

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

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S): LEIDY DAYANNA APELLIDOS: GARAY RINCON

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): JORGE ENRIQUE APELLIDOS: RODRIGUEZ GUEVARA

NOMBRE(S): DANIELA APELLIDOS: OJEDA AVELLANEDA

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PROYECTO DE PASANTIA EMPRESARIAL: ESTRATEGIAS PARA LA COMERCIALIZACION DE JEANS PARA DAMA EN EL MERCADO MEXICANO DE LA EMPRESA ORGANIZACIÓN BLESS S.A.S

RESUMEN:

Este proyecto de investigación busca generar estrategias de comercialización para la Organización Bless SAS donde busque fortalecer el lazo comercial con el mercado Mexicano pensando en el aprovechamiento máximo de su capacidad instalada y contribuyendo también al posicionamiento de sus productos en dicho mercado en los cuales la moda y la producción colombiana son reconocidas y demandadas por su alta calidad. Se realizó un análisis interno organizacional para determinar las condiciones de la empresa y un análisis externo para conocer las condiciones para comercializar en el país objetivo y así mismo determinar un marco de oportunidades que conlleve a establecer una serie de estrategias para comercializar en México.

PALABRAS CLAVES: Estrategias, comercialización, mercado, jeans, sector confecciones.

CARACTERISTICAS:

PÁGINAS: 142 PLANOS: ILUSTRACIONES: CD ROOM:

PROYECTO DE PASANTÍA EMPRESARIAL: ESTRATEGIAS PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE JEANS PARA DAMA EN EL MERCADO MEXICANO DE LA
EMPRESA ORGANIZACIÓN BLESS S.A.S

LEIDY DAYANNA GARAY RINCÓN

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

2021

PROYECTO DE PASANTÍA EMPRESARIAL: ESTRATEGIAS PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE JEANS PARA DAMA EN EL MERCADO MEXICANO DE LA
EMPRESA ORGANIZACIÓN BLESS S.A.S

LEIDY DAYANNA GARAY RINCÓN

Proyecto de Pasantía presentada como requisito para optar por el título de Profesional de
Comercio Internacional

Director

MBA. JORGE ENRIQUE RODRIGUEZ GUEVARA

Codirector

DANIELA OJEDA AVELLANEDA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2021

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

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 08 de abril de 2021

Acta N° 04/2021

TITULO PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional

LUGAR: Plataforma virtual meet.

DEL PROYECTO: “Proyecto De Pasantía Empresarial: Estrategias Para La Comercialización De Jeans Para Dama En El Mercado Mexicano De La Empresa Organización Bless S.A.S”

MODALIDAD: Pasantía

JURADOS:

Javier Corredor Beltrán

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Julieth Paola Acevedo Meneses

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Maricel Linares Giraldo

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

DIRECTORES:

Firma:

Jorge Enrique Rodríguez Guevara



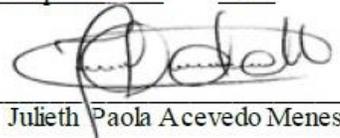
Daniela Ojeda Avellaneda



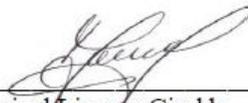
NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CODIGO	CALIFICACIÓN		
		LETRA	NÚMERO	A- M -L
<u>Leidy Dayanna Garay Rincón</u>	<u>1261026</u>	<u>Cuatro punto tres</u>	<u>4.3</u>	<u>X</u>

Javier Corredor B.

Javier Corredor Beltrán



Julieth Paola Acevedo Meneses



Maricel Linares Giraldo

VºBº

Liliana Marcela Bastos Osorio

LILIANÓN A MARCELA BASTOS OSORIO

Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

Tabla de Contenido

Introducción	14
1. Descripción del problema	15
1.1 Título	15
2. Problema de investigación	15
2.1 Planteamiento del problema	15
2.2 Formulación del problema	16
2.3 Sistematización del problema	16
3. Objetivos	17
3.1. Objetivo general	17
3.1. Objetivos específicos	17
4. Justificación	17
5. Marco referencial	19
5.1 Antecedentes	19
5.1.1 Internacionales	19
5.1.2 Nacionales	20
5.1.3 Regionales	22
5.2 Bases teóricas	23
5.2.1 La internacionalización desde una perspectiva económica	23
5.2.2 La internacionalización desde una perspectiva de proceso	25
5.3 Marco conceptual	31
5.4 Marco legal	32
5.5 Marco espacial	37
5.6 Marco temporal	37
6. Diseño metodológico	38
6.1 Tipo de investigación	38
6.2 Método de investigación	38
6.3 Tipo de estudio	38
6.4 Población y muestra	39
6.4.1 Población	39
6.4.2 Muestra	39
6.5 Sistematización de variables	39
6.6 Tratamiento de la información	40

