ESTUDIO DE MERCADO EN COSTA RICA PARA LA EXPORTACIÓN DE CALZADO DE NIÑO DE LA EMPRESA JEEP TRUCK, EN BUCARAMANGA

Autor:

ANDRES FELIPE ARDILA MENESES

CÓDIGO U00097897

Tutor:

ELIANA ESMERALDA ZAMBRANO BECERRA

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BUCARAMANGA (UNAB)

PRACTICA EMPRESARIAL

BUCARAMANGA, SANTANDER

2019

TABLA DE CONTENIDO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 6
1.1 SISTEMATIZACIÓN DEL ´PROBLEMA 6
2. OBJETIVO GENERAL 7
3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 7
4. DELIMITACIÓN 7
5. JUSTIFICACIÓN 8
6. MARCO REFERENCIAL 9
6.1 MARCO TEÓRICO 12
6.1.1 TEORÍAS DE COMERCIO DE COMERCIO INTERNACIONAL 12
A. TEORÍA DE LA VENTAJA ABSOLUTA (1776) 12
B. TEORÍA DE LA VENTAJA COMPARATIVA (1817) 12
C. MODELO HECKSCHER (1919) & OHLIN (1933)**¡Error! Marcador no definido.**
6.2 MARCO CONCEPTUAL 13
6.2.1 Régimen de exportación 13
6.2.2 Exportación definitiva 13
6.2.3 Plan de exportación 13
6.2.4 TLC – Tratado de Libre Comercio 14
6.2.5 INCOTERMS 14
6.2.6 Agente de Aduana 15
6.2.7 DIAN – Dirección de Impuesto y Aduanas Nacionales**¡Error! Marcador no definido.**
6.2.8 Declaración de exportación 15
6.2.9 Declaración de cambio 16
6.2.10 Reintegro de Divisas 16
6.3 MARCO LEGAL 16
6.3.1 Ley 7 de 1991: Ley marco del Comercio Exterior 16
6.3.2 Decreto 390 de 1997 - 2016 17
6.3.3 Decreto 2685 de 1999 17
6.3.4 Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Costa Rica 19
7. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN 21
7.1 TIPO DE METODOLOGÍA 21

7.2 DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA DEL PLAN EXPORTADOR 21
7.3 FUENTES DE INFORMACIÓN 22
8. GENERALIDADES DE LA EMPRESA 23
8.1 OBJETO SOCIAL 23
8.2 TRAYECTORIA 23
8.3 MISIÓN 23
8.4 VISIÓN 24
8.5 TECNOLOGÍA 24
8.6 CAPACIDAD PRODUCTIVA & CAPACIDAD INSTALADA 28
8.7 UBICACIÓN GEOGRÁFICA 29
8.8 LOGOTIPO E IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA 30
8.9 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 31
8.9.1 FUNCIONES DE LOS CARGOS REQUERIDOS EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN 32
8.10 CANALES DE DISTRIBUCIÓN ACTUALES DE LA EMPRESA 33
9. REFERENCIA SELECCIONADA 34
9.1 PROCESO DE PRODUCCIÓN REF -NB1 35
9.1.1 DIAGRAMA DE PROCESOS 38
9.2 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO 38
9.3 SUBPARTIDA ARANCELARIA 39
9.4 DESCRIPCIONES MÍNIMAS 40
9.5 EMPAQUE PRIMARIO & SECUNDARIO 40
10. PROVEEDORES 42
11. COSTOS DE FABRICACIÓN DE LA REFERENCIA NB1 42
12. VENTAS REGISTRADAS 2DO SEMESTRE 2019 45
13. MATRIZ DOFA 46
14. MEZCLA DE MARKETING 50
15. SECTOR DEL CALZADO EN COLOMBIA 50
16. ESTUDIO DE MERCADO 52
16.1 MATRIZ SELECCIÓN DE MERCADO OBJETIVO 53
16.1.1 VARIABLES MÁS INCIDENTES EN LA SELECCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO 55

17. EXPORTACIONES DE LA PARTIDA 64.04.19 DESDE COSTA RICA CON DESTINO PAISES DEL MUNDO 55
18. IMPORTACIONES DE LA PARTIDA 64.04.19 POR COSTA RICA CON ORIGEN PAISES DEL MUNDO 57
19. EXPORTACIONES DE COLOMBIA DE LA PARTIDA 64.04.19 DESDE COLOMBIA CON DESTINO HACIA PAISES DEL MUNDO 58
20. IMPORTACIONES DE LA PARTIDA 64.04.19 POR COLOMBIA CON ORIGEN PAISES DEL MUNDO 59
21. EXPORTACIONES TOTALES DE LA PARTIDA 64.04.19 DEL MUNDO 61
22. IMPORTACIONES TOTALES DE LA PARTIDA 64.04.19 DEL MUNDO 62
23. INFORMACIÓN POLÍTICA, ECONÓMICA Y SOCIAL DE COSTA RICA 64
23.1 POLÍTICA 64
23.2 ECONOMICA 65
23.3 SOCIOCULTURAL 66
23.3.1 CULTURA DE NEGOCIOS 67
23.4 GEOGRAFÍA 68
24. CANALES DE DISTRIBUCIÓN PARA EL MERCADO DE COSTA RICA 69
24.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN CORTO 69
24.2 CANAL DE DISTRIBUCIÓN CORTO - EN LINEA 70
25. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN A UTILIZADAS EN EL MERCADO DE COSTA RICA 70
26. CLIENTES POTENCIALES DEL MERCADO DE COSTA RICA 71
27. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO 72
27.1 TRATAMIENTO ARANCELARIO & CONDICIONES DE ACCESO 72
27.2 DOCUMENTOS SOPORTES 74
28. CONDICIONES LOGÍSTICAS 75
28.1 ACCESO TRANSPORTE AÉREO 76
28.1.1 Servicios Aéreos desde Colombia hasta Costa Rica 77
28.2 ACCESO TRANSPORTE MARÍTIMO 78
28.2.1 Servicios Marítimos desde Colombia hasta Costa Rica 78
28.3 ACCESO TRANSPORTE TERRESTRE 79
29. PLAN DE ACCIÓN DE JEEP TRUCK 80
29.1 PASO A PASO PARA EXPORTAR A COSTA RICA 80
29.1.1 TERMINO DE NEGOCIACIÓN Y MEDIOS DE PAGOS 83

29.2 ESTRATEGIAS COMERCIALES 84
29.2.1 PARTICIPACIÓN EN FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES.... 84
29.2.2 DISEÑO E IMPLEMETANCIÓN DE LA PAGINA WEB..... 85
30. CONCLUSIONES 87
31. RECOMENDACIONES 89

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La empresa Santandereana de Calzado Infantil Jeep Truck, cuanta con 21 años de experiencia en el mercado nacional, una capacidad productiva de 300 pares en una jornada normal de trabajo y una capacidad instalada de 500 pares de zapatos por día con la maquinaria actualmente disponible. Para 2019, se proyectó para el primer semestre ventas totales de 10.000 pares de calzado infantil y para el segundo semestre la comercialización de 20.000 pares.

Para cumplir dicha meta la Empresa, tiene como propósito incursionar y aprovechar oportunidades comerciales que le ofrecen mercados internacionales. Así mismo, cuenta con experiencia sobre la realización de exportaciones a destinos como: Ecuador, Venezuela, Costa Rica, Panamá y Singapur. Sin embargo, sus relaciones comerciales con dichos mercados y/o clientes no se han mantenido con el paso del tiempo, a excepción del mercado de Costa Rica al cual se realizan actualmente exportaciones por medio de un vendedor internacional (intermediario).

Teniendo en cuenta que hoy no existe ningún plan orientado al desarrollo de las ventas de su portafolio de productos en los mercados internacionales, es de vital importancia realizar una investigación de mercados que le permita a la Empresa, tener fundamentos sobre cómo y a que destinos puede expandirse comercialmente. No obstante, el empresario tiene fijada la meta de incursionar en el mercado de Costa Rica por esta razón se propondrá un plan de acción encaminado a efectuar una exportación sin intermediarios.

1.1 Sistematización Del ´Problema

- ¿Cómo ha sido la dinámica exportadora de la empresa Jeep Truck?

- ¿Cuál es el panorama actual del sector calzado infantil en Colombia y Santander?
- ¿Cuáles los pasos a tener en cuenta para diseñar un plan de acción para efectuar una exportación de calzado infantil?

2. OBJETIVO GENERAL

Realizar estudio de mercado en Costa Rica para la exportación de calzado de niño de la empresa Jeep Truck, en Bucaramanga

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un diagnóstico de la empresa Jeep Truck para conocer su potencial exportador de calzado infantil para niño REF-NB1.
- Realizar una inteligencia del mercado en Costa Rica para la internacionalización de calzado infantil para niño REF-NB1 de la empresa Jeep Truck.
- Diseñar estrategias comerciales y de distribución para la internacionalización de calzado infantil para niño REF-NB1 en la empresa Jeep Truck hacia el mercado de Costa Rica.

4. DELIMITACIÓN

El alcance del proyecto va desde el análisis interno de la empresa Jeep Truck en su estructura operacional, productiva, administrativa y financiera con el propósito de definir el potencial exportador de la organización en su proceso de internacionalización con la Referencia de calzado infantil para niño NB1. En conjunto, se realizará un estudio en Costa Rica para la exportación de calzado para niño y sus respectivas estrategias de comercialización.

Es importante resaltar, que en este trabajo no se evaluará la puesta en marcha y los resultados de la implementación de dicho plan.

5. JUSTIFICACIÓN

El sector del calzado es uno de los más productivos y representativos de la industria colombiana. Según el informe nacional de ACICAM- Asociación colombiana de industriales del calzado, el cuero y sus manufacturas-, de enero a diciembre del 2018 se registraron exportaciones totales por 35.7 millones de dólares de "Calzado y sus partes".

Sin embargo, este valor presento un decrecimiento del 10.7%, frente a las exportaciones totales realizadas durante ese mismo periodo en el 2017. Por otro lado, las exportaciones de "Calzado terminado", registraron un total exportado de 28.8 millones de dólares para diciembre del 2018 y generaron un decrecimiento del 4,1% respecto al mismo periodo del 2017.

Así mismo, según Cámara de comercio de Santander, el departamento de Santander exporto para el 2018 un total de $5.3 millones de dólares en valor FOB y las exportaciones fueron realizadas por 129 empresas de calzado registradas. El producto líder de exportación fue bajo la clasificación de "Calzado de suela plástica y cuero natural", el cual represento el 40,2% seguido de la clasificación correspondiente a "demás calzados, parte superior plástica" que ocupo el 31,2% del total de las exportaciones efectuadas. Además, los principales mercados importadores de calzado santandereano fueron los países de Ecuador con el 29,3% y Panamá con el 19,6%.

Hoy en día se habla de términos como la globalización, en donde podemos visualizar el mundo como nuestro mercado teniendo como fundamento elementos diferenciadores como lo son la calidad, la competitividad, la tecnología e innovación. Por este motivo, el empresario colombiano no puede quedarse distanciado de las nuevos modelos y oportunidades de negocio.

Por consiguiente, es importante realizar un estudio del mercado costarricense para la exportación de calzado para niño REF-NB1, como la ruta para materializar la visión y los objetivos de la Empresa a mediano y largo plazo. Para esto se ha de realizar un diagnóstico interno de la empresa Jeep Truck como punto de partida sobre su estructura operacional, productiva, administrativa y financiera que permita identificar las respuestas oportunas, con relación a las preguntas: ¿quiénes somos, cómo estamos y hacia dónde vamos?.

Asumiendo que dentro de la misión organizacional se encuentra el deseo de aumentar los volúmenes de ventas y expandir su presencia comercial a través de la exportación de sus productos.

En conclusión, el proyecto pretende generar un aporte positivo para la Empresa, en donde se le permita contar con un análisis interno sobre tu trayectoria y antecedentes durante estos 21 años en el mercado nacional e internacional hacia futuras exportaciones. Además, de generar un estudio al mercado de Costa Rica que direccione a la Empresa cumplir con su propósito realizar su oferta exportadora de calzado infantil para niño REF-NB1. Esto le permitirá a Jeep Truck en un futuro cercano un posicionamiento de la marca, expansión comercial y mejores utilidades.

6. MARCO REFERENCIAL – ESTADO DEL ARTE

A continuación, se presenta una breve referencia de estudios relacionados sobre la creación y estructuración de planes de exportación de calzado, para obtener un panorama de ejercicios sobre el tema.

Un proyecto titulado *"Plan exportador de calzado Moda Class hacia Panamá"* realizado por, Angarita (2009, pp.39-41) expone que el sector del calzado y la marroquinería en Santander, representan una industria fuerte a nivel nacional y tiene un gran potencial

exportador. Sin embargo, todo el potencial que se tiene en el departamento no es realmente aprovechado. Por esta razón, los empresarios deberían de centrar sus esfuerzos en fortalecer sus niveles de competitividad, tecnología y estar dispuesto a realizar una apertura comercial hacia nuevos mercados.

Por otro lado, la tesis titulada: *"Plan de mercadeo para Khalifa Calzado",* realizado por Salgado & Ramírez (2012, pp.54-55) considera que el principal problema de las empresas colombianas fabricantes y comercializadoras de calzado, se encuentra en la falta de proyección hacia nuevos mercados internacionales. Esto se debe principalmente a la ausencia de conocimientos en marketing, ventas y publicidad. Ya que, si una empresa quiere triunfar a nivel nacional e internacional, con su marca y producto debe de esforzarse por construir bases sólidas dentro de su organización a nivel administrativo, operativo, productivo y comercial. Sin embargo, es una realidad que muchas empresas colombianas se cierran a las posibilidades de crecimiento, debido a la incapacidad de adecuar sus productos con base a las características y requerimientos internacionales que un posible nuevo mercado pueda demandar.

Así mismo, el sector del calzado sufre una constante presión y esto se debe a que "Ofrecer un producto de calidad no asegura el éxito" (Salgado & Ramírez,2012, pp.29). En el mundo, mercados como China lideran la fabricación a escala de todo tipo de zapatos. Teniendo en cuenta que las empresas chinas ofrecen productos muy económicos y de diversas categorías de calidad, los fabricantes y comercializadores colombianos se sienten en desventaja ante dicha situación. Por esa razón, una alternativa diferenciadora que le permita destacar en el mercado a las empresas nacionales es por medio del desarrollo tecnológico en el diseño y fabricación del calzado, con el propósito de lograr satisfacer nuevas necesidades del consumidor mundial.

No obstante, Salgado & Ramírez (2012, pp.75-76) se enfatizan es reconocer a los zapatos, como un producto esencial en el diario vestir, el cual en su portador o dueño genera status social, comodidad al caminar y le permite seguir tendencias de la moda. Finalmente, la metodología utilizada en el proyecto fue de carácter cuantitativo por medio de la realización de una encuesta aplicada a 200 mujeres mayores de edad en la ciudad de Bogotá de estratos 2 y 3 que compran calzado y conocen la marca Kalifa. También se realizó un análisis cualitativo aplicando la metodología del Focus Group de clientes y clientes potenciales.

Ospina (2010, pp.46-47) en la tesis *"Plan exportador para la empresa de calzado Gloria Serrano"* plantea que el sector del calzado es uno de los más representativo dentro de la economía nacional y uno de los principales destinos de exportación son los Estados Unidos. Sucesivamente, gracias al vigente Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos, los fabricantes de calzado colombiano que deseen exportar a dicho destino gozan de beneficios y descuentos arancelarios que le permiten tener una mejor competitividad.

Por otro lado, Ospina (2010, pp. 6-7) manifiesta que la exportación le abre muchas posibilidades al empresariado colombiano. Ya que, le permite incrementar sus niveles de competitividad y desarrollo, aumenta sus ingresos, incrementar su rentabilidad, diversificar sus productos y posicionarse en nuevos mercados. Sin embargo, para que una organización pueda llevar a cabo un proceso de exportación correcto, ha de contar con un plan estratégico que le permita identificar su posición actual y trabajar en pro de construir su posición futura de mejoría con base al análisis de sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas. Finalmente, dentro del trabajo se aplicó un método descriptivo debido a que la investigación estaba encaminada a describir el comportamiento de las variables aplicadas al estudio de investigación de mercados.

6.1 Marco Teórico

6.1.1 Teorías De Comercio De Comercio Internacional

A. Teoría De La Ventaja Absoluta (1776)

El Economista y filósofo escoses Adam Smith fue quien planteo la teoría de la ventaja absoluta en su obra "The Wealth of Nation" (1776) dando a conocer la importancia de especializarse en la producción de bienes en los cuales se tuviera una clara ventaja frente a los otros países y, así lograr realizar un intercambio de productos con otros que no cuentan con esta ventaja y desean comercializarlo en su mercado local. Es decir, si un país quiere llegar a ser competitivo en el mercado local o internacional, no debe producir bienes en una nación que puede generar altos costos y una baja utilidad, cuando existen mercados alternos que pueden producen el mismo producto a un menor costo trayendo mayores beneficios económicos.

La obra de Adam Smith (1776, pp.46-48) logro dejar claro que la oferta y la demanda son dos fuerzas muy importantes que se encargan de asignar los recursos en las naciones y esto trae como beneficio un crecimiento económico en los países. (Para concluir, es importante dejar claro que la idea principal de esta teoría es que dos países lograran un intercambio de, materia prima, alimentos y bienes, generando beneficios mutuos entre los participantes.

B. Teoría De La Ventaja Comparativa (1817)

El economista inglés David Ricardo dio a conocer en su libro "Principios de Economía Política" (1817) la teoría de la ventaja comparativa, en donde mejora la teoría de la Ventaja Absoluta de Adam Smith (1776). Esta teoría contiene elementos que permitirá explicar los beneficios del libre comercio entre dos países. Para iniciar, esta

teoría se basa en la especialización que cada país deberá tener en las actividades de más alto nivel de producción, para así poder tener participación en mercados internacionales con un producto de bajo costo.

Por otro lado, la teoría dice que el país que se especializo en esa actividad deberá importar productos en los cuales sus niveles de producción son relativamente bajos. Esto permitirá dinamizar su economía, penetrar nuevos mercados y dar a conocer sus productos en el exterior. (Escobar, A.G. 2010)

6.2 Marco Conceptual

6.2.1 Régimen de exportación

Acorde con el Decreto 2685 de 1999 – Artículo 1. El régimen de exportación corresponde a:" La salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país, También se considera exportación la salida de mercancías a una zona franca".

