

	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS	Código	FO-SB-12/v0
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	Página	1/165

## RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S): KIMBERLY DAYANA APELLIDOS: GELVES LEAL

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): NATHALIE CLAIRE APELLIDOS: RAYNAUD PRADO

NOMBRE(S): ANGÉLICA MARÍA APELLIDOS: CARVAJAL GUERRERO

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PLAN ESTRATÉGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE DULCE CORTADO DE LECHE FABRICADO POR LA EMPRESA NORTESANTANDEREANA DULCES TÍPICOS DE COLOMBIA “DULTICOL”.

RESUMEN

A través del presente proyecto de grado se diseñó un plan estratégico de internacionalización para la exportación de dulce cortado de leche fabricado por la empresa Dulces Típicos de Colombia “DULTICOL” con miras a lograr la introducción exitosa del producto en el mercado internacional, partiendo de la necesidad que identifica la empresa de dar el primer paso para ser partícipe en las diversas operaciones que se desarrollan un mundo cada vez más globalizado y de paso contribuir al aumento de las exportaciones del departamento.

PALABRAS CLAVE: Internacionalización, estrategias, exportación, globalización, empresa.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 165 PLANOS:     ILUSTRACIONES:     CD ROOM:    

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
Fecha	24/10/2014	Fecha	05/12/2014	Fecha	05/12/2014

PLAN ESTRATÉGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE  
DULCE CORTADO DE LECHE FABRICADO POR LA EMPRESA  
NORTESANTANDEREANA DULCES TÍPICOS DE COLOMBIA “DULTICOL”.

KIMBERLY DAYANA GELVES LEAL

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2019

PLAN ESTRATÉGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE  
DULCE CORTADO DE LECHE FABRICADO POR LA EMPRESA  
NORTESANTANDEREANA DULCES TÍPICOS DE COLOMBIA “DULTICOL”.

KIMBERLY DAYANA GELVES LEAL

Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Comercio Internacional

DIRECTORA: NATHALIE CLAIRE RAYNAUD PRADO

COORDIRECTORA: ANGÉLICA MARÍA CARVAJAL GUERRERO


UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2019

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

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 20 de agosto de 2019 Acta N° 12/2019

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

**DEL PROYECTO:** “Plan Estratégico de Internacionalización para la exportación de dulce cortado de leche fabricado por la empresa nortesantandareana Dulces Típicos de Colombia DULTICOL”

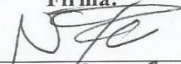
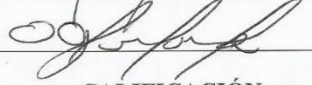
**MODALIDAD:** Trabajo dirigido

**JURADOS:**

- |                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| <u>Oscar Arnulfo Mera Ramírez</u>   | <b>ENTIDAD:</b> <u>Universidad Francisco de Paula Santander</u> |
| <u>Ana Isabel Tamayo</u>            | <b>ENTIDAD:</b> <u>Universidad Francisco de Paula Santander</u> |
| <u>Jean Marcell Márquez Álvarez</u> | <b>ENTIDAD:</b> <u>Universidad Francisco de Paula Santander</u> |

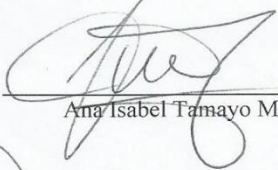
**DIRECTORES:**

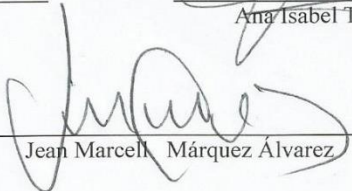
- Nathalie Claire Raynaud  
Angélica María Carvajal

Firma:  
  


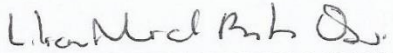
NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CODIGO	CALIFICACIÓN		
		LETRA	NÚMERO	A- M -L
Kimberly Dayana Gelves Leal	1260923	Cuatro punto cero	<u>4.0</u>	<u>X</u>

  
 Oscar Arnulfo Mera Ramírez

  
 Ana Isabel Tamayo Medina

  
 Jean Marcell Márquez Álvarez

V°B°

  
**LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO**  
 Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

## Tabla de contenido

RESUMEN	18
ABSTRACT	19
INTRODUCCIÓN	20
1. Título	21
2. Problema de investigación	21
2.1 Planteamiento del problema	21
2.2 Formulación del problema	22
2.3 Sistematización del problema	22
3. Objetivos	23
3.1 Objetivo general	23
3.2. Objetivos específicos	23
4. Justificación	23
5. Marco referencial	25
5.1 Antecedentes	25
5.1.1 Antecedentes internacionales	25

