

**INTELIGENCIA DE MERCADO INTERNACIONAL PARA LA  
EMPRESA CAVIELY S.A.S. DE BUCARAMANGA DE ACUERDO A  
LA PARTIDA ARANCELARIA 6403.99.90.00, PARA LA INCURSIÓN  
EN EL MERCADO DE PERÚ**

**JUAN CAMILO MORENO CUEVAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
BUCARAMANGA Febrero 01 DE 2019**



**unab**

Universidad Autónoma de Bucaramanga

*de puertas abiertas*

VIGILADA MINEDUCACIÓN

# ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA



# ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA

<b>Nombre del Estudiante</b> <b>Programa Académico</b>	<b>JUAN CAMILO MORENO CUEVAS</b> <b>Negocios Internacionales</b>
<b>Nombre de la Empresa</b> <b>NIT.</b>	<b>GRUPO CAVIELY S.A.S</b> <b>901000135-4</b>
<b>Dirección</b>  <b>Teléfono</b>	<b>Carrera 20 #46ª – 40. La Concordia.</b> <b>Bucaramanga</b> <b>6426600</b>
<b>Área</b>	<b>ADMINISTRATIVA</b>
<b>Nombre completo del jefe</b> <b>Cargo</b>	<b>Ricardo Buitrago Moreno</b> <b>Propietario de la empresa</b>
<b>Labor del estudiante</b>	<b>Desarrollar Inteligencia de mercado internacional</b> <b>Auxiliar administrativo</b>
<b>Nombre del asesor de práctica</b>	<b>María del Pilar Isidro.</b>
<b>Fecha de inicio de la práctica</b> <b>Fecha de Finalización de la práctica</b>	<b>15 de febrero de 2018</b> <b>15 de junio de 2018</b>

# MISIÓN DE CAVIELY

Calzado Caviely ofrece a su segmento masculino productos en cuero de la más alta calidad, con los más variados estilos en las líneas casual y sport. Pensado en la comodidad de nuestros clientes, nuestro producto está elaborado con técnicas y materiales únicos, brindándoles un mejor confort al caminar. El compromiso de nuestro talento humano, nos permite ser hoy uno de los líderes del sector del calzado en Santander. (CAVIELY, 2018)

# VISIÓN DE CAVIELY

Calzado Caviely se propone para el 2027 ser reconocidos a nivel nacional por sus productos de excelente calidad, diseño y comodidad. Mejorando de forma continua en las técnicas de producción y servicio al cliente; permitiéndonos así aumentar nuestra participación en nuevos mercados a nivel internacional. (CAVIELY, 2018)

# ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



# PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

<b>REF: 1945</b>		
TALLAS	COLOR	FOTO
37 - 43	AZUL/ ARENA	
37 - 43	ARENA/ MIEL	
37 - 43	SIENA/ CANELA	

<b>REF: 1058</b>		
TALLAS	COLOR	FOTO
37 - 43	MIEL/ AZUL	
37 - 43	COÑAC/ AZUL	

<b>REF: 5101</b>		
TALLAS	COLOR	FOTO
37 - 43	ARENA/ CAFE	
37 - 43	NEGRO/ MIEL	

# PROBLEMA DE INVESTIGACION

El Grupo Caviely desconoce aspectos determinantes de la negociación internacional, y requiere de un capital y una capacidad instalada sólida que le permita competir y mantenerse en el mercado internacional, iniciando con la expansión a partir de uno de sus productos en mercados cercanos como América latina específicamente en países como Perú en el cual es posible una oportunidad de negociación que no ha sido explorada por la empresa.

- ¿Cuáles serían las condiciones de negociación internacional de la organización Caviely S.A.S para incursionar en la comercialización de sus productos según la partida arancelaria 6403.99.90.00 en el mercado peruano?

# JUSTIFICACIÓN

Esta investigación de inteligencia de mercados que se propone como objetivo principal de estudio, permitirá el fortalecimiento de la empresa en el contexto internacional ya que se analiza un mercado en el cual no ha incursionado y que puede proyectar a futuro la organización, a través del posicionamiento de su marca y sus productos, mediante un posible acuerdo de negociación con Perú; abriendo nuevos procesos de exportación de sus productos que beneficien económicamente la actividad de la empresa y su permanencia en el mercado.

*Adicionalmente como profesional de negocios internacionales la práctica permite tanto fortalecer a la empresa a partir de los conocimientos adquiridos como desarrollar una formación integral hacia una visión más global.*

# OBJETIVO GENERAL

Construir inteligencia de Mercados Internacionales para **GRUPO CAVIELY SAS** de la Partida arancelaria 6403999000 hacia el mercado Peruano



# OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar la unidad comercial para la exportación.
- Identificar posiciones arancelarias y su demanda en los últimos cinco años en el mercado peruano.
- Identificar las posiciones arancelarias que conforman la oferta exportable de la empresa Grupo Caviely SAS.
- Identificar las posiciones arancelarias de la oferta exportable de cada unidad empresarial que coinciden con la demanda internacional.
- Identificar de la lista de clientes internacionales para cada una de las posiciones arancelarias de la oferta exportable que coinciden con la demanda internacional.

# OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar condiciones de acceso a mercado para cada una de las posiciones arancelarias que coinciden con la demanda internacional.
- Identificar el proceso de adaptación de oferta exportable a cada uno de los mercados internacionales.
- Identificar el proceso de solicitud de agenda para citas de negocios

# MARCO REFERENCIAL

Marco Contextual

Marco Teórico

Marco Legal

# Marco Contextual

Se revisaron algunas características y tendencias internacionales del sector centrándonos en las segundas para hacer una referenciación corta..