6.2.2 Exportación definitiva

Según PROCOLOMBIA (2019), una Exportación definitiva corresponde a la salida de mercancías del territorio nacional aduanero para ser despachada y así permanecer en territorio extranjero de forma indefinida y para su libre disposición.

6.2.3 Plan de exportación

Un Plan de exportación es el conjunto de actividades de promoción requeridas para penetrar o consolidad un mercado. Así mismo, en este documento se consolidan las estrategias comerciales a ejecutar con el propósito de llegar a un

cliente específico, con el propósito de concentrar todas las fuerzas y acciones para vender los productos y servicios en el exterior. (PROCOLOMBIA, 2019)

6.2.4 TLC – Tratado de Libre Comercio

Un Tratado de Libre Comercio (TLC) es un instrumento legal (bilateral o de más partes) de carácter vinculante y cumplimiento obligatorio para las partes que lo conforman. Su principal objetivo facilitar el intercambio y acceso a mercados internacionales de bienes y servicios, incentivar la captación de inversión extranjera directa y establecer condiciones de apoyo mutuo en temas económicos, institucionales, de propiedad intelectual, laborales, medio ambientales, entre otros dentro de los países firmantes. Enfatizándose en establecer procesos referentes a la apertura comercial e integración de las economías. Así mismo, los Tratados de libre comercio han de tener como fundamento la preservación y resguardo de los sectores más sensibles de cada economía, con el propósito de fortalecer los sectores productivos de cada uno de los países que lo negocian. (Organización de Estados Americanos, 2003)

6.2.5 INCOTERMS

Los INCOTERMS 2010 fueron creados por la Cámara de comercio internacional (CCI) en el año 1936. Desde entonces han sido modificados periódicamente. Por medio de ellos se establecen las reglas internacionales para facilitar el comercio. Permitiendo identificar los roles del vendedor y comprador en conjunto con las responsabilidades y obligaciones asumidas por cada una de las partes involucradas. Sin embargo, no son considerados como Ley, pero sí son una herramienta que permite efectuar procesos de exportación e importación de bienes

y/o servicios con base a prácticas uniformes de comercio global. (Hernández & Flores, 2008)

6.2.6 Agente de Aduana

La definición y caracterización de las Agencias de aduanas se encuentran contenidas dentro del Decreto 390 del 2016 en el artículo 54. Es cual dice que:" Una Agencia de Aduanas, corresponde a la persona jurídica autorizada por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) para prestar servicios de representación a los importadores, exportadores o declarantes en el desaduana miento de las mercancías y demás formalidades aduaneras conexas con el mismo, en las condiciones y bajo la observancia de los requisitos establecidos en el presente decreto". Así mismo, en ejercicio de su autorización, un Agente de Aduanas podrá ejecutar actividades de naturaleza mercantil y/o prestación de servicios, que garanticen el cumplimiento de la legislación aduanera y comercio exterior vigentes frente a cualquier proceso o trámite acorde con la normatividad colombiana.

6.2.8 Declaración de exportación

La Declaración de exportación (DEX), es el único documento que identifica y acredita la salida legal de mercancías nacionales o internacionales que van a ser exportadas a otros países o zonas francas industriales y/o comerciales del territorio aduanero nacional. Así mismo, este documento ha de ser entregado y conservado como soporte del registro de la operación por un período de cinco (5) años, contando a partir de la fecha de presentación y aceptación de la solicitud de embarque. (DIAN,2019)

6.2.9 Declaración de cambio

La Declaración de cambio, corresponde al formulario número dos previstos en la Circular Reglamentaria Externa DCIN 83 del 2004 por el Banco de la República de Colombia. Dicho documento ha de ser diligenciados y presentados como original y copia por los residentes y no residentes que realicen operaciones de cambio ante los intermediarios del mercado cambiario (IMC) y al Banco de la República en el caso de las cuentas de compensación. Las importaciones y exportaciones de bienes y servicios son consideradas operaciones de cambio según el Decreto 1735 de 1993. (Legiscomex,2006)

6.2.10 Reintegro de Divisas

Tras ser efectuada una exportación por una empresa colombiana, se ha de generar un pago por un monto respectivo tras el intercambio de bienes y/o servicios. Dicho dinero proveniente de otro país, como divisa extranjera necesita ser canalizado y autorizado para poder ingresar al mercado nacional. Por medio del Banco de la República, se ejecuta el reintegro de divisas, el cual se refiere al conducto de los intermediarios del mercado cambiario o de cuentas en el exterior registradas bajo el mecanismo de compensación.

6.3 Marco Legal

6.3.1 Ley 7 de 1991: Ley marco del Comercio Exterior

El 16 de enero de 1991, el congreso de la República de Colombia definió la *Ley 07: Ley marco del Comercio Exterior*. La cual dicta las normas generales a las que debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el comercio exterior del país. Así mismo, se dio creación a: 1) El Ministerio de Comercio Exterior, 2) El Banco

de Comercio exterior y 3) El Fondo de Modernización económica. (Congreso de la República de Colombia, 1991)

6.3.2 Decreto 390 de 1997 - 2016

El Decreto 390 de 1997 es el antecesor de la nueva reforma aduanera propuesta en el año 2016. Esta nueva regulación aduanera contenida en el Decreto 390 de 2016, pretende fortalecer los mecanismos de facilitación de las operaciones de comercio exterior del país. Así mismo, radica en la necesidad de armonizar normas, procedimientos y leguaje aduaneros con los socios comerciales de Colombia. (DIAN,2016)

6.3.3 Decreto 2685 de 1999

El Decreto 2685 de 1999, está constituido con el propósito de brindar transparencia, claridad y certeza a los usuarios de comercio exterior. Así mismo, el gobierno nacional está comprometido con la armonización y simplificación de las operaciones aduaneras a través de la estructuración de la legislación nacional colombiana con base a tendencias internacionales. (Decreto 2685,1999)

El propósito del proyecto es la creación de un plan exportador de calzado infantil para la empresa Jeep Truck, por este hecho, es importante identificar el significado de exportación según la normatividad colombiana que die: “El proceso legal de exportación, consiste en la salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país o a una zona franca industrial de bienes y servicios”. Así mismo, para efectuar una exportación legal se deberá cumplir con los siguientes pasos:

- **Registro como exportador.** Se debe modificar el RUT y agregar las casillas como exportador, en la DIAN de ciudad de Bucaramanga, donde Jeep Truck se encuentra establecida. Esto con el fin de efectuar el registro y control del impuesto al consumo y así la empresa poder obtener la devolución del IVA. Por otro lado, es importante tener la empresa debe de estar en el Régimen Común para poder acceder al uso de aduanas en Colombia.

- **Registro para auto calificación de origen.** Este registro, determina el origen de los bienes y/o servicio para ser exportado.

- **Certificado de Origen.** Este certificado, es el soporte para el exportador colombiano, de gozar con facilidades y descuentos a nivel internacional de gravámenes y medidas arancelarias. Todo gracias a los acuerdos o tratados de libre comercio vigentes que Colombia a negociado.

- **Vistos Buenos.** La exportación, comercialización y distribución de ciertos tipos de productos en Colombia y en el mundo, ha de contar con certificaciones y documentos soportes que garanticen su composición, uso, proceso de elaboración y origen. Los cuales son emitidos por entidades de control y otorgamiento como lo son el ICA o el INVIMA, entre otros. Para cada producto, es deber del exportador verificar que tipo de soportes su producto amerita, para así, tramitar ante la autoridad correspondiente y obtener con anterioridad los vistos buenos o requisitos especiales que de conformidad con la normatividad vigente colombiana requiere de dicho producto para ser exportado.

- **Trámites aduaneros.** El exportador ha de llevar a cabo el papeleo de los procesos aplicados para efectuar la exportación, con base a las normas tributarias, aduanera y cambiarias.

- **Reintegro de Divisas.** La empresa exportadora deberá establecer los medios y formas de pago que ha de efectuar en su compraventa internacional. Así mismo, ha de presentar la declaración de cambio respectiva al proceso que ejecuta como reintegro de divisas a pesos colombianos.

6.3.4 Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Costa Rica

Los países de Colombia y Costa Rica firmaron el Acuerdo de libre comercio el 22 de mayo de 2013 y bajo la normatividad colombiana fue aprobado con la Ley 1763 del 15 de julio de 2015 e implementado con el Decreto 1231 del 29 de julio de 2016. Costa Rica es una de las economías más dinámicas y estables de Latinoamérica, con la que Colombia ha sostenido por años fuertes vínculos culturales, comerciales y diplomáticos. (Mincomercio, 2019) El TLC es el reflejo de la unión de fuerzas y la consolidación de mejores relaciones comerciales centroamericanas. Dentro de los pilares bases del acuerdo están:

Fortalecer los vínculos tradicionales de amistad y cooperación, Promover el desarrollo económico y la protección al medio ambiente, Fomentar la creación de empleo y mejor la calidad de vida, Crear un mercado amplio y seguro para el tránsito de mercancías y servicios, Contribuir a la integración económica regional,

Establecer reglas claras y de beneficio mutuo para el intercambio comercial, Reconocer la promoción y protección de inversiones de una parte del territorio a la otra, Evitar distorsiones en el comercio recíproco, Promover la competitividad de las empresas en los mercados globales, Estimular la creatividad y la innovación, Facilitar el comercio con procedimientos aduaneros más eficientes, transparentes y previsibles, Promoverla transparencia del comercio internacional y la inversión. Preservar el bienestar y el orden público, Desarrollar los derechos y obligaciones derivados del acuerdo.

Finalmente, se ha de reconocer que tanto Colombia como Costa países miembros del Sistema de la Integración Centroamericana son sujetos de derechos y obligaciones dentro del marco respectivo de la integración. (Sistema Integral sobre Comercio Exterior,2013)

6.3.5 Decreto 1165 de 2019

Con este nuevo decreto se establecieron directrices para fortalecer la seguridad jurídica de los usuarios aduaneros. Debido a que esta normatividad sustituye los decretos 2147 de 2016 y el decreto 349 de 2018. Algunos de los principales cambios fueron mejoras en los registros de los usuarios aduaneros, garantías en materia bancaria, mercantil es y seguros. Así mismo, en cuanto a las operaciones de las Agencias de Aduanas ya no existe la obligación de prestar servicios 24/7 y se incorporaron nuevas directrices para facilitar los procesos aduaneros. (Bancolombia,2019)

7. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

7.1 Tipo De Metodología

En la metodología del proyecto se realizará un análisis cualitativo con base a la trayectoria, la experiencia, las competencias y la organización de la empresa Jeep Truck con respecto al calzado para niño REF-NB1. También, con respecto a las cifras a nivel productivo y financiero de calzado para niño REF-NB1.

7.2 Descripción De La Metodología

Para desarrollar la internacionalización del calzado infantil para niño REF-NB1 de la empresa Jeep Truck se dividirá el proceso metodológico en tres etapas:

1. **Análisis del potencial exportador:** En esta primera etapa se realizará un análisis diagnostico completo sobre la situación real de la empresa con respecto a la referencia NB1 de calzado infantil para niño, identificando su capacidad instalada y su capacidad productiva, para poder definir su potencial exportador. Así mismo, se identificarán las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas, con el propósito de conocer lo que se tiene y hace falta. Por otro lado, se verificarán los procesos administrativos y operativos de la empresa, se analizará a la competencia, proveedores y clientes, la cadena de valor agregado y un análisis financiero de producción y ventas.

2. **Inteligencia de Mercados Internacionales:** En esta segunda etapa se tiene como preferencia del empresario, se fijó como mercado objetivo el país de Costa Rica para la exportación de calzado infantil para niño REF-NB1 de la empresa Jeep Truck. Así mismo, se analizará detalladamente el mercado objetivo, con base a las características

del país y el producto a exportar en dicho mercado. Sucesivamente, se definirá la mezcla de marketing, la distribución logística internacional y la búsqueda de oportunidades comerciales. Para esto, se utilizarán bases de datos como lo son Trade map, Procolombia, Legis Comex, Syscomer, Asociación Colombiana de Industriales del Calzado (ACICAM), Cámara de Comercio, Departamento, Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Banco de la República de Colombia (BANREP) y Programa de Transformación Productiva (PTP).

3. **Plan de acción:**

   En esta tercera etapa se pretende establecer el plan de acción que la empresa Jeep Truck ha de implementar para efectuar una exportación correcta y generar su proceso de internacionalización de la REF-NB1 de calzado infantil para niño, acorde con todo lo anteriormente identificado de la organización, el producto y su promoción respectiva por medio de la implementación de estrategias comerciales.

7.3 Fuentes De Información

- **Fuentes Primarias:** Se realizará una recolección de datos e información por medio de la observación y análisis directo en la empresa Jeep Truck. De igual modo, se aplicarán listas de verificación de maquinaria, equipo, personal, procesos, producto, entre otros elementos.
- **Fuentes Secundaria:** Se recolectará datos e información de documentos y páginas web, bases de datos, tesis de grado, investigaciones, revistas investigativas, informes anuales de instituciones y autores competentes en el área de comercio exterior nacional e internacional.

8. DESARROLLO PRIMER OBJETIVO - GENERALIDADES DE LA EMPRESA JEEP TRUCK Y SU POTENCIAL EXPORTADOR

8.1 Objeto Social

El objeto social de la empresa de calzado infantil JEEP TRUCK es diseñar, fabricar y comercializar calzado deportivo sintético para niños desde la talla 21 a la 36 y para bebes entre la talla 15 a la 22 que cumplan con el único propósito de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes en cuanto a seguridad, calidad, estética y confort en cada uno de sus productos.

8.2 Trayectoria

La empresa Santandereana de calzado infantil JEEP TRUCK, se fundó en 1998. Su dueño y creador, es el señor Milton Cruz. Actualmente la empresa, cuenta con 21 años de experiencia en el mercado nacional.

Desde el 2015, la compañía tomo la decisión de expandir su cobertura comercial, centrando sus esfuerzos en exportar. Pero, esto se ha quedado con muchas intenciones y muy pocas acciones. Durante los últimos 5 años, se efectuaron exportaciones con destinos hacia los países de Ecuador, Venezuela, Panamá, Singapur y Costa Rica. Sin embargo, dichas relaciones comerciales no continuaron, por lo que hoy en día, únicamente se realiza una operación de “comercialización tercerizada” a un cliente nacional, que bajo la marca de su empresa, compra y distribuye los productos de JEEP TRUCK en el mercado de Costa Rica.

8.3 Misión

La empresa manufacturera de cuero y calzado infantil JEEP TRUCK, está dedicada al desarrollo, fabricación y comercialización de calzado deportivo para niños y bebes, le apuesta a

superar las expectativas de sus clientes con la más alta calidad y diseños innovadores en sus productos.

8.4 Visión

Para el año 2020 la empresa manufactures de cuero y calzado infantil JEEP TRUCK, le apuesta a mantener una producción de 50.000 unidades de pares de calzado al año y exportar el 30% de dicha producción. Para ello, se realizarán mejoras en el proceso productivo y de la mano de Procolombia y demás entidades nacionales crear una propuesta de valor más atractiva para los clientes nacionales e internacionales.

8.5 Tecnología

- **2 máquinas de Poste de dos agujas:**

Figura 1: Máquina de poste de dos agujas

Fuente: Jeep Truck (2019)

Es una máquina de costura industrial, marca SINGER.

Especificaciones del producto: Cuenta con transporte triple rotativo, lanzadera grande, sistema de agujas 134 de una o dos agujas, además ofrece versatilidad para coser con hilo grueso de 90 y delgado de 8. Sirve para costura ornamental en calzados, plantillas, cinturones, bolsas, guantes, carteras, artefactos en cuero y material de seguridad, sintético y guarnicionería. Proporciona rapidez con un máximo de 2.500 puntadas por minuto, capacidad de costura de hasta 6 milímetros de espesor, largo máximo de puntada 7 milímetros, pasaje bajo el pie rodante de 7

milímetros, potencia del motor de ½ hp, altura de columna de 176,5 milímetros, estandarización de los puntos y mayor calidad en el Producto acabado

- **3 máquinas de poste de una aguja**

Figura 2: Máquina de poste de una aguja

Fuente: Jeep Truck (2019)

Es una máquina de costura industrial, marca PFAFF

Especificaciones del producto: Cuenta con transporte para el diente, acoplador de seguridad, iluminación direccionada con bombilla fría, retroceso para remates de la costura, tabla de motor friccional, un máximo de 1.800 puntadas por minuto, una potencia de motor de ½ cv, sistema de agujas gruesas de 134 y delgadas 35, hilo de 90 hasta 20 milímetros y un largo de puntada de 5 milímetros.

- **2 máquinas Troqueladora**

Figura 3: Máquina Troqueladora

Fuente: Jeep Truck (2019)

Especificaciones del producto: Es una máquina para la presión de corte de la orma, necesita ser manejada por un operador, se debe de tener en cuenta la altura y el calibre del material, cuenta con fijado automático, base resistente y bomba de presión con calor.

- **2 máquinas compresores**

Figura 4: máquina compresora

Fuente: Jeep Truck (2019)

Especificaciones del producto: Máquina neumática que permite el pegado a presión de la suela de caja, tradicionales y de cualquier tipo de calzado, cuenta con electroválvula de alto desempeño, niveles de velocidad graduables, reguladores y manómetros de rango, tiempo y presión, sistema de seguridad con el operario y desfogue de aire en corto tiempo.

- **1 bomba pegadora de bolsa**

Figura 5: Bomba pegadora de bolsa

Fuente: Jeep Truck (2019)

Especificaciones del producto: Máquina de presión al corte montado con suela, facilita y mejora la calidad de adherencia de la suela, reactiva la pasta para pegar, cuenta con sistema de membranas superior e inferior y con sistema de presión dual.

- **1 máquina plana**

Figura 6: Máquina plana

Fuente: Jeep Truck (2019)

Especificaciones del producto: Máquina funcional para entrelazar un hilo superior con un hilo inferior a través de una tela, costura sencilla y doble, costura recta, forma la puntada, regulador de puntada, palanca de retroceso, medidor de lubricación, volante, guía de hilos, palanca tiro hilo, barra de aguja, porta conos, pie prénsatela, caja bobina, gancho rotatorio, pedal, varilla de embrague, motor, correa, polea e interruptor.

