PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA FABRICA DE JEANS INDUSTRIAS MAITE EN LA CIUDAD DE SAN JOSE DE CÚCUTA.

MAITE YAILINE SANCHEZ GARCIA

ROGER STIVEN DUARTE DUARTE

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLIVAR- SEDE CÚCUTA

PROGRAMA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

CÚCUTA

2018

PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA FABRICA DE JEANS INDUSTRIAS MAITE EN LA CIUDAD DE SAN JOSE DE CÚCUTA.

MAITE YAILINE SANCHEZ GARCIA

ROGER STIVEN DUARTE DUARTE

PRESENTADO A:

MARIA ANTONIA CUBEROS DE QUINTERO

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLIVAR- SEDE CÚCUTA

PROGRAMA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

CÚCUTA

2018

TABLA DE CONTENIDO

Introducción 8
1.Título del plan de internacionalización 10
1.1. Problema de Investigación 10
1.2. Planteamiento del problema 11
1.3. Formulación del problema 13
1.4. Sistematización del problema 14
2. Objetivos 15
2.1. Objetivo general 15
2.2. Objetivos específicos 15
3. Justificación 16
4. Marco de Referencia 18
4.1. Antecedentes 18
4.1.1. Antecedentes a nivel internacional 18
4.1.2. Antecedentes de nivel nacional 21
4.1.3. Antecedentes de nivel regional o local 24
4.2. Bases Teóricas 27
4.3. Marco Conceptual 31
4.4. Marco Legal 34
4.5. Marco Contextual 40
4.5.1. Alcance y Delimitación 40
4.6. Análisis departamental 41
4.7. Marco Temporal 43
5. Diseños Metodológicos 44
5.1. Tipo de Investigación 44
5.2. Método de Investigación 44
5.3. Población 46
5.4. Muestra 46
5.5. Tratamiento de la Información 47

5.5.1. Técnica para la recolección de la información 47
6. Generalidades del producto 48
7.1. Descripción 48
7.2. Clasificación Arancelaria 49
7.3. Ficha Técnica 50
7.4. Proceso Productivo 52
8. Determinación de la Oferta Exportable 56
8.1. Capacidad Instalada Utilizada 56
8.2. Oferta Exportable 56
9. Selección del Mercado Objetivo 57
9.1 Criterios para la Selección del Mercado 57
9.2 Criterios de calificación de la matriz 57
9.3. matriz de preselección de países 58
10. Estudio de Mercado Objetivo 59
10.1. datos generales 59
10.2. estudio económico 60
10.3. intercambio comercial con Colombia 61
10.4. trámites para importar desde Colombia 63
10.5. normas técnicas y vistos buenos 64
10.6. acuerdos comerciales entre Colombia y el mercado objetivo 65
10.7. estudio demográfico en destino 66
10.8. perfil del consumidor en destino 67
10.9. Análisis de la oferta 68
10.10. Análisis de la demanda 68
10.11. Precios 69
10.12. Canales de comercialización 69
10.13. Protocolo de negocios 70
11. Plan Exportador 72
11.1. Características de la carga a exportar 72
11.2. Tiempo de suministro (Lead Time) 73
11.3. Características de almacenamiento 74
11.4 Empaque y embalaje 75

11.4.1. Calidad de empaque exigido 76
11.4.2. Tipos de empaque de acuerdo con la mercancía 77
11.4.3. Etiquetado y Marcado 77
11.5. Contenedorización. 78
11.6. Logística de Exportación 79
11.7. Condiciones de acceso al mercado 79
11.7.1. Análisis de Transporte Colombiano 80
11.7.2. Modo de Transporte para acceder al mercado objetivo 81
11.7.3. Riesgos de los modos de transporte 82
11.8. Ruta logística 86
12. Análisis Financiero. 87
12.1. Gastos de Exportación 87
13. Diagramas de Flujo 89
13.1. Producción 89
14. Distribución Física Internacional 90
14.1 Documentación y pago 92
Conclusiones 93
Recomendaciones 94
Referencias Bibliográficas 95

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación Geográfica de Industrias Maite 40
Figura 2. Jean Ultra Slim tiro alto con borla 48
Figura 3. Perfil de la mercancía 49
Figura 4. Diseño de un modelo de Jean 52
Figura 5. Tela para la fabricación de jeans 52
Figura 6. Corte de la tela para los jeans 53
Figura 7. Confección de la prenda de vestir 54
Figura 8. Revisión de la prenda de vestir 54
Figura 9. Adornos a la prenda de vestir 55
Figura 10. Lavado de la prenda de vestir 55
Figura 11. Empaque del producto 56
Figura 12. Matriz de Mercados 58
Figura 13. Comercio Bilateral de Colombia con Estados Unidos 62
Figura 14. Principales Sectores de Importación y Exportacion hacia Estados Unidos 62
Figura 15. Carga Unitarizada 72
Figura 16. Proceso de Almacenamiento 74
Figura 17. Empaque de la Mercancía 75
Figura 18. Embalaje de la Mercancía 75
Figura 19. Contenedor de 40 pies HC 78
Figura 20. Acceso Marítimo 86
Figura 21. Diagrama de Flujo producción 89

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación arancelaria del producto 49
Tabla 2. Ficha Técnica del producto a exportar 50
Tabla 3. Datos Generales 59
Tabla 4. Población 67
Tabla 5. Tiempo de Suministro 74
Tabla 6. Modos de Transporte 81
Tabla 7. Costos logísticos de Exportacion 87
Tabla 8. Documentación 92

Introducción

El aspecto internacional para las marcas colombianas del sector moda son importantes, sin embargo, son pocas las empresas en la industria de la moda que apuestan por la internacionalización: ya que el 8,6 por ciento, de las más de 16.000 que figuran en el Registro Único Empresarial y Social (Rues) del sector, exportaron por encima de los 10.000 dólares durante 2016, es decir, cerca de 1.400. (Semana, 2017)

Referente a lo anterior mencionado se puede analizar que las organizaciones o plantas de producción en la fabricación de prendas de vestir realizan muy pocas operaciones de comercio exterior en el ámbito de ventas internacionales hacia otros destinos, ya que la cifra es muy baja en el número de empresas registradas. Por consiguiente se pueden presentar diferentes obstáculos y problemas que impiden las oportunidades de comercializar y distribuir sus productos hacia otros mercados internacionales.

Entre tanto uno de esos obstáculos y situaciones son la falta de capacitación a los empresarios a tomar la decisión de exportar, carencia de participación e incentivación del sector moda en ferias internacionales que pueden permitir la búsqueda de clientes potenciales en el exterior, de ese mismo modo la ayuda de instituciones o entidades gubernamentales que apoyan el comercio exterior en Colombia.

En la actualidad el comercio internacional de la región de Norte de Santander ha presentado cambios que han afectado el panorama económico poniendo en riesgo la producción y competitividad de cada uno de los diferentes sectores económicos que conforman la participación del producto interno bruto del departamento Nortesantandereano.

En el año 2013 la participación económica de Norte de Santander demostró un repunte en su crecimiento, con la mayor cifra reportada durante los últimos cinco años, así inclusive superó el crecimiento económico promedio nacional. Para el departamento, las actividades de servicios representaron un gran importante porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) aportando $ 2.8 billones, seguido por establecimientos financieros y actividades inmobiliarias que generaron $ 1.8 billones y las actividades de comercio, hoteles y restaurantes que sumaron $ 1.4 billones.

En relación con las consideraciones anteriores la economía de Norte de Santander creció en 2017 por debajo del promedio histórico (4,4%) y con tendencia a la desaceleración. Se estima que la economía creció el año pasado 0,8%, con una variación negativa de 0,09 % en el cuarto trimestre de 2017. Por otra parte, el primer trimestre del 2018 evidenció cambios positivos de tendencia en varios indicadores claves que según el Indicador de Monitoreo de la Actividad Económica **(**IMAE) estima una tasa de crecimiento de 0,6% en comparación con igual al trimestre del año anterior. (Opinión, 2018)

Por consiguiente, esta investigación tiene como objetivo principal, diseñar un plan de internacionalización para la fábrica de jeans Industrias Maite en la ciudad de San José de Cúcuta, con el fin de buscar y ampliar sus mercados internacionales por medio de un Diagnostico general, Analizar los mercados extranjeros, determinar los mecanismos de acceso en los mercados extranjeros seleccionados y por último realizar un plan de Exportador.

1. **Titulo** PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA FABRICA DE JEANS INDUSTRIAS MAITE EN LA CIUDAD DE SAN JOSE DE CÚCUTA.

1.1. Problema de Investigación

El sector textil de confección en los últimos años ha presentado una crisis en una demanda decreciente, altos inventarios y el permanente ingreso al país de productos a precios muy bajos conforman la pesada mezcla que tiene a la industria textil y de la confección en jaque.

Según las cifras descritas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) en torno a la coyuntura del sector textil-confección ponen en evidencia el difícil momento que atraviesa esta industria, según la revista dinero en junio la producción real del renglón hilatura, tejeduría y productos textiles registró una caída de 19%, frente al mismo mes de 2016, mientras en confecciones el declive fue de 13%, con su consecuente efecto sobre el empleo que se redujo, según el 8,8% y 5,3%, respectivamente.

En lo que hace referencia al primer semestre, las cosas no fueron muy diferentes. En el primer caso, la baja fue de 8,8%, mientras en el segundo alcanzó 9,7%, convirtiéndose en la segunda actividad que más contribuyó a la caída generalizada de las manufacturas. (Dinero, 2017)

De acuerdo a lo anterior mencionado el sector moda que hace referencia a los jeans y demás prendas de vestir de confección han pasado por una baja demanda y producción de productos manufacturados, ya que el ingreso de los mismos productos de textil provenientes de

otros países es supremamente bajo de precios y esto afecta el costo de producción nacional en la fabricación de un producto terminado.

Resulta oportuno que la fábrica de jeans Industrias Maite tiene como principal actividad económica producir y fabricar jeans para damas y caballeros con el fin de buscar nuevas oportunidades de ventas en el exterior para el crecimiento de la empresa, por consiguiente seria la primera estrategia de internacionalización a través de este plan exportador, en ese mismo sentido la fabrica debe mejorar la calidad de producción, innovación y competitividad en adaptarse a los gustos de los consumidores internacionales para establecer un buen intercambio comercial.

1.2. Planteamiento del problema

La industria de la moda global es una industria líder en el mundo, bien conocida por sus jugadores clave como Inditex, LVMH, H&M y Nike. El mercado internacional de prendas esta actualmente valorado en 3,000 billones de dólares es por eso que no es una sorpresa que tan sólo Inditex y Nike este valorada cada una en 100 billones de dólares.

En esta medida, la plataforma que apoya y ayuda al sector moda a nivel mundial en la publicación de las ultimas tendencia creadas y las personas que quieren hacer parte del mundo de la moda es Fashion United está determinada en examinar las principales estadísticas de la industria de la moda en 10 diferentes países alrededor del mundo, incluyendo a los países que son jugadores claves como Estados Unidos e Italia, de igual manera se analizará a los jugadores menos conocidos como Bélgica. (Fashionunited, 2016)

Por lo tanto, Colombia juega un papel muy importante en la producción y exportación del sector moda de confección que se destaca por tener empresas y fabricas reconocidas a nivel nacional e internacional como es el caso de la empresa Arturo Calle, Studio F y Ela.

Los productores nacionales, tienen claro que este mercado es uno de los más fructíferos de la industria, por esta razón incluyen siempre la última tecnología, logrando optimizar procesos como: tecnología láser y utilización de ozono para acabados denim, que permiten ahorrar agua y evitar la utilización de diferentes químicos, sin afectar la calidad de los tejidos, pensando siempre en prendas con distintas tonalidades y acabados.

Las exportaciones de jeans en 2015 sumaron 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, 2015)

Según el planteamiento anterior, cabe mencionar que es una realidad tangible aquella en la que la gran mayoría de fábricas desconocen toda esta información a pesar de que a nivel de políticas se han hecho grandes cambios para facilitar el comercio internacional en Colombia, es por ello que surge el presente estudio, con el fin de brindar apoyo a la fábrica de jeans Industrias Maite para crecer en el campo de la exportación de los jeans fabricados, con el propósito de incursionar en los mercados internacionales, ya que esta fábrica desea aumentar sus ventas y participar en diferentes mercados exteriores.

1.3. Formulación del problema

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo general diseñar un plan de internacionalización para Industrias Maite ubicada en la ciudad de San José de Cúcuta. En este mismo sentido el planteamiento del problema mencionado anteriormente en esta investigación tiene, como fin producir unos lineamientos para cumplir con esta pregunta del problema, cabe resaltar que la empresa Industrias Maite presenta una buena fabricación de Jeans y que se requiere hacer de manera directa la exportación a través de este plan de internacionalización. Por consiguiente, se plantea la siguiente pregunta de investigación.

Pregunta de Investigación

¿Cuál sería el plan de internacionalización de la empresa Industrias Maite ubicada en la ciudad de San José de Cúcuta?

1.4. Sistematización del problema

La forma de llevar a cabo la presente investigación tendrá como inicio la realización de un diagnóstico dirigido a la estructura gerencial de la fábrica de Jeans Industrias Maite para verificar la factibilidad del mismo, seguidamente se procederá al análisis de los mercados de mayor aceptación del producto comercializado, para así determinar los mecanismos de acceso al mercado objetivo y las diferentes políticas existentes en cada región, de tal modo que todos estos datos permitan el diseño de un plan exportador que aumente la comercialización de los jeans fabricados por la empresa Industrias Maite. Ante tales planteamientos surgen las siguientes preguntas específicas.

- ¿Cuál es la oferta exportable de los Jeans fabricados por la empresa Industrias Maite?
- ¿Qué mercados son susceptibles para la comercialización internacional de los Jeans fabricados por la empresa Industrias Maite?
- ¿Cuáles son los mecanismos de acceso al mercado objetivo para la comercialización internacional de los Jeans fabricados por la empresa Industrias Maite?

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Diseñar un plan de internacionalización para la empresa Industrias Maite ubicada en la ciudad de San José de Cúcuta.

2.2. Objetivos específicos

- Identificar a través de un análisis interno la capacidad de producción de los Jeans fabricados por la empresa Industrias Maite.
- Determinar el país objetivo para la comercialización internacional de los jeans fabricados por la empresa Industrias Maite.
- Analizar la distribución física internacional del país objetivo seleccionado para la comercialización de los jeans fabricados por la empresa Industrias Maite.

e

3. Justificación

El mercadeo a nivel internacional crece a ritmos acelerados, cada día aumentan las redes de intercambio comercial entre las naciones y los mecanismos para ello sufren modificaciones constantes, producto de las múltiples necesidades que surgen en cada lugar del mundo, las cuales pueden ser cubiertas en el margen del intercambio comercial según la oferta que exista para el momento, la expansión y el crecimiento es un comportamiento natural de toda empresa, a su vez estas son señales que indican el bienestar de la misma, ante este planteamiento, el presente estudio se hace relevante desde una perspectiva teórica debido a que brinda información real acerca de un caso de exportación de un producto como lo son los jeans, del cual se enunciará documentos bibliográficos aptos para ser tomados como ejemplo a futuras investigaciones debido a que representa una fuente fidedigna como antecedente para otros investigadores, de igual modo desde la práctica, el plan a diseñar especifica de forma clara y sencilla los pasos a seguir para su aplicación.