6.6.1 Técnica para la recolección de la información	40
6.6.2 Técnica procesamiento de la información	40
6.6.3 Presentación de la información	40
7. Realizar un diagnóstico de la empresa determinando las condiciones y las ventajas para la comercialización de Jeans para dama en el mercado mexicano	41
7.1 Descripción general de la empresa	41
7.1.1 Razón social y logo de la empresa	41
7.1.2 Historia	42
7.1.3 Misión	42
7.1.4 Visión	43
7.1.5 Valores	43
7.1.6 Política integral	43
7.1.7 Modelo de negocio	43
7.1.8 Línea de tiempo	44
7.1.9 Organigrama	45
7.1.10 Diseño estructural de la empresa	46
7.2 Análisis de la producción	47
7.2.1 Capacidad instalada	47
7.2.2 Capacidad de producción	47
7.2.3 Tipos de Jeans	48
7.2.4 Marcas	50
7.2.5 Empaque	51
7.2.6 Embalaje	53
7.2.7 Etiquetado	55
7.2.8 Proceso de producción	55
7.2.9 Ficha técnica	58
7.2.10 Canales de comercialización	60
7.3 Matriz DOFA de la Organización Bless SAS	60
7.3.1 Resultados del Análisis DOFA	63
8. Examinar los retos y las oportunidades que brinda la comercialización de Jeans hacia el mercado Mexicano	64
8.1 Información general de México	64
8.1.1 Economía de México	66
8.1.2 Comercio internacional de México	67

8.2	Análisis general del mercado	68
8.2.1	Exportaciones colombianas de Jeans a México	68
8.2.2	Sector Jeans en México	69
8.2.3	Importaciones de Jeans en México	70
8.2.4	Competidores en el sector de Jeans en México	71
8.2.5	Análisis tallaje Jeans en México	74
8.3	Tendencias del mercado	74
8.4	Canales de distribución	75
8.5	Temporadas de compra	76
8.6	Modelos de multilocalización en México	77
8.7	Comportamiento del consumidor mexicano	78
8.8	Acceso al mercado	79
8.8.1	Acuerdo comercial entre México y Colombia	79
8.8.2	Acuerdos comerciales / Sistema de preferencia	79
8.8.3	Aranceles	79
8.8.4	Regla de origen	80
8.8.5	Normas de empaque y etiquetado	81
8.9	Costos, tiempos y agentes que intervienen en el proceso de comercialización de Jeans para dama en México	82
8.9.1	Volumen de Exportación	83
8.9.2	Tiempos (Lead time)	83
8.9.3	Diagrama de Distribución Física Internacional	84
8.9.4	Empaque	85
8.9.5	Documentación	86
8.9.5.1	Documentos requeridos para ingreso de mercancías	86
8.9.5.2	Posición arancelaria del producto	87
8.9.6	Tipo de carga	87
8.9.7	Rutas de transporte a México	88
8.9.8	Matriz de costos de exportación	89
8.9.9	Lead Time de la Distribución Física Internacional	92
8.9.10	Análisis de precios	93
9.	Formular las estrategias para la comercialización asertiva de los Jeans para dama fabricados por la Organización Bless SAS en el mercado Mexicano	94
9.1	Balance ScoreCard	94

9.2 Estrategias de producción para la empresa Organización Bless S.A.S	98
9.2.1 Estrategia para establecer un proveedor nacional de telas para la empresa Organización Bless S.A.S	98
9.2.2 Certificaciones de calidad	101
9.2.3 Estandarización del producto	101
9.2.4 Identificación y código de barras	102
9.3 Estrategia para establecer canales de comercialización en el mercado mexicano para la empresa Organización Bless S.A.S	103
9.3.1 Estrategia de comercialización mediante venta directa	104
9.3.2 Estrategia de comercialización a través de mayoristas/distribuidores	105
9.3.3 Estrategia de comercialización a través de un representante/agente de ventas	105
9.3.4 Estrategia de comercialización a través de franquicias	106
9.4 Estrategia de promoción internacional para participar en el mercado mexicano	106
9.4.1 Oportunidad de promoción en Ferias de moda en México para la Organización Bless S.A.S.	107
9.4.2 Oportunidad de promoción en Ferias de moda en Colombia para la empresa Organización Bles S.A.S	109
9.4.3 Showroom	110
9.4.4 Redes sociales y pagina web	111
10. Conclusiones	113
11. Recomendaciones	115
Referencias bibliográficas	117
Anexos	127