	Gas natural	114.7
Hulla Bituminosa	148.0	Hulla bituminosa	68.8
Computadoras	141.9	Los demás vehículos para transporte.	60.5
Maíces para consumo	140.1	Propano licuado	60.5
Partes para maquinas de escribir	130.5	Aceites combustibles	60.4
Carne de Bovino deshuesada	126.7	Maíces para consumo	60.1
Medicamentos	126.3	Partes para maquinas de escribir	57.5

Fuente: Banco Central de Chile

(\*) Cifras a mayo 2000



### III.5.1.-INTERCAMBIO COMERCIAL

(monto en millones de US\$)

PAÍS		1997	1998	1999	Ene-Jul 2000	Ene-Jul 2000	2001	Variación Absoluta	Variación %
América		16.184,1	15.318,3	14.339,6	17.060,8	9.741,1	10.241,8	500,7	5,1
Canadá		566,5	641,3	583,4	753,7	392,1	416,1	24,0	6,1
Estados Unidos		6.751,3	6.367,7	5.798,6	6.284,2	3.691,9	3.762,0	70,1	1,9
	México	1.447,4	1.355,4	1.200,4	1.431,4	776,6	788,0	11,4	1,5
Europa		8.529,7	8.503,4	7.451,9	8.014,1	4.860,5	5.274,0	413,5	8,5
Asia		9.017,8	7.199,9	6.979,3	8.599,6	5.123,9	4.599,4	-524,5	-10,2
Africa		466,6	312,3	338,4	595,4	310,2	243,6	-66,6	-21,5
Oceanía		285,5	262,4	180,4	216,0	127,9	98,8	-29,1	-22,8
Otros		310,5	251,3	236,0	365,8	204,2	251,3	47,1	23,0
<b>TOTAL</b>		<b>34.794,2</b>	<b>31.847,6</b>	<b>29.525,6</b>	<b>34.851,7</b>	<b>20.367, 8</b>	<b>20.708,9</b>	<b>341,1</b>	<b>1,7</b>

Fuente: Declaraciones de Exportación (FOB) mas Declaraciones de Importación (CIF).

### III.5.2.- SALDO COMERCIAL (monto en millones de US\$)

PAÍS	1997	1998	1999	2000	Ene-Jul 2000	Ene-Jul 2001	Variación %
América	-4.001,1	-3.203,5	-1.512,4	-2.539,6	-1.519,3	-1.138,0	-25,1
Canadá	-298,5	-341,7	-232,4	-265,5	-132,5	-81,9	-38,2
Estados Unidos	-1.893,1	-1.648,3	-176,4	-268,6	-81,5	227,6	-379,3
México	-705,0	-339,0	41,6	199,8	73,2	146,8	100,5
Europa	72,7	197,2	1.189,5	1.700,7	1.019,9	1.203,6	18,0
Asia	2.758,4	1.069,1	2.213,5	2.718,0	1.716,3	1.133,2	-34,0
Africa	-252,6	-167,1	-233,6	-432,2	-233,2	-146,0	-37,4
Oceanía	-104,1	-140,4	-66,8	-87,0	-64,5	-33,0	-48,8
Otros	98,1	78,9	121,0	220,4	130,6	156,5	19,8
TOTAL	-1.428,6	-2.165,8	1.711,2	1.580,3	1.049,8	1.176,3	12,0

Fuente: Declaraciones de Exportación (FOB) menos Declaraciones de Importación (CIF).

NOTA: El concepto Saldo Comercial considera el valor de los bienes en el mismo lugar físico (puerto) y por tanto, difiere de lo que se considera como Balanza Comercial.

### III.6.- RELACIÓN COMERCIAL BILATERAL

En las siguientes tablas se observarán los principales productos comercializados entre Chile y México, también se notará que Chile tiene una balanza comercial superavitaria con respecto a México.

#### Balanza Comercial con México (Millones de dólares)

País	Exportaciones		Importaciones		Saldo	
	1999	2000 (*)	1999	2000 (*)	1999	2000 (*)
Chile	623.4	301.2	567.7	243.0	55.7	58.2

Fuente: Banco Central de Chile

(\*) Cifras a mayo de 2000



**Principales productos importados por México**  
(Millones de dólares)

<b>Chile: Principales productos exportados</b>			
<b>Productos</b>	<b>Valor</b>	<b>Productos</b>	<b>Valor</b>
<b>1999</b>		<b>2000 (*)</b>	
Cátodos de cobre	166.1	Cátodos de cobre	50.8
Cobre para el afino	69.8	Uvas	17.0
Minerales de cobre	44.0	Vehículos de carga	8.1
Vehículos de carga	40.5	Cobre para el afino	5.2
Uvas	21.5	Melocotones o duraznos	5.0
Melocotones y duraznos	18.0	Vehículos de transporte de personas	4.6
Manzanas frescas	16.4	Ciruelas frescas	3.6
Chasis cabina	10.0	Chasis cabina	3.2
Los demás vehículos	9.6	Ajos frescos	2.8
Vinos con denominación de origen	8.6	Madera contrachapada	2.7

Fuente: Banco Central de Chile

(\*) Cifras a marzo de 2000



**Principales productos exportados por México**  
(Millones de dólares)

<b>Chile: Principales productos importados</b>			
<b>Productos</b>	<b>Valor</b>	<b>Productos</b>	<b>Valor</b>
<b>1999</b>		<b>2000</b>	
Televisores a colores	76.6	Televisores a colores	16.7
Vehículos de carga	38.4	Vehículos de carga	7.6
Vehículos de transporte de personas	29.3	Vehículos de transporte de personas	6.8
Superfosfatos	20.1	Superfosfatos	5.7
Navajas y maquinas de afeitar	16.6	Policloruro de vinilo	5.1
Medicamentos preparados	12.4	Politereftalato de etileno	4.3
Computadoras	12.2	Navajas y maquinas de afeitar	3.8
Dihidrogenofosfato de Amonio	10.0	Pigmentos con dióxido de titanio	3.7
Politereftalato de Etileno	9.5	Tractores de carretera	2.4
Aparatos de grabación	9.5	Medicamentos preparados	2.1

Fuente: Banco Central de Chile

(\*) Cifras a marzo de 2000

### III.7.- ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

A la ropa deportiva de TOSCANO le toca competir en el mercado chileno con productos importados de Estados Unidos, Asia y Canadá además de los productos de competidores Sudamericanos como Argentina, Brasil y Bolivia.

Pero TOSCANO tiene ventajas sobre estos competidores, la mayoría de la ropa deportiva que se vende en Chile es maquilada en Asia o en el mismo Chile, donde empresas multinacionales como Nike y Adidas tienen empresas que

elaboran sus productos; no se obtuvo información de grandes empresas chilenas de ropa deportiva, en general se observó durante el estudio de mercado realizado que las empresas existentes manejan precios con los cuales TOSCANO puede competir.

Como en la mayoría de los países latinoamericanos, la mayoría de los clientes paga por la "marca" es por esto que los precios de los grandes competidores son mucho más altos y nuestra empresa busca consolidarse primeramente como ropa deportiva de alta calidad con buenos diseños y a precios accesibles. Esto se considera otra ventaja sobre la competencia de TOSCANO.

Nuestra empresa también tiene desventajas, algunas de ellas son que no se tiene experiencia en la exportación y además puede haber algunas sorpresas en cuanto a la forma de negociar en Chile que tal vez las grandes empresas ya conocen y la nuestra no, etc.



### III.7.1- COMPETENCIA DE LOS MERCADOS DE EXPORTACIÓN

#### IMPORTACIONES DE CHILE CLASIFICADAS POR PAIS (monto en millones de US\$ CIF)

PAÍS		1997	1998	1999	2000	Ene-Jul 2000	Ene-Jul 2000	Variación %
América		10.092,6	9.260,9	7.926,0	9.800,2	5.630,2	5.689,9	1,1
Canadá		432,5	491,5	407,9	509,6	262,3	249,0	-5,1
Estados Unidos		4.332,2	4.008,0	2.987,5	3.276,4	1.886,7	1.767,2	-6,3
	México	1.076,2	847,2	579,4	615,8	351,7	320,6	-8,8
Europa		4.228,5	4.153,1	3.131,2	3.156,7	1.920,3	2.035,2	6,0
Asia		3.129,7	3.065,4	2.382,9	2.940,8	1.703,8	1.733,1	1,7
Africa		359,6	239,7	286,0	513,8	271,7	194,8	-28,3
Oceanía		194,8	201,4	123,6	151,5	96,2	65,9	-31,5
Otros		106,2	86,2	57,5	72,7	36,8	47,4	28,5
TOTAL		18.111,4	17.006,7	13.907,2	16.635,7	-659,0	9.766,3	1,1

Fuente: Declaraciones de Importación. No se incluyen las Zonas Francas, DITS ni VP

### III.7.2.- IMPORTACIONES CLASIFICADAS POR CAPÍTULOS DEL ARANCEL ADUANERO

(monto en millones de US\$ CIF)

Capítulo	Glosa	1997	1998	1999	2000	Ene-Jul 2000	Ene-Jul 2001	Variación %
62	Prendas y Complementos (Accesorios), de vestir, excepto los de punto	226,2	240,1	202,7	235,6	136,9	145,3	6,1

Fuente: Declaraciones de Importación. No se incluyen las Zonas Francas, DITS ni VP