Así mismo, el presente estudio aporta aspectos relevantes a nivel socioeconómico, debido a que con el plan de internacionalización se intenta mejorar la productividad y comercialización, así, entre mayor sea el crecimiento de la fábrica Industrias Maite a nivel internacional en el comercio de los jeans se contribuye a la creación de empleo y bienestar social, entre tanto que permite anclar la imagen de Colombia en la preferencia y calidad de este producto en otros países. Igualmente, la presente investigación propiciará el apoyo para el fortalecimiento de las estructuras comerciales del sector moda a nivel local, departamental y nacional.

De igual forma, desde el punto de vista académico, la investigación provee evidencias claras de la calidad en la formación de los profesionales en el área del comercio internacional, en el conocimiento y manejo de los canales actuales de comercio exterior, políticas nacionales e internacionales, aplicación de métodos y procedimientos de alta asertividad para brindar seguridad en las empresas en la ejecución pertinente de la comercialización de los productos, entre otras competencias más.

4. Marco Referencial

4.1. Antecedentes

Según Fidias Arias (2004). Define los antecedentes de la investigación como todos los trabajos de investigación que anteceden al nuestro, es decir, aquellos trabajos donde se hayan manejado las mismas variables o se hallan propuestos objetivos similares; además sirven de guía al investigador y le permiten hacer comparaciones y tener ideas sobre cómo se trató el problema en esa oportunidad. A si mismo los siguientes proyectos mencionados en la presente investigación por empresas y productos en el ámbito internacional, nacional y regional que han expandido sus mercados con el fin de posicionar sus productos y poder diagnosticar planes de exportación, tema a fin con el desarrollo de este proyecto:

4.1.1. Antecedentes a Nivel Internacional

Estudio de Factibilidad y Propuesta de Plan de Exportación de Calzado de Cuero Elaborado en el Cantón Guano, provincia de Chimborazo, para el mercado venezolano.

Trabajo elaborado por Karen Alexandra Avendaño Figueroa, Cristhian Gabriel Peña Torres de la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador, en la ciudad de Cantón Guano, Ecuador, del año 2014. Este proyecto de investigación tuvo como objetivo general Analizar la factibilidad de exportar calzado de cuero elaborado por los artesanos del cantón Guano para proponer un plan de exportación hacia el mercado venezolano. (Figueroa & Peña, 2014)

Ecuador es un país reconocido a nivel mundial como buen productor de artesanías y manufacturas tradicionales, su cuero y su calzado es un sector que en los últimos años ha vendido recobrando espacio en su mercado local gracias a las medidas arancelarias a las importaciones de este tipo de bienes adoptadas por el gobierno. El cantón Guano en la provincia

de Chimborazo, es uno de los centros de producción de calzado del país dotado de capacidad productiva, pero con falta de posicionamiento en el mercado por diversas circunstancias como: migración, analfabetismo, entre otras.

Este trabajo sirve como modelo en la elaboración del plan de internacionalización para la empresa Industrias Maite en la exportación de Jeans, ya que planteó un estudio sobre analizar la factibilidad de exportar calzado en cuero para el mercado venezolano, a su vez permite explicar todo el proceso de exportación del producto, en ese mismo sentido se debe posicionar en los mercados internacionales.

Otro antecedente lo constituye: La Comunidad Andina y su Efecto en los Procesos de Internacionalización Industrial: Estudio de caso de Empresas Guayaquileñas en los Sectores Plástico, Alimentos y Bebidas, trabajo elaborado por Carol Jara; Andrés Briones; en la ciudad de Quito, Ecuador; publicado en el año 2014. (Jara & Briones, 2014)

La internacionalización empresarial comprende todas las operaciones que llevan a cabo las empresas para vincularse con los mercados internacionales, y trata de evitar la dependencia empresarial al mercado local a través de la generación de negocios con nuevos mercados y la resistencia a las crisis locales. A lo largo de los últimos años han surgido diversas teorías que intentan clasificar las razones que llevan a una empresa a su internacionalización, que van desde motivos económicos, logísticos y sociales hasta culturales.

El anterior trabajo sirve como base para analizar los efectos en los procesos de internacionalización, ya que la empresa Industrias Maite no ha tenido experiencia con operaciones de comercio exterior. Por consiguiente, ayudaría por medio de esta investigación la búsqueda de nuevos mercados internacionales.

Así mismo el trabajo: La Inteligencia Competitiva en los Procesos de internacionalización Empresarial. Una Guía de Recursos de Información para la Empresa Española y el Periodismo Económico; trabajo realizado por Antonio Muñoz Cañavate; Rosario Fernández Falero; en la ciudad de Madrid, España; publicado en el año 2015. (Cañavate & Falero, 2015)

La información se ha convertido en un recurso imprescindible para el proceso de toma de decisiones en las empresas, y elemento fundamental en el proceso de Inteligencia Competitiva. La globalización económica y la libre circulación de mercancías, bien sea dentro de estructuras supranacionales o derivados de la firma de Tratados internacionales, han aumentado el número de competidores presentes en los mercados, pero también las oportunidades para acceder a otros mercados internacionales. Este trabajo describe los recursos de información más importantes que puede necesitar una empresa en su acceso a los mercados internacionales, y que proceden tanto de organismos públicos como privados. Muñoz & Fernández (2015).

El proyecto anterior mencionado habla sobre la inteligencia competitiva en los procesos de internacionalización para las organizaciones, ya que abarca la competitividad en las empresas y manejen estrategias de posicionamiento para la internacionalización de los productos.

4.1.2. Antecedentes a Nivel Nacional

Dentro de los estudios a nivel nacional también se ha abordado la temática del comercio internacional, en este caso proyectos elaborados por autores de Universidades ubicadas en el país. A continuación, se presentan los considerados por los siguientes investigadores:

Análisis y Caracterización del Subsector Calzado en el Área Metropolitana De Bucaramanga en la Universidad Industrial De Santander; trabajo elaborado por Delgado Baron, Ciro Alfonso y Mayorga Torres, Jaime; en la ciudad de Bucaramanga, Colombia publicado en el año 2012. (Baron & Torres., 2012). El siguiente proyecto de investigación consiste en un estudio netamente documental descriptivo sobre teorías y documentos estadísticos relevantes que reflejan el comportamiento de la industria del calzado no solo a nivel internacional sino específicamente a nivel nacional y con énfasis mayor sobre el área de la ciudad de Bucaramanga, donde los investigadores llegaron a conclusiones relevantes para esta investigación en cuanto a la invasión del mercado del calzado por parte de potencias extranjeras como China, la cual ofrece productos de amplia gama a bajo costo, esto ha disminuido la porción de participación del calzado que se produce a nivel nacional, por otro lado, la investigación concluye también que se ha experimentado aumentos considerables en la exportación de materia prima para calzado en rubros de cuero hacia países asiáticos como China, los cual ha causado cierto desabastecimiento de esta materia prima, afectando de manera directa la producción de calzado nacional, aumentando los costos del mismo debido a la ausencia del producto.

De este modo, los efectos que se suministran en esta investigación sobre el tema en cuestión datan en el panorama de la comercialización internacional de un producto fabricado en Colombia, lo cual se aborda completamente y es necesario tener claras las perspectivas y movimientos del mercadeo del sector moda en Colombia para así poder cumplir la meta principal de crear un plan de internacionalización para el comercio de los jeans fabricados por la empresa Industrias Maite.

Otro antecedente es: Estudio de la Estructura de Mercado para la Exportación y Comercialización de Café Tostado y Molido al Mercado de los Estados Unidos, para la Empresa Ficas Ltda. En la Universidad Industrial de Santander; trabajo elaborado por Hernández Segovia, Mónica Marcela. Flórez Prada Ruth Johana; en la ciudad de Bucaramanga, Colombia; publicado en el año 2012. (Hernandez & Florez, 2012). El presente proyecto de investigación abarca una metodología cuantitativa, descriptiva, de campo, en donde abordaron una empresa que poseía un perfil exportador muy bajo y con la investigación se hicieron mejoras para potenciar la capacidad exportadora en todos los niveles necesarios, planteándose como meta principal el realizar un estudio de la estructura de mercadeo para exportar y comercializar café molido hacia los Estados Unidos a partir del plan exportador existente, el cual fue redireccionado y actualizado con nuevas oportunidades de mercadotecnia identificadas mediante una exploración a nivel económico, político, legal, informativo, tecnológico, sociocultural del mercado a abordar que son los Estados Unidos, mediante una triada de información consumidor-competencia-producto, las investigadoras concluyen que el estudio de mercadotecnia favorece el reimpulso del plan exportador debido a que permite dar pasos firmes en las redes de comercialización y exportación, haciendo posible verificar las condiciones del mercado en el país de destino, en tal sentido, éste

trabajo presenta mucha similitud con el estudio en desarrollo debido a que la empresa Industrias Maite; aunque están en otro rubro; se encuentran en la misma condición que Ficas en cuanto al plan de internacionalización, lo cual brinda guías a la hora de elaborar los planes para la fábrica de jeans.

Igualmente se presenta el antecedente: El Efecto del Comportamiento Exportador sobre el Compromiso del propietario- Gerente con la innovación en Colombia: interpretaciones bajo el enfoque de aprendizaje. Trabajo elaborado por Eduardo Gómez Araujo, Izaias Martins, Yancy Vaillant; en el año 2014; de la ciudad de Bogotá, Colombia. (Gomez, Martins, & Vaillant., 2014)

El anterior proyecto mencionado como antecedente nacional tiene como objetivo general investigar el efecto del comportamiento exportador de la empresa sobre el compromiso del propietario-gerente con la innovación. Para ello, se considera la teoría de aprendizaje como marco de referencia. El estudio utiliza información a partir de la encuesta de población adulta del GEM Colombia 2010 y 2011. Para verificar las hipótesis se utilizaron modelos de regresión logística considerando el efecto marginal. Los resultados indican que la propensión exportadora aumenta la probabilidad de compromiso del propietario-gerente con la innovación, corroborando la idea del aprendizaje organizacional a partir de la presencia en los mercados internacionales. Sin embargo, no se pudo confirmar el mismo efecto positivo cuando la variable explicativa ha sido la intensidad exportadora.

El anterior proyecto de investigación abarca desde la perspectiva gerencial el comportamiento exportador de una empresa, resulta oportuno que el gerente debe hacer parte fundamental de la comercialización internacional de un producto como en la investigación actual de la empresa Industrias Maite, que desde las jerarquías mayores se debe tomar iniciativa para

empezar con el proceso de internacionalización de la empresa. Gómez Eduardo, Martins Isaías, valillant Yancy.

4.1.3. Antecedentes de Nivel Regional

Desde el ámbito regional o local, en el departamento del Norte de Santander se han desarrollado de igual manera estudios relacionados con planes exportadores, los cuales brindan un cumulo de experiencias que permiten a los investigadores obtener ideas claras y direcciones a encaminarse a la hora de emprender la realización del plan de internacionalización para la fábrica de jeans Industrias Maite, tomando en cuenta que las empresas abordadas en las investigaciones que a continuación se muestran ya participan en las exportaciones y que estos estudios buscan optimizar estas acciones mediante estrategias de vanguardia.

Plan de Internacionalización para la exportación de maletines de cuero desde la ciudad de San José de Cúcuta; Trabajo elaborado por Henríquez Abreo, Ana Karina. Velázquez Durán, Hary Ferley. En el año 2014; de la ciudad de San José de Cúcuta, Colombia. (Henriquez & Velazquez., 2014)

Este proyecto se realizó mediante un estudio cuantitativo, de campo y descriptivo bajo la modalidad de proyecto factible, aquí a través de una matriz de preselección de mercado se determinaron tres mercados internacionales a abordar, creando un plan exportador para cada uno de ellos, tomando en cuenta todas las variables logísticas, económicas y sociales, así como los demás aspectos para tener en cuenta para penetrar efectivamente el mercado. Finalmente, las

investigadoras determinaron las estrategias para la internacionalización de los productos marroquineros, los cuales deben cumplir todas las empresas que emprendan negocios internacionales, normativas, aspectos de calidad, procesos, entre otras, las cuales ayudaran a las empresas a permanecer en el mercado global, siendo esta una de las ideas a desarrollar dentro del presente estudio, al mismo tiempo que brinda un aporte a tomar en cuenta con respecto a crear líneas de acción específicas en la exportación de calzado específicamente.

Según los aportes del antecedente regional anterior tiene relación con el actual plan de internacionalización de los jeans fabricados en la ciudad de Cúcuta, ya que sirve como modelo para el diseño de un plan exportador con el fin de buscar mercados internacionales y aumentar su productividad y comercialización.

Otro antecedente considerado es: Plan de Internacionalización del Carbón Tipo Coque para la Empresa Carboex S.A.S de Norte de Santander. Trabajo elaborado por Martínez Rojas, María Camila. Núñez Estupiñán, Diego Alexander; en el año 2014; de la ciudad San José de Cúcuta, Colombia. (Martinez & Nuñez, 2014)

El proyecto se orientó a la búsqueda y redireccionamiento del mercadeo internacional debido a que el mercado nacional e internacional tradicional está saturadas por las demás empresas locales, lo cual hace menos posible el crecimiento y la rentabilidad de la empresa en cuestión. Mediante el empleo de una matriz de selección de mercado se analizaron los posibles países objetivos, trazando el plan estratégico para los trámites de exportación, las rutas, ciudades y medio de transporte para llegar a los mercados seleccionados incluyendo la definición de costos del mercadeo internacional de carbón tipo coque.

En tal sentido, en la investigación se encuentran puntos convergentes con respecto a la que se desarrolla, uno de ellos es la saturación del mercado local y nacional, la fábrica Industrias Maite posee la capacidad para producir grandes cantidades de Jeans, pero se encuentra con un techo para la comercialización debido a que el mercado está amplio. La segunda radica en que otras empresas en otros departamentos mantienen las exportaciones en las líneas de mercadeo ya existentes, esquema con el cual se busca romper con el desarrollo del presente estudio, ya que se quiere crear nuevas líneas de mercadeo internacional y sentar las bases con otros países.

