

	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS	Código	FO-SB-12/v0
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	Página	1/257

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S): María Fernanda

APELLIDOS: Perdomo Álvarez

NOMBRE(S): Martha Paola

APELLIDOS: Fajardo Bencardino

NOMBRE(S): _____ APELLIDOS: _____

FACULTAD: Ciencias Empresariales

PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional

DIRECTOR: Karen Lizeth Carrillo Guecha

NOMBRE(S): _____ APELLIDOS: _____

NOMBRE(S): _____ APELLIDOS: _____

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): Plan de Internacionalización del café producido en Durania, Norte de Santander bajo la Certificación Internacional de Comercio Justo.

RESUMEN:

Con la investigación realizada se pretende establecer el procedimiento para llevar a cabo, un plan de internacionalización del café del Municipio de Durania a través de la Certificación Internacional de Comercio Justo, de tal manera que el acceso a nuevos mercados sea más accesible debido a que el estándar de calidad del café ofrecido con este sello, es exigido por los diferentes mercados internacionales.

PALABRAS CLAVE: Comercio Justo, Calidad, Certificación, Internacionalización, Café.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 257 PLANOS: ___ ILUSTRACIONES: ___ CD ROOM: X

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
Fecha	24/10/2014	Fecha	05/12/2014	Fecha	05/12/2014

PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN DEL CAFÉ PRODUCIDO EN DURANIA, NORTE
DE SANTANDER BAJO LA CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL DE COMERCIO JUSTO

MARIA FERNANDA PERDOMO ALVAREZ
MARTHA PAOLA FAJARDO BENCARDINO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2017

PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN DEL CAFÉ PRODUCIDO EN DURANIA, NORTE
DE SANTANDER BAJO LA CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL DE COMERCIO JUSTO

MARIA FERNANDA PERDOMO ALVAREZ
MARTHA PAOLA FAJARDO BENCARDINO

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

Profesora Karen Lizeth Carrillo Guecha
Profesional en Comercio Exterior
Directora

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2017

Acta de sustentación



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO

Versión: 1/2013

Página 1

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 16 de mayo de 2017.

Acta N° 04

PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional

LUGAR: Laboratorio Empresarial

TITULO DEL PROYECTO: "Plan de Internacionalización del Café Producido en Durania, Norte de Santander Bajo la Certificación Internacional de Comercio Justo"

MODALIDAD: Trabajo Investigación

JURADOS:

Liliana Marcela Bastos Osorio ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

William Rodrigo Avendaño Castro ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Nelson Emilio García Torres ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

DIRECTOR:

Karen Lizeth Carrillo Guecha

Firma:
Karen Lizeth Carrillo Guecha

NOMBRE DEL ESTUDIANTE

CODIGO

CALIFICACIÓN

LETRA

NÚMERO A-M-L

Maria Fernanda Perdomo Álvarez

1260603

Cuatro Punto Cuatro

4.4

X

Martha Paola Fajardo Bencardino

1260607

Cuatro Punto Cuatro

4.4

X

Liliana Marcela Bastos Osorio
Liliana Marcela Bastos Osorio

William Rodrigo Avendaño Castro
William Rodrigo Avendaño Castro

Nelson Emilio García Torres
Nelson Emilio García Torres

V°B°

Johanna Milena Mogrovejo Andrade
JOHANNA MILENA MOGROVEJO ANDRADE
Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

Contenido

	pág.
Resumen	15
Abstract	16
Introducción	17
1 Problema	19
1.1 Planteamiento del problema	19
1.2 Formulación del problema	20
1.3 Justificación	20
1.4 Sistematización de Problema	22
1.5 Objetivos	22
1.5.1 Objetivo general	22
1.5.2 Objetivos específicos	22
2 Marco referencial	24
2.1 Antecedentes	24
2.1.1 Antecedentes a nivel internacional	24
2.1.2 Antecedentes a Nivel Nacional	27
2.1.3 Antecedentes a Nivel Regional	28
2.2 Marco Teórico	29
2.3 Marco Conceptual	31
2.4 Marco Legal	34
2.5 Marco espacial	37
2.6 Marco temporal	41

3 Metodología	42
3.1 Tipo de investigación	42
3.2 Método de investigación	42
3.3 Tipo de estudio	43
3.4 Población y muestra	43
3.4.1 Población.	43
3.4.2 Muestra.	44
3.5 Sistematización de variables	45
3.6 Tratamiento de la información	46
3.6.1 Técnica para la recolección de información	46
3.6.2 Técnica procesamiento de la información	47
3.6.3 Presentación de la información	47
4 Marco administrativo	48
4.1 Personas que participan en el proceso	48
4.2 Presupuesto para la investigación	49
5 Caracterización de la producción del café	51
5.1 Generalidades del producto	51
5.2 Clasificación arancelaria	52
5.3 Proceso productivo	58
5.4 Análisis de encuesta de Entidades	64
5.5 Análisis de encuesta de los Caficultores	93
6 Selección del mercado objetivo	116
6.1 Justificación país seleccionado	119
7 Estudio del mercado objetivo	120
7.1 Aspectos generales	120

7.2 Trámites para importar desde Colombia	124
7.3 Estudio económico	128
7.4 Acuerdos Comerciales entre Colombia y el mercado objetivo	136
7.4.1 Comercio bilateral	136
7.4.2 Mercados agrícolas	136
7.4.3 Nivel de competitividad de Francia	137
7.4.4 Índice de competitividad global	138
7.5 Intercambio comercial con Colombia	139
7.6 Normas técnicas y vistos buenos	140
7.7 Análisis del sector	151
7.7.1 Definición del sector	151
7.7.2 Producción del sector	151
7.8 Perfil del consumidor en destino	156
7.9 Precios	157
7.10 Canales de distribución	159
7.11 Gremios existentes.	160
7.12 Protocolo de negocios.	160
8 Plan exportador	163
8.1 Características de la carga a exportar	163
8.2 Tiempo de suministro	165
8.2.1 Cadena de suministro	165
8.2.2 Lead time de producción del café	166
8.3 Características de almacenamiento	168
8.3.1 Contenedor 20 pies Dry-Van	168
8.3.2 Tiempo	169

8.3.3 Riesgos del container o almacenamiento	169
8.4 Empaque y embalaje	170
8.4.1 Calidad de embalaje exigido	171
8.4.2 Mercado	171
8.5 Paletización, contenedorización y cubicaje	171
8.5.1 Paletización	171
8.5.2 Contenedorización	172
8.5.3 Cubicaje	173
8.6 Logística de exportación	178
9 Estrategias de internacionalización	201
9.1 Estrategia de producto	201
9.2 Estrategia del mercado	203
9.3 Estrategia del Precio	204
9.4 Estrategia de promoción	204
10 Conclusiones	209
11 Recomendaciones	212
Referencias bibliográficas	214