

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

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): ERIKA VIVIANA APELLIDOS: ARIAS ORTIZ

NOMBRE(S): EILYN AUDREY APELLIDOS: CAICEDO MENESESS

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): EDUARDO FELIPE APELLIDOS: VÁSQUEZ BARAJAS

CODIRECTOR:

NOMBRE(S): YORLEY ADRIANA APELLIDOS: MORA URBINA

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE JEANS ESCULTOR LEVANTA COLA PARA DAMA DE LA INDUSTRIA ALEISA MODA S.A.S

RESUMEN

En este informe se expone un plan de internacionalización para la introducción y comercialización del producto estrella de la empresa Aleisa Jeans producto de características textiles. Actualmente el crecimiento de una empresa se basa en el comercio internacional, sin embargo esto va más allá de vender (exportar), se debe preparar la empresa para mantenerse en el mercado para ello el proyecto plantea, a través de un plan adonde se abordan objetivos que se respaldan con estrategias para cada una. La empresa Aleisa Jeans tiene las capacidades para duplicar su producción y exportar en el exterior. El mercado objetivo que fue elegido es el de Ecuador, exactamente la ciudad de Guyaquil ya que es una de las principales plazas de comercio y moda para el consumir ecuatoriano. Es importante resaltar que los productos textiles especialmente la tendencia levanta cola, tiene una gran aceptación en el mercado ecuatoriano, dado que Colombia es uno de los mejores productos y exportadores a nivel mundial. Sin embargo es de suma importancia estar actualizando diseños y sobre todo ofrecer buena calidad, servicio y precios. Las proyecciones como cifras expuestas en el trabajo tienen elementos obtenidos de fuentes de información secundarias como también investigación de primera fuente a nivel cuantitativo y cualitativo.

PALABRAS CLAVE: plan estratégico, comercio exterior, industria textil, coordinación logística, competitividad.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 105 PLANOS: ILUSTRACIONES: CD ROOM: 1

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

COPIA NO CONTROLADA

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE JEANS
ESCULTOR LEVANTA COLA PARA DAMA DE LA INDUSTRIA ALEISA MODA S.A.S

ERIKA VIVIANA ARIAS ORTIZ
EILYN AUDREY CAICEDO MENESESS

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

2020

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE JEANS
ESCULTOR LEVANTA COLA PARA DAMA DE LA INDUSTRIA ALEISA MODA S.A.S

ERIKA VIVIANA ARIAS ORTIZ
EILYN AUDREY CAICEDO MENESES


Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Profesional en Comercio Internacional

Director:
EDUARDO FELIPE VÁSQUEZ BARAJAS
Profesional en Comercio Internacional

Codirectora:
YORLEY ADRIANA MORA URBINA
Magister en Gerencia de Empresas

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, 09 de marzo de 2020

Acta N° 03/2020

TITULO PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional

LUGAR: Sala de Docentes Dpto

DEL PROYECTO: “Diseño de un plan estratégico para la internacionalización de jeans escultor levanta cola para dama de la industria Aleisa Moda S.A.S”

MODALIDAD: Trabajo Dirigido

JURADOS:

Eleazar Buitrago Gómez

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Ana Isabel Tamayo Medina

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Julieth Paola Acevedo Meneses

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

DIRECTORES:

Firma:


Eduardo Felipe Vásquez Barajas

Eduardo Felipe Vásquez B.


Yorley Adriana Mora Urbina

Yorley Adriana Mora Urbina

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CODIGO	CALIFICACIÓN		
		LETRA	NÚMERO	A- M -L
<u>Erika Viviana Arias Ortiz</u>	<u>1261099</u>	<u>Cuatro punto tres</u>	<u>4.3</u>	<u>X</u>
<u>Eilyn Audrey Caicedo Meneses</u>	<u>1261080</u>	<u>Cuatro punto tres</u>	<u>4.3</u>	<u>X</u>



Eleazar Buitrago Gómez



Ana Isabel Tamayo Medina



Julieth Paola Acevedo Meneses



**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA
LA CONSULTA, LA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y LA PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Cúcuta,

Señores
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS
Ciudad

Cordial saludo:

ERIKA VIVIANA ARIAS ORTIZ Y EILYN AUDREY CAICEDO MENESES, identificado(s) con la C.C. N° 1.093.790.377 DE LOS PATIOS y 1.090.512.609 DE CÚCUTA, autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado titulado DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE JEANS ESCULTOR LEVANTA COLA PARA DAMA DE LA INDUSTRIA ALEISA MODA S.A.S. presentado y aprobado en el año 2020 como requisito para optar al título de PROFESIONAL EN COMERCIO INTERNACIONAL; autorizo(amos) a la biblioteca de la Universidad Francisco de Paula Santander, Eduardo Cote Lamus, para que con fines académicos, muestre a la comunidad en general a la producción intelectual de esta institución educativa, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado en la página web de la Biblioteca Eduardo Cote Lamus y en las redes de información del país y el exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad Francisco de Paula Santander.
- Permita la consulta, la reproducción, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD-ROM o digital desde Internet, Intranet etc.; y en general para cualquier formato conocido o por conocer.

Lo anterior, de conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la ley 1982 y el artículo 11 de la decisión andina 351 de 1993, que establece que **“los derechos morales del trabajo son propiedad de los autores”**, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Erika Arias O.

C.C. 1.093.790.377 de Los Patios.

Eilyn Audrey Caicedo M.

C.C. 1.090.512.609 de Cúcuta.

Contenido

	pág.
Introducción	16
1. Problema	17
1.1 Titulo	17
1.2 Planteamiento del Problema	17
1.3 Formulación del Problema	19
1.4 Sistematización del Problema	19
1.5 Objetivos	19
1.5.1 Objetivo general	19
1.5.2 Objetivos específicos	20
1.6 Justificación	20
2. Marco de Referencial	22
2.1 Antecedentes	22
2.1.1 Antecedentes internacionales	22
2.1.2 Antecedentes nacionales	23
2.1.3 Antecedentes regionales	25
2.2 Bases Teóricas	27
2.3 Marco Conceptual	28
2.4 Marco Legal	30
2.5 Marco Espacial	31
2.6 Marco Temporal	31
3. Diseño Metodológico	32
3.1 Tipo de Investigación	32

3.2 Método de Investigación	32
3.3 Tipo de Estudio	32
3.4 Población	33
3.5 Muestra	33
3.6 Sistematización de Variables	33
3.7 Tratamiento de la Información	35
3.7.1 Técnica para la recolección de información	35
3.7.2 Técnica procesamiento de la información	35
3.7.3 Presentación de la información	35
4. Identificación del Mercado Potencial y el Estudio de Mercado sobre las Tendencias, Oportunidades y Determinantes de los países Destino para la Internacionalización	37
4.1 Análisis del estado actual del mercado del Jean escultor levanta cola para dama en Colombia y a nivel internacional	37
4.1.1 Análisis a nivel internacional	37
4.1.1.1 Oferta	37
4.1.1.2 Demanda	38
4.1.1.3 Tendencias	39
4.1.1.4 Precio	40
4.1.1.5 Balanza comercial	41
4.1.2 Análisis a nivel nacional	42
4.1.2.1 Descripción del sector	42
4.1.2.2 Clasificación arancelaria	43
4.1.2.3 Oferta	44
4.1.2.4 Demanda	45

4.1.2.5 Tendencias	46
4.1.2.6 Precio	47
4.1.2.7 Balanza comercial	47
4.2 Identifica el Mercado Potencial para el Jean escultor levanta cola para Dama a Través de una matriz de Preselección de Mercados	48
4.3 Describe las Oportunidades, Tendencias, Requisitos, y Variables Económicas en el mercado de Destino Seleccionado	67
5. Determina la oferta Exportable del Jean Escultor Levanta cola para Dama	73
5.1 Analiza la Producción de Jean escultor Levanta cola para Dama y sus Variedades en Norte de Santander	73
5.2 Identifica la oferta Exportable de Jean Escultor Levanta cola para dama Producida en Norte de Santander según los Requisitos de los países Seleccionados	73
6. Diseña el Proceso de Distribución física Internacional, el lead Time y el Costeo Internacional Para la Exportación de Jeans Escultor Levanta Cola	74
6.1 Identifica la Naturaleza de la carga y el Medio de Transporte más Idóneo	74
6.2 Describe la Infraestructura Logística y Conectividad entre Origen y Destino	75
6.3 Determina el empaque, Embalaje y Etiquetado más Adecuado para la Carga	80
6.4 Diseña el Esquema de distribución física Internacional con su Respectivo Lead Time	84
6.5 Elaborar el Costeo Logístico Internacional con la Determinación del Término de Negociación INCOTERM	90
7. Proponer las Estrategias de Internacionalización Acordes para la Exportación del Jeans Escultor Levanta Cola	91
7.1 Plantea Estrategias de Mercadeo y Distribución Dirigidas a los Posibles Clientes de los Países de Destino	91

7.2 Propone una Estrategia para el Cobro del Pago de la Exportación al Cliente	93
7.3 Diseña una Estrategia para el Seguimiento y Sostenimiento en los Mercados de Destino, así Como las Oportunidades de Expansión a otros Mercados	93
8. Conclusiones	95
9. Recomendaciones	96
Referencias Bibliográficas	97
Anexos	101

Lista de Figuras

	pág.
Figura 1. Logo de la empresa	31
Figura 2. Ejemplo de diagrama de barras	36
Figura 3. Principales exportadores mundial de jeans para dama en el 2018 según la subpartida del sistema armonizado 620462	37
Figura 4. Principales importadores mundial de jeans para dama en el 2018 según la subpartida del sistema armonizado 620462	38
Figura 5. Listado de países importadores	41
Figura 6. Listado de países exportadores	41
Figura 7. Índice de producción de prendas de vestir	42
Figura 8. Índice de producción de prendas de vestir 2	43
Figura 9. Perspectiva para una diversificación	45
Figura 10. Jeans para dama en el 2018 según la subpartida del sistema armonizado 620462	46
Figura 11. Tendencia de prendas de vestir provenientes de Colombia	46
Figura 12. Lista de los mercados importadores	47
Figura 13. Lista de los mercados proveedores	48
Figura 14. Cada clic cuesta este valor	62
Figura 15. Hombres y mujeres de Ecuador	63
Figura 16. Edad	64
Figura 17. Ubicación	65
Figura 18. Índice de desempeño logístico Ecuador	76
Figura 19. Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre	77
Figura 20. Aeropuerto internacional José Joaquín de Olmedo	78

Figura 21. Ubicación	79
Figura 22. Empaque	80
Figura 23. Embalaje	81
Figura 24. Reciclable	82
Figura 25. Sensible a la humedad	82
Figura 26. Este lado arriba	83
Figura 27. Delicado	83
Figura 28. No usar garfios para la manipulación de la mercancía	84
Figura 29. Etiquetado	84

Lista de Tablas

	pág.
Tabla 1. Sistematización de variables	33
Tabla 2. Ejemplo de tablas	35
Tabla 3. Tendencias	39
Tabla 4. Precio	47
Tabla 5. Matriz preselección de mercado	55
Tabla 6. Principales importadores de pantalones largos (jean) a nivel mundial en el 2018	56
Tabla 7. Ponderación total de países evaluados en la matriz de países	61
Tabla 8. Ficha técnica pantalón Aleisa Jeans	66
Tabla 9. Posibles competidores en el mercado de Ecuador	69
Tabla 10. Posibles compradores	70
Tabla 11. Competidores nacionales	70
Tabla 12. Precio	71
Tabla 13. Conexiones de aerolíneas prestadoras de servicio a Ecuador	79
Tabla 14. Diseña el esquema de distribución física internacional con su respectivo lead time	85
Tabla 15. Elaborar el costeo logístico internacional con la determinación del término de negociación INCOTERM	90
Tabla 16. Tipos de contratos de distribución	94

Lista de Anexos

	pág.
Anexo 1. Entrevista	102
Anexo 2. Cotización DHL	103
Anexo 3. Cotización agente aduanero	105

Resumen

En este informe se expone un plan de internacionalización para la introducción y comercialización del producto estrella de la empresa Aleisa Jeans producto de características textiles. Actualmente el crecimiento de una empresa se basa en el comercio internacional, sin embargo esto va más allá de vender (exportar), se debe preparar la empresa para mantenerse en el mercado para ello el proyecto plantea, a través de un plan adonde se abordan objetivos que se respaldan con estrategias para cada una. La empresa Aleisa Jeans tiene las capacidades para duplicar su producción y exportar en el exterior. El mercado objetivo que fue elegido es el de Ecuador, exactamente la ciudad de Guayaquil ya que es una de las principales plazas de comercio y moda para el consumidor ecuatoriano. Es importante resaltar que los productos textiles especialmente la tendencia levanta cola, tiene una gran aceptación en el mercado ecuatoriano, dado que Colombia es uno de los mejores productores y exportadores a nivel mundial. Sin embargo es de suma importancia estar actualizando diseños y sobre todo ofrecer buena calidad, servicio y precios. Las proyecciones como cifras expuestas en el trabajo tienen elementos obtenidos de fuentes de información secundarias como también investigación de primera fuente a nivel cuantitativo y cualitativo.

Abstract

This report sets out an internationalization plan for the introduction and marketing of the star product of the company Aleisa Jeans, product with textile characteristics. Currently the growth of a company is based on international trade, however this goes beyond selling (export), the company must be prepared to stay in the market. For this, the project raises, through a plan that addresses objectives that are supported with strategies for each. Aleisa Jeans has the capacity to double its production and export abroad. The target market that was chosen is Ecuador, exactly the city of Guayaquil as it is one of the main commercial and fashion squares for Ecuadorian consumption. It is important to highlight that textile products especially the trend "lifts butt", has a great acceptance in the Ecuadorian market, as Colombia is one of the best producers and exporters worldwide. However, it is really important to be updating designs and above all to offer good quality, service and prices. The projections as figures presented in the investigation have elements obtained from secondary sources of information as well as first source quantitative and qualitative research.

Introducción

En la Actualidad, la empresa Industrias Aleisa Moda S.A.S exporta sus productos a varios países como lo son Mexico, Chile, Panama entre otros, lo que pocas empresas de sector textil en Cucuta se retan a hacer, Aprovechando de esta experiencia exportando; se busca mejorar las falencias en tema de producción, costos, calidad para hacer el proceso menos tedioso y exitoso.

Colombia sorprendió al mundo siendo es el promotor del diseño de la tendencia levanta cola, la estrategia principal es su diseño, y su calidad en insumos utilizados, a pesar que, Colombia no es productora de telas y son importadas pero si el tratamiento de las mismas, es una técnica especial para dar como producto final, tan asombroso pantalón que controla el abdomen, moldea las piernas y también de caderas dado lo anterior esta tendencia ha tomado fuera en Colombia, e tal modo que en el mercado se encuentran aproximadamente 1.500 empresas con marca propia (El espectador 2018).

Por lo tanto Industrias Aleisa Moda S.A.S, también ha sido participe de esta tendencia, al ingresar en la producción y venta, con resultados notorios en su comercialización nacional e inclusive ha logrado realizar exportaciones lo cual ha motivado a continuar su proceso de ampliación y consolidación de mercados, tomando la exportación como estrategia de internacionalización.

1. Problema

1.1 Título

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE JEANS ESCULTOR LEVANTA COLA PARA DAMA DE LA INDUSTRIA ALEISA MODA S.A.S

1.2 Planteamiento del Problema

La industria textil en Colombia es una de las más representativas y tradicionales a nivel mundial. Ha tenido una historia de más de 100 años, en los cuales se han creado diferentes estrategias como planes gubernamentales enfocados en el sector, penetración en diferentes ámbitos como la academia, inclusión en programas de transformación productiva, dando como resultado todo lo anterior que este sector sea reconocido a nivel internacional por su calidad y excelencia de productos.

En 1987 pese a la necesidad de un organismo con capacidad de generar soluciones a las empresas del sector textil y también que fuera una base para la internacionalización de la industria se da la creación del Instituto para la Exportación y la Moda – Inexmoda, la cual ha fortalecido el crecimiento de las mismas.

El gran éxito de este organismo dio abrebocas para que 1989 nacieran Colombiamoda y Colombiatex de las Américas, convirtiéndose en las principales ferias de la región y siendo la plataforma directa para el desarrollo de negocios e intercambio comercial de compañías del sector (Sectorial, 2011).

La industria cuenta con la presencia de empresas enfocadas en la investigación y la optimización de procesos que permiten tener una capacidad de respuesta y adaptación a las demandas del mercado local y extranjero. La exportación de jeans en 2015 sumó USD 110,9 millones, donde más de 60 países fueron los encargados de abrir oportunidades en mercados como Alemania, Belice, Bolivia, Brasil, Canadá, Caribe, Chile, Costa Rica, El Salvador, España, Estados Unidos, Francia, Guatemala, Honduras, Italia, México, Perú, entre otros, gracias al reconocimiento que hace de Colombia un fenómeno rentable para este sector. (Procolombia, 2016)

Las necesidades del mundo actual globalizado les han exigido a las empresas a innovar en sus productos y procesos aumentando su productividad, diseñando estrategias en sus empresas que les ayuden a incrementar y expandir sus ventas y operar en mercados mundiales, buscando ser más competitivas, contribuyendo al desarrollo de la calidad de vida de sus colaboradores.