4.2. Bases Teóricas

Comercio Internacional

El comercio internacional sienta sus bases en tiempos milenarios, donde se llevaba a cabo por medio de trueques y en otros momentos con dinero de la época, bajo parámetros establecidos según las condiciones de cada región, con espacios muy limitados y con tiempos extremadamente largos para que se consumasen las transacciones debido a las formas de traslados bastante rudimentarias y poco seguras. Este tipo de fenómeno social empieza a repuntar y tomar cada vez espacios mucho más amplios entre los siglos XV y XVI con todo el movimiento de la llamada época del renacimiento y caída del oscurantismo, pues es allí donde salen a la luz grandes descubrimientos e inventos que transformarían la historia futura de la humanidad, los cuales se emplearon para generar mayores cantidades, aminorar costos y sobre todo a disminuir el tiempo empleado para la realización de las tareas. (Alvear, 2015)

En el mismo orden de ideas, la situación geográfica correspondiente a los grandes acontecimientos del comercio internacional de la época pertenece a la Europa Occidental de

donde pertenecía el 70% de todas las exportaciones a nivel mundial, así lo comenta Lobejón (2001) quien expresa que el Reino Unido tomaba la parte mayoritaria en la intervención del mercado externo seguido de Francia, haciendo énfasis en el uso del vapor para el traslado de las mercancías y el empleo de ferrocarriles y barcos, fue tanto el crecimiento económico de estas dos naciones en el comercio internacional que les llevó a percibir muchos más ingresos por estas actividades comerciales que por los aranceles e impuestos nacionales, lo cual llevo consigo a la creación del librecambismo como convenio entre las naciones europeas involucradas en el mercado.

El autor Carlos Nahuel Oddone (1996) afirma que el concepto de comercio internacional se encuentra enmarcado en una multipolaridad e interdisciplinariedad tan diversa como el universo mismo puesto que en cada región y país existen legislaciones propias, pese a los grandes esfuerzos por unificar términos y tratar de establecer reglas en común para facilitar las transacciones y comercialización de productos, esta definición no pierde vigencia en la actualidad pues es denominado comercio internacional a todo aquel traspaso de bienes y servicio entre países, lo cual es también denominado economía abierta.

En correspondencia con las ideas anteriores cabe resaltar que dentro del comercio internacional existen una serie de teorías que lo sustentan, entre estas se encuentra Adam Smith con su teoría de la ventaja absoluta y David Ricardo con su modelo de la ventaja comparativa, expuestas por Bajo (1991), donde la primera establece que la oferta y la demanda regulan el comercio internacional y que aquellos productores que poseen mayor dominio en el mercado son quienes puedan ofrecer productos desarrollados internamente desde sus inicios con la menor intervención de intermediarios para disminuir los costos absolutos, lo cual en propuesta Ricardiana plantea que no siempre es determinante mantener los costos absolutos sin tomar en

cuenta los costos relativos de los productos ofertados frente a los mercados en otros países, es decir que aquellos que posean una producción con el menor número de horas de trabajo dedicado a cada producto obtendrá la ventaja absoluta frente a los demás mercados, sin embargo, la propuesta Ricardiana deja de lado la demanda, enfocándose solo en la oferta dependiente de la disminución de costos, desestimando la capacidad de poder abastecer el mercado nacional, lo cual es conocido como autarquía, que de ser así elevaría el costo para la adquisición, encareciendo el producto en el mercado local lo cual dejaría al país fuera del margen de competencia debido a que se tendría que importar tales productos para mantener abastecido.

En relación a esto, surge un expositor más que daría un aporte a ambas posturas que explica la necesidad de incorporar la demanda dentro del modelo del comercio internacional por Jhon Stuart Mill, también explicado por Bajo (1991) en donde sostiene que los términos de la demanda en un país determinaran el precio de un producto, es decir que debe haber un balance entre la demanda y la oferta; estimando la autarquía como eje de centro; esto determina el precio de un producto en el mercado internacional, si la demanda internacional supera la capacidad de producción interna y de exportación, esto conlleva a un mercadeo de incremento de precios tanto dentro como fuera y por el contrario si la oferta supera la autarquía y la demanda internacional abaratará las mercancías. Según Mill debe existir un equilibrio en la producción y el mercadeo para que se estabilicen los precios.

Librecambismo y Proteccionismo

Desde los inicios del comercio internacional han surgido serias circunstancias en las que se han debido implementar medidas con las cuales establecer orden dentro de los intercambios, siendo este orden referido a diferentes aspectos del comercio, bien sea arancelario, condiciones de calidad y normativa ambiental, sanitarios entre muchas más, todos ellos variables y ajustables

a la región donde se esté llevando a cabo el intercambio comercial, siendo el mundo tan dinámico. Sin embargo, el librecambismo es una doctrina de la economía que se opone al proteccionismo, debido a que se encuentran en polos opuestos.

En tal sentido, el libre cambio apoya la intervención del estado sobre la comercialización de los bienes y servicios, sino que los acuerdos y tratos se establezcan plenamente entre las partes comerciales, aseverando que por medio de esta práctica se distribuirá fluidamente los productos a nivel mundial, a esto se le llamó el primer capitalismo o comercio flexible como lo explica Cantos (1999), quien al mismo tiempo dicta que estos planteamientos favorecen grandes agrupaciones como la Unión Europea, los valores intrínsecos del librecambismo se basan en que toda persona posee el derecho natural de comprar y/o vender en las condicione y mercados que considere más ventajosos, de igual forma postula que la división internacional del trabajo es generadora de mayor productividad que el proteccionismo, también que la competencia tiene efectos beneficiosos en el perfeccionamiento y avance de la tecnología acarreando con esto la disminución de los costos de los productos a nivel mundial.

Por otra parte, la Organización Mundial del Comercio (OMC) afirma que el proteccionismo se asocia a normativas y reglamentaciones, a lo que el comercio denomina barreras que limitan o imposibilitan el comercio, esto enmarcado en las políticas económicas dictadas por órganos rectores en su mayoría estatales, con el fin de proteger los productos propios del país, oponiendo limitaciones a la entrada de productos extranjeros que reducen el mercado nacional, esto mediante la imposición de aranceles o impuestos de importación por parte del comprador, haciéndolo más costoso que los producidos localmente. En tal sentido, las políticas que rigen al proteccionismo han experimentado diversos comportamientos en el tiempo, de tal manera que bien sea por conflictos o por autarquía, el proteccionismo se aplica de forma directa, a tal punto

que en crisis económicas la implementación del proteccionismo evita que se desbalanceen los mercados en cuanto a la oferta y demanda de bienes y servicios que puedan afectar la economía de un país.

El Proteccionismo defiende las actividades económicas nacionales, de tal modo que lo importado no vaya en detrimento de la producción nacional, perteneciendo esta línea de acción a modelos de pensamiento socialista – comunista quienes son los primeros practicantes al monopolizar las importaciones y exportaciones del país ejerciendo control y regulación absoluto del comercio.

4.3.Marco Conceptual

Los siguientes conceptos hacen referencial al plan de internacionalización, que surgen a partir de la idea de investigación planteada**.**

Comercio. Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos objeto o materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un comerciante o un mercader. (Pérez & Merino 2008.,).

Comercio Internacional. Es aquello perteneciente o relativo a dos o más países o que ha trascendido las fronteras de una nación. Afirma que las mercancías debían producirse en los países con los costes de producción más bajos y desde allí exportarse al resto del mundo, lo que se conoce ventaja absoluta. (Adam Smith, 1723).

Comercialización: Arellano (2004) define la comercialización como todas aquellas acciones que le permiten cumplir con la función de facilitar la distribución y entrega de productos al consumidor final. Igualmente, Stanton y otros (2004) indican que se refiere a todas las gestiones necesarias para transferir la propiedad de un producto y transportarlo de donde se elabora a donde finalmente se consume.

Exportación. Representa la salida de mercancías, bienes y servicios a mercados externos, es decir fuera del país, para Castro (2008), igualmente consiste en la salida de una mercancía de un país a otro, dicha mercancía atraviesa las fronteras de diferentes formas, bien sea de forma marítima, aérea o terrestre. En la actualidad en Colombia se define exportación según la aduana como la salida de mercancías del territorio aduanero nacional hacia el extranjero incluso hacia las zonas francas.

Distribución física internacional: es el proceso logístico que se desarrolla en torno a situar un producto en el mercado internacional cumpliendo con los términos negociados entre el vendedor y el comprador. (Orlando, J., 1997).

Importación. Son el transporte legítimo de bienes y servicios del extranjero los cuales son adquiridos por un país para distribuirlos en el interior de este. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales. De igual manera, según Hernández y Galindo (2.004) las importaciones son la introducción de bienes y servicios provenientes de otros países, estas a su vez se pueden evidenciar de dos maneras, una de ellas es la importación definitiva en la cual las mercancías

entrantes se consumen directamente dentro del país, otro tipo de importación son las temporales, en las cuales los bienes y servicios entrantes son modificados y luego exportados como en los casos de las materias primas.

Incoterms. Según la Cámara de Comercio Internacional (CCI)afirman que son términos de tres letras cada uno, que reflejan las normas de aceptación voluntaria por las dos partes; compradora y vendedora; acerca de las condiciones de entrega de las mercancías y/o productos.1 2 3 Se usan para aclarar los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías.

Mercadeo, Mercadotecnia o Marketing: Para Philip Kotler y Gary Armstrong (2006) autores del libro "Fundamentos de Marketing", el concepto de marketing es "una filosofía de dirección de marketing según la cual el logro de las metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores"

Jeans: Conocida como la prenda más representativa de la modernidad, el jean es sin dudas uno de los elementos más populares y básicos en la vestimenta de cualquier persona sin distinción de nivel socioeconómico, estilo, creencia o ideología. Los jeans pueden encontrarse en tal variedad de opciones y posibilidades que se puede decir quizás que es una de las prendas más adaptadas, trabajadas y diseñadas del siglo XX. (Levi Strauss,2005)

Sector Moda: La moda es un sector que crea imagen de país e influye favorablemente en otros sectores económicos. Una imagen de país sólida es capaz de dar soporte a las exportaciones de bienes y servicios y al mismo tiempo atraer inversiones extranjeras. Dicho sector engloba infinidad de actividades, de productos, de ideas; definir el sector en unas palabras

roza la imposibilidad debido a su alcance ya que engloba desde el sector textil y de confección, al del calzado, el de la marroquinería, la bisutería (Castro, 2002).

4.4. Marco Legal

A continuación, se especifican los artículos, leyes y decretos que rigen las actividades de exportación de productos, bienes y servicios en la República de Colombia, para así dar sustento legal a las actividades y planteamientos propuestos para esta investigación, debido a que para el cumplimiento de los objetivos del estudio es necesario expresar el plan de internacionalización bajo los términos legales correspondientes que permanecen vigentes en el país.

Constitución Política de la República de Colombia.

Artículo 150. Corresponde al Congreso hacer las leyes. (Articulo150, 1999)

Por medio de ellas ejerce las siguientes funciones:

13. Determinar la moneda legal, la convertibilidad y el alcance de su poder liberatorio, y arreglar el sistema de pesas y medidas.

16. Aprobar o improbar los tratados que el Gobierno celebre con otros Estados o con entidades de derecho internacional. Por medio de dichos tratados podrá el Estado, sobre bases de equidad, reciprocidad y conveniencia nacional, transferir parcialmente determinadas atribuciones a organismos internacionales, que tengan por objeto promover o consolidar la integración económica con otros Estados.

19. Dictar las normas generales, y señalar en ellas los objetivos y criterios a los cuales debe sujetarse el Gobierno para los siguientes efectos:

a. Organizar el crédito público;

b. Regular el comercio exterior y señalar el régimen de cambio internacional, en concordancia con las funciones que la Constitución consagra para la Junta Directiva del Banco de la República;

c. Modificar, por razones de política comercial los aranceles, tarifas y demás disposiciones concernientes al régimen de aduanas;

d. Regular las actividades financiera, bursátil, aseguradora y cualquiera otra relacionada con el manejo, aprovechamiento e inversión de los recursos captados del público;

24. Regular el régimen de propiedad industrial, patentes y marcas y las otras formas de propiedad intelectual.

Decreto 2681 de 1999. Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios. (diciembre 28) por medio del cual se reglamenta el Registro Nacional de Exportadores De Bienes y Servicios. (Mincit, 1999)

El presidente de la República de Colombia, en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales y en especial de las que le confiere el numeral 25 del artículo 189 de la Constitución política y en desarrollo de las Leyes 48 de 1983 y 7ª de 1991 con las recomendaciones del Consejo Superior de Comercio Exterior,

DECRETA:

Artículo 1°. La inscripción en el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios será requisito indispensable para:

1. La devolución del IVA.

2. La exención del IVA para los servicios prestados en el país en desarrollo de un contrato de exportación de servicios demostrado en la forma que señala el presente decreto, y que se utilicen exclusivamente en el exterior por empresas sin negocios o actividades en Colombia.

3. La aprobación de Sistemas Especiales de Importación - Exportación.

4. El reconocimiento del Certificado de Reembolso Tributario CERT.

5. La prestación de cualquier servicio por parte de Proexport.

6. La utilización de programas aduaneros especiales y de regímenes para usuarios altamente exportadores.

7. El registró como comercializadora internacional, usuario permanente de una zona franca.

8. El otorgamiento de crédito de Bancoldex.

9. La solicitud de determinación de Criterios de origen para productos de exportación.

10. La no aplicación de la retención en la fuente para los ingresos provenientes de exportaciones.

Decreto 2788 del 31 de agosto de 2004 de Ministerio de Hacienda.

El Gobierno Nacional con el Decreto 2788 del 31 de agosto de 2004 de Minhacienda, reglamentó el Registro Único Tributario (RUT), el cual se constituye el único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN. Para adelantar actividades de exportación, se debe tramitar este registro, especificando dicha actividad. (DIAN, 2004) Teniendo en cuenta que el RUT sustituyó e incorporó, entre otros, el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios, es importante que los interesados observen estrictamente las disposiciones establecidas para el efecto, tanto en el Decreto 2788 como en la Resolución 8346 ambos de 2004. Este último se sustenta en la Circular Externa # 062 de 2004 de Mincomercio.

Decreto 390. De 2016 del 7 de marzo de este mismo año, "Por el cual se establece la regulación aduanera" "por el presidente de la república de Colombia.

Considerando:

Que es necesario armonizar la regulación aduanera con los convenios internacionales, particularmente con las normas de la Comunidad Andina y el Convenio Internacional para la Simplificación y Armonización de los Regímenes Aduaneros - Convenio de Kyoto Revisado de la Organización Mundial de Aduanas. (Mincit, Decreto 390, 2016)

Que como resultado de la revisión de política comercial del par ante la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), se recomendó la promulgación e implementación de una nueva regulación aduanera.

Que se requiere compilar, modernizar, simplificar y adecuar la regulación aduanera a las mejores prácticas internacionales, para facilitar el comercio exterior y el cumplimiento de los compromisos adquiridos por el país dentro de los acuerdos comerciales. Que la Decisión 618 de 2005 de la Comunidad Andina dispone para los países miembros la necesidad de adecuar su normativa aduanera a los principios, normas y recomendaciones establecidos en el Anexo General del Protocolo de Enmienda del Convenio Internacional para la Simplificación y Armonización de los Regímenes Aduaneros - Convenio de Kyoto Revisado.

Que es necesario adecuar los procedimientos de control a la realidad del país y a las modernas tendencias del Derecho. Que el Comité de Asuntos Aduaneros, Arancelarios y de Comercio Exterior, en sesión 253 del 19 de febrero de 2013, recomendó la expedición de dicha regulación. Que, así mismo, el Consejo Superior de Comercio Exterior, en sesión del 1 de abril de 2013, consideró la propuesta de modificación a la regulación aduanera, como una estrategia más en la lucha contra el contrabando, y en sesión del 31 de marzo de 2014 recomendó su expedición. Que en cumplimiento de lo dispuesto en el numeral 8 del artículo 8 de la Ley 1437 de 2011, el proyecto fue publicado en el sitio web de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales en diversas oportunidades durante los años 2012, 2013, 2014 Y 2015".