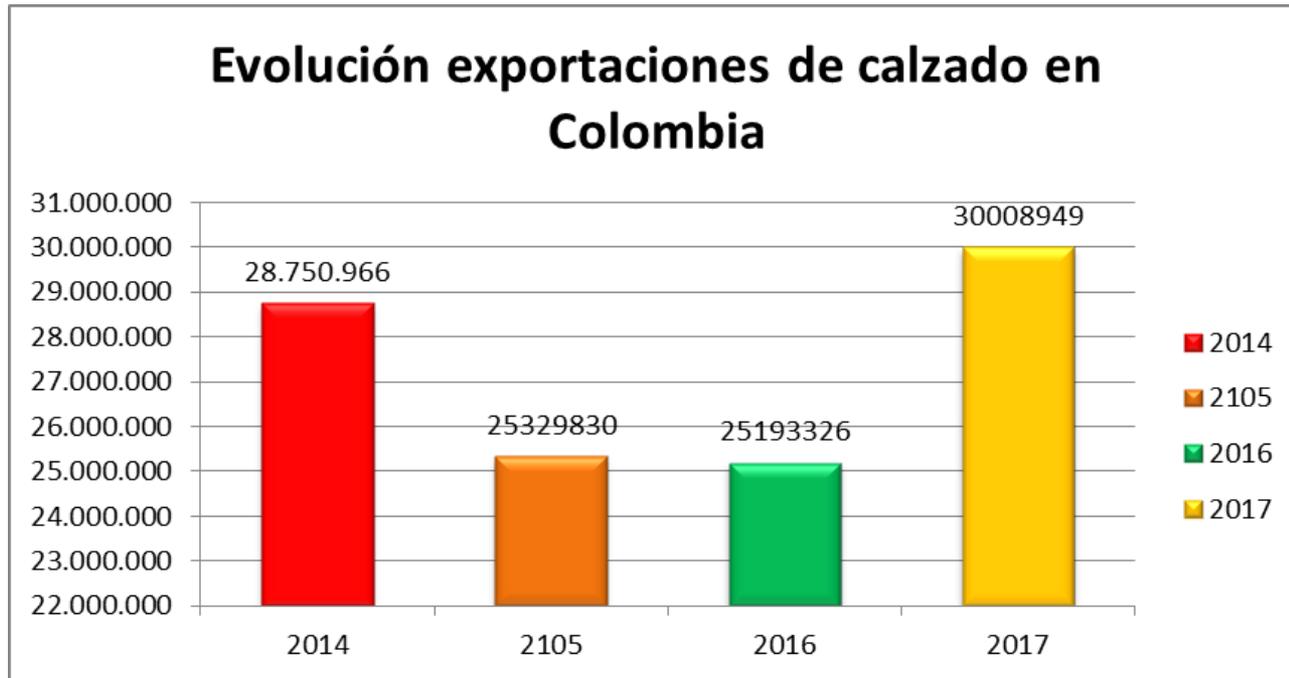


Figura 1. Evolución anual de exportaciones de calzado en Colombia.  
Fuente: Elaboración propia

# Marco Contextual

## PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS DE CALZADO Y SUS PARTES DE ENERO A DICIEMBRE DE 2017 EN US\$FOB

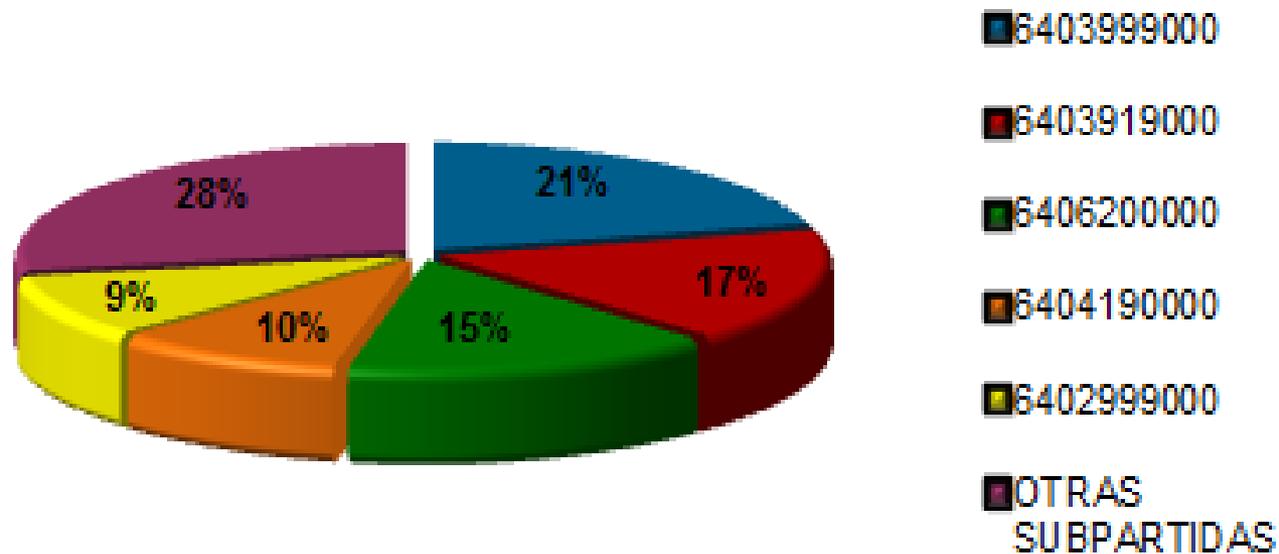


Figura 2. Principales productos exportados por sub-partida arancelaria. Fuente: Acicam

# Marco Teórico

En el contexto internacional existen diversas teorías que dieron origen a la posibilidad de que los países realicen intercambios entre sí, generándose economías abiertas, Para el proyecto se tuvo en cuenta lo siguientes.

Linder 1961.  
Citado por  
Lavados(1977)

- **El rango de productos exportables** de un país está determinado por la demanda interna, y será producido en condiciones de ventajas si existe un mercado interno para ese bien a los precios internacionales vigentes

David Ricardo

- **Teoría de las ventajas Comparativas:** Un país tiene ventajas comparativas en la producción de un bien, cuando el costo comparativo o costo de oportunidad en la producción de dicho bien es menor que el del otro país, sin importar los niveles de sus costos absolutos.



Adam Smith

- **Ventajas Absolutas:** serán tenidas por el país donde el costo unitario o real del producto producido es más bajo con relación al mismo producto producido en otro país.

# MARCO LEGAL

Ley 09 de 1991 Colombia

Ley General de Aduanas ( Perú)

Ley 45 de 1981 se aprueba el Tratado de Montevideo 1980

Decretos y Decisiones que establecen normas para el acceso a mercados.

# METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

## Tipo de Investigación

- **Cualitativo con Alcance Descriptivo:**
- Según Sampieri (2006) define los datos cualitativos como descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones, lo cual es correspondiente a los datos que se presentan en este estudio ya que no se cuantifican a profundidad sino que se realizan explicaciones a través de una estadística descriptiva básica

