



Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Bibliotecas Bucaramanga
Universidad Santo Tomás



Informe Final Práctica Empresarial

Industrias la Superior SAS

Camilo Enrique Galindo Moreno

Trabajo de grado para optar el título de Profesional en Negocios Internacionales

Informe de Practica: Industrias la Superior SAS

Tutora:

Margarita Santander Pinto

Comunicadora Social Organizacional

Facultad de Negocios Internacionales

División de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

Bucaramanga, 2016



DEDICATORIA

A mis padres gracias sinceras por su dedicación, sacrificio, y completo apoyo me permitieron emprender este sueño que está por culminar, sin ellos no hubiera sido posible alcanzar esta meta profesional en mi vida, todo lo que soy es gracias a ustedes, los amo .

A mis maestros y amigos; que fui conociendo en cada etapa de mi proceso de enseñanza, ustedes me enseñaron a crecer como ser humano y como profesional.

A mi prima Ireana, donde quiera que estés sé que estarás orgulloso de mí, y estarías feliz de verme triunfar en mi vida profesional, q.e.p.d.

Camilo Enrique Galindo Moreno



AGRADECIMIENTO

Agradezco en primero lugar, a Dios, por permitirme finalizar con éxito y orgullo esta etapa en mi vida, y a mis padres por su amor y apoyo incondicional durante todo el proceso académico.

Finalmente y no menos importante, mi agradecimiento total hacia Sergio Gómez Pérez, gerente comercial de la empresa Industrias la Superior SAS, por recibirme en su compañía y enseñarme su sabiduría empresarial.



Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción	12
1. Justificación	13
2. Objetivos	14
2.1. Objetivo General	14
2.2. Objetivos Específicos	14
3. Perfil de la Empresa	15
3.1 Razón Social	15
3.2 Objeto Social	15
3.3 Ubicación Empresa	15
3.4 Misión	16
3.5 Visión	16
3.6. Organigrama	17
4. Portafolio de Productos y Servicios	18
5. Cargo y funciones asignadas	20
5.1 Cargo	20
5.2 Funciones asignadas	20
6. Marco conceptual	77
7. Aportes	86
7.1 Aportes del estudiante a la empresa	86



7.2 Aportes de la empresa al estudiante	80
8. Conclusiones	81
9. Recomendaciones	82
Referencias Bibliográficas	83
Apéndices.....	84



Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Base de datos de las exportaciones Colombia Chile año 2015.....	20
Tabla 2. Histórico de las exportaciones de las sub partidas seleccionadas.....	25
Tabla 3. Ficha técnica del producto.....	26
Tabla 4. Dinámica de la industria Colombiana.....	28
Tabla 5. Empresas del sector cuero, calzado y marroquinería.....	32
Tabla 6. partida Arancelaria 640410.....	36
Tabla 7. Importaciones de Colombia de la partida 640410.....	36
Tabla 8. Exportaciones de Colombia de la Partida 640410.....	37
Tabla 9. Referencias internacionales del sector calzado.....	38
Tabla 10. Distribución del consumo del calzado en el mundo.....	47
Tabla 11. Población por regiones de Chile.....	52
Tabla 12. Distribución demográfica de Chile.....	53
Tabla 13. Población por regiones de Chile.....	57
Tabla 14. Consumo de calzado según clases sociales.....	58
Tabla 15. Principales ciudades importadoras de la partida desde Chile.....	59
Tabla 16. Ingreso per capita por regiones.....	60
Tabla 17. Precio del calzado en Chile.....	66

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Organigrama de la empresa	17
Figura 2. Exportaciones de la Sección 2 Colombia - Chile año 2015.....	22



Figura 3. Exportaciones Capítulo 08 Colombia- Chile año 2015.....	22
Figura 4. Exportaciones del Capítulo 64 Colombia- Chile año 2015.....	23
Figura 5. Exportaciones del Capítulo 71 Colombia- Chile año 2015.....	27
Figura 6. Grafica de los subsectores más dinámicos en Colombia año 2015.....	29
Figura 7. Cadena productiva del sector Calzado.....	29
Figura 8. Actividad económica del sector.....	33
Figura 9. Empresas del sector cuero y calzado según su tamaño.....	35
Figura 10. Segmentación de producción de calzado por departamentos.....	41
Figura 11. Distribución Regional de la producción de calzado en el mundo.....	45
Figura 12. Porcentaje de consumo por continentes.....	48
Figura 13. Condiciones Climáticas de Chile.....	52
Figura 14. Mapa de puertos Maritimos de Chile.....	55
Figura 15. Esquema de distribución en Chile.....	62.



Lista de Apéndice

Pág.



Glosario

Cotización: es el accionar y los resultados de cotizar (establecer un precio, realizar una estimación de algo, abonar una cuota). Esta palabra es usada para referirse a la documentación que indica el valor real de un precio de un bien o un servicio.

Exportación: En los negocios Una exportación es el envío de un producto o servicio fuera del territorio nacional, es decir a otros países, con el fin de ser comercializado.

Ferretería: es un establecimiento comercial donde se comercializan herramientas para cerrajería, construcción, carpintería y seguridad industrial.

Impuesto: es un tributo que se paga al estado, para soportar los gastos públicos que se generan en el país, estos pagos son obligatorios para las personas naturales y jurídicas. Los impuestos son la forma en que el gobierno genera recursos para realizar sus funciones.

Investigación: es la búsqueda de información y de datos que faciliten la solución de problemas o entre otras cosas complementar información de algún tema en específico.

Licitación: es un mecanismo en el cual un grupo determinado de personas actúan para determinar quién será el responsable de algún tipo de obra, y fondos que tienen que ver con instituciones del sector público.

Rentabilidad: hace referencia al lucro, beneficio o ganancia que se ha obtenido de un recurso existente o un dinero invertido.



Resumen

El objetivo principal de este presente informe, corresponde a exponer la evidencia correspondiente del trabajo realizado en Industrias la Superior SAS, empresa Santandereana con más de 10 años en el mercado del sector ferretero, la cual está en la búsqueda de vincularse a procesos de Exportación e Importación, con la finalidad de encaminar a la compañía a un desarrollo sostenible y dinámico en el mercado local y nacional y con miras a mercados internacionales.

De acuerdo, a las investigaciones y trabajos realizados en Industrias la Superior SAS se encontró oportunidades en el sector ferretero el cual pertenece la compañía, y oportunidades comerciales de Santander en Chile, País en el que la empresa tiene interés de comercializar productos que son competitivos en Santander en el exterior.

Este informe evidencia el trabajo de investigación, inteligencia de mercados, licitaciones gubernamentales, y ofertas internacionales para la empresa Industrias la Superior durante un proceso de seis meses correspondientes a partir de marzo del año 2016 y finaliza el mes Septiembre del mismo.



Introducción

En el presente informe, queda plasmada la experiencia vivida durante 6 meses de la práctica empresarial realizada en Industrias la Superior SAS empresa dedicada a la comercialización de materiales de ferretería y fabricación de herramientas del sector agrícola, en Santander, Bucaramanga.

Gracias a los conocimientos adquiridos en las asignaturas correspondientes al área de mercadeo y el énfasis en Marketing Internacional, se logró realizar la respectiva investigación de mercados mediante las herramientas pertinentes, las cuales proporcionaron la información necesaria para encontrar oportunidades de mercado e identificar los países en los cuales dichos productos, tendrían una acogida positiva.

El informe final de la práctica empresarial presenta los objetivos, perfil de la empresa, funciones y expectativas de esta etapa de formación académica la cual permitió adquirir nuevos conocimientos y complementar los ya existentes, permitiendo lograr un alto desempeño profesional, como futuro profesional de la Universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga.



1. Justificación

Tomar como opción de grado la modalidad de practica empresarial por parte de un estudiante tomasino, es fundamental para el ejercicio profesional del mismo, ya que es hace parte de una introducción al mundo laboral, y lo prepara frente a los diversos retos que posiblemente deba enfrentar a futuro una vez obtenga su título como profesional en negocios internacionales.

Las funciones realizadas durante el desarrollo de la práctica, proporcionaron el fortalecimiento de aspectos tanto personales y profesionales, y a la par permitieron vincular a la empresa a procesos de exportación e importación, y en la colaboración de licitaciones de carácter gubernamental, una función nueva que afronto el estudiante durante su práctica empresarial en la empresa.

En este sentido, es de gran importancia el acompañamiento de estudiantes a empresas del sector privado como los es, Industrias la Superior SAS, ya que le permite ayudar a impulsar el crecimiento y fortalecimiento de los departamentos que pertenecen a la misma, a su vez a la generación de futuros profesionales.

De este modo, ha sido satisfactorio, acompañar y apoyar el desarrollo económico industrias la Superior SAS.



2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Encontrar oportunidades de mercado internacional, a Industrias La Superior SA, mediante herramientas de búsqueda, que permitan de forma idónea encontrar mercados del sector ferretero y oportunidades comerciales en Santander.

2.2. Objetivos Específicos

Identificar oportunidades comerciales de Santander con Chile.

Identificar mercados potenciales para el sector ferretero al que pertenece Industrias la Superior SAS.

Investigar ofertas comerciales en mercados internacionales para la compañía.

Aplicar en el sector real conocimientos de internacionalización de mercados con el acompañamiento y supervisión de Industrias La Superior LTDA



3. Perfil de la Empresa

3.1 Razón Social

Industrias la Superior SAS

3.2 Objeto Social

“Industrias la Superior SAS, es una empresa dedicada a la fabricación de herramientas para el sector agrícola y constructor, además de la comercialización de materiales de construcción, dotaciones, seguridad industrial, licitaciones estatales y cualquier producto lícito que se pueda comercializar para contratos puntuales.”(Industrias la Superior SAS, 2016)

3.3 Ubicación Empresa

Dirección: Calle 6 # 16 – 45 Barrio Comuneros

Teléfono: 6712042

Jefe Inmediato: Sergio Andrés Pérez Gómez.

Cargo: Gerente Comercial

Correo electrónico: industrias_lasuperior@yahoo.com



3.4 Misión

“INDUSTRIAS LA SUPERIOR es una empresa dedicada a proveer servicios y bienes para resolver las necesidades de sus clientes y del público en general en los sectores estratégicos de la economía local y nacional”.”(Industrias la Superior SAS, 2016)

3.5 Visión

“Consolidar durante el transcurso del 2016 y 2017 los segmentos ya fortalecidos mediante un acercamiento comercial más directo y una relación comercial personalizada entre los clientes e INDUSTRIAS LA SUPERIOR. De igual manera abrir una nueva línea de negocios dedicada al comercio exterior soportando la curva de aprendizaje con el desarrollo y fortalecimiento de los negocios ya establecidos en INDUSTRIAS LA SUPERIOR”.”(Industrias la Superior SAS, 2016)



3.6. Organigrama

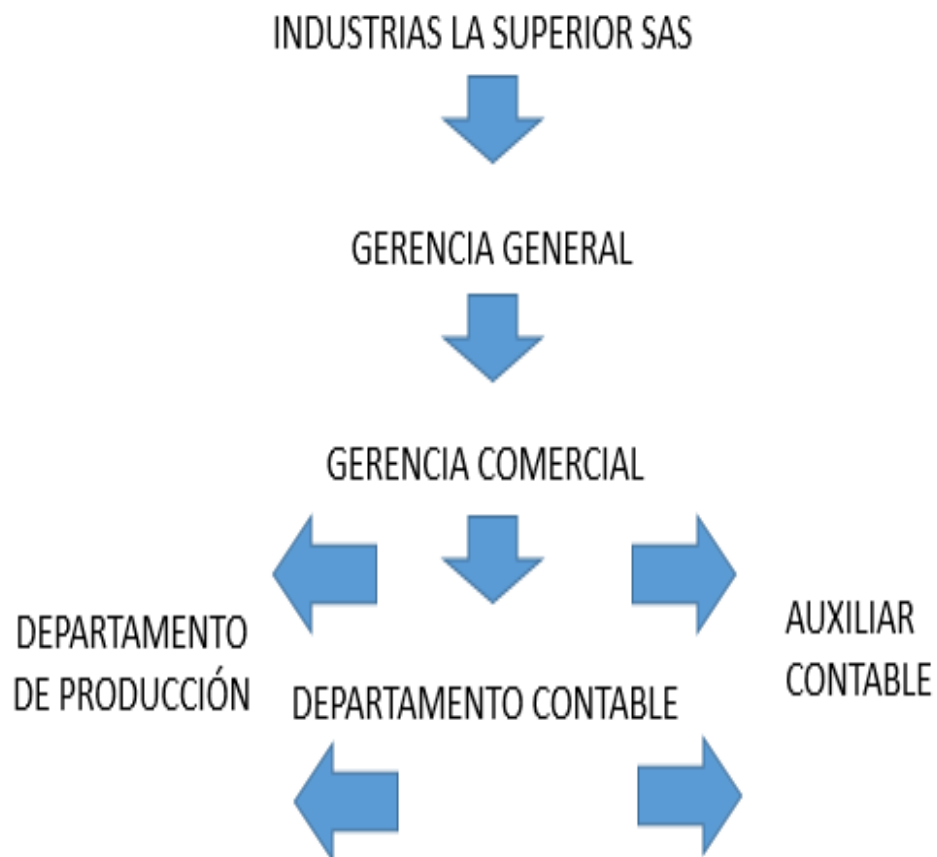


Figura 1.

Organigrama de la empresa



4. Portafolio de Productos y Servicios

4.1 Historia de la Empresa

“INDUSTRIAS LA SUPERIOR LTDA es una empresa Santandereana creada hace 40 años y con la experiencia desde entonces en la fabricación y producción de herramientas para agro y construcción”. (Industrias la Superior SAS, 2016)

“Desde el 2004 su nueva administración cambió no solo el nombre de la empresa (antes FERRETERIA LA SUPERIOR) sino también las directrices de la misma, combinando y combinando su portafolio de productos con servicios especializados en las diferentes industrias de Santander”. (Industrias la Superior SAS, 2016)

Hoy en día nos especializamos en atender industria de todo tipo, pero sobre todo industrias del sector energético y de construcción. Nuestra experiencia nos brinda la capacidad de poder ubicar mercancías en diferentes lugares del territorio nacional que es donde el cliente siempre tiene que suplir alguna necesidad, además de trabajar de una manera sincronizada con nuestros clientes donde se brinde una asesoría integral y una comunicación constante entre las partes.

En el día de hoy queremos presentar a INDUSTRIAS LA SUPERIOR SAS con diferentes líneas como:

- Materiales de Construcción: Hierro, cemento, ladrillos, arena, etc.
- Abrasivos: Discos de Corte y Desbaste.
- Soldaduras eléctrica, de argón e inoxidable y sus respectivos equipos.
- Herramienta Manual y de Poder: Taladros, palas, picas, motores, repuestos de maquinaria, Herramientas de taller.



Seguridad Industrial: Seguridad para manos, cara, cabeza, ojos, pies, y en alturas.