Industrias Aleisa Moda S.AS para apoyar este desarrollo ha tomado la decisión hace 2 años de incursionar en mercados internacionales, con nuevos objetivos comerciales para su crecimiento a futuro

Sin embargo, en busca de ese objetivo, sus directivas han encontrado barreras desde su capacidad interna para responder a las necesidades de los clientes internacionales hasta factores externos como el precio versátil, cadena logística y comercial. Se hace necesario contar con profesionales de comercio internacional que diseñen estrategias de manera más adecuada para estimular el correcto crecimiento y éxito exportador.

Actualmente Industrias Aleisa Moda S.AS produce 180.000 prendas anuales, del cuales el 15% de estas prendas van para Chile, México, Panamá, Guatemala No se tiene un promedio

mensual ya que existen meses en que se exporta hasta 3 veces al mes y otros simplemente no se exporta (Aleisa Jeans, 2018)

Por lo tanto, por recomendación de la empresa se toma como estrategia de Internacionalización la Exportación para nuevos mercados.

1.3 Formulación del Problema

¿Cómo diseñar un plan estratégico para la internacionalización de jeans escultor levanta cola para dama de la Industria Aleisa Moda S.A.?

1.4 Sistematización del Problema

¿Cuál sería el mercado más idóneo para el proceso de internacionalización?

¿Cómo se puede determinar la oferta exportable del jean escultor levanta cola para dama de la Industria Aleisa Moda S.A.S?

¿Cómo diseñar el proceso de distribución física internacional, el lead time y el costeo internacional para la exportación de jeans escultor levanta cola??

¿Cuáles serían las estrategias de Internacionalización más apropiadas para garantizar el éxito del proceso de internacionalización?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general. Diseñar un plan estratégico para la internacionalización de jeans escultor levanta cola para dama de la Industria Aleisa Moda S.A.S

1.5.2 Objetivos específicos. Identificar el mercado potencial y el estudio de mercado sobre las tendencias, oportunidades y determinantes de los países destino para la internacionalización.

Determinar la oferta exportable del jean escultor levanta cola para dama.

Diseñar el proceso de distribución física internacional, el lead time y el costeo internacional para la exportación de jeans escultor levanta cola.

Proponer las estrategias de internacionalización acordes para la exportación del jeans escultor levanta cola.

1.6 Justificación

El propósito de diseñar estrategias para la internacionalización de la empresa Industrias Aleisa Moda S.A.S surge de la demanda que tienen los jeans Colombianos en diferentes países del mundo. Actualmente, este producto representa el 10% de las exportaciones textiles y llega a 70 países, entre los que destacan Estados Unidos, México y Ecuador; el “levanta cola y el diseño”, son los secretos de este éxito comercial.

Otra oportunidad que se puede provechar en temas de costos, es que en Colombia cuenta con tratados de libre comercio, y algunos otros acuerdos comerciales para el libre tránsito de algunos productos.

Como Justificación teórica de esta investigación se toma en cuenta las siguientes teorías a aplicar; la teoría de la competitividad de Porter la cual se puede aplicar con el fin de determinar ventajas a partir del liderazgo en costos, diferenciación y enfoque a nicho de mercado; la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo la cual se puede aplicar al analizar aspectos de los cuales se tenga una mejor disposición frente a la competencia de otros productores, países, bien

sea en diseño, costos de producción, suministro de materias prima, teoría de la innovación en la cual se identifica que la empresa se encuentra en la etapa de exportadora experimental con el fin de consolidar esta etapa con el fin de avanzar a la siguiente que es la etapa de exportadora activa.

Como como futuras profesionales en comercio internacional es apoyar a la empresa INDUSTRIAS ALEISA MODA S.A.S es que el Jean Levanta cola para dama se comercialice en más países para ello le diseñamos un plan estratégico para la internacionalización, para que con ellos se aumente la competitividad y mejore su productividad, permitiéndoles crecer a un mediano y largo plazo como empresa, generando confianza como marca, con nuevas oportunidades para el acceso a nuevos mercados internacionales, obteniendo incentivos gubernamentales con ello se puede contribuir con el crecimiento de la región y el crecimiento de las exportaciones del país.

2. Marco de Referencial

2.1 Antecedentes

A continuación, se presentarán antecedentes internacionales, nacionales y regionales:

2.1.1 Antecedentes internacionales. Jácome (2016). Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de pantalones jeans, ubicada en la parroquia de Chilibulo al sur de la ciudad de Quito. El Proyecto llevará el nombre de microempresa “Jácome y Cía.”, misma que elaborará y comercializará pantalones jeans de calidad, marcando la diferencia con respecto al producto actual de la competencia nacional e internacional, productos que serán elaborados con materia prima de calidad, personal capacitado y maquinaria industrial. Jácome y Cía., como microempresa se ha preocupado del cumplimiento de todos los requisitos de constitución y funcionamiento establecidos por la ley ecuatoriana, de tal manera que exista una seguridad legal y transparencia ante sus empleados, proveedores y clientes. Finalmente, el estudio económico financiero determinó que el proyecto es viable, ya que existirá una rentabilidad a corto plazo al implementar la microempresa.

Esta investigación se encuentra oportuna porque a través de estos estudios permitirán conocer gustos, preferencias y necesidades del posible mercado objetivo.

Aragón (2002). El sector textil: análisis para una estrategia. Este trabajo realiza un estudio de los fabricantes, los distribuidores y la demanda final de confección textil en la Comunidad Autónoma del País Vasco y Navarra. A partir del análisis de estos tres componentes de la cadena de valor del sector de la confección textil, define posibles estrategias para potenciarlo que, al menos en parte, podrían ser de aplicación también en otros sectores que, como éste, se encuentran

en fase de madurez.

Se encuentra de gran importancia, para tener en cuenta que modelos se pueden aplicar para que la estrategia sea efectiva ya que el sector textil en Colombia está en madurez.

Larios (2017). Estado actual de las mipymes del sector textil de la confección en Lima. Ingeniería Industrial. Las mipymes representan el 99,5 % del sector empresarial del Perú y, de este porcentaje, el rubro textil de la confección es la actividad manufacturera más importante. En el presente diagnóstico empresarial se buscó como objetivo identificar los factores internos y externos que impactan en el desempeño de las mipymes; categorizar sus procesos en los ámbitos estratégico, operativo y de soporte; y describir su gestión productiva y comercial. En este artículo se describieron la metodología y los resultados obtenidos a partir de una investigación científica, la cual procura contribuir al desarrollo de políticas y programas que beneficien la gestión del sector.

Este proyecto proporciona información sobre las debilidades de la posible competencia, y así mejorar internamente los procesos y estrategias para competir con la producción nacional de aquel país.

2.1.2 Antecedentes nacionales. Charris (s,f). Satisfacción Laboral en las Pyme colombianas del sector Textil-Confección. Universidad de la Costa CUC, Colombia. El objetivo de este artículo es analizar la satisfacción de los empleados de las pyme exportadoras del sector textil-confección de Barranquilla, Colombia. La perspectiva teórica se orientó fundamentalmente considerando los aportes realizados por Robbins y Judge (2009). En este sentido, se desarrolló una investigación sustentada en el paradigma cuantitativo, con diseño no experimental transeccional, para lo cual se realizó un censo constituido por las 19 pyme exportadoras del

sector. Los datos fueron procesados mediante la utilización de medidas de tendencia central, evidenciándose que los indicadores por debajo de la media establecida corresponden a la variedad de trabajo, reconocimiento del desempeño, seguridad, estabilidad, oportunidades y relación con los compañeros; mientras que los indicadores referidos al salario, estructura y flexibilidad laboral, alcanzaron los niveles de mayor satisfacción. Se concluye, que los efectos globalizadores en este sector, exigen que las empresas colombianas definan estrategias orientadas a potenciar la satisfacción en los atributos del empleo, dado que el recurso humano se constituye en su factor más importante de competitividad.

Cuando hay satisfacción en el trabajo, esto se ve reflejado en la competitividad de la empresa, y el proyecto busca que Industrias Aleisa Moda S.A.S sea más competitiva, así es como tendremos en cuenta esta lectura para apoyar e implementar medidas en el proceso de la producción.

Quesada (2007). Gestión de la Productividad Actual de las Organizaciones Pequeñas y Medianas del Sector Textil - Confección del Valle del Aburrá. Tecnológicas. Este artículo presenta los resultados de la fase I del proyecto de investigación "Modelo para el Desarrollo de la Productividad y Calidad de la Gestión de Producción en Pymes del Sector Textil- Confección del Valle de Aburrá" desarrollado por el Grupo de investigación en Calidad y Producción -GICAP- del Instituto Tecnológico Metropolitano. Se aborda un diagnóstico de 132 PYMES del sector Textil-Confección, en relación con la gestión de productividad y calidad, identificando las técnicas y herramientas utilizadas por el sector.

Este proyecto brinda información sobre técnicas para que la producción tenga procesos de calidad que se pueden implementar en Industrias Aleisa Moda S.A.S.

Barbón (2017). Estrategias de internacionalización para MiPymes Bogotanas del barrio las ferias dedicadas al comercio textil a través del E-commerce. El trabajo de investigación “Estrategias de internacionalización para Mipymes dedicadas al comercio textil a través del e-commerce” nace de la necesidad de buscar nuevos mercados a los cuales puedan llevar sus productos para no depender del mercado local. Pequeños comerciantes del sector textil de la capital del país reciben ingresos únicamente de las ventas a nivel local, lo cual ocasiona disminución en la captación de nuevos clientes, baja rotación de inventario y en temporada baja las utilidades recibidas por ventas disminuyen. El objetivo del proyecto es diseñar estrategias para comercializar los productos utilizando las herramientas de internet, ya que por falta de conocimiento sobre nuevas tecnologías se ven en desventaja ante grandes compañías del sector. El e-commerce se ha convertido en una de las principales herramientas que ha permitido superar barreras geográficas para la realización de negocios; por lo cual se hace necesario la búsqueda de aquellas variables estratégicas digitales que sean pertinentes para el sector textil en Colombia.

Este proyecto aporta Estrategias importantes en tema de comercio Electronico que es una gran herramienta para potencializar en la Empresa Industria Aleisa Moda S.A.S.

2.1.3 Antecedentes regionales. Gonzales (2014). Internacionalización en el sector confección pantalón jean unisex en la ciudad de San José de Cúcuta, Norte de Santander. Universidad Francisco de Paula Santander. En el presente trabajo se analizó la internacionalización del sector confección textil en este caso específicamente el pantalón Jean unisex en la ciudad de san José de Cúcuta norte de Santander, Además se diagnosticó el desarrollo y la evolución que ha tenido este sector desde el año 2008 al 2012 a nivel nacional, se determinaron las condiciones del entorno socioeconómico en el que se encuentra dicho sector en la ciudad de Cúcuta y por último se realizó un análisis de mercado que nos permitió mostrar

las falencias y a la vez las oportunidades que se presentan para el sector de confecciones de jeans unisex en la ciudad de Cúcuta.

Este proyecto es de gran ayuda, para la interpretación del sector ya que brinda información sobre la evolución que ha tenido, y así saber cómo aprovechar las oportunidades y como mejorar las falencias encontradas.

Villamizar (2017). Plan de internacionalización para la empresa texjean s.a.s. ubicada en la ciudad de Cúcuta. En este trabajo se formula un plan de internacionalización para la empresa Texjean S.A.S., que se dedica a la producción y comercialización de jeans para hombres, mujeres, bebés, niños y niñas. El mercado objetivo seleccionado es Estados Unidos, lo cual permite hacer una descripción detallada del país, se evalúan variables macroeconómicas y de comercio internacional. Posteriormente, se desarrolla el plan exportador donde se señalan las generalidades producto a exportar. Finalmente, se realiza el análisis financiero a partir del balance general y el estado de resultados, así como el costo del producto, la proyección de las ventas nacionales del año 2016 y las proyecciones nacionales e internacionales para el año 2017.

Tovar (2018). Plan estratégico de internacionalización de jeans para dama de la empresa Studio fri, ubicada en la ciudad de Cúcuta. A través de la investigación, se pretende mostrar a la empresa oportunidades de negocio y de expansión de la marca en el exterior, reconociendo mercados internacionales altamente potenciales, donde la internacionalización es un hecho y donde se puede aprovechar tanto los acuerdos de alcance parcial, así como los bloques económicos y los tratados de libre comercio de Colombia con el mundo

Este proyecto es de gran ayuda para la evidencia de la existencia de la demanda y la oportunidad y expansión que tienen las empresas en diferentes a los regionales.

2.2 Bases Teóricas

La teoría de la **Ventaja comparativa** de David Ricardo, demostrando que las ventajas absolutas en los costos no son una condición necesaria para lograr beneficios en el comercio, puesto que el comercio produciría beneficios para ambas partes en un intercambio, siempre y cuando sus costos relativos fueran diferentes para dos o más artículos. Sin embargo, Ricardo no analizó las fuerzas que determinan los términos de intercambio o de comercio entre dos bienes en el mercado internacional. Esta tarea estuvo a cargo de John Stuart Mill, quien observó que las exportaciones varían con los términos de intercambio (precio de las exportaciones con relación al precio de sus importaciones), y detectó además, que la disposición de cada nación para exportar dependía de la cantidad de importaciones que obtendría como contrapartida. Afirmó también que la tasa de intercambio de equilibrio internacional es aquella que iguala “la demanda recíproca” por cada bien en cada país.)

El modelo de la **Ventaja Competitiva** de Michael Porter indica que la capacidad de competir en los mercados internacionales depende no sólo de los costes de los factores productivos, sino de su eficiencia en relación con el coste. Para ello, los factores productivos se pueden dividir en básicos y avanzados. Los básicos se refieren a los que se encuentran de manera natural y en mayor o menor grado en todos los países, como los recursos naturales, el capital y la mano de obra no especializada. Los avanzados, son aquellos que no se encuentran de manera natural como la mano de obra especializada, el sistema educativo, los sistemas de comunicación e infraestructura científica, y pueden ser clasificados como generales y especializados.

El **modelo de innovación**, empresas. (Bilkey y Tesar, 197722; Cavusgil, 198023; Reid, 198124; Czinko-ta, 198225). el modelo indica que la relación entre internacionalización e

innovación consiste en asimilar la decisión de una empresa de incrementar el compromiso internacional a la de realizar innovaciones en sentido amplio; siendo las decisiones de internacionalización e innovación determinaciones creativas y deliberadas, desarrolladas dentro de los límites impuestos por el mercado y por las capacidades internas de la empresa, que son tomadas bajo condiciones de incertidumbre por lo que a los directivos responsables de adoptar esas decisiones se les asigna el papel central en la promoción del proceso.

El modelo en general propone las siguientes etapas de desarrollo de la actividad internacional de una empresa:

1. Mercado doméstico
2. Preexportadora
3. Exportadora experimental
4. Exportadora activa
5. Exportadora comprometida

2.3 Marco Conceptual

Barreras: Obstáculo, embarazo entre una cosa y otra (RAE s.f.)

Exportacion: se define como el envío de un producto o servicio a un país extranjero con fines comerciales (Navarro 2013)

Industria Textil: La industria textil es aquella área de la economía que se encuentra abocada a la producción de telas, fibras, hilos y asimismo incluye a los productos derivados de éstos

(Florencia 2013)

Internacionalización :La internacionalización de empresas consiste en el proceso por el cual una empresa participa de la realidad de la globalización, es decir, la forma en que la empresa proyecta sus actividades total o parcialmente, a un entorno internacional y genera flujos de diversos tipos (comerciales, financieros y de conocimiento) entre distintos países. (Arnoldo, 2009).

Logística: logística se refiere a la planificación, organización y control del conjunto de las actividades de movimiento y almacenamiento que facilitan el flujo de materiales y productos desde la fuente al consumo, para satisfacer la demanda al menor coste, incluidos los flujos de información y control.

Mercado Potencial: mercado potencial a aquel público que no consume tu producto, pero que tienen o pueden llegar a tener la necesidad de consumirlo (Destino de Negocio).

Tendencias propensión o inclinación en las personas y en las cosas hacia determinados fines (RAE s.f.).

Tratado de Libre comercio: es un contrato, un texto, en el que dos países acuerdan bilateralmente no sólo abolir sus barreras arancelarias, sino que se comprometen a ser transparentes, a brindar una seguridad normativa y unas garantías, facilitar procedimientos aduaneros y a quitar trabas comerciales (Gabriel Duque Mildenberg).

Oferta Exportable: La oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino (Minagri- Peru).

2.4 Marco Legal

Ley 7 1991. Por la cual el Congreso de Colombia dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el comercio exterior del país, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica, se confieren unas autorizaciones y se dictan otras disposiciones.