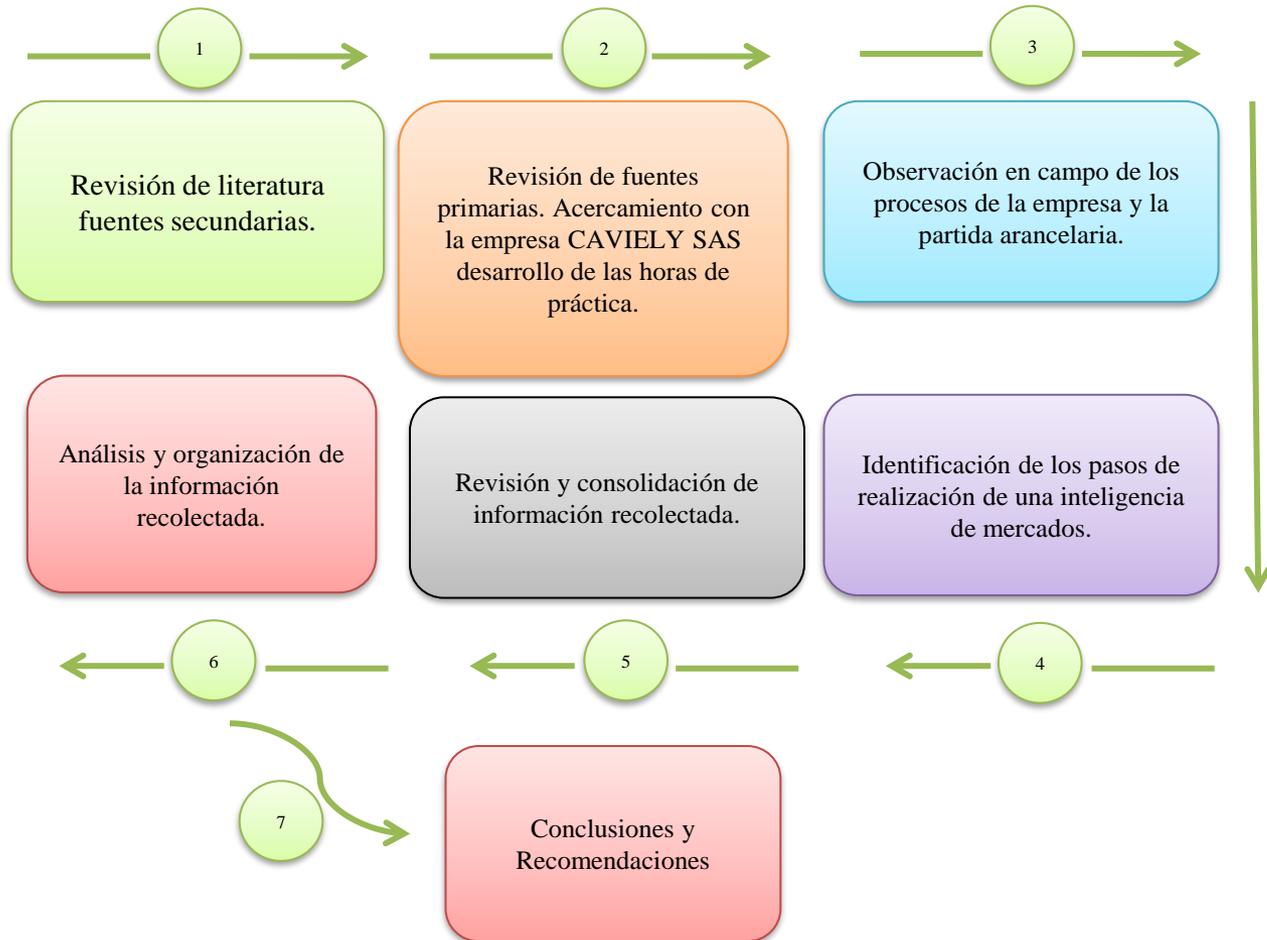
## Unidad de Análisis

- Grupo CAVIELY SAS

## Población y muestra

- la empresa cuenta con diversidad de referencias de calzado masculino y femenino, el proyecto hace énfasis en el producto incluido en la partida arancelaria 6403.99.90.00 que es identificada como una buena oportunidad de exportación hacia Perú

# METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: FASES



## 1. Descripción de la Partida Arancelaria



La unidad comercial para exportación es la partida arancelaria 6403.99.90.00 la cual representa el Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural que para el caso de la empresa calzado Caviely S.A.S de Bucaramanga representa la referencia 330.

# RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

## 1. FICHA TÉCNICA

	EMPRESA	GRUPO CAVIELY	<b>REF: 330</b>
	NUMERO DOCUMENTO		
	DEPARTAMENTO	DESARROLLO	
	NOMBRE DOCUMENTO	FICHA TÉCNICA	
		<b>ESPECIFICACION GENERAL</b>	
		LINEA:	CASUAL
		HORMA:	2297
		TALLA:	37-43
		PLANTILLA:	MICROSUIT
		SUELA:	2297
		CORTE:	NOBUCK / SHERATON
		FORRO VISTA:	FORRO QUEMANTE
		PLANTILLA:	MICROSUIT
CONSTRUCCION:	CIUCANI		
<b>COMBINACIONES</b>			
LAS COMBINACIONES SE PUEDEN FABRICAR CON LOS MATERIALES Y COLORES SIGUIENTES:			
MIEL / CAFÉ	NEGRO		
SANGRIA	SANGRIA / CAFÉ		

# RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

## 1. FICHA TÉCNICA

ESPECIFICACIONES DE MATERIAL					
DEPARTAMENTO	N DE MATERIAL	NOMBRE MATERIAL	CONSUMO	UM	PIEZAS
CORTE	MATERIAL 1	NOBUCK	12.437	DM	14
CORTE	MATERIAL 2	NOBUCK	1.746	DM	2
CORTE	FORRO	BADANETA	0.028	m	2
CORTE	FORRO	MICRO-S	0.037	m	2
CORTE	FORRO	DECORTEL	0.028	m	2
ARMADO	PEGAMENTO	LATEX	-----	GL	-----
COSTURA	HILO COSTURA	HILO Nº 69	-----	CONO	-----
COSTURA	HILO DE LUJO	HILO Nº 138	-----	CONO	-----
MONTADO	PUNTERA	TERMOPLASTICO	1	PAR	1
MONTADO	CONTRAFUERTE	TERMOPLASTICO	1	PAR	1
MONTADO	PLANTA	MATERIAL STROBEL	0.047	PAR	1
MONTADO	SUELA	ANGEL	1	PAR	1
MONTADO	LIMPIADOR	NEMO O CLEANEANER 47/S	-----	GL	-----
MONTADO	PEGANTE	NEOPRENO	-----	GL	-----
MONTADO	PEGANTE	PEGANTE PVC	-----	GL	-----
EMPLANTILLADO	CORDONES	EXTRAFINO BOLUCHEROS DE 90	1	PAR	1
EMPLANTILLADO	TINTURA	TINTURA DE NOBUCK	-----	LT	-----
EMPLANTILLADO	LIMPIADOR	LIMPIADOR 102	-----	LT	-----
EMPLANTILLADO	LIMPIADOR	INDUPEC	-----	LT	-----
EMPLANTILLADO	PLANTILLA	MICRO-S	1	PAR	1
EMPLANTILLADO	PAPEL THERMODON	PAPEL	-----	UND	-----
EMPLANTILLADO	BOLSA	PLASTICA	1	UND	1
EMPLANTILLADO	CAJE	DEPENDIENDO DEL CLIENTE	1	UND	1

