

La internacionalización como ventaja competitiva en la PYMES del sector calzado de la ciudad de San José de Cúcuta Caso creaciones Lina Star

Autor:

Jhonatan Yesid Amaya Pinto

Trabajo de investigación del programa de Comercio y Negocios Internacionales

Tutor:

Akever Karina Santafé Rojas

RESUMEN

el objetivo de esta investigación es proponer estrategias de internacionalización en busca de un generar una ventaja competitiva en el mercado para ayudar a la empresa Lina Star en el crecimiento de su emprendimiento, y de este modo lograr fortalecer las bases para que esta se convierta en una organización solida la cual pueda presenciar cualquier tipo de adversidad y aun así seguir permaneciendo en el tiempo, generando de este modo un crecimiento en sus ingresos y beneficios con métodos innovadores que le ayuden a reducir costos en la obtención de materias primas e interiorizando en nuevos mercados.

Se decide incorporar el estudio de investigación hacia la empresa Lina Star, ya que los directivos de la organización cuentan con experiencia en temas de internacionalización, aunque mediante esta práctica hace algún tiempo sufrieron un

traspie que los llevó a cerrar sus puertas, quedaron enseñas y a su vez muestran interés por querer volver a intentar.

Mediante lo anterior mencionado podemos describir que la empresa a pesar de poseer algunos déficits en varios de sus procesos cuenta con el capital humano para la puesta en marcha de las estrategias, es por esto que se decide dirigir la investigación hacia esta empresa, se instaura una investigación fundamentada mediante el paradigma positivista, ya que mediante este paradigma se pueden realizar mediciones sobre el fenómeno de estudio, bajo un enfoque cuantitativo utilizando la recopilación de información para poner a prueba o comprobar mediante el uso de estrategias estadísticas basadas en la medición numérica, lo cual permitiría al investigador proponer patrones de comportamiento y probar los diversos fundamentos teóricos que explicarían dichos patrones, y a su vez un diseño descriptivo ya que como su nombre lo indica uno de los principales objetivos fue determinar los factores de competitividad que tiene la PYMES del sector calzado de la ciudad de san José de Cúcuta, todo esto lo aplicamos bajo el instrumento de encuesta ya que mediante el instrumento podemos interrogar al investigado con una serie de preguntas cerradas, sobre las variables consideradas en la investigación.

Este modo se logra se logra evidenciar el patrón de comportamiento de la empresa, y se exponen diferentes estrategias de internacionalización en donde la empresa podrá aprovechar su capacidad instalada brindando una serie de oportunidades y beneficios mediante la creación de una ventaja competitiva mediante la internacionalización de sus productos

Palabras clave: Internalización, competitividad, diversificación, producción, plan exportador.

ABSTRACT

The objective of this research is to propose internationalization strategies in search of generating a competitive advantage in the market to help the Lina Star company in the growth of its enterprise, and in this way to strengthen the foundations so that it becomes a solid organization which can witness any type of adversity and still continue to remain over time, thus generating growth in its income and benefits with innovative methods that help reduce costs in obtaining raw materials and entering new markets .

It was decided to incorporate the research study into the Lina Star company, since the directors of the organization have experience in internationalization issues, although through this practice they suffered a setback some time ago that led them to close their doors, they were already left behind. show interest in wanting to try again.

Through the aforementioned we can describe that the company despite having some deficits in several of its processes has the human capital to implement the strategies, that is why it is decided to direct the research towards this company, a Research based on the positivist paradigm, since through this paradigm measurements can be made on the phenomenon of study, under a quantitative approach using the collection of information to put a test or check through the use of statistical strategies based on numerical measurement, which which would allow the researcher to propose patterns of behavior and test the various theoretical foundations that would explain these patterns, and in turn a descriptive design since, as its name indicates, one of the main objectives was to determine the competitiveness factors that SMEs in the footwear sector have. from the city of San José de Cúcuta, all this We apply under the survey instrument since by means of the instrument we can interrogate

the researched with a series of closed questions, about the variables considered in the investigation.

This way is achieved, it is possible to show the behavior pattern of the company, and different internationalization strategies are exposed where the company can take advantage of its installed capacity by providing a series of opportunities and benefits by creating a competitive advantage through the internationalization of its products

Keywords: Keywords: Internalization, competitiveness, diversification, production, export plan.

REFERENCIAS.

1. Ansoff, I. (1998). La dirección estratégica en la práctica empresarial. México: Addison Wesley Longman.
2. Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. (6ª Edición). Caracas: Editorial Episteme.
3. Bernal, Gerardo Huber y MungarayLagarda, Alejandro (2017). Los índices de competitividad en México. *Gestión y Política Pública*, XXVI (1), 167-218. [Fecha de Consulta 14 de Septiembre de 2020]. ISSN: 1405-1079. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133/13349779005>
4. Bolaños Rodríguez, E. (2012). Muestra y Muestreo. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Recuperado de http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/gestion_tecnologica/muestraMuestreo.pdf

5. CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTACCB (2015): Agenda de un proceso, CCB. Bogotá, D.C. disponible en: <https://www.ccb.org.co/>
6. DANE (1970-2004) Estadísticas Cuentas Nacionales, archivo electrónico www.dane.gov.co
7. Daniels, J. y Radebaugh, L. *Negocios internacionales*. México: Pearson. (2000).disponible en: <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3006>
8. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. México D.F.: Mcgraw-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
9. Inexmoda.(2019)Informe_Especial_Calzado_y_Marroquinería https://imgcdn.larepublica.co/cms/2019/07/05201426/Informe_Especial_Calzado_y_Marroquineri%CC%81a_-_Jun_2019.pdf
10. Ivancevich, J. Y Lorenzi, P. (1997). Gestión de calidad y competitividad. 2da. Edición. McGraw-Hill. España-
11. La Forma De Tu Negocio(2020) Consumo de Calzado Mujeres Vs. Hombres. <https://lahormadetunegocio.com/2019/11/13/consumo-de-calzado-mujeres-vs-hombres-%E2%80%8B/>
12. Laplane, M. Estudio sobre competitividad de la industria brasilera. En: *Productividad, competitividad e internacionalización de la economía*. Bogotá: DANE. (1996).

13. Lerma Kirchner, Alejandro E. Desarrollo de nuevos productos: una visión integral. Cengage Learning Editores, 2010.
14. Otero, M. (2008). Bussines Poket. La Coruña España: Netbiblo, S.L. Disponible en <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/11281/RodriguezGarciaKatyMadeliny2013.pdf;jsessionid=F552574387CA8A4AABAC936CD2CA0738?sequence=1>
15. Pérez, J. (2009). Tendencias recientes de la inversion extranjera directa española en mexico. Recuperado el 7 de Enero de 2013, de <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econunam/pdfs/17/05jorgeantonioperez.pdf>
16. Porter, M. E. La ventaja competitiva de las naciones. Buenos Aires: Vergara. (1990).
17. Ricoy, C. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. Revista do Centro de Educação, 31 (1), 11-22.
18. Tamayo y Tamayo, M. (2006). Técnicas de Investigación. (2ª Edición). México: Editorial Mc Graw Hill.
19. Vargas B., B., & Herrera D., Z. (2002). Ventajas comparativas y competitivas del comercio regional. La Paz: Entrelíneas.
20. Zapata Cortés, Olga Lucía (2015). La internacionalización de Antioquia en el marco institucional. *Ánfora*, 22 (39), 45-69. [Fecha de Consulta 14 de Septiembre d 2020]. ISSN: 0121-6538. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3578/357843443002>