Decreto número 4927 del 26 de diciembre del 2011, en el cual se modifica el arancel de aduanas por el presidente de la Republica de Colombia.

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial de las conferidas por el numeral 25 del artículo 189 de la constitución política, con sujeción a lo dispuesto en la ley 7 de 1991 y 1609 de 2013 y considerando que mediante Decreto 4927 del 26 de diciembre de 2011, se adoptó el Arancel de Aduanas que entró a regir a partir del 10 de enero de 2012. (Mincit, Decreto 4927, 2011)

Que en virtud de las Decisiones 679, 688, 693, 695, 717, 771, 801 Y805 Y demás concordantes sobre política arancelaria común, actualmente los Países miembros de la Comunidad Andina se encuentran facultados para adoptar modificaciones en materia arancelaria.

Que en el marco del Plan Impulso a la Productividad y el Empleo-PIPE -, se contempló extender por dos (2) años más la reducción del gravamen arancelario a cero por ciento (0%), las importaciones de materias primas y bienes de capital que no registren producción nacional.

Que en sesión 282 y 285 de 2015 el Comité de Asuntos Aduaneros, Arancelarios y de Comercio Exterior, recomendó extender la reducción del gravamen arancelario a cero por ciento (0%) para la importación de productos clasificables en las subpartidas arancelarias señaladas en el artículo 1 del presente decreto, por el término de dos (2) años más contados a partir del 16 de agosto de 2015.

Según el ministerio de comercio, industria y turismo Mediante el decreto 4927 (del 26 de diciembre de 2011) "Por el cual se adopta el Arancel de Aduanas y otras disposiciones" el presidente de la república de Colombia arancel de aduanas.

Decreto 1351 del 22 de agosto del 2016, expedido por el Ministerio de Comercio y Turismo.

Que la República de Colombia ha suscrito acuerdos comerciales que prevén para el sector textil y confecciones mecanismos para adquirir de terceros países materiales o insumos considerados de escaso abasto, que al incorporarse en mercancías objeto del intercambio comercial entre las partes adquieren la condición de "originarias" y, en consecuencia, tienen derecho a disfrutar los beneficios del programa de liberación arancelaria pactado. (Mincit, Decreto 1351, 2016)

la Ley 172 de 1994

Aprobó el Tratado de Libre Comercio entre los Estados Mexicanos y la República de Colombia; la Ley 1143 de 2007 aprobó el Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América; la Ley 1241 de 2008 aprobó el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y los países del Triángulo Norte y la Ley 1363 de 2009 aprobó el Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y Canadá. (CONGRESODECOLOMBIA, 1994)

4.5.Marco Contextual

4.5.1. Alcance y Delimitación

Figura 1. Ubicación Geográfica de la empresa Industrias Maite

Fuente: Elaboración propia del autor

El presente estudio denominado plan de internacionalización para el comercio de los Jeans se desarrollará en la estructura empresarial de la compañía denominada Industrias Maite ubicado en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander.

Es un municipio colombiano, capital del departamento de Norte de Santander. Se encuentra situado en el nororiente del país, sobre la Cordillera Oriental de los Andes, cerca a la frontera con Venezuela. Cúcuta cuenta con una población aproximada de 650 mil habitantes, tiene una longitud de 10 km de norte a sur y 11 de oriente a occidente. Está constituida por 10 comunas, y es el epicentro político, económico, administrativo, industrial, académico, artístico, cultural, deportivo y turístico de Norte de Santander.

Delimitación.

En ese mismo orden de ideas se puede decir que la elaboración del presente proyecto de investigación tiene una duración de 3 periodos académicos consecutivos, iniciando el proceso en

el segundo semestre académico del año 2017(2017-2), momento en el cual se identificó la problemática y se propusieron las posibles estrategias que tendrá su desarrollo en el transcurso de la elaboración del Plan de Internacionalización. En el siguiente semestre 2018-1, se realizará la recolección e información y sistematización de datos, posteriormente el proyecto de investigación se dará por terminado en el periodo 2018-2.

4.6.Análisis Departamental

El departamento de Norte de Santander Después de los casi 3 años de cierre de frontera con Venezuela (agosto 20 de 2015) las exportaciones a nivel nacional e internacional se han visto afectadas. A nivel nacional se observa una reducción del 52,5% de las exportaciones del país hacia Venezuela en los meses del cierre de la frontera. Así mismo, a nivel departamental el nivel de exportaciones ha disminuido considerablemente, pues durante este periodo se ha dejado de exportar cerca de USD/FOB 74,6 millones.

Las exportaciones del departamento disminuyeron en un 56,8% durante el periodo de agosto de 2015 a enero de 2016 frente al mismo periodo del 2014 al pasar de USD FOB 133,6 millones a USD FOB 59,0 millones. Esto evidencia la fuerte dependencia que se ha tenido con Venezuela a través de los años, pues al estar cerrada la frontera las exportaciones a este país disminuyeron, así como la posibilidad de servir como plataforma de envío hacia otras regiones.

Esta disminución se evidencia en los productos que han sido representativos en las exportaciones del departamento como combustibles minerales, cobre y sus manufacturas y cerámica. De igual manera, las exportaciones de Norte de Santander hacia Venezuela disminuyeron en 73,3% durante el periodo de análisis. Los principales productos que evidencian esta baja en las exportaciones son productos cerámicos pues pasaron de USD/FOB 7,4 millones a

USD/FOB 391 mil, pieles pasaron de USD/FOB 2,6 millones a USD/FOB 516 mil y papel que disminuyó de USD/FOB 2,6 millones a USD/FOB 592 millones.

Dentro de las exportaciones totales del departamento es positivo resaltar que el café ha tenido una recuperación en las exportaciones, se evidencia un aumento del 85% con relación al 2014/2015. Lo que responde al plan de renovación de cafetales y a la tecnificación de la agricultura adelantado por la gobernación, sumado al buen momento del sector a nivel nacional en donde el 90% de la producción se exporta y donde el precio del dólar ha favorecido en gran medida este sector. (DataCúcuta, 2016)

Ante los planteamientos anteriores, es evidente que la capacidad de exportación del departamento se encuentra coartada, lo cual conlleva a la creación de nuevas líneas de mercadeo que permitan proyectar el crecimiento económico de la región, lo cual resulta traducido en la generación de empleos que representan el bienestar para las familias Norte santandereanas

Entre tanto el sector textil y de las confecciones de Norte de Santander podría dejar de generar unos 2.000 empleos constantes durante 2018, producto de la crisis que los está afectado desde marzo de este año. Aproximadamente, las empresas dedicadas a esta actividad contratan 12.000 personas o hasta 15.000 en sus picos de temporada, generando el 15,3% de las personas contratadas de Cúcuta y el área metropolitana. Sin sumar los talleres satélites o famiempresas, que subcontratan para apoyar la producción. (opinión, 2017)

Según Nubia González, directora ejecutiva de la Corporación de Industriales de la Moda de Norte de Santander (Corpomoda), dijo que esta es la consecuencia inmediata de la desaceleración que ha tenido en el mercado, producto de factores nacionales y regionales. Al igual que el resto de la industria del país, las empresas de este segmento productivo sufrieron este año la reducción en las ventas productos de la crisis económica que ha mermado la

capacidad adquisitiva de los hogares y el aumento del IVA del 16% al 19% establecido en la última reforma tributaria. “El problema es que los hogares están comprando menos prendas o no están comprando”, dijo González.

4.7.Marco Temporal

El desarrollo del presente proyecto de investigación esta divido en 3 semestres académicos por el cual las asignaturas de formativa de investigación comprenden cada una por semestre para un total de I,II,III por un periodo académico , en el cual este periodo 2018-2 se finaliza la formativa de investigación para la recolección de información y sistematización de resultados, con el objetivo de diseñar el plan de internacionalización para la fabrica de jeans Industrias Maite de la Ciudad de Cúcuta.

5. Diseño Metodológico

5.1.Tipo de Investigación

Dentro del presente estudio de investigación se presenta una vía de acceso para la recolección y análisis de información, la cual según Bisquerra (2004), plantea que la naturaleza del tipo de investigación puede ser enfocado de manera descriptiva – explicativa y al mismo tiempo correlacional; descriptiva - explicativa con respecto al presente plan de internacionalización y puntualmente lo que acontece en la empresa y su exportación de los Jeans, entre tanto resulta correlacional debido a que al momento de realizar el plan exportador se debe manejar la relación entre las variables dependientes e independientes que influyen en el comercio internacional del

producto antes mencionado, esto desde los puntos de vista legislativos, económicos, sociales, culturales, entre otros. (Bisquerra, 2004)

5.2. Método de Investigación

La representación de los estudios de investigación encuentran su fundamento en dos corrientes de pensamiento las cuales permiten estudiar el comportamiento bien sea de seres humanos, aspectos de la naturaleza, procesos mecánicos, entre otros, siendo estas en algunos casos cuantitativas la cual se encarga de examinar datos, comportamientos y sucesos de forma numérica a través de análisis estadísticos, y o en otros casos cualitativas las cuales se enfocan igualmente en recolectar información para su análisis y estudio acerca del comportamiento o cualquier proceso pero sin generar respuestas numéricas como resultado de la investigación, por el contrario hace descripciones de los hechos que se presenten, esto dependiendo de la manera en que se aborde la recolección de información, el análisis de las variables y la interpretación de los resultados de la misma, cada una de estas estructuras poseen aspectos totalmente marcados y opuestos entre sí.

Lafrancesco (2003) se refiere a los diseños metodológicos como aquellos procesos que crean las bases de la investigación y que aportan credibilidad y comprobabilidad a través de técnicas y estrategias propias de cada uno de los diseños metodológicos básicos, en otros casos pueden surgir investigaciones con diseños metodológicos mixtos es decir, cualicuantitativas las cuales están guiadas al estudio de muestras pequeñas, en donde el trato de las variables se encuentra sujeto análisis tanto objetivos como subjetivos, esto debido a que la investigación precisa para su resolución la complementariedad de ambos modelos Barragán. (Lafrancesco, 2003)

Tal es el caso de la presente investigación referida al comercio internacional de Jeans con que bien representa muchos aspectos numéricos acerca de la comercialización y al mismo tiempo para llevarse a cabo tal comercio es necesario analizar las condiciones de los mercados en otros países como en el de origen a nivel no solo comercial sino también social, ambiental, cultural entre otros, representándose allí la necesidad de disolver la dicotomía de lo cuanti y los cuali para sustentarse entre sí y aportar soluciones y respuestas a las interrogantes de la investigación.

5.3. Población

La población debe representar las características del objeto de investigación, tal como lo afirma, (Fuentelsaz, Icart, & Pulpón, 2006) en tal sentido, siendo los procesos de exportación de los Jeans el objeto de estudio de esta investigación, se tiene por población en este estudio a todas las empresas que fabrican Jeans en Norte de Santander y participan en la economía del país y por lo cual realizan exportaciones en la actualidad, las cuales representan al grupo de empresarios exportadores del sector moda que se produce en los diferentes departamentos en donde la producción de los Jeans se proyecta para fines de comercialización hacia el extranjero.

5.4. Muestra

El proceso de muestreo en una investigación puede realizarse de múltiples manera, dependiendo del tipo de estudio con respecto de la población abordada, las características de la misma, debido a que de esto depende la recolección de la información, ante este planteamiento, Bisquerra (2004) afirma que la muestra debe poseer representatividad y tamaño con respecto a la

población, es decir que la muestra debe poseer las características de la población para que sea fidedigna incluyendo el tamaño, tal como ocurre con la empresa Industrias Maite, en el cual es una fábrica de jeans que incide y aporta a la producción nacional del país.

5.5. Tratamiento de la Información

5.5.1 Técnica para la recolección de la información

Fuentes Primarias: estas fuentes corresponden a la información que proviene del Gerente, Administrador o Propietarios de la empresa INDUSTRIAS MAITE. Ubicada en Cúcuta-Norte de Santander, que mediante la aplicación del diagnóstico se obtiene la información sobre su capacidad exportadora, así mismo se encuentra en un anexo físico el instrumento.

Fuentes secundarias: estas fuentes secundarias de información son aquellas contenidas en investigaciones anteriores sobre diferentes planes de exportación con diferentes productos que son consultados por medio de documentos, proyectos, y estudios que son objeto del conocimiento y que algunos aparecen en los antecedentes y en la bibliografía de la investigación.

Resultados

6. Generalidades del producto

7.1 Descripción

Figura 2. *Jean Ultra Slim Tiro Alto Con Borla*

Fuente: Industrias Maite

Son un tipo de pantalones, generalmente confeccionados de tela de mezclilla o dungaree. Por lo general, el término "vaquero" se refiere a un estilo particular de pantalones, llamados "vaqueros azules", que fueron inventados por Jacob Davis y Levi Strauss & Co. en 1871 y patentados por Davis y Levi Strauss el 20 de mayo de 1873. Originalmente diseñados para hombres vaqueros del viejo oeste americano y mineros, estos pantalones se hicieron populares en la década de 1950 entre los adolescentes, especialmente los miembros de la subcultura greaser. Los jeans fueron un artículo de moda común en la subcultura Hippie de década de 1960 y lo siguieron siendo entre las subculturas juveniles de punk rock y heavy metal de los años 1970 y 1980. En la década de 2010, los jeans siguen siendo un artículo de moda popular, y

vienen en varios ajustes, incluyendo delgado, afilado, ajustado, recto, corte de bota, fondo del cigarrillo, inferior estrecho, cintura baja, anti-ajuste, y brillante.

7.2. Clasificación Arancelaria

Tabla 1. *Clasificación arancelaria del producto*

PERFIL DE LA MERCANCIA	
Clasificación arancelaria	**6204.62.00.00**
Descripción	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts (excepto de baño), para mujeres o niñas. - Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts: - - De algodón

Fuente: *DIAN*

Figura 3. *Perfil de la mercancía*

Fuente: *DIAN*

7.3 Ficha Técnica

Tabla 2. *Ficha Técnica del producto a exportar*

FICHA TÉCNICA	
PRODUCTO: NOMBRECOMERCIAL	Jean Ultra Slim Cropped Tiro Alto Con Borla.
CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	**6204.62.00.00**
CONDICIONES DE ELABORACIÓN DEL BIEN	• Los materiales empleados en la confección deben reunir las condiciones de durabilidad, confort, resistencia y calidad. • Los oferentes garantizarán que los materiales empleados no contengan sustancias tóxicas. El proveedor catalogado está obligado a mantener la garantía técnica de confección de las prendas por el lapso de un (1) año. • La materia prima será exclusivamente de origen nacional.
DESCRIPCIÓN	**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**
COMPOSICIÓN	Jean ultra Slim Cropped tiro alto con borla Composición: rayón 64% algodón 26% poliéster 8% elastano 2%.
DISEÑO	• Corte recto • Modelo vanguardia • 2 bolsillos delanteros con forro de tela de algodón o lienzo. • 2 bolsillos posteriores con atraques o costura de seguridad. • Cierre y botón plástico delantero de diente grueso (Nº4). • En la parte izquierda del jean presenta un estampado de un panorama de flores y pájaros.