### III.7.3.- INCIDENCIA EN LA EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES POR PAIS

RANKEADOS SEGÚN RESULTADO OBTENIDO DURANTE ENERO-JULIO  
2001  
(puntos porcentuales)

PAIS	Incidencia 1998	Incidencia 1999	Incidencia 2000	Incidencia Ene-Jul 2001
Argentina	0,18	0,85	6,13	2,83
Brasil	-0,87	-0,68	2,60	1,44
Francia	0,98	-1,58	0,22	0,98
China	0,51	-0,54	2,09	0,80
Alemania	-0,18	-1,15	-0,11	0,38
Noruega	-0,11	-0,08	0,06	0,26
Corea del Sur	-0,26	-0,81	0,93	0,24
España	0,18	-1,45	0,13	0,23
Italia	-0,12	-0,97	-0,69	0,17
Paraguay	0,04	-0,06	0,11	0,17
Bélgica	-0,12	-0,08	0,01	0,13
Perú	0,01	0,28	0,62	0,13
Reino Unido	-0,36	-0,44	-0,3	0,11
Sudáfrica	-0,10	-0,12	0,04	0,10
Portugal	0,00	0,02	0,01	0,09
Indonesia	0,2	-0,11	-0,10	0,8
Holanda	-0,00	-0,16	0,07	0,08
India	0,00	-0,07	0,11	0,06
Argelia	0,02	0,01	0,25	0,05
Tailandia	0,02	0,01	0,25	0,05
Singapur	0,01	-0,13	-0,06	0,05
Filipinas	0,00	0,06	0,02	0,04
Israel	0,01	-0,01	-0,01	0,04
Uruguay	0,09	-0,14	0,06	0,04
Irlanda	0,00	-0,02	0,01	0,04
El Salvador	-0,01	0,01	-0,01	0,02

PAÍS	Incidencia 1998	Incidencia 1999	Incidencia 2000	Incidencia Ene-Jul 2001
Irán	0,00	0,00	0,00	0,01
Sri Lanka	0,00	-0,01	0,00	0,01
Congo	-0,08	0,00	0,03	0,01
Islandia	0,00	0,00	0,00	0,01
Emiratos Arabes	0,00	0,00	0,00	0,01
Viethnam	-0,01	-0,04	0,02	0,01
Grecia	0,01	-0,03	0,01	0,00
Costa Rica	-0,05	-0,01	-0,07	0,00
Luxemburgo	-0,02	0,00	0,00	0,00
Bulgaria	0,01	-0,05	-0,01	0,00
Siria	0,00	0,00	0,00	0,00
Liberia	0,00	-0,02	0,00	0,00
Namibia	0,00	0,00	0,00	0,00
Túnez	0,00	0,00	0,00	0,00
Zimbabwe	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuba	0,00	0,00	0,00	0,00
Egipto	-0,01	0,00	0,00	0,00
Rep. Dominicana	0,00	0,00	0,00	0,00
Marruecos	0,00	0,02	-0,02	0,00
Mauricio	0,00	0,00	0,00	0,00
Ucrania	0,10	-0,16	0,10	-0,01
Polonia	0,12	-0,06	-0,08	-0,01
Panamá	0,00	-0,01	-0,01	-0,01
Trinidad y Tobago	0,00	-0,01	0,01	-0,02
Pakistán	0,06	-0,08	0,06	-0,02
Turquía	0,07	-0,05	0,04	-0,03
Malasia	-0,02	-0,06	-0,08	-0,03
Dinamarca	-0,08	-0,10	0,17	-0,04
Bolivia	-0,14	-0,09	0,05	-0,06
Austria	-0,11	0,01	0,09	-0,07
Colombia	-0,14	-0,05	0,28	-0,07
Letonia	0,00	0,00	0,06	-0,08
Finlandia	-0,24	-0,16	0,11	-0,09
Suiza	0,02	0,21	-0,22	-0,09



PAÍS	Incidencia 1998	Incidencia 1999	Incidencia 2000	Incidencia Ene-Jul 2001
Taiwan	-0,14	-0,21	0,19	-0,10
Guatemala	-0,12	0,02	-0,02	-0,10
Nueva Zelanda	-0,11	-0,40	0,10	-0,13
Arabia Saudita	0,08	-0,17	0,12	0,13
Canadá	0,33	-0,49	0,73	-0,14
Australia	0,09	-0,36	0,10	-0,19
Angola	0,46	-0,11	0,00	-0,28
Antillas	-0,04	-0,17	0,20	-0,29
México	-1,26	-1,57	0,26	-0,32
Rusia	0,01	0,11	0,27	-0,41
Venezuela	0,21	-0,15	0,19	-0,52
Suecia	-0,59	0,15	0,09	-0,53
Nigeria	-0,07	0,02	1,31	-0,73
Japón	-0,34	-2,12	0,51	-0,89
Ecuador	-0,61	0,46	0,19	-1,16
Estados Unidos	-1,79	-6	2,08	-1,24

Fuente: Declaraciones de Importación. No se incluyen las Zonas Francas, DITS ni VP

NOTA: Las incidencias se obtienen a través de la multiplicación de la participación % del producto en el año base por la variación % experimentada durante el período. La suma total de las incidencias otorga la variación % experimentada por el total de las importaciones



### III.8.- ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Por ser México el vecino latinoamericano mas cercano a Estados Unidos de América es el país que recibe directamente las tendencias de la moda y los avances tecnológicos en el sector textil.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Chile esta rodeado de potencias comerciales como Argentina y Brasil.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ TOSCANO dirigirá sus productos a la zona de Santiago donde Chile tiene concentrado el 40% de su población, además de ser el centro de distribución a todo el país.</li> <li>▪ Aprovechar las beneficios y las bondades que nos ofrece el tratado con el que cuenta nuestro país y Chile.</li> <li>▪ Contamos con una cultura latinoamericana en la cual hay similitudes.</li> <li>▪ La diferencia del ciclo climático que existe entre los dos países, nos permite aprovechar las temporadas de calor en México y en Chile.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La región de Santiago es el centro de producción, distribución y en donde se concentra la mayor parte del comercio exterior del país.</li> <li>▪ Debido a la desaceleración económica que ha sufrido Sudamérica en los últimos años, corre el riesgo de dejar de ser atractivo para los exportadores mexicanos.</li> <li>▪ Por cambios en la política chilena podría haber cambios en las regulaciones no arancelarias.</li> </ul>

### III.9.- BARRERAS DE ACCESO AL MERCADO.

Actualmente, en el mercado chileno y en cuanto a la ropa deportiva de algodón no existen barreras de entrada al mercado, dependiendo del cliente hay mayores o menores exigencias en cuanto a normas de calidad, seguridad, etc.

De cualquier manera, en TOSCANO se tomaron en cuenta las normas necesarias para entrar a mercados muy exigentes a nivel mundial en cuanto a la industria textil como son los casos de Inglaterra y Estados Unidos de Norteamérica; se revisaron también las normas de la ISO (International Standard Organization) y en un mediano plazo se pretende implementar algunas de ellas.

Además se tiene la flexibilidad de cambiar algunas cosas en la empresa en caso de ser necesario para penetrar en determinados mercados y para atender hasta a los clientes más exigentes.

De cualquier manera, como se mencionó anteriormente, no hay barreras no arancelarias para la exportación de ropa deportiva a Chile.

## **IV.- ASPECTOS OPERACIONALES**



## **IV.1.- DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Y METAS EN EL MERCADO SELECCIONADO.**

### **IV.1.1.- OBJETIVOS:**

1. En un periodo de dos años estar ya exportando a Chile por lo menos el 20% de la producción total de "TOSCANO".
2. Durante el tercer año buscar incrementar el volumen de ventas al mercado chileno y además, empezar a incursionar en otros mercados Latinoamericanos.

### **IV.1.2.- METAS:**

1. Durante el primer trimestre del próximo año estar ya enviando el primer pedido de la mercancía, además de buscar mayor número de clientes y tener continuidad con los que ya fueron atendidos.
2. Lograr concretar el mayor número de exportaciones sin disminuir el servicio a nuestros clientes a nivel nacional.
3. Si es necesario, hacer nuevas inversiones en la empresa para cumplir con las demandas de nuestros clientes, tanto en Chile como en México, y así, por medio de ese país lograr la entrada de la ropa deportiva de TOSCANO a otros mercados.

## IV.2.- ADECUACIONES DE LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA.

### ▪ Precio

El mercado chileno es similar al mexicano en cuanto a gustos y preferencias, también la economía de ambos países es similar aunque Chile ha estado más presionado que nuestro país por la recesión económica a nivel mundial. Además, para crear una estrategia de precio de exportación para ropa deportiva en TOSCANO, se debe tomar en cuenta a los grandes competidores de potencias exportadoras con una gran ventaja sobre México en Chile como son Argentina y Brasil que son prácticamente los socios comerciales naturales de Chile.

Se pretende incursionar en el mercado chileno con una estrategia de precios bajos, durante los primeros años, cuando TOSCANO se dará a conocer, las utilidades de la empresa serán por volumen de ventas ya que se espera que los habitantes de Chile conozcan la calidad de los productos de la empresa y ya que sea una marca reconocida en ese país se puede reconsiderar la estrategia ya sea con la introducción de nuevos productos a la línea de exportación o cambios en los diseños para que nuestros productos sean mas atractivos y de alta calidad y que así, nuestros clientes estén dispuestos a pagar más por la ropa deportiva de "TOSCANO".

