



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



## RESUMEN TESIS DE GRADO

**AUTOR (ES):**

**NOMBRE (S):** JULIAN ANDRES

**APELLIDOS:** PALACIOS CONTRERAS

**NOMBRE (S):** CIRO ALFONSO

**APELLIDOS:** URBINA MONCADA

**FACULTAD:** CIENCIAS EMPRESARIALES

**PLAN DE ESTUDIOS:** COMERCIO INTERNACIONAL

**DIRECTOR:**

**NOMBRE (S):** JORGE ENRIQUE

**APELLIDOS:** RODRÍGUEZ GUEVARA

**TITULO DE LA TESIS:** ESTRATEGIAS BRANDING PARA EL SECTOR MARROQUINERO DE SAN JOSÉ DE CÚCUTA, NORTE DE SANTANDER

### RESUMEN:

El presente trabajo de grado, es una investigación realizada con objetivo de desarrollar la marca representativa del sector marroquinerero de la ciudad de Cúcuta basado en la estrategia de branding, para esto se elaboró un análisis del dinamismo, debilidades y fortalezas de dicho sector aplicado a una muestra de 6 empresas del sector afiliadas a ACICAM. Se seleccionó un mercado objetivo para tener como referencia las exigencias de un nicho de mercado y contemplar todas las variables necesarias al momento de intentar penetrar y posicionar los productos a través de la estrategia de marca. Por último, se presentaron las estrategias necesarias para la internacionalización de los productos líderes del sector y su posicionamiento en el mercado basados en la investigación realizada, acompañada de la marca y el slogan que representarían el sector marroquinerero de la ciudad, tanto a nivel nacional como internacional.

Palabras clave: estrategias branding, sector marroquinerero, posicionamiento, mercado.

### CARACTERÍSTICAS:

**PAGINAS:** 122

**PLANOS:**

**ILUSTRACIONES:**

**CD-ROM:** 1

ESTRATEGIAS BRANDING PARA EL SECTOR MARROQUINERO DE SAN JOSÉ DE  
CÚCUTA, NORTE DE SANTANDER

JULIAN ANDRES PALACIOS CONTRERAS

CIRO ALFONSO URBINA MONCADA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2014

ESTRATEGIAS BRANDING PARA EL SECTOR MARROQUINERO DE SAN JOSÉ DE  
CÚCUTA, NORTE DE SANTANDER

JULIAN ANDRES PALACIOS CONTRERAS

CIRO ALFONSO URBINA MONCADA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de  
Profesional en Comercio Internacional

Director

JORGE ENRIQUE RODRÍGUEZ GUEVARA

Magíster en Administración y Dirección de Negocios MBA (c).

Especialista en Fronteras y Relaciones Internacionales.

Especialista Tecnológico en Comercio Electrónico.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2014

	<b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b> <b>PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL</b> <b>FORMATO DE EVALUACIÓN DE TRABAJO DE GRADO FINAL</b>	Versión:	1/2013
		Página	1

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 22 de Mayo de 2014

Acta N° 07

PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional LUGAR: Cread Sala de Fotografía UFPS

**TITULO DEL PROYECTO:**

Estrategias Branding para el Sector Marroquinero de San José de Cúcuta Norte de Santander.

**MODALIDAD:** Proyecto de Grado Trabajo de Investigación

**JURADOS:**

Liliana Marcela Bastos Osorio ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

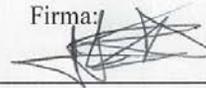
Sheyla Vanessa Herrera Martínez ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Álvaro Enrique García García ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

**DIRECTOR:**

Jorge Enrique Rodríguez Guevara

Firma:



NOMBRE DEL ESTUDIANTE Y CODIGO	CALIFICACION	LETRA NÚMERO	
		LETRA	NÚMERO
<u>Ciro Alfonso Urbina Moncada</u> 1260011	Cuatro Punto Cinco	4.5	
<u>Julián Andrés Palacios Contreras</u> 1260009	Cuatro Punto Cinco	4.5	

**LOS JURADOS VERIFICAMOS LO SIGUIENTE:**

- Carta de aprobación SI: X NO: \_\_\_\_\_
- Constancia terminación de materias SI: X NO: \_\_\_\_\_

Liliana Marcela Bastos Osorio  
Liliana Marcela Bastos Osorio

Sheyla Vanessa Herrera Martínez  
Sheyla Vanessa Herrera Martínez

Álvaro Enrique García García  
Álvaro Enrique García García

VºBº Johanna Milena Mogrovejo Andrade  
**JOHANNA MILENA MOGROVEJO ANDRADE**  
Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

## **Dedicatoria**

Dedicamos la realización de este proyecto de investigación a Dios, sin El no hubiera sido posible si quiera realizar nuestros estudios de preparación, y hoy a las puertas de la obtención del título, le ofrecemos nuestro logro en acción de gracias. Que para El sea toda la Gloria hoy y siempre

Dedicamos este proyecto de investigación a nuestra madre María por interceder por nosotros para que este proyecto llegara a un feliz término. Gracias Dios gracias María.

De manera muy especial dedicamos este proyecto de investigación a nuestros padres, ellos merecen toda la retribución y el agradecimiento por ser quienes nos han dado el ser, quienes nos han alimentado y educado en los valores, en la fe y en la disciplina del estudio, para ellos con mucho amor dedicamos este logro.

