



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



AUTORES:

NOMBRE(S): ANA KARINA **APELLIDOS:** ENRIQUEZ ABREO

NOMBRE(S): HARY FERLEY **APELLIDOS:** VELASQUEZ DURÁN

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): SHEYLA VANESSA **APELLIDOS:** HERRERA MARTINEZ

TITULO DE LA TESIS: PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE MALETINES DE CUERO, DESDE LA CIUDAD DE SAN JOSÉ DE CÚCUTA

RESUMEN

Se determinaron tres países potenciales para exportar maletines de cuero basado en los resultados arrojados por una matriz de preselección de mercado, se realizó un plan exportador para cada país teniendo presente todas las variables logísticas, económicas y demás aspectos a tener en cuenta para lograr una penetración de mercado exitosa; Por último se determinaron las estrategias de internacionalización que debe ejecutar una empresa dedicada a la marroquinería que desee iniciar negocios internacionales y permanecer en el mercado global.

PALABRAS CLAVE: Preselección de mercado; Plan exportador; Estrategias de internacionalización; Marroquinería; Negocios internacionales

CARACTERISTICAS: 256 128 61

Páginas: 336 **Tablas:** 123 **Figuras:** 50 **CD ROOM:** 1

PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN, PARA LA EXPORTACIÓN DE MALETINES DE
CUERO, DESDE LA CIUDAD DE SAN JOSÉ DE CÚCUTA.

HARY FERLEY VELASQUEZ DURAN

ANA KARINA ENRIQUEZ ABREO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2014

PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN, PARA LA EXPORTACIÓN DE MALETINES DE
CUERO, DESDE LA CIUDAD DE SAN JOSÉ DE CÚCUTA.

HARY FERLEY VELASQUEZ DURAN

ANA KARINA ENRIQUEZ ABREO

Trabajo de Grado para optar al Título de Profesional en Comercio Internacional

Director:

Profesora Sheyla Vanessa Herrera Martinez

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2014



SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 12 de septiembre de 2014

Acta N° 12

PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional LUGAR: Cread de la UEPS

TITULO DEL PROYECTO: "Plan de Internacionalización, para la Exportación de Maletines de Cuero, desde la Ciudad de San José de Cúcuta"

MODALIDAD: Trabajo Investigativo

JURADOS:

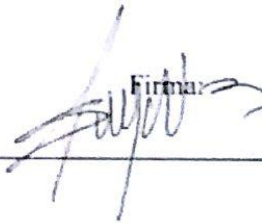
Claire Alessandra Villamizar ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Liliana Marcela Bastos Osorio ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Nelson Emilio García Torres ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

DIRECTOR:

Sheyla Vanessa Herrera Martínez


Firma: _____

NOMBRE DEL ESTUDIANTE

CODIGO

CALIFICACIÓN

LETRA

NÚMERO A-M-L

Ana Karina Enrique Abreo

1260132

Cuatro Punto Dos

4.2

X

Hary Ferley Velásquez Duran

1260151

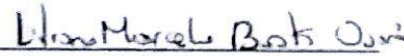
Cuatro Punto Dos

4.2

X



Claire Alessandra Villamizar Hernández



Liliana Marcela Bastos Osorio



Nelson Emilio García Torres

V^ºB^º


JOHANNA MILENA MOGROVEJO ANDRADE

Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

Contenido

Introducción	29
1. Título.....	31
2. Descripción del problema	32
2.1 Planteamiento del problema	32
2.2 Formulación del problema.....	34
2.3 Sistematización del problema.....	34
3. Objetivos	35
3.1 Objetivo general	35
3.2 Objetivos específicos.....	35
4. Justificación	36
4.1 Justificación teórica	36
4.2 Justificación metodológica	36
4.3 Justificación práctica	36
5. Marco referencial	38
5.1 Antecedentes.....	38
5.2 Marco teórico.....	40
5.2.1 Marketing Internacional.	40
5.2.2 Estrategia de Marketing Internacional y Planeación Estratégica.	42
5.2.2.1 Estrategias competitivas.	42

