

VOGLIO DIVOLI

ESTUDIANTES

Andrés Pinto

Santiago Martinez

Andrés Rojas

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

SECCIONAL BUCARAMANGA

2017

1. Anteproyecto
 - 1.1 Problema
 - 1.1.1 Identificación Del Problema
 - 1.1.2 Formulación Del Problema
 - 1.1.3 Descripción Del Problema
 - 1.2 Justificación
 - 1.3 Objetivos
 - 1.3.1 General
 - 1.3.2 Específicos
 - 1.4 Cronograma.
2. Diagnóstico De La Empresa
 - 2.1 Caracterización Del Sector
 - 2.2 Variables Económicas
 - 2.3 Tendencias Mundiales, Retos Y Oportunidades
 - 2.4 Analisis de Matriz POAM
 - 2.5 Cadena de valor
 - 2.6 Matriz de Valoracion de Factores Competitivos
3. Oportunidades De Mercado
 - 3.1 Preselección Del Mercado
 - 3.1.1 Mercados Potenciales
 - 3.1.2 Selección Del País
 - 3.2 Análisis Del Mercado Objetivo
 - 3.2.1 Condiciones De Acceso

3.2.2 Evaluación Y Caracterización De Los Acuerdos Vigentes

3.2.3 Competencia

3.2.4 Promoción

4. Estrategia De Inmersion

4.1 Abastecimiento

4.2 Estretagia De Produccion

4.2.1 Cantidades A Producir

4.2.3 Costos Fijos

4.2.4 Inversiones Tecnológicas Para La Adaptación Del Producto Hacia El Mercado
Internacional

4.2 Estrategia De Dfi

4.3.1 Cadena Logística De La Exportación

4.3.2 Modalidad De Exportación

4.3.3 Operadores Logísticos Dentro De La Cadena

4.3.4 Medio Y Modo De Transporte

4.3.5 Empaque Y Embalaje

4.3.6 Ruta Internacional:

4.3.7 Documentación

4.3.8 Datos Para Calcular Costos De DFI

4.3.9 Costeo DFI

4.3 Estrategia De Comercializacion

5. Evaluacion Financiera Y Conclusiones Finales

5.1 Viabilidad De Mercado

6. Conclusiones

7. Bibliografía.

1. ANTEPROYECTO

1.1 PROBLEMA

1.1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Expansión y posicionamiento de la marca Voglio Divoli a través de sus zapatos por medio del análisis de las diferentes modalidades de penetración de nuevos mercados internacionales.

1.1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las posibilidades que tiene Voglio Divoli para expandir su mercado en el país de destino a través de sus zapatos?

1.1.3 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Voglio Divoli diseñó este zapato como una alternativa dirigida al segmento de hombres que desean un diseño exclusivo formal y casual. Actualmente la compañía está empezando a posicionarse como una marca de calidad en la ciudad de Bucaramanga, y espera tener un sólido y claro crecimiento creando una necesidad a las personas de adquirir el producto. Últimamente se han generado tendencias en la población en cuanto a la presentación personal como un requisito fundamental para la estética en la vestimenta.

Además el uso de estos zapatos satisface la necesidad de comodidad y estar a la moda. Analizando las exportaciones colombianas y los países destinos de las mismas, podemos concluir que existe un mercado potencial que es Nicaragua el cual representa una alta tendencia de consumo para nuestro producto.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La investigación del proceso de internacionalización del productos que manejaremos, es conveniente ya que a la marca le va a generar un cambio para poder ser mas competitiva y

poder llegar a nuevos mercados. Al igual establecerse como una marca de la talla de las mas reconocidas a nivel mundial.

Los beneficios que se pueden generar con este proceso, el principal es el aumento de la demanda y por lo tanto de utilidades para la marca, también esta será reconocida en diferentes países dándole un plus mas a la marca.

Los motivos que se tienen son que queremos llegar a otros mercados, tener mas clientes, crear fidelidad con el comprador, aumentar las ventas al igual que aumentar la producción para suplir la demanda, establecernos como una gran marca en la moda para tener una mayor exclusividad.

Las expectativas son que pueda resolver un problema, pero en estos momento no hay ninguno, el fin de la investigación es para ampliar la visión de la marca y que tenga un enfoque internacional, para que consiga mas reconocimiento y logre llegar a un nivel de competitividad alto, además con la investigación que tengan un conocimiento para estar preparados para cualquier eventualidad que se presente, tanto en producción como en garantías, o en posicionamiento de marca.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 GENERAL

Identificar Desarrollar un plan de acción que permita la comercialización de los productos de la marca Voglio Divoli a un nuevo mercado.

1.3.2 ESPECÍFICOS

-Presentar una propuesta de internacionalización en el mercado objetivo para comercializar los productos de la marca Voglio Divoli tomando en cuenta ventajas competitivas del mismo.