Por ultimo dedicamos este logro a nuestros compañeros de estudio, nuestros amigos y familiares cercanos quienes con sus oraciones y su respaldo nos han ayudado de diferentes formas y que han contribuido de manera directa a la elaboración de este proyecto.

Ciro Urbina

Julián Palacios

## **Agradecimiento**

Agradecemos primero que todo a nuestros Padres, por el amor que recibimos de ellos a diario, son la base de nuestra familia, los que siempre han estado a nuestro lado dándonos esa fuerza, motivación, apoyo, ellos que nos han enseñado a no desfallecer, ni rendirnos ante nada, que siempre están dispuestos a darnos todos los recursos necesarios con el fin que cumplamos nuestras metas.

A nuestros hermanos que se convierten en nuestros compañeros de batallas y que siempre están ahí incondicionales a brindar esa mano amiga que siempre necesitamos y esa voz de aliento, que nos da fuerza.

De igual manera agradecer a nuestro Director de tesis, Jorge Enrique Rodríguez G. por su valiosa asesoría, la rectitud en su profesión como docente, su dedicación, sus conocimientos y experiencia nos ayudó a formarnos como investigadores y excelentes futuros profesionales.

Al Dr. José Guillermo Rangel, Director de ACICAM por el apoyo, el tiempo dedicado y todos los recursos que nos brindó para el desarrollo de nuestro proyecto.

A la Dra. Claudia García Herreros, Directora de Proexport y Mayra Alejandra Arenas, Asesora de Proexport por abrirnos las puertas de esta entidad y brindarnos sus conocimientos.

A cada uno de los empresarios del sector que estuvieron dispuestos a recibirnos de la mejor manera posible, y con disponibilidad total para brindarnos la información correspondiente a nuestro proyecto.

A nuestra Alma Mater Universidad Francisco de Paula Santander, por darnos la oportunidad de formarnos y salir profesionales de calidad, nuestros profesores durante toda la carrera porque todos aportaron un granito de arena en nuestra formación.

Son muchas las personas que han formado parte de nuestra vida y que nos gustaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía, para ellos muchas gracias y que Dios los bendiga.

## CONTENIDO

	<b>pág.</b>
Resumen	xvii
Abstract	xviii
1. Problema de Investigación	20
1.1 Planteamiento del Problema	20
2. Objetivos	22
2.1 Objetivo General	22
2.2 Objetivos Específicos	22
3. Justificación	23
4. Marco Referencial	25
4.1 Antecedentes	25
4.2 Bases Teóricas	27
4.2.1 Branding y marca	27
4.2.2 Concepto de marca	31
4.2.3 Factores de una marca	32
4.2.4 Ciclo de vida de las marcas	33
4.3 Marco Conceptual	35
4.3.1 Branding	35
4.3.2 Marca	35
4.3.3 Posicionamiento de la marca	35
4.3.4 Sector marroquino	36
4.3.5 Empresa	36
4.3.6 Innovación	36

4.3.7 Marketing	36
4.3.8 Imagen corporativa	36
4.3.9 Visión de la marca	36
4.3.10 Slogan	37
4.3.11 Identidad corporativa	37
4.3.12 Personalidad de la marca	37
4.4 Marco Espacial	37
4.5 Marco Temporal	38
5. Diseños Metodológicos	39
5.1 Tipo de Estudio	39
5.2 Método de Investigación	39
5.3 Tipo de Investigación	39
5.4 Población	40
5.5 Muestra	40
5.6 Técnica para la Recolección de la Información	41
5.6.1 Fuentes primarias	41
5.6.2 Fuentes secundarias	41
6. Marco Administrativo	42
6.1 Personas que Participaron en el Proceso	42
6.2 Cronograma de Trabajo	43
6.3 Presupuesto para la Investigación	45
7. Desarrollo del Proyecto	46
7.1 Diagnóstico del Sector Marroquino	46

7.1.1 Análisis global del sector	47
7.1.1.1 Variación de la producción, ventas y empleo de marroquinería	48
7.1.1.2 Participación nacional del sector	49
7.1.2 Análisis regional del sector de cuero y marroquinería de Norte de Santander.	54
7.1.2.1 Comercio exterior Norte de Santander 2013	55
7.2 Selección y Estudio del Mercado Objetivo	61
7.2.1 Calificación de riesgo	64
7.2.2 Panorama general	64
7.2.3 Panorama económico	65
7.2.4 Comercio intercambio comercial de Estados Unidos – Mundo	67
7.2.5 Sector del cuero y sus manufacturas	68
7.2.6 Acceso al mercado	75
7.2.6.1 Acceso aéreo	77
7.2.6.2 Acceso marítimo	77
7.2.7 Canales de comercialización	80
7.3 Análisis del Instrumento de Recolección de datos	84
7.3.1 Entrevista a los empresarios del sector marroquinero de la ciudad de san José de Cúcuta	84
7.4 Estrategias para el Posicionamiento del Sector Marroquinero de la Ciudad de San José de Cúcuta en el Plano Internacional, Basado en el Mercado de Estados Unidos Especialmente en la Ciudad de New York	100
7.5 Proceso Creación de la Marca	107
8. Conclusiones	112

9. Recomendaciones	114
10. Referencias	116
Anexos	121