



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
DIVISIÓN BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS
RESUMEN TRABAJO DE GRADO



AUTORES:

NOMBRES: EILEEN MARYERLING **APELLIDOS:** ESLAVA PIÑA

NOMBRES: GREYCI DAYANA **APELLIDOS:** VALENZUELA DÀVILA

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECTOR:

NOMBRES: GUSTAVO **APELLIDOS:** LA ROTTA SANTANDER

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): DISEÑO DE UN PLAN EXPORTADOR DE ZAPATILLA FORMAL TIPO SINTÉTICO PARA DAMA EMPRESA: CALZADO LUCYCHE DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

RESUMEN:

El principal objetivo de este proyecto de grado, es el de permitir no solo a Calzado Lucyche, sino a otras empresas que estén interesadas en exportar formalmente sus productos, expandirse y abrir su oferta en mercados internacionales, la consulta de este documento, puesto que en él se detallan los distintos pasos que deben ser tenidos en cuenta para este proceso.

Este documento le brinda a Calzado Lucyche, diversas herramientas necesarias para ingresar al mercado objetivo seleccionado, de forma tal que cumpla con todos los requerimientos de una manera acertada y eficaz, cumpliendo con los requisitos de entrada de este mercado, evidenciando con claridad los distintos procesos, normas y medios necesarios para llegar a ser exportadores formales.

Palabras Clave: pavimentos rígidos

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 235 **PLANOS:** **ILUSTRACIONES:** **CD ROOM:** 1

DISEÑO DE UN PLAN EXPORTADOR DE ZAPATILLA FORMAL TIPO SINTÉTICO
PARA DAMA EMPRESA: CALZADO LUCYCHE DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

EILEEN MARYELING ESLAVA PIÑA
GREYCI DAYANA VALENZUELA DÀVILA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2015

DISEÑO DE UN PLAN EXPORTADOR DE ZAPATILLA FORMAL TIPO SINTÉTICO
PARA DAMA EMPRESA: CALZADO LUCYCHE DE LA CIUDAD DE CÚCUTA


EILEEN MARYELING ESLAVA PIÑA
GREYCI DAYANA VALENZUELA DÀVILA

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar por el título de:
Profesional en Comercio Internacional

Director:
GUSTAVO LA ROTTA SANTANDER
Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2015

	FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO	Versión:	1/2013
		Página	1

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 04 de febrero de 2015

Acta N° 19

PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional LUGAR: Laboratorio Empresarial

TITULO DEL PROYECTO: “Diseño de un Plan Exportador de Zapatilla Formal Tipo Sintético para Dama Empresa Calzado Lucyche de la Ciudad de Cúcuta”

MODALIDAD: Trabajo de Investigación

JURADOS:


Liliana Marcela Bastos Osorio ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Karen Lizeth Carrillo Guecha ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Nelson Emilio García Torres ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

DIRECTOR:

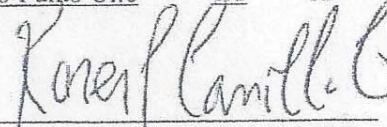
Gustavo Adolfo la Rotta Santander

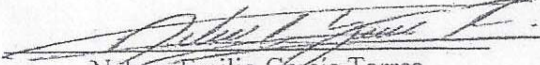
Firma: 

NOMBRE DEL ESTUDIANTE

	CODIGO	CALIFICACIÓN		
		LETRA	NÚMERO	A-M-L
<u>Greyci Dayana Valenzuela Davila</u>	<u>1260138</u>	<u>Cuatro Punto Uno</u>	<u>4.1</u>	<u>X</u>
<u>Eileen Maryeling Eslava Piña</u>	<u>1260118</u>	<u>Cuatro Punto Uno</u>	<u>4.1</u>	<u>X</u>

Liliana Marcela Bastos Osorio
Liliana Marcela Bastos Osorio


Karen Lizeth Carrillo Guecha


Nelson Emilio García Torres

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

Agradecimientos

Las Autoras expresan sus agradecimientos a:

Marilyn Rodríguez López, Directora del departamento de exportaciones de Confecciones H&H, por su acompañamiento, consejo y asesoría durante la elaboración de este proyecto, le agradecemos por habernos brindado lo mejor de sí misma en todos los niveles profesional, laboral y personal.