### ▪ Producto

Como ya se mencionó en la descripción del producto, se pretende lanzar al mercado de exportación principalmente dos modelos de pants, dos modelos de sudaderas y dos modelos de playeras, en varios colores y, dependiendo del volumen de la compra se pueden

hacer modificaciones a los productos como una "producción sobre pedido".

Además, el departamento de diseño, junto con el departamento de ventas estarán frecuentemente elaborando estudios de mercado para conocer las tendencias de la moda en el mundo y especialmente en Latinoamérica para hacer las modificaciones necesarias a nuestros modelos de base y estar siempre a la vanguardia de la industria deportiva textil.

- **Plaza**

Después de una ardua investigación, se llegó a la conclusión de que la mejor manera para "TOSCANO" de entrar en el mercado chileno es dirigiéndonos a mayoristas y distribuidores de la región de Santiago donde se concentra el 40% de la producción del país, además ésta zona es el centro comercial y distribución más importante y de ahí se hace llegar la mercancía hasta el consumidor final.

- **Promoción**

Se buscará la promoción de los productos de TOSCANO por medio de las consejerías comerciales de Bancomext, buscando formar parte de la base de datos de importadores de Prochile (Institución encargada de promover el comercio exterior en Chile), con participación en ferias y exposiciones comerciales, dando la información en revistas especializadas en Chile y por medio de una página Web.

La feria principal para el sector textil en Chile es: TEXVECAL que se lleva a cabo en Santiago de Chile en el mes de Julio y es organizada por COFOCE con apoyo de BANCOMETX.



- **People**

Muchos autores no consideran la quinta "P" tan importante como realmente lo es, este punto se refiere a la atención al cliente, el servicio que se le da, garantía, descuento, rebajas y siempre que se puede tratar de atenderlo como se merece.

Es por esto que TOSCANO estará siempre buscando la calidad total en la atención y servicio al cliente, siempre que se pueda cumplir con sus demandas se hará lo mas rápidamente posible, se buscará promover a nuestros mejores clientes en cuanto a pagos y volumen de compras con descuentos y/o rebajas; en caso de que alguna pieza por algún descuido de los trabajadores de TOSCANO no cumpla con los requisitos que el cliente pidió, ésta le será repuesta en el siguiente pedido.

En general se busca que el cliente esté satisfecho con nuestros servicios y que además de comprar una prenda deportiva de calidad se lleve la mejor de las atenciones siempre que tenga contacto con TOSCANO y así poder competir con los vecinos comerciales de Chile como Bolivia Brasil y Argentina.

### **IV.3.- ESTRATEGIA DE ENTRADA AL MERCADO.**

Como ya se mencionó anteriormente, se buscará entrar al mercado chileno por medio de distribuidores y mayoristas ubicados en la región de Santiago; en éste lugar se centra al 40% de la producción y comercio del país.

La ciudad de Santiago está situado en la zona sur de Chile, el total de su población es de poco más de 5 millones de habitantes pero en la zona completa de la región de Santiago habitan cerca de 9 millones de personas.

Nuestros productos entrarán al mercado con precios relativamente bajos, de acuerdo al estudio realizado por TOSCANO, la empresa está en posibilidad de ofrecer precios competitivos a los posibles clientes para que conozcan en producto y ya que esté posicionado en el mercado, se buscará elegir un mercado más exclusivo y de ésta manera poder subir un poco los precios.

Los productos de TOSCANO están dirigidos principalmente a jóvenes y adultos que aunque no realicen actividades deportivas, vistan con ropa cómoda y de calidad.

### **IV.4.- ASPECTOS OPERACIONALES (LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN).**

#### **IV.4.1.- ASPECTOS ADUANEROS Y ARANCELARIOS:**

- La exportación de prendas de vestir no requiere de procedimientos específicos.
- Se requiere de un agente aduanal, que será el representante legítimo y solidario del exportador para tramitar el desaduanamiento de la mercancía de exportación.

- El agente aduanal elabora el pedimento de exportación.
- Al presentar el pedimento se paga el DTA.
- El vista aduanal verifica los documentos.
- El embarque pasa al área de inspección del sistema aleatorio (semáforo fiscal) en caso de luz verde hay desaduanamiento libre; en caso de luz roja habrá inspección física de la mercancía

#### **IV.4.2.- DOCUMENTOS:**

- Pedimento de exportación.
- Certificado de origen (TLC México - Chile).
- Documento de embarque.
- Lista de empaque

#### **IV.4.3.- TARIFA ARANCELARIA**

Chile, tiene establecida una tarifa arancelaria para Nación más favorecida de 9%, pero México por tener un Tratado de Libre comercio con éste, esta libre de tal impuesto.

#### **IV.4.4.- TRATAMIENTO ARANCELARIO**

Desde 1991, México signó un Acuerdo de Complementación Económica #17 (ACE17). Muchos productos del sector textil y confección no fueron negociados sin embargo, hay demanda por prendas de vestir.

Dependiendo del volumen del pedido, el medio de transporte a utilizar será el aéreo o el marítimo. En caso de ser transporte aéreo se embarcará la mercancía en el Aeropuerto de la ciudad de México y en caso de ser vía marítima se embarcará la mercancía en el puerto de Manzanillo.



El agente aduanal está situado en la ciudad de Morelia, por esto, la mercancía pasará por aduanas desde aquí y se evitará tener que hacer trámites en los puertos de salida. La mercancía ya llevará su pedimento aduanal y además el candado fiscal en caso de ser contenedor por vía marítima.

El certificado de origen para Chile es de libre reproducción por lo cual no es necesario hacer trámites ante la Secretaría de Economía para tramitarlo, por esta razón, el certificado será llenado por el Departamento de Ventas de TOSCANO.

En cuanto a los pagos, se hará una carta de crédito confirmada e irrevocable con pago a la vista de los documentos de transporte por cada pedido, así tanto el importador como TOSCANO están asegurados de que no habrá problemas en cuanto al envío de la mercancía ni en cuanto a el pago de la misma.

Dependiendo del cliente y del volumen del pedido, como ya se mencionó anteriormente, se elaborarán políticas de rebajas y descuentos en la empresa para incrementar la competitividad de nuestra empresa, además se buscará que el departamento de ventas esté en contacto directo (fax, teléfono, correo electrónico) con los clientes para saber el tiempo y condiciones de la llegada de la mercancía a destino.

#### **IV.5.- COTIZACIONES (INCOTERM)**

Debido a que en TOSCANO se pretende, por primera vez incursionar en un mercado del extranjero se decidió empezar con un INCOTERM en caso de transporte marítimo CIF (cost, insurance and freight) y en caso de transporte aéreo, se utilizará el INCOTERM CIP (Carriage and Insurance Paid to.)

En estos INCOTERMS se incluye el pago del transporte y del seguro de la mercancía. En el caso de CIF, Las obligaciones del vendedor son: despachar

la mercancía con los tramites aduaneros pagados para su exportación, éste escoge el barco y paga los fletes necesarios para hacer llegar la mercancía al puerto de destino. Los riesgos de pérdida o daño de la mercancía pasan al comprador desde el momento en que la mercancía está a bordo del buque en el puerto de embarque convenido.

En el caso de CIP, el vendedor para el flete de las mercancías y el seguro hasta el destino convenido. Además lleva a cabo los trámites aduanales para exportación. Los riesgos de pérdida y daño pasan al comprador desde el momento en que la mercancía es entregada al transportista.

#### **IV.6.- ENVASE Y EMBALAJE.**

Cada producto, o en caso de ser vendido como conjunto, cada juego, será envasado en bolsas individuales de plástico que servirán para proteger los productos de posibles manchas, para que sea más fácil contarlas, etc.

Dichos envases serán embalados en cajas de cartón corrugado por tener muchas ventajas sobre otros materiales que se utilizan para lo mismo; entre ellas, reciclable, bajo costo, durabilidad de las tintas y adhesivos, etc.

Las cajas de cartón medirán 60 x 40 cm., en ellas se colocarán 20 piezas individuales o 10 conjuntos. Se planea que ésta sea también la medida estándar para entregas a nivel nacional y así, se logrará disminuir el costo por concepto de embalaje ya que se comprará por volumen.

#### IV.7.- CONTRATOS Y FORMAS DE PAGO.

No es necesario elaborar un contrato muy complicado para las ventas internacionales de TOSCANO, se realizará un formato que se enviará por fax a los compradores para que se firme y se les pedirá que lo envíen nuevamente al departamento de ventas de la empresa.

El contrato incluirá puntos básicos como:

- Descripción de la denominación de las empresas, TOSCANO que se llamará "La vendedora" y el cliente que se nombrará como "La compradora".
- Declaración de que TOSCANO se dedica a ..., que cuenta con el personal y la capacidad para cumplirle al comprador.
- Representante de la empresa para asuntos de comercio exterior y representante de la empresa.
- Datos de "La compradora" (domicilio, giro de la empresa, representante, etc.)
- Objetivo del contrato
- Idioma explicando que en caso de conflicto se respetará la interpretación que se le de al contrato en ese idioma.
- Precio (Incoterm)
- Forma de envío
- Forma de pago
- Calidad del producto
- Embalaje y gastos de verificación
- A cargo de quien correrán los riesgos y gastos de entrega
- Quien se encargará de tramitar los documentos necesarios para la exportación.
- Vigencia del contrato
- Reseción por incumplimiento
- Limite de la responsabilidad contractual.
- Legislación aplicable.



- Nombre de la empresa o persona que hará las funciones de arbitraje en caso de cualquier controversia.
- Firmas.

