	<b>GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>		<b>Código</b>	FO-GS-15
			<b>VERSIÓN</b>	02
	<b>ESQUEMA HOJA DE RESUMEN</b>		<b>FECHA</b>	03/04/2017
			<b>PÁGINA</b>	1 de 1
<b>ELABORÓ</b>	<b>REVISÓ</b>		<b>APROBÓ</b>	
Jefe División de Biblioteca	Equipo Operativo de Calidad		Líder de Calidad	

## RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): TANIA APELLIDOS: GUERRERO DURAN

NOMBRE(S): \_\_\_\_\_ APELLIDOS: \_\_\_\_\_

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECTORES:

NOMBRE(S): OSCAR ARNULFO APELLIDOS: MERA RÁMIREZ

NOMBRE(S): CESAR AUGUSTO APELLIDOS: PANIZO CÁRDONA

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PLAN ESTRATÉGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE VINO BLANCO DE ARROZ (RISO), FABRICADO POR LA EMPRESA VINOS Y LICORES ARTESANALES DEL NORTE, UBICADA EN EL MUNICIPIO DE CHINÁCOTA

RESUMEN

Este proyecto consistió en un plan estratégico de internacionalización para la exportación de vino blanco de arroz (riso). Para ello, se realizó un estudio tipo descriptivo y documental con enfoque cuantitativo ya que la información recolectada fue cuantificada en términos numéricos para ser analizados en forma estadística. La información se obtuvo mediante una observación directa y la aplicación de entrevistas y de encuestas. La población corresponde a la Empresa Vinos y Licores artesanales. La muestra esta conformada por el capital humano que conforma la empresa. Se logró, diseñar un plan estratégico de internacionalización para la exportación de vino blanco de arroz (riso). Seguidamente, se determinó la capacidad productiva y exportable de la empresa. Posteriormente, se definieron los costos, tiempos y la distribución física internacional para el proceso de internacionalización del vino blanco de arroz (riso). Finalmente, se recomendaron estrategias de internacionalización para el vino blanco de arroz (riso).

PALABRAS CLAVE: plan estratégico, costos, exportación, vino blanco de arroz (riso), internacionalización.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 129 PLANOS: \_\_\_\_\_ ILUSTRACIONES: \_\_\_\_\_ CD ROOM: 1

\*\*Copia No Controlada\*\*

PLAN ESTRATÉGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE  
VINO BLANCO DE ARROZ (RISO), FABRICADO POR LA EMPRESA VINOS Y LICORES  
ARTESANALES DEL NORTE, UBICADA EN EL MUNICIPIO DE CHINÁCOTA

TANIA GUERRERO DURAN

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

2020

PLAN ESTRATEGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE  
VINO BLANCO DE ARROZ (RISO), FABRICADO POR LA EMPRESA VINOS Y LICORES  
ARTESANALES DEL NORTE, UBICADA EN EL MUNICIPIO DE CHINÁCOTA

TANIA GUERRERO DURAN

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Profesional en Comercio Internacional


Directores:

PhD. OSCAR ARNULFO MERA RÁMIREZ

Msc. CESAR AUGUSTO PANIZO CÁRDONA

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

2020

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

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 19 de febrero de 2020

Acta N° 01/2020

TITULO PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional LUGAR: Sala de Docentes Departamento

**DEL PROYECTO:** “Plan estratégico de internacionalización para la exportación de vino blanco de arroz (RISO), fabricado por la empresa vinos y licores artesanales del Norte del Municipio de Chinácota”

**MODALIDAD:** Trabajo de Investigación

**JURADOS:**

Nelson Emilio García Torres

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Liliana Marcela Bastos Osorio

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Johanna Milena Mogrovejo Andrade


ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

**DIRECTORES:**

Oscar Arnulfo Mera Ramirez

Cesar Augusto Panizo Cardona

Firma:



**NOMBRE DEL ESTUDIANTE**

**CODIGO**

**CALIFICACIÓN**

**LETRA**

**NÚMERO**

**A-M-L**

Tania Guerrero Duran

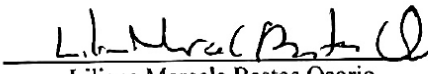
1260842

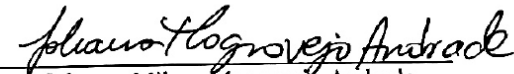
Cuatro punto tres cuatro

4.3

X

  
Nelson Emilio García Torres

  
Liliana Marcela Bastos Osorio

  
Johanna Milena Mogrovejo Andrade

V°B°

  
LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO

Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

## Contenido

	<b>pág.</b>
Introducción	17
1. Problema	19
1.1 Título	19
1.2 Planteamiento del Problema	19
1.3 Formulación del Problema	20
1.4 Sistematización del Problema	20
1.5 Objetivos	20
1.5.1 Objetivo general	20
1.5.2 Objetivos específicos	21
1.6 Justificación	21
1.6.1 Justificación práctica	22
1.7 Limitaciones	22
1.7.1 Limitaciones de tiempo	22
1.7.2 Limitaciones geográficas	22
2. Marco Referencial	23
2.1 Antecedentes	23
2.2 Bases Teóricas	28
2.2.1 Teoría de la internacionalización	28
2.2.2 Teorías de internacionalización de Pymes	29
2.2.3 Teoría de la competitividad.	29
2.2.4 Análisis de las fuerzas del mercado	30
2.3 Marco Conceptual	30