- Dotaciones: Elaboración de uniformes y calzados especializados.
- Válvulas de Presión: Válvulas de agua y de gas, así como válvulas especializadas para el sector petrolero.
- Señalización Vial y Señalización Industrial.
- Elaboración de repuestos para maquinaria especializada.
- Maquinaria para construcción: Alquiler y reparación de: Trompos o Mezcladoras de cemento, vibradores de aguja, ranas y canguros.
- Material Eléctrico: Plantas, Generadores de Energía, Transformadores de Electricidad, Cables, Etc.
- Mangueras Hidráulicas y Mangueras Industriales con sus conexiones.
- Fijaciones Mecánicas y Tornillos
- Soldaduras y Equipos de Oxicorte
- Adhesivos y Lubricantes.
- Porras o Almadanas en Bronce.
- Ruedas y Rodamientos
- Pinturas y Esmaltes para Tráfico Pesado.



5. Cargo y funciones asignadas

5.1 Cargo

Practicante Universitario auxiliar en Negocios Internacionales.

5.2 Funciones asignadas

5.2.1 Investigar partidas arancelarias de productos y servicios estratégicos en Santander con Chile.

ACTIVIDAD

Inicialmente día que inicie mis labores en industrias la Superior SAS se me entregó por parte del gerente comercial, una base de datos de los registros de exportaciones de Colombia con Chile del año 2015, dicha información suministra datos de partidas arancelarias con la fecha, descripción, importador, lugar de origen y destino entre otros, la empresa me solicitó encontrar partidas que tuvieran oportunidades comerciales con dicho país, con el propósito de a futuro poder comenzar negocios comerciales con empresas chilenas.

Tabla 1.

Base de datos de Exportaciones Colombia – Chile 2015

#	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	PAIS	AÑO	MES	SUBPARTIDA	NOMBRE SUBPARTIDA	KILOS NET	UNIDAD DE MED	VALOR FOB	EXPORTADOR	DIRE
1504	CHILE	2015	4	1905909000	Los demás productos de panadería pastelería o galletería	229,98	KG	1224,62	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL LAYMAR LT	CR 98 25 G 10 IN 18
1505	CHILE	2015	4	1905909000	Los demás productos de panadería pastelería o galletería	30	KG	198	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL LAYMAR LT	CR 98 25 G 10 IN 18
1506	CHILE	2015	10	1905909000	Los demás productos de panadería pastelería o galletería	682,56	KG	2706,54	COLOMBINA S.A.	CL 24 B 102 22
1507	CHILE	2015	10	1905909000	Los demás productos de panadería pastelería o galletería	681,12	KG	2700,83	COLOMBINA S.A.	CL 24 B 102 22
1508	CHILE	2015	9	1905909000	Los demás productos de panadería pastelería o galletería	77,76	KG	308,34	COLOMBINA S.A.	CL 24 B 102 22
1509	CHILE	2015	12	2004100000	Papas (patatas) preparadas o conservadas (excepto en	53,36	KG	510,44	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL LAYMAR LT	CR 98 25 G 10 IN 18
1510	CHILE	2015	4	2004100000	Papas (patatas) preparadas o conservadas (excepto en	53,4	KG	504,42	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL LAYMAR LT	CR 98 25 G 10 IN 18
1511	CHILE	2015	11	2005200000	Papas (patatas), preparadas o conservadas (excepto en	480	KG	2434	COMESTIBLES RICOS SOCIEDAD ANONIMA	CR 73 48 46 BRR NORM
1512	CHILE	2015	12	2005590000	Los demás frijoles (frijoles, porotos, alubias, judías) pre	72,6	KG	124	FRUGY S.A.	CR 43 A 1 A SUR 69 IN 7
1513	CHILE	2015	11	2005800000	Malt dulce (zea mays var. saccharata) preparado o conse	1531,28	KG	3000	FERNANDEZ OROZCO JESUS HUMBERTO	CR 74 B 55 70
1514	CHILE	2015	11	2007999100	Las demás confituras, jaleas y mermeladas, obtenidas p	6125,12	KG	1750	FERNANDEZ OROZCO JESUS HUMBERTO	CR 74 B 55 70
1515	CHILE	2015	12	2007999200	Los demás pures y pastas, obtenidos por cocción, inclui	1000	KG	6146	FERNANDEZ OROZCO JESUS HUMBERTO	CR 106 15 A 25 MZ 8 BG
1516	CHILE	2015	12	2007999200	Los demás pures y pastas, obtenidos por cocción, inclui	69,12	KG	237,9	FRUGY S.A.	CR 43 A 1 A SUR 69 IN 7
1517	CHILE	2015	11	2007999200	Los demás pures y pastas, obtenidos por cocción, inclui	314,71	KG	2007,92	FRUTALIA DE COLOMBIA S.A.S.	CR 73 48 46 BRR NORM
1518	CHILE	2015	11	2007999200	Los demás pures y pastas, obtenidos por cocción, inclui	1890	KG	6356,58	INGENIO DEL CAUCA S.A.	AK 103 25 B 48
1519	CHILE	2015	11	2007999200	Los demás pures y pastas, obtenidos por cocción, inclui	600	KG	1297	COMPAÑIA NACIONAL DE LEVADURAS LEVAPAN S	CR 13 A 34 72 P 11
1520	CHILE	2015	11	2007999200	Los demás pures y pastas, obtenidos por cocción, inclui	180	KG	285,29	COMPAÑIA NACIONAL DE LEVADURAS LEVAPAN S	CR 13 A 34 72 P 11
1521	CHILE	2015	11	2007999200	Los demás pures y pastas, obtenidos por cocción, inclui	6	KG	6	COMPAÑIA NACIONAL DE LEVADURAS LEVAPAN S	CR 13 A 34 72 P 11
1522	CHILE	2015	11	2007999200	Los demás pures y pastas, obtenidos por cocción, inclui	12,8	KG	210	FRUTALIA DE COLOMBIA S.A.S.	CR 73 48 46 BRR NORM
1523	CHILE	2015	7	2008119000	Los demás maníes (cacahuets, cacahuates), preparado	74,88	KG	395,46	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL LAYMAR LT	CR 98 25 G 10 IN 18
1524	CHILE	2015	4	2008119000	Los demás maníes (cacahuets, cacahuates), preparado	58,24	KG	313,95	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL LAYMAR LT	CR 98 25 G 10 IN 18
1525	CHILE	2015	8	2008199000	Los demás frutos y demás partes comestibles de planta	3,6	KG	15	DEL ALBA S.A.	CL 50 N 5 N 91
1526	CHILE	2015	8	2008199000	Los demás frutos y demás partes comestibles de planta	3,6	KG	20,4	DEL ALBA S.A.	CL 50 N 5 N 91
1527	CHILE	2015	8	2008199000	Los demás frutos y demás partes comestibles de planta	3,6	KG	15	DEL ALBA S.A.	CL 50 N 5 N 91
1528	CHILE	2015	8	2008199000	Los demás frutos y demás partes comestibles de planta	3,6	KG	42	DEL ALBA S.A.	CL 50 N 5 N 91
1529	CHILE	2015	8	2008199000	Los demás frutos y demás partes comestibles de planta	7,2	KG	57,6	DEL ALBA S.A.	CL 50 N 5 N 91
1530	CHILE	2015	8	2008199000	Los demás frutos y demás partes comestibles de planta	4,8	KG	60	DEL ALBA S.A.	CL 50 N 5 N 91
1531	CHILE	2015	8	2008199000	Los demás frutos y demás partes comestibles de planta	3,6	KG	42	DEL ALBA S.A.	CL 50 N 5 N 91
1532	CHILE	2015	8	2008199000	Los demás frutos y demás partes comestibles de planta	4,8	KG	60	DEL ALBA S.A.	CL 50 N 5 N 91
1533	CHILE	2015	8	2008199000	Los demás frutos y demás partes comestibles de planta	3,6	KG	42	DEL ALBA S.A.	CL 50 N 5 N 91
1534	CHILE	2015	11	2008199000	Los demás frutos y demás partes comestibles de planta	36	KG	792	DEL ALBA S.A.	CL 50 N 5 N 91
1535	CHILE	2015	11	2008199000	Los demás frutos y demás partes comestibles de planta	36	KG	792	DEL ALBA S.A.	CL 50 N 5 N 91



Fuente: BACEX – Banco de datos de comercio exterior.

Por consiguiente revise y ordene la base de datos que me fue entregada, para dar inicio a una revisión y encontrar que partidas arancelarias tenían potencial comercial con el país austral. Teniendo como resultado la siguiente información. Respecto a las partidas arancelarias de mayor impacto y que dichas exportaciones tuvieran como procedencia el departamento de Santander.

En primer lugar analizando la información tuve como prioridad los capítulos que tuvieran mayor acogida y que a su vez hubieran registro de exportaciones desde Santander, se encontró lo siguiente.

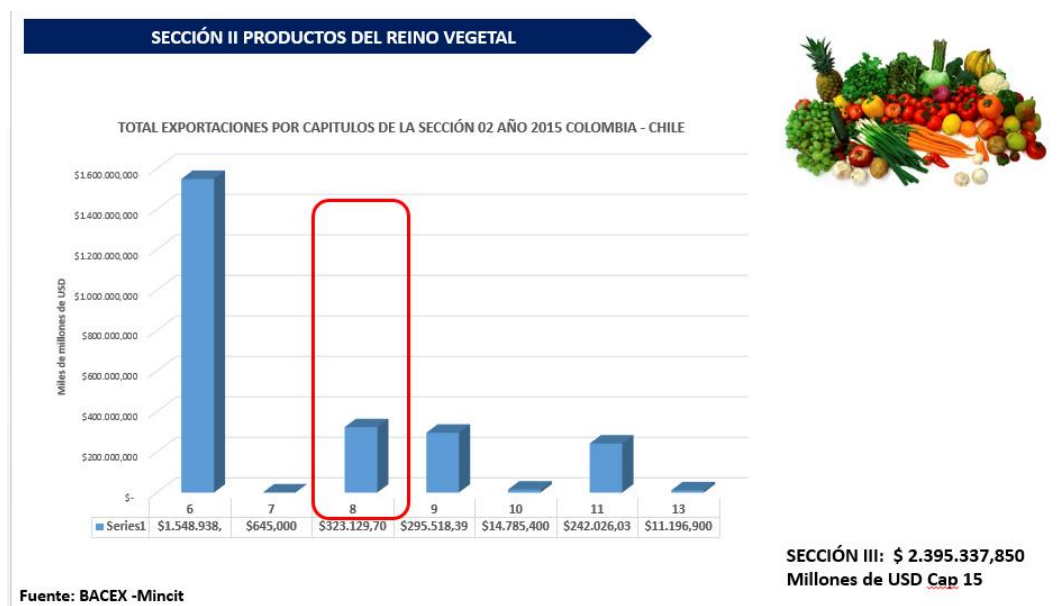


Figura 2.

Exportaciones Sección II Colombia – Chile Año 2015

Fuente: Bacex- Banco de datos de comercio exterior – Ministerio de Industria y turismo.



De acuerdo a la sección 2, productos del reino vegetal, las exportaciones registraron aproximadamente \$ 2.395.337 850 miles de millones de dólares Fob, del cual el capítulo 08 de la sección arrojo resultados positivos para la investigación.

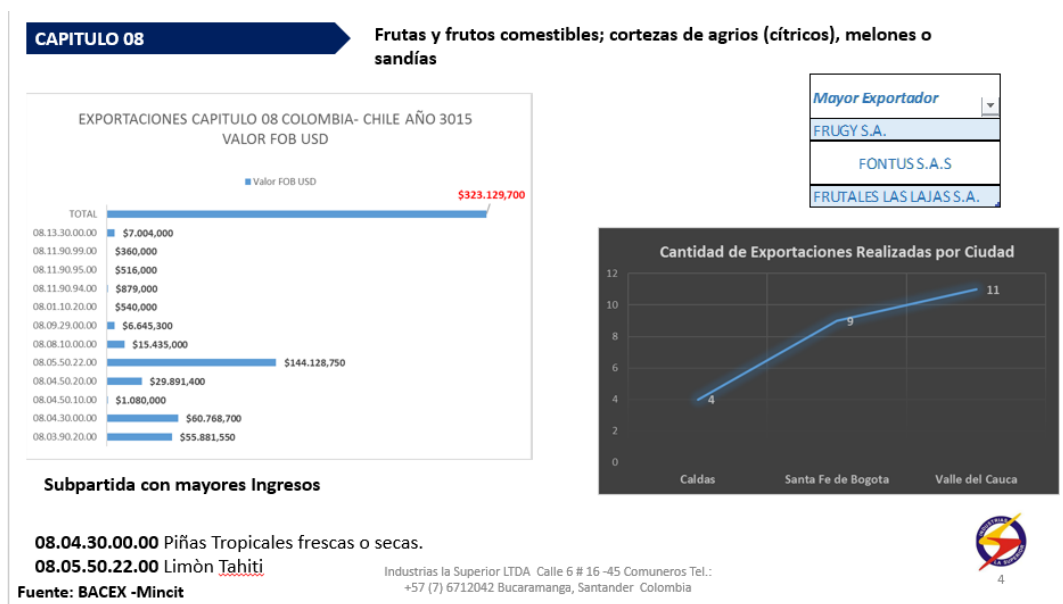


Figura 3.

Exportaciones del capítulo 08 de Colombia- Chile año 2015

Fuente: Bacex- Banco de datos de comercio exterior – Ministerio de Industria y turismo.

Respecto al capítulo 8 del arancel aduanero, frutas y frutos, de corteza de agrios (cítricos) melones y sandías, las sub partidas en las cuales encontramos oportunidades con Santander fueron la 08.04.30.00.00 piñas tropicales registrando exportaciones por un total de \$ 7.004 usd y la 08.05.50.22.00 Limón Tahití, la razón principal de su selección, fue porque encontré registros de exportaciones de empresas provenientes del departamento de Santander, y la región es fuerte en producción y cultivo de estos alimentos.

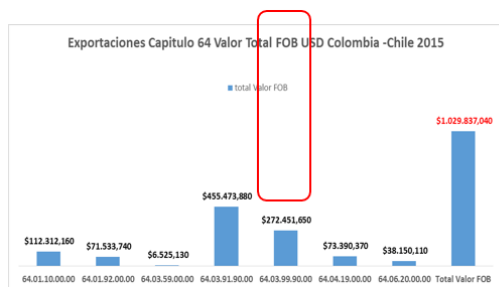


Siguiendo la respectiva búsqueda de sub partidas arancelarias, en la sección XI y XII materiales textiles, calzado y manufacturas, fue la sección con mayor participación respecto a la variedad de sub partidas de las cuales se hacen exportaciones, identificando oportunidades en el sector de calzado, la región es fuerte en la fabricación de dichos productos en el sector de calzado y marroquinería.

SECCIÓN XI Y XII MATERIALES TEXTILES – CALZADO Y MANUFACTURAS

CAPITULO 64

Mas de un Exportador dentro del Capitulo.