	• En la parte derecha del jean llegando a la bota se presenta un estampado con la misma figura.
ETIQUETA	La etiqueta deberá estar colocada en el interior de la prenda con la talla, nombre del fabricante. Cumplir con el reglamento técnico sobre etiquetado de confecciones Resolución 1950 de 2009.
TALLAS	Tallas disponibles para mujeres 04 06 08 10 12 14
CARACTERISTICAS DE USO	Prenda de vestir para dama diseñada con las mejores materias primas de calidad y en la nueva tendencia de la moda femenina.
VISTOS BUENOS PARA EXPORTAR	- Norma internacional de etiquetado - Inscripción al registro de fabricantes y exportadores.

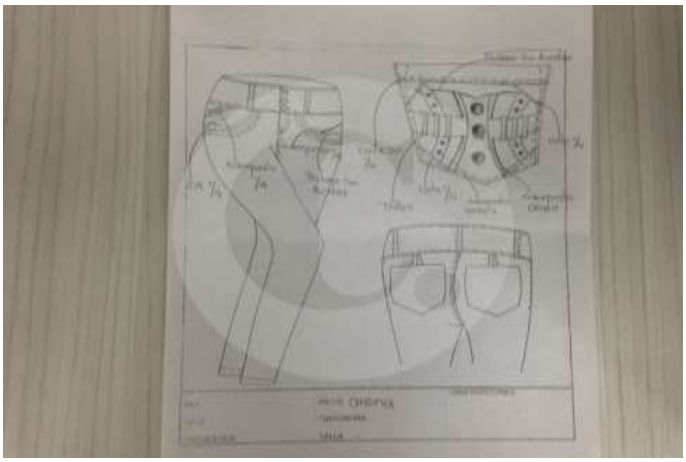
Fuente: *Elaboración propia del autor.*

7.4 Proceso productivo

Para el proceso de fabricación de los jeans producidos por la empresa Industrias Maite se hacen los siguientes procedimientos:

- ✓ El diseño de un jean toma alrededor de una semana.

Figura 4. *Diseño de un modelo de jean*



Fuente: *Industria Maite*

- ✓ se empieza a materializar con rollos de hasta 150 metros de tela que se apilan, uno sobre otro, juntando un máximo de cien capas en sus producciones más grandes.

Figura 5. *Tela para la fabricación de jeans*

Fuente*: Industrias Maite*

- ✓ Encima ponen un papel que tiene ploteado las partes que lo conformarán. Ahí, con agilidad, un hombre va cortando las formas que tienen que enviar a otro lugar ubicado al frente, donde los confeccionan.

Figura 6. *Corte de la Tela para los jeans*

Fuente: *Industrias Maite*

- ✓ los pantalones encuentran esas manos madres que lo arman. Algunas empresas trabajan por prenda completa, es decir que cada persona elabora una prenda. Otras prefieren hacerlo por operación, en el que cada confeccionista hace una parte del pantalón. Un pliegue o un bolsillo. Un trabajo a varias manos, que quedan pintadas de azul índigo, porque la tela del jean que no ha sido lavada mancha con facilidad. Manos que todas las noches deben ser lavadas con blanqueador y agua caliente.

Figura 7. *Confección de la prenda de vestir*

Fuente: *Industrias Maite*

- ✓ Cuando el jean está listo, lo revisan y lo devuelven a donde todo empezó, esta vez para embellecerlo.

Figura 8. *Revisión de la prenda de vestir*

Fuente: Industrias Maite

- ✓ Los botones, los taches y todos los adornos los ponen hombres y mujeres que, en una misma habitación, pegan con engrudo cada uno de los elementos, que más adelante son prensados con calor para que queden fijados en el pantalón.

Figura 9. *Adornos a la prenda de vestir*

Fuente: *Industrias Maite*

- ✓ El jean está casi listo, pero antes de partir en cajas y bolsas para ser expuesto en las tiendas, tiene que ser lavado para quitar la goma del denim que mancha las manos y luego pasa a ser rasgado, decolorado o desgastado, según su diseño.

Figura 10. *Lavado de la prenda de vestir*

Fuente: Industrias Maite

- ✓ Lo último es empacarlos y enviarlos a los puntos de ventas.

Figura 11. *Empaque del producto*

Fuente: *Industrias Maite*

8. Determinación de la Oferta Exportable

8.1 Capacidad Instalada Utilizada

La empresa Industrias Maite tiene la capacidad de producir 8.000 unidades de pantalones jeans mensuales. Gracias a la facilidad de cooperación externa, la empresa puede cubrir pedidos mayores, recurriendo a pequeños talleres.

8.2 Fórmula para determinar la oferta exportable

Oferta exportable= Capacidad de producción total- Producción destinada al mercado interno

Oferta exportable= 8.000 unidades- 4.000 unidades

Oferta Exportable=4.000 unidades

La empresa tiene la capacidad de producir 2.000 unidades de pantalones jeans a la semana, es decir, 8.000 unidades de jeans al mes. Las unidades que actualmente la empresa vende mensualmente en el mercado local y nacional son de 4.000 unidades pares al mes.

Al hacer uso de toda su capacidad instalada la empresa cuenta con una oferta exportable de 4.000 unidades de pantalones jeans al mes.

9. Selección del Mercado Objetivo

9.1 Criterios de para la preselección del mercado

Para la matriz de selección de mercados se han preseleccionado cinco países con mayor demanda en Jeans para dama y comercializados en Colombia.

Según Trade map los países en su respectivo orden de importaciones desde Colombia son Estados Unidos, México, Ecuador, Guatemala y Costa Rica ya que sus valores exportados en el año 2017 registraron una gran oportunidad de intercambio Comercial fortaleciendo la productividad y comercialización del sector textilero en el país colombiano.

9.2 Criterios de Clasificación de la Matriz

Se debe tener en cuenta que la matriz fue calificada de 1 a 5 donde:

1: es la calificación más baja o desfavorable

5: es la calificación más alta o favorable

Una vez realizada la calificación de diferentes variables como: macroeconómicas, logísticas, demográficas y de normatividad, el país seleccionado por su mayor calificación en comparación a los demás es Estados Unidos, dejando claro que la diferencia no fue tan amplia y que también sería interesante tener en cuenta a México, Ecuador y Guatemala.

Por tal motivo el estudio de mercado a realizar será sobre Estados Unidos, con el objetivo de que el plan de internacionalización de los jeans para dama fabricados por Industrias Maite en Cúcuta, Norte de Santander se lleve a cabo con destino a dicho país.

9.3 Matriz de Preselección de Países.

VARIABLE	ESTADOS UNIDOS	P	C	R	MEXICO	C	R	ECUADOR	C	R	GUATEMALA	C	R	COSTA RICA	C	R
Importaciones del producto 2016 (miles USD)	858.723.000	5,00%	5	0,25	229.774.000	4	0,20	186.033.000	3	0,15	19.939.000	2	0,10	64.567.000	1	0,05
Crecimiento de las importaciones del producto 2012-2016 (%)	-9%	5,00%	1	0,05	7%	4	0,20	11%	5	0,25	-1%	1	0,05	0%	1	0,05
Concentración de las importaciones del producto 2016 ppal proveedor (%)	CHINA 50,4 VIET NAM 11,6 INDONESIA 10,8 SRI LANKA 7,6	5,00%	3	0,15	CHINA 54.9 PAISES BAJOS 6.1 CAMBOYA 4.8 BANGLADESH 3.7	3	0,15	CHINA 45 TUNEZ 19.2 SRI LANKA 5.1 VIET NAM 4.1	3	0,15	ESPAÑA 36.8 FRANCIA 20.3 CROACIA 13.6 CHINA 10.9	4	0,20	CHINA 82.6 INDONESIA 6 VIET NAM 3.6 TAILANDIA 1.8	5	0,25
Exportaciones Colombianas del producto 2016 (miles USD)	20.850	5,00%	5	0,25	392.00	4	0,20	126.00	2	0,10	209,00	3	0,15	231,00	3	0,15
Participación de las exportaciones colombiana del producto 2016 (%)	41.8%	5,00%	5	0,25	1,9%	3	0,15	0,6%	1	0,05	1.0%	2	0,10	1.1%	2	0,10
Tasa de crecimiento de las exportaciones colombiana	7,0%	5,00%	5	0,25	0,0%	1	0,05	0,0%	1	0,05	0,0%	1	0,05	-7,0%	1	0,05
Arancel preferencial	0.0%	5,00%	5	0,25	0.0%	5	0,25	0.0%	5	0,25	0,0%	5	0,25	0,0%	5	0,25
Arancel General	24.09%	5,00%	5	0,25	8.00%	3	0,15	8.00%	3	0,15	8.00%	3	0,15	10.90%	4	0,20
Medio de transporte	MARITIMO - AEREO	5,00%	4	0,20	MARITIMO-AEREO	4	0,20	MARITIMO	3	0,15	MARITIMO	3	0,15	MARITIMO	3	0,15
PIB 2016 est. (USD)	15,290,000.00	5,00%	5	0,25	3,193,000.00	3	0,15	2,262,000.00	3	0,15	2,522,000.00	3	0,15	4,370,000.00	4	0,20
PIB per capita (USD)	49,000.00	5,00%	5	0,25	39,100.00	4	0,20	35,740.00	3	0,15	23,700.00	2	0,10	34,560.00	3	0,15
Inflación (2016 est.)	3.00%	5.00%	3	0.15	0.20%	4	0.20	0.10%	4	0.20	3.70%	3	0.15	-1,40%	5	0.25

Figura 12. *Matriz de Mercados*

Fuente: *Elaboración propia del autor.*

10. Estudio de Mercado Hacia los Estados Unidos

10.1. Datos Generales

Tabla 3. *Datos Generales*

DATOS GENERALES	
CAPITAL	Washington D.C.
SUPERFICIE	9.826.675 km2
POBLACION	330 011 733 habitantes
MONEDA	Dólar estadounidense (US$)
PIB CORRIENTE	19.391 billones de dólares (2017)
PIB PER CAPITAL	59,531.66 USD (2017)
CRECIMIENTO PIB REAL	2,3 % cambio anual (2017)
IED EN CHILE	7.807.032 millones de USD (2017)
SISTEMA POLITICO	República Federal Constitucional y Presidencialista.
GRADO DE INVERSION	S&P: AA+
RELIGION	Católica, protestante, mormón, judíos, musulmanes y budistas.
PRINCIPALES PUERTOS MARITIMOS Y TERMINALES	Los Angeles (CA), Long Beach (CA), New York (NY), Houston (TX), Seattle (WA), Charleston (SC), Puerto Oakland (CA), Baltimore (MD), Tacoma (WA), Norfolk (VA).

Fuente: *Banco Mundial*

10.2 Estudio Económico

EEUU posee la primera economía del mundo, delante de China. La economía creció 2,3% en 2017, por sobre la cifra de 1,5% de 2016. Este crecimiento fue ralentizado en parte por un alza de las importaciones en el último cuarto del año (fue la mayor alza de las importaciones en siete años). El gasto de los consumidores, que representa más de dos tercios de la actividad económica de EEUU, creció continuamente en 2017, y debiera mantener esta línea gracias al aumento de la riqueza de los hogares, gracias al repunte bursátil y el alza del valor de la vivienda, los recortes fiscales y el crecimiento de los salarios –considerando que las compañías compiten por los trabajadores y algunos estados subieron el sueldo mínimo.

La deuda pública sigue siendo elevada (por sobre 20 billones USD y cerca de 105% del PIB) y debiera seguir creciendo. De hecho, a principios de 2018 la administración de Trump emitió una propuesta de presupuesto federal de 4,4 billones USD para 2019, centrada en un mayor gasto militar y la política migratoria. El presupuesto muestra un déficit para 2019 de 984.000 millones USD. La tasa de inflación fue de 2,1% en 2017 –un alza de 1,3% con respecto al año anterior. En 2017, la tasa de desempleo cayó a su cifra más baja en 17 años: 4,4%. Sin embargo, si se contabiliza a los trabajadores desalentados que dejaron el mercado laboral, y aquellos que efectúan trabajos de medio tiempo, la tasa de desempleo sobrepasa 10%. Los niveles de desigualdad económica y social han aumentado constantemente desde los años 1980, llegando a sus niveles más altos.

10.3 Intercambio Comercial con Colombia

De acuerdo con las últimas cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Estados Unidos representa un 27,2% de las exportaciones colombianas, siendo el principal destino.

Dada la importancia comercial con dicho país, el Ministerio de Comercio, Industria y turismo, resaltó algunos de los alcances que ha tenido el Tratado de Libre Comercio (TLC) con el país norteamericano desde su inicio.

En el transcurso de 5 años de haber entrado en vigor el TLC con Estados Unidos, las exportaciones de empresas colombianas se han incrementado: más de 8.700 firmas diferentes han vendido sus bienes a dicho país en algún momento de su operación.

De ellas, unas 6.400 empresas distintas exportaron por primera vez a Estados Unidos, de las cuales 2.049 lo han hecho en forma permanente. En el 2016, esas empresas sumaron ventas a ese mercado por US$707,8 millones.

De acuerdo con el MinCIT, entre 2012 y 2016, las exportaciones de bienes no minero-energéticos a Estados Unidos pasaron de US$3.415 millones a US$3.836,4 millones, un crecimiento del 12,3%.