-Analizar las capacidades financieras de la marca Voglio Divoli de modo que se evalúe la capacidad de liquidez, tomando como base los indicadores financieros para evaluar la viabilidad del proyecto de internacionalización.

-Diseñar Seleccionar un mercado potencial a través de una investigación de mercados utilizando fuentes secundarias que nos llevaran a definir condiciones de comercialización, promoción y comunicación.

-Implementar una estrategia logística donde establezcamos cadenas de distribución efectivas para nuestro producto.

1.4 CRONOGRAMA

Actividades				
Mes	1	2	3	4
Anteproyecto	X			
Analisis del mercado	X	X		
Análisis de la empresa	X			
Estrategia de Inmersión		X	X	
Estrategia Logística		X	X	X
Evaluación Financiera y Conclusiones			X	X

2. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

2.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

2.1.2 VARIABLES ECONÓMICAS

Variables económicas Importancia del sector en la economía colombiana

Niveles de Venta

El Sector de Cuero, Calzado y Marroquinería agrupa alrededor de 13.000 empresas en el eslabón de transformación e insumos en Colombia y 15.000 en el de comercialización, que se distribuyen en 28 de los 32 departamentos del país. (MINComercio, 2013) Durante el año 2015 la producción y ventas reales en el sector del calzado registraron una variación negativa promedio de -5.8% y 3% respectivamente (ACICAM, 2016) según este mismo análisis la capacidad instalada utilizada en el mes de diciembre fue del 70% lo que tienen un panorama poco alentador pero que a futuro para las exportaciones y el aumento de la demanda sería favorable porque no habría necesidad de invertir en maquinaria sino explotar en su totalidad la capacidad instalada de las empresas. Las expectativas para los próximos años se mantienen en iguales condiciones, es decir, no ven los productores algún tipo de fluctuación considerable que pueda afectar ese sector económico.

Niveles de Producción

Del total de las empresas que se encuentran bajo la categoría de cuero, calzado y marroquinería, se puede observar que en el año 2005, el 24% se dedican a producción de materias primas, el 27% a la producción del producto terminado, y el 49% restante a la comercialización de los productos, 6 años mas tarde, en el 2011, se observa una variación leve, pero con tendencia desfavorable, es decir, los productores de insumos y transformación representan un 23% del total respectivamente, mientras la comercialización subió a representar un 54%. (MINComercio, 2013)

Distribución

La distribución por el territorio nacional de estas empresas se encuentra de esta manera: 38% en Bogotá-Cundinamarca, lo cual no representa ninguna sorpresa para nadie debido a la alta productividad de esta ciudad y departamento, Santander, reconocido por todos como pionero del calzado, tiene el 33% de la torta, el Valle y eje cafetero un 12% y Antioquia con un 8%, representan las localizaciones con mayor concentración de empresas de este sector. Una cifra alarmante que estaremos mencionando nuevamente más adelante, nos muestra que el 98% de las empresas formales del sector, están en la categoría micro y pequeña empresa, 93% microempresa y 5% pequeña empresa, de estas cifras podemos afirmar la poca posibilidad de que Colombia sea altamente competitivo en materia de calzado en el corto plazo, las grandes empresas solo representan el 0,6% del total de compañías. La distribución por el territorio nacional de estas empresas se encuentra de esta manera: 38% en Bogotá-Cundinamarca, lo cual no representa ninguna sorpresa para nadie debido a la alta productividad de esta ciudad y departamento, Santander, reconocido por todos como pionero del calzado, tiene el 33% de la torta, el Valle y eje cafetero un 12% y Antioquia con un 8%, representan las localizaciones con mayor concentración de empresas de este sector. Una cifra alarmante que estaremos mencionando nuevamente mas adelante, nos muestra que el 98% de las empresas formales del sector, están en la categoría micro y pequeña empresa, 93% microempresa y 5% pequeña empresa, de estas cifras podemos afirmar la poca posibilidad de que Colombia sea altamente competitivo en materia de calzado en el corto plazo, las grandes empresas solo representan el 0,6% del total de compañías, lo que termina siendo desalentador para nosotros como Voglio Divoli, porque no hay muchas opciones de lograr alianzas en caso de obtener demandas que extralimiten las capacidades de nuestra empresa, el cambio de tecnología y de recursos es imposible porque la brecha entre las

empresas es grandísima, y solo una parte de vería beneficiada por este aspecto, porque no hay muchas opciones de lograr alianzas en caso de obtener demandas que extralimiten las capacidades de nuestra empresa, el cambio de tecnología y de recursos es imposible porque la brecha entre las empresas es grandísima, y solo una parte de vería beneficiada por este aspecto

Contribución al empleo

El sector textil ocupa hoy más de 60.000 empleos formales en el sector textil, unos 350.000 empleos formales en las confecciones, una cifra similar de empleos informales en los talleres, con cual se puede decir que esta cadena ocupa a unos 800.000 trabajadores y trabajadoras