Ley 9 de 1991. Por la cual el congreso de Colombia, dicta normas generales a las que deberá sujetarse el Gobierno Nacional para regular los cambios internacionales y se adoptan medidas complementarias.

Decreto 390, del año 2016, emitido por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, por el cual se establece la regulación aduanera.

Decreto 1351, del año 2016, emitido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, por el cual Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, y se dictan otras disposiciones.

Decreto 2218, del año 2017, emitido por el Ministerio de Hacienda y Crédito, por el cual adoptan medidas para la prevención y el control del fraude aduanero en las importaciones de fibras, hilados, tejidos, confecciones y calzado.

Decreto 436, del año 2018, emitido por el Ministerio de Hacienda y Crédito, por el cual se modifica el Decreto 2218 de 2017.

2.5 Marco Espacial

El proyecto se desarrollará en el área metropolitana de la ciudad de Cúcuta en la empresa Industrias Aleisa Moda S.A.S es una sociedad dedicada a confección de prendas de vestir.



Figura 1. Logo de la empresa

Fuente: Aleisa Jeans, 2019.

2.6 Marco Temporal

Para la realización de este proyecto se abarcará un tiempo de 4 meses, necesario para el desarrollo de los objetivos planteados.

3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se aplicará en este proyecto es cuantitativo. Según Tamayo (2003), “está basada en variables paramétricas, apoyándose en procesos estadísticos y enfocándose en resultados objetivos” (p.143).

3.2 Método de Investigación

El método de investigación que se aplicará en este proyecto es analítico, según Ramón Ruiz Limón en su libro *Historia y Evolución del pensamiento* define el método analítico como El + método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particulares; decir se analizara los factores internos y externos de posibles Oportunidades que tiene la empresa Industrias Aleisa Moda S.A.S, con el propósito de conseguir un resultado que debe ser comprensible para poder interpretarse de forma clara y concisa.

3.3 Tipo de Estudio

El tipo de estudio que se aplicará a este proyecto es descriptivo porque se diagnosticara la empresa, se analizaran mercados, se estudiaran variables y tendencias y; de campo, porque se aplicara una encuesta a los miembros de la empresa como fuente primaria, se podrá determinar las oportunidades a las que puede llegar a tener la empresa mediante la aplicación del plan estratégico de internacionalización. Para Salkind (1998), “en la investigación descriptiva se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio” (p. 11) y Bernal

(2010), “la investigación de campo obtiene información del objeto de estudio mediante encuestas, entrevistas, documentos, análisis de vestigios, etcétera, que luego procesa e interpreta (p. 117).

3.4 Población

La población a estudio de este proyecto es la empresa Industrias Aleisa MODA S.A.S ubicada en la calle 12 #7-38 Centro en la ciudad de Cúcuta- Norte de Santander.

3.5 Muestra

La muestra a estudio de este proyecto es la empresa Industrias Aleisa MODA S.A.S, será en los departamentos Producción y Comercial (Dentro del cual se incluye Comercio Exterior).

3.6 Sistematización de Variables

Tabla 1. Sistematización de variables

Objetivos	Actividades	Fuente
Identificar el mercado potencial y el estudio de mercado sobre las tendencias, oportunidades y determinantes de los países destino para la internacionalización.	Analizar el estado actual del mercado del Jean escultor levanta cola para dama en Colombia y a nivel internacional.	Legiscomex ANDI
	Identificar el mercado potencial para el Jean escultor levanta cola para dama a través de una matriz de preselección de mercados.	Cámara de Comercio de Cúcuta. Pro Colombia
	Identificar la variedad de él Jean escultor levanta cola para dama más demandada en el mercado de destino según la información suministrada por los compradores.	MinCIT
	Describir las oportunidades, tendencias, requisitos, y variables económicas en el mercado de destino	

Objetivos	Actividades	Fuente
	seleccionado.	
Determinar la oferta exportable del jean escultor levanta cola para dama	<p>Analizar la producción de Jean escultor levanta cola para dama y sus variedades en Norte de Santander.</p> <p>Identificar la oferta exportable de Jean escultor levanta cola para dama producida en Norte de Santander según los requisitos de los países seleccionados.</p>	<p>Cámara de comercio de Cúcuta</p> <p>Industria Aleisa Moda S.A.S</p>
Diseñar el proceso de distribución física internacional, el lead time y el costeo internacional para la exportación de jeans escultor levanta cola.	<p>Identificar la naturaleza de la carga y el medio de transporte más idóneo.</p> <p>Determinar el empaque, embalaje y etiquetado más adecuado para la carga.</p> <p>Describir la infraestructura logística y conectividad entre origen y destino.</p> <p>Diseñar el esquema de distribución física internacional con su respectivo lead time.</p> <p>Elaborar el costeo logístico internacional con la determinación del término de negociación INCOTERM.</p>	<p>Pro Colombia</p> <p>Trade MAp</p> <p>Logistics Gear</p> <p>SeaRates</p>
Proponer las estrategias de internacionalización acordes para la exportación del jeans escultor levanta cola.	<p>Plantear estrategias de mercadeo y distribución dirigidas a los posibles clientes de los países de destino.</p> <p>Proponer una estrategia para el cobro del pago de la exportación al cliente.</p> <p>Diseñar una estrategia para el seguimiento y sostenimiento en los mercados de destino, así como las oportunidades de expansión a otros mercados.</p>	<p>Procolombia</p> <p>MinCIT</p> <p>Aleisa Jeans</p>

3.7 Tratamiento de la Información

3.7.1 Técnica para la recolección de información. Fuentes primarias: Encuestas.

Fuentes secundarias: Bases de datos, proyectos, Reportes, Análisis, Biblioteca Eduardo Cote Lamus y páginas oficiales.

3.7.2 Técnica procesamiento de la información. La información obtenida en el proceso de investigación de este proyecto se tratará de forma cuantitativa, estudios de costeo internacional, análisis porcentual de la competencia representados a través de tablas, gráficas y demás estadísticas, porcentajes y datos medibles aplicados a la información obtenida en el estudio; y de una forma cualitativa en la medida en que se vaya describiendo la oferta exportable, el estudio de mercado, la situación actual de la empresa y las estrategias que se van a plantear en este proyecto.

3.7.3 Presentación de la información. Como se muestra a continuación:

Tabla 2. Ejemplo de tablas

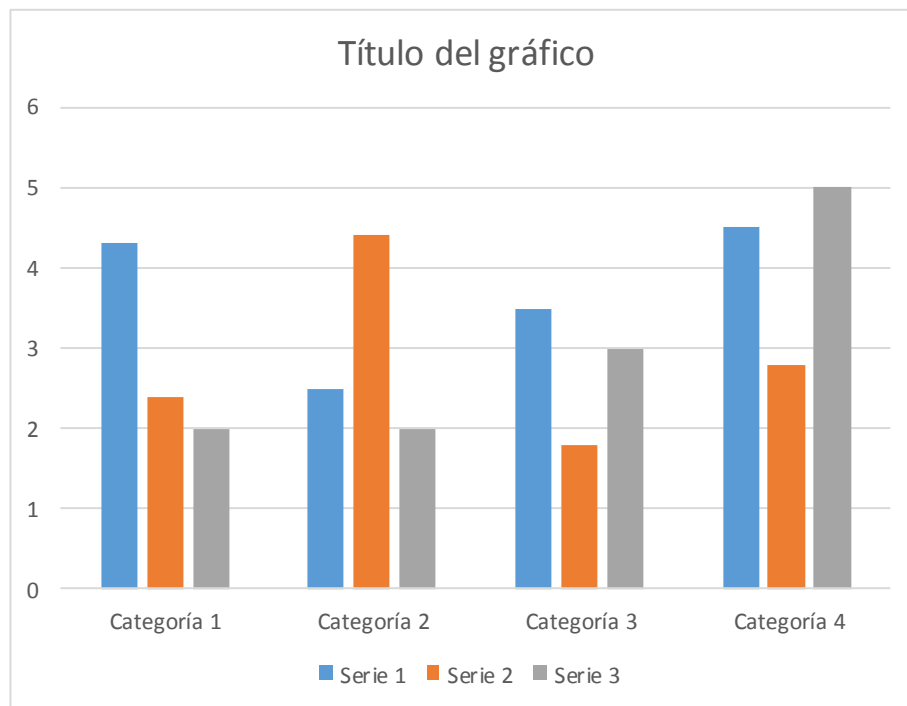


Figura 2. Ejemplo de diagrama de barras

4. Identificación del Mercado Potencial y el Estudio de Mercado sobre las Tendencias, Oportunidades y Determinantes de los países Destino para la Internacionalización

4.1 Análisis del estado actual del mercado del Jean escultor levanta cola para dama en Colombia y a nivel internacional.

4.1.1 Análisis a nivel internacional. Como se muestra a continuación:

4.1.1.1 Oferta

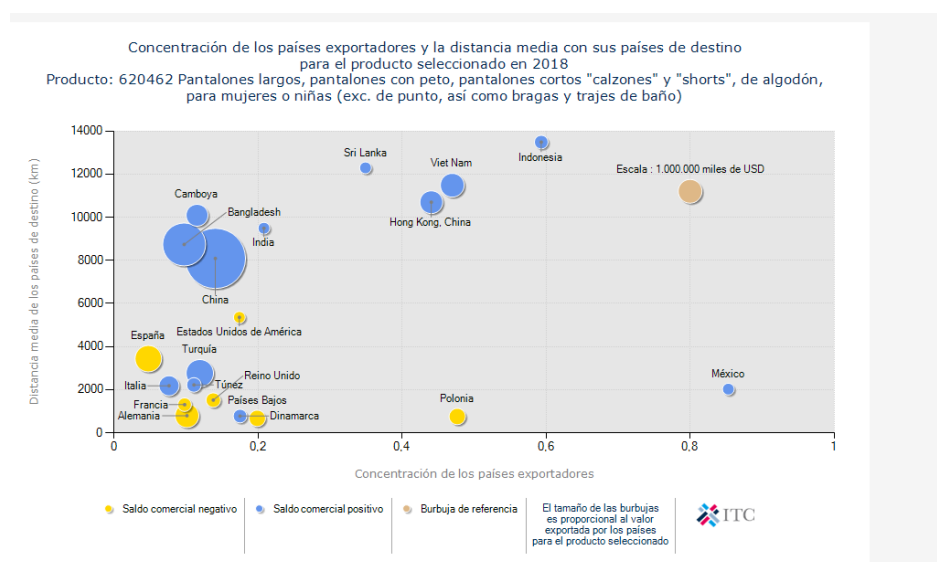


Figura 3. Principales exportadores mundial de jeans para dama en el 2018 según la subpartida del sistema armonizado 620462

Fuente: Trade Map, 2019.

En la Oferta a nivel mundial se encuentran muchas empresas que se dedican al sector, encontramos países como China, Bangladesh, Turquía entre otros, a precios en termino FOB muy bajos en comparación al precio manejado por un pantalón Colombiano y aún así en los últimos

10 años Colombia produjo 500 millones de estos pantalones, muchos de ellos para atender la demanda de otros mercado ya que hoy en día cualquier perfil de consumidor está dispuesto a pagar una buena suma de dinero por unos jeans que tengan la mordería perfecta y unos procesos de lavandería que respondan a los procesos de moda, y de esto mismo están caracterizados los jeans colombianos a nivel mundial.

4.1.1.2 Demanda. Como se muestra a continuación:

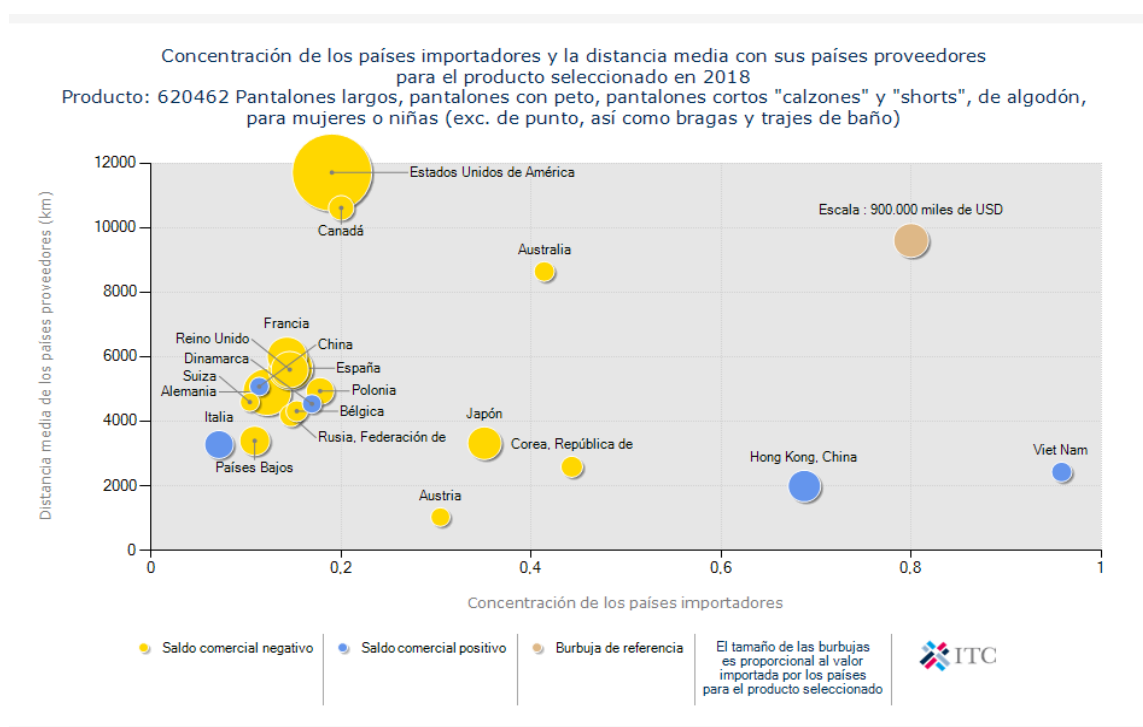


Figura 4. Principales importadores mundial de jeans para dama en el 2018 segun la subpartida del sistema armonizado 620462



Fuente: Trade Map, 2019.




EL Jean escultor levanta cola han crecido como un fenómeno rentable, Al ser una prenda que no puede faltar en los closet, el jeans tiene una demanda que aumenta cada vez más, así lo

demuestran las cifras, pues el 48% de las importaciones de jeans alrededor del mundo, son realizadas por la Unión Europea.

4.1.1.3 Tendencias. En tema de tendencias a nivel mundial a pesar de que comenzaron como prendas para trabajar, nadie discute que los jeans se han convertido en el pantalón de moda, especialmente los últimos años, donde dejaron el corte clásico y con distintas variantes se ven en lo más selecto de las pasarelas mundiales, a continuación las tendencias para el 2020

Tabla 3. Tendencias

TENDENCIAS	
<p><i>Bota ancha:</i> si bien parten ceñidos, desde la rodilla hacia abajo se hacen más holgados, por lo que terminan con una apertura para la bota, bastante más amplia, eso sí, sin llegar a ser pata de elefantes</p>	
<p><i>Skinny:</i> son jeans que se ciñen al cuerpo, en muchos casos elaborados con mezclas de mezclilla y alguna clase de Lycra, por lo que van apegados desde la cintura hasta las rodillas.</p>	

TENDENCIAS	
<p>Recto: A diferencia de los Skinny o de los de bota ancha, estos pantalones tienen el mismo ancho desde arriba de la rodilla hasta a</p> <p>bajo</p>	
<p><i>Mom Jeans</i>: son literalmente los jeans que usaban las madres de las chicas más jóvenes en la década del 90, siendo el ícono de ellas Ladi Di.</p>	
<p><i>Boy friends</i>: como su nombre lo dice tienen un corte muy masculino, son holgados y, combinados con la prenda exacta arriba, son el complemento ideal para una tenida casual.</p>	

Fuente: Guiteca, 2019

4.1.1.4 Precio. El precio del jeans escultor levanta cola, unitario en promedio por tonelada de jeans es US\$20.777 dólares.

US\$2.222 Jean por tonelada

4.1.1.5 Balanza comercial. Para la partida arancelaria 6204.62 Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos o "shorts": A nivel mundo, el valor exportado en 2018 (miles de USD) fue de 22.647.190 y el valor importado en 2018 (miles de USD) fue de 20.077.492, se registra un superávit en la balanza comercial de 2.569.698 (miles de USD).

Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2018
Producto : 620462 Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de algodón, ...

Licitaciones públicas Datos IED

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Descargar : líneas por página : Por d

SA8	Importadores	Seleccione sus indicadores ▼									
		Valor importado en 2018 (miles de USD) ▼	Saldo comercial 2018 (miles de USD) ↑	Cantidad importada en 2018	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad) ↑	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2018 (%) ↑	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2014-2018 (%) ↑	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2017-2018 (%) ↑	Participación en las importaciones mundiales (%) ↑	Distancia media de los países proveedores (km) ↑
	Mundo	20.077.492	2.569.698	0	No medida					100	6.848

Figura 5. Listado de países importadores

Fuente: Trade Map, 2019.

Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2018
Producto : 620462 Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de algodón, ...

Licitaciones públicas Datos IED Norr

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Descargar : líneas por página : Por defecto (2

SA8	Exportadores	Seleccione sus indicadores ▼									
		Valor exportado en 2018 (miles de USD) ▼	Saldo comercial 2018 (miles de USD) ↑	Cantidad exportada en 2018	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad) ↑	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2018 (%) ↑	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2014-2018 (%) ↑	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2017-2018 (%) ↑	Participación en las exportaciones mundiales (%) ↑	Distancia media de los países importadores (km) ↑
	Mundo	22.647.190	2.569.698	0	No medida					100	6.323

Figura 6. Listado de países exportadores

Fuente: Trade Map, 2019.

4.1.2 Análisis a nivel nacional. Como se muestra a continuación:

4.1.2.1 Descripción del sector. El sector textil es uno de los más importantes en Colombia, y también a nivel mundial se considera como un sector innovador y competitivo, debido a la calidad de los productos lo que coloca en situación cien por ciento favorable para el país, frente a su competencia. Aunque aquella competencia del sector textil es por parte de grandes industrias tales como China, Estados Unidos, Corea del Sur, Blangades como se ha mencionado anteriormente, el sector tiene potencial para seguirse desarrollando y mejorando cada vez más, por su perfección.

Por otra parte, tampoco se pueden perder de vista los constantes cambios de la demanda de los mercados, se debe estar en condiciones para poder adaptarse y responder ante las persistentes variaciones. Además, es muy importante mantener un equilibrio entre los factores costo, tiempo de producción y costo de ventas.

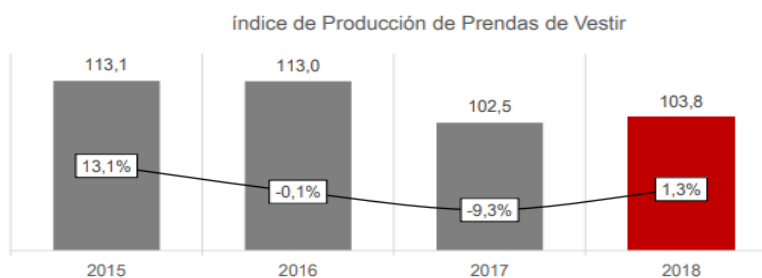


Figura 7. Índice de producción de prendas de vestir

Fuente: DANE, s.f.

Para mejorar la producción en Colombia, la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) por el sector textil apuestan proyectos como “Proyecto Sistema Moda”, una propuesta educativa y de desarrollo empresarial que con ello busca fortalecer e impulsar el sector a nivel

internacional

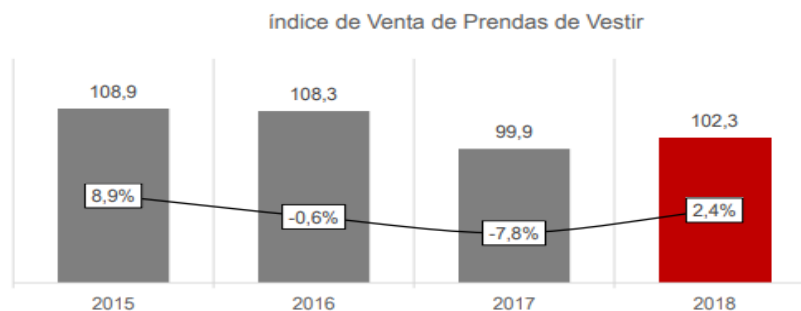


Figura 8. Índice de producción de prendas de vestir 2

Fuente: DANE, s.f.

El cierre de año terminó positivo tanto para el sector textil como el de las confecciones, respondiendo a un incremento en el gasto de los hogares, que en lo corrido de 2018 creció 4.65% en términos reales para el segmento de vestuario y calzado.

De acuerdo con la firma Raddar se prevé que esta cifra siga creciendo a una tasa anual de 4.8%, hasta el 2022.

4.1.2.2 Clasificación arancelaria. Según el Arancel de Aduanas de Colombia, los pantalones largos para mujeres clasifican bajo el capítulo 62, que hace referencia a Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto. Siendo 6204 Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos o "shorts" (excepto de baño), para mujeres o niñas., clasificación que será usada en esta investigación. (Legiscomex, 2017, p.4).

A continuación, el desglose de la subpartida arancelaria usada para este proyecto:

Sección XI – Materias textiles y sus manufacturas.

Capítulo 62 - Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto

Partida 6204 - Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos o "shorts" (excepto de baño), para mujeres o niñas.

Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos o "shorts":

Subpartida 6204.62.00.00 -- De algodón.

4.1.2.3 Oferta. La oferta en Colombia, también está muy raigada pues su producción del jean es en su mayoría artesanal y se confeccionan a través de satélites, es decir, microempresas de menos de 10 empresas que emplean principalmente a familiares para el armado y terminado del product, aunque también hay gran industria.

Hay variedad en ofertantes de jeans, pero logra sobresalir la mayor, la mas inovadora y la que mayor calidad maneje.

Es muy interesante señalar que la demanda de los mercados se va desplazando hacia tendencias de innovación en diseños y primera calidad en producto final, La principal oportunidad para la exportación de jeans de Colombia para el mundo está en el desarrollo de paquete completo para grandes marcas, desde la producción hasta la distribución en dicho país. Como estrategia para suplir la necesidad del mercado, los exportadores deben participar en las ferias que se desarrollan en estos países, para que tengan visibilidad ante esta marca, y también

que cuenten con la capacidad de producción y desarrollo vertical del producto para ser más competitivos.

Perspectivas para una diversificación de mercados para un producto exportado por Colombia en 2018
 Producto : 6204 Trajes sastre, conjuntos, chaquetas "sacos", vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", para mujeres o niñas (exc. de punto, así como cazadoras y artículos simil., combinaciones, enaguas, bragas "bombachas", calzones", prendas de deporte, monos "overoles" y conjuntos de esquí y trajes de baño)

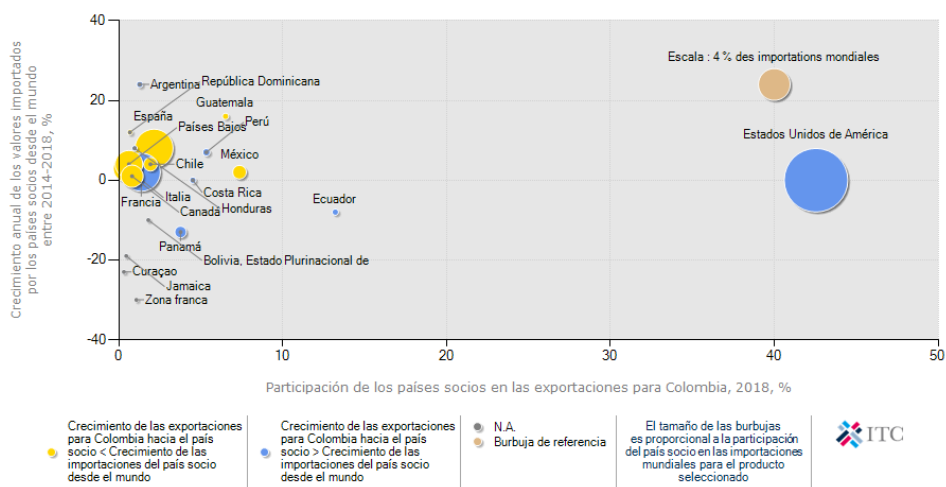


Figura 9. Perspectiva para una diversificación

Fuente: Trade Map, 2019

4.1.2.4 Demanda. La demanda del jeans en Colombia, esta en auge ya que es un producto que cumple expectativas en todos los ámbitos, puedes vestirlo elegante, puede usarlo casual, y es así como en el 2005 mientras el consumidor colombiano compraba promedio siete prendas al año, y para 2016 ese número llegó a 22 (Revista Semana, 2017).

La razón de que este suceso pasara está relacionada con un aumento del poder adquisitivo que benefició a la industria textil.

Perspectivas para una diversificación de países proveedores para un producto importado por Colombia en 2018
 Producto : 6204 Trajes sastre, conjuntos, chaquetas "sacos", vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", para mujeres o niñas (exc. de punto, así como cazadoras y artículos simil., combinaciones, enaguas, bragas "bombachas", calzones", prendas de deporte, monos "overoles" y conjuntos de esquí y trajes de baño)

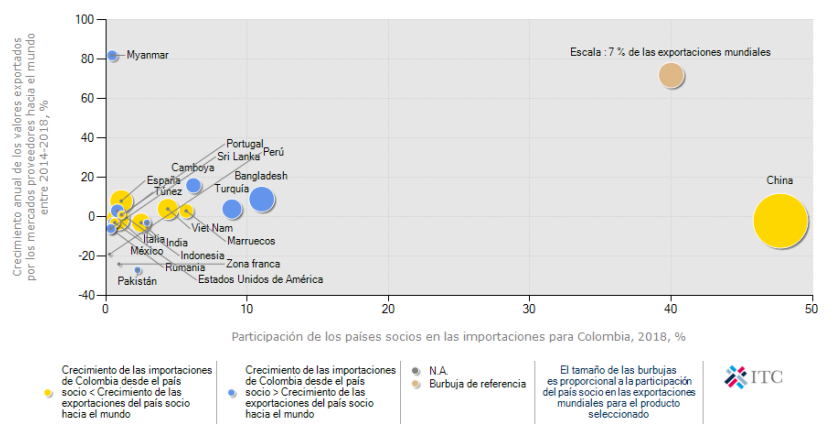


Figura 10. Jeans para dama en el 2018 según la subpartida del sistema armonizado 620462.

Fuente: Trade Map, 2019.

4.1.2.5 Tendencias. Como se muestra a continuación:

EE UU-tendencia de las importaciones de prendas de vestir provenientes de Colombia

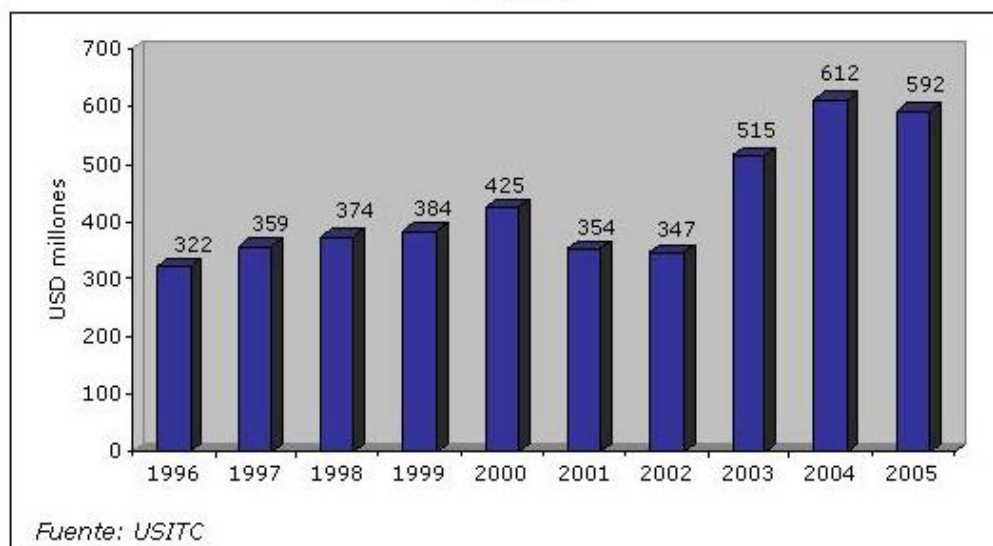


Figura 11. Tendencia de prendas de vestir provenientes de Colombia

Fuente: USITC, s.f.

4.1.2.6 Precio. Como se muestra a continuación:

Tabla 4. Precio

Producto	Peso Colombiano		
	(\$)	Dólar (\$)	Euro (€)
Unos zapatos de hombre de cuero	229600,00\$	68,64\$	62,29€
Unas zapatillas deportivas de marca (Nike, Adidas, Puma, etc.)	247800,00\$	74,08\$	67,23€
Un vestido (Zara, H&M, etc.)	111200,00\$	33,24\$	30,17€
Unos vaqueros Levis 501 (o equivalente)	171100,00\$	51,15\$	46,42€

Fuente: Precios Mundi, 2019

4.1.2.7 Balanza comercial. Luego de analizar las estadísticas de Trade Map bajo a la subpartida arancelaria 6204.62 Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos o "shorts": se determina que en Colombia, el valor exportado en 2018 (miles de USD) fue de 49.467 el valor importado en 2018 (miles de USD) fue de 45.677. Se registra un superávit en la balanza comercial de 3.790 (miles de USD).

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2018 ⁱ
Producto: 620462 Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de algodón,
 Las exportaciones de Colombia representan **0,2%** de las exportaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las exportaciones mundiales es **33**

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Descargar:

Comercio bilateral	Importadores	Seleccione sus indicadores ▼									
		Valor exportado en 2018 (miles de USD) ▼	Saldo comercial en 2018 (miles de USD) ⁱ	Participación de las exportaciones para Colombia (%) ⁱ	Cantidad exportada en 2018	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) ⁱ	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2014-2018 (% p.a.) ⁱ	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2014-2018 (% p.a.) ⁱ	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2017-2018 (% p.a.) ⁱ	Posición relativa país soci. las importaciones mundiales
	Mundo	49.467	3.790	100	1.520	Toneladas	32.544	-2	5	21	

Figura 12. Lista de los mercados importadores

Fuente: Trade Map, 2019.

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Colombia en 2018 ⁱ
Producto: 620462 Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de algodón,
 Las importaciones de Colombia representan 0,2% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las in mundiales es 44

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Descargar:

Seleccione sus indicadores ▼

Comercio bilateral	Exportadores	Valor importado en 2018 (miles de USD) ▼	Saldo comercial en 2018 (miles de USD) ⁱ	Participación de las importaciones para Colombia (%) ⁱ	Cantidad importada en 2018	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) ⁱ	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2014-2018 (% p.a.) ⁱ	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas entre 2014-2018 (% p.a.) ⁱ	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2017-2018 (% p.a.) ⁱ	Posición relativa país soci las exportaci mundiale
	Mundo	45.677	3.790	100	2.045	Toneladas	22.336	1	-5	5	

Figura 13. Lista de los mercados proveedores

Fuente: Trade Map, 2019.

4.2 Identifica el Mercado Potencial para el Jean escultor levanta cola para Dama a Través de una matriz de Preselección de Mercados

Por recomendación de la empresa se tuvieron en cuenta los siguientes países en la matriz de preselección de mercados:

Guatemala:

Guatemala se sitúa en el istmo centroamericano con una extensión territorial de 108, 889 km² y está limitada al oeste y norte por México, al este con Belice y el golfo de Honduras, al sureste con Honduras y El Salvador, y al sur con el Océano Pacífico. El territorio se encuentra integrado por 22 departamentos, los cuales se dividen en 340 municipios. Su capital es la Ciudad de Guatemala.

Guatemala es un país multicultural cuya historia ha estado dividida entre períodos de gobiernos democráticos y períodos de guerra civil y juntas militares. El país emergió de una guerra de 36 años tras la firma de los acuerdos de paz en 1996.

Nombre Oficial: República de Guatemala.

Extensión Territorial: 108,890 Km²

Población: 13.002.206 (estimado a Julio 2008)

División Política: 22 Departamentos y 340 municipios

Capital: Ciudad de Guatemala

Moneda: Quetzal (GTQ)

Idioma Oficial: Español

Idiomas No Oficiales: 23 Idiomas Mayas, Xinca y Garífuna

Forma de Gobierno: Democrático

Gentilicio: Guatemalteco

Per cápita: US\$ 4.333 PIB

Acuerdos Internacionales: Tratado de Libre Comercio entre la República de Colombia y las Repúblicas de el Salvador, Guatemala

Peru:

El Perú está situado en la parte occidental de América del Sur. Limita al norte con Ecuador y Colombia, al este con Brasil, al sureste con Bolivia, al sur con Chile. Su territorio se compone de paisajes diversos: los valles, altiplanos y altas cumbres de la cordillera de los Andes se despliegan hacia la costa desértica al oeste y la Amazonia, al este.

La extensión del territorio peruano alcanza 1.285.215,60 km². El Perú se encuentra determinado por la presencia de la Cordillera de los Andes, que atraviesa el territorio del Sur al Norte, configurando tres áreas claramente diferenciadas: la Costa, la Sierra y la Selva. Asimismo, tres son las Cuencas Hidrográficas que se encuentran en el territorio peruano: la Cuenca Hidrográfica del Pacífico (ríos que atraviesan los valles costeros), la Cuenca Hidrográfica del Amazonas y la Cuenca Hidrográfica del Lago Titicaca.

Población: 29.885.340 de habitantes.

