

	GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS		CÓDIGO	FO-GS-15	
			VERSIÓN	02	
	<b>ESQUEMA HOJA DE RESUMEN</b>			FECHA	03/04/2017
				PÁGINA	1 de 1
<b>ELABORÓ</b>		<b>REVISÓ</b>		<b>APROBÓ</b>	
Jefe División de Biblioteca		Equipo Operativo de Calidad		Líder de Calidad	

## RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR

NOMBRE(S) Angie Yulieth    APELLIDOS: Silva Rey

FACULTAD: Ciencias empresariales

PLAN DE ESTUDIOS: Comercio internacional

DIRECTOR:

NOMBRE(S): Eimer Alexis    APELLIDOS: Barajas Román

COORDIRECTOR

NOMBRE(S): Humberto    APELLIDOS: Anchila Gutierrez

TÍTULO DEL TRABAJO (PASANTIA): Internacionalización de los productos de confección de la empresa Libardino SAS al mercado de Ecuador.

## RESUMEN

La internacionalización es una gran oportunidad para el crecimiento empresarial, pero también es un gran reto para ello identificar los problemas y las fortalezas de una empresa a través de diagnósticos permite una perspectiva realista de la empresa en gestión y desde esta visión se pueden generar estrategias a través de un plan de mejoramiento.

Además un estudio de mercado es una herramienta muy importante que ayuda a la empresa a conocer las necesidades de los clientes, las preferencias, nichos de mercado, políticas, requerimientos, potencial de exportación, la competencia, la oferta y demanda, la logística de exportación, los costos de DFi, acceso al mercado, inversión inicial y proyecciones de utilidades, esta información es necesaria para crear estrategias, planes, e identificar oportunidades que le permitan ingresar y posicionarse en un nuevo mercado.

### PALABRAS CLAVES:

- Exportación
- Internacionalización
- Mercado objetivo
- Empresa
- Estrategia

### CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 149

PLANOS: NO

CD ROOM: NO

ILUSTRACIONES: 35

**INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE CONFECCIÓN DE LA  
EMPRESA LIBARDINO SAS AL MERCADO DE ECUADOR**

**ANGIE YULIETH SILVA REY**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER**

**FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES**

**PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**2023**

**INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE CONFECCIÓN DE LA  
EMPRESA LIBARDINO SAS AL MERCADO DE ECUADOR**

**ANGIE YULIETH SILVA REY**

**DIRECTOR EIMER ALEXIS BARAJAS ROMÁN**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**COMERCIO INTERNACIONAL**

**10 FEBRERO 2022**



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

Versión: 1/2013

Página 1

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 7 Marzo de 2023

Acta N° 01/2023

TITULO PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional

LUGAR: Laboratorio Empresarial

DEL PROYECTO: "INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE CONFECCIÓN DE LA EMPRESA LIBARDINO SAS AL MERCADO DE ECUADOR".

MODALIDAD: Pasantía

JURADOS:

Nathalie Claire Raynaud Prado

Ana Isabel Tamayo Medina

Luis Eduardo Rodríguez Arenas

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

DIRECTOR:

Eimer Alexis Barajas Román

Firma:

COORDIRECTOR:

Humberto Anchila de Libardino

NOMBRE DEL ESTUDIANTE

CODIGO

CALIFICACIÓN

Angie Yulieth Silva Rey

1261481

LETRA NÚMERO

Tres Nueve

3.9

A- M- L

X

Nathalie Claire Raynaud Prado

Ana Isabel Tamayo Medina

Luis Eduardo Rodríguez Arenas

Liliana Marcela Bastos Osorio  
LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO  
Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

## **Dedicatoria**

A mis padres quienes me impulsan a ser mejor cada día y me alientan a seguir adelante.

## **Agradecimientos**

A mi director de proyecto Eimer barajas por guiarme, apoyarme y darme sus palabras de aliento.