5.2.2.2	<i>Diferentes posiciones competitivas que ocupan las empresas.</i>	42
5.2.5.3	<i>La mezcla de marketing en los mercados objetivo.</i>	43
5.2.2.4	<i>Precios: Estrategia y Fijación.</i>	43
5.2.2.5	<i>Políticas y estrategias.</i>	44
5.2.2.6	<i>La fijación de precios.</i>	45
5.2.5.7	<i>Técnicas para la fijación de precios internacionales.</i>	45
5.3	Marco legal	46
5.4	Marco contextual	49
5.5	Marco espacial	52
5.6	Marco temporal	53
6.	Diseño metodológico	54
6.1	Tipo de estudio	54
6.2	Método de la investigación	55
6.4	Población	56
6.5	Muestra	56
6.6	Tratamiento de la información	57
6.6.1	Técnicas para la recolección de la información.	57
6.6.2	Técnica para el procesamiento de la información.	57
6.6.3	Presentación de la información.	57
7.	Determinación y descripción general del producto	58

7.1	Descripción del producto.....	60
8.	Análisis del sector	63
8.1	Análisis sector Norte de Santander.....	63
8.1.1	Exportaciones no tradicionales FOB.	63
8.1.2	Importación (CIF).	67
8.2	Análisis del sector en Colombia	72
8.2.1	Exportaciones manufacturas de cuero.	74
8.2.2	Importaciones manufacturas de cuero.	78
8.2.3	Balanza comercial manufacturas de cuero (capítulo 42).	82
8.3	Análisis del sector internacional.....	83
9.	Análisis f.o.d.a	91
10.	Inteligencia de mercado	93
10.1	Selección de mercado.	93
10.2	Mercado objetivo, alternativo y contingente	95
10.2.1	Matriz de preselección de mercado.....	95
10.2.2	Justificación mercado objetivo alternativo y contingente.	97
11.	Mercado objetivo: Estados Unidos	98
11.1	Indicadores socioeconómicos.....	98
11.1.1	Reseña general del país.	98
11.1.2	Indicadores socioeconómicos.....	98

11.1.3	Población.....	99
11.1.4	Unidad monetaria.....	100
11.2	Determinación de la ciudad en el mercado objetivo.....	101
11.2.1	Datos macroeconómicos.....	102
11.3	Análisis de la economía de Estados Unidos.....	102
11.3.1	Balanza comercial.....	104
11.3.1.1	<i>Exportaciones.</i>	104
11.3.1.2	<i>Importaciones.</i>	107
11.3.2	Relación comercial entre Colombia y Estados Unidos.....	110
11.3.3	Acuerdo comercial Colombia – Estados Unidos.....	111
11.3.4	Acuerdos comerciales de Estados Unidos.....	112
11.4	Análisis del sector.....	114
11.4.1	Comportamiento del sector marroquinero en Estados Unidos.....	115
11.4.2	Importaciones totales del producto según partida arancelaria 42.02.11, Hechas por el Resto del Mundo a Estados Unidos.....	116
11.4.3	Importaciones totales del producto según partida arancelaria 42.02.11, hechas por Colombia a Estados Unidos.....	117
11.4.4	Países competidores en el mercado objetivo.....	119
11.4.5	Tratamiento arancelario para la partida 42.02.11.....	120
11.5	Condiciones de acceso a los Estados unidos.....	121

11.5.1 Requisitos de entrada.	121
<i>11.5.1.1 Documentos requeridos.</i>	<i>122</i>
<i>11.5.1.1.1 Original factura comercial.</i>	<i>122</i>
<i>11.5.1.1.2 Original certificado de origen (países que lo requieran).</i>	<i>123</i>
<i>11.5.1.1.3 Normas de Origen.</i>	<i>123</i>
<i>11.5.1.1.4 Original lista de empaque.</i>	<i>124</i>
<i>11.5.1.1.5 Original documento de transporte (Guía aérea, B/L, Carta de porte internacional) Guía aérea.</i>	<i>124</i>
11.5.2 Cupos.	125
11.5.3 Reglamento especial para productos terminados de cuero.	125
11.5.4 Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas.	126
11.6 Logística de exportación a Estados Unidos	127
11.6.1 Medios de transporte para exportación de productos a Estados Unidos.	128
<i>11.6.1.1 Transporte terrestre.</i>	<i>128</i>
<i>11.6.1.2 Transporte marítimo.</i>	<i>130</i>
<i>11.6.1.3 Transporte Aéreo.</i>	<i>135</i>
11.6.2 Documentos requeridos para el envío comercial	136
11.6.3 Envío de muestras sin valor comercial.	137
11.7 Aspectos generales sobre el empaque, embalaje y etiqueta	138