Todo esto en un pequeño formato ya elaborado para ser llenado solo en espacios en blanco, en caso de que sea necesario cambiar alguna cláusula de dicho formato, TOSCANO estará en contacto directo con el comprador para hacer los cambios necesarios y que convengan a ambas partes.

La forma de pago será especificada en el contrato y se realizará por medio de una Carta de Crédito Confirmada e Irrevocable pagadera a la vista de los documentos de transporte.

WORLD BANK FINANCIAL

## V.- ASPECTOS FINANCIEROS

## V.1.- ESTADOS FINANCIEROS

### V.1.1.- BALANCE GENERAL

"TOSCANO"

DEL 01 DE ENERO AL 31 DE JUNIO DE 2001

<b>ACTIVO</b>		
CIRCULANTE		
	CAJA Y BANCOS	\$210,000.00
	CLIENTES	\$600,000.00
	INVENTARIOS	\$80,000.00
		<b>\$890,000.00</b>
FIJO		
	TERRENO	\$50,000.00
	MAQUINARIA Y EQUIPO	\$100,000.00
	EQUIPO DE TRANSPORTE	\$300,000.00
		<b>\$450,000.00</b>
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>		<b>\$1,340,000.00</b>
<b>PASIVO</b>		
	ACREEDORES DIVERSOS	\$150,000.00
	PROVEEDORES	\$190,000.00
<b>SUMA DEL PASIVO</b>		<b>\$340,000.00</b>
CAPITAL		
	APORTACIÓN INICIAL	\$1,000,000.00
<b>SUMA PASIVOS Y CAPITAL</b>		<b>\$1,340,000.00</b>



## V.1.2.- ESTADO DE RESULTADOS

**"TOSCANO"**

**DEL 01 DE ENERO AL 31 DE JUNIO DE 2001**

VENTAS NETAS	\$300,000.00
COSTO DE VENTAS	\$90,000.00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$210,000.00</b>
GASTOS DE VENTA	\$70,300.00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$40,700.00
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$111,000.00
<b>UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>	<b>\$99,000.00</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$99,000.00</b>
IMPUESTOS	\$14,850.00
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$84,150.00</b>

## V.2.- ESTADOS FINANCIEROS PRO FORMA

### V.2.1.- BALANCE PROFORMA AL PRIMER AÑO DE EXPORTACIONES

"TOSCANO"

#### BALANCE PROFORMA AL TERCER AÑO DE EXPORTACIONES

<b>ACTIVO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
	CAJA Y BANCOS	\$310,000.00
	CLIENTES	\$700,000.00
	INVENTARIOS	\$130,000.00
		<b>\$1,140,000.00</b>
<b>FIJO</b>		
	TERRENO	\$80,000.00
	MAQUINARIA Y EQUIPO	\$150,000.00
	EQUIPO DE TRANSPORTE	\$500,000.00
		<b>\$730,000.00</b>
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>		<b>\$1,870,000.00</b>
<b>PASIVO</b>		
	ACREEDORES DIVERSOS	\$150,000.00
	PROVEEDORES	\$150,000.00
	CREDITO	\$220,000.00
<b>SUMA DEL PASIVO</b>		<b>\$520,000.00</b>
<b>CAPITAL</b>		
	APORTACIÓN INICIAL	\$1,000,000.00
	NUEVAS APORTACIONES	\$200,000.00
	UTILIDADES DEL EJERCICIO	\$150,000.00
<b>SUMA PASIVOS Y CAPITAL</b>		<b>\$1,870,000.00</b>



## V.2.2.- ESTADO PROFORMA DE FLUJO DE EFECTIVO

"TOSCANO"

ESTADO PROFORMA DE FLUJO DE EFECTIVO

DEL 1 DE ENERO DE 2001 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003

UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$150,000.00
NUEVAS APORTACIONES DE LOS SOCIOS	\$200,000.00
<b>SUMA ORIGEN DE LAS FUENTES INTERNAS</b>	<b>\$350,000.00</b>
<b>SUMA ORIGEN DE LOS FONDOS</b>	<b>\$350,000.00</b>
COMPRA DE MAQUINARIA	\$50,000.00
AMPLIACIÓN DE LAS INSTALACIONES	\$30,000.00
AUMENTO DE INVENTARIO	\$50,000.00
AUMENTO DE CUENTAS POR COBRAR A CLIENTES	\$100,000.00
AUMENTO CAJA Y BANCOS	\$100,000.00
<b>SUMA DE INCREMENTO EN ACTIVOS</b>	<b>\$330,000.00</b>
<b>SUMA DE LA APLICACIÓN DE LOS FONDOS</b>	<b>\$330,000.00</b>
<b>FLUJO DISPONIBLE AL FINAL DEL EJERCICIO</b>	<b>\$20,000.00</b>



### V.2.3.- ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

VENTAS NETAS	\$300,000.00	\$530,000.00	\$800,000.00
COSTO DE VENTAS	\$90,000.00	\$ 93,500.00	\$ 98,700.00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$210,000.00</b>	<b>\$ 436,500.00</b>	<b>\$ 701,300.00</b>
GASTOS DE VENTA	\$70,300.00	\$105,450.00	\$158,175.00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$40,700.00	\$50,875.00	\$61,050.00
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$111,000.00	\$156,325.00	\$219,225.00
<b>UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>	<b>\$99,000.00</b>	<b>\$ 280,175.00</b>	<b>\$ 482,075.00</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$99,000.00</b>	<b>\$ 280,175.00</b>	<b>\$ 482,075.00</b>
IMPUESTOS	\$14,850.00	\$ 42,026.25	\$ 72,311.25
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$84,150.00</b>	<b>\$ 238,148.75</b>	<b>\$ 409,763.75</b>

### V.3 RAZONES FINANCIERAS

#### **SOLVENCIA: 2.61**

Por cada peso que se debe, la empresa tiene 2.61 para hacerle frente a sus obligaciones.

#### **PRUEBA DEL ÁCIDO: 2.38**

La empresa cuenta con una buena rotación de inventario, la mayor parte de lo que produce se vende en un tiempo suficiente para que sus productos no se consideren obsoletos ni ocasionen gastos por almacenamiento.

#### **CAPITAL DE TRABAJO NETO: \$ 550,000**

Después de cubrir sus compromisos a corto plazo, la empresa tiene la suficiente liquidez para seguir con su funcionamiento operativo normal.

## VI.- RESUMEN EJECUTIVO

TOSCANO es una empresa que, con más de 10 años de experiencia está dedicada a la fabricación y venta de ropa deportiva a nivel nacional pero aprovechando la apertura comercial y la promoción a las exportaciones que se está dando en México, se planea ampliar el mercado incursionando en CHILE.

Esto es, principalmente, por aprovechar diversas ventajas que ofrece ese país para nuestros productos.

Entre esas ventajas podemos recordar que desde 1992, México y Chile cuentan con un Acuerdo de Complementación Económica (ACE 17) y desde 1999, ese acuerdo se convirtió en Tratado de Libre Comercio. Además se debe recordar que los países latinoamericanos tenemos similitudes en cuanto a idioma, cultura, economía y costumbres, en este caso en cuanto a forma de vestir. Otro aspecto que se debe aprovechar al exportar a Chile es la diferencia con México en cuanto a las estaciones del año; cuando en México hace frío que las ventas de TOSCANO son muy altas, en Chile hace calor y cuando en México hace calor y las ventas tienden a disminuir, en Chile hace frío y se espera que esa seas la época con mayor demanda.

Los productos que TOSCANO planea exportar a Chile son tres diferentes juegos de pants (sudadera y pants) en una extensa variedad de colores, también playeras (t-shirts) tipo polo y sencillas en diferentes colores de moda que varían según la temporada. Además se cuenta con una gran variedad en cuanto a las tallas que hacen que todo cliente quede satisfecho con nuestros productos.

Los recursos con los que cuenta TOSCANO para poder competir en ese mercado son los siguientes:

- En cuanto al personal, se cuenta con un área de diseño en donde personas especialistas en el área se encargarán de estar sondeando el mercado y de



adaptar los diseños a sus necesidades y a las nuevas tendencias de la moda.

En cuanto a la subgerencia general, está ocupada por una persona especialista en comercio internacional, en contacto constante con los cambios y avances en cuanto a la desgravación arancelaria de nuestros productos y todo lo referente a la logística de exportación.

En el área de producción se encuentran personas que están en continua capacitación para aprovechar las innovaciones tecnológicas que se dan en el sector textil.

- La infraestructura de la empresa es propia y al no estar endeudada, tiene posibilidades de crecimiento y de inversión para hacer frente a las responsabilidades que implica el entrar en mercados de exportación.

TOSCANO cuenta con una gran variedad de productos entre los que destacan la ropa deportiva y ropa para época de calor como shorts, bermudas y playeras. Los productos que se pretenden exportar son 3 diferentes diseños de pants, sudadera y playeras tipo polo y sencillas; todo esto con una gran variedad de colores de moda tanto en México como en Chile. Cabe destacar que, dependiendo del tamaño del pedido, los clientes tienen la oportunidad de hacer sugerencias o solicitudes especiales para sus productos; éstas se tomarán en cuenta y se hará lo posible por realizar los cambios solicitados y así satisfacer al cliente en mayor medida.

En cuanto a la materia prima utilizada, es 100% mexicana, en su mayoría proveniente del estado de Guanajuato, gracias a la corta distancia entre los proveedores y la planta de producción, podemos contar con la materia prima a las 48 horas de haber hecho el pedido y hacer frente a nuestros compromisos tanto nacionales como internacionales en tiempos considerablemente cortos.