- **1 máquina para venas**

Figura 7: Máquina venadora

Fuente: Jeep Truck (2019)

Especificaciones del producto: Máquina utilizada para la costura de unión de chapetas y capelladas, cama plana, costura sencilla, costura doble, aguja doble y sencilla, motor de clutch.

8.6 Capacidad Productiva & Capacidad Instalada

Tabla 1: Capacidad de producción en Jeep Truck

PRODUCCIÓN EN JEEP TRUCK	
CAPACIDAD PRODUCTIVA	300 PARES AL DÍA
CAPACIDAD INSTALADA	500 PARES AL DÍA

Fuente: Jeep Truck (2019)

La empresa Jeep Truck, cuenta con una capacidad productiva de 300 pares de calzado infantil por día y una capacidad instalada de 500 pares. Esto quiere decir que, actualmente se está utilizando el 60% de la capacidad de producción disponible en la compañía. Así mismo, la producción mensual con el 60% de esfuerzo sería de 9.000 pares y anual de 108.000 pares, frente al 100% de producción mensual que generaría un total de 15.000 pares al mes y 180.000 pares de zapatos infantil al año.

Tabla 2: Capacidades de producción REF-NB1 en Jeep Truck

PRODUCCIÓN EN JEEP TRUCK	
CAPACIDAD PRODUCTIVA REF-NB1	50 PARES AL DÍA
CAPACIDAD INSTALADA REF-NB1	80 PARES AL DÍA

Fuente: Jeep Truck (2019)

Por otro lado, dentro de una jornada normal de producción, salen 50 pares de la referencia NB1, equivalentes al 16,6%. El portafolio de productos está conformado por las líneas de sport niño y niña, sandalia niño y niña, apache niño y niña, sport bebe y baleta niña.

8.7 Ubicación Geográfica

La fábrica de calzado infantil JEEP TRUCK, es una casa amplia de un nivel, se encuentra ubicada en el barrio Girardot en la dirección Calle 29 #05-30 en la ciudad de Bucaramanga. Esta localidad se caracteriza por ser una zona industrial y hogar de muchas PYMES Santandereanas.

Figura 8: Fábrica de Calzado infantil Jeep Truck

Fuente: Autoría Propia (2019)

Por medio de Google maps se puede identificar las rutas y los tiempos de tránsito, por esta razón marcando con origen la fábrica de Jeep Truck y destino el Aeropuerto Internacional de Palo Negro son 33 minutos de recorrido en automóvil. Así mismo, del punto de fábrica al terminal de

Transportes de Bucaramanga son 16 minutos de trayecto. Esto nos permite identificar que la ubicación de la sede es estratégica por la facilidad de rutas de salida y acceso.

Figura 9: Ruta hacia el Aeropuerto Internacional Palonegro

Fuente: Google Maps (2019)

Figura 10: Ruta hacia El Terminal de Transporte de Bucaramanga

Fuente: Google Maps (2019)

8.8 Logotipo E Identidad Visual De La Marca

Figura 11: Marca Jeep Truck

Fuente: Jeep Truck (2019)

El nombre de la marca JEEP TRUCK en inglés significa *"Todo Terreno"*. Esto se relaciona directamente con el esfuerzo de la compañía por crear diseños innovadores en sus productos atentos en cumplir con las expectativas de sus clientes con calidad, estética, seguridad y comodidad. Así mismo, la palabra en solitario TRUCK significa "Camión" por este hecho el imagotipo, es un camión de juguete. Ya que, es una marca infantil los tonos de colores utilizados son vivos y de alusión divertida. Para su dueño y creador el señor Milton Cruz, es muy importante la recordación de su origen, por esta razón la marca incluye "Bucaramanga ".

8.9 Estructura Organizacional

Los empleados actuales de la empresa son un total de 4 funcionarios en la parte administrativa y 22 trabajadores en el área de operaciones, distribuidos en las diferentes etapas que involucra el proceso de fabricación de los productos de la marca Jeep Truck.

Gráfica 1: Estructura organizacional de Jeep Truck

Fuente: Jeep Truck (2019)

8.9.1 Funciones De Los Cargos Requeridos En El Área De Producción

Tabla 3: Funciones de los cargos en la empresa Jeep Truck

CARGO	FUNCIONES	REQUISITOS
Cortador	- Cortar las tareas con sus respectivos moldes. - Entregar las tareas completamente punteadas y ordenadas (con forros, tiras, elásticos y/o cualquier otro componente del modelo determinado. - Guardar los moldes en las cajas de forma organizada.	- Tener habilidades con el manejo de elementos como la cuchilla y la troqueladora. - Saber ubicar el material sintético en la mesa de corte. - Ubicar los moldes en el material sintético con el fin de minimizar el desperdicio.
Armadora	- Aplicar pegante en la parte adecuada de cada pieza. - Empalmar las piezas en el orden correspondiente. - Verificar que las piezas que se van a unir sean del mismo número.	- Tener destreza con el uso de las herramientas de armado. - Tener habilidades en trabajo manual.
Costurera	- Usar el tipo de hilo adecuado en el empalme de las piezas. - Tener la máquina en buen estado (Aseo y Aceite) para el buen desempeño de esta.	- Tener conocimiento del manejo de máquinas de coser (Planas, de Codo y/o de Poste) de una o dos agujas.
Solador	- Preparar las plantillas y los contrafuertes necesarios para cumplir con la tarea. - Unir la suela con el corte ya montado en la horma.	- Ser Hábil en el manejo de las pinzas. - Trabajar con precisión y agilidad en el manejo de pegantes de secado instantáneo.

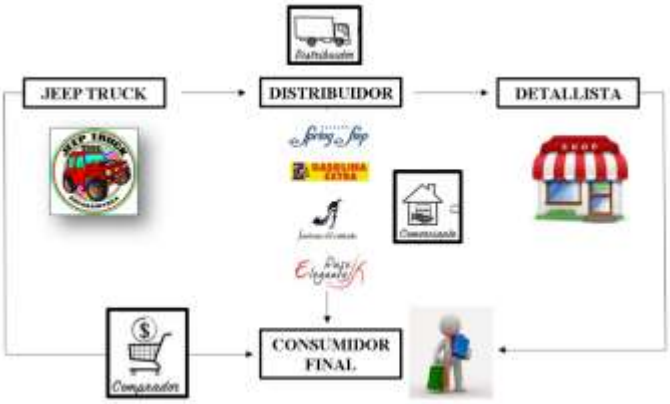
Emplatilladora	- Lograr que el zapato tenga una buena presentación, dándole un enfoque a los acabados y el pulido. - Encordonar los zapatos que necesiten de esta actividad. - Empacar cada par en su respectiva caja.	- Ser una persona capaz de lograr que el zapato quede en perfecto estado.
Troqueladora	- Tener en perfecto orden las plantillas - Entregar las suelas a los soladores. - Encargado de comprar los materiales que hagan falta. - Tener ordenada la troqueladora.	- Tener un buen manejo con la troqueladora.
Empacador	- Agrupar las tareas de acuerdo con el cliente. - Alistar el pedido empacado por cajas.	- Habilidades físicas.

Fuente: Jeep Truck (2019)

8.10 Canales De Distribución Actuales De La Empresa

La empresa de calzado infantil JEPP TRUCK, actualmente utiliza un canal de distribución largo con su consumidor final, además cuenta con una trayectoria de más de 10 años diseñando y fabricando calzado infantil para empresas representativas del mercado nacional, los cuales son actualmente clientes mayoristas, cadenas de almacenes y grandes superficies que compran los productos de la empresa JEEP TRUCK pero, en algunos casos no distribuyen la marca.

Gráfica 2: Canales de distribución de Jeep Truck



Fuente: Jeep Truck (2019)

9. REFERENCIA CALZADO INFANTIL SELECCIONADA

Durante sus 21 años de trayectoria, la empresa santandereana de calzado infantil Jeep Truck ha desarrollado cinco líneas de producto, las cuales son: sport niño y niña, sandalia niño y niña, apache niño y niña, sport bebe y baleta niña. Del mismo modo, el empresario tiene definido su producto estrella, el cual corresponde a la referencia SPORT - NB1. En el desarrollo de este proyecto, se trabajará la línea de calzado infantil para niño referencia NB1 de la talla 21 a la talla 36.

Figura 12: Diseño referencia de calzado Sport NB1 marca Jeep Truck

Fuente: Jeep Truck (2019)

9.1 Proceso De Producción Ref -Nb1

- **Primera etapa: Corte**

En esta primera etapa de corte, se procede a cortar manualmente con cuchillas de acero, sobre materiales sintéticos y forros, las piezas de la referencia de diseño NB1 con base a los moldes de lata ya establecidos. Dentro de esta etapa, es necesario ejecutar un subproceso llamado “punteado”, el cual corresponde a la marcación de puntos y líneas con una numeración pequeña, dentro de los moldes para así facilitar el proceso de armado. Con este subproceso, se logra diferenciar las capas, las piezas y el orden de postura de cada una. La figura 12, ilustra la etapa de corte.

Figura 13: Etapa de corte referencia NB1

Fuente: Jeep Truck (2019)

- **Segunda etapa: Guarnición**

En esta segunda etapa de guarnición, se procese al empalme y acomodo de cada una de las piezas y forros internos, para formar el conjunto de la estructura del par de zapatos. Aquí, se realiza un pegado de forma manual con solución de caucho, una vez realizado la unión temporal, se alistan las piezas ensambladas para ser enviadas directamente al costurero, quien refuerza y da forma definida al calzado. Posteriormente, del cocido

correspondiente, el producto pasa a la sesgadora, allí se procede a poner la cinta a las lengüetas y termina de definir la orma del zapato.

Figura 14: Etapa de guarnición referencia NB1

Fuente: Jeep Truck (2019)

- **Tercera etapa: Armado**

En esta tercera etapa de armado, se procese a juntas las piezas cortadas faltantes y pegarlas con solución de caucho en un orden continuo, con el propósito de unir los detalles del diseño de la referencia. Estos cortes pueden ser líneas de colores, figuras, etiquetas y lazos.

Figura 15: Etapa de armado referencia NB1

Fuente: Jeep Truck (2019)

- **Cuarta etapa: Soladura**

En esta cuarta etapa de soladura, se reciben todos los cortes y uniones anteriormente recibidas para agregar los refuerzos entre el sintético y el forro contrafuerte. Así mismo, posteriormente se procede a encajar los moldes “orma” de pasta 3D en forma de pie y se dejan ahí entre 30 a 40 minutos, en seguida al tiempo correspondiente se aplica una capa de pegante blanco a los cortes ya encajados y a las suelas, para dar mayor resistencia, finalmente se dejan calentar para obtener una mayor adhesión y luego secar.

Figura 16: Etapa de Soladura referencia NB1

Fuente: Jeep Truck (2019)

- **Quinta etapa: Emplantillado**

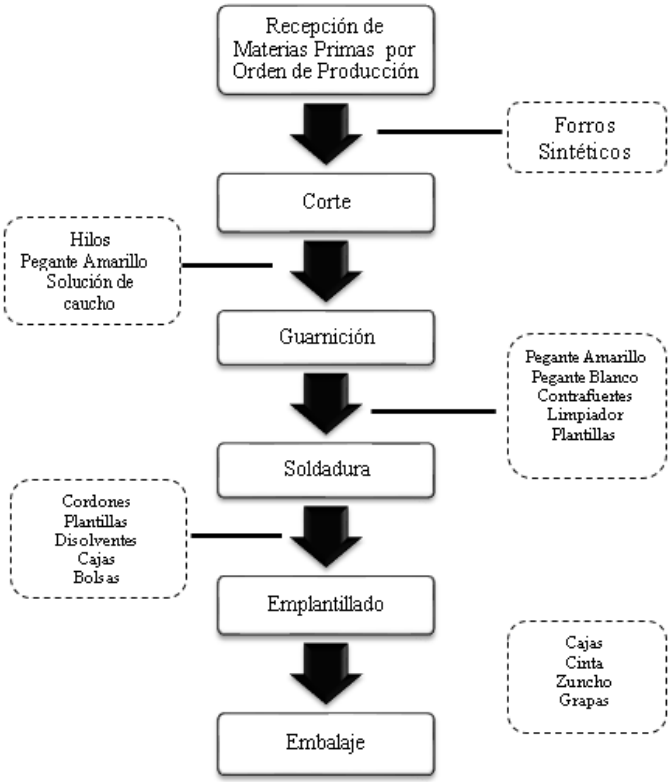
En esta quinta etapa de emplantillado, se realizan los últimos detalles, en donde se reciben la unión de cortes del proceso de guarnición, para agregar los “contrafuertes” como refuerzo entre el sintético y el forro, luego nuevamente se vuelve a encajar los moldes de pasta 3D en forma de pie dentro del calzado y se dejan entre 30 y 40 minutos, esto con el fin de sellar la orma y garantizar un secado perfecto.

Figura 17: Etapa de Emplantillado referencia NB1

Fuente: Jeep Truck (2019)

9.1.1 Diagrama De Procesos

Gráfica 3: Diagrama de proceso de Jeep Truck



Fuente: Jeep Truck (2019)

9.2 Ficha Técnica Del Producto Referencia NB1

Tabla 4: Ficha técnica del producto

Empresa	Jeep Truck		
Representante	Milton Cruz		
Teléfono	(+57) 3182969174		
Dirección	Calle 29 No. 5-30 Barrio Girardot		
Origen	B/manga, Santander, Colombia		
PRODUCTO	**REF**	**COLECCIÓN**	**FECHA**
CLZ BOY	NB1	68B	2do semestre 2019
PARTIDA ARANCELARIA	6404.19.00.00		
LINEA DE CALZADO	Tallaje para niño del 21 al 36		
MATERIAL	Cuero y tela sintética		
SUELA	Navy - Láminas de microporos número 6		
FORRO	Spiga textil		
PLANTILLA	Planti toalla		
OJÁLATE	Gris pistola (#20)		
CORDÓN	Tipo lazo e hiladillo (Ref VM2) Plano		
ESTAMPADO	Color Blanco		
HILO	Tono a tono		
MALLA	Burburock negro		
CHARLOTE	Azul, blanco, rojo y amarillo		
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	Calzado para niño disponible en tallaje del número 21 al 36. Hechos con tela sintética Escorvindela, con bordados hechos a mano y máquina. Disponibilidad de tres estilos de tonos diferentes.		

Fuente: Autoría propia

9.3 Subpartida Arancelaria

Para la referencia NB1 de calzado infantil de la marca Jeep Truck la **Partida arancelaria es 6404.19.00.00** denominado "*Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil*".

Figura 18: Datos generales subpartida arancelaria

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: Perfil de la mercancía, DIAN (2019)

9.4 Descripciones Mínimas

Debido a que nuestro tipo de producto no es carga peligrosa o perecedera, sino por el contrario es una carga general. Las descripciones mínimas del producto para efectuar una exportación acorde con la DIAN (2019) son: 1) Nombre comercial, 2) Otras características y 3) Cantidad de unidades comerciales.

Figura 19: Descripciones mínimas de la subpartida arancelaria

Descripciones de mercancías para exportaciones – 6404190000

Orden	Código	Descripción	Tipo de dato	Longitud	Decimales	Obligatorio	Desde	Hasta	Leg	Detalle
	73	Nombre Comercial	TEXTO	60		SI	23-ago-2008	...		
	74	Otras características	TEXTO	4000		SI	23-ago-2008	...		
	1716	Cantidad de unidades comerciales	TEXTO	60		NO	23-ago-2008	...		

Fuente: Perfil de la mercancía, DIAN (2019)

9.5 Empaque Primario & Secundario

Cada par de zapatos en su interior tiene bolitas de papel con el propósito de sostener y mantener la orma de calzado, evitándose ocasionar daños al diseño. Así mismo, como empaque primario cuenta con un protector o bolsa individual para cada unidad del par de zapatos como

mecanismo de protección. Como empaque secundario, cada par de zapatos referencia NB1 es guardado en cajas de cartón contramarcadas con la marca JEEP TRUCK, así mismo en su lado posterior se encuentra un cuadro complementario donde se especifica la referencia, el tallaje y código de registro del lote de fabricación.

Figura 20: Empaque referencia NB1

Fuente: Jeep Truck (2019)

Figura 21: Etiqueta y características del empaque referencia NB1

Fuente: Jeep Truck (2019)

10. PROVEEDORES

Los proveedores de insumos de Jeep Truck cuentan con una trayectoria representativa con la organización. Ya que, durante años se ha construido una buena relación de confianza y cumplimiento, cada una de estas empresas se caracteriza por su buen servicio, calidad, precio, garantías, ubicación geográfica, facilidades y medios de pago. A continuación, se enlistan los proveedores vigentes:

Tabla 5: Listado de Proveedores vigentes de Jeep Truck

EMPRESA	PRODUCTOS	DIRECCIÓN
PANAMERICANA	Sintéticos y Forros	12 años de relación con este proveedor
ISACOR	Laminas y Pegantes	6 años de relación con este proveedor
SUELAS MIGUEL	Suelas	6 años de relación con este proveedor
SUELAS MUNI SUELAS	Suelas	6 años de relación con este proveedor
CARBOLSAS	Cajas de empaques unitarios	6 años de relación con este proveedor

Fuente: Jeep Truck (2019)

Por otro lado los insumos como: Cordones, Ojáleles, Contrafuertes, Cintas, Sesgos, Hebillas y Adornos son comprados al proveedor que disponga del mejor precio y calidad. Ya que, estos son elementos adorno o complementarios a la estructura del diseño de cada referencia de calzado infantil.

11. COSTOS DE FABRICACIÓN DE LA REFERENCIA NB1

La referencia NB1 es un diseño de la última colección de Jeep Truck, se lanzó al mercado desde Julio del 2019. La compañía innova constantemente sus estilos y diseños durante el cambio de cada colección, por esta razón no se repiten modelos de una temporada a otra. La

materia prima para la fabricación de NB1 está conformada por Capellada, Suela, Forro Espiga, Forro Cambre, Madre Selva, Plantilla soldador, Plantilla Emplante, AT20, Pegante Amarillo, Pegante Blanco, Solución de Caucho, Hilo, Tachuelas, Ojaletes, Cordón elástico, Contrafuertes, Pintura-Xilol, Sesgo, Cinta, Espuma, Caja, Mina, Primer y BZ40. El costo unitario de materia prima para la fabricación de la referencia NB1 es de $8.800,71 pesos colombianos. Por otro lado, la mano de obra tiene un costo de unitario de $6.160 pesos colombianos en conjunto con la liquidación de $1.355 pesos colombianos, dado como resultado un total bruto de fabricación de $21.373 pesos colombianos.