COMERCIO BILATERAL DE COLOMBIA CON ESTADOS UNIDOS DE AMERICA

Principales productos de exportación hacia Estados Unidos De America

Descriptiva *	Miles US $ FOB					Var % 2018/17	Part. % 2018
				enero-junio			
	2015	2016	2017	2017	2018		
Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso.	4.536.790	4.238.139	4.401.562	2.291.360	2.203.096	-3,9	41,2
Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, tefi	992.615	1.022.099	1.091.607	627.107	663.477	5,8	12,4
Aceites de petróleo o de mineral bituminoso, excepto los aceites crudos; preparacion	505.051	802.338	728.279	289.273	636.115	119,9	11,9
Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del c	1.074.466	1.024.804	1.149.365	583.110	515.468	-11,6	9,7
Oro (incluido el oro platinado) en bruto, semilabrado o en polvo.	661.049	817.015	941.872	510.161	256.403	-49,7	4,8
Hullas; briquetas, ovoides y combustibles sólidos similares, obtenidos de la hulla.	355.862	379.576	338.260	135.705	87.595	-35,5	1,6
Bananas, incluidos los plátanos «plantains», frescos o secos.	161.971	179.644	160.836	86.469	77.102	-10,8	1,4
Construcciones y sus partes (por ejemplo: puentes y sus partes, torres, castilletes, p	87.520	143.622	115.455	50.542	66.172	30,9	1,2
Extractos, esencias y concentrados de café, té o yerba mate y preparaciones a base	77.484	68.015	61.034	32.716	30.060	-8,1	0,6
Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido.	43.275	43.697	53.813	14.815	27.299	84,3	0,5
Trajes (ambos o ternos), conjuntos, chaquetas (sacos), pantalones largos, pantalone	58.794	39.653	46.686	21.829	25.619	17,4	0,5
Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelad	43.936	41.585	40.987	21.591	24.702	14,4	0,5
Piedras preciosas (excepto los diamantes) o semipreciosas, naturales, incluso traba	70.074	71.384	56.883	29.835	22.772	-23,7	0,4
Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conserva	27.198	33.431	38.592	16.553	21.938	32,5	0,4
Accesorios de tubería (por ejemplo: empalmes [racores], codos, manguitos), de fund	293	1.102	17.808	6.919	19.383	180,1	0,4
Subtotal	**8.696.377**	**8.906.104**	**9.243.039**	**4.717.984**	**4.677.201**	**-0,9**	**87,6**
Participación %	86,9%	87,2%	87,6%	87,9%	87,6%		
Total exportado a Estados Unidos De America	**10.008.332**	**10.210.942**	**10.553.224**	**5.364.666**	**5.340.978**	**-0,4**	**100,0**

* descriptiva modificada por OEE, Mincit

Figura 13. *Comercio Bilateral de Colombia con Estados Unidos de América*

Fuente: Elaboración propia del autor

Figura 14. *Principales Sectores de Importación y Exportación hacia los Estados Unidos*

PRINCIPALES SECTORES 2017

Exportaciones	miles US $	Part. %
Petróleo	4.401.562	41,7
Café	1.095.153	10,4
Flores	1.091.607	10,3
Otros Mineros	980.798	9,3
Derivados Del Petróleo	733.974	7,0
Resto	2.250.130	21,3
Total exportado a Estados Unidos De Americ	**10.553.224**	**100,0**
Importaciones	**miles US $**	**Part. %**
Química Básica	2.633.816	21,9
Maquinaria Y Equipo	2.610.819	21,7
Derivados Del Petróleo	2.507.947	20,9
Franjas Agrícolas	1.620.935	13,5
Franjas Agroindustriales	533.028	4,4
Resto	2.107.953	17,5
Total importado desde Estados Unidos De Ar	**12.014.498**	**100,0**
Importaciones (FOB)	**11.417.708**	
Balanza comercial (FOB)	**-1.081.992**	

Fuente:DANE-DIAN. Elaboró OEE Mincit.

Fuente: **DANE- DIAN**

10.4 Tramites para Importar desde Colombia

La importación es la entrada de mercancía a un determinado país o economía, en este caso sería el intercambio comercial entre Colombia y Estados Unidos correspondiente al producto Jeans para dama fabricados por la empresa Industrias Maite.

Los trámites son un conjunto de pasos que se vuelven necesarios para una mejor gestión de los procesos de exportación. Primeramente, la empresa debe contar con el Registro Único Tributario (RUT), para tener la disposición de exportar desde el país. A su vez, tiene que cumplir con requisitos tales como:

La declaración de exportación es un documento que se debe presentar a la aduana para poder exportar la mercancía y también ayuda para proporcionar datos al gobierno sobre las transacciones internacionales. Por ende, es fundamental para que el producto pueda llegar hacia al mercado objetivo.

La factura comercial, es el documento que especifica las condiciones del producto y de venta; para poder realizar el intercambio entre Colombia y Panamá es necesario que la factura este en dos idiomas (inglés/español). Igualmente, este documento es fundamental para la inspección de la aduana en los puntos de exportación e importación, control por el comprador cuando recibe la mercancía y pago de esta.

Los documentos de transporte son fundamentales para las operaciones internacionales ya que en él se especifica cual será el transporte principal de un determinado producto. En el caso de la baldosa cerámica se debe emitir el documento de transporte marítimo (BL), donde se evidencia la recepción y entrega de la mercancía donde se especifica el puerto de origen y el de destino. Además, se debe hacer el packing list donde se especifica la cantidad de producto.

El certificado de origen da crédito del origen de la mercancía. Para el ingreso de la mercancía en el país importador es primordial porque este documento es exigido por la aduana de Panamá.

También se debe cumplir con normas tales como la NTC- 919 que habla sobre los requisitos de sellado de las baldosas ya que sin esta certificación no se puede sacar los productos del país; asimismo, la resolución 180 de 2013 que hace referencia al etiquetado del producto para su exportación.

10.5 Normas Técnicas y Vistos Buenos

Normas Técnicas

Las normas técnicas que posee el producto es cumplir con las certificaciones NTC-2385 e ISO 9001:2008.

La norma NTC- 2385 esta norma establece los requisitos que deben cumplir y los ensayos a los cuales deben someterse las botas de poli (cloruro de vinilo) (PVC), y está sujeta a ser actualizada permanentemente con el objeto de que responda en todo momento a las necesidades y exigencias actuales.

La ISO 9001:2008 que "promueve la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos" (Icontec Internacional, 2008). Esta certificación busca una mejora en procesos que se realicen con estándares de calidad, porque teniendo este valor diferencial se obtiene la satisfacción del cliente y esto genera una mejor posición de la empresa en un ambiento internacional.

Estas dos certificaciones son la base para la ejecución del Plan de Internacionalización del producto Jean para dama, ya que las dos componen unos parámetros técnicos que se deben cumplir y ejecutar efectivamente con el fin de enviar el producto al mercado objetivo.

NTC 228, Textiles. Determinación del ancho de las telas.

NTC 2567, Textiles. Telas de tejido plano y tejido de punto. Clasificación por defectos.

NTC 230, Textiles. Telas de tejido plano. Método para la medición de la masa por unidad de longitud y de la masa por unidad de área.

Vistos Buenos*:* los Jeans para dama por el tipo de producto no requiere de algún visto bueno para ingresar al país de Estados Unidos, ya que no está denominado como producto que otorgue algún problema a la sociedad y asimismo, está denominado en régimen de comercio como libre importación.

10.6 Acuerdos Comerciales entre Colombia y Estados Unidos.

El Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América, sus cartas adjuntas y sus entendimientos fueron suscritos en Washington, el 22 de noviembre de 2006.

El proceso de incorporación a la legislación interna colombiana se surtió mediante la aprobación de la Ley 1143 2007 por el Congreso colombiano, y se complementó mediante Sentencia C-750/08 de la Corte Constitucional mediante la cual el Acuerdo y la citada ley se encontraron acordes al ordenamiento constitucional del país. Con igual suerte corrió el "Protocolo Modificatorio" del Acuerdo, firmado en Washington el 28 de junio de 2007, y aprobado mediante Ley 1166 de 2007, cuya exequibilidad fue declarada en Sentencia C-751/08.

Agotada esta etapa, se hace el canje de notas entre los dos gobiernos, lo que se realizó en la pasada VI Cumbre de las Américas en Cartagena de Indias, en el que se estableció la fecha de entrada en vigor del TLC.

El proceso culmina con la publicación del Decreto 993 del 15 de mayo de 2012, mediante el cual se promulga el "Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América", sus "Cartas Adjuntas" y sus "Entendimientos", la Proclama es un requisito necesario para la entrada en vigor del Tratado.

10.7 Estudio Demográfico en Destino

Para la comercialización internacional de los jeans para dama hacia los Estados Unidos se llevará a cabo en las siguientes ciudades principales por su tendencia de la moda y la participación de las ventas en estos lugares estadounidenses.

- Miami
- Houston
- Los Ángeles
- Chicago.

Demográfica

La segmentación de mercado para la comercialización internacional de los Jeans fabricados por la empresa Industrias Maite va dirigido a la población de mujeres, entre los 18 y 40 de edad. Con tallaje disponible de 8,10,12,14,16.

Tabla 4. *Población*

CIUDADES PRINCIPALES	NUMERO DE HABITANTES (2017)
MIAMI	3.845.235 habitantes
HOUSTON	2 239 600 habitantes
LOS ANGELES	2.879.000 habitantes
CHICAGO	1.534.200 habitantes

Fuente: *Datosmacro.com*

10.8 Perfil del Consumidor en Destino

Los consumidores estadounidenses son cada vez más conscientes del medio ambiente al momento de tomar las decisiones de compra. Las tendencias demográficas son dominadas por dos elementos claves: los índices de natalidad en declive y el aumento de la tercera edad. Al mismo tiempo, el repunte de la economía y el mercado laboral han mejorado la confianza de los consumidores y el gasto, mientras que la tecnología es cada vez más importante.

El gasto de consumo representa más de dos tercios de la actividad económica de EEUU. El consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. El suministro de productos es muy diverso en Estados Unidos. El consumidor estadounidense es relativamente acomodado y muy diverso en sus intereses y gustos. Valora la comodidad en casa, la alimentación y los coches. Sin embargo, la recesión ha cambiado el panorama económico y parece que ha modificado radicalmente el comportamiento de los numerosos consumidores de EE.UU., que ahora están aprendiendo a vivir con menos productos de valor elevado.

10.9 Análisis de la Oferta

En la producción de los jeans para dama se manejan 6 referencias de modelos diferentes fabricados por Industrias Maite.

En ese mismo sentido se fabrican 8.000 unidades mensuales en todas las líneas. Se producen en un turno de 10 horas el jean.

En base a lo mencionado anteriormente industrias Maite cuenta con una producción tecnificada en sus procesos de fabricación además cuenta con personal capacitado en la calidad del cumplir con las tareas diarias que se asignan por la empresa.

10.10 Análisis de la Demanda

Estados Unidos importó ante el mundo en el año 2017 4.756.727millones de dólares en pantalones Jeans para dama, y tuvo una participación de las exportaciones para Colombia del

38,7% una cifra buena que permite la oportunidad de la comercialización internacional de los Jeans producidos por Industrias Maite.

Estados Unidos es el líder absoluto de la lista con 488,6 millones de dólares, es decir, el 67,8% del total de las exportaciones textiles del país. Chile, Argentina, Canadá, China, Francia y Ecuador aumentaron sus compras de textil peruano, mientras Alemania, Reino Unido y Colombia bajaron la demanda.

10.11 Precios

La determinación del precio dentro de la empresa estará ligada a la determinación de los costos de producción y distribución; en este sentido, se sostiene "todo producto tiene necesariamente un precio, pero no toda empresa está necesariamente en posición de determinar el precio al cual se desea vender su producto" (Lambin J.J, 1991, p.467).

Precio Nacional

- El modelo del Jean Ultra Slim Cropped Tiro Alto Con Borla tiene un valor de $85.000

Precio Internacional

Los precios de los jeans para dama tienen un valor aproximado de 50 USD cada uno, a este costo se debe agregar el gasto del transporte, seguro y arancel.

10.12 Canales de Distribución

Las tiendas minoristas son el principal canal de distribución de prendas de vestir en Estados Unidos con un 89% del mercado, donde el 45% de estos se refieren a tiendas especializadas en ropa y calzado. Las ventas por internet han incrementado su participación, llegando a un 10% del mercado. Así, la estrategia de distribución multicanal se ha incrementado: por ejemplo, Stride Rite ha implementado con éxito una aplicación para el Programa de Lealtad y Recompensas, además de su aplicación RiteFit, que permite a las madres determinar el tallaje de su hijo desde su casa. El ideal de las compañías es aprovechar la era digital para atraer más consumidores. "

10.13 Protocolo de Negocios

Para iniciar un proceso de negociación exitoso con empresarios de Estados Unidos es importante tener en cuenta algunos aspectos generales de la cultura de negocios que caracteriza este país.

1. Por su diversidad cultural, Estados Unidos es un país complejo ya que cada uno de estos grupos y comunidades conserva su cultura propia de negocios. Son cordiales en el trato y muy atentos, se caracterizan por ser muy buenos negociadores, tienden a ser directos durante el proceso, suelen demostrar el desacuerdo de una manera clara.

2. Los estadounidenses siempre buscan negociar bajo un esquema de gana gana para ambas partes, lo cual permite establecer relaciones comerciales de largo plazo. Son también muy persistentes a la hora de resolver problemas durante la negociación. Se caracterizan por considerar que siempre hay una solución para resolver los inconvenientes.

3. La innovación en los productos o servicios es un factor que pesa en la decisión de compra. Les gusta aprovechar las nuevas oportunidades y no le temen al cambio.

4. En cuanto a las reuniones de negocios, los estadounidenses son muy puntuales en citas. Es necesario programarlas con tiempo y evitar posibles incumplimientos.

5. . El idioma oficial de Estados Unidos es el inglés, por esta razón el empresario debe estar preparado para que la negociación se lleve a cabo en este idioma.

6. Responda oportunamente a los correos electrónicos o las llamadas que realicen los potenciales clientes estadounidenses.

7. Es importante que al momento de conocer a las personas con las que se va a reunir les ofrezca sus tarjetas de presentación. De igual manera, lea cuidadosamente las tarjetas de presentación de su contraparte para evitar equivocaciones en sus nombres ya que esto se verá de mal gusto.

8. La manera más habitual de saludarse es con un firme apretón de manos. De igual manera trate de siempre dirigirse a una persona que conozca por primera vez por el apellido antecedido del título “Dr., Ms., Miss, o Mr. según el caso.

9. En cuanto al vestuario, lleve algo formal y tenga en cuenta el lugar en donde se llevará a cabo la negociación.

10. Los negociadores son muy directos, buscan resultados rápidos y valoran la información.

Horarios de apertura

Días y horarios de apertura De lunes a viernes, 8:30/9:00 a.m. a 17:00/18:00 p.m.

11. Plan Exportador

11.1 Características de la Carga a Exportar

El producto de los pantalones jeans para dama se conoce e identifica como un producto que puede ser exportado bajo el tipo de carga general. “Es todo tipo de carga que se transporta, compuesta de bienes diversos sea en grandes o pequeñas cantidades, las cuales varían en peso, tamaño, condición, naturaleza y clase” (Pineda, 2011). El producto será exportado bajo la modalidad de carga general tipo unitarizada /paletizada lo que significa que será empacado en cajas que se ubicaran en estibas con el fin de generar que el transporte y almacenamiento sea más rápido y eficiente.

Figura 15. *Carga Unitarizada*

Fuente**:** *Elaboración propia del autor.*

11.2 Tiempo de Suministro (Lead Time)

Servicios Marítimos

Desde la Costa Atlántica colombiana, existen Dos (2) navieras que ofrece servicios directos tanto a Los Ángeles como a Long Beach y Oakland en la Costa Oeste, en tiempos de tránsito que empiezan desde los 10 días; la oferta se complementa con rutas en conexión en puertos de Panamá y Jamaica, por parte de cinco (5) navieras, con tiempos de tránsito desde los 12 días.

De igual forma, hacia la Costa Oeste norteamericana se puede contar con un (1) servicio en ruta directa hacia Los Ángeles con un tiempo de tránsito de 11 días; la oferta se complementa con cinco (5) navieras con conexiones en Panamá, México y Guatemala con tiempos de tránsito desde los 13 días.