Balanza Comercial

En cuanto a comercio internacional se refiere, la balanza comercial es deficitaria, por valores muy difíciles de igualar, las importaciones de calzado ascienden a mas de 69.000.000 de dólares, mientras que las exportaciones superan solo la barrera de los 5.000.000 de dólares CIF, solo es el 7% de las importaciones, es allí donde se necesita desarrollo para tratar de equilibrar la balanza. Como principales orígenes de importaciones se encuentra china y Brasil, mientras que destinos de exportación están Chile con un 20%, Estados unidos con un 14%, ecuador 17% y panamá 16%, buenas alternativas para nuestro proyecto ya que la mayoría son países latinos, con cultura y tradiciones similares, y estados unidos, que tiene mas de cincuenta millones de habitantes latinos, lo que sumado al buen pib per capita de dicho país, se convierte de igual manera en un mercado objetivo.

TASA DE INTERES: 7%

Empresas productoras a nivel regional y nacional

Crystal SAS

Eliot S.A.

Studio F S.A

Textiles Lafayette SAS

Leonisa S.A.

PGI Colombia Ltda

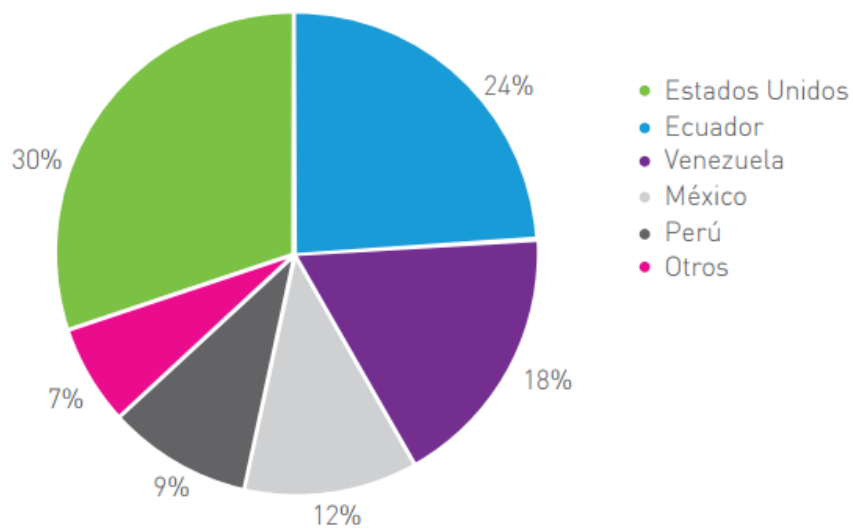
Internacional de Distribuciones de Vestuario de Moda S.A.

Protela S.A.

Distribuidora de Textiles y Confecciones S.A.

Proquinal S.A. Confección

Principales Exportadores



Agremiación a la que se encuentra adscrito el sector.

- ANALDEX (Asociación Nacional de Exportadores)
- ASCOLTEX (Asociación Colombiana de Técnicos y Profesionales Textiles y de la Confección)
- ASOTEXTIL (Asociación Nacional de Distribuidores Textiles e Insumos para la Confección)
- ASCONFECCIONES Dirección: Calle 106 No. 69-22. Bogotá

FACTORES ECONÓMICOS

Inflación: El aumento de la inflación en el 2016 fue de 5,75%, con lo cual se sitúa por debajo del crecimiento registrado el año 2015 (6,77%)

PIB: La economía colombiana obtuvo un crecimiento del 2 por ciento durante el año 2016 frente al 2015, según reportó el Dane, entidad que reveló que durante el tercer trimestre el Producto Interno Bruto (PIB) creció 1,6 por ciento, superior al 1,2 por ciento del tercer trimestre.

Inversión extranjera: Colombia subió un 36,6 por ciento en octubre frente a igual mes del año pasado, a 704,9 millones de dólares, por la entrada de recursos hacia carteras de portafolio y sectores diferentes al petrolero y el minero

Balanza Comercial En febrero de 2017 se registró un déficit en la balanza comercial colombiana de US\$816,6 millones FOB. El déficit en febrero del 2016 fue US\$1.001,6 millones FOB. En los dos primeros meses de 2017 se redujo el déficit en la balanza comercial colombiana en US\$977,4 millones FOB al pasar de US\$2.494,2 millones FOB en los dos primeros meses del 2016 a US\$1.516,8 millones FOB en el mismo periodo de 2017.