## Embalaje Primario



A: 21,5 cm

L: 32,5 cm

H: 10 cm

W: 210 grs

## Embalaje Secundario



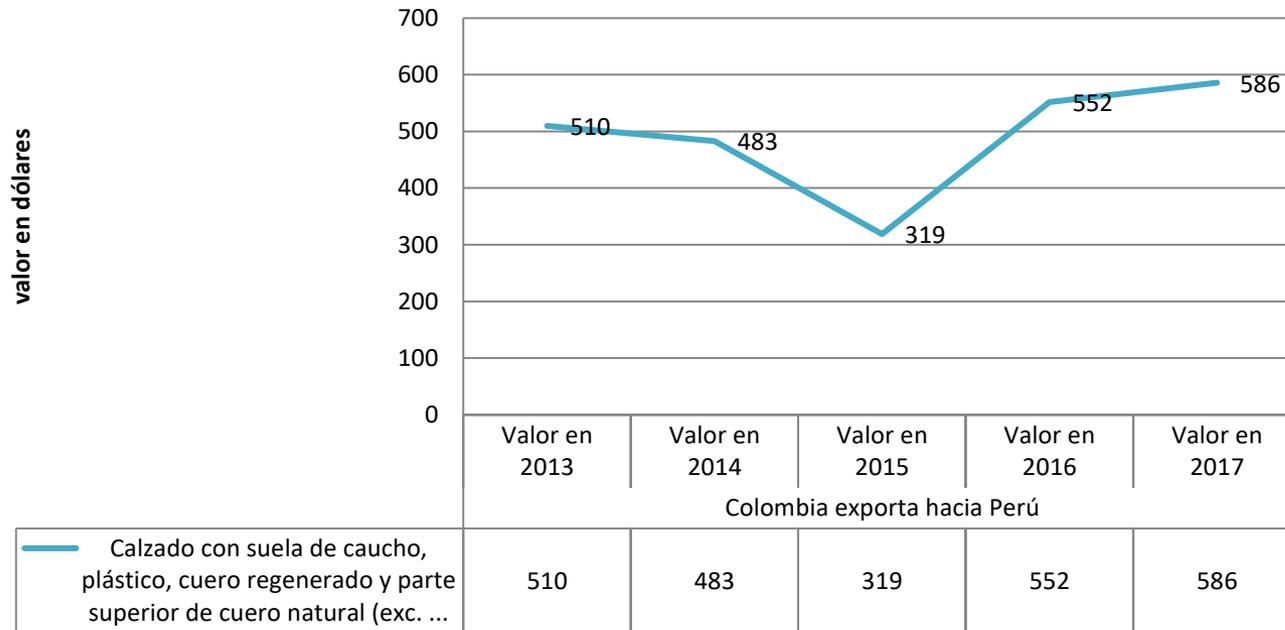
A: 66 cm

L: 34 cm

H: 45 cm

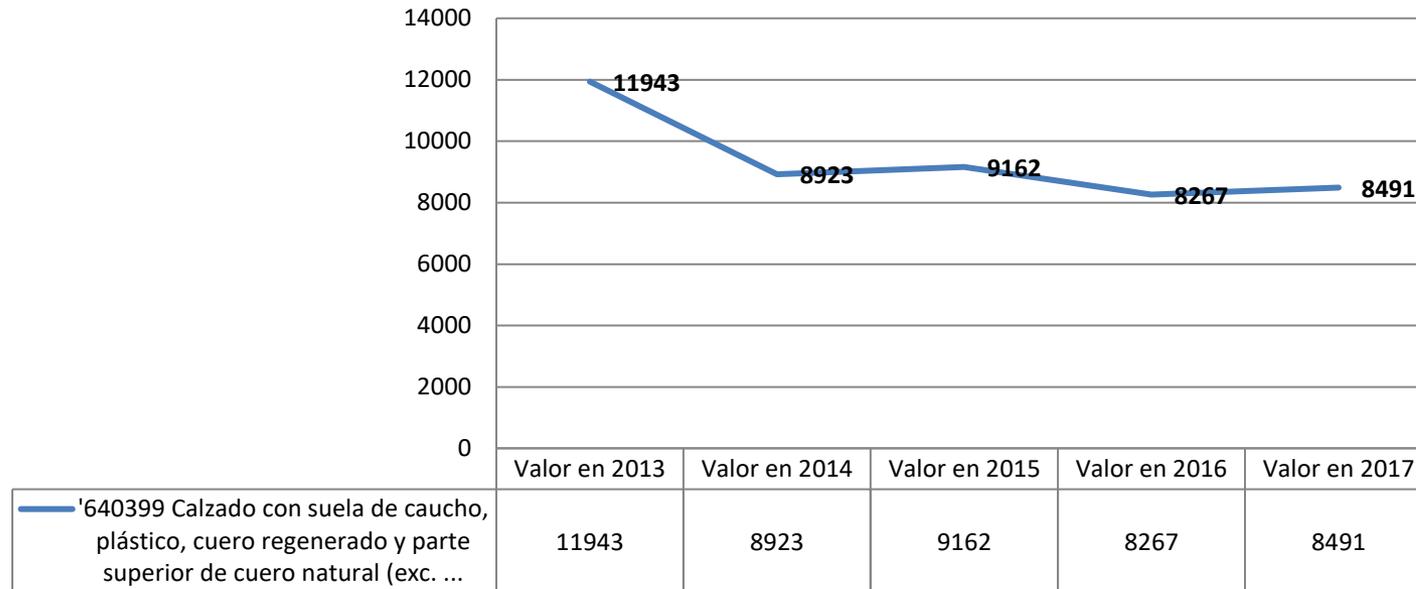
W: 815 grs

## 2. POSICIONES ARANCELARIAS PARA LA DEMANDA DE LA PARTIDA 6403999000 EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS EN EL MERCADO PERUANO.



**Figura 10.** Exportaciones de Colombia a Perú en el periodo 2013-2017 de la partida arancelaria 6403999000. Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) desde enero de 2017.

## 2. POSICIONES ARANCELARIAS PARA LA DEMANDA DE LA PARTIDA 6403999000 EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS EN EL MERCADO PERUANO.



**Figura 11.** Exportaciones de Colombia al mundo en el periodo 2013-2017 de la partida arancelaria 6403999000. Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) desde enero de 2017.