Fuente: BACEX -Mincit

Industrias la Superior LTDA Calle 6 # 16 -45 Comuneros Tel.: +57 (7) 6712042 Bucaramanga, Santander Colombia

13

Figura 4.

Exportaciones del Capítulo 64 Colombia – Chile año 2015

Fuente: Bacex – Banco de datos de Comercio Exterior – Ministerio de industria y turismo.

Dicho capitulo alcanzo exportaciones alrededor de los mil millones de dólares Fob, del cual el departamento de Santander es uno de los principales proveedores de los productos pertenecientes a esta capítulo, el calzado y los artículos de marroquinería.

Y por último el capítulo 71 metales preciosos y sus manufacturas, del cual la mayoría de registros de exportaciones del sector joyería provienen del departamento de Santander, ya que



la gran parte de las exportaciones pertenecen a empresas santandereanas como se muestra en la gráfica.

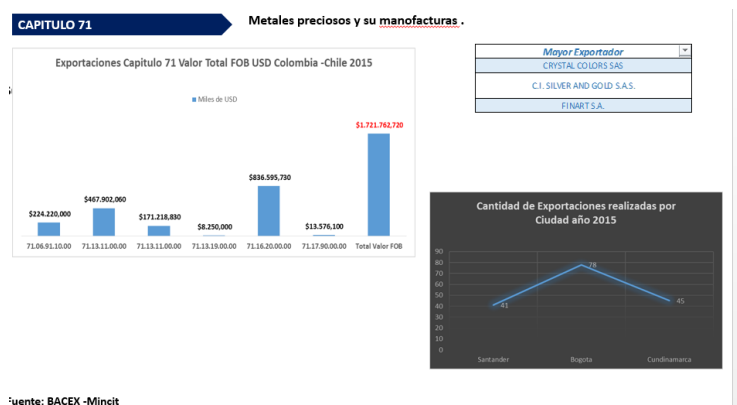


Figura 5.

Exportaciones del Capítulo 71 Metales preciosos y sus manufacturas Colombia – Chile año 2015

Fuente: Bacex – Banco de datos de Comercio Exterior – Ministerio de industria y turismo.

Explorando un poco más las sub partidas seleccionadas realice un histórico de las exportaciones de los últimos 5 años para analizar que potencial tienen dichos productos.

Tabla 2.

Histórico de las exportaciones de las subpartidas seleccionadas.

**PIÑA TROPICAL****HISTORICO EXPORTACIONES
COLOMBIA – CHILE**

SUBPARTIDA	2011		2012		2013		2014		2015	
	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad
08.04.30.00.00	-	-	\$ 24.715,000	680,50	-	-	\$ 1.008,550	36,00	\$ 60.768,700	2.167,60

LIMÓN TAHITI

SUBPARTIDA	2011		2012		2013		2014		2015	
	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad
08.05.50.22.00	\$ 38.440,00	45.840,00	\$ 6.712,21	184.785,00	\$ 131.680,40	116.248,00	\$ 496.048,80	441.800,00	\$ 144.128,75	192.000,00

CALZADO PARA NIÑA

SUBPARTIDA	2011		2012		2013		2014		2015	
	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad
64.03.99.90.00	\$ 716.353,32	18.674,96	\$ 608.583,70	15.596,64	\$ 63.887,45	853,47	\$ 409.785,52	9.741,30	\$ 272.451,650	9.062,10

JOYERIA EN PLATA

SUBPARTIDA	2011		2012		2013		2014		2015	
	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad	valor total FOB	Cantidad
71.13.11.00.00	\$ 389.926,060	253,54	\$ 477.110,480	319,95	\$ 323.004,390	200,74	-	-	\$ 467.902,060	582,65

Finalmente identifique las sub partidas arancelarias que tienen potencial a futuro de exportación con el departamento de Santander, el gerente de industrias la Superior me sugirió buscar la partida arancelaria del producto que ellos fabrican, inmediatamente ubique la partida arancelaria de dicho producto y sus especificaciones y usos, del cual a continuación voy evidenciar.

ACTIVIDAD 2.**Descripción del Producto de la Empresa**

La Empresa fabrica una herramienta de uso agrícola llamada Pala draga.

La Pala Draga es una herramienta manual usada especialmente en el segmento agrícola, diseñada para hacer agujeros en el suelo blando, con el fin de instalar postes de Alumbrados, cercas, entre otros. Está compuesta especialmente de dos hojas unidas por un tornillo y dos cabos de madera.



PALADRAGA

Ficha Técnica del producto

De acuerdo a la información proporcionada por el personal de la compañía elabore una ficha técnica de la herramienta con su descripción y sus componentes.

Tabla 3.

Ficha técnica del producto

Componentes	Descripción
Nombre Comercial	Paladraga
Marca	Superior
Generalidades	Herramienta agrícola, diseñada con dos mangos de agarre fabricados en cabos de madera dura y resistente a plagas y a la humedad. Viene reforzada por dos cucharas
Dimensiones	Alto: 1.65 Centímetros Ancho Cuchara: 11 Centímetros Ancho Madera: 11 Centímetros
Peso	5 Kilogramos



Seguido de realizar la ficha técnica, hice una pequeña revisión del comportamiento del sector al que pertenece la herramienta para conocer cómo se encontraba el panorama de la ferretería a nivel mundial y nacional.

Entorno Internacional Crecimiento porcentual de las Regiones.

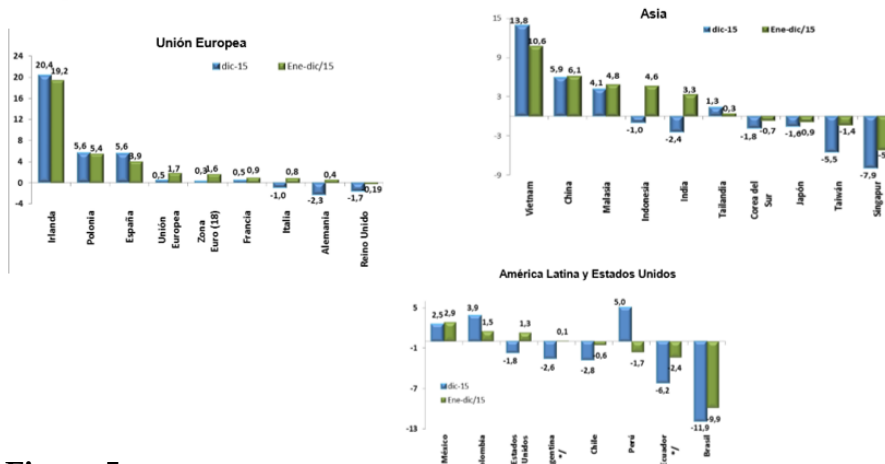


Figura 5.

Entorno Internacional de las regiones del mundo.

Fuente: Banco Mundial

La producción industrial en las diferentes regiones se vio afectada por los efectos de la crisis de la deuda de la Zona Euro y de las menores perspectivas de crecimiento mundial. En América Latina, la de mayor crecimiento fue Perú, 5,0%, le siguió Colombia, con un aumento de 3,9%.

Destino de las Exportaciones Industriales



Destino de las Exportaciones Industriales

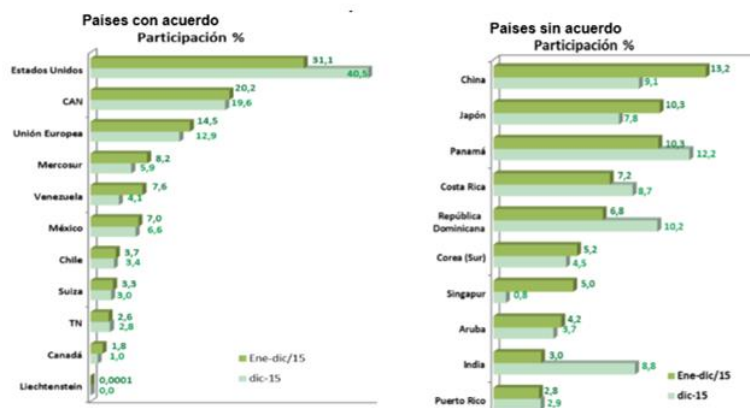


Figura 5.

Destino de las Exportaciones Industriales del Mundo.

En el grupo de los demás destinos sobresalen las dirigidas a: China con una participación del 13,2% y una contracción de 4,6%; Japón con el 10,3% y una disminución de 0,8% y Panamá con el 10,3% y una contracción de -35,6%.

La industria del producto en Colombia

La producción industrial se incrementó en Diciembre de 2015 en 3,9%, por el crecimiento de sus ventas reales, las cuales aumentaron en 3,9%. El empleo industrial creció 1,5%, completando diecisiete meses con tasas mensuales positivas después de casi dos años de contracción. Se espera que en los próximos meses continúe la recuperación de la industria a medida que la dinámica de la demanda interna se consolide y el crecimiento de los principales mercados externos se consolide.



Tabla 4.

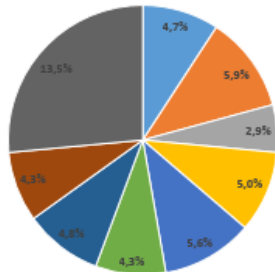
Dinámica de la Industria Colombiana

Dinamica de la Industria Colombiana			
Variable	Variación %		
	2014	ene-di 2015	dic-15
Producción	1,5%	0,9%	3,9%
Ventas	1,1%	1,4%	3,9%
Empleo	-0,3%	1,0%	1,5%

Figura 6.

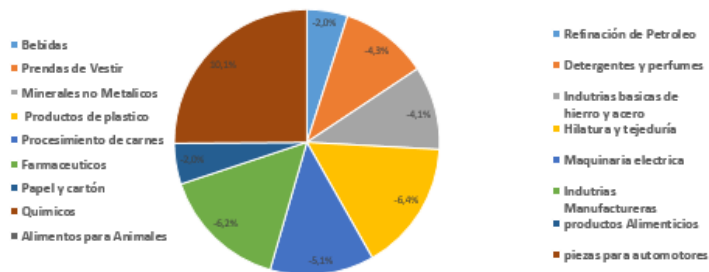
Grafica de los Subsectores más Dinámicos en Colombia Año 2015

Subsectores mas dinamicos Enero-Diciembre 2015



El sector más destacado fue el de la industria de elaboración de bebidas, el cual durante el periodo enero-diciembre de 2015, creció 4,7% en su producción real y 8,3% se debe principalmente al consumo interno.

Subsectores con Impacto Negativo Enero- Diciembre 2015



El sector más afectado fue el de la fabricación de productos de la refinación de petróleo al contraerse - 2,0% esto debido, principalmente, al cierre de la Refinería de Cartagena.

Fuente: Bacex – Ministerio de Industria y turismo.

Seguido de esa corta investigación del sector, identificamos mediante el arancel de aduanas de la dirección de impuestos nacionales “DIAN” la sub partida arancelaria de la pala draga puesto que la empresa desconocía la posición arancelaria del producto, como profesional en negocios internacionales era mi deber encontrar dicha información que a futuro le serviría a



la empresa empezar a buscar un mercado para realizar exportaciones y generar recursos a su compañía.

Posición Arancelaria de la Pala draga

Partida Arancelaria

Código Arancelario: 8201.10.00.00

Sección XV	Metales comunes y manufacturas de estos metales				
Capítulo 82	Herramientas y útiles, artículos de cuchillería y cubiertos de mesa, de metal común; partes de estos artículos, de metal común				
Partida 8201	Layas, palas, azadas, picos, binaderas, horcas de labranza, rastrillos y raederas, hachas, hocinos y herramientas similares con filo, tijeras de podar de cualquier tipo, hoces y guadañas, cuchillos para heno o para paja, cizallas para setos, cuñas y demás herramientas de mano, agrícolas, hortícolas o forestales.				
8201.10	Layas y palas				
Código	Comp	Supl	Designación de mercancías	Perfil	Notas
8201 10 00 00			- Layas y palas		
					



Figura 7.

Partida Arancelaria del producto.

Identifique como partida arancelaria de la pala draga, herramienta agrícola fabricada en la empresa y está ubicada en la sección II metales comunes y sus manufactures, perteneciente al capítulo numero 82 teniendo como descripción layas, y palas, picos y maderas etc. como lo explica la figura presente, Y finalmente como sub partida arancelaria la 8201.10.00.00.

SEGUNDA FUNCIÓN

Identificar donde estas partidas tienen mayor impacto en cuanto a comercio exterior se refiere.

OPORTUNIDADES DE SANTANDER EN CHILE



Una vez identificadas las sub partidas con mayor potencial y de las cuales encontré oportunidades desde el departamento de Santander, decidí escoger uno de los 5 productos encontrados para realizar una investigación más a fondo y permitirle al empresario a futuro iniciar un proceso de exportación identificando el segmento y mercado al que debe llegar

PRODUCTOS CON POTENCIAL DE EXPORTACIÓN A CHILE



PIÑA FRESCA O SECA



LIMÓN TAHITI



CARTERAS DE CUERO



JOYERIA DE PLATA



CALZADO DE CUERO

Se seleccionó el **sector calzado** en el cual centramos la investigación, por recomendación del gerente comercial de Industrias La Superior SAS.

CONTEXTO SECTORIAL Y SITUACIÓN COMPETITIVA

PANORAMA COMPETITIVO DEL SECTOR

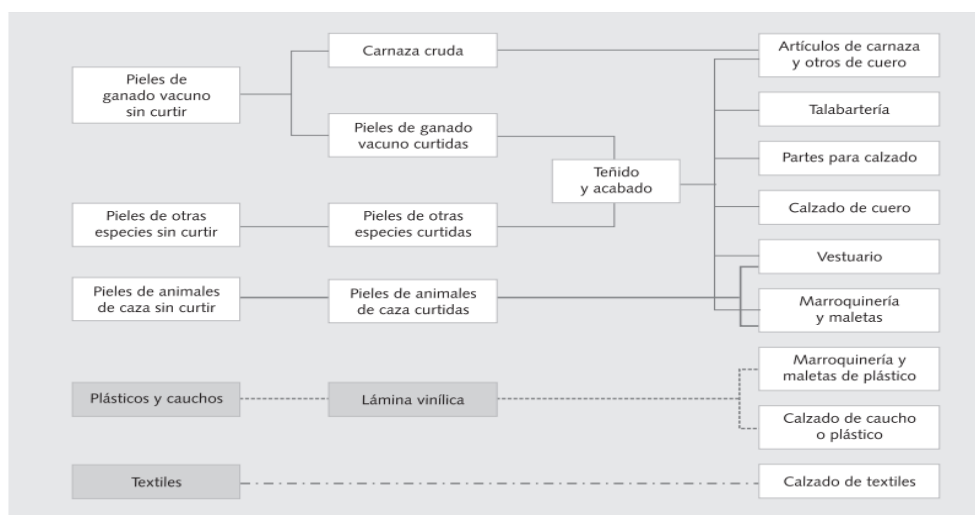
El continente Asiático es el principal productor de calzado, con un 87% del total producido a nivel mundial, en este continente se encuentran 6 de los 7 países productores principales de calzado del mundo.