FACTORES POLÍTICOS

NORMAS

Ley 9 de 1991

Titulo 1 → de las normas generales en materia de cambios internacionales

→ Capitulo 1 → disposiciones generales → ayuda a → promover, fomentar y estimular el comercio exterior de bienes y servicios, en particular las exportaciones y la mayor libertad en la actualizacion de los agentes economicos en estas transacciones → capitulo II → de los cambios internacionales → ayuda a → regulacion de las operaciones de cambio: para esto unicamente

podrá establecer controles o actualizaciones administrativas con el objeto de verificar la naturales y el cumplimiento de regulaciones correspondientes → capítulo III → de las inversiones → el rendimiento o valor de la liquidación de estas inversiones podrá reinvertirse o utilizarse libremente en el exterior → título II → de las disposiciones relacionadas con los cambios internacionales → capítulo I → disposiciones complementarias → da a conocer → disposiciones sobre gravámenes a las exportaciones, las entidades territoriales y distritales (los distritos especiales) no podrán establecer gravámenes sobre la exportación ni sobre el tránsito de productos destinados a la exportación → título II → facultades extraordinarias → establece el régimen sancionatorio para aquel que no cumpla la ley.

-Mediante la resolución 1834 del 24 de octubre de 1994, el Instituto Colombiano de Comercio Exterior abrió una investigación de carácter administrativo con el objeto de determinar la procedencia de imponer una medida de salvaguardia a las importaciones de Textiles, confecciones y calzado, originarias de la República Popular China y clasificadas en los Capítulos 50 a 64. El marco legal es el decreto 809 de 1994.

APC

El Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América, sus cartas adjuntas y sus entendimientos fueron suscritos en Washington, el 22 de noviembre de 2006.

El proceso de incorporación a la legislación interna colombiana se surtió mediante la aprobación de la Ley 1143 2007 por el Congreso colombiano, y se complementó mediante Sentencia C-750/08 de la Corte Constitucional mediante la cual el Acuerdo y la citada ley se encontraron

acordes al ordenamiento constitucional del país. Con igual suerte corrió el “Protocolo Modificador” del Acuerdo, firmado en Washington el 28 de junio de 2007, y aprobado mediante Ley 1166 de 2007, cuya exequibilidad fue declarada en Sentencia C-751/08.

El 12 de octubre de 2011 el Congreso de los Estados Unidos aprobó el Acuerdo, hecho que fue seguido por la sanción de la ley aprobatoria por parte del presidente Obama el 21 de octubre de 2011. Así se dio inicio a la etapa de implementación normativa del Acuerdo en Colombia, el cual tuvo por objeto verificar que se lleven a cabo los ajustes tendientes a garantizar que el Acuerdo es compatible con nuestro ordenamiento jurídico.

Agotada esta etapa, se hace el canje de notas entre los dos gobiernos, lo que se realizó en la pasada VI Cumbre de las Américas en Cartagena de Indias, en el que se estableció la fecha de entrada en vigencia del TLC.

El proceso culmina con la publicación del Decreto 993 del 15 de mayo de 2012, mediante el cual se promulga el "Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América", sus "Cartas Adjuntas" y sus "Entendimientos", la Proclama es un requisito necesario para la entrada en vigor del Tratado.

REGLAS DE ORIGEN

Como productor, exportador o importador, usted debe conocer las reglas de origen del APC para determinar si la mercancía es originaria y, de ese modo, poder beneficiarse de

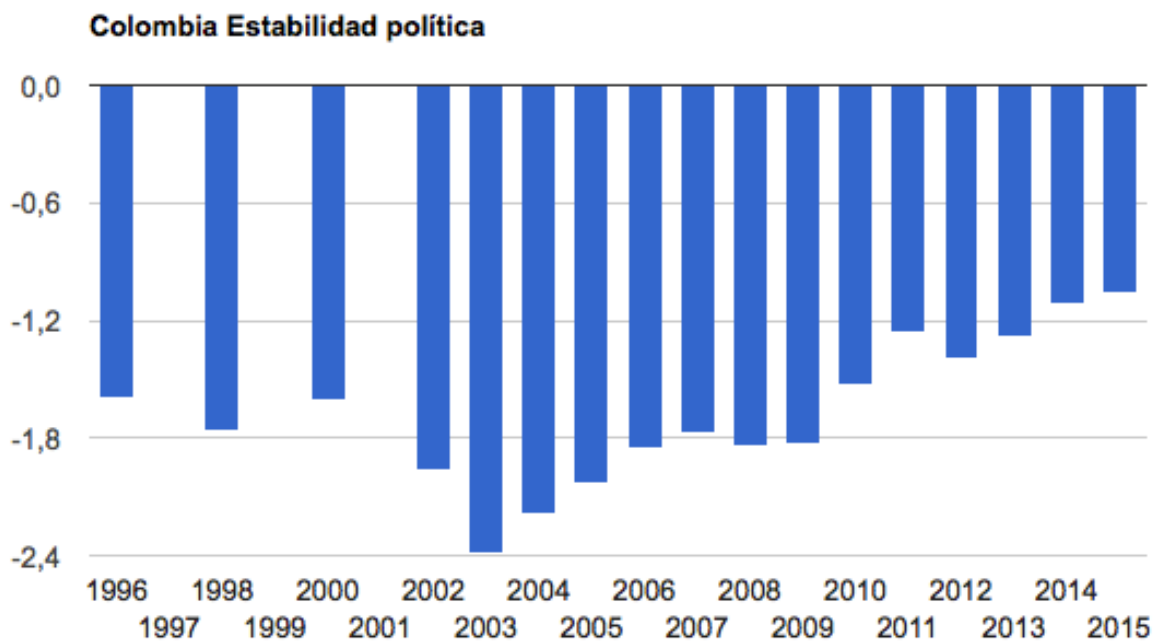
la reducción o exención del pago del arancel derivada del Acuerdo. Además, debe conocer la normativa relacionada con las reglas de origen, ya que existen sanciones⁷ por realizar una certificación de origen errada o por no cumplir con las obligaciones establecidas. (DIAN , 2016).