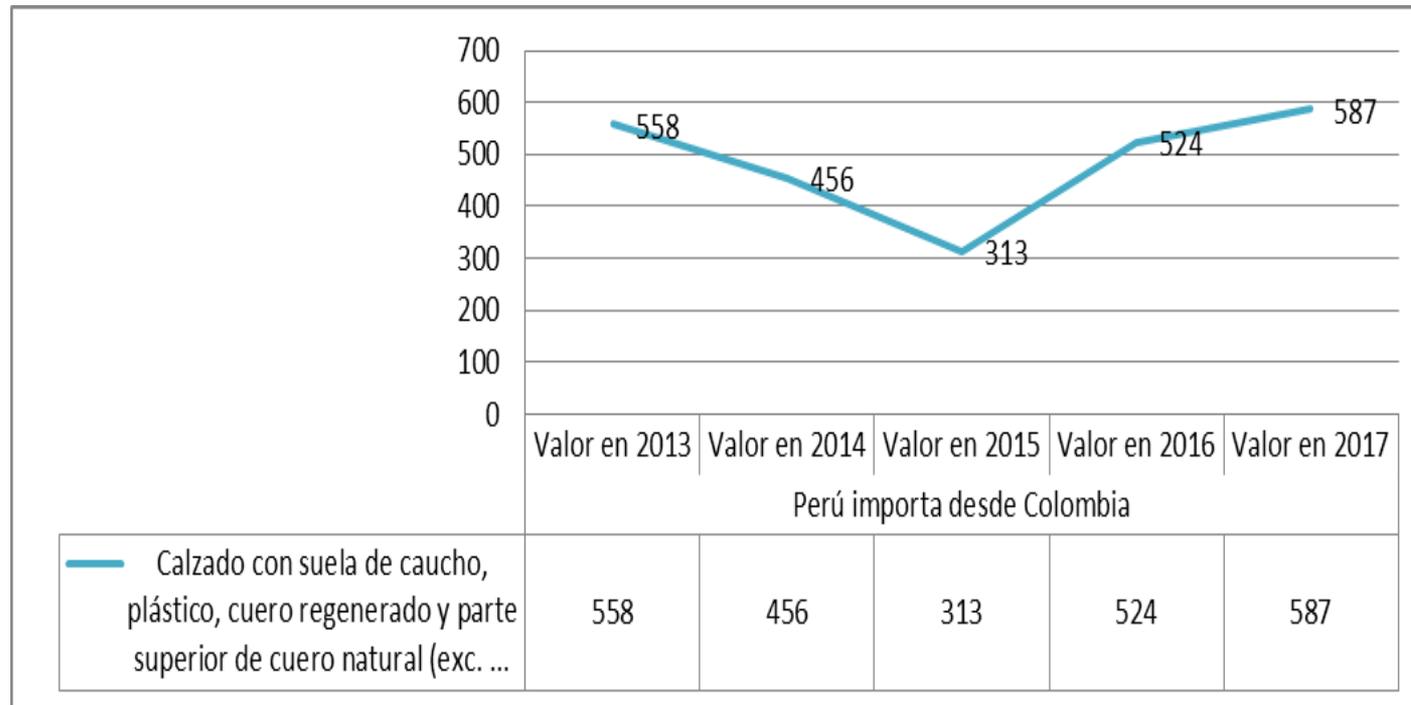
## 3. POSICIONES ARANCELARIAS QUE CONFORMAN LA OFERTA EXPORTABLE DE LA EMPRESA GRUPO CAVIELY SAS

**Tabla 5.**

Posiciones Arancelarias de oferta exportable de la empresa Grupo Caviely SAS.

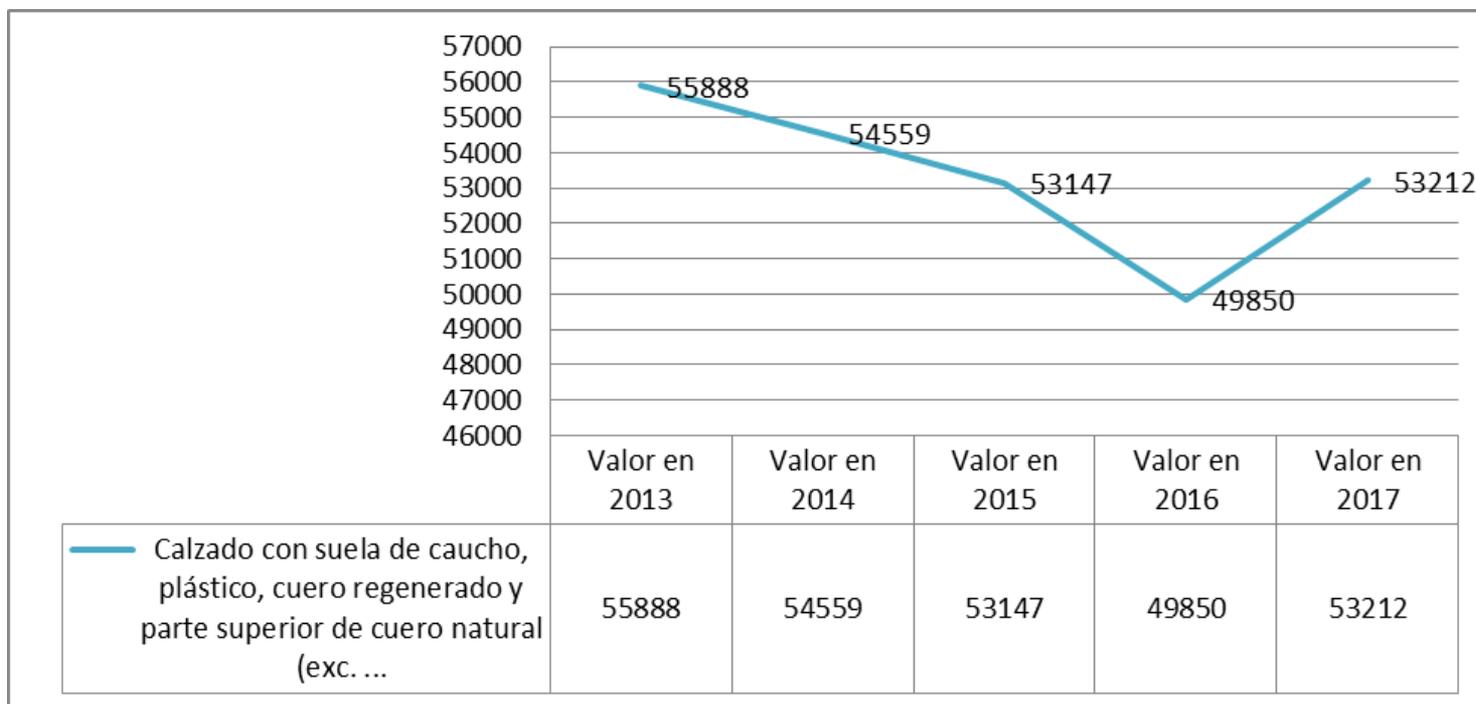
Posición arancelaria	Definición
<b>6403999000</b>	Los demás calzados con suela de caucho, plástico, cuero artificial, o regenerado y parte superior (corte) de cuero natural. Y las demás posiciones arancelarias se venden el mercado nacional
<b>6403919000</b>	Los demás calzados con suela de caucho, plástico, cuero artificial o regenerado y parte superior de cuero natural, que cubran el tobillo.
<b>6406200000</b>	Suelas y tacones (tacos), de caucho o plástico. 6404190000: Los demás calzados, con suela de caucho, plástico, o cuero natural, artificial o regenerado y parte superior (corte) de material textil.
<b>6404190000</b>	Los demás calzados, con suela de caucho, plástico, o cuero natural, artificial o regenerado y parte superior (corte) de material textil
<b>6406200000:</b>	Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o de plástico.