El mercado chileno fue elegido por TOSCANO para incursionar en los mercados internacionales por diferentes razones; como ya se mencionó anteriormente, el poder aprovechar la existencia de un TLC, la similitud en el idioma y cultura, la disposición de ambos gobiernos a en seguir con una tendencia de apertura comercial, etc. son factores que hacen a nuestra empresa ver a Chile como un mercado potencial.

Además de todas éstas características y haciendo un análisis más profundo del mercado obtenemos lo siguiente:

La ropa deportiva está conformada por prendas que utilizan personas de todas las edades, aunque el segmento al que TOSCANO se dirige principalmente está integrado por personas entre 10 y 50 años que tienen en su mayoría actividades en las que pueden utilizar este tipo de prendas.

En el siguiente cuadro se presenta el tamaño del mercado al que se dirige TOSCANO en Chile:

POBLACION TOTAL:	15,000,000 Habs. Aprox.
POBLACION ENTRE LOS 10 Y 50 AÑOS:	9,750,000 .
POBLACION ENTRE LOS 10 Y LOS 50 AÑOS QUE VIVE EN LA REGION DE SANTIAGO:	2,925,000 Personas.

Por lo tanto, el mercado potencial de TOSCANO en Chile está conformado por 2,925,000 personas.

La tendencia es que siga creciendo la población, actualmente el sector de la población chilena con mayor número de habitantes es el que comprende de los 0 a los 9 años, dentro de 5 años, este segmento será ya un mercado potencial



para TOSCANO, por lo que se considera a Chile como un mercado con un alto potencial a futuro.

## ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

VENTAS NETAS	\$300,000.00	\$530,000.00	\$800,000.00
COSTO DE VENTAS	\$90,000.00	\$ 93,500.00	\$ 98,700.00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$210,000.00</b>	<b>\$ 436,500.00</b>	<b>\$ 701,300.00</b>
GASTOS DE VENTA	\$70,300.00	\$105,450.00	\$158,175.00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$40,700.00	\$50,875.00	\$61,050.00
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$111,000.00	\$156,325.00	\$219,225.00
<b>UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>	<b>\$99,000.00</b>	<b>\$ 280,175.00</b>	<b>\$ 482,075.00</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$99,000.00</b>	<b>\$ 280,175.00</b>	<b>\$ 482,075.00</b>
IMPUESTOS	\$14,850.00	\$ 42,026.25	\$ 72,311.25
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$84,150.00</b>	<b>\$ 238,148.75</b>	<b>\$ 409,763.75</b>

En virtud del tipo de producto y de nuestro mercado potencial en Chile, se espera que los productos de TOSCANO se posicionen como productos de alta calidad a muy buen precio en un periodo de tan solo dos años.

Estimando pues, que nuestras ventas al año 2003 serán de 500,000 pesos, anteriormente se presento el estado de resultados proforma en donde se observan los incrementos en costos, gastos y utilidades y estamos en posibilidades de cumplirlas de manera integral; no se prevé ningún tipo de riesgo mayor que pudiera dar al traste con nuestro proyecto.

De cualquier manera, se estará estudiando el mercado cuidadosamente para detectar a tiempo cualquier cambio en el macroentorno que pudiese afectar nuestras proyecciones de ventas.



## **VII.- ANEXOS.**

## **VI.1.- FERIAS INTERNACIONALES**

### **1. COLOMBIATEX**

Medellín, Colombia

Febrero

Organiza: Akra con apoyo de Bancomext

### **2. MAGIC INTERNATIONAL**

Las Vegas, USA

Febrero y Agosto

Organiza: Bancomext

### **3. APPAREL SHOW OF THE AMERICAS**

Miami, USA

Marzo

Organiza: Bancomext

### **4. FENIT'47**

Sao Paulo, Brasil

Junio

Organiza: Akra con apoyo de Bancomext

### **5. TEXBECAL**

Santiago de Chile, Chile

Julio

Organiza: Cofose con apoyo de Bancomext

### **6. CONTRACTING LEIPZIG**

Leipzig, Alemania

Agosto

Organiza: Bancomext

7. IGEDO DESSOUS & BEACH

Dusseldorf, Alemania

Agosto

Organiza: Canainves con apoyo de Bancomext

8. BOBBIN SHOW

Atlanta, USA

Septiembre

Organiza: Bancomext

9. DALLAS WOMEN'S APPAREL & ACCESORIES MARKET

Dallas, USA

Octubre

Organiza: Cenainves con apoyo de Bancomext

10. INTERNACIONAL KIDS FASHION

Nueva York, USA

Octubre

Organiza: Canainves con apoyo de Bancomext

11. PREMIER VISION

París, Francia

Octubre

Organiza: Akra con apoyo de Bancomext



## **VI.2.- FERIAS NACIONALES**

### **1. EXHIMODA**

Exhibición de moda

Enero y Julio

Expo Guadalajara, Guadalajara

### **2. EXPO FASHION**

Exhibición de moda

Mayo y Noviembre

World Trade Center, México, D.F.

Confecciones

### **3. EXINTEX PUEBLA**

Exhibición Internacional de la Industria Textil

Noviembre 11 – 14

Recinto ferial Expo Puebla, Zona de los fuertes.

Puebla, Puebla

Fibras sintéticas y textiles, productos químicos y maquinaria textil,  
prendas de vestir, géneros de punto.

### VI.3.- RELACIÓN BILATERAL MÉXICO - CHILE<sup>3</sup>

La relación comercial bilateral entre Chile y México comenzó a tomar importancia en 1991, cuando asumió en Chile el primer Gobierno democráticamente elegido, después del período 1973-1989.

En esa fecha se negoció un acuerdo de complementación económica (ACE N° 17) que buscaba, principalmente, la liberación de aranceles a los productos intercambiados bilateralmente.

Este acuerdo dio un importante impulso al comercio, de tal modo que el intercambio bilateral se incrementó 9 veces entre 1990 y 1998. El 1997 Chile y México realizaron negociaciones bilaterales con el objetivo de profundizar el acuerdo existente en aquellas áreas en que fuera posible. Es así como se pretendía eliminar la lista de excepciones establecida en el ACE N° 17, elaborar otro sistema para las reglas de origen, establecer disposiciones en servicios profesionales, propiedad intelectual, medidas sanitarias y fitosanitarias, inversiones, salvaguardias, solución de controversias etc. Todo lo anterior pretendía incrementar la transparencia y entregar las herramientas legales necesarias para la ejecución más expedita de las relaciones comerciales.

El texto del tratado de libre comercio (TLC), que se basó principalmente en lo negociado entre Chile y Canadá y el texto del TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte), entró en vigencia el 1° de agosto de 1999 dejando derogado el ACE N° 17.

En términos de aranceles no se logró liberar la lista de excepciones, pero ésta fue consolidada, al igual que la total liberación arancelaria para la gran mayoría de los productos, y el protocolo adicional para la desgravación de las

---

<sup>3</sup> Fuente: <http://www.direcon.cl/acuerdos/index.htm>, 19 de agosto de 2001

manzanas. En términos del comercio de 1999, el 99,9% de las importaciones provenientes de México entraron libres de arancel aduanero, en circunstancias que un 96,8% de las exportaciones chilenas a México no pagó arancel.

La ejecución del acuerdo vigente no ha estado libre de dificultades, tanto por algunas trabas administrativas en la frontera mexicana, como por el incumplimiento de procedimientos establecidos en el acuerdo, por parte de Chile.

No obstante el capítulo de solución de controversias del Tratado sólo ha sido solicitado por la Parte mexicana en la sección de Consultas en el caso de la aplicación de salvaguardias para los productos con banda de precio a principios de 2000.

Los temas pendientes de la ejecución del TLC son las negociaciones de los capítulos de antidumping, compras de gobierno y servicios financieros. Las dos primeros deberían iniciarse a un año de la entrada en vigencia del TLC (1º agosto de 2000) y la última ya debería haber comenzado.

Las tablas siguientes grafican la situación comercial de la relación Chile México para el período 1993-1999 y los datos del primer trimestre de 2000, comparado con los tres años anteriores.

En cuanto a las inversiones autorizadas mexicanas en Chile ingresadas según DL 600, éstas totalizaron un monto total de US\$ 161 millones aproximadamente, de los cuales se registra un 1,8% en construcción, 54% en industria, 40% en servicios y 1,8% en transportes y telecomunicaciones. De la inversión autorizada en 1999, un 75% ha sido materializada.

Por su parte, las inversiones de Chile en México ascendió a US\$ 86 millones en 1999. Estos montos invertidos solamente se hicieron hasta 1997, es decir no hubo inversión chilena en México en los años 1998 y 1999. De la inversión total



un 31% correspondía a AFP, seguros y servicios financieros, un 15% en comercio, un 1,7% en comunicaciones, un 20% en energía, un 6,1% en imprentas, un 10,8% en industria y un 1,4% en informática.