CLASIFICACION ARANCELARIA

Colombia y Estados Unidos los 6 primeros digitos son iguales para ambos paises, sin embargo si se va a hacer con otros hay que tener en cuenta los numeros de la clasificacion para no cometer errores.

ESTABILIDAD POLITICA

Para este indicador, El Banco Mundial (govindicators.org) proporciona datos para Colombia desde 1996 a 2015. El valor medio para Colombia durante ese período fue de -1.68 puntos con un mínimo de -2.39 puntos en 2003 y un máximo de -1.06 puntos en 2015.



FACTORES SOCIALES

DISTRIBUCION DEL INGRESO

El DANE informa sobre la pobreza y la distribución de ingresos en Colombia para el año 2012. Según la nueva metodología, la pobreza monetaria bajó de 34,1% en 2011 a 32,7% en 2012, o sea, una disminución de 1,4 puntos. De acuerdo con la anterior metodología, el porcentaje de personas en situación de pobreza bajó de 39,8% a 37,8%.

En cuanto a la pobreza extrema, para el año 2012 el porcentaje de personas en esta situación fue de 10,4% en comparación con 10,6% en 2011, según la nueva metodología. Con la anterior metodología los porcentajes respectivos son de 12,2% 12,6%.

Al descomponer los porcentajes por zonas urbanas y rurales, las diferencias son notables. En 2012, la pobreza fue de 28,4% en las zonas urbanas y de 46,8% en las rurales. Y para la pobreza extrema, los valores son de 6,6% y de 22,8%.

A nivel internacional, de 157 países, según index mundi, Colombia ocupa el puesto 60 según la nueva metodología de medición de la pobreza, y el puesto 47 según la antigua.

En comparación con 18 países de Latinoamérica, Colombia es el octavo país con mayor nivel de pobreza, por encima de Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, Perú, Uruguay y Venezuela en Sur América.

La desigualdad de ingresos medida por el coeficiente de Gini bajó de 0,548 en 2011 a 0,539 en 2012, es decir, una mejoría de 0,09 puntos.

Internacionalmente, de 141 países, Colombia es después de Algeria, Bolivia, Botsuana, Cabo Verde, Guatemala, Ecuador, Honduras y Zimbabue el de peor distribución de ingresos en el mundo, es decir, el noveno más malo (Ortiz, Isabel y Cummins, Matthew. La distribución de ingresos en 141 países. Agosto 2012).

Lo anterior significa que el país tiene la quinta peor distribución en Latinoamérica. La situación puede ser más negativa ya que se está comparando con un dato reciente de Colombia y seguramente Ecuador ya está mejor así como otros países en el mundo en cuanto a niveles de pobreza de distribución de ingresos.

En conclusión, si bien el nivel de pobreza ha mejorado, todavía es alto, pero la situación es realmente terrible en cuanto a la concentración del ingreso ya que estamos entre los nueve de peor desigualdad en el mundo.

DESEMPLEO

En enero de 2017 se mantuvo la estabilidad de la tasa de desempleo registrada en el mismo periodo del año pasado y característica del primer mes de cada año.

Según informó el Dane este martes, la tasa de desempleo de enero de 2017 fue 11,7 % y la de enero de 2016 fue 11,9 %.

En enero de 2017 la tasa de participación fue 63,8 %. En enero de 2016 fue 64,5 %. La tasa de ocupación en enero de 2017 fue 56,3 % y en enero de 2016 fue 56,9 %.

TRIMESTRE (NOVIEMBRE 2016 – ENERO 2017)

En el trimestre móvil noviembre 2016 – enero 2017 la tasa de desempleo para el total nacional se situó en 9,3 % y completa 4 periodos consecutivos noviembre – enero con tasas de un dígito. La

tasa de participación fue 64,6 % y la de ocupación 58,6 %.