## 4. POSICIONES ARANCELARIAS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE CADA UNIDAD EMPRESARIAL QUE COINCIDEN CON LA DEMANDA INTERNACIONAL.



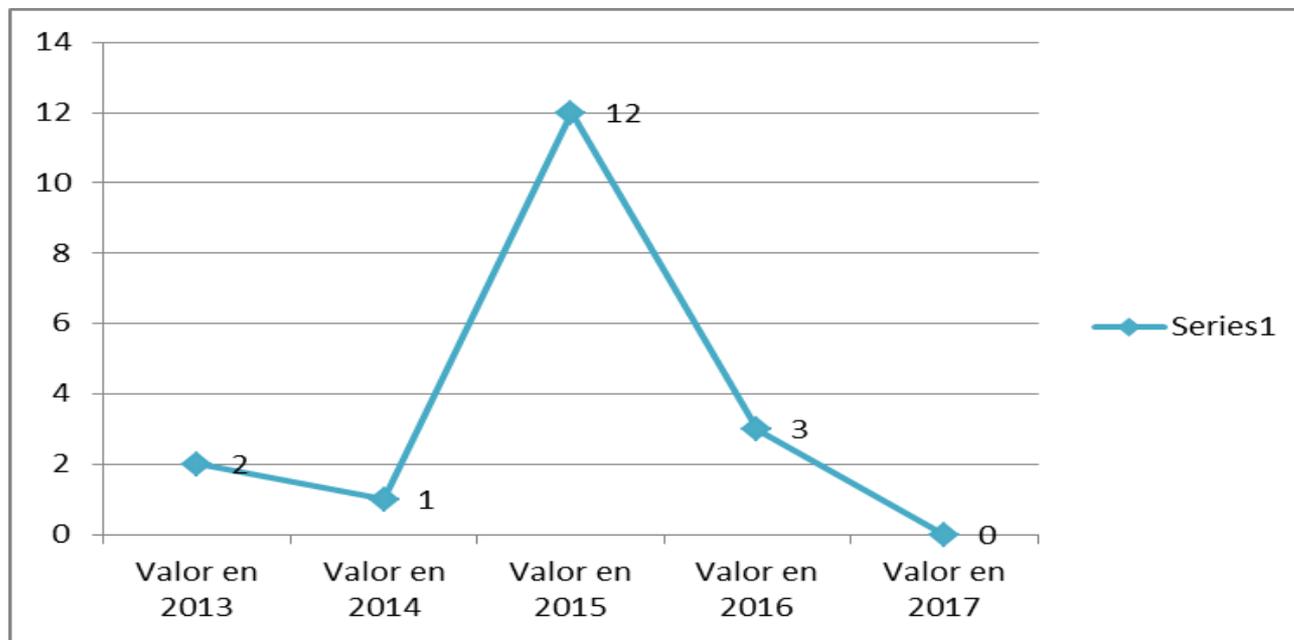
**Figura 12..** Importaciones de Perú a Colombia en el periodo 2013-2017 de la partida arancelaria 6403999000. Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UNCOMTRADE.

## 4. POSICIONES ARANCELARIAS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE CADA UNIDAD EMPRESARIAL QUE COINCIDEN CON LA DEMANDA INTERNACIONAL.



**Figura 13.** Importaciones de Perú con el resto del mundo en el periodo 2013-2017 de la partida arancelaria 6403999000.  
Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

## 4. POSICIONES ARANCELARIAS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE CADA UNIDAD EMPRESARIAL QUE COINCIDEN CON LA DEMANDA INTERNACIONAL.



**Figura 14.** Importaciones de Perú con el resto del mundo en el periodo 2013-2017 de la partida arancelaria 6403999100. Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

## 5. CLIENTES INTERNACIONALES PARA CADA UNA DE LAS POSICIONES ARANCELARIAS DE LA OFERTA EXPORTABLE QUE COINCIDEN CON LA DEMANDA INTERNACIONAL

*Tabla 6.*

*Lista de clientes en Perú de la posición arancelaria 6403.99.90.00*

<b>NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL IMPORTADOR</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CIUDAD</b>
<b>SENZA PERU S.A.C</b>	AVENIDA CONQUISTADORES 136 SAN ISIDRO LIMA 27	LIMA
<b>INVERMODA S.A.C</b>	GENERAL FELIPE SALAVERRY 2370 CC REAL PLAZA SALAVERRY LC 230	LIMA
<b>GIANNINI EXPORT S.A.C.</b>	CAL MONTERREY 258 INT.131 URB.CHACARILLA DEL ESTANQUE	LIMA
<b>COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DAFERSA E.I.R.L.</b>	CALLE SULLANA 195 URB MIGUEL GRAU	LIMA
<b>IMPORT NEGOCIACIONES KORI S.A.C.</b>	JIRON CRESPO CASTILLO #689 - HUANUCO	LIMA
<b>VERONICA DEL PILAR MONT CAM</b>	AV. LA ENCALADA 1587 C.C. EL POLO TIENDA A-108 SURCO	LIMA
<b>IBERICA ENERGY SAC</b>	AV. CIRCUVALACION DEL CLUB GOLF LOS INCAS Nro.154 Dto. 202 SANTIAGO DE SUCRO	LIMA

## 6. CONDICIONES DE ACCESO A MERCADO PARA CADA UNA DE LAS POSICIONES ARANCELARIAS QUE COINCIDEN CON LA DEMANDA INTERNACIONAL

Tabla 7

*Medidas impositivas para las mercancías de la subpartida nacional 6403.99.90.00 establecidas para su ingreso al Perú:*

<i>Gravámenes Vigentes</i>	<i>Valor</i>
<i>Ad / <u>Valorem</u></i>	<i>11%</i>
<i>Impuesto Selectivo al Consumo</i>	<i>0%</i>
<i>Impuesto General a las Ventas</i>	<i>16%</i>
<i>Impuesto de Promoción Municipal</i>	<i>2%</i>
<i>Derecho Específicos</i>	<i>N.A.</i>
<i>Derecho Antidumping</i>	<i><u>S</u></i>
<i>Seguro</i>	<i>2%</i>
<i>Sobretasa</i>	<i>0%</i>
<i>Unidad de Medida:</i>	<i>2U</i>