### CAPÍTULO I

#### Objetivos del Acuerdo

#### ARTÍCULO 1º.-

El presente Acuerdo tiene por objetivo:

- a.- Intensificar las relaciones económicas y comerciales entre los países signatarios en el contexto del proceso de integración establecido por el Tratado de Montevideo 1980, por medio de una liberación total de gravámenes y restricciones a las importaciones originarias de las Partes;
- b.- Aumentar a los mayores niveles posibles y diversificar el comercio recíproco entre los países signatarios;
- c.- Coordinar y complementar las actividades económicas, en especial en las áreas productivas de bienes y servicios;
- d.- Estimular las inversiones encaminadas a un intensivo aprovechamiento de los mercados y de la capacidad competitiva de los países signatarios en las corrientes de intercambio mundial; y
- e.- Facilitar la creación y funcionamiento de empresas bilaterales y multilaterales de carácter regional.

---

<sup>4</sup> Fuente: <http://www.mundolatino.org/i/politica/Tratados/mxchtlc.htm>

## CAPÍTULO II

### Programa de Liberación

#### ARTICULO 2º.-

Los productos incluidos en el programa de desgravación arancelaria a que se establece en el Artículo 3o. del presente Acuerdo disfrutarán, a partir del 1o. de enero de 1992, de la eliminación total de restricciones no arancelarias, con excepción de aquellas a que se refiere el Artículo 50 del Tratado de Montevideo 1980.

Asimismo, los países signatarios se comprometen a no introducir nuevas restricciones a las importaciones originarias de la otra Parte.

#### ARTICULO 3º.-

Los países signatarios acuerdan liberar de gravámenes su comercio recíproco según el siguiente programa de desgravación arancelaria:

- a) Consolidar a partir del 1º. de enero de 1992, un gravamen máximo común del 10% ad-valorem aplicable a las importaciones de productos originarios de sus respectivos países.
- b) Reducir gradualmente el gravamen máximo común establecido en el literal anterior según el cronograma siguiente :

#### Fecha Gravamen Máximo Común

01-01-1992 10.0%

01-01-1993 7.5%

01-01-1994 5.0%

01-01-1995 2.5%

01-01-1996 0.0%

- c) Los productos incluidos en el Anexo 1 estarán sujetos a un ritmo de desgravación arancelaria especial, que se iniciará el 1º. de enero de 1992 y concluirá el 1o. de enero de 1998, de acuerdo al cronograma siguiente



## Fecha Gravamen Máximo Común

01-01-1992 10 0%

01-01-1993 10.0%

01-01-1994 8.0%

01-01-1995 6.0%

01-01-1996 4.0%

01-01-1997 2.0%

01-01-1998 0.0%

### ARTÍCULO 4<sup>o</sup>.-

El gravamen máximo común establecido en el Artículo 3<sup>o</sup>. no se aplicará a los productos que son objeto de las disposiciones contenidas en el Capítulo V (Cláusulas de Salvaguardia) del presente Acuerdo;

### ARTÍCULO 5<sup>o</sup>.-

Los productos incluidos en el Anexo 2 del presente Acuerdo continuarán disfrutando de las preferencias arancelarias establecidas en los Acuerdos de Alcance Parcial y Regional suscritos entre México y Chile en el marco de la ALADI, hasta el momento en que, por aplicación del programa de desgravación establecido en el Artículo 3<sup>o</sup>. del presente acuerdo, dichas preferencias queden superadas.

### ARTÍCULO 6<sup>o</sup>.-

El programa de desgravación arancelaria establecido en el Artículo 3<sup>o</sup>. del presente Acuerdo no se aplicará a los productos contenidos en los Anexos 3 y 4.

Los productos del sector automotor, incluidos en el Anexo 4, se sujetarán a las condiciones establecidas en el Capítulo IV del presente Acuerdo

#### ARTÍCULO 7º.-

Los países signatarios podrán convenir programas especiales para incorporar los productos contenidos en el Anexo 3 al programa de liberación del presente Acuerdo. Asimismo, en cualquier momento, podrán acelerar el programa de desgravación arancelaria para aquellos productos o grupos de productos que de común acuerdo convengan. Además, en cualquier momento, el país signatario que así lo desee podrá trasladar un producto contenido en su propia lista del Anexo 1, a su propia lista del Anexo 1 a al programa de desgravación arancelaria, establecido en la literal b del Artículo 3o; o, un producto contenido en su propia lista del Anexo 3, a su propia lista del Anexo 1 o al programa de desgravación arancelaria establecido en el literal b del Artículo 3o.

#### ARTÍCULO 8º.-

Para los efectos de este Acuerdo se entenderá por "gravámenes" los derechos aduaneros y cualesquiera otros recargos de efectos equivalentes, sean de carácter fiscal, monetario, cambiario o de cualquier naturaleza, que incidan sobre las importaciones. No quedan comprendidos en este concepto las tasas y recargos análogos cuando sean equivalentes al costo de los servicios efectivamente prestados.

Se entenderá por "restricciones" toda medida de carácter administrativo, financiero, cambiario o de cualquier naturaleza, mediante la cual una de las Partes impida o dificulte, por decisión unilateral, sus importaciones.

#### ARTÍCULO 9º.-

Los monopolios gubernamentales de comercialización e importación y el abastecimiento regulado por el Estado, así como otras medidas específicas,

se considerarán como restricciones a la importación sólo cuando afecten a las importaciones originarias de la Otra Parte Contratante.

### **CAPÍTULO III**

Origen

#### **ARTÍCULO 10<sup>o</sup>.-**

Los países signatarios aplicarán a las importaciones realizadas al amparo del Programa de Liberación del presente Acuerdo, el Régimen General de Origen de la ALADI, establecido por la Resolución 78 del Comité de Representantes de la Asociación, sin perjuicio de los requisitos específicos fijados por la Comisión Administradora a que se refiere el Artículo 34<sup>o</sup>. del presente Acuerdo.

Las mercancías transportadas en tránsito por un tercer país, desde un país signatario con destino al territorio del otro país signatario, con o sin transbordo o almacenamiento temporal, bajo la vigilancia de la autoridad aduanera competente en tales países, se considerarán como expedición directa siempre que:

- a.- No estén destinadas al comercio, uso o empleo en el país de tránsito;
- b.- No sufran, durante su transporte y depósito, ninguna operación distinta a la carga y descarga o maniobra (manipuleo) para mantenerlas en buenas condiciones o asegurar su conservación.

Además de la documentación exigida en el Artículo Séptimo de la Resolución 78, los certificados de origen emitidos, para los efectos de gozar de la desgravación arancelaria del presente Acuerdo, deberán estar acompañados de una Declaración Jurada del productor final o del exportador de la mercancía en que manifieste su total cumplimiento de las disposiciones sobre origen del Acuerdo.



## CAPÍTULO IV

### Sector Automotor

#### ARTÍCULO 11<sup>o</sup>.-

A partir del 1o. de enero de 1996, las importaciones de los Productos incluidos en el Anexo 4, originarios de los países signatarios, estarán liberadas de gravámenes y restricciones no arancelarias. La comercialización de estos productos, en el territorio del país importador, se realizará sin otra restricción que las disposiciones especificadas en este Capítulo, con los impuestos, normas de seguridad y normas ambientales que cada país aplica internamente.

#### ARTÍCULO 12<sup>o</sup>.-

Los productos contenidos en el Anexo 4 serán considerados como originarios de los países signatarios cuando el valor CIF puerto de destino o CIF puerto marítimo de los materiales empleados en su ensamble o montaje, originarios de países no miembros del presente Acuerdo no exceda del 68 (sesenta y ocho) por ciento del valor FOB de exportación del producto.

#### ARTÍCULO 13<sup>o</sup>.-

También podrán ser importados y comercializados, en las condiciones establecidas en el Artículo 11o., los vehículos automóviles incluidos en el Anexo 4, clasificados en la partida 87.03, que no cumplan con la norma de origen establecida en el Artículo anterior, siempre que:

- a.- El porcentaje a que se refiere el Artículo 12<sup>o</sup>. no exceda del 84 (ochenta y cuatro) por ciento.

b.- El número anual de unidades clasificadas en la referida partida exportadas de México a Chile no supere el 50% de las unidades exportadas de México a Chile en el año calendario anterior.

c.- El número anual de unidades clasificadas en la referida partida exportadas de Chile a México no supere las 5.000 unidades.

La fecha de inicio de la liberación comercial, que se establece en el Artículo 11°. del presente Acuerdo, podrá adelantarse o retrasarse si se acelera o reduce el ritmo de eliminación del impuesto a la cilindrada establecido en los Artículos 18°. y 19°. de la Ley Núm. 18483 de Chile.

#### ARTÍCULO 14°.-

La Comisión Administradora establecida en el Artículo 34°. del presente Acuerdo podrá revisar, a petición de uno de los países signatarios, los cupos especificados en el Artículo 13°. , pudiendo mantenerlos o modificarlos.

#### ARTÍCULO 15°.-

El intercambio comercial entre los países signatarios de los productos a que se refiere este Capítulo no se beneficiará de subsidio directo alguno a las exportaciones.

### CAPÍTULO V

#### Cláusula de Salvaguardia

#### ARTÍCULO 16°.-

Previo aviso oportuno, los países signatarios podrán aplicar a las importaciones realizadas al amparo del Programa de Liberación del presente Acuerdo, el Régimen Regional de Salvaguardias de la ALADI, aprobado mediante la Resolución 70 del Comité de Representantes de la Asociación, con las siguientes limitaciones:

a.- En los casos que se invoquen razones de desequilibrios en la balanza de pagos global de uno de los países signatarios, las medidas que se adopten podrán tener un plazo de hasta un año y no podrán ser discriminatorias ni selectivas, aplicándose sobretasas arancelarias parejas que afecten a la totalidad de las importaciones.

b.- En los casos en los cuales de importación de uno o varios productos beneficiados por la aplicación del Capítulo II del presente Acuerdo cause daño significativo a las producciones internas de mercaderías similares o directamente competitivas, los países signatarios podrán aplicar cláusulas de salvaguardia, de carácter transitorio y en forma no discriminatoria, por el plazo de un año.