2.3.1 Competitividad	30
2.3.2 Análisis comparativo	31
2.3.3 Estrategias	32
2.3.4 Partida arancelaria	33
2.3.5 Mercado	33
2.3.6 Fermentación alcohólica natural	33
2.4 Marco Legal	34
2.5 Marco Espacial	40
2.6 Marco Temporal	40
3. Diseño Metodológico	41
3.1 Método y Tipo de Investigación	41
3.2 Población	41
3.3 Muestra	42
3.4 Sistematización de Valores	42
3.5 Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información	42
3.5.1 Tratamiento de la información	43
4. Estudio de Mercado para el Vino Blanco de Arroz (Riso) Identificando su Mercado	
Objetivo	44
4.1 El Vino en el Mercado Internacional	44
4.1.1 Estadísticas del consumo mundial del vino	45
4.1.2 Consumo mundial per capita de vino	46
4.2 Clasificación de la Partida Arancelaria del Producto	47
4.2.1 Países importadores del producto según partida arancelaria	48
4.3 Identificación y Selección de Mercados	50

4.4 Países con Oportunidades Comerciales para el Mercado Vinícola Colombiano	50
4.4.1 Portugal	51
4.4.2 Italia	52
4.4.3 Grecia	53
4.4.4 Bulgaria	55
4.5 Matriz de Selección de Mercados	56
4.5.1 Desarrollo matriz de selección de mercados	59
4.6 Justificación del País Seleccionado	62
4.7 Estudio del Mercado Objetivo	63
4.7.1 Aspectos generales	63
4.7.2 Geografía	64
4.7.3 Indicadores sociales	65
4.7.4 Indicadores económicos	65
4.8 Productividad de Italia en el Sector Vitivinícola	65
4.8.1 Importaciones del sector vitivinícola a Italia	66
4.8.2 Consumo de vino en Italia	67
4.8.3 Consumo por edad	67
4.9 Análisis de la Competencia	68
4.10 Canales de Distribución en Mercado Objetivo	75
4.11 Documentos Requeridos para Ingreso de Mercancías	76
4.12 Normas Técnicas y Vistos Buenos	76
4.12.1 Normativas, procedimientos de evaluación de conformidad- etiqueta y mercado	76
4.13 Exigencia Cumplimiento de la Norma Internacional de Protección Fitosanitaria	78
4.14 Protocolo de Negocios	79

4.15 Normas de Protocolo	80
5. Capacidad Productiva y Exportable de la Empresa Vinos y Licores Artesanales del Norte	81
5.1 Información Básica de la Empresa	81
5.1.1 Logo de la empresa	81
5.1.2 Descripción de la organización	81
5.1.3 Estructura organizacional de la empresa	82
5.2 Diagrama Proceso de producción del vino blanco de arroz (Riso)	83
5.3 Tiempos de Producción	84
5.4 Imagen del Producto	84
5.5 Diagnostico Productivo de la Empresa	85
5.6 Oferta Exportable	85
5.7 Análisis de la Encuesta Aplicada	86
5.8 Estructura Arancelaria del Producto	87
5.8.1 Sub-partida arancelaria para Colombia	88
5.8.2 Medidas y documentos generales del producto	88
5.8.3 Documentos soportes para exportaciones	89
5.8.4 Nomenclatura arancelaria del producto para Italia	90
5.9 Ficha Técnica del Producto	91
6. Definir Los Costos, Tiempos Y La Distribución Física Internacional Para El Proceso De Internacionalización Del Vino Blanco De Arroz (Riso)	92
6.1 Precio Venta del Producto	92
6.1.1 Precio de venta en euros	92
6.2 Empaque, Etiquetado, Embalaje, Unitarizado	92
6.2.1 Envase- empaque	93



6.2.2 Etiquetado	93
6.2.3 Embalaje	93
6.2.4 Unitarizado	95
6.3 Transportes y Puertos Seleccionados	96
6.3.1 Transporte nacional	96
6.3.2 Puerto de embarque	96
6.3.3 Transporte internacional	97
6.3.4 Puerto destino	97
6.3.5 Transporte interno en destino	98
6.4 Distribución Física Internacional	99
6.5 Lead Time	100
6.6 Agentes Que Intervienen	101
6.7 Matriz de Costos de Exportación	102
6.8 Análisis Matriz de Costos de Exportación	104
6.9 Requisitos de Entrada a Italia	104
6.10 Documentos para Despacho de Aduana	105
6.11 Requisitos Específicos del Producto 2206003900	106
7. Estrategias de Internacionalización	107
7.1 Estrategia de Localización	107
7.2 Estrategia de Entrada y Permanencia	109
7.3 Estrategia de Convivencia	110
7.4 Estrategia Corporativa	111
7.5 Estrategia de Internacionalización	111
7.6 Estrategia de Secuencia	112

7.7 Estrategia de Mercadeo-Emprendimiento	112
7.8 Estrategia de Distribución	113
7.9 Estrategia de Precio	113
7.10 Estrategia de Promoción	114
7.10.1 Vinitalia	114
7.10.2 Merano Wine Festival	114
8. Matriz DOFA	116
9. Conclusiones	117
10. Recomendaciones	119
Referencias Bibliográficas	121
Anexos	129