Tabla 6: Costos de fabricación de la referencia NB1

HOJA DE COTIZACIÓN				
REFERENCIA	**NB1 (SPORT NIÑO 27 – 32)**			
TEMPORADA	**2019 JULIO - DICIEMBRE**			
MATERIA PRIMA	**$ / par**	**$ / unid**	**Unidad**	**pares/unid**
Capellada	$ 1.900	$ 19.000	metro	10,00
Suela	$ 4.200	$ 4.200	par	1,00
Forro Espiga	$ 288	$ 4.600	metro	16,00
Forro Cambre	$ 42	$ 2.000	metro	48,00
Madre Selva	$ 8	$ 5.000	metro	600,00
Plantilla Solador	$ 130	$ 6.500	lámina	50,00
Plantilla Emplante	$ 219	$ 10.500	lámina	48,00
AT20	$ 47	$ 28.000	galón	600,00
Pegante Amarillo	$ 590	$ 118.000	lata	200,00
Pegante Blanco	$ 140	$ 140.000	lata	1.000,00
Solución Caucho	$ 155	$ 62.000	lata	400,00
Hilo	$ 60	$ 60.000	bicono	1.000,00
Tachuelas	$ 18	$ 7.000	caja	400,00
Ojaletes	$ 180	$ 9.000	millar	50,00
Cordón-Elástico	$ 146	$ 21.000	gruesa	144,00
Contrafuertes	$ 94	$ 9.000	lámina	96,00
Pintura-Xilol	$ 50	$ 50.000	galón	1.000,00
Sesgo	$ 125	$ 25.000	metro	200,00
Cinta	$ 50	$ 150	metro	3,00
Espuma	$ 58	$ 5.200	lámina	90,00

Caja	$	200	$ 200	unidad	1,00
Mina	$	3	$ 1.200	unidad	350,00
Primer	$	76	$ 76.000	galón	1.000,00
BZ40	$	24	$ 23.500	galón	1.000,00
TOTAL MP	**$**	**8.800,71**			

Fuente: Jeep Truck (2019)

Tabla 7: Costos de mano de obra para la referencia NB1

MANO DE OBRA	
Administración	$ 800
Corte	$ 600
Punteado	$ 130
Estampado	$ 200
Armado + Ojaletes	$ 1.430
Costura	$ 900
Soladura	$ 1.400
Pintado Suela	$ 100
Emplantillado	$ 500
Plantillas	$ 100
TOTAL MOD	**$ 6.160,00**
Liquidación	$ 1.355
TOTAL MOD+LIQ	**$ 7.515**
TOTAL BRUTO	**$ 21.373**
PRECIO VENTA	**$ 24.000**
UTILIDAD	**$ 2.627**
	10,95%

Fuente: Jeep Truck (2019)

La referencia NB1 está disponible desde la talla 21 hasta la talla 36 para niño. Este diseño ha tenido una alta demanda a solicitud de pedido de los clientes por su lindo diseño, excelente calidad y buen precio. A continuación se presenta la lista de precios de venta al por mayor.

Tabla 8: Precio de venta por tallaje para la referencia NB1

PRECIOS DE VENTA POR TALLAJE REF NB1	
TALLAJE DISPONIBLE	**PRECIO DE VENTA UNITARIO**
21-26	$ 23.000

27-32	$	24.000
33-36	$	26.000

Fuente: Jeep Truck (2019)

12. VENTAS REGISTRADAS SEGUNDO SEMESTRE 2019

Con respecto a la colección del segundo semestre del 2019, la referencia NB1 es el producto estrella de la compañía. Este diseño va liderando las ventas de Jeep Truck con 2.893 pares vendidos, en segundo lugar se encuentra la referencia #1842 con la venta de 2.533 pares, en tercer lugar está la referencia #1931 con 1.240 pares vendidos y en cuarto lugar con 1.555 pares vendidos se encuentra la referencia #184.

Tabla 9: Registro de ventas segundo semestre 2019 por referencia

REGISTRO DE VENTAS 2DO SEMESTRE 2019		
DISEÑO	REFERENCIA	PARES VENDIDOS
	NB1	2.893
	1842	2.533
	1931	1.240
	184	1.555

Fuente: Jeep Truck (2019)

Resumiendo los resultados de las ventas registradas por tallaje de la referencia NB1, se logra observar que la mayor participación la lidera el tallaje del número 21 al 26 con un 39% de participación, dicho valor es equivalente a un total de $26’128.000 millones de pesos colombianos

vendidos. Sucesivamente se encuentra el tallaje de número 27 al 32 con un 38% de participación, es decir un valor total registrado en ventas por $26’376.000 millones de pesos colombianos.

Finalmente, se encuentra el tallaje del número 33 al 36 con un total del 23% de participación equivalentes a $17’108.000 millones de pesos colombianos en ventas. Como resultado del ejercicio comercial, la referencia ha logrado ventas totales por $69´612.000 millones de pesos colombianos desde su lanzamiento en el mes de julio del 2019. A continuación, se pueden visualizar las ventas registradas por tallaje para la referencia estrella NB1.

Tabla 10: Ventas registradas por tallaje para la Ref NB1

VENTAS REGISTRADAS POR TALLAJE REF NB1			
TALLAJE DISPONIBLE	**PRECIO DE VENTA**	**PARES VENDIDOS**	**VENTAS REGISTRADAS**
21-26	$ 23.000	1.136	$ 26.128.000
27-32	$ 24.000	1.099	$ 26.376.000
33-36	$ 26.000	658	$ 17.108.000
TOTAL		**2.893**	**$ 69.612.000**

Fuente: Jeep Truck (2019)

13. MATRIZ DOFA JEEP TRUCK

Tabla 11: Matriz DOFA JEEP TRUCK

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES

F1. Materiales e insumos de alta calidad F2. Personal calificado para la elaboración del calzado en cada proceso F3. Alto nivel de servicio al cliente F4. 21 años de experiencia en el sector calzado F5. Innovación en diseños F6. Maquinaria necesaria para la elaboración del calzado F8. Precios competitivos dentro del mercado F9. Producto final de alta calidad y durabilidad F10. Capacitación constante al personal F11. Diferentes opciones de gamas de color para la elaboración del calzado F12. Etapas de proceso de fabricación establecido F13. Altos niveles de cumplimiento a los pedidos de sus clientes F14. Los procesos de producción disminuyen los desperdicios de los insumos y materias primas F15. Conocimiento de las últimas tendencias en calzado F16. Procedimiento estándar en la realización de las compras.	O1. Penetración de mercados internacionales de forma directa O2. Aprovechar las TIC para crear un canal de distribución digital O3. Participación en ferias nacionales e internacionales O4. Aprovechar los TLC de Colombia O5. Lograr una mayor participación en el mercado Santandereano O6. Abrir un punto de venta en Bucaramanga O7. Lograr un posicionamiento de la marca a nivel nacional e internacional
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
D1. Faltan estrategias de fidelización a nivel local e internacional D2. Bajos niveles de campañas publicitarias D3. No tienen participación en redes sociales D4. No tienen página web D5. No se hace un seguimiento a los clientes D6. El reconocimiento de la marca Jeep Truck en el mercado es muy débil D7. No se cuenta con el equipo de ventas necesario D8. No cuentan con un punto de venta D9. Proceso de elaboración muy tradicional D10. Atraso tecnológico D11. Cuenta con un proveedor para cada materia prima utilizada dentro del producto final D12. No se tiene un control sobre el inventario (Materia prima, productos terminados y por terminar) D13. No existe contratación directa	A1. Competencia desleal por parte de otras fábricas de calzado A2. Contrabando A3. Disponibilidad de materia prima con altos estándares de calidad A4. Altos niveles de competencia en el sector A5. Los altos niveles tecnológicos de otros países les permiten ser más competitivos a nivel internacional A6. Ingreso de calzado chino al mercado nacional

Fuente: Elaboración propia (2019)

ESTRATEGIAS FORTALEZAS – AMENAZAS (F-A)

- F5- A1. Ofertar un producto innovador que permita generar un valor diferenciador de la competencia.
- F9-A6. Frente al ingreso de calzado chino al territorio nacional Jeep Truck planea competir con una oferta de productos de alta calidad y durabilidad. El ciclo de vida del calzado chinos es muy corto debido a la baja calidad maneja el producto y el consumidor finales no tardara mucho tiempo en desplazarlo por un producto de mejor calidad.

ESTRATEGIAS FORTALEZAS - OPORTUNIDADES (F-O)

- F1- O1. Ofertar un producto que cuente con materiales e insumos de alta calidad le permitirá a Jeep Truck ingresar a nuevos mercados internacionales
- F8- O2. Los precios competitivos que Jeep Truck le permitirá tener éxito en un canal de distribución digital
- F9- O7Jeep Truck se posicionará en mercados internacionales como una marca que maneja productos de alta calidad y durabilidad

ESTRATEGIA DEBILIDADDES – AMENAZAS (D-A)

- D4- A4. Se creará un portal web que permita realizar compras online y así obtener una mayor participación del mercado
- A6-D6 Se posicionará la marca Jeep Truck dentro de la mente del consumidor como un producto de calidad y de larga durabilidad

ESTRTEGIAS DEBILIDADES - OPORTUNIDADES (D-O)

- D6-O3 La participación en ferias nacionales e internacionales permitirá que la marca Jeep Truck tenga un mayor reconocimiento.

- D7-05. Incrementar y capacitar el equipo de ventas permitirá que la marca Jeep Truck tenga mayor participación en el mercado santandereano.

14. MODELO CANVAS

Tabla 12: Modelo CANVAS

<table>
<tr><th>ALIANZAS CLAVE</th><th>ACTIVIDADES CLAVE</th><th>PROPUESTA DE VALOR</th><th>RELACIÓN CON LOS CLIENTES</th><th>SEGMENTO DE CLIENTES</th></tr>
<tr><td rowspan="3">• Suelas e insumos gallego
• Suelas cobra LTDA
• Plastiquince
• Cordones y cordones
• Peletería Álvarez
• Carbolsas LTDA</td><td>• Capacitación del personal en nuevas técnicas que permitan una mejor elaboración del producto.
• Participación en redes sociales
• Participación en ferias nacionales e internacionales
• Participación online con la página web</td><td rowspan="3">• Calzado deportivo de alta calidad y durabilidad
• 21 años de experiencia en el mercado
• Diseños innovadores
• Servicio al cliente personalizado
• Producto hecho a mano</td><td>• Atención personalizada
• Diferenciarnos de las demás empresas con un producto innovador.
• Catalogo online interactivo</td><td rowspan="3">• Detallistas posicionados y activos dentro del mercado</td></tr>
<tr><td>RECURSOS CLAVE</td><td>CANALES</td></tr>
<tr><td>• Fabrica
• Maquinaria
• Materia prima e insumos
• Capital humano</td><td>• Punto de venta en fabrica
• Distribuidores
• Canal online (Página web y redes sociales)</td></tr>
</table>

ESTRUCTURA DE COSTOS	INGRESOS
• Costos de materia prima • Costos de mano de obra • Costos de Liquidación • Costos fijos	• Ventas online • Ventas a distribuidores • Ventas en fabrica

Fuente: Elaboración propia (2019)

15. MEZCLA DE MARKETING

Tabla 13: Mezcla de Marketing

PRODUCTO	PRECIO
Calzado deportivo para niño REF- NB1 Jeep Truck ofrece un producto de alta calidad y durabilidad.	La referencia NB1 tiene un valor comercial acorde a su tallaje. A mayor tallaje, mayor precio. Es decir: En el rango de tallas del número 21 al 26 tiene un valor de $23.000/ De las Talla 27 a la 32 tiene un valor de $24.000/ De las Tallas 33 a la 36 tiene un valor de $26.000
DISTRIBUCION	**COMUNICACIÓN**
• Venta online a través de su página web • Venta directa desde su fabrica	• Publicidad BTL y ATL • Página web • Redes sociales • Líneas de atención al cliente

Fuente: Elaboración propia (2019)

16. SECTOR DEL CALZADO EN COLOMBIA

Es muy importante, tener presenta las cifras actualizadas del desempeño del sector del calzado en Colombia. Ya que esto, permite tener un referente acorde con el posicionamiento del sector a nivel internacional con productos de origen colombiano y así mismo, identificar los resultados obtenidos a nivel industrial por la competencia. Según ACICAM – Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, El sector del calzado y sus partes en el año 2018, registró exportaciones por un total de $35,7 millones de dólares, con un decrecimiento de -10,7% frente a las exportaciones registradas en el mismo período del año 2017. La exportación del calzado y sus partes están conformadas por la subdivisión de cuatro capítulos, los cuales son: 1) Calzado y sus

partes, 2) Calzado en USD$ FOB, 3) Calzado en número de pares, 4) Partes de calzado y 5) Total Cadena. A continuación se presenta una tabla con la evolución de las exportaciones entre enero a diciembre del 2016 al 2018 en US$FOB.

A continuación, se presenta la evolución de las exportaciones de calzado y sus partes. Efectivamente, se logra observar que el sector sufre un déficit en su balanza comercial. Ya que, se esta importando más de lo que se exporta lo cual representa una oportunidad de crecimiento y desarrollo que Jeep Truck puede aprovechar.

Tabla 14: Evolución de las exportaciones de calzado y sus partes de enero a diciembre del 2016 al 2018 en USD$FOB

CAPITULO	2016	2017	2018	VARIACIÓN 2017-2018
Calzado y sus partes	33.589.306	40.002.433	35.733.603	-10,70%
Calzado en USD$FOB	25.193.926	30.008.949	28.764.259	-4,10%
Calzado en No. De pares	1.891.671	2.302.555	1.957.020	-15,00%
Partes de calzado	8.395.980	9.993.484	6.969.345	-30,30%
Total Cadena	216.842.723	194.717.402	166.723.893	-14,40%

Fuente: DANE & Gerencia de Inteligencia Competitiva – ACICAM (2018)

Se puede observar que durante el cambio de periodo del año 2017 al año 2018 las cinco categorías propuestas por ACICAM registraron un decrecimiento. El capítulo “partes de calzado” registro el mayor decrecimiento con una variación del -30,30%, seguida del “cazado en número de pares” con un decrecimiento del -15%, el capítulo de “Total Cadena” registro el -14,40% y el “Calzado en USD$FOB” presento un decrecimiento del -4,10%. Los principales destinos de exportación fueron: Ecuador, Estados Unidos y Costa Rica.

Por otro lado, la Asociación ACICAM para el año 2018 registró importaciones para el sector del calzado y sus partes por un total de $396,2 millones de dólares y un crecimiento del 12% frente a las importaciones registradas en el mismo período del año 2017. Así mismo, La

importación del calzado y sus partes están conformada por la subdivisión de cuatro capítulos, los cuales son: 1) Calzado y sus partes, 2) Calzado en USD$ CIF, 3) Calzado en número de pares, 4) Partes de calzado y 5) Total Cadena. A continuación se presenta una tabla con la evolución de las importaciones entre enero a diciembre del 2016 al 2018 en US$CIF.

Tabla 15: Evolución de las importaciones de calzado y sus partes de enero a diciembre del 2016 al 2018 en USD$CIF

CAPITULO	2016	2017	2018	VARIACIÓN 2017-2018
Calzado y sus partes	336.359.713	355.341.243	396.212.052	12%
Calzado en USD$CIF	327.942.307	347.935.258	388.030.536	12%
Calzado en No. De pares	46.090.735	34.075.680	37.903.682	11%
Partes de calzado	8.417.406	7.405.985	8.181.516	10%
Total Cadena	485.601.441	511.844.627	574.339.228	12%

Fuente: DIAN & Gerencia de Inteligencia Competitiva – ACICAM (2018)

Efectivamente, se puede observar un crecimiento parcial entre el 10% al 12% para todos los capítulos dentro del registro de las importaciones de calzado y sus partes. En donde según DIAN, los principales países proveedores son China y Vietnam. Es evidente que el sector se ve seriamente afectado por la competencia de la oferta del mercado asiático en donde se sufre de un déficit en la balanza comercial. Ya que, las importaciones superan el valor de las exportaciones de calzado y sus partes.

17. DESARROLLO SEGUNDO OBJETIVO ESTUDIO DEL MERCADO COSTARRICENSE

La empresa Jeep Truck, tiene como mercado objetivo el país de Costa Rica por esta razón se focalizo todo el análisis y estudio hacia este destino. A continuación, se presenta la matriz de selección de mercado objetivo con los indicadores socioeconómicos, comercios exteriores y logísticos más relevantes.

Cada uno de estos indicadores pues tenido en cuenta con el propósito de brindarle a la empresa Jeep Truck un panorama real sobre el potencial que representa el mercado costarricense como su principal destino para exportar.