Para el trimestre móvil noviembre 2015 – enero 2016 la tasa de desempleo fue 9,2 %, la tasa de participación 65,1 % y la de ocupación 59,1 %.

En el trimestre móvil noviembre 2016 - enero 2017 las ramas que jalaron la generación de empleo en el total nacional fueron: Industria manufacturera y Servicios sociales y aquellos relacionados con la salud humana. Cabe resaltar que la Industria Manufacturera lleva 5 trimestres móviles consecutivos con variación positiva.

CIUDADES Y ÁREAS METROPOLITANAS

En el mes de enero de 2017 las tasas de ocupación y participación se mantienen estables. La tasa de desempleo en las 13 ciudades y Áreas Metropolitanas se ubicó en 13,4 %, la tasa global de participación fue 67,4 % y la de ocupación 58,4 %. En enero 2016 las tasas de desempleo, participación y ocupación fueron 14,1 %, 68,0 % y 58,4 % respectivamente.

Para las 13 ciudades y Áreas Metropolitanas la Industria Manufacturera lleva 4 trimestres móviles consecutivos con variación positiva.

En las 13 ciudades y Áreas Metropolitanas la tasa de desempleo del trimestre móvil noviembre 2016 - enero 2017 fue 10,6 %, la de participación 67,6 % y la de ocupación 60,4 %. En el trimestre móvil noviembre 2015 – enero 2016 las tasas de desempleo, participación y ocupación fueron 10,7 %, 68,1 % y 60,8 % respectivamente.

Comparado con el periodo noviembre 2015 - enero 2016 los sectores más dinámicos en generación de empleo para las 13 Ciudades y Áreas Metropolitanas, fueron: Industria manufacturera y Servicios comunales, sociales y personales.

La generación de empleo en las 13 Ciudades y Áreas Metropolitanas estuvo asociada a la creación de empleo asalariado (formal) cuya contribución es 1,6 veces más que la del empleo por cuenta propia.

Para las 23 Ciudades las tasas de desempleo más bajas se registraron en Santa Marta con 7,9 %, Barranquilla A.M. con 8,1 % y Bucaramanga A.M. con 8,6 %. Las ciudades con tasas de desempleo más altas en el trimestre móvil fueron Cúcuta A.M. con 16,5 %, Quibdó con 15,9 % y Armenia con 15,2 %. Diez de las 23 ciudades registraron variación negativa de la tasa de desempleo.

CENTROS POBLADOS Y ZONAS RURALES DISPERSAS

En los centros poblados y las zonas rurales dispersas en el trimestre móvil noviembre 2016 - enero 2017 la tasa de desempleo se ubicó en 5,3 %, al igual que en el mismo trimestre del año anterior. Esta es la tasa más baja de los últimos años.

Tasa global de participación, ocupación y desempleo - Centros poblados y rural disperso
Trimestre móvil noviembre enero (2001 – 2017).

FACTORES GEOGRAFICOS

DIFICULTADES DE TRANSPORTE

El crecimiento de la economía esta muy limitado ya que sus vias no son las que deberian ser para tener una buena competitividad.

El clima contribuye a un deterioro mas rapido de las vias.

La geografia colombiana, gracias a sus montañas y un relieve muy variado, requiere una mayor inversion en las vias para poder conectar las diferentes ciudades.

VIAS, PUERTOS, AEROPUESTOS.

El avistamiento de aves y de ballenas, así como el mágico mundo natural plasmado en el filme Colombia, Magia Salvaje, son la nueva apuesta del turismo en el país para que más visitantes disfruten de estos escenarios. En este propósito, la modernización de los **aeropuertos** es clave para capitalizar este potencial.

El Gobierno ha invertido una cifra récord de casi \$6 billones en la ampliación y modernización de 71 aeropuertos, entre concesionados y contratados por la Aerocivil. En los últimos 5 años, 7 aerolíneas ingresaron al mercado, llegando a 27 en total, y se pasó de 68 a 80 rutas.

Así lo resumió el presidente Juan Manuel Santos en la inauguración de la ampliación de la plataforma central del aeropuerto El Dorado de Bogotá, concesionado por la Agencia Nacional de Infraestructura (**ANI**) y a cargo de Opain.

En 2017 El Dorado aumentará su capacidad en 30%. Podrá realizar cerca de 400.000 operaciones por año y atender un estimado de 40 millones de pasajeros. Además, se analiza la construcción de una segunda terminal, que estaría ubicada entre los municipios de Madrid y Facatativá.

Más allá de El Dorado, la hoja de ruta de la ANI es compleja: tiene a su cargo 7 concesiones que integran 16 aeropuertos en el país. El objetivo entre 2014 y 2018 es ejecutar \$2,3 billones en proyectos que les están cambiando la cara a los principales aeropuertos. Las obras van desde la demolición para reconstruir, como sucedió con el aeropuerto Internacional Simón Bolívar, de Santa Marta, hasta la modernización y ampliación de las terminales.