## Tabla de contenido

Tabla de tabla	11
Lista de Figuras	11
Resumen	13
Abstract	13
Introducción	17
Titulo	18
Planteamiento del problema	18
Formulación del problema	18
Objetivos	18
Objetivo general	18
Objetivos específicos	19
Justificación del problema	19
Marco de referencial	20
Antecedentes	20
Bases teóricas	21
Marco conceptual	23
Exportación:	23
Expansión del mercado:	23
Estrategias empresariales:	23
Internacionalización:	24
Marketing Digital:	24

Marco contextual	24
Marco legal	25
Marco espacial	26
Marco temporal	27
Alcances y limitaciones	27
Alcances	27
Limitaciones	28
Diseño metodológico	28
Tipo de investigación	29
Tipo de estudio	29
Instrumentos de investigación	29
Técnicas para la recolección de información	30
Desarrollo de los objetivos específicos	30
Primer objetivo específico:	30
Constitución empresarial:	31
Direccionamiento estratégico:	32
Misión:	33
Visión:	33
Valores corporativos:	33
Pasión por el servicio:	34
Compromiso:	34
Respeto:	34
Trabajo en equipo:	35
Creatividad e Innovación:	35
Mejoramiento Continuo:	35
Política de Calidad:	35

Estructura organizacional: organigrama	36
Departamentos:	37
Departamento administrativo:	37
Departamento de producción:	38
Departamento de talento humano:	38
Departamento de compras:	39
Departamento comercial:	39
Departamento de marketing:	40
Departamento logístico:	40
Clima organizacional:	40
Comunicación interna:	41
Reconocimiento:	41
Relaciones interpersonales:	41
Toma de decisiones:	42
Compromiso:	42
Adaptación al cambio:	42
Productos que ofrece:	43
Pantalonetas anti fluido para hombre:	43
Pantalonetas anti fluido para mujer:	43
Pantalonetas anti fluido para niño:	44
Pantalonetas en algodón perchado para hombre:	44
Pantalonetas burdas unisex:	45
Sudaderas unisex:	45
Camisas oversize unisex:	46
Camisas semi oversize unisex:	46
Esqueletos con capota unisex:	47
Esqueletos sin capota unisex:	47
Busos con capota unisex:	48
Busos sin capota unisex:	48
Busos para dama:	49
Bolsos:	49

Canguros:	50
Gorras:	50
Proveedores:	51
Dispapeles	51
La fayette	52
Portofino textil	53
Hilos y suministros ltda	53
Epson Colombia Ltda.	54
Clientes:	54
Diagnostico área organizacional:	55
Metodología de la Pajarita:	56
Diagnóstico del área de producción:	59
Diagrama Ishikawa:	63
Diagnóstico del área financiera	64
Diagnóstico del área comercial:	65
Segundo objetivo específico	67
Análisis del mercado objetivo	68
Aspectos geográficos:	68
Aspectos demográficos:	69
Aspectos económicos:	70
Indicadores macroeconómicos:	70
Aspectos culturales:	71
Socios comerciales:	72
Oferta y demanda:	73
Análisis de la demanda:	73
Ingresos:	73
Gustos y preferencias:	74
Demanda nacional:	74
Demanda internacional:	74
Análisis de la oferta	75
Precio:	75

Costos de producción y costo de exportación:	75
Oferta nacional:	75
Productos similares o sustitutos:	76
Oferta internacional:	76
Competencia:	76
Distribuidores:	76
Generalidades del producto:	83
Análisis del producto	83
Características:	84
Servicio:	84
Clasificación arancelaria:	84
Ficha técnica:	85
Acceso al mercado:	86
Relaciones comerciales:	86
Trámites aduaneros:	87
Documentos e impuesto de la Corporación Aduanera Ecuatoriana – CAE	87
Restricciones para las Importaciones	87
Requisitos de etiquetado:	88
Normatividad fitosanitaria	88
Distribución /Plaza:	89
Canales:	89
Cobertura:	89
Localización:	89
Segmentación:	89
Geográfica:	89
Demográfica:	90
Psicográfica:	90
Instalaciones:	90
Potencial de exportación:	91
Potencial exportador del producto:	92
Calidad:	92

Valor agregado:	92
Óptima relación calidad / precio:	93
Tercer objetivo	94
Logística de exportación:	94
INCOTERM:	94
Costos de distribución física internacional	94
Medios de transporte	95
Transportes marítimos:	95
Transporte aéreo:	97
Acceso terrestre:	98
Elección de medio de transporte:	102
Cuarto objetivo	103
Estrategias y planeación	103
Cronograma de pre operación:	103
Matriz de inversión inicial:	106
Proyección de costo del producto a 5 años	108
Proyección de Ingresos	110
Estado de utilidades netas anuales por cinco años	111
Estrategias:	114
Conclusiones	116
Bibliografía	117