China ocupa el 1er lugar mundial en la producción de calzado, seguido por la India con una participación de 10% del total producido a nivel Internacional, en el 3er sitio se encuentra Brasil con una participación del 4%. En 2013, Turquía entró en la lista de los 10 principales productores, en sustitución de Tailandia.

CADENA PRODUCTIVA

- Producción de Cuero crudo: La obtención del Crudo se da después del sacrificio de los animales, principal materia prima piel cruda de bovinos
- Curtiembre: El curtido es el proceso de sostenimiento de la piel a acciones físico-químicas para convertirla en un material duradero, comprende 3 fases: el curtido, el teñido y el acabado.
- Marroquinería de esta parte del proceso productivo se obtienen las manufacturas de cuero y prendas de vestir de este material. Se compone de cinco pasos básicamente: diseño, modelo, cortado, guarnecido, terminado y empaque.
- Calzado: una característica importante del proceso de producción del calzado es que requiere insumos diferentes al cuero, como son los textiles, el caucho y el plástico.



**Figura 7.**

Cadena productiva sector calzado, cuero y marroquinería

Fuente: Departamento Nacional de Planeación

ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL SECTOR

Sección >>				
Seleccionar	Código CIU	SHD	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	1521		Fabricación de calzado de cuero y piel, con cualquier tipo de suela	Ver Nota
Seleccionar	1522		Fabricación de otros tipos de calzado, excepto calzado de cuero y piel	Ver Nota
Seleccionar	1523		Fabricación de partes del calzado	Ver Nota

Figura 8.

Actividad Económica del sector

Fuente: Cámara de Comercio de Bucaramanga-código CII

La fabricación de calzado de cuero y piel con cualquier tipo de suela, y fabricado mediante procesos tales como corte, costura, montaje, engomado, etc. Incluye:

- La fabricación de calzado deportivo o casual y el especializado para la práctica de deportes, elaborado en cuero.
- La fabricación de botas o zapatos con partes de piel.

EMPRESAS DEL SECTOR CALZADO SEGÚN SU TAMAÑO

En el departamento de Santander aproximadamente el 98% de las empresas se encuentran ubicadas dentro de las micro y pequeñas empresas, junto con algunas fami-empresas en el



sector del calzado. Esto, se debe al desarrollo regional de competitividad que hay a nivel nacional, dejando que sólo el 2% hagan parte de las grandes empresas dentro de Santander.

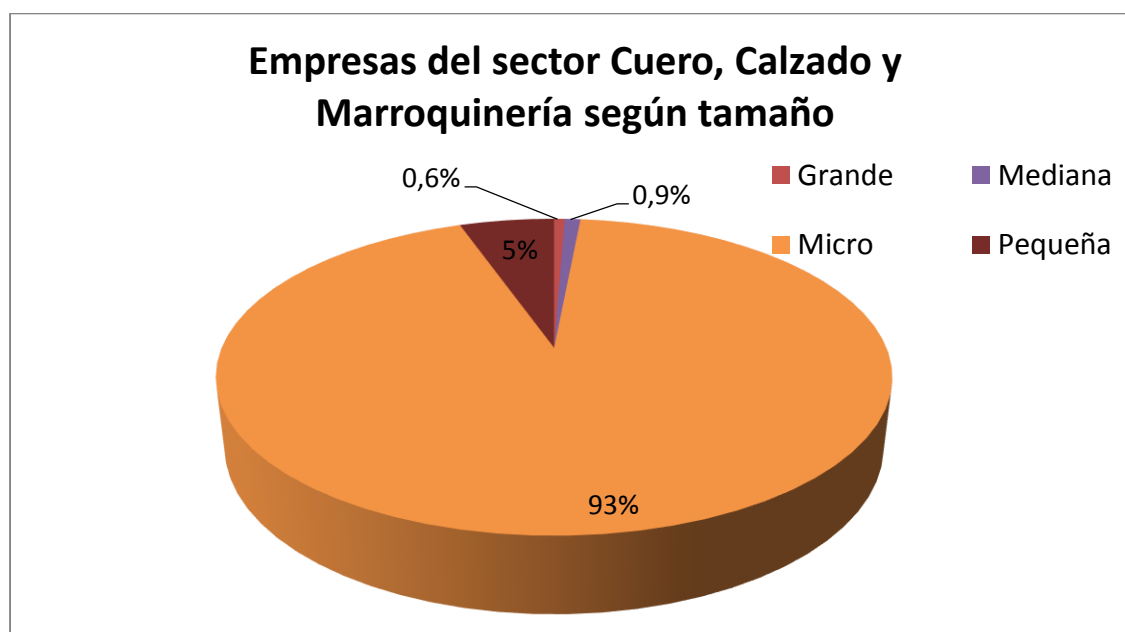
Tabla 2.

Empresas del sector cuero, calzado y marroquinería

TAMAÑO	%
Grande	0,6%
Mediana	0,9%
Micro	93,0%
Pequeña	5,4%

Fuente: Programa de Transformación Productiva (PTP)

La participación que en Santander encontramos de grandes y medianas empresas es muy pequeña, cuentan con una participación de 1,5%, dejando este sector a las empresas pequeñas o microempresas.



**Figura 9.**

Empresas del sector cuero, calzado y marroquinería según tamaño

Fuente: Programa de Transformación Productiva (PTP)

SUBPARTIDAS ARANCELARIAS

Para nuestro subsector que es el calzado haremos un análisis a la subpartida arancelaria 640419, con las cuales se desprende todo el análisis de este trabajo, esto para darle mayor factibilidad a la investigación.

Tabla 6.

Sub partida 640410

Sección XII	Calzado, sombreros y demás tocados, paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas, y sus partes; plumas preparadas y artículos de plumas; flores artificiales; manufacturas de cabello
Capítulo 64	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos
Partida 6404	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.
6404.10	- Calzado con suela de caucho o plástico:

Fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas DIAN

Partiendo de estos datos, podremos obtener información, como principales clientes, principales competidores, que mercados Colombia ha explorado, y que mercados pueden ser posibles compradores.

IMPORTACIONES DE COLOMBIA DE LA PARTIDA 640410 (miles de usd)

**Tabla 5.**

Importaciones de Colombia de la partida 640410

Exportadores	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015
Mundo	15746	20904	26220	9704	7871
China	3177	11083	17198	3615	3210
VietNam	901	3554	3820	2541	2890
México	230	501	310	382	961
Indonesia	178	2003	4728	2840	725
Taipei Chino	10	1	5	14	27
Brasil	19	2	65	17	20

Fuente: Trademap

Nuevamente rectificamos en esta tabla que China es nuestro principal proveedor de calzado pero en otra partida, seguido de Vietnam y México un gran referente de Calzado latinoamericano.

EXPORTACIONES DE COLOMBIA DE LA PARTIDA 640410

**Tabla 8.**

Exportaciones de Colombia de la partida 640410

<i>Importadores</i>	<i>Valor exportada en 2011</i>	<i>Valor exportada en 2012</i>	<i>Valor exportada en 2013</i>	<i>Valor exportada en 2014</i>	<i>Valor exportada en 2015</i>
Mundo	1553	1592	437	250	114
Ecuador	1215	637	399	238	43
Perú	0	0	19	0	32
Venezuela	337	952	0	0	13
Costa Rica	1	2	13	2	9

Fuente: Trademap

Respecto a la partida 640410, podemos observar que nuestro principal cliente es Ecuador seguido de Perú en datos del 2014, por que como podemos observar los años anteriores solo le vendimos en el 2012 y por 12 mil millones de usd, a comparación de nuestro siguiente cliente que es Venezuela, un gran mercado que anteriormente era nuestro principal cliente, pero por problemas económicos y políticos con nuestro país, fue un mercado que se cerró por ende vemos las consecuencias en la anterior tabla.

PANORAMA MUNDIAL DEL CALZADO



Con el panorama mundial del calzado, queremos destacar los países referentes, que de una u otra manera se destacan ya sea por la fabricación del calzado (cantidad), o por el diseño del mismo (calidad).

Tabla 9.

Referencias internacionales del sector calzado

EL SECTOR MUNDIAL DEL CALZADO (REFERENCIAS INTERNACIONALES)					
China es el productor más grande del mundo de calzado, seguido por India, Indonesia, Tailandia, Vietnam y Paquistán	América del Norte (USA) es un gran importador, con importaciones hasta del 96%	Europa occidental es un gran mercado de consumidores	BRASIL Primer productor en Latinoamérica y quinto a nivel mundial	MÉXICO Segundo productor regional	ITALIA Referente en producción con alto valor agregado (diseño) Estrategias de Desarrollo Económico Local asociadas a distritos
	El centro y el Sur son regiones volubles por cambios económicos y políticos lo que influye sobre el consumo	Europa del este posee problemas económicos que influyen al consumo	Cuenta con empresas de todos los tamaños	Desarrolla una estrategia de transformación productiva desde 2007	Tejido empresarial con gran porcentaje de industrias de baja escala
	permanecen entre los 10 mayores productores del mundo	Polonia los principales productores de Europa	El Sector se está orientando hacia la recuperación del mercado interno	Estrategia productiva con enfoque territorial (caso Guanajuato)	Baja intervención estatal

Fuente: ProColombia-DANE- PTP

Tenemos como principal productor de calzado a China, país que produce por grandes volúmenes de calzado para el abastecimiento mundial del mismo, china produce calzado de gama baja-media, después encontramos a países como; India, Indonesia, Tailandia y Vietnam, países en los cuales sus costos tanto de mano de obra como de producción son tan bajos que otros países no pueden competir con estos países.

Desde otro punto de Vista tenemos a Italia, país el cual se destaca por el valor agregado que se le da al calzado, este país maneja una gama Alta, su valor agregado siempre está en el diseño que impone en



el calzado, inclusive Italia es la capital y el referente de la moda, mucho de lo que sale en el mundo de moda es gracias a Italia. También encontramos en esta tabla que en Norte América, más especialmente Estados Unidos es el principal consumidor de calzado a nivel mundial. Y en Latinoamérica tenemos como referentes de producción a Brasil y México, por su economía de escala en la producción de calzado de gama media-Alta.

PANORAMA NACIONAL DEL CALZADO

El calzado es un importante sector de la economía Colombiana, aportando desarrollo, empleo, crecimiento y bienestar social. A rasgos generales se puede dividir el sector según el precio del producto entre calzado económico, medio y de alta gama. Actualmente el sector enfrenta dificultades como la entrada de producto chino, que además de ser más económico, entra por medio de contrabando, evadiendo impuestos, con lo que sus precios pueden ser aún más competitivos. La volatilidad de la tasa cambiaria genera inestabilidad para las exportaciones, actualmente la tasa está a la baja, lo cual empuja hacia un déficit la balanza comercial del sector.

Por otra parte, el crecimiento nacional, de poder adquisitivo y de la población, así como las actuales bajas tasas de interés, representan oportunidades de crecimiento para el sector. Entre otros factores que pueden ser claves para la definición del mismo, se encuentran los tratados de libre comercio, las buenas relaciones político-económicas que está manejando el país, la creación de clústeres, la ubicación geográfica del país y las reformas tributarias y legales que se están dando. No obstante, aunque el aumento del intercambio comercial puede ser una oportunidad para el sector, también representa un reto para el mismo, pues ahora



Deberá competir de forma más directa con empresas de países desarrollados, que cuentan con mejor infraestructura y tecnificación. Porter ha asegurado que Colombia no debe tratar de competir por precio, sino que debe buscar generar un valor agregado y diferenciador de sus productos, esta ha sido la estrategia de algunas empresas del sector en el segmento de gama alta, el cual además posee una tranquilidad de estar en un segmento diferente al producto chino, mientras el segmento de gama económica encara de manera directa esta fuerte competencia. Sin embargo, una estrategia no necesariamente es excluyente de la otra.

Capacidad de producción del sector a nivel regional

En cuanto a producción, Santander es un departamento que siempre se ha caracterizado por influenciar las exportaciones del sector calzado a nivel nacional, por la calidad y los diseños innovadores que le dan un valor agregado a los productos regionales.

Entre enero y noviembre del año 2011 se crearon en el departamento de Santander más de 1.000 empresas, que reportaron un incremento del 13.8% con respecto al año 2010. De ellas, un 88.6% hacen parte de las denominadas famiempresas y pymes. Esto demuestra la influencia del sector sobre el departamento de Santander. A su vez, en Santander las exportaciones tradicionales han tenido un incremento del 35%, es decir, 348 empresas del departamento exportan sus productos, lo cual marca una tendencia favorable teniendo en cuenta las diferentes crisis económicas que vienen sufriendo países como Estados Unidos y la Eurozona. Dentro del sector se encuentran el cuero, la marroquinería y el calzado.



Producción de Calzado por Departamento.

Dentro de este subsector encontramos que Cundinamarca encabeza la lista de departamentos en cuanto a producción y número de empresas dedicadas a la fabricación de calzado con un 38% de participación seguido del departamento de Santander, el cual ocupa el segundo lugar con un 33%. Esta cifra demuestra claramente que a nivel regional, Santander lleva ventaja a varios departamentos como el valle y Antioquia quienes en años pasados ocupan segundo y tercer lugar, pero con las estrategias implementadas por las agremiaciones santandereanas, se ha logrado impulsar un poco más la producción y exportación del departamento.

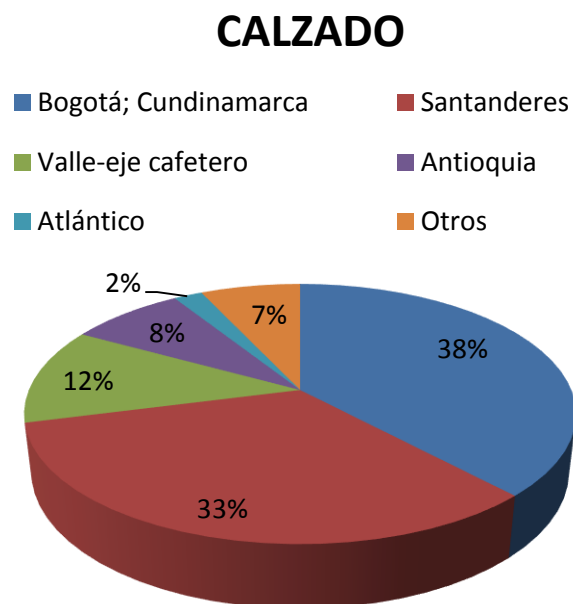


Figura 10.

Segmentación de producción del calzado por departamentos

Fuente: Cámara de comercio-Programa de transformación productiva (PTP)

Experiencia de mercados Local-Nacional-Internacional



Nacional: En la fabricación del calzado se concentra en Bogotá donde cada año se reúnen miles de personas en Conferías en el LEATHER SHOW que es una plataforma de negocios colombiana de más amplia trayectoria y especialización en calzado, marroquinería y prendas de vestir en cuero. Allí se reúnen las principales colecciones que expone la industria colombiana y de los países invitados.