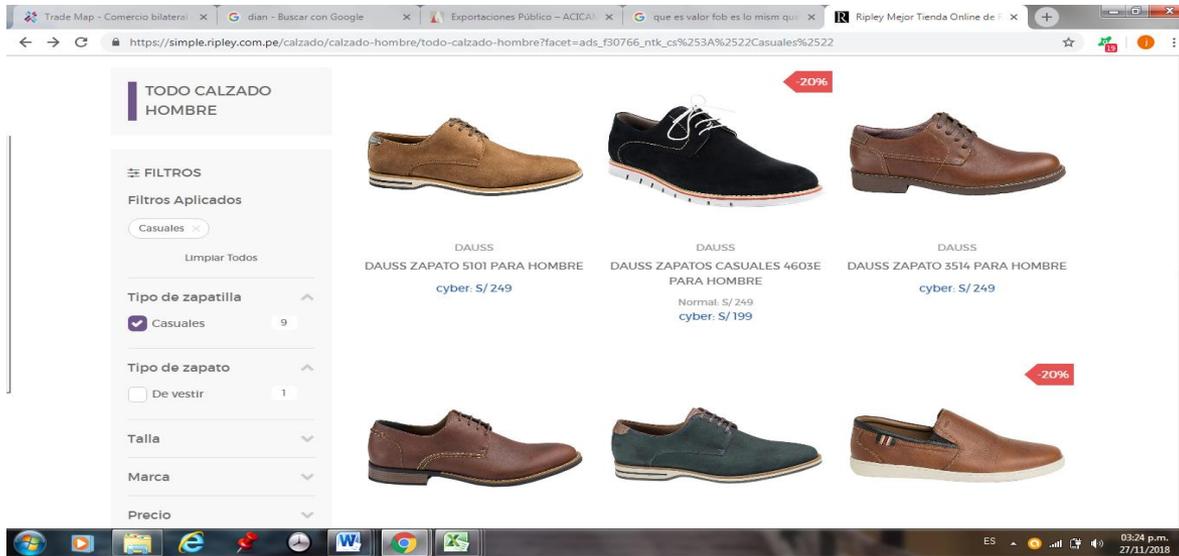
## 7. REQUISITOS DE IMPORTACIÓN

- Declaración Única de Aduanas debidamente cancelada o garantizada.
- Fotocopia autenticada del documento de transporte.
- Fotocopia autenticada de la factura, documento equivalente o contrato.
- Fotocopia autenticada o copia carbonada del comprobante de pago y fotocopia adicional de éste, cuando se efectúe transferencia de bienes antes de su nacionalización, salvo excepciones.
- Fotocopia autenticada del documento de seguro de transporte de las mercancías, cuando corresponda.
- Fotocopia autenticada del documento de autorización del sector competente para mercancías restringidas o declaración jurada suscrita por el representante legal del importador en los casos que la norma específica lo exija.
- Autorización Especial de Zona Primaria, cuando se opte por el despacho anticipado con descarga en el local del importador (código 04)

## 8. NORMAS PARA LA IMPORTACIÓN



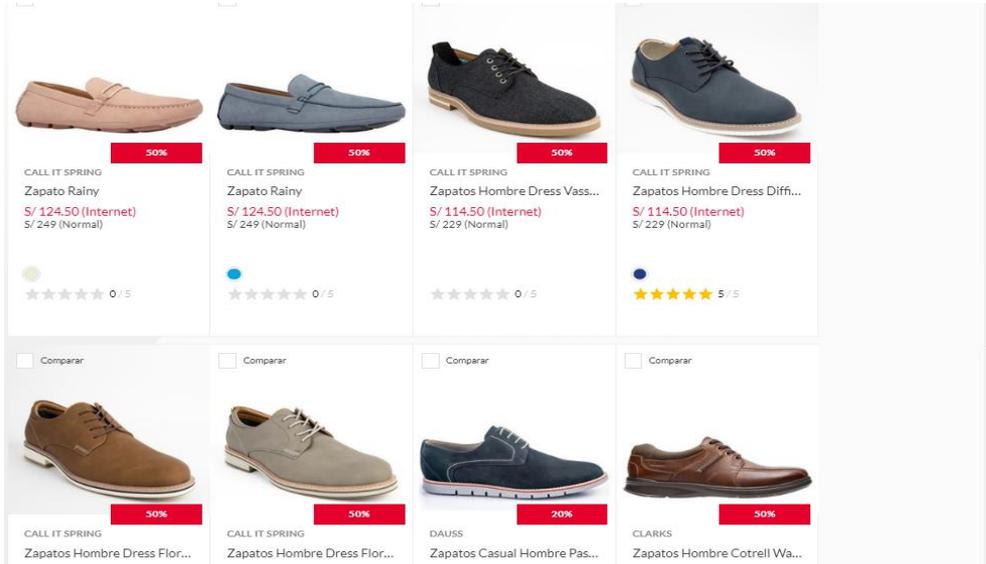
## IDENTIFICAR EL PROCESO DE ADAPTACIÓN DE OFERTA EXPORTABLE A CADA UNO DE LOS MERCADOS INTERNACIONALES.



*Fuente: Ripley Perú*



## IDENTIFICAR EL PROCESO DE ADAPTACIÓN DE OFERTA EXPORTABLE A CADA UNO DE LOS MERCADOS INTERNACIONALES.



Fuente: Falabella Perú



## IDENTIFICAR EL PROCESO DE SOLICITUD DE AGENDA PARA CITAS DE NEGOCIOS EN CADA UNA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO BINACIONALES ESTABLECIDAS EN COLOMBIA.

Frente a los procesos de solicitud de agenda para la realización de citas de negocios en cada una de las cámaras de Comercio Binacionales es importante tener en cuenta que en cada país existen diferentes entidades a través de las cuales se pueden realizar o agendar dichas citas. ASÍ PARA LA REALIZACIÓN DE ESTAS SOLICITUDES DE NEGOCIOS EN Perú existen varias entidades, entre ellas Promperú, Colperú, y Procolombia.



**PROCOLOMBIA**

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

# CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- Caviely S.A.S. es una organización con alto potencial en el sector del calzado nacional; sus procesos, materias primas y productos tienen elementos diferenciales que ratifican su calidad y proyectan posibilidades de comercialización en otros mercados diferentes al nacional. Su oferta exportable tiene características fundamentales como el confort, la flexibilidad, la durabilidad y sus diseños se adaptan a las necesidades de sus clientes. Sin embargo, es importante la tecnificación de algunos procesos y mejorar la capacidad instalada para efectos de producción masiva.
- Las preferencias arancelarias que exponen los tratados entre las dos naciones y con los organismos internacionales a los cuales se encuentran asociados, facilitan el comercio bilateral y el proceso de diseño de estrategias comerciales a pesar de las variables del cambio monetario y los gravámenes correspondientes.

# RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Se recomienda a la empresa Implementar e Innovar estrategias de marketing digital para mayor posicionamiento de su marca en el mercado nacional e internacional.

Se recomienda a la empresa asistir a las diferentes capacitaciones sobre las estrategias y los planes de exportación que pueden implementarse en sus organización, de acuerdo a los diferentes tratados existentes y a las características de los mercados internacionales.

Se recomienda a la empresa asistir a ferias de exposición, ruedas de negocios, y actividades empresariales que fomentan la participación del productor nacional con el propósito de proyectar su competitividad.