11.7.1 Empaque y embalaje.	138
11.7.2 Etiqueta.	139
11.7.3 Marcación adecuada.....	140
11.7.4 Unitarizacion.....	141
11.7.5 Manipuleo.	141
11.7.6 Almacenamiento.	141
11.8 Canal de distribución.....	142
11.9 Análisis del perfil del consumidor y la competencia.....	144
11.9.1 Segmento al que está dirigido el producto en los Estados Unidos.	144
<i>11.9.1.1 Perfil del consumidor.....</i>	<i>144</i>
11.9.2 Productos sustitutos.	144
11.9.3 Marcas reconocidas en Estados Unidos.....	145
<i>11.9.3.1 Marcas reconocidas (locales) en Estados Unidos.....</i>	<i>145</i>
<i>11.9.3.2 Marcas reconocidas (extranjeros) en Estados Unidos.....</i>	<i>147</i>
11.10 Feria.....	147
11.11 Diagramas.....	148
11.11.1 Diagrama de flujo y distribución de la mercancía.	148
11.11.2 Diagrama de flujo en la documentación y pago.....	150
11.11.3 Diagrama de flujo de documentación y pagos de importación.....	151
11.12 Tiempo de suministro.....	152

11.13 Matriz de costo internacional de Estados Unidos.....	155
11.13.1 Costos de producción de los maletines de cuero.	157
11.13.2 Precio EXW.	158
11.13.3 Precio FAS.....	159
11.13.4 Precio FOB.....	161
11.13.5 Precio CFR.....	161
11.13.6 Precio CIF.	163
11.13.7 Precio DAT.	163
11.13.8 Precio DDP.	164
11.13.9 Precio DFI.....	165
11.13.10 Análisis de precios EXW – DDP.....	165
11.14 Análisis de riesgo.....	166
11.15 Estrategias de internacionalización a los Estados Unidos	166
12. Mercado alternativo: México	173
12.1 Indicadores socioeconómicos	173
12.1.1 Reseña general del país.	173
12.1.2 Indicadores socioeconómicos.	174
12.1.3 Población.....	175
12.1.4 Unidad monetaria.....	176
12.2 Determinación de la ciudad objetivo.	176

12.2.1 Datos macroeconómicos.....	176
12.3 Análisis económico de México.....	177
12.3.1 Balanza comercial.....	179
12.3.1.1 <i>Exportación</i>	180
12.3.1.2 <i>Importaciones</i>	183
12.3.2 Relación comercial entre Colombia y México.....	185
12.3.3 Acuerdo comercial Colombia – México.....	186
12.4 Análisis del sector.....	188
12.4.1 Comportamiento del sector marroquino en México.....	188
12.4.2 Importaciones totales hechas por México de la partida 42.02.11, provenientes del Resto del Mundo.....	189
12.4.3 Importaciones totales hechas por México de la partida 42.02.11, provenientes de Colombia.....	191
12.4.4 Países competidores en el mercado alternativo.....	192
12.4.5 Tratamiento arancelario para la partida 42.02.11.....	194
12.5 Condiciones de acceso a México.....	194
12.5.1 Requisitos de entrada.....	196
12.5.1.1 <i>Documentos requeridos</i>	197
12.5.1.1.1 <i>Original factura comercial</i>	197
12.5.1.1.2 <i>Original certificado de origen (países que lo requieran)</i>	198

12.5.1.1.3 Normas de Origen.....	198
12.5.1.1.4 Original lista de empaque.....	199
12.5.1.1.5 Original documento de transporte (Guía aérea, B/L, Carta de porte internacional).....	199
12.5.2 Cupos.....	200
12.5.3 Reglamento especial para productos terminados de cuero.....	200
12.5.4 Certificado CITES.....	201
12.6 Logística de exportación a México.....	202
12.6.1 Medios de transporte para exportación de productos a México.....	203
12.6.1.1 Transporte terrestre.....	203
12.6.1.2 Transporte marítimo.....	205
12.6.1.3 Transporte aéreo.....	208
12.6.2 Documentos requeridos para el envío comercial.....	209
12.6.3 Envío de muestras sin valor comercial.....	210
12.7 Aspectos generales sobre el empaque, embalaje y etiqueta.....	211
12.7.1 Empaque y embalaje.....	211
12.7.2 Etiqueta.....	211
12.7.3 Marcación adecuada.....	213
12.7.4 Unitarizacion.....	214
12.7.5 Manipuleo.....	214