Población urbana: 72,3%

Población rural: 27,7%

Lengua:

Castellano: 80,3%

Quechua: 16,2%

Otros idiomas: 3,0%

Idiomas Extranjeros: 0,2%

Moneda:

La moneda oficial del Perú es el Nuevo Sol (S/.) dividido en 100 céntimos. Circula en monedas de 1, 5, 10, 20 y 50 céntimos, 1, 2 y 5 Nuevos soles y en billetes de 10, 20, 50, 100 y 200 Nuevos soles.

Nombre oficial:

El nombre oficial del Perú es República del Perú. La alusión al país requiere del artículo determinado el antepuesto al nombre propio, o la contracción de preposición y artículo del. El Perú (y no “Perú” o “de Perú”) es una denominación histórica invariable del territorio nacional y la nación, desde su ingreso a la cartografía mundial en 1529, y a través de la documentación histórica virreinal y republicana.

Organización política:

El Perú es una república democrática. El Presidente y los miembros del Congreso son elegidos cada cinco años por votación universal. El actual Presidente Constitucional del Perú es Pedro Pablo Kuczynski Godard (2016-2021). Se encuentra organizado en tres poderes principales: Poder Ejecutivo, Poder Judicial y Poder Legislativo. Asimismo, se considera un poder del Estado al Poder Electoral, representado por el Jurado Nacional de Elecciones. El Tribunal Constitucional es la máxima instancia referida a la interpretación de la Constitución Política del Perú y el Defensor del Pueblo atiende las demandas de la población sobre la actuación del Estado.

Ecuador:

Ecuador está ubicado sobre la línea ecuatorial, en América del Sur, por lo cual su territorio se encuentra en ambos hemisferios. Limita al norte con Colombia y al sur y al este con Perú. Al oeste limita con el Océano Pacífico. La extensión del país es de 256.370 kilómetros cuadrados.

Nombre Oficial: República de Ecuador

Población: 17.096.789 habitantes (sábado 13 de octubre de 2018)

División Política: Está dividido en cuatro regiones, en las que se distribuyen 24 provincias y 221 cantones.

Capital: Quito.

Moneda: Dólar estadounidense

Idioma Oficial: Español

Forma de Gobierno: Democrático

Per cápita: 5.392€

Moneda:

El dólar, cuyo símbolo es «\$» y su código ISO «USD», es la moneda oficial de Ecuador desde el 2000, año en que reemplazó al sucre ecuatoriano, que había estado en circulación durante 116 años

México:

Los Estados Unidos Mexicanos o México están ubicado en el continente Americano más exactamente en América del Norte. Limita al Norte con Estados Unidos de América, al Sur y Oeste con el océano Pacífico, al Este con el Golfo de México y el mar Caribe, y al Sureste con Guatemala y Belice.

La cultura de México es el producto de un proceso de mezcla de las prácticas y tradiciones indígenas con la presencia colonial española, que acabó produciendo una huella imborrable en todos los aspectos vitales. Ha existido desde siempre una lucha de los mexicanos a lo largo de su historia por definir y promover la identidad de su nación. Sin embargo, debido a la inestabilidad política, las guerras con Estados Unidos y Francia y la presencia colonial, la sociedad mexicana ha tenido que esforzarse para crear una identidad cohesionada.

Nombre Oficial: Estados Unidos Mexicanos

Población: 126,74 millones de habitantes

Capital: Ciudad de Mexico

Moneda: Peso Mexicano

Idioma Oficial: Español

Forma de Gobierno: Democrática

Per cápita: 8.313€

División Política:

Está organizado como una República representativa, democrática y federal. Está dividido políticamente en 32 entidades federativas, de las cuales 31 son estados libres y soberanos en su régimen interior y un Distrito Federal donde residen los Poderes Federales.

Tabla 5. Matriz preseleccion de mercado

MATRIZ DE PRESELECCION DE MERCADOS (METODOLOGIA PROCOLOMBIA)													
SUBPARTIDA ARANCELARIA 6204.62.00.00: Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos o "shorts":De algodón													
VARIABLES	P	GUATEMALA	C	R	ECUADOR	C	R	PERU	C	R	MEXICO	C	R
IMPORTACIONES 2018 DEL PAIS SELECCIONADO DEL MUNDO (US\$ FOB MILES - TONELADAS)	15%	US \$ 33.735	2	0.3	US \$ 15.558 447 tn	1	0.15	US \$ 39.092 1.942 tn	3	0.45	US \$ 169.583 6.047 tn	4	0.6
PRINCIPALES PROVEEDORES	10%	China 76,3 % - 1,904 tn Colombia 11,2% - 94 tn España 8,3 % - 75 tn Estados Unidos 1,8 % 24 tn	3	0.3	Colombia 38,9 % - 152 tn China 18,4 % - 94 tn Bangladesh 12,8% - 69 tn Camboya 8,9% - 45 tn	4	0.4	China 62% - 1,366 tn Bangladesh 15,9% - 308 tn Colombia 6,5% - 98 tn Pakistan 3,7% - 49 tn	1	0.1	China 28,7 % - 1,737 tn Bangladesh 18,4 % - 1,113 tn Camboya 10%- 602 tn Colombia 9%- 542 tn	2	0.2
EXPORTACIONES 2018 COLOMBIANAS A PAIS SELECCIONADO (US\$ FOB MILES)	20%	US \$ 3.769 (7,6%) 94 tn	3	0.6	US \$ 5.943 (12%) 149 tn	4	0.8	US \$ 2.424 (4,9%) 83 tn	1	0.2	US \$ 3.687 (7,5%) 103 tn	2	0.4
ARANCEL GENERAL		15%			15%			11%			25%		
ARANCEL PARA COLOMBIA (TRATADO O ACUERDO COMERCIAL)	20%	0%	4	0.8	0%	4	0.8	0%	1	0.2	0%	2	0.4
IVA		12%			12%			18%			16%		
NORMAS TÉCNICAS	15%	Idioma : español Contenido de fibra: obligatorio Origen : obligatorio Cuidado : obligatorio Informacion del productor/ Importador: cualquiera Cualquiera Talla: Obligatorio Talla o dimensiones. Instrucciones de cuidado. País de origen. Nombre del fabricante, distribuidor o importador (basado en la región).	4	0.6	Requieren etiquetas en la ropa Idioma : español Contenido de fibra: obligatorio Origen : obligatorio Cuidado : obligatorio Informacion del productor/ Importador: Cualquiera Talla: Obligatorio	4	0.6	Idioma : español Contenido de fibra: obligatorio Origen : obligatorio Cuidado : obligatorio Informacion del productor/ Importador: cualquiera Cualquiera Talla: Obligatorio	4	0.6	Nombre de la marca comercial, Idioma : español Contenido de fibra: obligatorio Origen : obligatorio Cuidado : obligatorio Informacion del productor/ Importador: cualquiera Cualquiera Talla: Obligatorio Contenido de fibra, de acuerdo con la Norma Mexicana NMX-A-099-2007- INNTEX (sustituida por la NMX-A-2076- INNTEX-2013 y NMX-A-6938- INNTEX-2013 a partir de noviembre de 2014).	3	0.45
RIESGO PAÍS (STANDARD AND POOR'S) 2018	5%	BB-(estable)	3	0.15	B-(Estable)	2	0.1	BBB+(Estable)	4	0.2	BBB+	4	0.2
PIB PER CÁPITA (2018)	5%	4700 USD	1	0.05	6293 USD	2	0.1	7360 USD	3	0.15	9870 USD	4	0.2
INDICE DE DESEMPEÑO LOGÍSTICO (2018)	5%	2.41	1	0.05	2.88	3	0.15	2.69	2	0.1	3.05	4	0.2
PIB (2018)	3%	78.460M\$	1	0.03	107.511M\$	2	0.06	225.203M\$	3	0.09	1.223.809M\$	4	0.12
POBLACION	2%	17.247.807 habitantes	2	0.04	17.084.357 Habitantes	1	0.02	31.989.256 habitantes	3	0.06	124.738.000 habitantes	4	0.08
RESULTADO	100%			2.92			3.18			2.15			2.85

La matriz de preselección de mercados tuvo en cuenta variables comerciales, económicas, arancelarias y logísticas y en cuanto a países se evaluaron 4 países, los cuales fueron: Guatemala, Perú, México y Ecuador. La decisión para tomar la selección de estos países se fundamentó en dos factores: Los principales importadores de pantalones (jean) a nivel mundial (subpartida arancelaria del sistema armonizado 620462) identificados a partir de las estadísticas de comercio exterior TradeMap (Ver Tabla 6) y según los países que Procolombia ha identificado oportunidades de exportación para el Jean Levanta cola para dama, y por sugerencia de la empresa o de libre Comercio Colombia – Perú.

Tabla 6. Principales importadores de pantalones largos (jean) a nivel mundial en el 2018

Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2018
Producto : 620462 Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de algodón, ...

Tabla Gráfico Mapa Empresas Licitaciones públicas Datos IED Normas voluntarias

Descargar líneas por página : Por defecto (25 por página)

SA8	Importadores	Seleccione sus indicadores											
		Valor importado en 2018 (miles de USD)	Saldo comercial 2018 (miles de USD)	Cantidad importada en 2018	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2018 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2014-2018 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2017-2018 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)	Distancia media de los países proveedores (km)	Concentración de los países proveedores	Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%)
	Mundo	20.077.492	2.569.698	0	No medida		-1		4	100	6.848	0,13	
	Estados Unidos de América	4.934.963	-4.733.529	315.346	Toneladas	15.649	0	2	4	24,6	11.705	0,19	6,9
	Alemania	1.833.265	-806.321	66.024	Toneladas	27.767	-2	1	7	9,1	4.886	0,12	3,4
	España	1.476.231	-224.419	71.587	Toneladas	20.621	5		0	7,4	5.994	0,16	3,4
	Francia	1.164.813	-857.989	48.504	Toneladas	24.015	-1	1	3	5,8	6.008	0,14	3,4
	Reino Unido	1.040.882	-709.819	51.505	Toneladas	20.209	-5	-9	-9	5,2	5.598	0,15	3,4
	Japón	867.594	-851.871	35.325	Toneladas	24.560	-5	-2	-5	4,3	3.319	0,35	8
	Hong Kong China	767.848	127.480	27.382	Toneladas	28.042	-5	2	-3	3,8	1.990	0,69	0
	Países Bajos	690.610	-226.448	31.020	Toneladas	22.263	-4	-4	8	3,4	3.392	0,11	3,4
	Italia	621.319	61.691	22.647	Toneladas	27.435	-3	2	9	3,1	3.276	0,07	3,4
	Polonia	538.433	-101.222	21.383	Toneladas	25.180	5	10	56	2,7	4.933	0,18	3,4
	Canadá	443.964	-427.168	46.805.341	Unidad	9.49	-2		0	2,2	10.608	0,2	10,1
	Rusia Federación de	353.604	-341.272	14.067	Toneladas	25.137	0	8	2	1,8	4.179	0,15	8,1
	Bélica	321.649	-133.601	17.136	Toneladas	18.770	-9	9	10	1,6	4.312	0,15	3,4
	Corea República de	318.037	-298.393	18.207	Toneladas	17.468	0	6	7	1,6	2.587	0,44	7,7
	Australia	297.503	-293.920	37.441.725	Unidad	7,95	0	2	2	1,5	8.639	0,41	3,2

Fuente: TradeMap, 2019.

Para la calificación de la matriz de preselección de mercados y la selección de los mercados a los cuales se apunta la internacionalización, se distribuyó un 100% entre las 10 variables, las cuales son:

Importaciones 2017 del país seleccionado del mundo (US \$ FOB miles – toneladas) - TradeMap.

Principales proveedores - TradeMap.

Exportaciones 2017 colombianas a país seleccionado (US\$ FOB miles) - TradeMap.

Tributos aduaneros: Esta variable está conformada por las subvariables: Arancel general, arancel para Colombia (Tratado o Acuerdo Comercial) y porcentaje de IVA – MacMap, estatutos tributarios y arancelarias de cada país.

Normas técnicas.

Riesgo país 2018 - Standard and Poor's.

PIB per cápita 2017 – Banco Mundial.

Índice de Desempeño Logístico 2016. – Banco Mundial.

PIB.

Población.

Se le asigna un 20% a las variables más importantes, las cuales son “exportaciones 2018 colombianas a país seleccionado (US\$ FOB miles)”, con esta variable se analiza si Colombia ya está participando o no en el mercado de pantalones largos (jeans) de los países preseleccionados, la variable “tributos aduaneros” impacta directamente en la comercialización del Jean puesto que termina determinando su valor final en el mercado de destino y su posición de precio frente a la competencia, en esta variable se toman en cuenta tres subvariables las cuales son arancel general

que tiene el país preseleccionado a terceros países (con quienes no se tiene acuerdos comerciales o preferencias arancelarias), el arancel para Colombia considerando si se tiene acuerdo comercial o no, el porcentaje de IVA con el que el país grava sus productos.

Con una ponderación del 15% se encuentra la variable “.importaciones 2018 del país seleccionado del mundo (US \$ FOB miles – toneladas)” la cual permite analizar el valor y cantidad comprado de los países preseleccionados en las importaciones mundiales; las normas técnicas con las cuales se determina los requisitos de aceptación e ingreso a cada país.

La variable “principales proveedores” se le asigna un 10% pues si bien indica la participación de los principales países competidores que proveen al país preseleccionado no es una barrera para la internacionalización puesto que Colombia podría entrar a participar en un porcentaje de ese mercado con su pantalón Jean escultor levanta cola, atendiendo las premisas de libre mercado y competitividad para participar en nuevos mercados internacionales.

Luego siguen las variables a las que se les asignó un 5% son el riesgo país (riesgo financiero de pago) según el ranking de Standard and Poor’s; el PIB per cápita que mide el ingreso promedio de cada habitante; el índice de desempeño logístico que mide el buen desempeño en logística y la infraestructura relacionada de cada país.

Las variables que menos porcentaje reciben un 2% son PIB (2018) y población.

Ahora, se procede a explicar la calificación de cada variable entre los 4 países preseleccionados. Según esa cantidad de países se establece la escala de calificación de 1 a 4 donde 4 es el más favorable y 1 es el menos favorable, resaltando que si dos o más países tienen las mismas características en la variable reciben la misma calificación. Por lo tanto:

Importaciones 2018 del país seleccionado del mundo (US \$ FOB miles – toneladas): El país con mayor valor importado de Pantalón largo (jeans) recibió la mayor calificación (4 puntos) siendo México el principal importador de Jeans, luego siguió Perú (3 puntos), Guatemala (2 puntos), Ecuador (1 puntos).

Principales proveedores: En este caso el país con mayor puntuación es Ecuador con 4 puntos dado que es el país de los preseleccionados donde Colombia tiene una mayor participación (30,9%) en ese mercado, El segundo país con mejor puntuación es Guatemala con 3 puntos donde Colombia tiene una participación (cerca al 11,2%) El tercer país es México con una calificación de 3 puntos donde Colombia participa con tan solo el 9% del mercado y el país con menor calificación es Perú con 1 punto tiene una participación (cerca al 6,5%). Cabe aclarar que la alta participación y dominancia de determinados países no impide el ingreso del Jean colombiano dado que a través de la productividad, competitividad y diferenciación en valor se puede lograr la conquista de nuevos mercados y el desarrollo superior de los actuales.

Exportaciones 2018 colombianas a país seleccionado (US\$ FOB miles): El país de los preseleccionados el cual recibe la mayor parte de las exportaciones colombianas es Ecuador con US \$ 5.943, representando el 12% del valor exportado de Pantalones largos Jean por Colombia en el 2018, por lo tanto, se asignó la máxima calificación de 4 puntos a Ecuador. El segundo país es Guatemala con una calificación de 3 puntos puesto que es el destino del 7,6% de las exportaciones colombianas (US \$ 3.769). El tercer país es México con una calificación de 2 puntos representando el 7,5% de las exportaciones colombianas equivalentes a US \$ 3.687. El Último país es Perú con una calificación de 1 punto por contar con el 4,9% o US \$ 2.424 de las exportaciones colombianas.

Tributos aduaneros: Esta variable está conformada por las subvariables. Arancel general, arancel para Colombia (Tratado o Acuerdo Comercial) y porcentaje de IVA: Los país con mejor calificación (4 puntos) es Ecuador y Guatemala dado que el arancel para la importación del Jean desde Colombia es del 15% pero con los acuerdos comerciales es del 0 % e IVA del 12%, el tercer país es México (2 puntos) con un arancel para el jean Colombiano del 25% pero con los acuerdos comerciales es del 0% y Perú un 15% pero con los acuerdos comerciales es del 0% e IVA del 18%. más alto que va de 0% al 22% pero con un arancel para Colombia del 0%. De lo anterior se puede resaltar que Colombia no tiene barrera arancelaria para el ingreso a cualquiera de los 4 países preseleccionados puesto que en todos los aranceles cobrados el Jean colombiano es del 0% en parte gracias a que cuenta con tratado de libre comercio, por lo que el principal factor de decisión en tributos aduaneros es el porcentaje de IVA que se cobre.