La prórroga de las cláusulas de salvaguardia, por un nuevo periodo, requerirá de un examen conjunto por las Partes signatarias, de los antecedentes y fundamentos que justifican su aplicación, la que necesariamente deberá reducirse en su intensidad y magnitud hasta su total expiración al vencimiento del nuevo periodo, el que no podrá exceder de un año de duración.

La Comisión Administradora que establece el Artículo 34º. del presente Acuerdo deberá definir, dentro de los 90 días siguientes a su constitución, lo que se entenderá por daño significativo y definirá los procedimientos para la aplicación de las normas de este Capítulo.



## CAPÍTULO VI

### Prácticas Desleales de Comercio

#### ARTÍCULO 17<sup>o</sup>.-

Los países signatarios del presente Acuerdo condenan el dumping y toda práctica desleal de comercio, así como el otorgamiento de subvenciones a la exportación y otros subsidios internos de efectos equivalentes.

En caso de presentarse en el comercio recíproco situaciones de esta naturaleza, el país afectado aplicará las medidas previstas en su legislación interna. Sin perjuicio de lo anterior, simultáneamente se realizará un intercambio de información a través de los organismos nacionales competentes a que se refiere el Artículo 34<sup>o</sup>. del presente Acuerdo con el fin de agilizar la resolución definitiva sobre la materia.

Al respecto, los países signatarios se comprometen a seguir los criterios y procedimientos que estipula el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), a la fecha de suscripción del presente Acuerdo.

#### ARTÍCULO 18<sup>o</sup>.-

Los países signatarios reconocen que las políticas de precios públicos pueden tener efectos distorsionadores sobre el comercio bilateral. En consecuencia, acuerdan no recurrir a prácticas y políticas de precios públicos que signifiquen una anulación o menoscabo de los beneficios que se deriven directa o indirectamente del presente Acuerdo.

La Comisión Administradora que establece el Artículo 34<sup>o</sup>. del presente Acuerdo realizará un seguimiento de las prácticas y políticas de precios públicos en sectores específicos, a efecto de detectar aquellos casos que pudieran ocasionar distorsiones significativas en el comercio bilateral.

## **CAPÍTULO VII**

### Tratamiento en Materia de Tributos Internos

#### ARTÍCULO 19<sup>o</sup>.-

En cumplimiento del Artículo 46 del Tratado de Montevideo 1980, los países signatarios del presente Acuerdo se comprometen a otorgar las importaciones originarias del territorio de los países miembros, un tratamiento no menos favorable que el que se apliquen a productos nacionales similares, en materia de impuestos, tasas y otros gravámenes internos. El cobro de los impuestos internos a las importaciones originarias deberá con base en el valor CIF más los derechos arancelarios aplicables.

## **CAPÍTULO VIII**

### Compras Gubernamentales

#### ARTÍCULO 20<sup>o</sup>.-

La Comisión Administradora, que establece el Artículo 34<sup>o</sup>. definirá, en el curso del primer año de vigencia del Acuerdo, el ámbito y los términos que regularán las compras gubernamentales entre los países signatarios. Para tal efecto, tomará en cuenta los criterios establecidos en el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) para que los países signatarios gocen de un acceso abierto y competitivo tratándose de compras del sector público.

## **CAPÍTULO IX**

### **Inversiones**

#### **ARTÍCULO 21<sup>o</sup>.-**

Los países signatarios promoverán las inversiones y el establecimiento de empresas, tanto con capital de ambos países como con la participación de terceros.

#### **ARTÍCULO 22<sup>o</sup>.-**

Para tal fin, los países signatarios dentro de sus respectivas legislaciones sobre inversión extranjera, otorgarán los mejores tratamientos a los capitales del otro país signatario. Asimismo, iniciarán las negociaciones tendientes a la celebración de un Convenio para evitar la Doble Tributación.

## **CAPÍTULO X**

### **Transporte Marítimo y Aéreo**

#### **ARTICULO 23<sup>o</sup>.-**

Los países signatarios se comprometen a otorgar un libre acceso a las cargas públicas y privadas de su comercio exterior a los buques de bandera de ambos países, en condiciones de reciprocidad y también a aquellos que se reputen de bandera nacional, conforme a sus respectivas legislaciones. Lo anterior será aplicable en el comercio marítimo bilateral y desde o hacia terceros países.

#### **ARTICULO 24<sup>o</sup>.-**

Las empresas aéreas interesadas de ambos países podrán efectuar servicios aéreos regulares y no regulares de pasajeros, carga y correspondencia entre puntos de ambos territorios, vía puntos intermedios y mas allá, con derechos de tráfico de 3ra, 4ta. y 5ta. libertades, con la sola



excepción de los puntos mas allá de Santiago de Chile y de Ciudad de México en vuelos regulares de pasajeros, carga y correspondencia, y en vuelos no regulares de pasajeros, con el número de frecuencias y material de vuelo que estimen conveniente.

#### ARTICULO 25°.-

La Comisión Administradora, que se establece en el Artículo 34o. del presente Acuerdo, deberá estudiar los casos en que leyes o disposiciones particulares de alguno de los países signatarios tengan efecto sobre el transporte de cargas, con el fin de evitar distorsiones y garantizar el tratamiento recíproco en las condiciones del transporte entre los países signatarios.

#### ARTICULO 26°.-

Los países signatarios propiciarán el eficaz funcionamiento de servicios de transporte marítimo y aéreo, a fin de que ofrezcan condiciones adecuadas para el intercambio recíproco. Para tal efecto, establecerán un programa conjunto y específico de acciones a desarrollar.

### **CAPÍTULO XI**

#### Normas Técnicas

#### ARTÍCULO 27°.-

La Comisión Administradora, a que se refiere el Artículo 34° del presente Acuerdo, analizará las normas técnicas, industriales, comerciales, de seguridad y de salud pública de los países signatarios y recomendará las acciones que considere necesarias para evitar que esta materia constituya *un obstáculo en el comercio recíproco.*

## **CAPÍTULO XII**

### Normas Técnicas

#### ARTÍCULO 27<sup>o</sup>.-

La Comisión Administradora, a que se refiere el Artículo 34<sup>o</sup>. del presente Acuerdo, analizará las normas técnicas, industriales, comerciales, de seguridad y de salud pública de los países signatarios y recomendará las acciones que considere necesarias para evitar que esta materia constituya un obstáculo en el comercio recíproco.

## **CAPÍTULO XIII**

### Otras Armonizaciones

#### ARTÍCULO 29<sup>o</sup>.-

Los países signatarios se comprometen a armonizar todas aquellas otras normas que se consideren indispensables para el perfeccionamiento del presente Acuerdo

## **CAPÍTULO XIV**

### Cooperación Económica

#### ARTÍCULO 30<sup>o</sup>.-

Los países signatarios promoverán la cooperación en materias económicas tales como políticas y técnicas comerciales; políticas financieras, monetarias y de hacienda pública; normas zoo y fitosanitarias y bromatológicas; energía

y combustibles; transporte y comunicaciones, así como de los servicios modernos, tales como la tecnología, ingeniería, consultoría y otros servicios.

Para llevar a cabo acciones específicas de cooperación en materias económicas, los Ministros de las áreas respectivas podrán concertar convenios en el marco de su competencia.

#### ARTÍCULO 31<sup>o</sup>.-

Los países signatarios, con la participación de sus respectivos sectores privados, propiciarán el desarrollo de acciones de complementariedad económica en las áreas de bienes y servicios.

### **CAPÍTULO XV**

#### Promoción Comercial

#### ARTÍCULO 32<sup>o</sup>.-

Los países signatarios del presente Acuerdo concertarán programas de promoción comercial que comprendan, entre otras acciones, la realización de muestras, ferias y exposiciones, así como reuniones y visitas recíprocas de empresarios, información sobre oferta y demanda y estudios de mercado.

### **CAPÍTULO XVI**

#### Solución de Controversias

#### ARTÍCULO 33<sup>o</sup>.-

Para la solución de controversias que pudieran presentarse con motivo de la interpretación de las disposiciones contenidas en el presente Acuerdo, así como de aplicación o incumplimiento, o de cualquier otra naturaleza, distinta de la prevista en el Capítulo VI, los países signatarios se someterán al siguiente procedimiento:



a.- La Parte afectada reclamará al organismo nacional competente a que se refiere el Artículo 34°. del presente Acuerdo, el cual, de inmediato, iniciará las consultas del caso con el organismo competente de la otra parte.

Si dentro de un plazo de 15 días, contado desde la interposición del reclamo, no se ofrece solucionar el conflicto planteado, el organismo nacional competente que inició las consultas solicitará la intervención de la Comisión Administradora contemplada en el Artículo 34°. del presente Acuerdo.

b.- La Comisión Administradora apreciará en conciencia los cargos y descargos correspondientes, pudiendo solicitar los informes técnicos del caso, a los fines de lograr una solución mutuamente satisfactoria, bien sea por la acción de la propia Comisión, o con la participación de un mediador elegido por ésta de entre los nombres incluidos en una lista de expertos que la Comisión elaborará anualmente para estos efectos.