Los proyectos incluyen ampliación de pistas, modernización y climatización de terminales, repavimentación, nuevos parqueaderos, zonas verdes, construcción de nuevos terminales de carga y de pasajeros, nuevas torres de control, edificios de mantenimiento de aeronaves y ampliación de plataformas, construcción de centros de servicios y la ampliación o construcción de terminales internacionales, privadas o de carga, entre otros.

Este año la ANI puso en operación la nueva terminal internacional en Cali, mientras que en Medellín se entregará la ampliación en la de pasajeros. En lo corrido del año se han ampliado los aeropuertos de Santa Marta, Montería y Quibdó. En paralelo, la Aerocivil estará culminando las obras de más de 30 aeropuertos. En términos de nuevas adjudicaciones, se espera avanzar en los proyectos para las ampliaciones de los aeropuertos de Armenia, Cartagena, San Andrés, Cali y Buenaventura.

A buen puerto

Con la modernización de buena parte de la red portuaria, en 2016 se alcanzó la cifra histórica de 201,8 millones de toneladas de carga movilizadas en el país: 40% más que en 2010, cuando se movieron 143,8 millones de toneladas.

Esta cifra muestra la dimensión que tienen los puertos en Colombia para hacerla más competitiva. En marzo de este año entró en operación el Puerto de Aguadulce, en Buenaventura, en el cual se han invertido más de US\$650 millones. Este año se avanza en el desarrollo de Puerto Antioquia, en el Urabá, y también se ampliarán los terminales de Compas en Cartagena y el Golfo de Morrosquillo.

En nuevas adjudicaciones sobresalen los proyectos del dragado de profundización en Buenaventura y el segundo canal de acceso a la bahía de Cartagena. Entre 2011 y 2015 se realizaron inversiones en zonas portuarias de uso público por valor de más de US\$2.200 millones. Se modernizaron las sociedades portuarias de **Buenaventura**, Cartagena y Santa Marta y las terminales especializadas en contenedores, como TCBuen, en Buenaventura, y Contecar, en Cartagena.

También se invirtió en dragados en los canales de acceso al Puerto de Buenaventura y a la zona portuaria de Ciénaga, para adecuarse a la ampliación del Canal de Panamá. Además, la infraestructura portuaria se amplió con nuevas terminales como Puerto Cayao, en Cartagena, y Puerto Solo, en la Bahía de Buenaventura.

El tren sigue de moda

Desde hace 162 años, cuando se concluyó la primera línea del Ferrocarril de Panamá, el sistema férreo colombiano ha pasado de contar con 51 kilómetros a 3.463 kilómetros, de una red nacional que hoy opera a media marcha, pese a que en los últimos 25 años se han invertido más de US\$1.000 millones.

OCEANOS

A nivel cultural, en la Región Caribe (al norte del país) está gran parte de la historia nacional que inició con la llegada de los españoles hace más de 400 años. En la ciudad de Cartagena, se encuentran vestigios de la inquisición y la conquista por parte de los españoles que han servido de referente a nivel mundial de la esclavitud y el periodo de colonización del territorio americano. Por el otro lado, en la Región Pacífica (al occidente) se encuentra el máximo esplendor de la cultura afro en nuestro país y uno de los más notorios de América Latina. En cuanto a economía, contar con costas en el Océano Pacífico y el Mar Caribe (Océano Atlántico) resulta importante si se tiene en cuenta que a nivel mundial los océanos representan un capital avaluado en 24 billones de dólares, de acuerdo con el Fondo Mundial para la Naturaleza. En el Pacífico colombiano, el potencial de la actividad pesquera está estimado en 450.000 toneladas al año y el Caribe aporta el 15% del PIB nacional.

Los océanos ocupan el 70% de la superficie de la Tierra y se estima que en sus aguas habita entre el 50% y el 80% de la vida en el planeta. Colombia cuenta con 928.660 km² de superficie oceánica, espacio en el que la habita gran parte de la biodiversidad de nuestro país, que viene a los diversos cambios continentales que ha tenido el mundo desde la época del gran continente Pangea (que se dividió hace millones de años para dar paso a los continentes actuales).

Con los movimientos tectónicos y el surgimiento de las Antillas y la conexión entre América del Sur y del Norte pasó al Océano Atlántico. En ese momento se iniciaron grandes intercambios biológicos entre las especies terrestres, generando la inmensa biodiversidad que hoy conocemos en Colombia. Los océanos son pilares de la naturaleza desde hace millones de años. A continuación encuentras información sobre las especies más destacadas de cada uno.