Normas técnicas: Todos los países pertenecientes a la América Latina, es decir Ecuador, Perú, Guatemala calificados con 4 puntos puesto que exigen unos mismos requisitos y normas técnicas; luego está México con una calificación de 3 puntos dado que las exigencias técnicas son más exigentes estos datos fueron tomados de la

Riesgo país (Standard and Poor's) 2019: Los países con la mejor calificación de pago BBB + y BBB+ estable son México y Perú respectivamente (4 puntos) seguido de Guatemala con una calificación o riesgo de pago de BB- (3 puntos), para finalizar con Ecuador quien tiene un riesgo de pago de B- (1 puntos).

PIB per cápita (2017): En primer lugar, se encuentra México con un PIB per cápita de US 9870 (4 puntos), seguido Perú de con US7360 (3 puntos), seguido ecuador con US 6293 (3 puntos), finalmente Guatemala con US \$4700 (1 punto).

Índice de Desempeño Logístico (2016): México ocupa el primer lugar con una calificación de desempeño logístico de 3.05 (4 puntos), Ecuador con una calificación de 2.88 (3 puntos), luego Perú con una calificación 2.69 (2 puntos) finalmente Guatemala con una calificación de 2.41 (1 punto).

A partir de las calificaciones realizadas anteriormente, los países reciben una calificación total de la suma de todas las variables que se les fue calificada dando como resultado que el países con mejor puntuación totales los que se decide trabajar como mercado para apuntar al nuevo destino de exportación del jeans escultor levanta cola de la empresa aleissa jeans, el país seleccionados es **Ecuador**, alterno **Guatemala** y contingente **México**.

Tabla 7. Ponderación total de países evaluados en la matriz de países

Puesto	País	Puntaje Total
1	Ecuador	3,18
2	Guatemala	2,92
3	México	2,85
4	Perú	2,15

Identifica la variedad del Jean escultor levanta cola para dama más demandada en el mercado de destino según la información suministrada por los compradores. Como resultado el estudio adquirido por la empresa aleisa jeans, realizado por la empresa Conaxport como consultora, en acompañamiento y apoyo de las investigadoras del presente proyecto, se realizó el informe el cual tenía como objetivo monitorear la demanda y tendencias en el pais destino Ecuador por medio de posicionamiento Web, por medio de encuestas virtuales.



Figura 14. Cada clic cuesta este valor

Fuente: Aleisa Jeans, 2019

Presupuesto de Campañas: \$ 50.000

Dirigidas a Hombres y Mujeres de Ecuador.

Cada clic cuesta este valor.

Numero de personas que vieron la publicación.

Número de veces a la semana que vieron la publicación.

• Campaña 1: ALEISA ECUADOR	
Mujeres	
Clics en el enlace	296
Costo por: Clics en enlaces	\$19
Alcance	3732
Hombres	
Clics en el enlace	1745
Costo por: Clics en enlaces	\$13
Alcance	14 012
Desconocido	
Clics en el enlace	8
Costo por: Clics en enlaces	\$7
Alcance	24

Figura 15. Hombres y mujeres de Ecuador

Fuente: Aleisa Jeans, 2019

3732 mujeres de Ecuador vieron la publicación, de las cuales 296 interacciones es decir el 7,9%.

14012 hombres de Ecuador vieron la publicación, de las cuales 1745 interacciones es decir el 12,45%.

La edad de las personas que más vieron la publicación e interactuaron en la publicidad de Ecuador, está entre los 35 y 44 años.



Figura 16. Edad

Fuente: Aleisa Jeans, 2019

• Campaña 1: ALEISA ECUADOR

SEXO	EDAD	UBICACIONES	LUGAR
RESULTADOS TOTALES			
Sección de noticias de la computadora			
Clics en el enlace			72
Costo por: Clics en enlaces			\$14
Alcance			436
Marketplace en celulares			
Clics en el enlace			780
Costo por: Clics en enlaces			\$13
Alcance			10 188
Sección de noticias de la app para celulares			
Clics en el enlace			1197
Costo por: Clics en enlaces			\$15
Alcance			7644

Figura 17. Ubicación

Fuente: Aleisa Jeans, 2019


La entrada de las personas se centró en Facebook, desde los celulares.

Solo 72 personas interactuaron con la publicación de los computadores.

El resultado del informe permitió determinar las tendencias, el jeans levanta cola necesita las siguientes características para el mercado ecuatoriano, por lo tanto se requiere un jeans que tenga

tela composición Algodón 97% / Elastano 3%, tres botones, sin bolsillo, clásico blue jean, de acuerdo con lo anterior la empresa cuenta con este modelo que completa las características demandas para Ecuador, para determinado modelo se adjunta la ficha técnica que se encuentra en la tabla 8.

Tabla 8. Ficha técnica pantalón Aleisa Jeans

FICHA TÉCNICA PANTALÓN ALEISA JEANS	
	
Nombre del producto	Pantalón en jeans para dama
Nombre comercial del producto	Pantalón Dama
Referencia	2167
Curva de talla	6, 8, 10, 12, 14, 16
Tela base	Tela Stretch
Composición	Algodón 97% / Elastano 3%
Variantes	Color: azul
Hilos	Mayor 4310 Calibre
Cortes y diseño	Botón decorativo delantero Pretina ancha
Producción	Etiqueta de marca con composición y métodos de lavado en la parte posterior izquierda Cierre 6 Cm Repuntes de hilo
Peso mínimo	450 Gramos por unidad/prenda
Presentación	Unidad
Empaque	Bolsa plástica polipropileno transparente (alta densidad).
Embalaje	Cajas de cartón aseguradas con zunchos

desde 2016 han tenido auge las exportaciones al país vecino con más de 37% entre 2016 y 2018 (Procolombia)

Entre 2016 y 2018, las compras de moda del país vecino se incrementaron más de 37%, superando los US\$150 millones. Este aumento se ve reflejado también en el primer trimestre de este año con un crecimiento del 5% en las ventas hacia Ecuador, llegando a los US\$28 millones y siendo el segundo país que más compra productos del Sistema Moda de Colombia, por detrás de Estados Unidos. Esto es recuperación por eliminaciones de trabas sumado al posicionamiento de las prendas colombianas por su calidad y diseño

Competidores en el mercador ecuatoriano

Competidores ecuatorianos encontrados en el mercado ecuatoriano se encuentran en la siguiente tabla:

Tabla 9. Posibles competidores en el mercado de Ecuador

Marca	Página web	Ciudad	Logo
Jeans de Pelileo	http://jeansdepelileo.com/	Quito	
Jeans Up	https://www.facebook.com/jeanup	Provincia de Tungurahua	
Love me Jeans	https://www.love-me-jeans-ecuador.com/	Quito	
Inovare Jeans	https://www.facebook.com/inovarejeans/	Baños de Agua Santa	
No More Jeans	https://nomorejeans.com.ec/	Guayaquil	





Fuente: Aleisa Jeans, 2019

Tabla 10. Posibles compradores

RAZÓN SOCIAL	TELÉFONO	PAÍS
MODACOL FGF COMPAÑÍA ANONIMA	(04)26-0299	ECUADOR
COMERCIAL ETATEX C.A	22483090/23465205	ECUADOR
REPRESENTACIONES REPMAJUSAS S.A	22482002	ECUADOR
ALMACES DE PRATI	(04)3731800/(02)3950400	ECUADOR
INTINDEL SA	(593)(2)209041	ECUADOR
IMPORTADORA BATEC CIA LTD	(+593)7-417-3035	ECUADOR
OLMEDO ROMERO DANIEL SANTIAGO	(+593)994385342	ECUADOR
LILE SA	2472000/02472555	ECUADOR
COLFASHION CIA LTDA	2507706	ECUADOR
NAJOCFASHION CIA LTDA	(02) 2373713/ (02) 2372473	ECUADOR
AZZORTI VENTA DIRECTA S.A	(+593)23948484	ECUADOR
SARUVEST CIA LTD	(+593) 2 - 346 - 4384	ECUADOR

Fuente: Aleisa Jeans, 2019

Tabla 11. Competidores nacionales

RAZÓN SOCIAL	PAGINA WEB	CIUDAD	
STF GROUP S.A.	https://www.studiof.com.co	BOGOTA	
ANKARA FASHIONS S.A.S	https://www.ankarafashion.com/	IPIALES	
C.I.HERMECO S.A	https://www.offcorss.com/	MEDELLIN	
DO JEANS CONFECCIONES SAS	https://dojeans.com/	ENVIGADO	
COMPAÑIA DE VESTUARIO S.A.S.	https://www.adrissa.com.co	BOGOTA	ADRISSA

Fuente: Aleisa Jeans, 2019

Ventaja que posee los jeans son las nuevas tendencias de la moda, al igual que la variedad de telas e insumos, son excelentes y se ajusta a los que están buscando para el consumidor en Ecuador

Adicional a esto, el sector de confección no posee gremios que lo apoyen, no existen entidades desarrolladoras de moda y la mano de obra no está capacitada y es muy poca; con esto se evidencia que la confección en el mercado ecuatoriano se vuelve muy costosa.

Precio:

Tabla 12. Precio

Producto	Dólar (\$)	Euro (€)
Unos zapatos de hombre de cuero	95,00\$	86,77€
Unas zapatillas deportivas de marca (Nike, Adidas, Puma, etc.)	98,00\$	89,51€
Un vestido (Zara, H&M, etc.)	48,40\$	44,21€
Unos vaqueros Levis 501 (o equivalente)	63,00\$	57,54€

Fuente: Preciosmundi, 2019.

Un jeans con reconocimiento nacional e internacional está en 63 USD, por tanto es de alrededor de \$35-40 USD el valor de un jeans que se venderá en plazas de mercado de ropa.

Acuerdo:

El TLC es un acuerdo generador de oportunidades para todos los colombianos, sin excepción, pues contribuye a crear empleo y a mejorar el desempeño de la economía nacional. Inicialmente beneficia a los sectores exportadores porque podrán vender sus productos y servicios, en condiciones muy favorables, en el mercado estadounidense. Pero no sólo a los exportadores, también a todos los demás productores nacionales. Los temas que se negociaron fueron los

considerados como generales, es decir, acceso a mercados, en sus dos vertientes (industriales y agrícolas); propiedad intelectual; régimen de la inversión; compras del Estado; solución de controversias; competencia; comercio electrónico; servicios; ambiental y laboral. El sector de servicios es ya el más grande de la economía colombiana. Los servicios de alto valor agregado son el gran dinamizador de las economías del mundo, la inversión extranjera se incluye porque hay gran interés en atraerla. También se negoció propiedad intelectual, tema altamente sensible; y compras del Estado, elemento muy importante para dinamizar el comercio.

Textiles y Vestidos: Se logró una mejoría en la regla de origen para las exportaciones de brassieres (preferencias inmediatas a los que hayan sido cortados y cosidos en Colombia). Se eliminan los aranceles de las confecciones para el hogar (la desgravación inmediata abre oportunidades comerciales). La Figura de la acumulación permite acceder en condiciones favorables de competitividad a insumos tan importantes para la industria colombiana como es el denim.

Segmento:

Mujeres (F) entre los 25 y 54 años, size de 6,8, 10,12, 14 y 16.

5. Determina la oferta Exportable del Jean Escultor Levanta cola para Dama

5.1 Analiza la Producción de Jean escultor Levanta cola para Dama y sus Variedades en Norte de Santander

De acuerdo a la información suministrada en la entrevista realizada a la señora Audrid Manzano quien ejerce como Jefe del departamento de Comercio Exterior en la empresa Industria Aleisa S.A.S

La capacidad de producción que tiene la Industria es de 18.000 unidades, de los cuales el 44% de la producción es destinada para exportación, trabajando de 8h a 12h y en el horario de la tarde 14h a 18h.

La capacidad instalada de Aleisa sería el doble, porque se duplican los turnos, para un total de 36.000 jeans al mes.

5.2 Identifica la oferta Exportable de Jean Escultor Levanta cola para dama Producida en Norte de Santander según los Requisitos de los países Seleccionados

De acuerdo a la información suministrada en la entrevista realizada a la señora Audrid Manzano quien ejerce como Jefe del departamento de Comercio Exterior en la empresa Industria Aleisa S.A.S

La empresa cuenta con una capacidad de oferta exportable de 2.000 unidades a la semana, trabajando horario de oficina

6. Diseña el Proceso de Distribución física Internacional, el lead Time y el Costeo

Internacional Para la Exportación de Jeans Escultor Levanta Cola

6.1 Identifica la Naturaleza de la carga y el Medio de Transporte más Idóneo

Se van a exportar 300 unidades de jean levanta cola, 25 docenas, la presentación de la unidad comercial es Bolsa plástica polipropileno transparente de 0,45 kg, embaladas en Cajas de cartón de a 5 docenas (28 kg), para un total de 5 Cajas (140 kg).

La naturaleza de la carga es Carga general y suelta porque el número total de unidades exportables no requiere unitarización., se maneja como carga individual bajo la relación de carga general.

Según el diario exportador la carga general es todo tipo de carga que se transportan en cantidades pequeñas que y en unidades independientes. Se pueden contar el número de bultos y en consecuencia se manipulan como unidades. Se transportan y se almacenan juntas. Esta carga se divide en: suelta (no unitarizada) y unitarizada (Diario del Exportador, 2016).

Se consideran las siguientes condiciones como razones por las cuales se selecciona el medio de **transporte aéreo** como el más idóneo:

Peso y volumen de la carga, no se tiene un peso y volumen justificable para manejar el transporte marítimo. Estas dimensiones son aptas para el transporte aéreo.

Tiempo de entrega de la mercancía, a transportar es mucho menor frente al marítimo por lo que puede favorecer al cliente ya que lo necesita pronto por las temporadas.

6.2 Describe la Infraestructura Logística y Conectividad entre Origen y Destino

Según ProColombia el perfil logístico de Ecuador es:

La República de Ecuador está ubicada al noroeste de Sudamérica, limita al norte con Colombia, al este y sur con Perú y al oeste con el Océano Pacífico. El país tiene una superficie terrestre de 283.560 km² contando con las Islas Galápagos, ubicadas a 1.000 km de la costa. Su capital es Quito, mientras que la ciudad más poblada es Guayaquil, que adicionalmente se constituye como uno de los puertos más importantes del continente.

Ecuador cuenta con una infraestructura vial compuesta por una red de carreteras que se extiende sobre 43.670 Km, de los cuales 6.472 están pavimentados, además, de un sistema ferroviario que se extiende a lo largo de 965 km. El sistema aeroportuario se encuentra compuesto por 428 aeropuertos ubicados a lo largo de su territorio, de los cuales 323 están sin pavimentar y 105 cuentan con una pista pavimentada. De estos aeropuertos, los que cuentan con mayor importancia son el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre y el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo, ya que soportan la mayor parte del tráfico internacional de mercancías, entre Colombia y Ecuador.

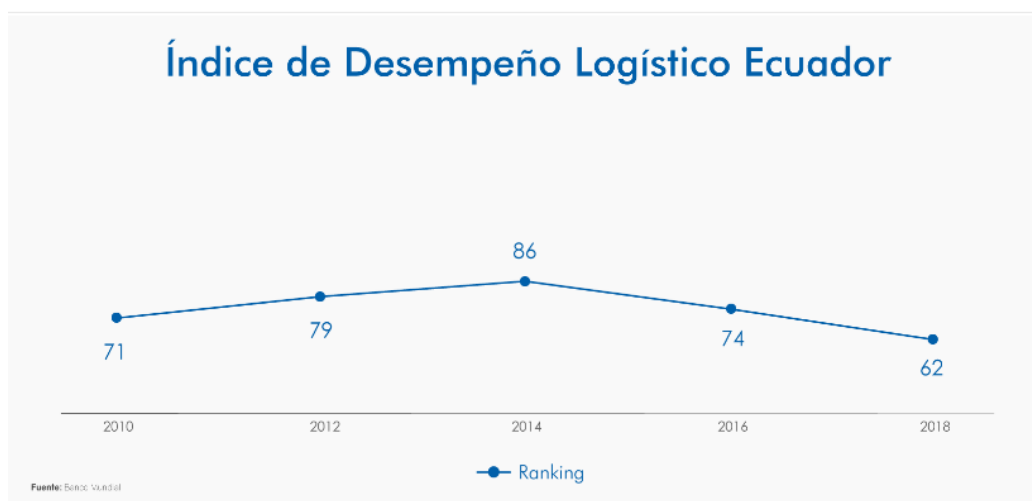


Figura 18. Índice de desempeño logístico ecuator

Fuente: Banco Mundial, 2016.