El procedimiento señalado en este literal no podrá extenderse más allá de 30 días, contados desde la fecha en que se solicitó la intervención de la Comisión.

c.- Si la controversia no pudiere resolverse de ese modo, la Comisión Administradora designará, de inmediato, un Grupo Arbitral (panel) compuesto por dos expertos de cada país signatario, elegidos de la lista señalada en el párrafo precedente y un quinto árbitro que lo presidirá, el que no podrá ser nacional de los países signatarios.

Si no hubiere acuerdo en la designación del quinto árbitro, el nombramiento deberá recaer en el Secretario General de la ALADI, o en la persona que este designe.

d.- El procedimiento de arbitraje se someterá al Reglamento que al efecto haya dictado la Comisión Administradora.

Sin perjuicio que los árbitros decidan en conciencia la controversia sometida a su conocimiento, deberán tener en cuenta, principalmente, las normas contenidas en el presente Acuerdo y las reglas y principios de los Convenios Internacionales que fueren aplicables en la especie.

En su caso, la resolución de los árbitros, contendrá las medidas específicas que podrá aplicar el país perjudicado, ya sea por el incumplimiento, la interpretación errada, o por cualesquiera acción u omisión, que menoscabe los derechos derivados de la ejecución del Acuerdo.

Las medidas específicas señaladas en el párrafo anterior, podrán referirse a una suspensión de concesiones equivalentes a los perjuicios provocados, a un retiro parcial total de concesiones, o a cualesquier otra medida enmarcada en la aplicación de las disposiciones del Acuerdo.

Los árbitros tendrán un plazo de 30 días, prorrogable por igual lapso, contado desde la fecha de su designación, para dictar su Resolución.

Esta Resolución no será susceptible de recurso alguno y su incumplimiento acarreará la suspensión del Acuerdo en tanto no cesen las causas que la motivaron. De persistir esta situación, la parte afectada podrá invocar el incumplimiento como causal de denuncia del Acuerdo.

## **CAPÍTULO XVII**

### **Administración del Acuerdo**

#### **ARTÍCULO 34<sup>o</sup>.-**

Con el fin de lograr el mejor funcionamiento del presente Acuerdo, los países signatarios convienen en constituir una Comisión Administradora.

Dicha Comisión deberá quedar constituida dentro de los treinta días de suscrito el mismo y establecerá su propio reglamento en su primera reunión.

Cada país signatario designará un organismo nacional competente que actuará como secretariado nacional del presente Acuerdo. Las funciones de estos organismos se establecerán en el reglamento de la Comisión Administradora.

La Comisión tendrá las siguientes atribuciones:

- a.- Velar por el cumplimiento de las disposiciones del presente Acuerdo;
- b.- Recomendar a los Gobiernos de los países signatarios, modificaciones al presente acuerdo;
- c.- Proponer a los Gobiernos de los países signatarios las recomendaciones que estime convenientes para resolver los conflictos que puedan surgir de la interpretación y aplicación del presente Acuerdo;
- d.- Nombrar los mediadores y árbitros para la solución de controversias;
- e.- Reglamentar el procedimiento de arbitraje para la solución de controversias;
- f.- Revisar el régimen de origen del presente Acuerdo y proponer su modificación;
- g.- Proponer y fijar requisitos específicos de origen;
- h.- Definir los procedimientos para la aplicación del Régimen de Cláusulas de Salvaguardia;
- i.- Realizar un seguimiento de las prácticas y políticas de precios en sectores específicos, a efecto de detectar aquellos casos que pudieran ocasionar distorsiones significativas en el comercio bilateral;



j.- Efectuar un seguimiento de los mecanismos de fomento a las exportaciones aplicados en los países miembros, con el fin de detectar eventuales distorsiones a la competencia, derivadas de su aplicación y promover la armonización de los mismos, a medida que avance la liberación del comercio recíproco;

k.- Revisar los anexos del presente Acuerdo, relativos a las preferencias otorgadas por ambos países en el marco de ALADI, una vez que se realice la transposición de dichos anexos, desde la nomenclatura NALADI (base NCCA) al Sistema Armonizado, con el objeto de hacer los ajustes que estime necesarios;

l.- Presentar a las Partes un informe periódico sobre el funcionamiento del presente Acuerdo, acompañado de las recomendaciones que estime convenientes para su mejoramiento y su más completo aprovechamiento;

m.- Establecer mecanismos e instancias que aseguren una activa participación de los representantes de los sectores empresariales; y

n.- Las demás que se deriven del presente Acuerdo o que le sean encomendadas por los países signatarios.

## **CAPÍTULO XVIII**

Vigencia

**ARTÍCULO 35<sup>o</sup>.**-

El presente Acuerdo regirá a partir del momento de su firma y tendrá una duración indefinida.

## **CAPÍTULO XIX**

### Denuncia

#### **ARTÍCULO 36<sup>o</sup>.-**

El país signatario que desee desligarse del presente Acuerdo, deberá comunicar su decisión al otro país signatario, con 180 días de anticipación al depósito del respectivo instrumento de denuncia ante la Secretaría General de la ALADI.

A partir de la formalización de la denuncia, cesarán automáticamente para el país denunciante los derechos adquiridos y las obligaciones contraídas en virtud de este Acuerdo, excepto por lo que se refiere a los tratamientos recibidos y otorgados para la importación de productos negociados, los cuales continuarán en vigor por el término de un año contado a partir del depósito del respectivo instrumento de denuncia, salvo que en oportunidad de la denuncia, los países signatarios acuerden un plazo distinto.

## **CAPÍTULO XX**

### Otras Disposiciones

#### **ARTÍCULO 37<sup>o</sup>.-**

Los países signatarios se comprometen a otorgar a la propiedad intelectual y a la propiedad industrial una adecuada protección, dentro de su legislación nacional.

#### **ARTÍCULO 38<sup>o</sup>.-**

Los países signatarios propiciarán una acción coordinada en los foros económicos internacionales y en relación con los países industrializados, tendiente a mejorar el acceso de sus productos a los grandes mercados internacionales.

## ARTÍCULO 39º.-

Los países signatarios se comprometen a mantenerse informados sobre sus regímenes y estadísticas de comercio exterior, a través de los organismos nacionales competentes establecidos en el.

## ARTÍCULO 34º.

del presente Acuerdo. Toda modificación a los regímenes de comercio exterior deberá ser comunicada dentro de los 30 días siguientes a su promulgación.

## ARTÍCULO 40º.-

Se recomienda que en los contratos que convengan los particulares entre sí, a raíz de la utilización de los instrumentos del Acuerdo, se recurra preferentemente a las reglas de la Comisión Interamericana de Arbitraje Comercial.

## **CAPÍTULO XXI**

### Adhesión

## ARTÍCULO 41º.-

En cumplimiento de lo establecido en el Tratado de Montevideo 1980, el presente Acuerdo, mediante la correspondiente negociación, queda abierto a la adhesión de los demás países miembros de la ALADI.

## **CAPÍTULO XXII**

### Disposiciones Transitorias

Los países signatarios procederán a cumplir de inmediato los trámites necesarios para formalizar el presente Acuerdo de Complementación



Económica en la ALADI, de conformidad con las disposiciones del Tratado de Montevideo 1980 y las Resoluciones del Consejo de Ministros.

Asimismo, llevarán a cabo las formalidades correspondientes para dejar sin efecto el Acuerdo de Alcance Parcial Núm. 37 y los tratamientos recíprocos convenidos en los acuerdos comerciales Núm. 1, Núm. 5, Núm. 16 y Núm. 21, suscritos por ambos países en el marco de la ALADI.

Hecho en la ciudad de Santiago de Chile, a los veintidós días del mes de septiembre de mil novecientos noventa y uno, en dos originales igualmente autenticados.- Por el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos El Secretario de Relaciones Exteriores, Fernando Solana.- Rúbrica.- Por el Gobierno de la República de Chile, El Ministro de Relaciones Exteriores, Enrique Silva Cimma.- Rúbrica.- El Secretario de Comercio y Fomento Industrial, Jaime Serra.- Rúbrica.- El Ministro de Hacienda, Alejandro Foxley Rioseco.- Rúbrica

## **VI.- BIBLIOGRAFÍA**

1. FUNDAMENTOS DE MARKETING  
STANTON WILLIAM, ETZEL MICHAEL J., WALKER BRUCE J.  
DECIMA EDICIÓN  
MÉXICO 1996  
McGRAW - HILL
2. TEXTIL Y PRENDAS DE VESTIR  
GUIA DE EXPORTACIÓN SECTORIAL  
BANCOMEXT  
PRIMERA EDICIÓN  
MÉXICO 1999
3. GUIA BÁSICA DEL EXPORTADOR  
BANCOMEXT  
OCTAVA EDICIÓN  
MÉXICO 1998
4. PLAN DE EXPORTACIÓN  
MORALES TRONCOSO CARLOS  
ED. PEARSON EDUCACIÓN  
PRIMERA EDICIÓN  
MEXICO 1999
5. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO  
[www.wto.org](http://www.wto.org)
6. PROCHILE  
[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)
7. ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS  
[www.un.org](http://www.un.org)
8. ADUANA DE CHILE



[www.aduana.cl](http://www.aduana.cl)

9. ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN

[www.aladi.org](http://www.aladi.org)

10. ASOCIACIÓN DE PUERTOS COMERCIALES

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

11. SECRETARÍA DE GOBIERNO DE CHILE

[www.segegob.cl](http://www.segegob.cl)

12. MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DE CHILE

[www.minrel.cl](http://www.minrel.cl)