

Comercialización de calzado a nivel nacional producido por Corpoincal año 2023

Scarlet Zaret Rodriguez Contreras
código estudiantil: 202012620360

Maria Camila Escobar Combita
código estudiantil: 202012619586

Jefran Eduardo Lobo Flores
código estudiantil: 201812617297

Trabajo de Investigación del programa: **Comercio y Negocios Internacionales**

Tutores:
Karen Lizeth Carrillo Güechá
Gladys Katerine Collantes Miranda

RESUMEN

La comercialización de calzado en Cúcuta, Colombia, se ha convertido en una oportunidad de mercadeo para las empresas que buscan aumentar sus ventas y, en consecuencia, generar más empleo en la región y a nivel nacional. El siguiente proyecto consiste en el desarrollo de un estudio de comercialización que investigue la conveniencia y los beneficios de involucrar a los empresarios legalmente constituidos por la Cámara de Comercio, lo que les permitirá aumentar su eficiencia para un futuro más rentable y, al mismo tiempo, empoderar a este sector industrial. El estudio se enfoca en crear un mercado potencial explorado y medido, solucionando los problemas que han afectado al sector y experimentando un crecimiento significativo en estas industrias, lo que les permite mantener una

competencia sostenible. Se realizó un análisis exhaustivo de la industria del calzado en Cúcuta, incluyendo la identificación de las principales empresas, sus productos, mercados objetivo y estrategias de comercialización. Asimismo, se llevó a cabo una investigación de mercado para determinar la demanda actual y potencial de calzado en la región, así como las preferencias y necesidades de los consumidores. A partir de la información recopilada en las etapas anteriores, se identificaron las principales oportunidades y desafíos que enfrentan las empresas de calzado en Cúcuta. Se diseñaron estrategias de comercialización específicas para cada empresa participante, teniendo en cuenta sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Las estrategias de comercialización se diseñaron con el fin que sean implementadas por parte de las empresas.

Uno de los principales beneficios de este proyecto es la oportunidad de empoderar a las empresas de calzado legalmente constituidas por la Cámara de Comercio. Al participar en el estudio, estas empresas tendrán acceso a información valiosa sobre el mercado, así como a estrategias de comercialización personalizadas que les permitirán aumentar su eficiencia y competitividad. Además, el proyecto tiene el potencial de generar un impacto positivo en la economía local y nacional. Al aumentar las ventas y la eficiencia de las empresas de calzado, se crearán más empleos y se contribuirá al crecimiento económico de la región. En resumen, el estudio de comercialización de calzado en Cúcuta, Colombia, representa una oportunidad única para las empresas del sector de aumentar sus ventas, mejorar su eficiencia y competitividad, y contribuir al desarrollo económico de la región. A través de la participación de empresas legalmente constituidas por

la Cámara de Comercio, el proyecto tiene el potencial de empoderar a este sector industrial y sentar las bases para un futuro más rentable y sostenible.

La investigación sobre Cenabastos, como central de abastos, permite entender su papel crucial en la organización y distribución de alimentos en Cúcuta. Esto es fundamental para garantizar el acceso a productos alimenticios frescos y de calidad, lo que impacta directamente la seguridad alimentaria de la población local. Finalmente, al analizar la dinámica del sector alimentario, se pueden identificar oportunidades para mejorar las condiciones de los comerciantes y productores locales. Esto puede llevar a un aumento en la generación de empleo y a una mayor estabilidad económica en la región, beneficiando a las comunidades vulnerables que dependen de este sector.

Palabras clave: Comercialización, Crecimiento económico, Posicionamiento

ABSTRACT

The commercialization of footwear in Cúcuta, Colombia, has become a marketing opportunity for companies looking to increase their sales and, consequently, generate more employment in the region and nationally. The following project consists of developing a marketing study that investigates the feasibility and benefits of involving legally established entrepreneurs recognized by the Chamber of Commerce, which will allow them to enhance their efficiency for a more profitable future while empowering this industrial sector. This study focuses on creating a potential market that has been explored and measured, addressing the issues that have affected the sector while also experiencing significant growth in these industries, enabling them to maintain sustainable competition. An exhaustive

analysis of the footwear industry in Cúcuta will be conducted, including the identification of the main companies, their products, target markets, and marketing strategies. Additionally, market research will be carried out to determine the current and potential demand for footwear in the region, as well as the preferences and needs of consumers. Based on the information gathered in the previous stages, the main opportunities and challenges facing footwear companies in Cúcuta will be identified. Specific marketing strategies will be designed for each participating company, taking into account their strengths, weaknesses, opportunities, and threats. These marketing strategies will be tailored for implementation by the companies. One of the primary benefits of this project is the opportunity to empower legally established footwear companies recognized by the Chamber of Commerce. By participating in the study, these companies will gain access to valuable market information and personalized marketing strategies that will allow them to increase their efficiency and competitiveness.