Como se puede observar en la gráfica, se ha seleccionado

ORIGEN	Cúcuta
PUERTO DE ORIGEN	Cartagena
PUERTO DE DESTINO	Miami

DESTINO	Miami- Florida

Lead Time

Tabla 5. *Tiempo de suministro*

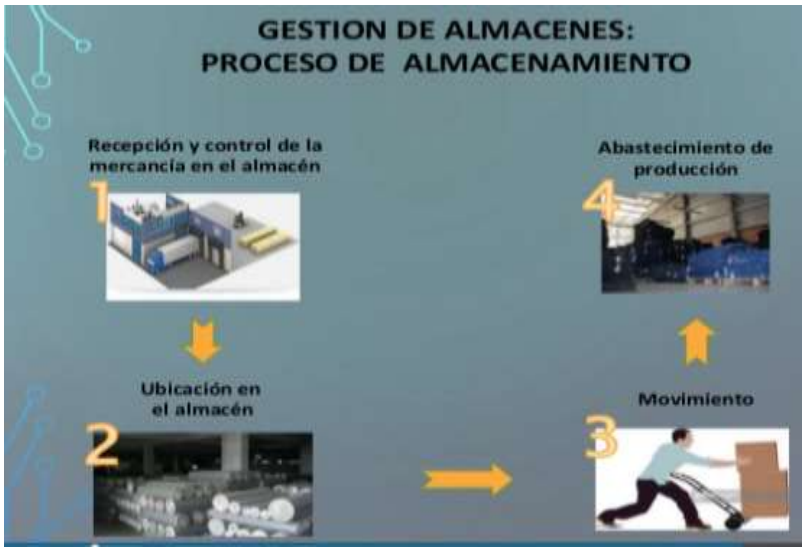
CIUDADES	TRÁNSITO ESTIMADO (HORAS /DÍAS)	RECORRIDO (KM)
Cúcuta – Cartagena (terrestre)	16 horas	742
Cartagena – Miami (marítimo)	12-15 días	6.497
Miami- Florida	2 horas	81

Fuente: *SeaRates.com*

11.3 Características de almacenamiento

El almacenamiento de los Jeans para dama fabricados por Industrias Maite se maneja en los depósitos o bodegas que la empresa tiene para almacenar y guardar la mercancía para después tener un control del despacho de ella.

Figura 16*. Proceso de Almacenamiento*



Fuente: *Elaboración propia*

11.4 Empaque y Embalaje

Figura 17*. Empaque de la Mercancía*

Fuente: *Elaboración propia*

El empaque es una bolsa transparente que contiene la unidad del Jeans, adicionalmente la bolsa esta marcada con la marca comercial Maite

Figura 18*. Embalaje de la Mercancía*

Fuente: *Elaboración propia del autor.*

El embalaje de los jeans se agrupa por bultos y se prensan para el aseguramiento de la mercancía y calidad en la distribución de cada pieza.

11.4.1 Calidad de Empaque Exigido

Para la exportación de los Jeans para dama para que sea exitosa se debe cumplir todas las normas y regulaciones que establece los Estados Unidos, para cumplir con todos los aspectos de calidad y características propias de los empaques, que den la seguridad de la prenda de vestir y la protejan contra daños y perjuicios.

A continuación, se mencionarán aspectos que se deben tener en cuenta en el embalaje de la mercancía durante su almacenamiento y distribución que se deben cumplir con algunas características:

1. El diseño del empaque de los Jeans debe contar con una presentación formal

2. El empaque de los Jeans debe ser de un material que no sea perjudicial para el medio ambiente ni tóxico

3. El empaque debe garantizar una adecuada protección para la prenda de vestir, la cual permita la buena manipulación de la mercancía durante su transporte y que conserve sus guacales o estibas.

4. El empaque y etiquetado tiene que estar en un idioma que los consumidores puedan entender fácilmente; en la práctica son los idiomas oficiales del Estado miembro. En los Estados Unidos se permite incluir etiquetados en varios idiomas.

11.4.2 Tipos de Empaque de acuerdo con la Mercancía

Empaques de papel y cartón: en este grupo se clasifican componentes de empaques fabricados a partir de estos materiales.

Empaques rígidos de plástico: los plásticos más utilizados en empaque rígidos en Colombia son el Polietileno (PE), Polipropileno (PP), Policloruro de vinilo (PVC), Poliestireno (PS).

Empaques rígidos de madera: la madera es más utilizada en el embalaje que en el empaque final de los productos.

11.4.3 Etiquetado y Marcado

El diseño gráfico del empaque es muy importante, porque si bien en la mayoría de los casos estos productos no se exhiben en ellas, son estas en las que el consumidor se lleva el producto. La calidad de las bolsas plásticas con la prenda de vestir irá acorde con la calidad de estos, con apariencia Fashion, sport y de alta gama.

El único requerimiento de la FTC en materia de etiquetado para los textiles de importación es que aparezca en país de fabricación de manera clara e indeleble cuando llegue al consumidor final, la expresión “Made in EU” no es válida.

Los estándares de la industria exigen que los Jeans para dama sean etiquetado con la composición de la parte superior, del interior.

11.5 Contenedorización

Figura 19. *Contenedor de 40 pies High Cube*

MEDIDAS	EXTERNA		INTERNA		PUERTA ABIERTA	
	Metros	Pies	Metros	Pies	Metros	Pies
LARGO	12.19	40'	12.03	39'6"		
ANCHO	2.43	8'	2.34	7'8"	2.33	7'8"
ALTO	2.89	8'11"	2.59	8'6"	2.29	7'6"

Fuente: *Elaboración propia del autor*

El **contenedor de 40 pies HC o High Cube** estándar o dry van es uno de los contenedores más comúnmente utilizados para el envío de mercancías en el ámbito del transporte marítimo internacional.

Los contenedores de 40 pies HC son muy similares a los contenedores de 40 pies estándar, pero tienen una mayor altura.

11.6 Logística de Exportación

11.7 Condiciones de Acceso al mercado

En Estados Unidos para tener libre acceso al tráfico comercial se debe tener en cuenta la regulación del Gobierno Federal, la de las Autoridades Estatales y la de las Locales. Además, pueden existir códigos establecidos por el sector privado, los cuales también conviene seguir por motivos de seguridad y calidad (aunque no sean obligatorios).

Al exportar productos textileros a Estados Unidos se debe cumplir con las regulaciones generales aduaneras administradas por el organismo federal Customs and Border Protection (CBP). En cuanto al tratamiento arancelario.

EXIGENCIA CUMPLIMIENTO DE LA NORMA INTERNACIONAL DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA

Estados Unidos aplica la norma NIMF-15 desde febrero de 2004. Esta medida reduce el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional.

11.7.1 Análisis del Transporte Colombiano

El sistema de transporte en Colombia está conformado por los modos de carretera, férreo, fluvial, marítimo y aéreo, de los anteriores modos de transporte deben estar adecuadamente integrados para ofrecer alternativas de transporte según sea el tipo de carga y su lugar de destino requerida. Para el caso de la exportación de los Jeans se tendrán en cuenta los modos carreteros, y marítimos con sus instalaciones adecuadas al tipo de mercancía o carga en este caso se necesita de un buen manejo del almacenamiento y distribución de la mercancía.

Modo carretero: La red vial nacional es de unos 167 mil km, de los cuales 25 mil km (15%) se encuentran pavimentados. Si la superficie de tierras en Colombia es de 1´142.000 km2, la cobertura vial por km2 llega apenas a 145 m. La carretera es el principal medio de transporte para personas y carga en la región Andina y de la Costa Norte; en ellas y en su orden habita el 74% y el 20 % de la población de Colombia.

Los vehículos para el parque automotor de carga son el 56% privados y el 44% públicos. Los camiones rígidos de 2 ejes (C2) y las tractomulas (C3S), configuran el 90% de la capacidad ofrecida, con similar participación. El servicio particular ofrece el 25% de la capacidad instalada, y el público el 75% restante.

Modo marítimo: La cuenca del Pacífico mueve 2/3 del PIB mundial y contiene más de 1/2 de la población del planeta. Esta cuenca, 3 a 4 veces más extensa que la del Atlántico, es el nuevo escenario de la economía planetaria. De otro lado, el 90% de las mercancías del planeta se

desplazan por agua, por lo que las regiones mediterráneas tratan de resolver su condición de "anemia económica" al quedar marginadas de los mercados.

11.7.2 Modo de Transporte para acceder al Mercado Objetivo

Para el presente proyecto de investigación se utilizarán dos modos de transporte para acceder al mercado objetivo lo cual según el estudio de mercados realizado se determinó como destino la ciudad de Miami- Florida de los Estados Unidos.

Tabla 6. *Modos de Transporte*

DESTINOS	**MODO**	**MEDIO DE TRANSPORTE**
CUCUTA- CARTAGENA	TERRESTRE	
CARTAGENA- MIAMI	MARITIMO	
MIAMI- FLORIDA	TERRESTRE	

Fuente: *Elaboración propia del autor.*

11.7.3 Riesgos de los Modos de Transporte

Peligros propios o inherentes al medio de transporte; peligros derivados de la naturaleza de la mercancía; peligros originados por la interferencia humana; riesgos político-sociales; riesgos comerciales, y otros riesgos.

Estos grandes grupos de riesgo engloban la totalidad de los riesgos que pueden acontecer en el transporte internacional de mercancías.

- **PELIGROS PROPIOS O INHERENTES AL MEDIO DE TRANSPORTE:**

tempestad, naufragio, vuelco, colisión, accidentes sin negligencia del transportista. Se incluyen:

En transporte marítimo:

Naufragio.

Varada o embarrancada.

Abordaje o colisión intencionada

- **COLISIÓN NO INTENCIONADA.**

En transporte terrestre: Vuelco, choque...

En cualquier medio de transporte: incendio, explosión....

- **PELIGROS DERIVADOS DE LA NATURALEZA DE LA MERCANCÍA:**

- -- Incendio de mercancía inflamable
- Explosión de mercancía explosiva,
- Fuga radioactiva de mercancía radioactiva,
- Oxidación.

Todos estos riesgos tienen en común su total vinculación con la naturaleza de las mercancías aseguradas.

- **PELIGROS ORIGINADOS POR LA INTERFERENCIA HUMANA:**

- Robo
- Piratería
- Accidentes por negligencia del transportista
- Manipulación defectuosa.

Todos estos riesgos tienen en común la concurrencia de la acción individual del hombre en la realización del riesgo.

- **INTENCIONADOS O DOLOSOS:**

- robos
- asaltos
- piratería
- baratería del capitán

- **NO INTENCIONADOS O NEGLIGENTES:**

- accidentes en las operaciones de carga y descarga
- manipulación defectuosa
- uso inadecuado de ganchos.

- **RIESGOS POLÍTICO-SOCIALES:**

- Guerras
- Huelgas
- Tumultos populares
- Riesgos de guerra civil e internacional
- Pronunciamientos militares
- Rebeliones
- Revoluciones
- Motines

Todos estos riesgos tienen en común la concurrencia de la acción colectiva del hombre en la realización del riesgo.

- **RIESGOS COMERCIALES:**

- costo de cuarentenas
- pérdida del mercado
- diferencias de precios
- pérdida de intereses y beneficio.

Todos estos riesgos tienen en común su total vinculación a acciones comerciales referidas a las mercancías aseguradas. Las cuarentenas implican paralizaciones de mercancía en las aduanas de destino. Como es obvio, las cuarentenas generan retrasos en la entrega de las mercancías a los importadores, con el consiguiente perjuicio para ellos. Dicho perjuicio, en último extremo, puede llegar a concretarse en la pérdida de los clientes a quienes se pretendía vender las mercancías importadas. Estos riesgos, pese a ser la consecuencia de pérdidas o daños sufridos por las mercancías durante el transporte internacional, no suelen ser objeto de cobertura en las pólizas de seguro de transporte internacional. Es más, los riesgos comerciales figuran entre los riesgos excluidos en todas las modalidades del seguro de transporte internacional de mercancías.

- **DEFECTOS O DEFICIENCIAS PREVIAS:**

- vicio propio de la mercancía,
- defecto de embalaje.

Estos riesgos forman parte de las exclusiones generales del seguro de transporte internacional y, por tanto, están fuera de su cobertura. Los vicios propios hacen referencia a los defectos internos que puedan atesorar las propias mercancías transportadas (defectos de fabricación del producto). Las deficiencias previas hacen referencia fundamentalmente a los defectos de almacenaje y embalaje que puedan soportar las mercancías antes de su transporte internacional.

- **OTROS RIESGOS:**

- riesgo de pérdidas o daño a mercancías durante transbordos o durante "almacenamiento in itinere " (almacenamientos durante el camino),
- riesgos derivados de reclamación de terceros por daños causados por los bienes asegurados a terceras personas u objetos de terceras personas.

11.8 Ruta logística

Figura 20. *Acceso Marítimo*

Fuente: *Procolombia*

12. Análisis Financiero

12.1 Costos y Gastos de Exportación

Tabla 7. *Costos Logísticos de Exportación*

ESTIMADOS DE EXPORTACIONDE JEANS	
Commodity:	Jeans para Dama
HS Code:	
TRM:	$3.200
Tipo de operación:	Ingreso carga suelta / Llenado de contenedor en puerto
Volumen:	1 x 40"
Puerto de origen:	Puerto de Cartagena
Puerto de destino:	Puerto de Miami
País destino:	Estados Unidos

1. Transporte Interno			
Concepto	**Tarifa**	**Cantidad**	**Total COP**
Flete interno - Cúcuta - Cartagena 1X40	$ 3.500.000	1	$ 3.500.000,00
Total Flete interno Colombia			**$ 3.500.000,00**

2. Gastos Portuarios - ESTIMADOS* SERAN SOPORTADOS CON FACTURAS ORIGINALES			
Concepto	**Tarifa**	**Cantidad**	**Total**
Traslado contendor	$ 430.000,00	1	$ 430.000,00
Movimiento para llenado	$ 390.000,00	1	$ 390.000,00
Descargue vacio/servicio escaner vacio	$ 320.000,00	1	$ 320.000,00
Uso de carga gastos aproximados	$ 320.000,00	1	$ 320.000,00
Almacenaje 3 dias libres, a partir del 4 dia, A dia 6	$ 350.000,00	3	$ 1.050.000,00
Operador portuario gastos aproximados (servicio de llenado)	$ 350.000,00	1	$ 350.000,00
Solicitud de Inspeccion VGM	$ 60.000,00	1	$ 60.000,00
Total Gastos Portuarios **ESTIMADOS**			**$ 2.920.000,00**
3. Agenciamiento Aduanero (Colombia)			
Concepto	**Tarifa**	**Cantidad**	**Total COP**
Comisión (Tarifa minima)	$ 350.000,00	1	$ 350.000,00
Apoyo en Inspeccion	$ 100.000,00	1	$ 100.000,00
Elaboracion certificado de origen	$ 80.000,00	1	$ 80.000,00
Elaboracion de planillas de ingreso a puerto	$ 80.000,00	1	$ 80.000,00
Gastos operativos	$ 120.000,00	1	$ 120.000,00

Elaboracion SAE y DEX	$ 40.000,00	1	$ 40.000,00
Precintos	$ 15.000,00	1	$ 15.000,00
IVA	$ 785.000,00	19%	$ 149.150,00
Total Agenciamiento Aduanero			**$ 934.150,00**