Local: Asoinducals Bucaramanga es la feria del Cuero y el Calzado ha servido de plataforma para el crecimiento del sector de la marroquinería en Santander, exportando a diversos países de Europa y América.

Normatividad y marco legal del sector

Las entidades colombianas que impulsan y ayudan al fortalecimiento del sector son:

- Ministerios de industria, comercio y turismo, por medio de los planes de transformación productiva (PTP), ayudan a impulsar el sector dándole una prioridad por encima de otros sectores, esto da unos beneficios tanto tributarios como financieros a las empresas que trabajen sectores priorizados.
- Acicam, Gremio nacional de zapateros, ayudan a promover el comercio de calzado y similares, ayuda a crear políticas y consejería al gobierno para la internacionalización de sus productos, trabajando de la mano con PROCOLOMBIA.
- ProColombia, ayuda con la internacionalización de las empresas diferenciadoras del país.



Perfil y elementos diferenciadores del sector a nivel nacional-internacional

En la fabricación del calzado se concentra en Bogotá donde cada año se reúnen miles de personas en Conferías en el LEATHER SHOW que es una plataforma de negocios colombiana de más amplia trayectoria y especialización en calzado, marroquinería y prendas de vestir en cuero. Allí se reúnen las principales colecciones que expone la industria colombiana y de los países invitados.

El calzado es un importante sector de la economía Colombiana, aportando desarrollo, empleo, crecimiento y bienestar social. A rasgos generales se puede dividir el sector según el precio del producto entre calzado económico, medio y de alta gama. Actualmente el sector enfrenta dificultades como la entrada de producto chino, que además de ser más económico, entra por medio de contrabando, evadiendo impuestos, con lo que sus precios pueden ser aún más competitivos. La volatilidad de la tasa cambiaria genera inestabilidad para las exportaciones, actualmente la tasa está a la baja, lo cual empuja hacia un déficit la balanza comercial del sector. Por otra parte, el crecimiento nacional, de poder adquisitivo y de la población, así como las actuales bajas tasas de interés, representan oportunidades de crecimiento para el sector. Entre otros factores que pueden ser claves para la definición del mismo, se encuentran los tratados de libre comercio, las buenas relaciones político-económicas que está manejando el país, la creación de clústeres, la ubicación geográfica del país y las reformas tributarias y legales que se están dando. No obstante, aunque el aumento del intercambio comercial puede ser una oportunidad para el sector, también representa un reto para el mismo, pues ahora deberá competir de forma más directa con empresas de países desarrollados, que cuentan con mejor infraestructura y tecnificación.



Una vez analizado el sector, se propone generar estrategias y planes de acción para cada empresa, además de identificar acciones que se deben tomar en el sector. De este modo, la investigación plantea las preguntas de ¿Qué estrategias deben tomar las organización según modelos y segmentos específicos, dado el actual contexto y su propia organización? ¿Qué acciones gubernamentales son imperativas en el sector? Y finalmente ¿Dado el estudio de caso, que estrategias y recomendación puede darse a las organizaciones de este sector?

En Colombia el sector del cuero, calzado y sus manufacturas está compuesto de varias empresas especialmente mypymes y es uno de los segmentos con expectativas de mayor dinámica a raíz de los tratados comerciales que ha suscrito el país en los últimos años. Los altos costos y el suministro de las materias primas sumados a la devaluación de la tasa de cambio son los temas que más preocupan a los empresarios del país y que afectan la producción y utilidades del sector, así lo revela la Encuesta de Opinión Industrial Conjunta, EOIC, realizada por la Asociación Nacional de Empresarios (Andi). A futuro el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, MinCIT, y los gremios han diseñado un plan de negocios que busca posicionar a Colombia como el tercer productor en la región para el año 2018 con crecimientos de la producción alrededor del 8% y empleando el 4% de la fuerza laboral industrial del país mediante estrategias de modernización de los procesos productivos.

Análisis de variables del entorno

Variables que afectan la demanda de los productos

La principal variable que encontramos en el sector calzado es la gran competencia que tenemos con países como China, Vietnam, son países que su producción se hace a gran Escala y un país como



Colombia no podría competir bajo Estas condiciones, China es un país que tiene aproximadamente el 66% de la producción mundial de calzado, y al hacerlo a gran escala esto reduce los costos de manera muy significativa, a Colombia puede llegar Calzado China de aproximadamente 10.000 pesos para la venta final, son precios por los cuales Colombia no está capacitado para competir.

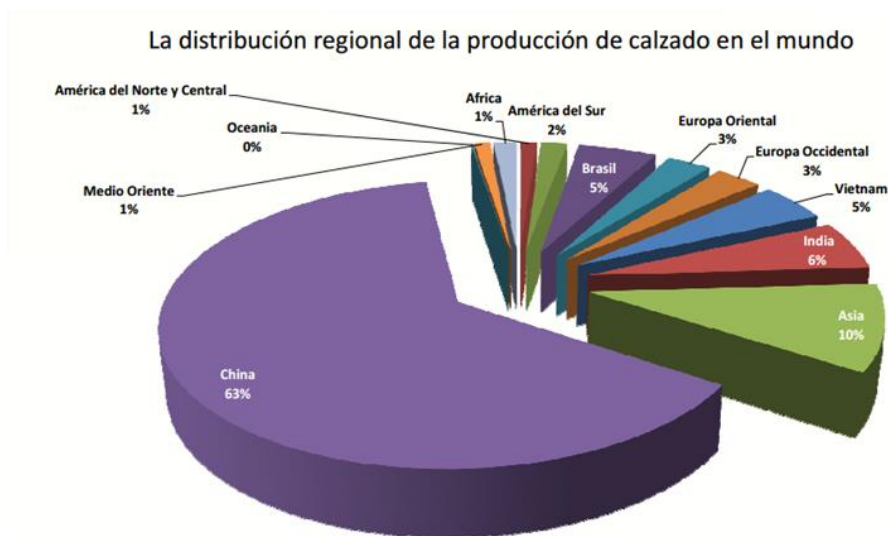


Figura 11.

Distribución regional de la producción calzado en el mundo

Fuente: Procolombia

China también cuenta con factores importantes como la mano de obra tan económica que tiene, si observamos el grafico anterior podemos analizar que Brasil un país suramericano, tiene una gran participación en la producción de calzado, este hace que por nuestra cercanía, Colombia sea un destino importante para ellos, por ellos podemos encontrar infinidad de Marcas Brasileñas en nuestro país.



Protección del sector

Decreto 456 del 28 de febrero 2014: Establecer un arancel ad valorem del 10%, más un arancel específico de 5 dólares de los Estados Unidos de América por par, para la importación de los productos clasificados por el Capítulo 64 del Arancel de Aduanas, cuyo precio FAS declarado sea menor o igual a 7 dólares de los Estados Unidos de América por par.

Establecer un arancel ad valorem del 10%, más un arancel específico de 1,75 dólares de los Estados Unidos de América por par, para la importación de los productos clasificados por el Capítulo 64 del Arancel de Aduanas, cuyo precio Fas declarado sea mayor a 7 dólares de los Estados Unidos de América por par.

Para la determinación del arancel específico aplicable a cada subpartida arancelaria declarada del Capítulo 64 del Arancel de Aduanas, el declarante deberá indicar a través del código de la modalidad de importación que se establecerá para el efecto, si incluye a la vez, bajo la misma subpartida productos con precios FaS declarados descritos en los incisos 1 y 2 del presente artículo, o sólo de uno de los dos.

Marco normativo de política exterior

OMC: Los Acuerdos de la OMC abarcan las mercancías, los servicios y la propiedad intelectual. En ellos se establecen los principios de la liberalización, así como las excepciones permitidas. Incluyen los compromisos contraídos por los distintos países de reducir los aranceles aduaneros y otros obstáculos al comercio y de abrir y mantener abiertos los mercados de servicios.



Resolución 933 de Abril del 2008: Por la cual se expide el Reglamento Técnico sobre etiquetado de Calzado y algunos artículos de marroquinería, y se derogan las Resoluciones 0510 de 2004 y 1011 de 2005.

Consumo de la demanda del sector

Tabla 10.

Distribución del consumo de calzado en el mundo

REGION	PORCENTAJE
EEUU	16%
AMERICA DEL NORTE Y CENTRAL	3%
AMERICA DEL SUR	4%
BRASIL	5%
EUROPA ORIENTAL	7%
EUROPA OCCIDENTAL	18%
JAPON	5%
INDIA	7%
ASIA	13%
CHINA	14%
OCEANIA	1%
MEDIO ORIENTE	3%
AFRICA	4%

Fuente: ProColombia

Asia es el principal consumidor de calzado en el mundo con un 39% del total. El principal consumidor del continente americano es Estados Unidos con un 16%, y Europa Occidental con un 18%, a su vez América del Sur tiene una participación de consumo del 4%



PORCENTAJE DE CONSUMO REGIONAL DE CALZADO EN EL MUNDO

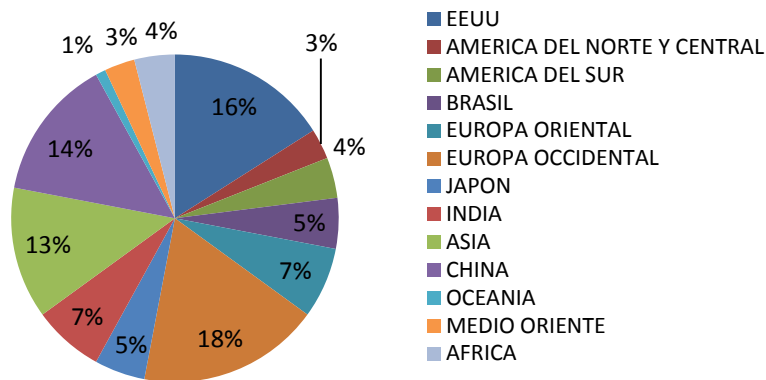


Figura 12.

Porcentaje de consumo por continentes

Fuente: ProColombia.

Agremiaciones

- ✓ ACICAM siglas correspondientes a la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas, en la entidad gremial que convoca a los empresarios de la cadena productiva del calzado en Colombia.
- ✓ La asociación de Industriales del Calzado y similares, Asoinducals su objetivo es agrupar a los industriales del gremio del calzado y empresarios de este renglón industrial.
- ✓ CORPOINCAL siglas correspondientes a corporación industrial de calzado y similares de Norte de Santander.



PARTIDA ARANCELARIA DEL PRODUCTO IDENTIFICADO

Perfil de la mercancía

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	6404.19.00.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil. - Calzado con suela de caucho o plástico: - - Los demás			01-ene-2007	...	
Unidad física	2u - Par			01-ene-2007	...	

Fuente: DIAN

La partida seleccionada fue la 64.04.19.00.00 calzado con suela de caucho, para niña, se encontró potencial de exportación con Chile.

Composición y Características del Mercado (Ficha país)

Generalidades

En cuanto al perfil del producto, se realizó un análisis de las variables necesarias para mostrar la viabilidad del negocio con el país seleccionado, en este caso, Chile.

CHILE

Población al 2015: 18.029.922 Habitantes

Capital: Santiago de Chile



Moneda: peso chileno

Gobierno: presidencialista

PIB 2014: \$ 258.061.522.887,00

Inflación: 4,4%

Ingreso per cápita 2014: \$ 14.528,30 USD

Presidente: Michelle Bachelet (2014-2018)

CONDICIONES CLIMÁTICAS

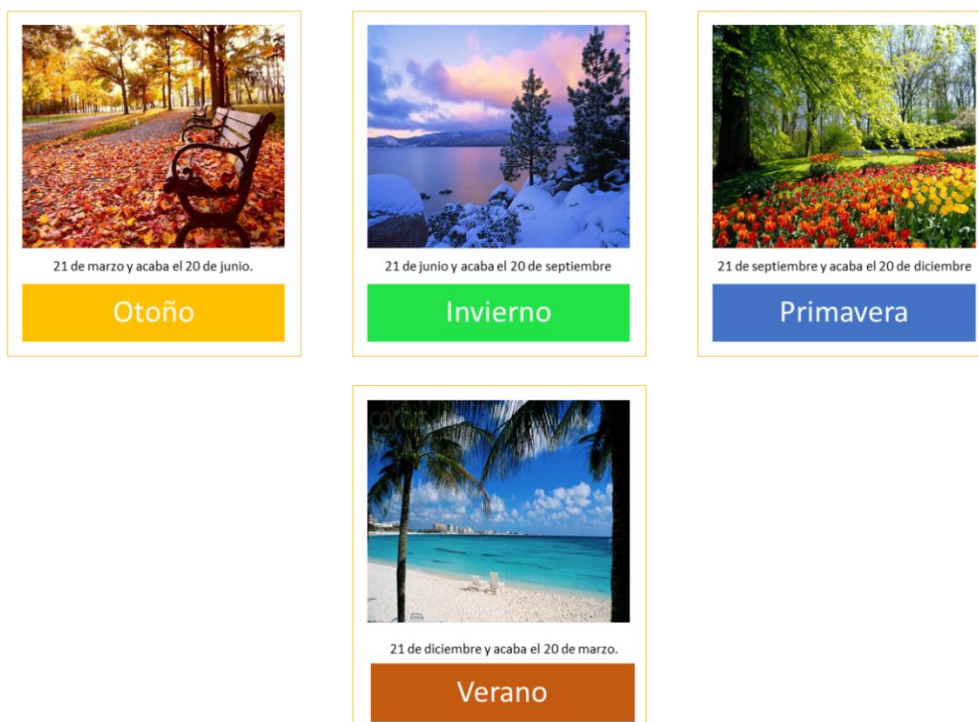


Figura 13.

Condiciones climáticas de Chile



Fuente: CIA

En Chile manejan las 4 estaciones climáticas, y es una variable importante a la hora de querer analizar el sector moda. De esta forma es más fácil analizar las tendencias de los consumidores chilenos.

PRODUCCIÓN DE LA CATEGORÍA

En cuanto a la producción de calzado en Chile cabe resaltar que en los últimos 3 años, la producción nacional aumentó un 30%, y en estos momentos. El 80% proviene de 50 grandes y medianas empresas. Sólo en el 2012, se produjeron aproximadamente 10 millones de pares de zapatos. Aunque ha aumentado la producción, no es significativa en cuanto a consumo interno pues tan solo el 13% del consumo es de calzado nacional, lo que se hace atractivo para los exportadores Santandereanos llegar a este mercado con un producto de buena calidad y buenos precios.

REGIONES DE CHILE

Chile está dividido en 15 regiones.

Tabla 11.