5.1.2 Antecedentes nacionales	27
5.1.3 Antecedentes regionales	29
5.2 Marco teórico	30
5.3 Marco conceptual	33
5.4 Marco legal	34
5.5 Marco espacial	36
5.6 Marco temporal	36
6. Diseños metodológicos	36
6.1 Tipo de investigación	36
6.2 Método de investigación	37
6.3 Tipo de estudio	37
6.4 Población	38
6.5 Muestra	38
6.6 Sistematización de variables	38
6.7 Tratamiento de la información	39
6.7.1 Técnica para la recolección de información	39
6.7.2 Técnica para el procesamiento de la información	40
6.7.3 Presentación de la información	40

7. Marco administrativo del proyecto	41
7.1 Personas que intervienen en el proyecto	41
7.2 Cronograma	41
7.3 Presupuesto	41
8. Estudio de mercado para la identificación del mercado objetivo	43
8.1 Identificación de la partida arancelaria	43
8.2 Identificación de mercados potenciales	44
8.2.1 Estados Unidos	45
8.2.2 República Dominicana	46
8.2.3 Ecuador	47
8.2.4 Panamá	48
8.2.5 Costa Rica	49
8.2.6 Canadá	50
8.3 Matriz de selección de mercados	51
8.3.1 Metodología de la matriz de selección de mercados	52
8.3.2 Implementación de la matriz de selección de mercados	54
8.3.3 Resultados de la matriz de selección de mercados	54
8.4 Estudio de mercado país objetivo	58

8.4.1 Datos generales de Estados Unidos	58
8.4.2 Panorama económico de Estados Unidos	59
8.4.3 Comercio exterior en Estados Unidos de América	60
8.4.4 Perfil demográfico de Estados Unidos	63
8.4.5 Características de la demanda	65
8.4.6 Análisis de la competencia	66
8.4.7 Normatividad para importar alimentos a Estados Unidos	78
8.4.8 Análisis logístico de Estados Unidos	81
8.4.9 Segmento meta: Miami, Florida	83
8.4.10 Canales de distribución para el producto en Estados Unidos	85
8.4.11 Identificación y análisis de clientes potenciales	87
9. Capacidad de producción y de exportación de la empresa	92
9.1 Generalidades de la empresa	92
9.1.1 Logo	92
9.1.2 Descripción general	93
9.1.3 Misión	93
9.1.4 Visión	93
9.1.5 Objetivos de calidad	93



9.2 Descripción general del producto	94
9.3 Análisis al área de producción de la empresa	95
9.3.1 Recurso humano implicado en el proceso de producción del dulce cortado de leche	95
9.3.2 Bienes de capital utilizados en el proceso de producción del dulce cortado de leche	95
9.3.3 Calidad en la producción del dulce cortado de leche	97
9.4 Proceso de producción del dulce cortado de leche	97
9.5 Capacidad de producción	101
9.6 Capacidad de exportación	102
9.7 Definición de oferta exportable para la operación internacional	105
10. Costos, tiempos y agentes participantes en la operación internacional	106
10.1 Presentación del producto	106
10.2 Empaque	106
10.3 Etiquetado	108
10.4 Embalaje	110
10.5 Mercado del embalaje	112
10.6 Tipo y naturaleza de la carga	115

10.7 Unitarización y cubicaje de la carga	115
10.8 Medio de transporte a utilizar en la operación internacional	118
10.9 Determinación de tiempos empleados en la operación internacional	120
10.10 Agentes participantes en la operación internacional	123
10.11 Determinación de costos de la operación internacional y definición de término INCOTERM	124
10.11.1 Matriz de costos logísticos de la operación internacional	126
10.11.2 Selección de término INCOTERM	128
10.11.3 Utilidad de la operación internacional	129
11. Propuesta de estrategias de internacionalización para la introducción exitosa del producto al mercado internacional	130
11.1 Análisis interno y externo de la empresa	130
11.2 Propuesta de estrategias de internacionalización	133
11.2.1 Estrategia de localización	133
11.2.2 Estrategia de entrada y permanencia	134
11.2.3 Estrategia de convivencia	135
11.2.4 Estrategia corporativa	135
11.2.5 Estrategia de internacionalización	136

11.2.6 Estrategia de secuencia	136
11.3 Estrategias de marketing	137
11.3.1 Estrategias de producto	137
11.3.2 Estrategias de promoción	138
11.3.3 Estrategias de distribución	139
11.4 Plan de acción	140
CONCLUSIONES	146
RECOMENDACIONES	148
BIBLIOGRAFÍA	149
ANEXOS	160