4. Flete Internacional CARTAGENA-MIAMI //3 dias de Transito				
Concepto	**Tarifa**	**Cantidad**	**Total USD**	**Total COP**
Flete Internacional 1X40	USD 1.150,00	1	USD 1.150,00	$ 3.680.000,00
Doc Fee x BL	USD 80,00	1	USD 80,00	$ 256.000,00
Mounting, Comodatos y THC X contenedor	USD 100,00	1	USD 100,00	$ 320.000,00
Total Flete Internacional				**$ 4.256.000,00**

5. Seguro de Carga Internacional			
Concepto	**Tarifa**	**Cantidad**	**Total COP**
Seguro de carga internacional 0,40% valor mcia (Min usd80)	USD 80,00	1	$ 256.000,00
Total Seguro de Carga Internacional			**$ 256.000,00**

RESUMEN LOGISITCA INTERNACIONAL	**Total COP**
Transporte Terrestre	$ 3.500.000,00
Gastos Portuarios **estimados**	$ 2.920.000,00
Agenciamiento aduanero	$ 934.150,00
Flete Internacional	$ 4.256.000,00
Seguro de Carga Internacional	$ 256.000,00
Total Logistica Exportacion ** estimada**	**$ 11.866.150,00**

Fuente: *Elaborado por Grupo Movilizar Carga Internacional*

13. Diagramas de flujos

13.1 producción

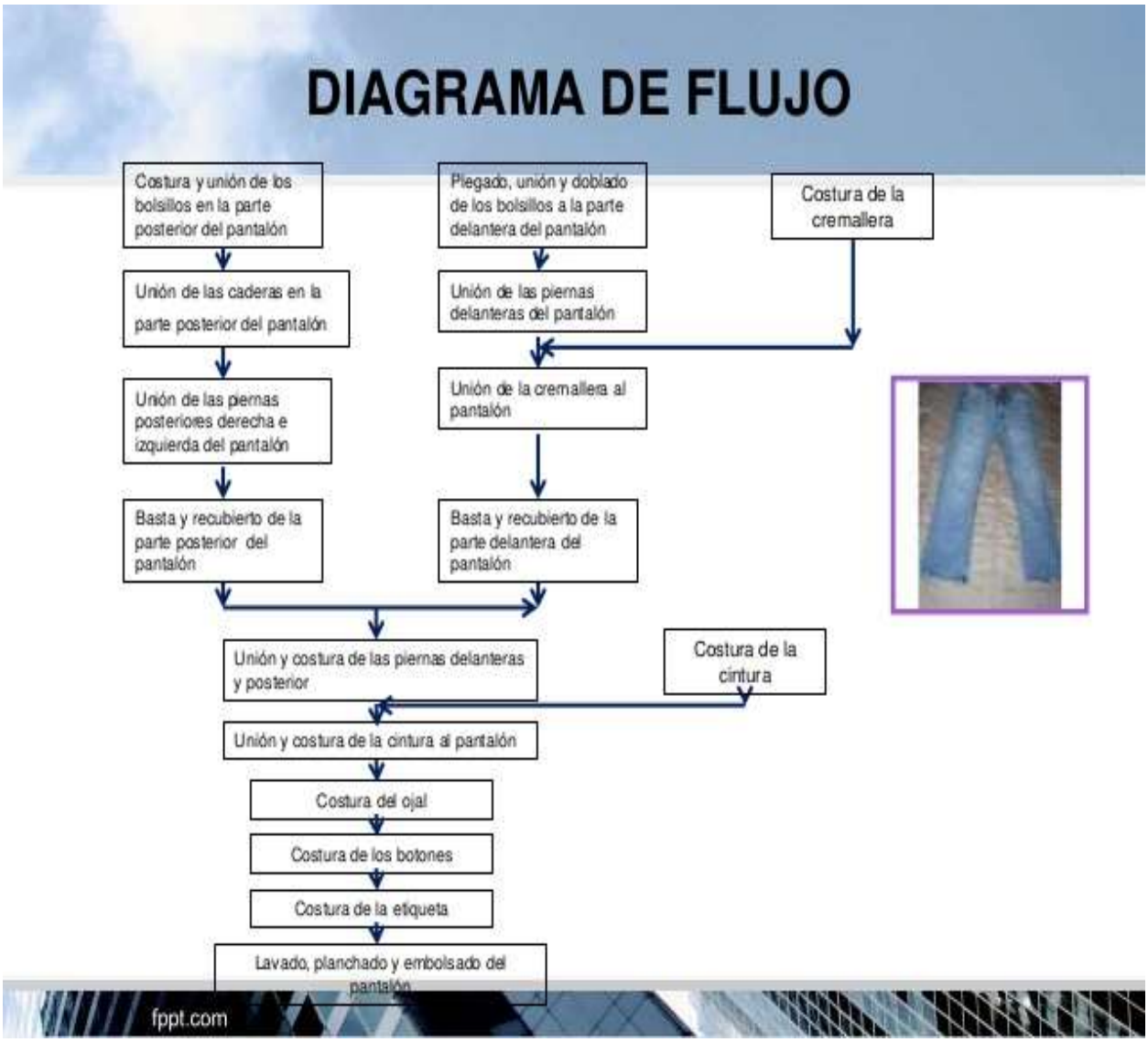


Figura 21. Diagrama de Flujo de Producción

Fuente: *Elaboracion propia del autor.*

14. Distribución Física Internacional

Vendedor / Exportador Colombia/ empresa Industria Maite S.A.S

la mercancía es transportada desde el punto de recolección de la empresa Industria Maite hasta el puerto marítimo de Cartagena por una empresa de transporte terrestre.

Tiempo de distancia Cúcuta- Cartagena 13 horas con 31 minutos.

La mercancía llega al puerto marítimo de Cartagena y se hace el descargue por los agentes logísticos.

Se hace el descargue de la mercancía y funcionarios de la DIAN hacen la respectiva inspección física.

Tiempo de revisión de la mercancía por las autoridades aduaneras: 3 a 5 horas.

Después de la revisión por parte de la DIAN se procede al tránsito internacional de la mercancía, es decir se da orden para cargar la mercancía al buque marítimo.

El tiempo de carga de la mercancía al buque: 3 horas

Después de terminar todos los contenedores cargados al buque marítimo empieza el tráfico internacional con la embarcación del puerto de Cartagena hasta el puerto de Miami.

Distancia entre el puerto de Cartagena y Puerto de Miami.

Conexión: 12-20 dias

Directo: 12 dias

Llega la mercancía al Puerto de Miami país importador. Se hace el descargue de la mercancía.

Tiempo descargue de la mercancía: 6 horas.

Se hace el descargue de la mercancía por parte de los agentes logísticos del puerto de destino, así mismo la mercancía se almacena en una bodega para ser revisada por parte de las autoridades aduaneras del país importador.

Tiempo de Revisión: 3 a 4 horas.

Después de la revisión de la mercancía por parte de las autoridades aduaneras, el importador debe hacer la respectiva nacionalización de la mercancía para poder dar tránsito y realizar la entrega final al comprador internacional.

Tiempo para la Nacionalización: 30 dias hábiles

El importador realiza los pagos de los tributos aduaneros y la nacionalización de la mercancía. Para ser distribuida a los canales minorista y mayorista.

La mercancía es entregada al importador según en el punto de entrega acordada en la Negociación Internacional

Tiempo de entrega: 5 a 10 dias.

14.1 Documentación y Pago

Tabla 8. *Documentación*

DIAN	*Inscripción RUT- registro de vendedores exportador *Documento DEX *Factura comercial original *Fecha de elaboración y vencimiento *Certificado de origen *Certificados sanitarios *Carta antinarcóticos *Lista de empaque
MINISTERIO DE COMERCIO:	Registro de productor nacional, firma digital
ETIQUETADO	Inscripción de Registro de fabricantes y Exportadores de S.I.C

Fuente: *Elaboracion propia del autor.*

Pago Internacional

El medio de pago internacional que la empresa Industrias Maite cotizará para la exportación de los Jeans para dama hacia los Estados Unidos es la Carta de Crédito.

Las cartas de crédito son ya muy utilizadas en el comercio internacional, tanto que las instituciones financieras aceptan y expiden dichas cartas y se especializan en éstas, aunque la ausencia de normas ante importante materia, la Cámara de Internacional de Comercio, organización no gubernamental al servicio del comercio mundial, cuyo países integrantes son más de 120 representan a millares de compañías y organismos comerciales trabajan para hacer una compilación de reglas conocidas mundialmente como “Reglas y Usos Uniformes Relativos a los Créditos Documentarios”

Conclusiones

El plan de internacionalización de Jeans para dama hacia el mercado de los Estados Unidos por la empresa fabricante Industrias Maite es llevado a cabo en Cúcuta Norte de Santander por las oportunidades que presenta los mercados internacionales para este importante sector. Estados Unidos se muestra como un mercado cambiante ante el aumento de la importación de prendas de vestir abriendo posibilidades de ingreso gracias a las características que presentan los productos fabricados por la empresa Industrias Maite.

Con los resultados obtenidos en la investigación se llevó a cabo la realización del proyecto en el mercado de Estados Unidos, que mediante un estudio de mercado se analizó aspectos económicos, logísticos, Normativos, y condiciones de acceso del producto, partiendo ante un aumento de oportunidades de comercialización en el mercado estadounidense donde la exigencia del producto sea su calidad y precios competitivos.

La investigación realizada internamente a la empresa Industrias Maite muestra sus capacidades ante una satisfacción de los mercados internacionales, presentando un aumento en su producción ante la demanda que requiere estos mercados debido a su calidad y valor agregado en sus productos. Lo anterior mencionado muestra la capacidad que tiene la empresa para poder consolidarse en el mercado internacional y así poder desarrollar de una mejor forma un plan de internacionalización

Recomendaciones

- Se recomienda a la Universidad Simón Bolívar sede Cúcuta tener más horas semanales de clases en las tutorías.
- Se recomienda al programa académico de Comercio y Negocios Internacionales tener un control en los lineamientos de investigación formativa.
- Se recomienda para mejores estándares de calidad de la empresa Industrias Maite que permitan la fabricación de los Jeans con mejores maquinarias tecnificadas.

Referentes Bibliográficos

Alvear, A. (19 de Febrero de 2015). *Universidad Pontificia Catolica del Ecuador*. Obtenido de El comercio Internacional desde sus inicios: http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/214-inicios-del-comercio-internacional

Articulo150. (1999). *Constitucion politica de Colombia*. Obtenido de http://www.constitucioncolombia.com/titulo-6/capitulo-3/articulo-150

Baron, C. A., & Torres., J. M. (2012). *Análisis y Caracterización del Subsector Calzado en el Área Metropolitana De Bucaramanga en la Universidad Industrial De Santander.* Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander.

Bisquerra, R. (2004). *Metodologia de la Investigación Educativa.* Madrid: La Muralla, S.A.

Cañavate, A. M., & Falero, R. F. (2015). *La Inteligencia Competitiva en los Procesos de internacionalización Empresarial. Una Guía de Recursos de Información para la Empresa Española y el Periodismo Económico.* Madrid, España.

CONGRESODECOLOMBIA. (20 de Diciembre de 1994). *Ley 172*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0172_1994.html

DataCúcuta. (2016). *Camara Comercio de Cúcuta.* Obtenido de Observatorio Economico: http://www.datacucuta.com/images/7MESESDELACRISIS.pdf

DIAN. (31 de Agosto de 2004). *DECRETO 2788.* Obtenido de https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3589_documento.pdf

Dinero. (31 de agosto de 2017). Sector textil-confección en jaque, ¿cuál es el futuro? pág. 3.

Fashionunited. (01 de julio de 2016). *Serie de estadísticas en el mundo de la moda*. Obtenido de https://fashionunited.es/noticias/moda/serie-de-estadi-sticas-en-el-mundo-de-la-moda/2016070122511

Figueroa, K. A., & Peña, C. G. (2014). *Estudio de Factibilidad y Propuesta de Plan de exportacion de calzado de cuero elaborado en el canton Guano, provincia de Chimborazo, para el mercado venezolano.* Cantón Guano.: Universidad Politecnica Salesiana de Ecuador.

Fuentelsaz, Icart, & Pulpón. (2006). *Conceptos basicos sobre la Metodologia de Investigación*. Obtenido de http://www.redalyc.org/pdf/646/64652584006.pdf

Gomez, E., Martins, I., & Vaillant., Y. (2014). *El Efecto del Comportamiento Exportador sobre el Compromiso del propietario- Gerente con la innovación en Colombia: interpretaciones bajo el enfoque de aprendizaje.* Bogota.

Henriquez, A. K., & Velazquez., H. F. (2014). *Plan de Internacionalización para la exportación de maletines de cuero desde la ciudad de San José de Cúcuta.* Cúcuta.

Hernandez, M. M., & Florez, R. J. (2012). *Estudio de la Estructura de Mercado para la Exportación y Comercialización de Café Tostado y Molido al Mercado de los Estados Unidos, para la Empresa Ficas Ltda.* Bucaramanga: Universidad Industrial de santander.

Jara, C., & Briones, A. (2014). *La Comunidad Andina y su Efecto en los Procesos de Internacionalización Industrial: Estudio de caso de Empresas Guayaquileñas en los Sectores Plástico, Alimentos y Bebidas.* Quito, Ecuador.

Lafrancesco. (2003). *TIPOS DE INVESTIGACION Y DISEÑO DE INVESTIGACION*. Obtenido de http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variables.html

Martinez, M. C., & Nuñez, D. A. (2014). *Plan de Internacionalización del Carbón Tipo Coque para la Empresa Carboex S.A.S de Norte de Santander.* . Cúcuta.

Mincit. (28 de Diciembre de 1999). *Decreto 2681*. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=1495&name=decreto_2681_1999.pdf

Mincit. (26 de Diciembre de 2011). *Decreto 4927*. Obtenido de http://conalgodon.com/wp-content/uploads/2016/06/Decreto-4927-de-2011-MCIT.pdf

Mincit. (22 de Agosto de 2016). *Decreto 1351.* Obtenido de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=79466&name=DECRETO_1351_DE_2016.pdf&prefijo=file

Mincit. (7 de Marzo de 2016). *Decreto 390.* Obtenido de Ministerio de Comercio Industria y turismo: http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=79517&name=DECRETO_390_DE_2016.pdf&prefijo=file

opinión, L. (10 de noviembre de 2017). Empleo en el sector textil de Norte de Santander bajará por importaciones. págs. 2, https://www.laopinion.com.co/economia/empleo-en-el-sector-textil-de-norte-de-santander-bajara-por-importaciones-143452#OP.

Opinión, L. (3 de Agosto de 2018). La economía de Norte de Santander creció en el primer trimestre. *La opinión.*

Procolombia. (23 de mayo de 2015). *JEANS COLOMBIANOS, UN FENÓMENO EXITOSO*. Obtenido de http://www.procolombia.co/compradores/es/explore-oportunidades/jeans-colombianos

Semana. (24 de julio de 2017). La moda no es para seguirla sino para exportarla. pág. 2.