17.1 Matriz Selección De Mercado Objetivo

PAÍS	COSTA RICA
CIUDAD CAPITAL	SAN JOSÉ
MONEDA	Colon costarricense
POBLACIÓN (2018)	4.999.441
IDIOMA	ESPAÑOL

ECONOMICOS	
PIB US$ (Miles de millones de dólares 2018)	60,12
PIB PER CAPITA US$	12.026,50
CRECIMIENTO DEL PIB %	2,66%
INFLACIÓN % (2018)	2,20%
TASA DE DESEMPLEO	8,10%
RANKING DOING BUSSINES (2019)	74
INDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL	62,1

COMERCIO EXTERIOR	
VOLUMENES TOTALES EN TON DE IMPORTACION DEL PRODUCTO (Toneladas 2018)	2.448
VALORES TOTALES EN MILES DE $USD DE IMPORTACIONES DE LA PARTIDA ARANCELARIA (6404.19) EN COSTA RICA (2018)	31.663
PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES DEL PRODUCTO	1. China 2.Vietnam 3. Estados Unidos
VOLUMENES DE IMPORTACIÓN PARTIDA ARANCELARIA 6404.19 DESDE COLOMBIA CON DESTINO COSTA RICA (Toneladas 2018)	10

VALOR TOTALEN MILES DE USD DE IMPORTACIÓN PARTIDA ARANCELARIA 6404.19 DESDE COLOMBIA CON DESTINO COSTA RICA (Toneladas 2018)	17.200
ACUERDOS COMERCIALES O BILATERALES CON COLOMBIA	SI

LOGISTICA	
TRANSPORTE TERRESTRE	El foro económico mundial en su informe emitido en el 2017-2018 coloco a costa Rica como uno de los países con las peores carreteras del mundo. Esto se debe principalmente a la escasez fiscal y la falta de gestión de los proyectos contratados con el gobierno. Costa Rica cuenta con extensas carreteras que le permiten un fácil acceso al territorio nacional.
TRANSPORTE MARITIMO	Costa Rica cuenta con una posición geográfica muy favorable. Los dos puertos marítimos más relevantes son el puerto Limón y el puerto Caldera. El puerto Limón cuenta con 3 muelles y es el más importante de Costa Rica debido a su proximidad al canal de Panamá. El puerto caldera cuenta con un muelle, está ubicado de forma estratégica porque se encuentra cerca de la ciudad de san José, sus principales cargas corresponden a contenedores y carga a granel.
TRANSPORTE AEREO	Costa Rica cuenta con dos principales aeropuertos internacionales que son el Daniel Oduber y Juan Santamaria. Según los informes enviados por las empresas a la unidad de planificación en costa rica, el aeropuerto Juan Santamaria en el 2018 tuvo un movimiento de mercancías importadas de 36.080.282 Kilos y 46.631.401 kilos exportados. El aeropuerto internacional Daniel Oduber es el segundo aeropuerto más importante de Costa Rica, ubicado al noroeste en la ciudad Liberia.

EMPAQUE Y EMBALAJE	Caja de cartón corrugado o cajas de ventanas para visualizar el producto, se recomiendan bolsas de polietileno para evitar que el calzado se vea afectado

Fuente: Elaboración propia (2019)

17.1.1 Variables Más Incidentes En La Selección Del Mercado Objetivo

El mercado objetivo por preferencia del empresario corresponde al país de Costa Rica. Se tuvieron en cuenta factores demográficos, económicos, de comercios exteriores y logísticos. Las variables más representativas del mercado costarricense fueron su PIB Per cápita de $12.026 USD para un total de 4´999.441 millones de habitantes., es decir que los costarricenses cuentan con una amplia posibilidad de compras de calzado infantil por su alto poder adquisitivo.

Por otro lado, los niveles de crecimiento del PIB se han mantenido como indicadores positivos durante los últimos 3 años. Costa Rica es considerado uno de los países con la mejor calidad de vida de latino América, ocupando el puesto 74 en el ranking del Doing Business y un índice de competitividad de 62,1 puntos. Un punto por destacar es la vigencia del tratado de libre de comercio de Colombia y Costa Rica, lo cual repercute en beneficios arancelarios para efectuar la exportación de calzado infantil de Jeep Truck al destino costarricense.

18. EXPORTACIONES DE LA PARTIDA 64.04.19 DESDE COSTA RICA CON DESTINO PAISES DEL MUNDO

En Costa Rica, el sector del calzado no representativo en la economía nacional. Para el año 2018 el mercado costarricense exporto al mundo un total 40 toneladas equivalente a $355 miles de USD de producto de la partida arancelaria 64.04.19 es decir, calzado con suela de caucho o plástico

y parte superior de material textil. Los principales cinco destinos de exportación en el año 2018 del tipo de producto anteriormente mencionado fueron: Honduras quien representa el 53,8%, Panamá el 34,4%, Guatemala 5,1%, España 4,8% y Nicaragua con el 1,7%. (Trade map, 2019)

Por otro lado, según la base de Datos en línea Trade map (2019) Honduras importo 27 toneladas por un valor de $191 miles de USD, Panamá importo 10 toneladas por un valor de $122 miles de USD, Guatemala importo 3 toneladas por un valor de $18 miles de USD, España importo 2 toneladas por un valor de $17 miles de USD y Nicaragua importo 1 toneladas por un valor de $6 miles de USD. Finalmente como se puede observar, Colombia no es un país demandante del tipo de producto con origen costarricense. A continuación, se presenta una tabla con los datos correspondientes:

Tabla 16: Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Costa Rica en 2018

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Costa Rica en 2018				
Partida Arancelaria: 640419 Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de materia textil				
No.	**Importadores**	**Valor exportado en 2018 (miles de USD)**	**Participación de las exportaciones para Costa Rica (%)**	**Cantidad exportada en 2018 (Toneladas)**
1	Honduras	191	53,8	27
2	Panamá	122	34,4	10
3	Guatemala	18	5,1	3
4	España	17	4,8	2
5	Nicaragua	6	1,7	1
Mundo		355	100	40

Fuente: Trade map (2018)

19. IMPORTACIONES DE LA PARTIDA 64.04.19 POR COSTA RICA CON ORIGEN PAISES DEL MUNDO

En comparación con la oferta exportadora de calzado costarricense contenido dentro de la partida arancelaria expuesta, la demanda importadora del tipo de producto extranjero es significativamente mayor. Para el año 2018 el mercado costarricense importo del mundo un total 2.448 toneladas es decir $31.663 miles de USD de producto de la partida arancelaria 64.04.19 que corresponde a calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil. (Trade map, 2019) Los principales cinco países origen del producto para la importación en Costa rica durante el año 2018 fueron: China que representa el 70,2%, Viet Nam el 15%, Estados Unidos el 3,4%, México el 2,7%, Panamá el 2% y Colombia en el onceavo lugar representa el 0,5%.

Por otro lado, Según la base de datos en línea Trade map (2019) China exporto a Costa Rica un total de 1.851 toneladas por un valor de $22.218 miles de USD, Viet Nam exporto a Costa Rica un total de 263 toneladas por un valor de $4.759 miles de USD, Estados Unidos exporto a Costa Rica un total de 60 toneladas por un valor de $1.06 miles de USD, México exporto a Costa Rica un total de 36 toneladas por un valor de $851 miles de USD, Panamá exporto a Costa Rica un total de 107 toneladas por un valor de $630 miles de USD y Colombia exporto a Costa Rica un total de 10 toneladas por un valor de $172 miles de USD.

Finalmente se puede observar por medio de los datos recolectados que Colombia es un país proveedor del tipo de producto para el mercado demandante de Costa Rica. A continuación, se presenta una tabla con los datos correspondientes:

Tabla 17: Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Costa Rica en 2018

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Costa Rica en 2018				
Partida Arancelaria: 640419 Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de materia textil				
No.	**Exportadores**	**Valor importado en 2018 (MILES DE USD)**	**Participación de las importaciones para Costa Rica (%)**	**Cantidad importada en 2018 (TON)**
1	China	22.218	70,2	1.851
2	Viet Nam	4.759	15	263
3	Estados Unidos	1.067	3,4	60
4	México	851	2,7	36
5	Panamá	630	2	107
11	Colombia	172	0,5	10
Mundo		31.663	100	2.448

Fuente: Trade map (2018)

20. EXPORTACIONES DE COLOMBIA DE LA PARTIDA 64.04.19 DESDE COLOMBIA CON DESTINO HACIA PAISES DEL MUNDO

El sector del calzado en Colombia es un sector representativo de la economía, principalmente de Santander. Sin embargo, para el año 2018 el mercado colombiano exporto al mundo un total 172 toneladas equivalente a $3.584 miles de USD de producto de la partida arancelaria 64.04.19 es decir, calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil. Los principales cinco destinos de exportación en el año 2018 del tipo de producto anteriormente mencionado fueron: Estados Unidos quien representa el 30,3%, Ecuador el 30,2%, Panamá el 11,7%, Chile el 7,6%, Bolivia el 5,1% y Costa rica ocupa el sexto lugar con el 3,9%.

Por otro lado, Estados Unidos importo 51 toneladas por un valor de $1.087 miles de USD, Ecuador importo 49 toneladas por un valor de $1.083 miles de USD, Panamá importo 16 toneladas por un valor de $420 miles de USD, Chile importo 9 toneladas por un valor de $273 miles de USD, Bolivia importo 10 toneladas por un valor de $184 miles de USD y Costa Rica importo 15 toneladas

por un valor de $139 miles de USD. Finalmente se puede observar, Colombia tiene dentro de su lista de clientes al mercado costarricense. A continuación, se presenta una tabla con los datos correspondientes:

Tabla 18: Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Costa Rica en 2018

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2018				
Partida Arancelaria: 640419 Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de materia textil				
No.	**Importadores**	**Valor exportado en 2018 (miles de USD)**	**Participación de las exportaciones para Colombia (%)**	**Cantidad exportada en 2018 (TON)**
1	Estados Unidos	1.087	30,3	51
2	Ecuador	1.083	30,2	49
3	Panamá	420	11,7	16
4	Chile	273	7,6	9
5	Bolivia	184	5,1	10
6	Costa Rica	139	3,9	15
Mundo		3.584	100	172

Fuente: Trade map (2018)

21. IMPORTACIONES DE LA PARTIDA 64.04.19 POR COLOMBIA CON ORIGEN PAISES DEL MUNDO

En comparación con la oferta exportadora de calzado colombiano contenido dentro de la partida arancelaria expuesta, la demanda importadora del tipo de producto extranjero es significativamente mayor. Para el año 2018 el mercado colombiano importo del mundo un total 8.030 toneladas es decir $146.728 miles de USD de producto de la partida arancelaria 64.04.19 que corresponde a calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil. Los principales cinco países origen del producto para la importación en Colombia durante el año 2018

fueron: China que representa el 50,7%, Viet Nam el 18,5%, Indonesia el 8,7%, Brasil el 2,7%, Ecuador el 3,3%.

Por otro lado, China exporto a Colombia un total de 4.808 toneladas por un valor de $74.429 miles de USD, Viet Nam exporto a Colombia un total de 1.424 toneladas por un valor de $41.882 miles de USD, Indonesia exporto a Colombia un total de 425 toneladas por un valor de $12.817 miles de USD, Brasil exporto a Colombia un total de 291 toneladas por un valor de $5.755 miles de USD y Ecuador exporto a Colombia un total de 791 toneladas por un valor de $4.830 miles de USD. Finalmente se puede observar, que Colombia es un país que importa mayormente este tipo de producto de mercados asiáticos, también se puede observar que el mercado de Costa Rica no realiza exportaciones representativas de este tipo de producto al mercado colombiano. A continuación, se presenta una tabla con los datos correspondientes:

Tabla 19: Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Costa Rica en 2018

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Colombia en 2018				
Partida Arancelaria: 640419 Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de materia textil				
No.	**Exportadores**	**Valor importado en 2018 (MILES DE USD)**	**Participación de las importaciones para Colombia (%)**	**Cantidad importada en 2018 (TON)**
1	China	74.429	50,7	4.808
2	Viet Nam	41.882	28,5	1.424
3	Indonesia	12.817	8,7	425
4	Brasil	5.755	3,9	291
5	Ecuador	4.830	3,3	791
Mundo		146.728	100	8.030

Fuente: Trade map (2018)

22. EXPORTACIONES TOTALES DE LA PARTIDA 64.04.19 DEL MUNDO

El sector del calzado en el mundo es un sector representativo principalmente en las economías asiáticas que manejan economías de escala y altos volúmenes de fabricación que le permiten competir por precio o calidad. Sin embargo, para el año 2018 los cinco principales mercados exportadores del tipo producto contenido de la partida arancelaria 64.04.19 es decir, calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil realizando exportaciones por un total de $25'480.878 miles de USD. Los principales cinco países origen de dichas exportaciones para el año 2018 fueron: China quien representa el 50,3%, Vietnam el 13,7%, Italia el 4,1%, Alemania el 3,5% y Países Bajos el 3,2%. En el caso de Colombia ocupo el puesto 66 con el 1,41% y Costa rica ocupo el puesto 98 con el 0,09%.

Por otro lado, Chile exporto a diversos mercados del mundo 1'147.943 toneladas por un valor de $12'816.140 miles de USD, Viet Nam exporto a diversos mercados del un valor de $3'500.723 miles de USD, Italia exporto a diversos mercados del mundo 16.721 toneladas por un valor de $1'057.192 miles de USD, Alemania exporto a diversos mercados del mundo 33.928 toneladas por un valor de $880.912 miles de USD, Países Bajos exporto a diversos mercados del mundo 22.186 toneladas por un valor de $806.461 miles de USD. Así mismo, Colombia exporto a diversos mercados del mundo 172 toneladas por un valor de $3.584 miles de USD y Costa Rica exporto a diversos mercados del mundo 29 toneladas por un valor de $236 miles de USD. Finalmente se puede observar que los volúmenes de exportación de la potencia mundial de máquina que es China son exorbitantes con respecto a los demás ofertantes, del mismo modo los valores representativos del mercado de Colombia y Costa Rica son muy bajos. A continuación, se presenta una tabla con los datos correspondientes:

Tabla 20: Lista de los mercados exportadores para el producto seleccionado en 2018

Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2018				
Partida Arancelaria: 640419 Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de materia textil				
No.	**Exportadores**	**Valor exportado en 2018 (miles de USD)**	**Participación en las exportaciones mundiales (%)**	**Cantidad exportada en 2018**
1	China	12.816.140	50,3	1.147.943
2	Viet Nam	3.500.723	13,7	0
3	Italia	1.057.192	4,1	16.721
4	Alemania	880.912	3,5	33.928
5	Países Bajos	806.461	3,2	22.186
66	Colombia	3.584	0,014%	172
98	Costa Rica	236	0,0000092%	29
Mundo		25.480.878	100	0

Fuente: Trade map (2018)

23. IMPORTACIONES TOTALES DE LA PARTIDA 64.04.19 DEL MUNDO

El sector del calzado en el mundo así como tiene una gran oferta, también genera una alta demanda. Para el año 2018 diversos mercados del mundo importaron un total 172 de $23’149.808 miles de USD del tipo producto contenido en la partida arancelaria 64.04.19 es decir, calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil. Los principales cinco mercados importadores para el año 2018 del tipo de producto anteriormente mencionado fueron: Estados Unidos quien represento el 19,6%, China el 7%, Alemania el 6,6%, Japón el 6% y Francia el 5,8%. En el caso de Colombia ocupo el puesto 30 con el 0,6% y Costa rica ocupa el puesto 61 con el 0,1%.

Por otro lado, Estados Unidos importo de diversos países del mundo 553.167.016 toneladas por un valor de $4’533.914 miles de USD, China importo de diversos países del mundo 51.236 toneladas por un valor de $1’609.139 miles de USD, Alemania importo de diversos países del

mundo 79.375 toneladas por un valor de $1’516.962 miles de USD, Japón importo de diversos países del mundo 89.955 toneladas por un valor de $1’398.345 miles de USD, Francia importo de diversos países del mundo 66.743 toneladas por un valor de $1’331.286 miles de USD, Colombia importo de diversos países del mundo 8.030 toneladas por un valor de $146.728 miles de USD y Costa Rica importo de diversos países del mundo 2.448 toneladas por un valor de $31.663miles de USD. Finalmente se puede observar, Estados Unidos es el mercado con mayor demanda de este tipo de producto, China a pesar de ser el mayor ofertante exportador del calzado contenido en la partida 60.04.19 también es el segundo país con mayor demanda. Sin embargo, los países de Colombia y Costa Rica presentan volúmenes muy bajos de representación frente a la gran demanda de otros países del mundo. A continuación, se presenta una tabla con los datos correspondientes:

Tabla 21: Lista de los mercados importadores para el producto seleccionado en 2018

Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2018				
Partida Arancelaria: 640419 Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de materia textil				
No.	**Importadores**	**Valor importado en 2018 (miles de USD)**	**Participación en las importaciones mundiales (%)**	**Cantidad importada en 2018 (TON)**
1	Estados Unidos	4.533.914	19,6	553.167.016
2	China	1.609.139	7	51.236
3	Alemania	1.516.962	6,6	79.375
4	Japón	1.398.345	6	89.955
5	Francia	1.331.286	5,8	66.743
30	Colombia	146.728	0,6	8.030
61	Costa Rica	31.663	0,1	2.448
Mundo		23.149.808	100	0

Fuente: Trade map (2018)

24. ANÁLISIS PEST- INFORMACIÓN POLÍTICA, ECONÓMICA Y SOCIAL DE COSTA RICA

24.1 Política

Figura 22: Bandera y escudo de Costa Rica

Fuente: Costa Rica (2019)

La República de Costa Rica, es una nación soberana regida por la constitución política del 7 de noviembre de 1949, en la cual se define a sí misma como una República Presidencialista unitaria. Además funciona bajo un sistema de gobierno democrático que contempla tres ramas del poder público a nivel ejecutivo, legislativo y judicial. El actual presidente es Carlos Alvarado Quesada, quien representa la principal figura del poder ejecutivo en conjunto de los ministros y diplomáticos.

Así mismo, La Asamblea Legislativa de Costa Rica es el órgano encargado de aprobar, reformar o anular leyes y decretos, además está conformada por 57 diputados elegidos durante un período de 4 años para representar al poder legislativo del país. Por otro lado, dentro del poder judicial se encuentra la Corte Suprema de Justicia compuesta por 22 magistrados elegidos por la Asamblea Legislativa durante períodos de 8 años.

De igual forma, Costa Rica cuenta con participación en diversos organismos de integración regional como en la Organización de las Naciones Unidas “ONU”, Organización de Estados

Americanos “OEA”, Fondo Monetario Internacional “FMI”, Sistema de Integración Centroamericana “SICA”, La Comunidad de Estados Latinoamericanos y caribeños “CELAC”, entre otros. Según la oficina de información diplomática de Costa Rica, el país siempre se ha caracterizado por ser un perfil diplomático relevante a nivel internacional gracias a su participación en foros de temas como el desarme, resolución pacífica de conflictos, materia medioambiental y cambio climático.

24.2 Económica

La moneda oficial de Costa Rica es el Colón costarricense (₡ CRC). Acorde con los registros del Banco Mundial para el año 2018 el país tuvo un PIB de $60.464 Mil millones de USD, un PIB Per cápita de $12,039 USD y una inflación del 2,5%.

Según el informe global de competitividad del Foro económico mundial para el año 2018 Costa Rica ocupo el puesto 55 en el ranking de competitividad con un índice de competitividad del 62,1% y el puesto 54 en el ranking de innovación. Además, ocupo el puesto 74 dentro del Ranking – Doing Business.