Graciela Arias por permitirnos conocer la dinámica de su empresa familiar, por brindarnos en la medida que fue posible información importante para el proyecto.

La Universidad Francisco de Paula Santander y su cuerpo docente, por la formación impartida con énfasis en la ética y los valores, durante estos cinco años, porque todos los conocimientos adquiridos fueron, son y serán la mejor herramienta en nuestras vidas profesionales.

Gustavo La Rotta Santander, Director de Tesis por creer en nuestro proyecto, por acompañarnos y por ser paciente en todo momento.

Contenido

	pág.
Introducción	22
1. El Problema	24
1.1 Planteamiento del Problema	24
1.1.1 Formulación del problema.	26
1.2 Objetivos de la investigación	26
1.2.1 Objetivo general.	26
1.2.2 Objetivos específicos	26
1.3 Justificación	27
1.3.1 Justificación teórica	27
1.3.2 Justificación metodológica	29
1.3.3 Justificación práctica	30
1.4 Limitaciones	30
1.5 Alcances	31
2. Marco Referencial	32
2.1 Antecedentes	32
2.1.1 Referencia investigativa local	32
2.1.2 Referencia investigativa nacional	35
2.1.3 Referencia investigativa internacional	36
2.2 Marco Contextual	36

2.3 Bases Teóricas	37
2.3.1 Planteamiento estratégico	37
2.3.2 El enfoque estratégico	39
2.3.3 Etapas de la dirección estratégica	40
2.3.4 Teorías de la internacionalización	43
2.4 Bases Legales	55
2.5 Operalización de Variables	61
3. Diseño Metodológico	62
3.1 Tipo de Investigación	62
3.2 Población	62
3.3 Muestra	62
3.4 Técnicas e Instrumentos Recolección de Datos	63
3.4.1 Técnica.	63
3.4.2 Instrumentos	63
3.5 Procesamiento de la Información	63
3.5.1 Fuentes primarias	63
3.5.2 Fuentes secundarias	63
3.5.3 Presentación de la información	63
4. Resultados	64
4.1 Información Obtenida	64
4.2 Análisis de la Información	71
4.2.1 Generalidades de la empresa y situación actual	71
4.2.2 Razón social	71

4.2.3 Antecedentes de la empresa	72
4.2.4 Objeto Social	72
4.2.5 Planeación Estratégica	73
4.3 Análisis Organizacional	73
4.3.1 Talento humano.	73
4.3.2 Contabilidad, costos y finanzas	74
4.3.3 Análisis de producción	77
4.3.3.1 Nivel de productividad	82
4.3.3.2 Tecnología y estado del equipo	82
4.3.3.3 Proceso de control de calidad	83
4.3.3.4 Políticas de operaciones	84
4.3.4 Análisis del mercado	86
4.3.4.1 Mercado de calzado	86
4.3.4.2 Producto y ventas	87
4.4 Análisis de la Competencia del Sector Calzado	91
5. Formulación Estratégica	101
5.1 Matriz D.O.F.A	101
5.1.1 F.O. Fortalezas – oportunidades	102
5.1.2 F.A. Fortalezas - amenazas	103
5.1.3 D.O. Debilidades – Oportunidades	103
5.1.4 D.A. Debilidades-Amenazas	104
5.2 Matriz Peyea	105
5.3 Matriz de Boston Consulting Group (BCG)	107

6. Selección de Mercados	109
6.1 Exportaciones desde Colombia	110
6.2 Matriz de Selección de Países	112
6.2.1 Análisis de variables del filtro	113
6.3 Costa Rica	116
6.3.1 Justificación del mercado objetivo	116
6.3.2 Información general del país	117
6.3.3 Indicadores socioeconómicos	118
6.3.4 Sector Calzado Costa Rica	119
6.3.5 Comercio exterior	119
6.3.5.1 Balanza comercial	120
6.3.5.2 Balanza comercial bilateral	120
6.3.5.3 Política comercial	121
6.3.5.4 Principales socios de importación	123
6.3.5.5 Principales destinos de las exportaciones	123
6.3.5.6 Características y análisis de la demanda del mercado	124
6.3.5.7 Tratamiento arancelario	126
6.3.5.8 Normas de origen	127
6.3.6 Logística internacional	128
6.3.6.1 Panorama internacional	128
6.3.6.2 Acceso marítimo	128
6.3.6.3 Acceso aéreo	130
6.3.7 Análisis de la competencia directa	132