El IDL ecuatoriano ha sido aceptable durante los últimos nueve años. En 2018 ocupó la posición 62 de 158 países; escalando 12 posiciones en comparación a 2016. En cuanto a los criterios analizados dentro del índice, la aduana -considerando su eficiencia en el despacho aduanero- ocupó el puesto 48; la infraestructura, es decir su calidad relacionada con el comercio y el transporte ocupó el puesto 69; los envíos internacionales el puesto 80; la competencia de servicios logísticos el puesto 70; el seguimiento y rastreo la posición 55. Finalmente, en puntualidad (frecuencia de arribo de embarques al destinatario dentro del plazo previsto) alcanzó el puesto 75.



Figura 19. Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre

Fuente: Criterio Digital, 2019.

El **Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre** de Quito es la principal puerta de entrada al Ecuador. El aeropuerto –administrado por Corporación Quiport- garantiza operaciones eficientes y seguras para las aerolíneas y servicios mejorados para los pasajeros y carga; esto lo ha convertido en el aeropuerto más reconocido de la región. ha recibido más de 20 premios y reconocimientos por los altos estándares de calidad que maneja en sus diferentes procesos. Todo ello se debe al trabajo constante realizado por las más de 400 personas que laboran tanto en el área operativa como administrativa. Un trabajo articulado para brindar la mejor experiencia a nuestros visitantes y precautelar su seguridad.

Las acciones que se llevan a cabo para mantener la vanguardia en temas operacionales y tecnológicos, han permitido que el Aeropuerto de la capital sea visible ante los ojos del mundo.

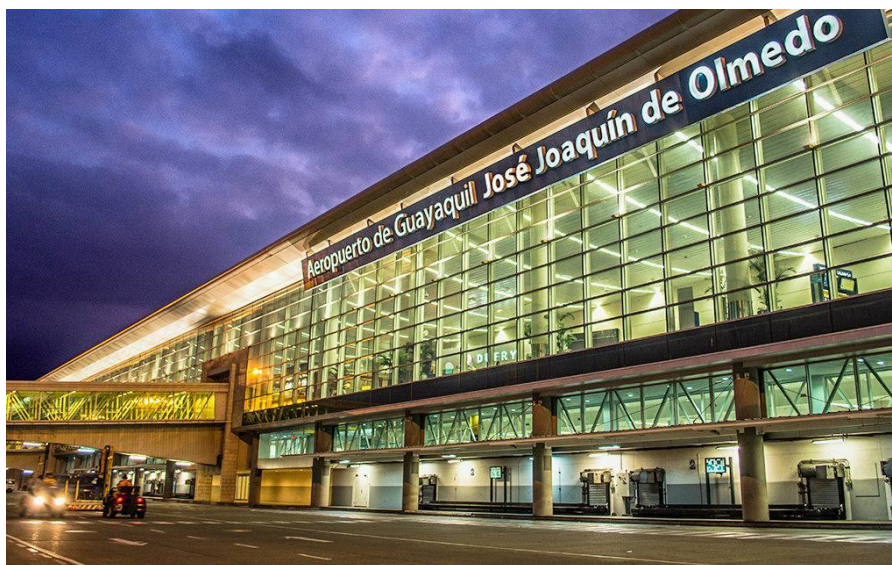


Figura 20. Aeropuerto internacional José Joaquín de Olmedo

Fuente: Aeropuerto Quito, 2014.

El aeropuerto internacional José Joaquín de Olmedo, de Guayaquil, Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo es el aeropuerto de la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Es también el segundo aeropuerto con más movimiento de pasajeros en Ecuador, fue elegido como la mejor terminal aérea de Latinoamérica y el Caribe por parte del Consejo Internacional de Aeropuertos (ACI por sus siglas en inglés).

Y obtuvo otras dos distinciones: el segundo mejor aeropuerto del mundo en la categoría de 2 a 5 millones de pasajeros, y el mejor aeropuerto de Latinoamérica y el Caribe en la misma categoría, según informó la concesionaria Tagsa.



Figura 21. Ubicación

Fuente: El Universo, 2018.

Pese a que la oferta de servicios aéreos desde Colombia se concentra en el Aeropuerto Internacional el Dorado, en Bogotá, también se prestan servicios desde Medellín y Cali, donde el destino final son las ciudades Quito y Guayaquil en Ecuador.

Actualmente existen más de 4 aerolíneas que prestan servicios de transporte de carga hacia Ecuador. Las conexiones se realizan principalmente en ciudades de Panamá.

Tabla 13. Conexiones de aerolíneas prestadoras de servicio a Ecuador

Aerolínea	Conexiones	Frecuencia
Avianca	Directo	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
	Directo	LU, MA, MI, JU, VI
Tampa Cargo	Directo	JU, SA
		LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
Copa Airlines	Panamá-Panamá	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
DHL Aviation	Panamá-Panamá	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
LAS	Directo	MI
		DO

Fuente: ColombiaTrade, 2019

6.3 Determina el empaque, Embalaje y Etiquetado más Adecuado para la Carga

Empaque. El empaque es la presentación inicial de la empresa con el consumidor, con el ánimo de establecer un reconocimiento de marca que apoye la fidelización de los clientes, basados en la información contenida en los materiales utilizados y apoyados por marcas y pictogramas que ayudan al reconocimiento y manejo de los productos

Primario: Es el que está en contacto directo con el producto con la función de envasarlo y protegerlo



Figura 22. Empaque

El **embalaje** prepara la carga en la forma más apropiada para el transporte de los productos, en los modos elegidos para su despacho a los clientes en el exterior, entiéndase transporte multimodal y para las distintas operaciones a que se somete la carga durante el trayecto del punto de fabricación al destino del cliente.

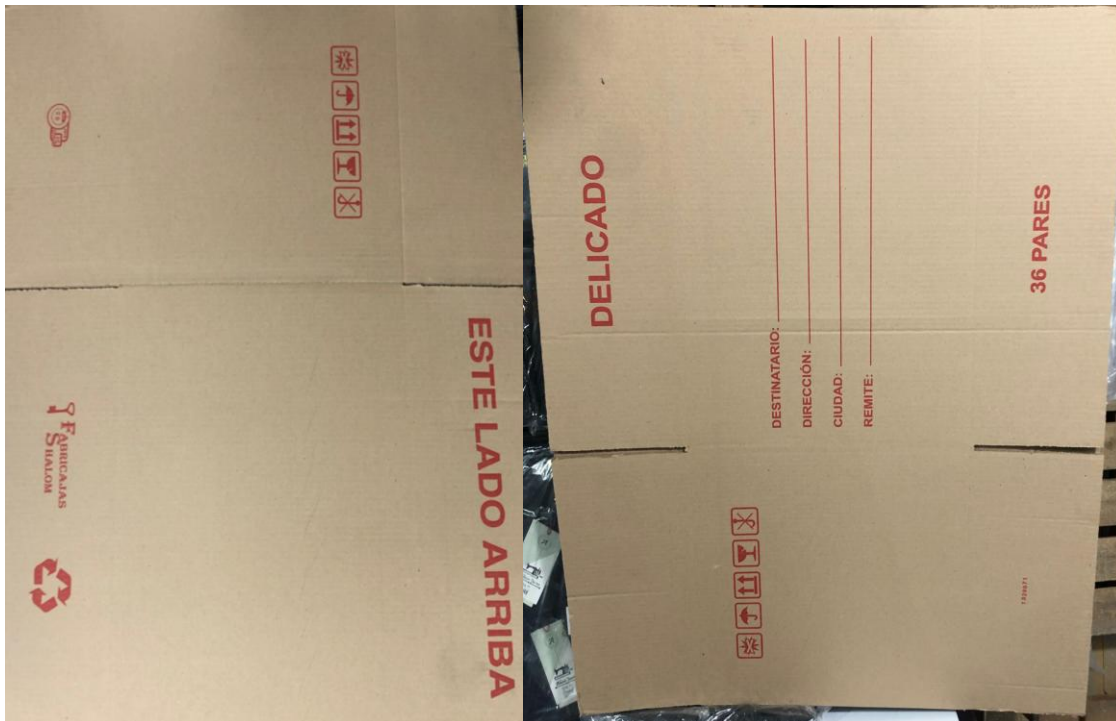


Figura 23. Embalaje

La caja de cartón en la cual van embalados los jean cuenta con los siguientes signos pictóricos:

Reciclable: Indica que el material con el que está fabricado el embalaje puede ser reciclado.
Aplicable a papel, plástico y vidrio.



Figura 24. Reciclable

Fuente: Blog Artes Visuales, s.f.

Sensible a la humedad: Con gotas o sin gotas, si vemos un paraguas éste será para indicar que el embalaje debe mantenerse en un ambiente seco y que el contenido puede dañarse por la humedad.

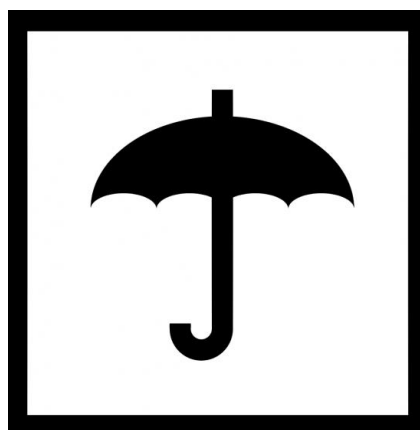


Figura 25. Sensible a la humedad

Fuente: Blog Artes Visuales, s.f.

Este lado arriba: Para indicar la posición correcta del embalaje durante el transporte y el almacenamiento.

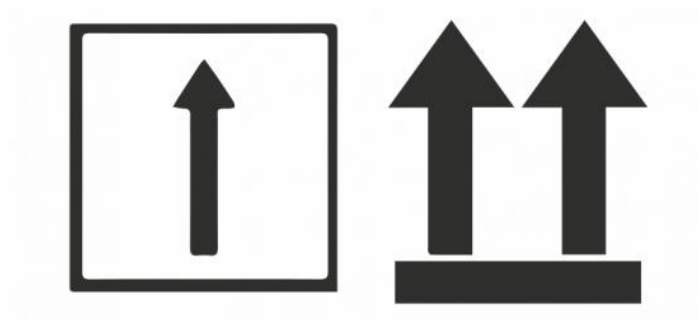


Figura 26. Este lado arriba

Fuente: Blog Artes Visuales, s.f.

Delicado: Indica que el contenido transportado es frágil y que debe ser manejado con cuidado.

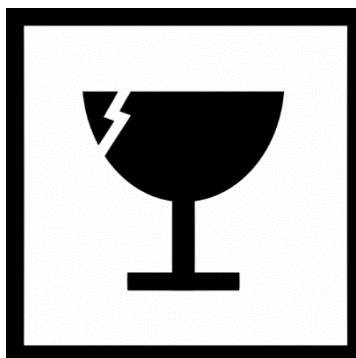


Figura 27. Delicado

Fuente: Blog Artes Visuales, s.f.

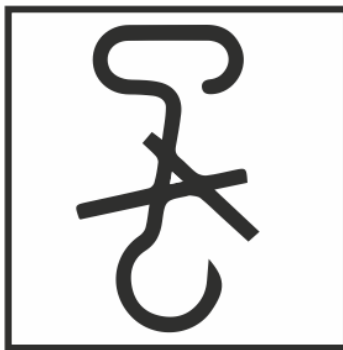


Figura 28. No usar garfios para la manipulación de la mercancía

Fuente: Blog Artes Visuales, s.f.





Etiquetado: Es un estándar de identificación con gran valor para mejorar el control de inventarios, los procesos de recepción y despacho, la trazabilidad de productos y en general incrementar la eficiencia de la operación logística a través de toda la cadena de abastecimiento.



Figura 29. Etiquetado

6.4 Diseña el Esquema de distribución física Internacional con su Respectivo Lead Time

Tabla 14. Diseña el esquema de distribución física internacional con su respectivo lead time

OBLIGACION DEL EXPORTADOR FABRICA DEL PAIS EXPORTADOR			
EMPAQUE	EMBALAJE	CARGUE	SALIDA DE LA FABRICA
			
0.5 DIA El jean se empaca en una bolsa de polietileno 0.45 kg.	0.5 DIA El embalaje es en caja de cartón con dimensiones ALTO: 28cm ANCHO: 53cm ALTO:64cm	El proceso de cargue se efectúa en las instalaciones de la empresa, en las cuales se prepara la mercancía para llevarla por el transito nacional correspondiente.	Se hace el despacho de la carga desde la empresa ubicada en la ciudad de Cúcuta con destino al Aeropuerto.



OBLIGACION DEL

TRANSITO ADUANERO DE EXPORTACION **CARGUE DEL BUQUE**

TRAMITES ADUANEROS **EMBARQUE**

**1 DIAS**

Se llevan a cabo todos los certificados, vistos buenos autorizaciones, declaraciones y demás documentos aduaneros.

0.5 DIA

Tan pronto se reciba el levante para exportación de la mercancía se procede a cargarla al transporte aereo.

OBLIGACION DEL TRANSPORTISTA

TRANSITO INTERNACIONAL

SALIDA DEL AEROPUERTO EN BOGOTA →



TRANSITO ENTRE AEROPUERTO Y AEROPUERTO →



LLEGADA AL AEROPUERTO DE GUAYAQUIL

**1 DIA**

En el tránsito internacional la responsabilidad sobre la mercancía recae en el agente transportista con el que se ha contratado, en el caso particular de este proyecto se toma como ejemplo la empresa DHL la cual es un gran referente del transporte marítimo y ofrece una ruta directa Bogota.- Guayaquil 1 dias de referencia

OBLIGACION DEL IMPORTADOR

MANIPULACION DE LA MERCANCIA

DESEMBARQUE



DESCARGUE



ALMACENAMIENTO



0.5 DIA

El desembarque de la mercancía del transporte se hace por medio de los operarios del aeropuerto de destino.

1 DIAS

El importador se dispone a descargar la mercancía con el objetivo de verificar que la cantidad sea la correcta y sus condiciones.

La mercancía se almacena mientras realiza su proceso de nacionalización y se cumplen todos los trámites documentales y aduaneros.

OBLIGACION DE IMPORTADOR

TRANSITO ADUANERO DE IMPORTACION

PAGO DE ARANCELES Y NACIONALIZACION DE LA MERCANCIA



MANIPULACION DE LA MERCANCIA

CARGUE DE CAMIÓN



TRANSITO NACIONAL- PAIS DE DESTINO

TRANSPORTE DEL AEROPUERTO DE GUAYAQUIL HASTA EL CLIENTE



EMPRESA CLIENTE

ENTREGA DE LA MERCANCIA AL CLIENTE



1 DIA

Se llevan a cabo todos los certificados, vistos buenos autorizaciones y pagos de tributos aduaneros para obtener el levante de la nacionalización.

0.5 DIAS

Después de la nacionalización de la mercancía se carga en camión la mercancía para retirarla del puerto.

1 DIA

Se realiza vía terrestre el tránsito nacional desde Rotterdam hasta la ciudad del comprador en Holanda.

La empresa cliente recibe la carga en sus instalaciones en Holanda.

El lead time total de la operación de exportación de jeans desde la ciudad de Cucuta hasta la ciudad de Guayaquil es de 8.75 días. Se aclara que el lead time (tiempo de entrega) de la distribución física internacional se cuenta desde que el jeans escultor levanta cola está listo para empacar

6.5 Elaborar el Costeo Logístico Internacional con la Determinación del Término de Negociación INCOTERM

Tabla 15. Elaborar el costeo logístico internacional con la determinación del término de negociación INCOTERM

MATRIZ DE RIESGOS Y COSTOS INCOTERMS 2010				
TRM	3,410.77	25/11/2019	kgs	300
CONCEPTO	VALOR USD		VALOR PESOS	
	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL		
COSTO PRODUCCION	\$ 8.80	\$ 2,640.00	\$9,004,432.80	
UTILIDAD	\$ 5.80	\$ 1,740.00	\$5,934,739.80	
EMPAQUE	\$ 0.02	\$ 6.60	\$22,511.08	
EMBALAJE	\$ 0.02	\$ 7.20	\$24,557.54	
EXW- CUCUTA, N. DE SANTANDER	\$ 14.65	\$ 4,393.80	\$14,986,241.23	
CARGA EN FABRICA	\$ 0.16	\$ 48.00	\$163,716.96	
ADUANAS DE EXPORTACION	\$ 0.05	\$ 15.00	\$51,161.55	
DOCUMENTOS DE EXPORTACION	\$ 0.06	\$ 18.00	\$61,393.86	
FCA - BOGOTA	\$ 14.92	\$ 4,474.80	\$15,262,513.60	
TRANSPORTE PRINCIPAL	\$ 2.41	\$ 723.00	\$2,465,986.71	
CPT - BOGOTA	\$ 17.33	\$ 5,197.80	\$17,728,500.31	
SEGURO DE MERCANCIA	\$ 0.04	\$ 12.00	\$40,929.24	
CIP- AEROPUERTO DE GUAYAQUIL	\$ 17.37	\$ 5,209.80	\$17,769,429.55	
DESCARGUE DE MERCANCIA	\$ 0.10	\$ 30.00	\$102,323.10	
DAT- AEROPUERTO DE GUAYAQUIL	\$ 17.47	\$ 5,239.80	\$17,871,752.65	
TRANSPORTE INTERNO DE DESTINO	\$ 0.16	\$ 48.00	\$163,716.96	
DAP - GUAYAQUIL	\$ 17.63	\$ 5,287.80	\$18,035,469.61	
AGENCIAMIENTO DE DESTINO	\$ 0.06	\$ 18.00	\$61,393.86	
GRAVAMEN ARANCELARIO	\$ -	\$ -	\$0.00	
I.V.A	\$ 2.08	\$ 625.18	\$2,132,331.55	
DDP - GUAYAQUIL	\$ 19.77	\$ 5,930.98	\$20,229,195.01	

7. Proponer las Estrategias de Internacionalización Acordes para la Exportación del Jeans

Escultor Levanta Cola

7.1 Plantea Estrategias de Mercadeo y Distribución Dirigidas a los Posibles Clientes de los Países de Destino

Se le recomienda a la empresa porque no tiene experiencia en coordinación logística que se maneje el termino de negociación Exw (Ex Works, < En fabrica, lugar convenido >) el cual abarca las responsabilidades de producción, empaque y embalaje de la mercancía, el suministro de la factura comercial y cualquier otro documento o certificado que requiera; asume cualquier tipo de riesgo de pérdida o daño de la mercancía hasta que no esté puesta en disposición del comprador al cual se le ceden las responsabilidades en este punto. De esta manera se libera toda la labor y responsabilidad logística al comprador.