Principales ciudades de Chile

Sigla	Región	Población
V	Valparaíso	1.825.757
IX	Temuco	989.798
RM	Santiago (RM)	7.314.176
X	Puerto Montt	841.123
IV	La Serena	771.085
VIII	Concepción	2.114.286
II	Antofagasta	622.640



Fuente: INE

Tabla 11.

Población por regiones de Chile

#	Región	Población
XV	Arica y Parinacota	239.126
I	Tarapaca	336.769
II	Antofagasta	622.640
III	Atacama	312.486
IV	Coquimbo	771.085
V	Valparaíso	1.825.757
RM	Metropolitana	7.314.176
VI	O´ Higgins	918.751
VII	Maule	1.042.989
VIII	Bio Bio	2.114.286
IX	La Araucanía	989.798
XIV	Los Ríos	404.432
X	Los Lagos	841.123
XI	Aysén	108.328
XII	Magallanes	164.661
TOTAL		18.006.407

Fuente: INE

Las Ciudades más pobladas son Santiago de Chile (Capital) 7.314.176 Habitantes y Valparaíso 1.825.757.

Demanda

En cuanto a la demanda, es necesario analizar variables como el consumo per cápita de la categoría junto con la distribución del gasto y el consumo total del país para poder formar una idea sobre lo factible que sería exportar.



PERFIL DEMOGRÁFICO

En Chile la distribución de la población es muy similar a la de Colombia

Tabla 12.

Distribución demográfica de Chile

Año		2015	2020
ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN			
Población			
TOTAL	Ambos sexos	18.006.407	18.896.684
	Hombres	8.911.940	9.350.786
	Mujeres	9.094.467	9.545.898
Población por grandes grupos de edad			
	0-14 años	3.666.492	3.725.004
	15-59 años	11.660.005	11.899.690
	60 o más años	2.679.910	3.271.990
Porcentaje de Población			
	0-14 años	20,4	19,7
	15-59 años	64,7	63,0
	60 o más años	14,9	17,3

Fuente: INE banco mundial

La población Infantil (0-14 años) son aproximadamente 3.666.492 Habitantes. Esto muestra un panorama más realista al estudio, pues el mercado objetivo son niñas entre estas edades las cuáles serán las potenciales consumidoras del calzado ALPI.

Los niños de 0-14 años representan el 20,4% de la Población Chilena. Esto es muy bueno para el producto que se desea implementar en el mercado chileno pues es significativo el porcentaje de la población infantil.



En cuanto a la tasa de natalidad de Chile, en el año 2013 se encontraba en 13,97%, en donde hay 1,82 hijos por mujer. Esta tasa ha decrecido en Chile más sin embargo es estable a comparación de otros países latinoamericanos.

Condiciones de acceso

En cuando a condiciones de acceso se deben observar variables como los aranceles aplicados al producto, los acuerdos o tratados y toda la logística aplicada en la exportación para así poder visualizar mejor todo el panorama del país seleccionado.

TRATADO DE LIBRE COMERCIO CHILE-COLOMBIA

- Vigencia desde el 8 de Mayo de 2009
- Derogados los decretos 3146 de 2004 y 3234 de 2004: desgravación total de la partida 640419

Gracias a este acuerdo entre Chile y Colombia, el sector calzado tiene una desgravación del 100% dejando el arancel en un 0% lo cual beneficia a los exportadores e calzado colombianos pues su producto entra más económico al mercado chileno.

ARANCELES

Arancel general: 6%

Arancel específico: 0%



LOGÍSTICA



Figura 14.

Mapa puertos marítimos de Chile

Fuente: Google maps

Posee 24 puertos marítimos.



Figura 15.

Puertos marítimos más importantes de Chile

Fuente: ProColombia

- Desde Colombia
- ✓ San Antonio
- ✓ Puerto de Valparaíso
- ✓ Puerto de Arica
- ✓ Puerto de San Vicente
- ✓ Puerto de Iquique.

Los principales Puntos de Embarque Son Buenaventura y Cartagena, por Ubicación Geográfica Facilita el Transporte Marítimo.

- ✓ En su mayoría la conexión es Directa y de frecuencia semanal.
- ✓ El tiempo de transito oscila entre 8- 18 Días

Estrategias de internacionalización



Ruta comercial

Segmentación

Para la distribución de calzado es necesario hacer una segmentación con el objetivo de conocer hacia que nicho de mercado se dirige.

POBLACIÓN

La primera variable que se observó fue la población de cada una de las regiones de Chile.

Tabla 13.

Población por regiones de Chile en el rango de 0-14 años

Sigla	Región	Población	Población de 0-14 Años	Población de 0-14 Años %
V	Valparaíso	1.825.757	355.584	20,0%
IX	Temuco	989.798	418.943	19,8%
RM	Santiago (RM)	7.314.176	353.795	19,4%
X	Puerto Montt	841.123	140.075	22,5%
IV	La Serena	771.085	162.470	21,1%
VIII	Concepción	2.114.286	203.025	20,5%
II	Antofagasta	622.640	180.999	21,5%

Fuente: INE

Identificamos Mayor concentración de población infantil en:

✓ Valparaíso

✓ Santiago



Sin embargo no descartamos la región de Antofagasta pues tiene una población infantil alta, siendo de un 21,5%. Cabe aclarar que esta es la región con más habitantes latinos después de Santiago de Chile, lo cual lo hace atractivo para el estudio.

CLASES SOCIALES

Esta variable es necesaria para poder ver a qué sectores se deben llegar de acuerdo al producto y los precios.

Tabla 14.

Consumo de calzado según las clases sociales

CONSUMO DE CALZADO SEGÚN LAS CLASES SOCIALES EN CHILE (2012)					
Estrato Social	Clase	Población	%	Consumo (Pares)	Tipo
AB-C1	Alta y Media Alta	1.657.247	10%	9.075,000	Calzado Mayor a 100 USD
C2	Media	3.334.494	20%	18.150,000	Calzado entre 50 y 100 USD
C3	Media Baja	4.971.737	30%	27.225,000	Calzado menor a 50 USD
D	Baja	5.468.916	33%	29.947,000	Calzado menor a 20 USD
E	Extrema Pobreza	1.160.073	7%	9.075,000	Calzado Reciclado
TOTAL	-	16.592.467	100%	93.472,000	-

Fuente: INE

- ✓ La población que pertenecen a la Clase Social C3: Media Baja y D: Baja, agrupan la mayor concentración de habitantes.
- ✓ Mayores consumidores en pares.



- ✓ El promedio de gasto es menor a 50 USD y a 20 USD.

IMPORTACIONES DE CADA CIUDAD

Tabla 15.

Principales ciudades importadoras de la partida 6404.19 de Chile

PRINCIPALES CIUDADES IMPORTADORAS	
Valparaíso	\$80.950.820.000
San Antonio	\$56.203.314.000
Metropolitan	\$3.129.940.000
Andes	\$47.803.000
Iquique	\$198.655.000
Arica	\$30.774.000
Talcahuano	\$79.157.000

Fuente: Wiser trade

Valparaíso por ser un puerto recibe la mayor cantidad de mercancía lo que crea un sesgo en la información. Le sigue San Antonio e Iquique.

INGRESOS PER CÁPITA

Otra variable importante es el ingreso per cápita ya que este es un referente de cuánto dinero posee aproximadamente cada persona en las regiones de Chile.

Tabla 16.

Ingreso per cápita por región de Chile



REGIÓN	PIB 2012 Mill CLP	PIN 2012 Mill USD	PIB per cápita USD
Santiago	\$48.802.068	\$101.679	\$15.209
Antofagasta	\$10.462.998	\$21.800	\$39.820
Valparaíso	\$8.037.889	\$16.747	\$9.653
Concepción	\$7.925.369	\$16.513	\$8.374
Rancagua	\$4.487.868	\$9.351	\$10.652
Talca	\$3.678.518	\$7.664	\$7.915
La Serena	\$3.189.807	\$6.646	\$9.392
Copiapó	\$2.737.650	\$5.704	\$19.530
Puerto Montt	\$2.465.240	\$5.136	\$6.435
Iquique	\$2.459.018	\$5.123	\$17.077
Temuco	\$2.234.719	\$4.656	\$5.099
Valdivia	\$1.219.438	\$2.541	\$6.969
Punta Arenas	\$860.528	\$1.793	\$11.243
Arica	\$626.582	\$1.305	\$6.106
Coyhaique	\$473.734	\$987	\$9.909
TOTAL	\$109.750.797	\$228.667	\$13.746

Fuente: Banco central de Chile

Las Ciudades con los ingresos per cápita más altos son:

- ✓ Santiago
- ✓ Antofagasta
- ✓ Valparaíso

RESULTADOS

De acuerdo a las variables anteriores se llegó a la conclusión de que el segmento del mercado indicado es:

Niñas entre los 2-14 años que vivan en las ciudades de Santiago de Chile y Antofagasta de clases sociales Media-baja y baja.



Canales de distribución



Tiendas especializadas

Son establecimientos especializados en la venta de producto o ropa de gama media-alta.

Están especializadas por tipo de producto: lujo, deportivo, de oficina, “outdoor”.

Tiendas de Descuento

Son tiendas que cuentan con una oferta de producto mayoritariamente de países en desarrollo.

Se caracterizan por sus precios bajos. El mercado al que atienden va de popular a medio-bajo.

Multitiendas

Operan con una menor gama de productos que las tiendas por departamento, se dirigen a segmentos socioeconómicos más bajos y no poseen presencia relevante en los centros comerciales más importantes.

Outlets

Son superficies de liquidación de stock de temporada, de segunda selección, etc. En general son propiedad de marcas Premium, utilizan el recurso para la generación de volúmenes de ventas sin afectar el posicionamiento de la marca.

Supermercados

Los hipermercados Líder y Jumbo venden textil y calzado dirigidos a un segmento de la población medio-bajo.



ESQUEMA DE CANALES A UTILIZAR

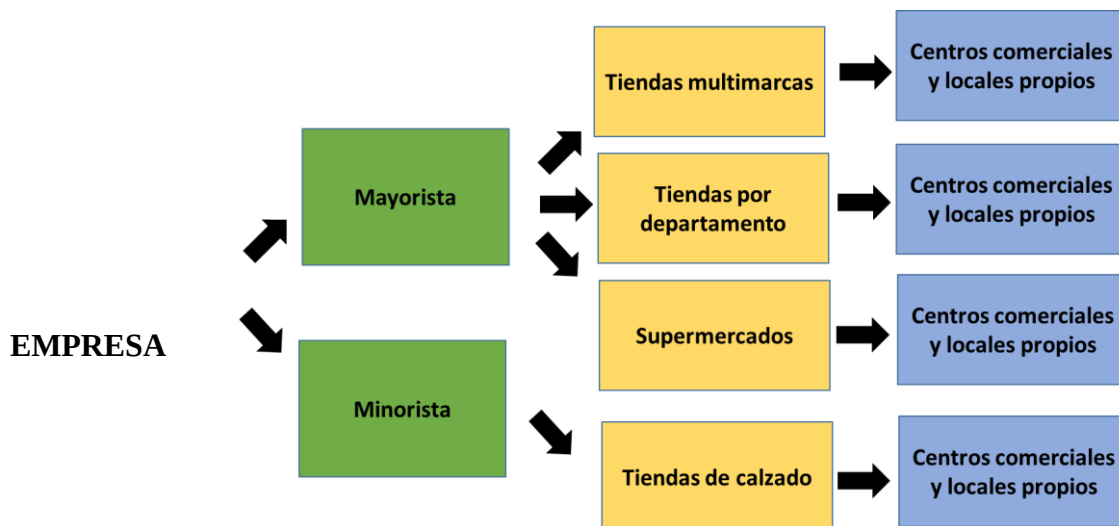


Figura 15.

Esquema de distribución en Chile.

Fuente: creación propia

Consumo aparente

En Chile, el consumo per cápita anual por niño es de \$300 usd. Un valor muy bueno para ser un país latino. Esto es debido a las importaciones de calzado que se presentan en este país pues su mercado nacional no es tan fuerte. Sin embargo hay una gran diversidad de marcas locales e internacionales.

La frecuencia de compra de los chilenos es de 4,4 pares por año. Una cifra alta, pues se encuentra dentro de los 10 países latinos que más pares de calzado infantil consumen de forma anual.



SOCIOS COMERCIALES

Dentro de los principales socios comerciales de Chile de la partida 640319 encontramos que los países asiáticos lideran las importaciones del país latino.

- ✓ China: 77,86%
- ✓ Vietnam: 12,81%
- ✓ Indonesia: 3,49%
- ✓ USA: 2,09%
- ✓ India: 0,52%

Tendencias de consumo y de compra

Tendencias generales del mercado chileno

- ✓ En Chile, los minoristas principales Falabella, Cencosud Retail, Ripley Corp y Wal-mart permanecían como los cuatro líderes de la ropa y del calzado.
- ✓ El volumen de calzado vendido aumentó en un 6% en el 2014.
- ✓ El gasto de consumo por hogares fue de 119.218 mill de USD en el 2014.
- ✓ Las ventas del calzado aumentan en el 9% en términos actuales del valor en 2014, alcanzando CLP973.2 mil millones.

Tendencias de consumo

'Prints' de primavera: flores, motivos tropicales, topos, rayas y, por supuesto, estampados animales de leopardo, serpiente, cebra...



¡Viva los brillos!: Plata, dorado, cobre, azul eléctrico... Los acabados metalizados cobran aún más protagonismo esta temporada, y añaden un toque muy chic incluso a los looks 'sporty', porque además de en sandalias o 'stilletos', los brillos del metal también llegan a las alpargatas o a las 'sneakers'.

Botines, el calzado comodín para el entretiempo: apuesta por los modelos en serraje y en ante (que, además, es el material estrella de la temporada), con los tonos claros como el beige, además de tonos como el azulón, y por los que incluyen detalles y estampados de estilo étnico o 'boho'.

- En otoño – invierno, se utilizan más las botas altas, principalmente modelo “ecuestre”. Así mismo, los botines, botas de caña baja
- En la temporada de invierno, el producto es más clásico, los colores más usados son negros y tonalidades de café.
- 2 Colecciones por año: Verano e invierno
- El mercado Chileno maneja la tendencia de moda a nivel mundial.



Colores y estampados de temporada



A su vez, en Chile les gusta mucho los detalles en donde le agregan al calzado accesorios en Cuero para los zapatos y bisutería.

Tendencias de compra

- ✓ Según la firma de consultoría A.T. Kearney Chile es llamado la gema oculta, al 2013 las ventas por e-commerce aumento un 161%
- ✓ Gracias a las tantas tiendas retail de Chile, ellos prefieren comprar barato y en cantidad que poco y calidad.
- ✓ Los centros comerciales siempre será el lugar #1 para ir a comprar
- ✓ El dinero en efectivo es el principal medio de pago, aunque las tarjetas de crédito y débito han tomado fuerza en este mercado.

Análisis de precios

En el interior de Chile hay precios variados en cuanto al calzado.