Por otro lado, Según el Observatorio de la Complejidad Económica “OEC” la Balanza Comercial del país presentó un déficit del -8,64%. Ya que, para el año 2017 Costa Rica exporto un total de $10.251,5 Mil Millones de USD de los cuales sus principales productos de exportación fueron: plátanos frescos o secos, Dátiles, higos, piñas, aguacates, guayabas, mangos y mangostanes frescos o secos, instrumentos para medicina cirugía, odontología o veterinaria y artículos de ortopedia incluidas fajas y vendajes.

Así mismo, Costa Rica importo un total de $15.322,1 Miles de millones de los cuales los principales productos importados fueron: Aceites de petróleo o de mineral bituminoso excepto

aceites crudos, Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles para transporte de personas, Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos y sus unidades, Aparataos emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión y medicamentos.

Acorde con la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica "PROCOMER" actualmente el país cuenta con 14 tratados de libre comercio vigentes, los cuales son: TLC Colombia, TLC Centroamérica, TLC Canadá, TLC CARICOM, TLC Chile, TLC China, TLC República Dominicana – Centro América – Estados Unidos (CAFTA-DR), TLC México, TLC Panamá, TLC República Dominicana, TLC Perú, TLC Singapur, Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea (AACUE), TLC Asociación Europea de Libre Comercio. Sucesivamente, Costa Rica cuenta con 14 acuerdos bilaterales de inversión con los países de: Alemania, Argentina, Canadá, Chile, Taiwán, Corea, España, Francia, Países Bajos, Paraguay, República Checa, Suiza, Venezuela y Qatar.

24.3 Sociocultural

Según el registro del Banco Mundial para el año 2018, la población total de Costa Rica fue de 4'999.441 millones de habitantes y una densidad poblacional de 97 hab./ km². Para el año 2017 Costa Rica registró un índice de fecundidad del 1,77%, una tasa de natalidad de 14,06& y una tasa de mortalidad del 5%. Así mismo, el país ocupo el puesto 63 dentro del Índice de Desarrollo Humano con 0,794 puntos, ocupo el puesto 22 del Ranking de la Brecha de Género con el 74,9% y una esperanza de vida de los costarricenses es de 80 años.

De igual forma, Costa Rica se ha caracterizado por ser un país pacífico y democrático, desde 1948 abolió el ejército y desde entonces ha apoyado proyectos de comunicación para fomentar la paz.

Los costarricenses son conocidos como personas cálidas, serviciales y amables, esto se debe principalmente a que el turismo es una de las mayores fuentes de ingresos del país. Con 14 acuerdos vigentes de libre comercio, Costa Rica se ha posicionado como un país emergente como mucho potencial para concretar negocios por esta razón es muy importante tener presente la cultura de negocios costarricense con el propósito de generar un impacto positivo que construya un lazo de confianza y seguridad para concretar una negociación.

24.3.1 Cultura De Negocios

Los costarricenses como latinos tienen costumbres muy similares a los colombianos. Sin embargo, existen ciertas reglas de cortesía a tener en cuenta dentro de una negociación. Primero, concretar una cita de encuentro; esto se puede realizar a través de una llamada telefónica, un correo electrónico o un fax. Segundo, la puntualidad es imprescindible en todas las citas, por respeto y aprovechamiento del tiempo de las partes involucradas, dentro de la cita para los costarricenses es fundamental la transmisión y generación de confianza. Por esta razón, los principales temas de conversación inicial corresponden al dialogo de relatos personales de forma clara y natural.

Tercero, la presentación del negocio debe ser clara y amena, es muy importante conocer a totalidad el producto y/o servicios que se va a ofrecer cuidando de todos los detalles que generen impacto en la negociación. Cuarto, el momento ideal del intercambio de datos y tarjetas es al final de la reunión como recordatorio grato del encuentro que ocurrió y concretar una próxima reunión. Finalmente los elementos diferenciadores del negociador colombiano frente a su cliente costarricense están en: su forma de vestir cómoda y formal, el saludo de mano, la claridad y objetividad de sus propuestas, el adecuado manejo del tiempo y la generación de confianza.

24.4 Geografía

Figura 23: Mapa de Costa Rica

Fuente: Oficina de información Diplomática de Costa Rica (2018)

Costa Rica está situada en el Istmo Centroamericano. Limita al norte con Nicaragua y al sur con Panamá, al este con el Mar Caribe y al oeste con el Océano Pacífico. Su extensión territorial es de 51.100 km², incluyendo su área insular (50,660 km² de tierra y 440 km² de agua) es un país de características montañosas con varios picos de más de 3.000 metros de altura, además a la fecha posee varios volcanes activos como lo son Arena, Irazú, Rincón de la Vieja, Poás y Turrialba. (Oficina de Información Diplomática CR, 2017) Su ubicación geográfica con acceso marítimo al oeste y este le permite a Costa Rica disponer de diversas rutas de acceso y salida de mercancías.

El Clima costarricense es tropical, por lo que no se generan estaciones climáticas definidas y su clima es homogéneo la mayor parte del año en las que se denominan dos etapas una de verano "temporada seca" y otra de invierno "temporada lluviosa". La geología y geografía del país, le permite la creación natural que va desde la costa y bosques tropical hasta páramos montañosos. La

temperatura promedio del país oscila entre los 14 y 22 grados centígrados. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2019) Así mismo, Costa Rica es uno de los países con mayor diversidad del planeta, un 4% en total y cuenta con cerca del 25% de áreas protegidas para las especies de fauna y flora que habitan a lo largo del territorio. (Legiscomex, 2019)

25. DESARROLLO TERCER OBJETIVO - CANALES DE DISTRIBUCIÓN PARA EL MERCADO DE COSTA RICA

La calidad, diversidad en los productos y el precio competitivo son los factores claves para ingresar al mercado de Costa Rica. (Legiscomex, 2019) La compañía Jeep Truck cuenta 21 años de experiencias en el mercado nacional, un posicionamiento y reconocimiento de sus diseños de calzado infantil y la marca. Esto le ha permitido a la organización proyectarse hacia nuevos mercados internacionales y plantearse el propósito de ingresar a Costa Rica. De esta manera, fue seleccionada la referencia NB1 reconocido como el producto estrella de la marca ya que, cuenta con elementos diferenciados de calidad, diversidad y precio. Lo cual le ha de permitir un impacto positivo a su favor, para competir dentro del mercado costarricense.

25.1 Canal De Distribución Corto

La empresa Jeep Truck, considera que un canal de distribución corto le permitirá cumplir su propósito de exportar hacia el mercado de Costa Rica. Ya que, contará con el apoyo de un detallista para distribuir su producto al consumidor final costarricense.

Figura 24: Canal de Distribución Corto de Jeep Truck

Fuente: Autoría propia

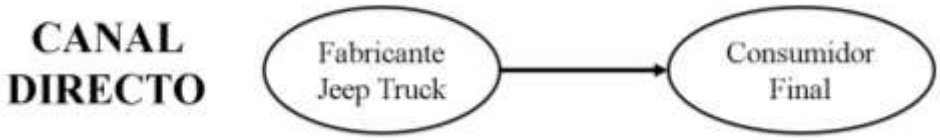
25.2 Canal De Distribución Corto - En Línea

La empresa Jeep Truck, se ve fuertemente atraída por aumentar su presencia online y comercializar sus productos a través de la creación de su propia página web. Por esta razón, tiene como prioridad diseñar una plataforma cómoda, fácil de manejar y segura que le permita tener un canal de distribución directo con sus consumidores nacionales e internacionales.

El mundo virtual presenta un panorama de inmensas posibilidades para la compañía, lo cual repercute en una amplia responsabilidad y capacidad de respuesta al mismo tiempo. Ya que, la marca y sus líneas de calzado infantil serian posteadas y pautadas en un catálogo de producto digital en tiempo real acorde con las colecciones, el tallaje y el número de unidades disponibles.

Para el mercado de Costa Rica, a corto plazo la empresa Jeep Truck tiene pensado realizar envíos internacionales de manera unitaria en donde el cliente asuma los costos de envíos y a mediano plazo la posibilidad de disponer de un distribuidor de su marca directo en Costa Rica para facilitar la disponibilidad y acceso de pedidos a sus clientes.

Figura 25: Canal de distribución Directo de Jeep Truck



Fuente: Autoría propia

26. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN A UTILIZADAS EN EL MERCADO DE COSTA RICA

Con las estrategias de promoción se busca promover las ventas, incentivar el reconocimiento de marca y dar el lanzamiento del producto dentro del mercado objetivo. Esto nos

permite darnos a conocer como Jeep Truck y enseñar el portafolio de productos de la organización, en este caso enfocado a la referencia NB1 de calzado infantil para niño. Para esto se pretende crear la necesidad de este tipo de calzado dentro del mercado costarricense y trabajar por conseguir un buen posicionamiento del producto y la marca con base a su diseño, calidad y precio. Estrategias de promoción a utilizar:

- Jeep Truck está dispuesto a dar un total de 2.000 muestra gratis del producto a nuevos clientes y prospectos interesados de comprar productos al por mayor.
- Por grandes volúmenes de compra se otorgarán descuentos a los clientes, por un valor entre el 5% y 10%.
- Se dispondrá de un presupuesto de hasta $20’000.000 anuales destinado para campañas publicitarias en redes sociales y página web para fortalecer el posicionamiento del producto y la marca.

27. CLIENTES POTENCIALES DEL MERCADO DE COSTA RICA

Los Clientes potenciales a corto y mediano plazo de la compañía Jeep Truck son detallistas posicionados y activos dentro del mercado costarricense, interesados en comercializar los productos de la marca por su calidad, diseño y precio. Esto se debe a que la empresa y marca Jeep Truck deberá de ingresar desde cero al mercado costarricense, con el objetivo de establecer relaciones comerciales con clientes locales y posicionar la calidad del producto y la marca. El principal interés del empresario de Jeep Truck es consolidar negocios en el mercado de Costa Rica y concretar la compañía directamente las ventas con la meta de generar exportaciones a dicho destino.

28. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO DE COSTA RICA

28.1 Tratamiento Arancelario & Condiciones De Acceso

El calzado infantil masculino de la referencia NB1 fabricado por la empresa Jeep Truck, para su exportación se encuentra contenido dentro de la partida arancelaria armonizada 640419. La cual corresponde a "*Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil".* (DIAN,2019)

De acuerdo con la normatividad legal colombiana establecido por medio de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales estipula que el tipo de producto seleccionado de calzado infantil. Es un bien de libre circulación entre Colombia y Costa Rica, además es una carga general, no es una carga frágil, peligrosa ni perecedera. La tarifa del Impuesto Avaloren en Costa Rica según el Ministerio de Hacienda de Costa Rica (2019) actualmente es del 13%. Así mismo, la clasificación arancelaria permite identificar que el gravamen arancelario para la importación del producto en territorio costarricense es del 3% presentándose el certificado de origen colombiano. Este descuento es acorde con el código 160 aplicado entre los beneficios vigentes del Acuerdo Comercial entre Colombia y Costa Rica. (DIAN,2019)

Tabla 22: Datos y características de la clasificación arancelaria de la referencia NB1de calzado infantil

UBICACIÓN PARTIDA ARANCELARIA EN COLOMBIA	6404.19.00.000
UBICACIÓN PARTIDA ARANCELARIA EN COSTA RICA	6404.19.10.00

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
RÉGIMEN DE COMERCIO	LIBRE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN
TARIFA GENERAL IVA EN COSTA RICA (2019)	13%
GRAVEMEN CÓDIGO 160 PARA COSTA RICA (GENERAL)	3%

Fuente: DIAN & Ministerio de Hacienda Costa Rica (2019)

El Ministerio de Hacienda de Costa Rica cuenta con el Sistema TICA "Tecnología de información para el control aduanero" el cual permite calcular el estimado de los impuestos internos a pagar y declarar el importador de la mercancía contenida dentro de la partida arancelaria 6404.19.10.00. A continuación se presentan los valores de tributo correspondientes:

Tabla 23: Tributos a declarar en Costa Rica

MINISTERIO DE HACIENDA - COSTA RICA		
SISTEMA TICA (TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN PARA EL CONTROL ADUANERO)		
FECHA DE INICIO	**DESCRIPCIÓN DEL TRIBUTO**	**VALOR DEL TRIBUTO**
13/06/2018	IMPUESTO SOBRE EL VALOR AGREGADO - LEY 9635	13.000
13/06/2018	LEY 6946	1.000
13/06/2018	LEY GOLFITO 9356	10.000

Fuente: Ministerio de Hacienda Costa Rica (2018)

Para lograr una buena negociación, es importante acordar entre las partes el Incoterms a negociar y tener definidos los medios de pago. Con base a la trayectoria de Jeep Truck, la compañía ha generado exportaciones hasta termino FOB. Sin embargo, no cuenta con exportaciones directas

con destino hacia Costa Rica. Ya que, la empresa le vende su producto sin la marca a un cliente colombiano que se encarga de realizar toda la gestión y distribución hacia ese destino. Por esta razón, Jeep Truck desea expandir su comercialización y llegar directamente con su producto y marca al mercado costarricense.

En el canal de distribución corto la empresa Jeep Truck está dispuesta a negociar hasta termino CIF sin brindar facilidades de pago a crédito. Es decir, el medio de pago ideal para la compañía es de 60% preembarque y 40% post embarque por giro internacional, pago directo o cobranza documentaria. Esto con fin de garantizar los costos mínimos para el cubrimiento de la mano de obra y elaboración del producto. Finalmente, la principal meta de la compañía es generar mayores volúmenes de exportación de sus productos y posicionarse en el mercado costarricense.

28.2 Documentos Soportes

Para la exportación de la partida arancelaria 6404.19.00.000 los documentos soportes necesarios son:

Tabla 24: Listado de Documentos soportes para la exportación

DOCUMENTOS SOPORTES
ETIQUETADO
INSCRIPCIÓN REGISTRO DE FABRICANTES E IMPORTADORES DE SIC
CERTIFICADO DE ORIGEN
FACTURA COMERCIAL
LISTA DE EMPAQUE
DOCUMENTO DE TRANSPORTE
PROCEDIMIENTOS CAMBIARIOS PARA EL REINTEGRO DE DIVISAS
DECLARACIÓN DE EXPORTACIÓN

Fuente: Procolombia (2019)

Una exportación en Colombia podrá ser efectuada por la empresa fabricante o prestadora del servicio deberá de está inscrita en la cámara de comercio, además deberá contar con el RUT

inscrito en la DIAN y estar registrado en el régimen común. En conjunto, se deberá de presentar y diligenciar cada uno del listado de documentos anteriormente mencionados. Cada uno de estos elementos son el soporte y la garantía validas frente a las autoridades nacionales y extranjeras que han de permitir la salida del territorio nacional aduanero colombiano y el ingreso al territorio nacional aduanero costarricense. Así mismo, permiten determinar y describir con toda claridad cantidades, pesos, dimensiones y características del tipo de producto durante su tránsito nacional e internacional.

29. CONDICIONES LOGÍSTICAS DEL MERCADO DE COSTA RICA

Acorde con el indicador de medición logística del Banco Mundial, LPI "Logistics Performance Index" (2019) Costa Rica ocupa el puesto número 73 en el mundo. El índice de calificación varía entre 1 y 5, donde 5 representa la mayor puntuación. Costa Rica obtuve un buen desempeño dentro de los siguientes aspectos evaluados fueron: (2,63) puntos en su eficiencia aduanera, (2,49) puntos para su calidad de infraestructura, (2,78) puntos en su competitividad de transporte internacional de carga, (2,7) en su competencia y calidad de servicios logísticos, (2,96) puntos en su capacidad de seguimiento y rastreo de envíos y (3,16) puntos en su puntualidad en el transporte de carga.

Tabla 25: Logistics Performance Index de Costa Rica

LOGISTIC PERFORMANCE INDEX DE COSTA RICA		
LPI	**PUNTAJE**	**PUESTO**
	2,79	**73**
ASPECTOS EVALUADOS		
EFICIENCIA ADUANERA	2,63	70
CALIDAD DE LA INSFRAETRUCTURA	2,49	84
COMPETITIVIDAD DE TRANSPORTE INTERNACIONAL DE CARGA	2,78	76
COMPETENCIA Y CALIDAD EN LOS SERVICIOS LOGÍSTICOS	2,7	79
CAPACIDAD DE SEGUIMIENTO Y RASTREO A LOS ENVÍOS	2,96	67
PUNTUALIDAD EN EL TRANSPORTE DE CARGA	3,16	83

Fuente: The World Bank (2018)

29.1 Acceso Transporte Aéreo

Según la agencia centra de inteligencia Costa Rica cuenta con 153 aeropuertos que permiten la entrada de miles de personas y de toneladas de mercancías al territorio nacional. De estos aeropuertos solo 4 son internacionales (Juan Santamaria, Daniel Oduber, Limón y Tobías Bolaños). La mayor parte de los aeropuertos de costa Rica carecen de infraestructura y de los estándares de calidad básicos que se necesitan para atender la demanda de flujo de personas y de mercancías provenientes de países extranjeros. Por esta razón la mayor parte de las operaciones se concentran en el aeropuerto internacional Juan Santa María. A continuación, se enunciarán características principales de los Aeropuertos de Costa Rica:

- **Aeropuerto Internacional Juan Santamaria:** El aeropuerto internacional Juan Santamaria es uno de los aeropuertos más importantes de Costa Rica y se le conoce como uno de los mejores aeropuertos de Latinoamérica y la puerta de entrada a este país debido a la agradable bienvenida de su gente, su gran biodiversidad, el clima de negocios, entre otras cosas. Se encuentra ubicado al noreste de la capital (San José), cuenta con una gran organización que permite realizar de forma más eficiente los vuelos de itinerario y aproximadamente 22 aerolíneas operan dentro del aeropuerto.

- **Aeropuerto internacional Daniel Oduber:** Este aeropuerto también se conoce como el Aeropuerto Internacional de Liberia, se encuentra ubicado al noroeste de costa rica, es el segundo más importante del país y es uno de los preferidos por los turistas. Recientemente se inauguró la segunda terminal de carga que será operado por la empresa RexCargo. Esta terminal cuenta con tres bahías de consolidación y des consolidación de mercancía,

recepción de carga, espacio para mercancías que requieren un trato especial y mano de obra capacitada.

- **Aeropuerto internacional Limón:** El aeropuerto internacional limón abre las puertas a todos los turistas al sur de Costa Rica, cuenta con una pista de aterrizaje de 4 KM y solo aviones chárteres están autorizados para volar en este aeropuerto.