6.4 Guatemala	133
6.4.1 Justificación de mercado alterno	133
6.4.2 Información general	135
6.4.3 Sector calzado Guatemala	135
6.4.4 Comercio exterior.	137
6.4.4.1 Balanza comercial	137
6.4.4.2 Balanza comercial bilateral	137
6.4.4.3 Principales socios de importación	138
6.4.4.4 Principales destinos de las exportaciones	139
6.4.4.5 Política comercial.	140
6.4.5 Tratamiento arancelario	141
6.4.6 Normas de origen	142
6.4.7 Logística internacional	143
6.4.7.1 Panorama internacional	143
6.4.7.2 Acceso marítimo	143
6.4.7.3 Acceso aéreo	146
6.4.8 Análisis de la competencia directa	147
6.5 Perú	148
6.5.1 Justificación del país contingente.	148
6.5.2 Información general	149
6.5.3 Indicadores socioeconómicos	149
6.5.4 Sector calzado Perú.	150
6.5.5 Balanza comercial	151

6.5.6 Balanza comercial	151
6.5.7 Política comercial	152
6.5.8 Tratamiento arancelario	155
6.5.9 Normas de origen	156
6.5.10 Logística internacional	156
6.5.11 Acceso marítimo	157
6.5.12 Acceso aéreo	159
6.5.13 Análisis de la competencia directa	161
7. Plan Estratégico Exportador	162
7.1 Objetivos	163
7.1.1 General	163
7.1.2 Objetivos específicos del negocio	163
7.2 Proceso de Exportación	163
7.2.1 Organismos de control de las exportaciones en Colombia	163
7.2.1.1 Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	163
7.2.1.2 Procolombia	164
7.2.1.3 Bancoldex	164
7.2.1.4 Dirección de impuestos y aduanas nacionales	165
7.2.1.5. Banco de la República	165
7.2.1.6. Superintendencia de Industria y Comercio	165
7.2.2 Organismo de Control de Importaciones en Costa Rica	165
7.2.2.1 Dirección General de Aduanas (DGA)	165
7.2.3 Modalidades de exportación	167

7.2.4	Gestión aduanera	169
7.2.5	Documentos de exportación	172
7.2.5.1	Factura Pro forma	172
7.2.5.2	Factura comercial.	173
7.2.5.3	Lista de empaque.	176
7.2.5.4	Certificado de origen.	177
7.2.5.4.1	Proceso de solicitud del certificado de origen.	177
7.2.5.4.2	Vistos buenos.	179
7.2.6	Incoterms.	180
7.3	Logística internacional desde Colombia hacia Costa Rica	188
7.3.1	Diagrama de distribución física internacional.	189
7.3.2	Medios de pago.	191
7.4	Perfil del Consumidor	193
7.5	Capacidad productiva de proveedores, oferta exportable y	194
7.6	Definición de las Estrategias de Mercado	194
7.6.1	Definición del mercado meta.	195
7.6.2	Posicionamiento de la marca.	195
7.7	Definición de Estrategias de Producto, Precio, Plaza y Promoción	196
7.7.1	Estrategias dirigidas al producto	196
7.7.2	Estrategias dirigidas al precio	198
7.7.3	Estrategias de plaza o distribución	199
7.7.4	Estrategias dirigidas a la promoción	200
7.8	Tiempo de desarrollo del Plan	203

8. Cronograma de Actividades y Presupuesto 2015-2019	204
8.1 Cronograma de Actividades 2015-2019	204
9. Conclusiones	209
10. Recomendaciones	211
Bibliografía	212
Anexos	216