Furthermore, the project has the potential to generate a positive impact on the local and national economy. By increasing sales and the efficiency of footwear companies, more jobs will be created, contributing to the economic growth of the region. In summary, the footwear marketing study in Cúcuta, Colombia, represents a unique opportunity for companies in the sector to increase their sales, improve their efficiency and competitiveness, and contribute to the economic development of the region. Through the participation of legally established companies recognized by the Chamber of Commerce, the project has the potential to empower this industrial sector and lay the groundwork for a more profitable and sustainable future. By

focusing on the specific needs and dynamics of the local market, this project aims to not only enhance the performance of individual companies but also foster a collaborative environment where businesses can share best practices, resources, and strategies. This collaborative approach can lead to a stronger industry presence in both domestic and international markets, ultimately benefiting the entire community. Thus, the commercialization of footwear in Cúcuta is not merely a business opportunity; it is a pathway to economic revitalization, job creation, and sustainable development for the region. The insights gained from this marketing study will serve as a foundation for future initiatives aimed at strengthening the footwear industry and ensuring its long-term viability in an increasingly competitive landscape.

The research on Cenabastos, as a central supply center, allows understanding its crucial role in the organization and distribution of food in Cúcuta. This is fundamental to guarantee access to fresh and quality food products, which directly impacts the food security of the local population. Finally, by analyzing the dynamics of the food sector, opportunities can be identified to improve conditions for local traders and producers. This can lead to increased employment generation and greater economic stability in the region, benefiting the vulnerable communities that depend on this sector.

Keywords: Commercialization, Economic growth, Positioning

Referencias bibliográficas

1. Álvarez, L. (2018). ESTUDIO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO

SOBRE MEDIDA PARA DAMA.

<https://repository.ucatolica.edu.co/entities/publication/86dc665e-58df-484b-a752-e357ab64b5fd>

2. Armas, A; Callo, J; Carrasco, J; Montero, N. (2017). Estudio de viabilidad y sostenibilidad de un estudio de negocio para la producción y comercialización de calzado femenino en la empresa negociaciones. Fabio Vattelli EIRL <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1309>

3. Carranza F., Guarniz S. (2019). Marketing digital como estrategia para la comercialización de calzado de las Empresas Industrias Gian Pierre y Sandalias Latina de Trujillo.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/45999>

4. Comunicaciones Fenalco Antioquia. (2021) Sector calzado, uno de los más perjudicados por la pandemia.

<https://www.fenalcoantioquia.com/blog/tag/sector-calzado/#:~:text=Sector%20calzado%2C%20uno%20de%20los,la%20esca sa%20actividad%20social%E2%80%A6>

5. Garzón C., Vélez V. Estudio de viabilidad de la creación de la Empresa de Calzado Especializado <https://repository.ces.edu.co/handle/10946/4552>

6. Gómez A., Martínez., Mejía L., Villamizar D. (2018). Trabajo de grado Calzado a tu manera.

https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/5780/CoUPC_EGMGomezAlarconMartinezPumarejoMejiaPadillaVillamizarCastroCalzadoatuManera.pdf?sequence=1&isAllowed=y

7. Más Colombia (2023) Tras un año de crecimiento, la industria del calzado y la marroquinería se prepara para su feria más importante.
<https://mascolombia.com/tras-un-ano-de-crecimiento-la-industria-del-calzado-y-la-marroquineria-se-prepara-para-su-feria-mas-importante/>
8. Saltos J., González L., Álvarez M. (2017). Análisis de la producción y comercialización de calzado de seguridad industrial. Revista Publicando, 4 No 11. (2). 2017, 570-583.
<https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/467>
9. Vargas, S. (2020). Modelo de negocio para la comercialización de calzado femenino fabricado en Colombia, a partir de estrategias de E-Commerce enfocadas a la demanda en Barrancabermeja.
<https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/7348>
10. Westreicher, G. (2017). Comercialización. Econopedia
<https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>