- **Aeropuerto internacional Tobías Bolaños:** El aeropuerto internacional Tobías Bolaños se encuentra ubicado al noroeste de la capital (San José) cuenta con gran variedad de tiendas, hoteles a su alrededor y es el aeropuerto más importante para la aviación de este país debido a los cursos de vuelo que se realizan.

29.1.1 Servicios Aéreos desde Colombia hasta Costa Rica

Actualmente, en Colombia existen 6 aerolíneas prestadoras de servicios de transporte de carga hacia Costa Rica algunos vuelos realizan conexiones principalmente en las ciudades de Estados Unidos, Panamá y El Salvador. (Procolombia,2018) Así mismo, la duración del vuelo está entre 3 y 5 horas de tránsito. A continuación, se presentan disponibilidad de aerolíneas y la frecuencia de los vuelos como referencia ya que pueden estar sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de las actividades o volúmenes de comercio.

Tabla 26: Servicios Aéreos desde Colombia hasta Costa Rica

AEROLÍNEA	CONEXIONES	FRECUENCIA
Avianca	Directo	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
	San Salvador - El Salvador	MA, MI, JU, VI
Iberia	Panamá	JU, VI

Fuente: Procolombia (2018)

29.2 Acceso Transporte Marítimo

Según el Ministerio de Obras Públicas y Transporte Costa Rica tiene acceso por seis puertos marítimos internacionales que se encuentran distribuidos en la costa pacífica y la costa Atlántica. La costa pacífica de Costa Rica posee cuatro puertos que son Punta Morales, Golfito, Quepos, Caldera y Puntarenas. Por la costa Atlántica se sitúan dos puertos que se encuentran separados el del otro por 6 KM de distancia estos son el Limón y Moin. Sin embargo, el puerto limón, caldera y Moin son considerados los más utilizados e importantes para la entrada y salida de carga de Costa Rica. A continuación, se enunciarán características principales de los Puertos de Costa Rica:

- **Puerto Puntarenas:** El puerto Caldera está ubicado en la costa pacífica, muy cerca de San José, la capital de Costa Rica. Al inicio cuando estaban en la fase de diseño, se planeaba que el puerto Caldera iba a ser solamente de tránsito, pero con el paso del tiempo se fue convirtiendo en uno de los puertos más importantes de costa rica para el ingreso y salida de mercancías. Para finalizar, es importante mencionar que este puerto cuenta con un muelle que tiene aproximadamente 80 mts e ingresan buques convencionales, graneleros y portacontenedores.
- **Puerto Limón:** El puerto limón cuenta con una posición geográfica muy privilegiada debido a que tiene acceso a las rutas comerciales más utilizadas del mundo y se encuentra a poco tiempo del canal de panamá. Este puerto cuenta con 8 muelles que son utilizados para cruceros, carga general y carga RO-RO. Por otro lado, cuenta con una capacidad 2.000 Teus de almacenamiento.

29.2.1 Servicios Marítimos desde Colombia hasta Costa Rica

En Colombia existen 6 navieras prestadoras de 10 servicios directos, cuyos tiempos de tránsito van desde los 2 días. Por otro lado, esta la oferta marítima de 19 rutas con conexión este

servicio es ofrecido por 6 navieras con tiempos de tránsito desde los 3 días con destino el país de Costa Rica. Los transbordos o conexiones ser realizan principalmente en los puertos de Colombia, Panamá, México, Jamaica y Perú. (Procolombia,2018) A continuación, se presentan disponibilidad de transporte marítimo y la frecuencia de los viajes como referencia ya que pueden estar sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de las actividades o volúmenes de comercio.

Tabla 27: Servicios Marítimos desde Colombia hasta Costa Rica

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (días)
Puerto Limón	Cartagena	Directo	3
	Buenaventura	Cartagena – Colombia	8
	Barranquilla	Cartagena – Colombia	10
	Santa Marta	Colón – Panamá	5
San José	Cartagena	Directo	6
	Buenaventura	Balboa – Panamá	12
	Barranquilla	Manzanillo - Panamá, Moin - Costa Rica	7
	Santa Marta	Cartagena – Colombia	12
Moin	Cartagena	Directo	3
	Buenaventura	Cartagena – Colombia	11
	Barranquilla	Cartagena – Colombia	9
	Santa Marta	Manzanillo – Panamá	7
Puerto Caldera	Cartagena	Balboa – Panamá	8
	Buenaventura	Balboa – Panamá	10
	Barranquilla		-
	Santa Marta		-

Fuente: Procolombia (2018)

29.3 Acceso Transporte Terrestre

Según el informe de serie visión Costa Rica academia de Centroamérica de diciembre del 2017 Costa rica cuenta con una infraestructura logística muy deplorable, no cuenta con carreteras pavimentadas y el estado solo se dedicó a construir vías, pero dejo a un lado el mantenimiento de estas. Por otro lado, Costa Rica reconoce que la infraestructura vial tiene un papel muy importante dentro del desarrollo de su nación, pero no aumentan la inversión para el desarrollo de la malla

vial. Según el ICG de infraestructura general ubica a Costa Rica en la posición número 110 de 137 países analizados.

Finalmente para concluir, se le recomienda a la empresa jeep Truck manejar el transporte internacional vía marítima ya que esto representa menores costos en relación con el flete aéreo. Así mismo, el transporte marítimo es la mejor alternativa por las características del tipo de producto a despachar, no siendo este un producto de categoría como carga peligrosa, delicada y/o perecedera. Es importante dentro de la cadena logística por envió marítimo definir la línea del tiempo contando los días de transito de la nave puesto que para nadie es un secreto que el transito marítimo demora mas tiempo en días, incluso semanas que el transporte aéreo.

30. PLAN DE ACCIÓN DESARROLLO DEL TERCER OBJETIVO PARA LA EMPRESA JEEP TRUCK

30.1 Paso A Paso Para Exportar A Costa Rica

- **Registro como exportador:** En este primer paso la empresa deberá de tramitar el Registro Único Tributario o RUT en la DIAN. Así mismo, deberá de pertenecer al régimen común para habilitar los códigos de asignación como usuario exportador o importador. Sucesivamente, el exportador deberá de inscribirse en la ventanilla única de Comercio Exterior (VUCE)

- **Estudio de mercado y localización de la demanda potencial:** Este segundo paso, es fundamental para la empresa el cual corresponde a definir el mercado objetivo al cual se quiere llegar con el producto o servicio. En este caso el mercado objetivo corresponde a Costa Rica. Una vez, se verifica una demanda latente en dicho mercado, se proceden a identificar características a nivel demográfico, social, económico, político y logístico. Cada uno de estos indicadores permite dimensionar la viabilidad de éxito y los riesgos para exportar.

- **Registro para determinación de origen y certificado de Origen**: En el caso de ser el país destino Costa Rica. Existe un Tratado de Libre comercio vigente entre Colombia y Costa Rica. Lo cual con el soporte del certificado de Origen permite gozar de preferencias y descuentos arancelarios.

- **Ubicación de la posición arancelaria:** En este tercer paso, se procede a la clasificación arancelaria del producto a exportar acorde con sus características y especificaciones dentro del sistema de clasificación de mercancías armonizado. En el cual los primeros seis dígitos se denominan como la "Subpartida arancelaria" la cual identifica al producto en cualquier país del mundo.

- **Procedimiento de vistos buenos:** Dentro de este cuarto paso, los documentos soportes o vistos buenos son fundamentales para garantizar la protección de la salud humana y animal. Sin embargo, para el tipo de producto a exportar correspondiente a calzado infantil en definitiva no necesita contar con ningún tipo de visto bueno en específico. A continuación, se presentan las instituciones y los tipos de productos que deberán de certificados en Colombia.

Tabla 28: Vistos Buenos en Colombia

VISTO BUENOS	
INSTITUCIÓN QUE OTROGA	**PRODUCTOS**
Instituto Colombiano Agropecuario (ICA)	Certificado fitosanitario para frutas, flores, hortalizas, tubérculos y aromáticas. Certificado zoosanitario para la exportación de animales vivos.
Instituto Nacional para la vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA)	Productos de consumo humano. Medicamentos, alimentos, productos de higiene y aseo, bebidas alcohólicas, cosméticos, productos naturales.

Autoridad Nacional de Licencias Ambientales (ANLA)	Especies en vía de extinción o endémicas de una región. Especies colombianas de flora y fauna silvestres, incluidas en el Apéndice I, de la Convención CITES (orquídeas, loros, guacamayas, tortugas, caimanes, micos, tigrillos)
Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca (AUNAP)	Bienes del sector pesquero. Peces ornamentales.
Agencia Nacional Minera (ANM)	Productos mineros y sus derivados. Piedras y metales preciosos, joyería.
Mineralco	Esmeraldas
Ministerio de Cultura	Patrimonio cultural de la nación.
Ministerio de Ambiente	Exportación de especímenes no listados en los apéndices CITES.
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Cupos azúcar sin refinar o panela.

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2019)

- **Procedimientos aduaneros para despacho ante la DIAN:**

Para efectuarse una exportación con valor superior a los $10.000 USD este procedimiento se debe de hacer a través de una Agencia de Aduanas. Así mismo, la DIAN estipula lo siguientes paso a seguir una vez esté lista la mercancía para despacho:

Tabla 29: Procedimientos Aduaneros de Exportación de Bienes

PROCEDIMIENTO ADUANERO DE EXPORTACIÓN DE BIENES
El exportador o su agente de aduanas, gestiona la solicitud de autorización de embarque SAE- (trámite electrónico DIAN-MUISCA) ante la Dirección Seccional de Aduanas de puerto o aeropuerto donde se ubique la mercancía
La Solicitud de Autorización de Embarque tiene vigencia de un mes, tiempo durante el cual se hará el traslado e ingreso de la mercancía a Zona Primaria (mediante planilla de traslado a través de los servicios informáticos electrónicos)
Procede el aforo aduanero. El sistema informático de la DIAN arroja tres opciones: aforo físico (revisión física de la mercancía); aforo documental (revisión de documentos) y aforo automático (el sistema informático arroja el número de la Declaración de Exportación –DEX
Conforme a lo declarado y contenido en los documentos soporte de exportación, la aduana autoriza el embarque.
Surtidos todos estos trámites el exportador o Declarante (agencia de aduanas), firmará y presentará la Declaración de Exportación –DEX- (forma 600) generada electrónicamente.

Fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (2019)

30.1.1 Termino De Negociación Y Medios De Pagos

Los términos de negociación y medios de pago son un elemento clave para establecer las responsabilidades asumidas por las partes involucradas entre comprados y vendedor. En este caso se tomará como referencia los INCOTERMS del 2010, debido al cambio de transición de la actualización INCONTERMS 2020 en un corto plazo se presentarán las modificaciones pertinentes a tener en cuenta.

Los INCOTERMS, son los términos o reglas de Comercio Internacional que tienen como objetivo identificar las obligaciones de las partes involucradas. En este caso las obligaciones del comprador (importador) y el vendedor (exportador). Por medio de los Incoterms se puede determinar el punto exacto de la transferencia, los riesgos asumidos y las responsabilidades a cumplir en la entrega de la mercancía. A pesar de que estos términos no son considerados una Ley son reconocidas y aceptadas en el mundo entero. Según la Cámara de Comercio internacional son de dos tipos:1) *Multimodales: EXW, FCA, CPT, CIP, DAT, DAP & DDP, 2) Marítimos: FAS, FOB, CFR & CIF*.

La empresa Jeep Truck, ha tenido malas experiencias exportando sus productos. Debido a que ha cumplido con sus responsabilidades asumidas como vendedor a sus clientes extranjeros.

Pero estos no han respondido recíprocamente. La principal amenaza que sufrió la organización fue referente al cumplimiento con los pagos. Ya que, en diversas ocasiones los compradores no completaron la cancelación de la totalidad del monto acordado. Por esta razón, se le ha propuesto a Jeep Truck no disponer de la opción de carta de crédito, ni tampoco la opción de Transferencia por orden de pago con sus clientes y prospectos de clientes. En efecto ambas opciones son las formas más riesgosas de conseguir recibir su pago en totalidad para el exportador.

Por el contrario, a la alternativa propuesto para la organización que asemeja menor riesgo y mayor cumplimiento. El cual corresponde a la cancelación del 60% de pago adelantado "preembarque" por giro directo o consignación y sucesivamente el pago del 40% restante con cobro documentario. Finalmente, la compañía cuenta con experiencia exportadora hasta el término FCA, sin embargo está dispuesta a negociar hasta FOB.

30.2 Estrategias Comerciales

30.2.1 Participación En Ferias Nacionales E Internacionales

Actualmente, la compañía tiene un presupuesto de $16'000.000 de pesos colombianos para asistir y participar en dos ferias nacionales las cuales son IFLS en Bogotá y EXPOASOINDUCALS en Bucaramanga. Lleva participando alrededor de 10 años y se encuentra satisfecha con sus experiencias. Sin embargo, con su propósito de apertura comercial y el deseo de exportar a Costa Rica Jeep Truck se encuentra dispuesta a participar en otras ferias nacionales e internacionales que le permitan disponer de un portafolio de clientes y prospectos más amplio.

Por esta razón, se le propone a la organización un calendario de ferias internacionales pertenecientes al sector de la moda en las que pueda inscribirse y participar en los eventos dentro de la agenda del año 2020. Para este propósito Jeep Truck dispone de $25'000.000 millones de pesos colombianos.

Tabla 30: Cronograma Ferias de Calzado & Moda en Colombia

FERIAS NACIONALES			
NOMBRE	**FECHA INICIO**	**FECHA FINAL**	**CIUDAD**
IFLS - International Footwear and Leather Show	04/02/2020	06/02/2020	Bogotá/Cundinamarca
EXPOASOINDUCALS	19/02/2020	21/02/2020	Bucaramanga/Santander

Exposición Internacional de Moda Infantil, EIMI	19/07/2020	21/07/2020	Girón/ Santander
EICI	02/02/2020	02/04/2020	Bogotá/Cundinamarca
Feria infantil	16/07/2020	17/07/2020	Medellín/Antioquia

Fuente: Elaboración Propia (2019)

Tabla 31: Cronograma Ferias de Calzado & Moda en Latinoamérica

FERIAS INTERNACIONALES			
NOMBRE	**FECHA INICIO**	**FECHA FINAL**	**CIUDAD**
COUROMODA	13/01/2020	15/01/2020	São Paulo, Brasil
FRANCAL	13/01/2020	15/01/2020	Sao Paulo, Brasil
SAPICA	03/03/2020	06/03/2020	León; México
MODAMA	15/10/2020	17/10/2019	Guadalajara, México
ANPIC	23/10/2020	25/10/2020	León, México
Feria MiPymes	12/08/2020	14/08/2020	Alajuela, Costa Rica

Fuente: Elaboración Propia (2019)

30.2.2 Diseño e Implementación de la Página Web

La presencia digital representa hoy en día una plataforma de múltiples oportunidades de crecimiento y fortalecimiento para una organización. Ya que, el consumidor actual por medio de sus dispositivos tecnológicos accede al internet y se conecta en línea en búsqueda de la investigación, identificación, comparación, selección y compra de un sin fin de productos de consumo. La creación de la página web de Jeep Truck, le permite a la compañía disponer de una tienda virtual 24 horas del día, los siete días de la semana, visibilidad a nivel mundial y posibilidad de contacto directo.

Es decir, Jeep Truck podrá ampliar su cuota mercado, penetrar la mente del consumidor, generar un mayor reconocimiento y recordación de la marca, construir su comunidad, disponer de servicio al cliente tiempo completo, ofertar saldos de inventarios, crear contenido de calidad para

sus clientes y prospectos, aumentar sus ventas, entre otros. El diseño e implementación del sitio web de Jeep Truck deberá de estar conformado por los siguientes pasos:

- **Crear un dominio**: El primer paso que Jeep Truck debe tener en cuenta para poder tener su sitio web es creando un dominio que le permitirá a la empresa aparecer en los motores de búsqueda de la web. El precio del dominio esta desde $50.000 pero puede variar dependiendo del proveedor, el tipo de dominio y el tiempo que se va a tomar.

- **Crear un hosting:** El segundo paso es el contratar un alojamiento web que permita almacenar información de la empresa, imágenes y videos de los productos y seguridad para proteger todo lo que se suministre en el sitio. El precio de este servicio puede estar desde $130.000 hasta $1.000.000 por mes. Lo primero que deben hacer los directivos de la empresa es analizar la posición en que se encuentra, cuanto presupuesto tiene para realizar esta inversión y cuál sería su visión dentro de unos años con el sitio web.

- **Diseño y programación del sitio web:** El tercer y último paso es contratar a una persona que cuente con los conocimientos necesarios sobre diseño y programación web. Esto permitirá crear un sitio moderno que se pueda adaptar fácilmente a los cambios constantes del mercado y a las necesidades del consumidor. Además, en este sitio web se podrán realizar compras online que estarán apoyadas por una operación logística muy robusta que permitirán cumplir con el pedido del cliente. Según el informe realizado por HAYNS en la guía salarial Colombia 2019 el salario que devenga mensualmente un diseñador web es de 3.500.000 en una pequeña empresa.

De forma que, la inversión a realizar la empresa Jeep Truck para su página web puede oscilar entre los $4’000.000 y hasta $30’000.000 millones de pesos colombianos.

31. CONCLUSIONES

- Jeep Truck es una pequeña empresa perteneciente al sector del calzado de la economía colombiana. Tiene una trayectoria de 21 años durante los cuales se ha dedicado al diseño, fabricación y comercialización de calzado infantil en cuero y sintético, ofreciendo altos estándares de calidad, diseños exclusivos y artículos con alto valor artesanal.

- A pesar de la gran trayectoria en el mercado, la empresa solo cuenta con un punto de venta y de fabricación en la ciudad. Lo que ha dificultado actividades de promoción y comercialización. Así mismo, la tecnología implementada en los procesos productivos es escasa y antigua, la mayoría de las actividades son realizadas a mano. Sin embargo, esto le ha permitido a la compañía ofrecer un producto de calidad, exclusividad y personalización en detalles.