**Tabla 17.***Precios de calzado en Chile*

Canal	Peso Chileno (CLP)	Dólar Americano (USD)	Peso Colombiano (CO)
Calzado BEBA	\$ 4.000 - \$ 20.000	\$ 5,62 Usd - \$ 28,11 Usd	\$ 17,200 - \$ 85,000
Forus Brand & Retail	\$ 20,000 - \$ 23,000	\$ 28,11 Usd - \$ 32,33 Usd	\$ 85,000 - \$ 98,900
Paris Cencosud	\$ 4,000 - \$ 8,000	\$ 5,65 Usd - \$ 9,84 Usd	\$ 17,200 - \$ 30,900
Falabella	\$ 12,000 - \$ 27,000	\$ 16,87 Usd - \$ 35,59 Usd	\$ 51,000 - \$ 108,000
Ripley	\$ 12,000 - \$ 19,000	\$ 15,82 Usd - \$ 25,04 Usd	\$ 48,000 - \$ 76,000

Fuente: Creación propia

- ✓ El precio de los Zapatos para Niña Varía de acuerdo al Diseño y Calidad.
- ✓ Calzado BEBA, y Paris Cencosud Manejan precios Económicos.
- ✓ Forus Brand & Retail y Falabella Manejan Precios Costosos.
- ✓ Ripley maneja precios estables.

Formatos comerciales**FERIAS NACIONALES****EXPO CALZADO Y ACCESORIOS****Santiago de Chile**

Se celebra cada año en las últimas dos semanas de diciembre, principalmente le daban un toque solo femenino desde la feria del 2012 se empezó a exhibir y modelar calzado joven y calzado infantil. Por lo general estos eventos se llevan a cabo en un recinto especializado.



EXPO CALZADO Y ACCESORIOS.

Puente alto “comuna más poblada de Chile”

Esta feria se celebra al mismo tiempo que la de Santiago de Chile, pero tiene más visitantes que la de Santiago, ya que esta es la comuna más poblada de Chile. En comparación con la feria de calzado de Santiago se lleva a cabo en hoteles y en un recinto especializado.

FERIA BOUTIQUE DE ZAPATOS TACONERAS

Feria que se lleva a cabo en Santiago de Chile, se hace en Abril o en Octubre, es la feria más grande de Calzado de Chile, su especialidad son los zapatos femeninos, aunque en esta feria también podemos encontrar de todo.

FERIAS INTERNACIONALES

Colombia

Footwear&Leather Show Julio 2016

Este evento, además de servir de escaparate de las novedades del mundo del calzado y la moda, permite a sus participantes tejer una red de contactos comerciales a nivel nacional e internacional.

Brasil

Couromoda

Feria Internacional de Calzado, Marroquinería y Accesorios de Moda es el evento más importante de América Latina, promoviendo negocios y fomentando el networking en el



mercado de calzado. La feria reúne expositoras, de porte grande, mediano y micro, para presentar las colecciones otoño-invierno de 2.000 colecciones de calzados y marroquinería.

LA FERIA EN TÓPICOS

2.000 colecciones

85.000 m² de área

13 Estados representados

84.000 visitas profesionales

25 mil visitantes únicos venidos de 52 países

Ventas correspondientes a 35% de la producción anual de la industria calzado

Empaque y etiquetado

En Chile hay ciertas normas en cuanto al etiquetado para el calzado que se va a importar.

Etiquetado

- Debe llevar: material, fabricada en, número y cuidados
- No hay exigencias técnicas para el calzado en Chile
- Etiqueta permanente, impresa o bordada
 - Etiqueta en español
 - Etiqueta en el zapato derecho

El zapato debe llevar una etiqueta visible, o en su defecto un troquelado con la siguiente información:



- Empresa fabricante
- Composición del corte
- Composición de la suela
- Composición del forro
- Lugar de origen (Hecho en Colombia)

Reglamento rotulación de calzado

Vigente desde Octubre del año 2006: Norma chilena **NCh1808 Of2004**

- Materiales sintéticos: Nombre genérico del producto(PVC, Poliuretano) NO CUERO SINTÉTICO
- Fibra de cuero: deberá usarse FIBRA DE CUERO AGLOMERADA
- Se rotulará CUERO cuando sea en su totalidad
- Varios materiales: Nombre genérico con porcentaje

EMPAQUE

Caja (tapa y base), con protección interior en papel seda, donde viene el par de zapatos. La caja usualmente es en cartón.

Condiciones técnicas del producto

DERECHOS DE IMPORTACIÓN: certificados de origen que demuestren que el producto puede entrar con un 0% de arancel dado el tratado de libre comercio vigente entre Chile y Colombia.



- **NORMAS DE ORIGEN:** Para acceder a las preferencias arancelarias otorgadas por el Acuerdo comercial los bienes colombianos deben cumplir con la norma de origen exigida por Chile.
- **CERTIFICACIONES:** Certificaciones de calidad (de voluntario cumplimiento); Certificaciones de responsabilidad social empresarial- RSE y medio ambiente (de voluntario cumplimiento).

Documentos

- Certificado de origen: Acuerdo comercial entre Chile y Colombia
- Documentos de importación ordinaria

Tabla 18.

Documentos para importación ordinaria

Documentos de importación (básicos)
Conocimiento de embarque (Doc. de transporte)
Factura comercial
Declaración de importación aduanera
Lista de empaque

Fuente: ProColombia



TERCERA FUNCIÓN

Sugerir y poner en marcha la manera en que la empresa deba comenzar su departamento de comercio exterior.

Como profesional en negocios internacionales, la recomendación que le sugerí a la empresa para comenzar con su departamento de comercio exterior era contactar con organizaciones que le dieran una orientación adecuada para identificar si era viable iniciar procesos de comercio exterior, para eso me di la tarea de contactar con la oficina de procolombia aquí en Bucaramanga, en la cual por medio electrónico le envié una carta formal de la empresa, indicándoles el interés en iniciar procesos comerciales con otros países.

Anexo 1.

Solicitud proceso de Internacionalización – Procolombia.

 Bucaramanga Abril 15 de 2016
Santander, Colombia

Señor: Manuel Alfonso Valderrama Carrillo
Oficina Comercial en San José para Centroamérica Sur:
(Costa Rica, Nicaragua y Panamá)

De: Industrias la Superior SAS
Departamento de Comercio Exterior.

Referencia: Proceso de Internacionalización.

Cordial Saludo.

Por medio de la presente nos ponemos en contacto con usted, Solicitando respetuosamente su cooperación en el proceso de internacionalización de nuestra empresa, que tiene por objeto social la fabricación de pala dragas y comercialización de materiales de ferretería y construcción. Estamos interesados en llegar al mercado centro americano por la alta demanda que solicita dicha región respecto al producto que fabricamos, llevamos realizando una investigación de mercados que nos ha permitido identificar las oportunidades de mercado en Centroamérica Sur.



Una vez enviada la solicitud, fue inmediatamente respondida la solicitud, remitiendo la carta con un asesor comercial de la misma entidad, de la cual la empresa quedo avisada de programar una visita empresarial para conocer la empresa y su interés por exportar sus productos.



CUARTA FUNCIÓN

- Cotizar materiales que la empresa necesita para cumplir con sus funciones de fabricación de sus productos.

Realice cotizaciones a nivel regional y nacional, de materiales de ferretería a diferentes empresas del sector entre las cuales las más importantes fueron en

- ALDIA
- DISTRIBUCIONES COLOMBIA
- DYNA



COTIZACIÓN INTERNACIONAL

Se hizo cotizaciones por la plataforma virtual ALI-BABA de laminas de acero “hot rolled” y “cold rolled” las cuales son utilizadas para la fabricación de las herramientas que produce la empresa, contacte con diversos proveedores en CHINA y en Estados Unidos.

The screenshot shows the Alibaba.com interface. At the top, there's a navigation bar with 'Inicio', 'Verificar', 'Mensajes y Contactos', 'Administrar cotizaciones recibidas', 'Transacciones y Logística', and 'Configuración de la cuenta'. Below this, a banner for 'Super September Purchasing' is visible. The main section is titled 'My Services' and includes a sidebar with 'Pedidos (Borradores)', 'Recommendations', 'Mis Plantillas de Pe...', 'Inquiries', 'Todos/as', 'Marcados', 'Spam', 'Papeleria', 'My Folders', 'Orders', and 'All Orders'. The main content area displays a table of inquiries and quotes:

Flag	Fecha	TradeManager	Estado	Acción
Inquiry ID: 11277489248	2016-9-10	Cotizaciones Recomendadas	Se...	Rita Si
304 stainless round bar bright surface price 100 Piece(s) US \$12 US \$1200 Nueva investigación Actualización Grade of 304 stainless steel pipe 100 Piece(s) US \$12 US \$1200				
Inquiry ID: 11275329869	2016-9-5	Cotizaciones Recomendadas	Se...	Claire Li
Shijiazhuang Zhouming Tra...				

QUINTA FUNCIÓN

- Apoyar las licitaciones estatales en la cuales la empresa cumpla con los requisitos necesarios para aplicar.

Realice apoyo al gerente de la empresa en licitaciones que estuvieran al alcance del objeto social de la empresa, mi labor consistía en cotizar los elementos que se requerían en la licitación y a su vez diligenciar y ordenar los documentos necesarios para los trámites legales y poder aplicar a la misma.

La siguiente es un proceso que realice solo, mediante el acompañamiento del gerente comercial de la empresa.



Anexo 2.

Publicación cuantía mínima INVESBU

Información General del Proceso	
Tipo de Proceso	Contratación Mínima Cuantía
Estado del Proceso	Convocado
Régimen de Contratación	Estatuto General de Contratación
Grupo	[D] Componentes y Suministros
Segmento	[31] Componentes y Suministros de Manufactura
Familia	[3116] Ferretería
Clase	[311628] Ferretería en general
Detalle y Cantidad del Objeto a Contratar	SUMINISTRO DE ELEMENTOS DE FERRETERIA, ELECTRICOS, HERRAMIENTAS Y MATERIALES PARA MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO DE LAS OFICINAS Y BIENES MUEBLES DEL INVESBU
Cuantía a Contratar	\$ 4,000,000
Tipo de Contrato	Suministro
Ubicación Geográfica del Proceso	
Departamento y Municipio de Ejecución	Santander : Bucaramanga
Departamento y Municipio de Obtención de Documentos	Santander : Bucaramanga
Dirección Física de Obtención de Documentos del Proceso	Ventanilla Única del Instituto en el cuarto piso del Edificio Colseguros ubicado en la Calle 36 número
Departamento y Municipio de Entrega Documentos	Santander : Bucaramanga
Dirección Física de Entrega de Documentos del Proceso	Ventanilla Única del Instituto en el cuarto piso del Edificio Colseguros ubicado en la Calle 36 número
Cronograma del Proceso	
Fecha y Hora de Apertura del Proceso	30-08-2016 08:00 a.m.
Fecha y Hora de Cierre del Proceso	31-08-2016 10:00 a.m.
Datos de Contacto del Proceso	
Correo Electrónico	contratista.juridica2@invisbu.gov.co
Documentos del Proceso	

Seguido de leer y verificar la información en la invitación de la cuantía, de la validez de aplicar a la misma, inicie a cotizar la lista de materiales que estaban solicitando.

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COTIZACION N° 1 CASA HERMES	COTIZACION N° 2 HOMECENTER	COSTO PROMEDIO POR UNIDAD		INDUSTRIAS LA SUPERIOR	totales	impuesto	rentabilidd	pventa total	
1	BOTAS DE SEGURIDAD DIELECTRICA PUNTERA DE FIBRA DE VIDRIO	PAR	4	N.A	\$ 279.900	\$ 279.900	\$ 1.119.600	\$ 56.051	\$ 224.204	\$ 895.396	59.251	104.707	418.826
2	BROCA 3/8 " 12 PULGADAS	UND	3	\$ 17.900	\$ 17.900	\$ 17.900	\$ 53.700	\$ 14.964	\$ 44.892	\$ 8.808	15.818	17.900	53.699
3	BROCA 1/4 " 4 PULGADAS	UND	3	\$ 5.300	\$ 2.900	\$ 4.100	\$ 12.300	\$ 3.399	\$ 10.197	\$ 2.103	3.593	4.100	12.300
4	BROCHA NATURAL CABO DE MADERA DE 4 PULGADAS	UND	1	\$ 8.300	\$ 21.600	\$ 14.950	\$ 14.950	\$ 6.380	\$ 6.380	\$ 8.570	6.744	7.934	7.934
5	CASCO INDUSTRIAL AJUSTABLE (PARA OBRA)	PAQUETE*3	4	\$ 35.600	\$ 33.900	\$ 34.750	\$ 139.000	\$ 34.500	\$ 138.000	\$ 1.000	36.469	34.750	139.000
6	CINTA DOBLE FAZ PARA INTERIORES 24mm *20 M	ROLLO	1	\$ 1.700	\$ 74.900	\$ 38.300	\$ 38.300	\$ 26.400	\$ 26.400	\$ 11.900	27.907	32.832	32.832
7	CINTA DE METRICA 30M DECAMETRO EN FIBRA DE VIDRIO	UND	2	\$ 53.000	\$ 50.900	\$ 51.950	\$ 103.900	\$ 13.233	\$ 26.466	\$ 77.434	13.988	16.457	32.914
8	CINTA PRECAUCION (PELIGRO) 70 mm *100M	ROLLO	2	\$ 17.100	\$ 13.900	\$ 15.500	\$ 31.000	\$ 3.900	\$ 7.800	\$ 23.200	4.123	4.850	9.700
9	CINTATEMPLEX 1700 NEGRA 18MM *20 M	UND	1	\$ 4.400	\$ 4.000	\$ 4.200	\$ 4.200	\$ 3.890	\$ 3.890	\$ 310	4.112	4.200	4.200
10	ESPATULA FLEXIBLE 6 PULGADAS	UND	1	\$ 17.100	\$ 13.900	\$ 15.500	\$ 15.500	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 8.500	7.400	8.705	8.705

15 elementos conformaba la lista de materiales a cotizar de los cuales, tuve la tarea de buscar la oferta más económica para la empresa y para la licitación con el fin de obtener un margen



de ganancia del 15% por material. Finalmente mi siguiente labor era diligenciar todos los formularios y documentos necesarios para la cuantía y son los siguientes.

- Autorización para presentar la propuesta.
- Registro mercantil.
- Constancia de cumplimiento de aportes parafiscales.
- Consulta en el boletín de responsables fiscales – contraloría nacional.
- Consulta de antecedentes – procuraduría nacional.
- RUT
- Identificación
- Manifestación de no encontrarse inhabilitado.

Lista de Documentos diligenciados

FORMULARIO N° 1 CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Señores
INSTITUTO DE VIVIENDA DE INTERES SOCIAL Y REFORMA URBANA DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA - INVISBU
Calle 36 N. 15-32

REFERENCIA: Proceso No. INVISBU MC-INV No. 017-2016

El suscrito: SERGIO ANDRÉS GÓMEZ PEREZ de acuerdo con el Pliego de Condiciones, hacemos la siguiente propuesta para SUMINISTRO DE ELEMENTOS DE FERRETERIA, ELECTRICOS, HERRAMIENTAS Y MATERIALES PARA MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO DE LAS OFICINAS Y BIENES MUEBLES DEL INVISBU, en caso que nos sea aceptada por el INVISBU, nos comprometemos a firmar el contrato correspondiente.