La estrategia de distribución es indirecta, primero porque la empresa no tiene la capacidad de lograr una distribución y comercialización en el país de destino, por lo que implicaría una inversión, cumplir con un marco legal, contratación de personal; por lo cual lo más apropiado es valerse de un tercero, en este caso va a ser un distribuidor quien actuara como intermediario en la cadena de suministro o en la distribución propiamente, por lo tanto la estrategia de distribución se convierte en indirecta, así mismo la estrategia de suministro de inventario va a ser Pull, es decir que desde el centro del consumo del cliente en este caso el distribuidor del país de destino, será el quien bajo demanda solicite a Aleissa Jeans las cantidades que va a estar requiriendo de acuerdo a la rotación de su inventario y por ende de sus ventas, esto concluye que se manejera una estrategia Pull.

Como estrategia de comunicación con la cual se pueda llegar a clientes finales del distribuidor o simplemente sea una herramienta de mercadeo con la cual se ayude al distribuidor en el país de destino con imagen de la marca y los diferentes productos que se están vendiendo en ese país, como canales de distribución se podrán utilizar las redes sociales, campaña publicitaria en redes sociales en la cual se enfoque las personas ecuatorianas, en las redes sociales de Aleisa Jeans informar que ahora nos encuentran en Ecuador así como en la página web informar que encuentran un nuevo punto de venta en Ecuador, con dirección y nombre del distribuidor.

Hoy en día, alguien que va a comprar cualquier producto relacionado con la moda realiza diversos pasos preliminares antes de finalizar la transacción comercial.

Es así como durante los periodos en que ventas disminuyen, se aplicaría con más intensidad la herramienta que permitirá identificar los puentes de conexión con los usuarios basada en contenidos de valor que logren posicionarse, y así conseguir aumentar la, al mismo tiempo de exigirle a la empresa a modificar la forma de incrementar los clientes potenciales y conseguir que sean los clientes los que busquen los productos que ofrecen.

Una de las claves es anticiparse al mercado para darles a los usuarios lo que quieren, antes de que lo demanden, ya que los consumidores valorarán que se les presente información privilegiada sobre las próximas tendencias y consejos de moda útiles, entre otras cosas. Un canal directo para interactuar con los consumidores son las redes sociales como Instagram.

Se le recomienda a la empresa implementar las 4 acciones de la metodología Inbound Marketing:

Para atraer, es recomendable incluir mucho más que información comercial sobre tu marca y que la gente pueda encontrar todos los días, crear contenido (videos, post)

En el proceso de convertir, es importante integrar links a páginas de destino y responder a las preguntas o necesidades del cliente

Para cerrar es necesario dar seguimiento a cada comentario, enviando un mensaje directo o re direccionándolo a un chat de whatsapp .

Por último, para cautivar o fidelizar, lo más recomendable es ratificar su decisión, brindar recomendaciones, ofrecer promociones, concursos, descuentos, etc.

7.2 Propone una Estrategia para el Cobro del Pago de la Exportación al Cliente

Como puede haber cierto tipo de riesgo cambiario en el país de destino y no se tiene conocimiento o relación de tiempo con el cliente se recomienda utilizar un método de pago con giro directo o giro anticipado, así mismo se evita abrir instrumentos financieros que aunque blindan la operación son más costosos e incrementan los gastos de la operación.

7.3 Diseña una Estrategia para el Seguimiento y Sostenimiento en los Mercados de Destino, así Como las Oportunidades de Expansión a otros Mercados

Conservar el cliente siempre va a ser mucho más fácil que conseguir uno nuevo, un cliente bien conservado no se va a ir con la competencia y cada vez que tenga una ocasión recomendará la marca Aleisa Jeans, lo anterior se consigue implementando estrategias como: aumentando el portafolio a ofrecer, servicio post venta, garantía por producto, de modo que se vaya fortaleciendo la relación comercial con el distribuidor, ayudándolo a crecer con los productos de Aleisa Jeans.

La empresa debería firmar un contrato de distribución con el cual se blinde jurídicamente con el distribuidor en Ecuador, bajo la convención de Viena.

Tabla 16. Tipos de contratos de distribución

Exclusiva	Selectiva	Intensiva
<p>Distribución a través de unos intermediarios que tendrán la exclusividad del producto para un determinado territorio.</p> <p>El intermediario se compromete a no vender productos de la competencia. Suelen estar formalizados en un contrato (fabricante-distribuidor) y en éste aparecerán las condiciones de la concesión</p>	<p>Se selecciona un n° reducido de distribuidores para que distribuyan el producto.</p> <p>El intermediario puede vender productos de la competencia.</p> <p>Requisitos: llegar a alcanzar un número de compras mínimo.</p> <p>Se comprometen a no revender tales bienes o servicios a terceros no autorizados.</p>	<p>Objetivo: llegar al mayor número de puntos de venta posible.</p> <p>Se busca: alta exposición de producto (estar al alcance del consumidor).</p> <p>Normalmente son productos de compra frecuente.</p>

Fuente: ModeloContrato.net, 2019.

8. Conclusiones

Despues de haber elaborado el plan de internacionalizacion de jeans con destino final Guayaquil-Ecuador, se elaboraron las siguientes conclusiones:

Es una empresa con muchas fortalcesas a nivel inrerno y debilidades que en su mayoria se pueden mejorar siempre y cuando la gerencia y empleados tengan disposicion de hacerlo, entre las principales fortalezas estan : capacidad para abastecer mercados nacionales y cuenta con una oferta exportable para mercados internacionales, reaccion rapida a las necesidades del cliente, la calidad de los insumos y la vision de crecer, y en sus debilidades se encuentran la politica de no vender a credito, y el personal no esta en totalidad motivado en el trabajo que realiza.

El producto estrella al ser una prenda basica, es indispensable en el armario de cualquier mujer y por tanto en el mercado ecuatoriano sera aceptado, Deacuerdo a la construccion y analisis de la matriz de mercados el pais destino es Ecuador y como mercado alterno.

El mejor termino para realizar esta exportacion es el termino EXW, y hay un incremento de desde el termino EXW hasta el termino DDP.

Se refleja una similtud en las tendencias en el uso del jeans escultor levanta cola y por ello la empresa decide apostarle a un mercado como es el de Ecuador.

9. Recomendaciones

En el capítulo anterior se elaboró un plan de internacionalización para la exportación de jeans escultor levanta cola con destino a Ecuador. Se analiza el ejercicio y surgen algunas recomendaciones que pueden ser muy útiles para la empresa:

Se recomienda hacer un buen uso de los desechos o pedazos de tela sobrantes en el proceso de producción del jeans se pueden generar nuevos productos, y así mejorar o contribuir al ambiente y generar nuevos ingresos.

Existe una gran oportunidad de tocar nuevos mercados, se recomienda aumentar y diversificar la línea de productos.

Los talleres son lugares de producción tradicional, se sugiere mejorar la maquinaria para aumentar la producción y mejorar en tiempos para ser más competitivos.

El ambiente laboral es muy importante en toda la empresa, se recomienda una mayor comunicación entre empleados y jefes, para contribuir el crecimiento de la empresa.

En el mercado destino, se sugiere hacer un Contrato de Distribución, generar descuentos por metas para aumentar ventas.

El marketing es una herramienta que permite crear, comunicar y entregar oferta de manera más rápida al consumidor final, por ende se recomienda generar o crear medios de comunicaciones en el país destino.

Y por último aprovechar todas y cada una de las oportunidades de negocio que se presenten sean grandes o pequeñas cantidades.

Referencias Bibliográficas

Aleisa Jeans. (2019). Base de datos de la empresa. Cúcuta: La Empresa.

Aragón, C. (2002) El sector textil: análisis para una estrategia. Universidad de Deusto. España.

Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2543181>

Araya, A. (2009). Concepto de Internacionalización. Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3202468>

Barbón, D. (2017). Estrategias de internacionalización para MiPymes Bogotanas del barrio las

ferias dedicadas al comercio textil a través del E-commerce. Recuperado de

<http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/123456789/258/4/MartinezNajar-MarioAlberto-2018.pdf>

Charris, M. (s,f). Satisfacción Laboral en las Pyme colombianas del sector Textil-Confección.

Universidad de la Costa CUC, Colombia. Recuperado de

<http://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/2250>

ColombiaTrade. (2019). Perfil de logística desde colombia hacia Ecuador. Recuperado de:

https://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_ecuador_2.pdf

Destino de Negocio. (s,f). Concepto de Mercado Potencial. Recuperado de:

<https://destinonegocio.com/pe/economia-pe/identifica-tu-mercado-potencial-para-ganar-mas/>

El Congreso de Colombia. (17, Enero 1991) . Nuevo Estatuto Cambiario Recuperado de

<http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/paginas/LEY09DE1991CONHIPERVINCULOS-1.pdf>

El Congreso de Colombia. (16, Enero 1991). Ley de 1991. Recuperado de

https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/ley_0007_1991.htm

Eumed. (2007). Metodo Analitico concepto. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm>

Guiteca. (2019). Los jeans que serán tendencia a nivel mundial: Esto es lo que se usará en 2019. Recuperado de: <https://www.guioteca.com/mujer/los-jeans-que-seran-tendencia-a-nivel-mundial-esto-es-lo-que-se-usara-en-2019/>

Jácome, A. (2016). Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de pantalones jeans, ubicada en la parroquia de Chilibulo al sur de la ciudad de Quito. Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/11691>

La presidencia de la Republica de Colombia (27, Diciembre 2017) Decreto 2218. Recuperado de <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%202218%20DEL%2027%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202017.pdf>

La presidencia de la Republica de Colombia (6, Marzo 2018) Decreto 436. Recuperado de <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20436%20DEL%2006%20MARZO%20DE%202018.pdf>

Larios, R. (2017). Estado actual de las mipymes del sector textil de la confección en Lima. Ingeniería Industrial. Recuperado de <http://repositorio.ulima.edu.pe/handle/ulima/5429>

Logística Básica. (2013). Definiciones de logística según autores y entidades relacionadas. Recuperado de: <http://logisticabasic.blogspot.com/2013/10/definiciones-de-logistica-segun->

autores.html

Ministerio de Agricultura y Riego de Perú. (2015). Definición de oferta exportable.

<http://minagri.gob.pe/portal/objetivos/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (22, Agosto 2016) Decreto 1351. Recuperado de

<http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%201351%20DEL%2022%20DE%20AGOSTO%20DE%202016.pdf>

ModeloContrato.net. (2019). Contrato de distribución. Recuperado de:

<https://www.modelocontrato.net/contrato-de-distribucion.html>

Precios Mundi. (2019). Precios de ropa y calzado en Colombia. Recuperado de:

<https://preciosmundi.com/colombia/precio-ropa-calzado>

Presidencia de la República de Colombia (7, Marzo 2016). Estatuto Aduanero [390]. Recuperado

de https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-14747_documento.pdf

Procolombia. (2016). *JEANS COLOMBIANOS, UN FENÓMENO EXITOSO*. Recuperado de

Procolombia: <http://www.procolombia.co/compradores/es/explore-oportunidades/jeans-colombianos>

Quesada, M. (2007). Gestión de la Productividad Actual de las Organizaciones Pequeñas y

Medianas del Sector Textil - Confección del Valle del Aburrá. TecnoLógicas..Recuperado de <https://revistas.itm.edu.co/index.php/tecnologicas/article/view/477>

Salkind, J. (1998). *Métodos de investigación*. Recuperado de [https://www.casadellibro.com/libro-](https://www.casadellibro.com/libro-metodos-de-investigacion/9789701702345/638604)

[metodos-de-investigacion/9789701702345/638604](https://www.casadellibro.com/libro-metodos-de-investigacion/9789701702345/638604)

Sectorial. (2011). *Historia del Negocio Textil en Colombia*. Obtenido de Sectorial:

<https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/50352-historia-del-negocio-textil-en-colombia>

Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. Balderas 95, México, D.F:

Editorial: Limusa, S.A. de C.V. Grupo Noriega Editores

Tovar, C. (2018). Plan estratégico de internacionalización de jeans para dama de la empresa

Studio fri, ubicada en la ciudad de Cúcuta. Recuperado de http://alejandria.ufps.edu.co/cgi-bin/koha/opac-search.pl?q=ccl=su%3A%22comercio%22%20and%20su-to%3Acomercio&offset=380&sort_by=relevance_dsc

TradeMap. (2019). Base de datos estadística. Recuperado de:

<https://www.trademap.org/Index.aspx>

Trujillo, M. et al. (2006). Perspectivas teóricas sobre la internacionalización de empresas.

Documentos de investigación. Bogotá: Facultad de Administración. Universidad del Rosario.

Recuperado de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf>

Ucha, F. (2013). Concepto de Sector Textil. Recuperado de:

<https://www.definicionabc.com/economia/textil.php>

Villamizar, J. (2017) Plan de internacionalización para la empresa texjeans.a.s. ubicada en la

ciudad de Cúcuta. Recuperado de http://alejandria.ufps.edu.co/cgi-bin/koha/opac-search.pl?idx=an%2Cphr&q=2056&limit=itype%3ATG&sort_by=title_za&biblionumber=47354&loggedinuser=&biblionumber=40584&loggedinuser=

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista

30/10/2019

Nombre del entrevistado: Audrid Manzano- Profesional en Comercio Exterior.

Empresa: Industrias Aleisa S.A.S

Objetivo: Analizar la producción y la oferta exportable de Jean escultor levanta cola para dama y sus variedades.

- 1) Cual es la capacidad de producción de Aleisa Jeans mensualmente?
- 2) Cual seria la capacidad instalada de Aleisa Jeans mensualmente?
- 3) Aleisa Jeans destina cuantas unidades para exportación?
- 4) Cuantos jeans o porcentaje se destinan por referencia

Cotizador Tarifas de Exportaciones - 2019
Envíos de Colombia al Exterior



95.00

Costos Aproximados de la Exportación

Tarifa FLETE - USD □	1,190.35
Descuento □	416.62
Pieza con Sobrepeso - USD □	-
Fuel Surcharge □	-
Seguro □	12.50
Costo Aprox del envío - USD □	786.23

Fuente: DHL, 2019

Anexo 3. Cotización agente aduanero

COTIZACIÓN EXPORTACIÓN AÉREA			
No. Cotización:	CO-SF-3717-2019		
Fecha:	06/07/2019		
Cliente:	Aleisa Jeans	TC:	\$ 3.206,92
Destino:	Ecuador		
Dirección:	Pendiente	TARIFA:	1,66
Teléfonos:	304 460 1028		
Producto:	<u>Confecciones: Jeans</u>	FS:	\$ 0,10
Cantidad:	5		
Vr. Comercial:	\$ 4.490,29	AIT:	\$ -
Dimensiones:	Pendientes		
Peso/Volumen:	Pendientes	PESO:	140,00
AEROLINEA:	Copa Airlines	PAGO:	
Flete	\$ 232,40	COLLECT	PREPAID
Fs	\$ 14,00	X	
Collect Fee	\$ 34,33		
Due carrier:	\$ 25,00		
Due Agent:	\$ 35,00		
Tramite Aduana	\$ 85,00	Valor Kilo	\$ 4,46
Inspección	\$ 15,59	**Esta Cotizacion No Incluye IVA e impuesto 4* mil **	
Pick Up:	\$ 30,00		
Empaque	\$ 8,75		
S-F coordinación	\$ 25,00		
Exportadora	\$ -		
Impuestos	\$ -		
Seguro	\$ 119,00		
TOTAL USD	\$ 624,08	Total COP:	\$ 2.001.359,92
Inside Sales		Sharon Buitrago	

Fuente: Agenciamiento de Adunas SinFronteras, 2019.