12.7.6 Almacenamiento.	214
12.8 Canal de distribución.....	215
12.9 Análisis del perfil del consumidor y la competencia.....	216
12.9.1 Segmento al que está dirigido el producto en México.....	216
12.9.1.1 Perfil del consumidor.....	217
12.9.2 Productos sustitutos.	217
12.9.3 Marcas reconocidas en México.	217
12.9.3.1 Marcas reconocidas (locales y extranjeras) en México.	218
12.10 Ferias	220
12.11 Diagramas.....	220
12.11.1 Diagrama de flujo y distribución de la mercancía.	221
12.11.2 Diagrama de flujo en la documentación y pago.....	223
12.11.3 Diagrama de flujo de documentación y pagos de importación.....	223
12.12 Tiempo de suministro	224
12.13 Matriz de costo internacional de México	227
12.13.1 Costos de producción de los maletines de cuero.	229
12.13.2 Precio EXW.	230
12.13.3 Precio FAS.....	231
12.13.4 Precio FOB.....	233
12.13.5 Precio CFR.....	234

12.13.6 Precio CIF.....	235
12.13.7 Precio DAT.....	236
12.13.8 Precio DDP.....	237
12.13.9 Precio DFI.....	238
12.13.10 Análisis de precios EXW – DDP.....	238
12.14 Análisis de riesgo.....	239
12.15 Estrategia de internacionalización a México.....	239
13. Mercado contingente: Canadá.....	246
13.1 Indicadores Socioeconómicos.....	246
13.1.1 Reseña general del país.....	246
13.1.2 Indicadores socioeconómicos.....	247
13.1.3 Población.....	248
13.2 Determinación de ciudades mercados objetivos.....	250
13.2.1 Datos macroeconómicos.....	251
13.3 Análisis de la economía de Canadá.....	252
13.3.1 Balanza comercial.....	254
13.3.1.1 Exportaciones.....	254
13.3.1.2 Importaciones.....	257
13.3.2 Relación comercial Colombia- Canadá.....	260
13.3.3 Acuerdo comercial Colombia- Canadá.....	262

13.4 Análisis del sector.....	265
13.4.1 Importaciones totales hechas por Canadá de la partida arancelaria 420211, provenientes del mundo.	268
13.4.2 Importaciones totales hechas por Canadá de la partida arancelaria 420211, provenientes de Colombia.....	269
13.4.3 Países competidores en Canadá de la partida 42.02.11.....	270
13.4.4 Tratamiento arancelario para la partida 42.02,11.	272
13.5 Condiciones de acceso a Canadá.....	273
13.5.1 Requisitos de entrada.	274
<i>13.5.1.1 Impuesto.</i>	274
<i>13.5.1.2 Documentos requeridos.</i>	275
<i>13.5.1.3 Reglas de origen.</i>	277
13.5.3 Reglamento especial para productos terminados de cuero.	278
13.6 Logística de exportación a Canadá.....	279
13.6.1 Medios de transporte para exportación de productos a Canadá.....	279
<i>13.6.1.1 Transporte terrestre.</i>	279
<i>13.6.1.2 Transporte marítimo.</i>	282
<i>13.6.1.3 Transporte Aéreo.</i>	284
13.6.2 Documentos requeridos para el envío comercial.	286
13.6.4 Transporte de muestras sin valor comercial.....	287

13.7 Empaque y embalaje.....	287
13.7.1 Etiqueta.	289
13.7.2 Marcación y rotulado de los embalajes.....	290
13.7.3 Marcación adecuada.....	292
13.7.4 Unitarización.....	293
13.7.5 Manipuleo.	293
13.7.6 Almacenamiento.	293
13.8 Canal de distribución.....	294
13.9 Análisis del perfil del consumidor y la competencia.....	294
13.9.1 Segmento al que está dirigido el producto en Canadá.	294
13.9.2 Productos sustitutos.	295
13.9.3 Marcas reconocidas en Canada.....	295
13.13 Diagramas.....	298
13.13.1 Diagrama de flujo y distribución de la mercancía.	298
13.13.2 Diagrama de flujo en la documentación y pago.....	301
13.13.3 Diagrama de flujo de documentación y pagos de importación.....	301
13.14 Tiempo de suministro.....	302
13.15 Matriz de costo internacional de Canadá.....	305
13.15.1 Costos de producción de los maletines de cuero.	307
13.15.2 Precio EXW.	308

13.15.3 Precio FAS.....	309
13.15.4 Precio FOB.....	311
13.15.5 Precio CFR.....	312
13.15.6 Precio CIF.....	313
13.15.7 Precio DAT.....	314
13.15.8 Precio DDP.....	315
13.15.9 Precio DFI.....	316
13.15.10 Análisis de precios EXW – DDP.....	316
13.16 Análisis de riesgo.....	317
13.17 Estrategias de internacionalización a Canadá.....	318
14. Conclusiones.....	324
15. Recomendaciones.....	327
16. Bibliografía.....	329