Declaramos así mismo bajo la gravedad de Juramento:

- Que esta propuesta y el contrato que llegare a celebrarse sólo compromete a los firmantes de esta carta.
- Que conocemos la información general y demás documentos del Pliego de Condiciones de presente concurso, como estudios previos y anexos del proceso y que aceptamos los requisitos en ellos contenidos.
- Que no nos hallamos incurso en causal alguna general o especial de inhabilidad o incompatibilidad señaladas en la Ley o en el pliego de condiciones y que no encontramos en ninguno de los eventos de prohibiciones especiales para contratar. Cuando la inhabilidad o incompatibilidad sobrevenga en el curso de la selección, entenderá que renunciamos a la participación en el proceso y a los derechos surgidos del mismo.
- Que si se nos adjudica el contrato, nos comprometemos a constituir las fianzas requeridas y a suscribir éstas y aquéll dentro de los términos señalados para ello.

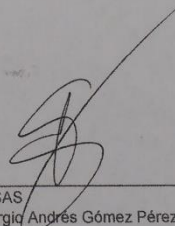
Declaramos expresamente que los datos que a continuación indicamos SON LOS ÚNICOS VALIDOS PARA NUESTRA ACTUACION ANTE LA ENTIDAD DURANTE EL CONCURSO. CUALQUIER DATO QUE PROCEDA DE PERSONA DIFERENTE O UNA DIRECCION DE CORREO ELECTRONICA DIFERENTE A LA EXPRESAMENTE SEÑALADA EN ESTA CARTA NO COMPROMETE NUESTRA RESPONSABILIDAD. SE TIENE HECHA POR NOSOTROS.

FORMULARIO N° 2 MANIFESTACION SOBRE INHABILIDADES E INCOMPATIBILIDADES

Yo SERGIO ANDRES GOMEZ PEREZ con cedula de ciudadanía Numero 80.241.094 de la ciudad de BOGOTÁ, actuando en calidad de representante legal suplente de Industrias la Superior SAS, manifiesto bajo la gravedad del juramento de forma clara e inequívoca, que ni el proponente, ni su representante legal, ni su apoderado, ni suplentes, ni sus socios nos encontramos incurso por sí o por interpuesta persona en las causales de inhabilidad e incompatibilidad previstas en la Constitución y en la Ley, en especial las contempladas en el artículo 8 de la Ley 80 de 1993, en la Ley 1150 de 2007 y en la Ley 1474 del 12 de Julio de 2011 "Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la Gestión Pública" (artículo 1. inhabilidad para contratar de quienes incurran en actos de corrupción, artículo 2, inhabilidad para contratar de quienes financien campañas políticas, artículo 3, prohibición para que ex servidores públicos gestionen intereses privados, artículo 4, inhabilidad para que ex empleados públicos contraten con el estado y artículo 90, inhabilidad por incumplimiento reiterado).

Dada en la ciudad de BUCARAMANGA a LOS 30 del mes de AGOSTO del año 2016.

El proponente:



Firma del representante legal Suplente
Nombre del proponente: Industrias la Superior SAS
Nombre del Representante Legal Suplente: Sergio Andrés Gómez Pérez
C. C. No. 80.241.094 de Bogotá
Dirección de correo físico: CALLE 6 No 16-45 barrio Comuneros BUCARAMANGA SANTANDER
Dirección de Correo electrónico: Industrias_lasuperior@yahoo.com
Telefax: (7) 6712042/ 6712053 / 6714188
N. Celular: 314-4130814
Ciudad: Bucaramanga



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
BUCARAMANGA

FORMULARIO No. 04
CERTIFICACIÓN DE PAGOS DE SEGURIDAD SOCIAL Y APORTES PARAFISCALES
ARTICULO 50 LEY 789 DE 2002
(PERSONAS JURÍDICAS)

Yo **SERGIO ANDRES GOMEZ PEREZ**, identificado con **80.241.094** de Bogotá, en mi condición de Representante Legal suplente de **Industrias la Superior SAS** identificada con Nit **804.016.108-3**, debidamente inscrito en la Cámara de Comercio de Bucaramanga certifico el pago de los aportes de seguridad social (pensión, salud y riesgos profesionales) y de los aportes parafiscales (Instituto Colombiano de Bienestar familiar ICBF, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA y Caja de Compensación Familiar), pagados por la compañía durante los últimos seis (6) meses calendario legalmente exigibles a la fecha de presentación de nuestra propuesta para el presente proceso de selección. Lo anterior, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002.

Dada en la ciudad de BUCARAMANGA a los 30 días del mes de AGOSTO del año 2016.

Atentamente,

Firma del representante legal Suplente

Nombre del proponente: Industrias la Superior SAS

Nombre del Representante Legal Suplente: Sergio Andrés Gómez Pérez

C. No. 80.241.094 de

Dirección de correo físico: CALLE 6 No 16-45 barrio Comuneros BUCARAMANGA SANTANDER

Dirección de Correo electrónico: industrias_lasuperior@yahoo.com

Teléfono: (7) 6712042 / 6712053 / 6714188

Celular: 314-4130814

Ciudad: Bucaramanga

CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA

CERTIFICADO GENERADO A TRAVÉS DE LAS VENTANILLAS
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN: BUCARAMANGA, 2016/08/31 HORA: 7:54:37
7401392

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: KQ13074F90

LA PERSONA O ENTIDAD A LA QUE USTED LE VA A ENTREGAR EL CERTIFICADO PUEDE VERIFICAR EL CONTENIDO Y CONFIABILIDAD, INGRESANDO A WWW.CAMARADIRECTA.COM EN EL ENCABECERADO. ESTE CERTIFICADO, QUE PODRÁ SER VALIDADO POR UNA ÚNICA VEZ, CORRESPONDE A LA IMAGEN Y CONTENIDO DEL CERTIFICADO CREADO EN EL MOMENTO EN QUE SE GENERÓ EN LAS VENTANILLAS O A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL DE LA CÁMARA.

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS DE:
INDUSTRIAS LA SUPERIOR S.A.S.

EL SECRETARIO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRÍCULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

C E R T I F I C A

FECHA DE RENOVACIÓN: MARZO 31 DE 2016

C E R T I F I C A

MATRÍCULA: 05-107868-16 DEL 2003/11/05
NOMBRE: INDUSTRIAS LA SUPERIOR S.A.S.
NIT: 804016108-3

DOMICILIO: BUCARAMANGA

DIRECCIÓN COMERCIAL: CALLE 6 # 16 - 45 BARRIO COMUNEROS
MUNICIPIO: BUCARAMANGA - SANTANDER
TELÉFONO1: 6712042
TELÉFONO2: 6712053
TELÉFONO3: 6714188
EMAIL : industrias_lasuperior@yahoo.com

NOTIFICACIÓN JUDICIAL
DIRECCIÓN: CALLE 6 # 16 - 45 BARRIO COMUNEROS
MUNICIPIO: BUCARAMANGA - SANTANDER
TELÉFONO1: 6712042
TELÉFONO2: 6712053
TELÉFONO3: 6714188
EMAIL : industrias-lasuperior@yahoo.com

CONSTITUCIÓN: QUE POR ESCRIT. PÚBLICA No 5132 DE 2003/10/16 DE NOTARÍA / CÍRCULO DE BUCARAMANGA DE BUCARAMANGA INSCRITA EN ESTA CÁMARA DE COMERCIO 2003/11/05 BAJO EL No 55678 DEL LIBRO 9 , SE CONSTITUYÓ LA SOCIEDAD DENOMINADA FERRETERIA LA SUPERIOR LIMITADA

DECLARACIÓN: POR ESCRIT. PÚBLICA No 5276 DE 2003/10/23 DE NOTARÍA 03

C E R T I F I C A

QUE POR ESCRITURA NO. 6.578, DEL 2003/12/19, DE LA NOTARÍA TERCERA DEL



6. Marco conceptual

6.1 Herramientas utilizadas durante el proceso de práctica empresarial

El gerente comercial de industrias la superior SAS, lleva años buscando las alternativas y mecanismos para involucrar la empresa en procesos de Exportación de sus bienes y servicios y la Importación de materiales para la fabricación de los mismos. Sin embargo no consiguió el éxito esperado, ya que no se llegó a encontrar un nicho de mercado específico para los productos que fabrican.

Los requerimientos de la empresa inicialmente fue encontrar oportunidades comerciales en el extranjero de productos que tuvieran mayor demanda y fortaleza en el departamento de Santander con el Chile, país con el cual se tiene un tratado de libre comercio. Se hizo la pertinente investigación para identificar que productos tenían potencial con el país austral teniendo en cuenta todos los requerimientos comerciales, económicos, logísticos y de consumo.

Debidamente se realizó una investigación con el producto de mayor fabricación en la empresa, la herramienta de uso agrícola “paladraga” del cual se dejó oportunidades comerciales en países centro americano, a petición del gerente comercial se hizo contacto con diversas empresas que importan productos agrícolas y de ferretería.



Las herramientas utilizadas para recolectar la información necesaria para dar los resultados fueron los siguientes.

BACEX – BANCO DE DATOS DE COMERCIO EXTERIOR

Ministerios de industria y turismo

El banco de datos de comercio exterior es una base de información del ministerio de industria turismo y comercio de Colombia, el cual brinda todo el reporte histórico de las importaciones, exportaciones, medios de transporte, país de origen , país de destino y toda la información de carácter aduanero y económico de todos los productos de origen colombiano. Dicha base de dato se utilizó para hacer un historio anual de las exportaciones e importaciones de los productos a identificar como oportunidades comerciales y para recolectar la información necesaria para las herramientas que fabrica la empresa.

TRADE MAP - Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional

Es una base de datos gratuita de consulta de todo lo referencia a las exportaciones e importaciones la cual brinda diversas variables del comportamiento de las mismas, se utilizó para verificar que la información obtenida mediante bases de datos nacionales coincidiera con la de trade map.

PROCOLOMBIA

Entidad encargada de promover el turismo, la inversión extranjera y las exportaciones colombianas, sirvió como fuente de consulta de estudios ya realizados 4posteriormente, a su vez se hizo contacto con la organización con el fin de vincular a la empresa con ellos.

CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA



La Cámara de Comercio de Bucaramanga trabaja por el desarrollo socioeconómico de la región mediante el fortalecimiento de la competitividad empresarial, se usó esta fuente de información para obtener datos de Santander y de la ciudad de Bucaramanga, a través de sus servicios virtuales como

Compite 360

Indicadores económicos

Formación empresarial.

DIAN – Dirección de impuestos y aduanas nacionales en Colombia

Permitió verificar y consultar información de carácter tributaria de los productos a investigar en la investigación que se realizó, la herramienta de mayor uso de esta entidad fue el Arancel electrónico armonizado, el cual tiene la reglamentación aduanera y tributaria de todos los productos de origen colombiano.

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS SECCIONAL BUCARAMANGA

Como estudiante, tenemos el beneficio de utilizar la amplia base de datos con los que cuenta la universidad, de los cuales para la facultad de negocios internacionales esta euromonitor y legiscomex las cuales permiten investigar a fondo gran variedad de temas económicos.



7. APORTES

7.1 Aportes del estudiante a la empresa.

Como estudiantes de Negocios internacionales logre las siguientes metas en la empresa.

- Identifique partidas arancelarias de algunos productos de interés de la empresa.
- Encontré Oportunidades comerciales con Chile.
- Identifique partidas arancelarias de los productos que fabrica la empresa.
- Apoye cotizaciones de materiales que la empresa solicitaba o necesitaba, ya sea para comercialización o para la fabricación de los productos que fabrican.
- Apoye la realización de licitaciones gubernamentales con apoyo del gerente de Industrias la Superior SAS.

Al realizar la práctica me di cuenta que no solo puse a prueba mis conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, sino que demostré el ser humano integro que debo llevar al servicio de mi profesión. Al día de hoy, sé que una de las enseñanzas más valiosas que me ha dejado la Universidad Santo Tomas.

7.2 Aportes de la Empresa al Estudiante.

La empresa Industrias la Superior SAS me aporato a mi vida profesional lo siguiente.

- Reforzar los conocimientos en el área de Marketing Internacional.
- Aprendí a realizar cotizaciones nacionales, regionales e internacionales. Y
- Adquirí conocimientos en servicio al cliente y la comunicación con los mismos.
- Aprendí procesos del área Jurídico y gubernamental.



8. Conclusiones

La práctica empresarial en la empresa Industrias la Superior SAS Regional San me ayudo a fortalecer mis conocimientos obteniendo un significativo crecimiento profesional, desarrollando habilidades y aptitudes.

Se logró identificar que oportunidades comerciales tiene Santander con el país austral Chile, con el propósito de que a futuro el gerente de Industrias la Superior, pueda realizar negocios con dicho país, ya que se realizó la debida a la investigación de mercados de uno de ellos, en este caso del sector calzado en Santander quien es uno de los departamentos con mayor producción del mismo, ofreciendo calzado de diseños innovadores y excelente calidad.

Se idéntico la partida arancelaria del producto que la empresa fabrica con el propósito de que a futuro, puedan vincularse con entidades que ayuden a promover sus productos y a su vez poder asistir a ferias internacionales donde se pueden dar a conocer.



9. Recomendaciones

Se recomienda a la empresa, vincularse a entidades gubernamentales que ayudan a fomentar el crecimiento de las pequeñas empresas, y en su caso el interés en iniciar un departamento de comercio exterior. Para el caso de la compañía mi recomendación es seguir el debido proceso que inicialmente yo comencé, con Procolombia organismo que se encarga de promover las exportaciones colombianas con otros países.

Incluir nuevas bases de datos que le permitan obtener otro tipo de información más detallada, el cual ayude a fortalecer el propósito que busca la empresa.



Referencias Bibliográficas

Ministerio de industria y turismo. [En línea] Disponible en:

<http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=47>

Procolombia [En línea] Disponible en:<http://www.procolombia.co/publicaciones/informe-turismo-inversion-y-exportaciones>

Cámara de Comercio de Bucaramanga. [En línea] Disponible en:

<http://www.camaradirecta.com/temas/indicadoresantander/>

Trade map. [En línea] Disponible en: www.trademap.org/Index.aspx?lang=es

Universidad Santo Tomás de Bucaramanga. [En línea] Disponible en: <http://craibidigital.usta.edu.co/>

Bacex. [En línea] Disponible en: <http://bacex.mincit.gov.co/>

Instituto nacional demográfico de Chile [En línea] Disponible en:

<http://www.ine.cl/canales/menu/publicaciones.php>

Dian [En línea] Disponible en:

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>