Se recomienda a la empresa no descuidar el mercado al detal, ya que se hace necesario implementar un punto de venta físico, donde los clientes puedan acceder y conocer de manera fácil los diseños y la calidad que desarrolla la empresa.

# INFORME DE GESTIÓN

Funciones	Acciones específicas desarrolladas	Tiempo de ejecución	Recursos empleados	Impactos/Resultados obtenidos
Elaboración de plan de exportación	Este plan de exportación se realizó a partir de la clasificación de los productos tomando como referencia las posiciones arancelarias. En este propósito fue necesario identificar las características esenciales de los productos, materiales y procesos de fabricación.	3 semanas	Colombiatrade Dian	Se logró observar cuales son las principales posiciones arancelarias que conforman la oferta exportadora de la empresa grupo caviely
Investigación sobre el impacto y tendencias en el mercado peruano	Se tuvo en cuenta las importaciones del mercado peruano con la partida arancelaria 6403999000 en los últimos cinco años para visualizar las tendencias.	3 semanas	Trademap Acicam	Según el estudio realizado la posición arancelaria 6403999000 muestra una tendencia en el mercado peruano.
Análisis de clientes	Se tuvo en cuenta para poder analizar los posibles clientes en el mercado peruano con la partida arancelaria 6403999000	3 semanas	Syscomer	Conocer exactamente a los posibles clientes importadores desde Perú con la partida arancelaria 6403999000.
Solicitud de agenda de citas.	Tener claro los pasos a seguir para la solicitud de agenda para citas de negocios en cada una de las cámaras de comercio binacionales establecidas en Colombia.	2 semanas	Promperu Procolombia Colperu	Procedimiento a seguir para solicitar la agenda de citas en cada una de las cámaras de comercio binacionales establecidas en Colombia.
			Diseñador Pagina	

## LOGROS ALCANZADOS

Objetivos y logros alcanzados	Medida en que se cumplió	Justificación
Adaptación a la empresa	90%	Al principio fue complicado por que no conté con una persona que me orientara pero con el transcurrir del tiempo me fui acomodando.
Cumplimiento de tareas	100%	Siempre di lo mejor de mi para aportar mis conocimientos y habilidades y cumplir con las tareas a tiempo.
Relación con los clientes	100%	Excelente relación con los clientes nacionales e incluso internacionales quienes siempre se llevaron una buena perspectiva de la empresa.
Relaciones laborales	100%	Muy buena relación con todo el personal de la fabrica. Siempre fui muy integro y trabaje en equipo, me considero un excelente compañero.

# Impactos percibidos por el estudiante.

Esta practica me ayudo a darme cuenta que en el entorno laboral se requiere el complemento de las competencias académicas, con actividades que requieren de habilidades para el trabajo en equipo, la comunicación asertiva, la capacidad de actuar bajo presión, el liderazgo, el manejo de la información clara para la toma de decisiones, la distribución del tiempo y la responsabilidad sobre los procesos asignados.

El respeto mutuo en todos los niveles de la organización es tan fundamental dentro de un equipo de trabajo como en la vida.

## Limitaciones

- Una limitación fue no contar con la orientación de una persona encargada en la empresa en el área de negocios internacionales.
- Otra limitación es el difícil acceso a datos para el desarrollo de la investigación.

# CONCLUSIONES DE LA PRÁCTICA

- Haber realizado mis practicas profesionales en la empresa Grupo Caviely S.A.S de Bucaramanga me ayudo a desarrollar y utilizar mis conocimientos adquiridos en la universidad. Me enriqueció profesionalmente y personalmente.
- Aprendí Sobre la forma de trabajo en equipo y el manejo de la buena relación laboral con mis compañeros y el debido respeto a mis mandos superiores.
- Al no contar con una orientación directa en la empresa en el campo de negocios internacionales me vi en la obligación de afianzar mis conocimientos y ser mas responsable con todas las tareas asignadas.
- Es importante tener en cuenta todos los aspectos al momento de realizar una inteligencia de mercado internacional y realizar una buena investigación para escoger y tener en cuenta los posibles clientes en el mercado.

## FUENTES DE INFORMACION

ACICAM (s.f.) Reactivación del sector del cuero y calzado para el segundo semestre de 2018. Recuperado de: <https://acicam.org/2018/07/26/reactivacion-del-sector-del-cuero-y-calzado-para-el-segundo-semester-de-2018/>

ACICAM. (2017). Un nuevo punto de partida para la industria del cuero, el calzado y la marroquinería. 7 de agosto de 2017, de Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas Sitio web: <https://www.acicam.org/un-nuevo-punto-de-partida-para-la-industria-del-cuero-el-calzado-y-la-marroquineria-con-la-feria-iflseici>.

Asociación Colombiana de Industriales del calzado, el cuero y sus manufacturas (2017) Informe de *Exportaciones*. Obtenido de <https://www.acicam.org/informe-de-exportaciones>

Alarco Tosoni, G. (2017). Tratados de libre comercio, crecimiento y producto potencial en Chile, México y Perú. *Economía UNAM*, 14(42), 24-46. Recuperado en 15 de Septiembre de 2018, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-952X2017000300024&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-952X2017000300024&lng=es&tlng=es).

Banco de Comercio Exterior de Colombia. Bancoldex S.A. (2013). Tomado de: <https://www.bancoldex.com>

Ceballos Molano, R. (2014). Los tratados de libre comercio y los derechos de propiedad intelectual: una política de integración comercial en Colombia. *Revista IUS*, 8(33), 223-256. Recuperado en 16 de septiembre de 2018, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-21472014000100010&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-21472014000100010&lng=es&tlng=es).

Colombia Trade. (2016) Perfil Logístico de Perú. Obtenido de [http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/perfil\\_logistico\\_de\\_peru.pdf](http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_peru.pdf)

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia. (4 de mayo de 2004) Artículo 22 (Vigencia Comunidad Andina de Naciones). Decisión N° 578. Obtenido de [http://www.dian.gov.co/descargas/convocatorias/128\\_2009/DocumentosGuiaNo.2/Decision\\_CAN\\_578\\_04052005.pdf](http://www.dian.gov.co/descargas/convocatorias/128_2009/DocumentosGuiaNo.2/Decision_CAN_578_04052005.pdf)

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (14 de noviembre de 2016) Resolución 13565 de 2016. Obtenido de: [http://www.dian.gov.co/descargas/normatividad/Proy\\_Normatividad/Proyecto\\_Resolucion\\_13565\\_Calzado1.pdf](http://www.dian.gov.co/descargas/normatividad/Proy_Normatividad/Proyecto_Resolucion_13565_Calzado1.pdf)

# GRACIAS



unab

Universidad Autónoma de Bucaramanga

*de puertas abiertas*

VIGILADA MINEDUCACIÓN