- Al realizar el estudio detallado del mercado objetivo de Costa Rica, como petición del empresario. Se analizaron dentro de la matriz indicadores socioeconómicos, de comercio exterior y logísticos. Así mismo, detalladamente se estudió información política, económica, sociocultural, cultura de negocios y geográfica. Esto con el fin de identificar los puntos a favor y el potencial que representa el mercado costarricense para la exportación de calzado infantil de la empresa Jeep Truck.

- Exportar representa para la compañía es una gran estrategia de crecimiento, que se va a ver directamente relacionada con el incremento de las ganancias. Ya que, los mercados

internacionales ofrecen una mayor rentabilidad. En el caso de Costa Rica, se logró identificar que es un país con una economía sólida, estable y en desarrollo, en la que su población actual cuenta con un valor adquisitivo representativo que le permite generar capacidad de compras. Lo cual, representa un alto potencial de consumo del calzado infantil de la marca Jeep Truck.

- Otro aspecto para destacar del mercado de Costa Rica es acorde con su de demanda del tipo de producto contenido dentro de la clasificación arancelaria seleccionada. En la que se logró observar que Costa Rica, no produce ni exporta volúmenes significativos de este tipo de calzado. Sin embargo, es un mercado altamente demandante de dicho producto y además uno de sus proveedores activos es Colombia. Esto quiere decir, que el calzado colombiano se encuentra de alguna manera posicionado en la mente del consumidor costarricense como un producto atractivo y de excelente calidad. Lo cual es un punto a favor para la compañía Jeep Truck.

- Ya que, la compañía presenta ciertas dificultades operacionales y un estancamiento comercial por su ausencia web. Se logro identificar el deseo del empresario por fortalecer su presencia digital e incentivar alternativas viables dentro de su canal de distribución. Con el diseño y creación de la página web y las redes sociales de la marca Jeep Truck se logrará una mayor cobertura de mercado, por medio de la creación de la comunidad y se podrán establecer estrategias comerciales para incentivar las ventas y lograr establecer un acercamiento directo las 24 horas de día, los siete días de la semana con sus clientes actuales, futuros y prospectos en cualquier parte del mundo.

- Considerando la distancia entre Costa Rica y Colombia, se escogió el medio de transporte marítimo como la alternativa más optima en relación con los costos. Así mismo, con base a las malas experiencias de Jeep Truck en pasadas exportaciones. Se escogió como término de negociación INCOTERM de capacidad máxima FOB, en la que como medio de pago para la negociación se deberá de efectuar la cancelación del 60% del pago adelantado "preembarque" y sucesivamente el pago del 40% restante con cobro documentario. La empresa no está dispuesta a realizar con clientes internacionales carta de crédito.

- Con base a la teoría del ciclo de vida del producto la referencia NB1 se encuentra en la etapa de crecimiento. Este diseño hace parte de la segunda colección del año 2019 y a su vez la empresa Jeep Truck en cada transición de colección no repite diseños, por lo que se espera para temporada alta de fin de año de este 2019 la referencia NB1 potencialice su crecimiento y genere gran número de ventas.

32. RECOMENDACIONES

- La empresa Jeep Truck, cuenta con un producto de gran diseño y alta calidad para la moda infantil. Esto representa un gran atractivo para clientes internacionales. Sin embargo, la compañía si desea competir en la relación costo-volumen, deberá de mejorar sus procesos por medio del uso de maquinaria tecnológica, aumento de su fuerza productiva, ampliar la disponibilidad de inventario e innovar en sus diseños como factor diferenciador. Ya que, su capacidad productiva es eficiente pero no representa la cobertura necesaria para competir y cumplirle a un cliente internacional que desee comprar grandes volúmenes.

- Anualmente la empresa Jeep Truck hace lanzamiento de dos colecciones. Cada una de estas presenta al mercado diseños y estilos diferentes, en donde ningún modelo se repite en cada cambio de colección. Dentro de la segunda colección del año 2019 se encuentra el producto estrella correspondiente a la referencia NB1, las características de este calzado con relación a su diseño, materiales, calidad y precio representa para la compañía la oportunidad de ampliar su presencia comercial y llegar a ofertar su producto en el mercado de Costa Rica. Esto representaría para compañía un gran proyecto en el que podrá apoyarse de la participación de ferias nacionales e internacionales y disponer de los beneficios e incentivos arancelarios que le permite el Tratado de Libre comercio vigente entre Colombia & Costa Rica.

- A pesar de que este estudio se enfocó en el mercado objetivo de Costa Rica, la metodología implementada y el análisis a detalle con base a indicadores pertinentes de comercio exterior, estudios previos y conceptos le ha de permitir a la empresa Jeep Truck disponer de una estructura estándar como herramienta para incursionar en cualquier mercado del mundo.

- Se le recomienda a la empresa Jeep Truck, analizar el precio del producto, con la finalidad de que el mismo se mantenga competitivo en el mercado costarricense. Teniendo siempre presente su modelo de costos y la disponibilidad de flexibilidad en los medios de pagos y la negociación de Incoterm anteriormente planteada.

- La empresa Jeep Truck deberá de generar publicidad frecuente y crear contenido en sus redes sociales y página web. Con el propósito de trabajar en la recordación de su marca y producto (branding) por medio de su presencia online. Ya que, el mundo digital le permite un rango de cobertura mayor del mercado y es una realidad que el internet se ha convertido para el

consumidor como un servicio fundamental para buscar, investigar, seleccionar y comprar sus productos y servicios en el día a día.

- Con la participación en ferias nacionales e internacionales, en las redes sociales y página web el portafolio de productos de la marca Jeep Truck deberá de realizar un lanzamiento novedoso y diferenciador para con sus clientes actuales y potenciales. Esto lo podrá lograr a través del apoyo de entidades como la Cámara de Comercio y Procolombia ya que estas organizaciones son un puente de apoyo entre la empresa y su éxito internacional. Jeep Truck, deberá de aprovechar y participar en la cámara de comercio en donde se brinda activamente cursos de formación en el marketing digital. Así mismo, Procolombia dispone de oficinas, asesores y bases de datos consolidadas de clientes dentro del mercado costarricense.

BIBLIOGRAFIA

Asociación Colombiana de Industriales del Calzado (ACICAM), Cómo va el sector 2017, 2018 & 2019. Disponible en Internet: https://acicam.org/como-va-el-sector/

Angarita (2009), Plan exportador de Calzado Moda Class hacia Panamá. Trabajo de grado para optar título de Ingeniera Industrial. Universidad Pontificia Bolivariana, Facultad de Ingeniería Industrial. Disponible en Internet: http://biblioteca.upbbga.edu.co/docs/digital_17488.pdf

Salgado & Ramírez (2012), Plan de mercadeo para Khalifa Calzado. Trabajo de grado para optar título de Mercadeo Estratégico. Universidad Piloto de Colombia, Facultad de Ingeniería. Disponible en Internet: http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00000511.pdf

Ospina (2010), Plan exportador para la empresa de calzado Gloria Serrano. Trabajo de grado para optar título de Especialista en Mercadeo Internacional. Universidad Pontificia Bolivariana, Escuela de Ingeniería y Administración. Disponible en Internet: https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/882?show=full

Smith (1776), Wealth of nations. Ventaja competitiva. Disponible en Internet: https://www.ibiblio.org/ml/libri/s/SmithA_WealthNations_p.pdf

Ricardo (1817), Principios de economía política y tributación. Ventaja comparativa. Disponible en Internet: http://www.ehu.eus/Jarriola/Docencia/EcoInt/Lecturas/David%20Ricardo_Principios_VII_Comercio%20exterior.pdf

Requeijo (2019), Recuperado de internet, Ideas y creencias en la teoría del intercambio internacional: El teorema de Heckscher-Ohlin Samuelson. Disponible en Internet:

http://www.cepc.gob.es/Controls/Mav/getData.ashx?MAVqs=~aWQ9MzE4ODYmaWRlPTEwMzcmdXJsPTExJm5hbWU9UkVDUF8wODNfMTgxLnBkZiZmaWxlPVJFQ1BfMDgzXzE4MS5wZGYmdGFibGE9QXJ0aWN1bG8mY29udGVudD1hcHBsaWNhdGlvbi9wZGY=

OB Rubio (1996), Teorías del comercio Internacional: Una panorámica. Universidad Pública de Navarra. Disponible en internet: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/274408.pdf

Decreto 2685 (1999), Ministerio de Hacienda y crédito público, Superintendencia de Industria y comercio. Disponible en Internet: https://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/normatividad/Dec2685_1999.pdf

Procolombia (2019), Recuperado de internet. Procolombia & Cámara de Comercio de Armenia. Cartilla Modalidades de exportación. Disponible en Internet: https://www.camaraarmenia.org.co/files/Modalidades%20de%20Exportacion(2).pdf

Procolombia (2019), Recuperado de internet. Procolombia, planes exportadores. Disponible en Internet: http://www.procolombia.co/node/1141

Organización de Estados Americanos (2003), Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Estados Unidos y Agenda Integral de Cooperación. Preguntas frecuentes: Definición de TLC – Tratado de Libre Comercio. Disponible en Internet: http://www.sice.oas.org/TPD/USA_CAFTA/Studies/PreguntasFCRI.pdf

Hernández & Flores (2008), Incoterms y su Importancia en las Actividades Comerciales. Revista académica de economía con el Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas ISSN 1696-8352. Disponible en internet: http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/la/13/incoterms.html

Decreto 390 (2016), Ministerio de Comercio, Industria y turismo. Reglamento parcialmente por la resolución 42 de 2016 y por la resolución 42 de 2016 DIAN. Disponible en internet:

http://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-de-apoyo/gestion-juridica/decretos/decreto-390-de-2016.aspx

Decreto 1292 (2015), Función pública. Gestor Normativo Función Pública, Ministerio de Hacienda y crédito público. Disponible en internet: https://www.google.com/search?q=decreto+1292+del+2015.&oq=decreto+1292+del+2015.&aqs=chrome..69i57j0l5.561j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8

DIAN (2019), Recuperado de Internet. DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Cartilla explicativa para exportadores. Pruebas de origen en las exportaciones colombianas. Disponible en internet: https://www.dian.gov.co/aduanas/aspectecmercancias/origen/2.2.1%20Cartilla%20sobre%20las%20pruebas%20de%20origen%20en%20las%20exportaciones%20colombianas.pdf

Legiscomex (2006), Banco de Medios LEGISCOMEX, Declaraciones de cambio. Disponible en internet: https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/declaraciones%20de%20cambio_modelo.pdf

Banrep (2019), Banco de la República de Colombia. Términos de régimen cambiario de las operaciones de comercio exterior de bines, preguntas frecuentes y casos prácticos. Cartilla reintegro de divisas. Disponible en Internet: http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/ce_dcin_2016.pdf

Procolombia (2019), Marco Legal que rigen las normas nacionales e internacionales de comercio exterior vigentes en Colombia. Disponible en Internet: http://www.procolombia.co/nosotros/transparencia/normatividad

Ley 7 (1991), Función pública. Gestor Normativo Función Pública, Congreso de la República de Colombia. Disponible en Internet: https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=67199

Ley 1763 (2015) & Decreto 1231 (2016) Tratado de Libre de Comercio entre Colombia & Costa Rica. Disponible en Internet: http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/costa-rica

Google Maps (2019) Ubicación GPS & rutas de acceso de la fábrica de Jeep Truck. Disponible en Internet: http://maps.google.com/

DIAN (2019), Identificación de la Partida Arancelaria. Disponible en Internet: https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces

Banco Mundial (2019), Datos económicos de Costa Rica. Disponible en Internet: https://datos.bancomundial.org/pais/costa-rica

Foro económico mundial (2019), Índice de competitividad global. Disponible en Internet: https://www.weforum.org/reports/the-global-competitveness-report-2018

Doing Business (2019). Ranking Doing Business global. Disponible en Internet: https://espanol.doingbusiness.org/es/rankings

Academia Costa Rica (2017). Serie Visión Costa Rica Academia de Centroamérica. La infraestructura vial en Costa Rica: Desafíos y oportunidades para las asociaciones público-privadas. Disponible en Internet: https://www.academiaca.or.cr/wp-content/uploads/2017/12/PV-04-17.pdf

Sociedad Portuaria Puerto Caldera (2019). Recuperado de Internet: https://www.saam.com/terminales-portuarios/puerto-caldera/

Trade map (2018). Base de datos sobre exportaciones e importaciones en Costa Rica, Colombia & el mundo para la partica arancelaria 64.04.19. Disponible en Internet: https://www.trademap.org/Index.aspx

Oficina de información Diplomática (2018). Ficha País de la República de Costa Rica, Oficina de Información Diplomática del Ministerios de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Disponible en Internet: http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/COSTARICA_FICHA%20PAIS.pdf

Datos Abierto Costa Rica (2019). Datos Abiertos Costa Rica. Trabajando juntos para garantizar el acceso a la información presidencia. Disponible en Internet: http://datosabiertos.presidencia.go.cr/home

Costa Rica ORG (2019). Recuperado de Internet. Datos de Costa Rica, Instituto Costarricense de Turismo. Disponible en Internet: https://costarica.org/es/datos/

PROCOMER (2019). Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica, Tratados de Libre Comercio vigentes y suscritos por Costa Rica. Disponible en Internet: https://www.procomer.com/es/

FAO (2019). Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura en Costa Rica. Disponible en Internet: http://www.fao.org/costarica/es/

FAO (2019). Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura. Información general de Costa Rica. http://www.fao.org/forestry/40021-072df4eef5a6e662193ff1698abb61aa6.pdf

Legiscomex (2019). Cultura de negocios con Costa Rica. Disponible en internet: https://www.legiscomex.com/Documentos/cultura-negocios-costa-rica-rci310

Ministerio de Hacienda (2019). Generalidades del impuesto sobre el valor agregado (IVA). Disponible en internet: https://www.hacienda.go.cr/contenido/15035-generalidades-del-impuesto-sobre-el-valor-agregado-iva

Procolombia (2019). Documentos que se requieren para exportar desde Colombia. Disponible en internet: https://www.colombiatrade.com.co/preguntas-frecuentes/que-documentos-se-requieren-para-exportar

Banco Mundial (2019). Datos Banco Mundial, Índice de desempeño logístico de Costa Rica. Disponible en Internet: https://datos.bancomundial.org/indicador/LP.LPI.OVRL.XQ

Procolombia (2019). Herramientas y servicios para el exportador, Perfil logístico de exportación a Costa Rica. Disponible en Internet: https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-costa-rica

Cámara de Comercio de Bogotá (2019). Recuperado de Internet. Guía Práctica, proceso general de Exportación en Colombia: 10 pasos para exportar. Disponible en Internet: https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14388/Gu%C3%ADa%20Pr%C3%A1ctica%20Proceso%20Exportaci%C3%B3n%20de%20Bienes.pdf?sequence=3

Procolombia (2019). Guía Práctica para conocer el proceso de exportación de bienes. Disponible en Internet: http://www.procolombia.co/sites/default/files/guia_proceso_exportaciones_0.pdf

Cámara de Comercio de Bogotá (2019). Recuperado de Internet. Guía Práctica, INCOTERMS Versión 2010. Disponible en Internet: https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14383/Gu%C3%ADa%20Pr%C3%A1ctica%20INCOTERMS%202010.pdf?sequence=1

Adam Smith (1776). An Inquiry into the nature and causes of the Wealth of nations, Brazil, Sao Pablo. Editorial Metalibri Digital, editada por S.M. Soares. Disponible en Internet: https://www.ibiblio.org/ml/libri/s/SmithA_WealthNations_p.pdf

Escobar, A.G (2010). De la ventaja comparativa a la ventaja competitiva: una explicación al comercio internacional. *Publicaciones Icesi*. Disponible en Internet: https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/publicaciones_icesi/article/view/640

Sistema de Información sobre Comercio Exterior (2013). Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y la República de Costa Rica. Disponible en Internet: http://www.sice.oas.org/TPD/COL_CRI/Draft_Text_July13_s/Text_s.asp

Bancolombia (2019). Régimen Aduanero lo que necesitas saber sobre el Decreto 1165, Negocios PYME. Disponible en Internet: https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios-pymes/actualizate/comercio-internacional/regimen-aduanero-decreto-1165

ANEXOS

- Anexos fotográficos de asistencia y acompañamiento en la práctica empresarial. Me desempeñe en actividades como: Registro y control de inventario de calzado, Despacho de pedidos, Contacto con proveedores, Revisión planilla de fabricación y entregas, Recepción de insumos y materias primas, Acomodo de los stands, Atención a clientes mayoristas, Acompañamiento en la facturación y registro de cuentas, digitación, registro y alimentación de datos al sistema, creación ficha técnicas de las referencias de la colección II del 2019, Acomodo de insumo, registro y control del inventario de insumos, conteo y verificación de calidad, entre otras.

Como bien se ha mencionado anteriormente, Jeep Truck es una empresa dedicada al diseño y fabricación de calzado infantil. En la siguiente foto se puede observar la referencia NB1 en conjunto los empaques disponibles en donde el color gris oscuros representa las tallas grandes, el color verde las tallas medianas y el color azul las tallas para bebes.

En el día a día como miembro del equipo de Jeep Truck me desempeñe en el área administrativa y logística de la empresa. En las siguientes imágenes se puede apreciar mis labores contado y verificando las referencias, el tallaje y color solicitado por cada cliente. Así mismo, ayudaba en proceso de alistamiento de la mercancía en el empaque secundario de la caja master para proceder al despacho del envió local o nacional dependiendo del cliente.

Sucesivamente, ayude en el proceso de negociación y recepción del pedido de empaques con el nuevo diseño de la marca. Además, doble y arme las cajas del empaque. En otro día, verificaba la producción y referencias disponibles en el inventario, los diseños que hacían falta por despachar. También verificaba la recepción de insumos y disponibilidad de estos para la fabricación de los zapatos.

También escaneaba facturas y documentos soportes para registrarlos en el sistema y tener cuentas claras en compañía de la asistente de gerencia., diligenciaba formularios, respondía correos y llamadas con

los clientes. Una gran oportunidad fueron las enseñanzas de la asistente de gerencia en conocimientos de facturación, contabilidad, inventarios, formularios, presupuestos y compras. En diversas ocasiones, estuve

al mando de ella desempaño labores es esas áreas.

Finalmente, me desempeñe en diversas tareas relacionadas inventarios, ventas, compras de insumos, despacho de pedidos, verificación de referencias y procesos de fabricación, acomodo de productos en vitrina, acomodo de insumos en bodega entre otras tareas.

SLICK