FACTORES TECNOLOGICOS

TIC

El incremento en el consumo de tecnología por parte de los colombianos durante los últimos años, entre celulares inteligentes, tabletas, portátiles y televisores que se conectan a internet, se ha convertido en una constante. Medidas puntuales como la eliminación de aranceles e impuestos para computadores, por ejemplo, han ocasionado la amplia compra de este tipo de dispositivos. De la mano con ello, era natural que la penetración de servicios de telecomunicaciones en el país se haya acelerado punto que hoy los usuarios tienen alternativas de conectividad, sin importar el lugar en el que se encuentren o el dispositivo que estén usando, a precios cada vez más asequibles.

Una muestra de la velocidad a la que crecen los servicios de telecomunicaciones en el país es el número de suscripciones a internet banda ancha que se registraron durante el último año. De acuerdo con cifras de los operadores reportadas al Ministerio de las TIC, del segundo trimestre

de 2013 al mismo periodo de 2014 este tipo de conexiones crecieron a un ritmo cercano al 30 por ciento, hasta las 9,3 millones de suscripciones a banda ancha.

Al discriminar el tipo de conexiones se observa que el mayor número corresponde a accesos a internet móvil con 4,6 millones de suscriptores, de los cuales 4,08 millones cuentan con servicios de tercera generación móvil y 585 mil a cuarta generación móvil; por su parte los accesos a Internet fijo dedicado alcanzaron los 4.6 millones de suscriptores. Aquí el auge de celulares y tabletas tiene mucho que ver.

Otro de los sectores de la industria de las telecomunicaciones que aumentó fuertemente su penetración fue el de la telefonía móvil, que a junio del presente año alcanzó las 52,1 millones de líneas activas.

Dicha cifra significa que por cada 100 colombianos hay 109,5 líneas de telefonía móvil. Además en los últimos 12 meses se activaron 4,8 millones de líneas celulares. Parte de este crecimiento pudo estar relacionado con las fuertes campañas que emprendieron las empresas del sector para incentivar la adquisición de equipos de telefonía previo a la entrada en vigencia de la regulación que eliminó las cláusulas de permanencia mínima.

El mercado de telefonía móvil sigue siendo dominado por Claro, que cuenta con una participación de 55,77 por ciento con más de 29 millones de líneas, mientras que Movistar y Tigo tienen en su poder el 23,53 por ciento y 15,94 por ciento del mercado. Entre los Operadores

Móviles Virtuales (OMV), Virgin destaca como el de mayor importancia con 1,2 millones de líneas activas.

“La participación de abonados en servicio de telefonía móvil en categoría prepago fue de 79,05 por ciento frente al 20,95 por ciento de la categoría pospago”, agregó el Ministerio TIC.

En el sector de fabricantes de teléfonos inteligentes, los modelos de gama media han tomado mayor relevancia en Colombia gracias a que sus precios los convierten en la puerta de entrada para muchos usuarios que hacen su primera aproximación a las nuevas tecnologías móviles. Pues este incremento en el uso de “smartphones” de gama media se ve reflejado además en el número de usuarios que empiezan a hacer uso de la Red desde sus equipos móviles.

De acuerdo con las cifras reportadas por la industria, al finalizar el segundo trimestre del año el número de abonados (consumen internet móvil por demanda), alcanzó los 18,4 millones, cifra superior en un 24 por ciento a la registrada en los primeros tres meses del año.

En el segmento de suscripciones a Internet móvil, se puede observar el aumento en el número de conexiones 4G, que en cuestión de tres meses pasaron de 215 mil a 585 mil, este incremento (172 por ciento), va de la mano con un estancamiento en el número de conexiones 3G (4,08 millones) y una caída en el número de suscripciones a servicios 2G (495 mil).

AUTOMATIZACION DEL PROCESO

I. PREPARACIÓN DE LA FIBRA

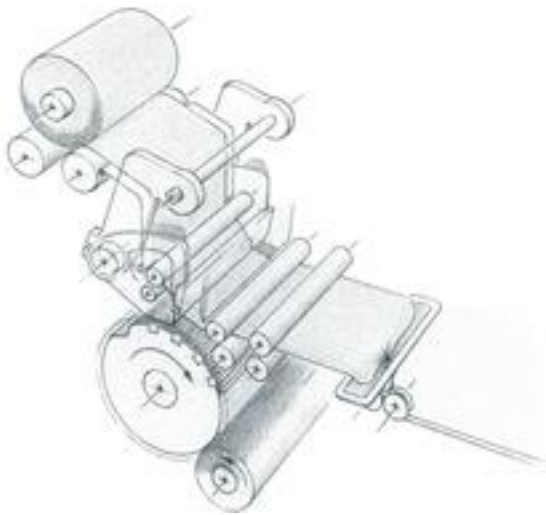


Control de toda la línea: apertura, limpieza, mezcla y cardado

Conexión en red inteligente de toda la maquinaria

Gestión modular del sistema

II. PEINADO



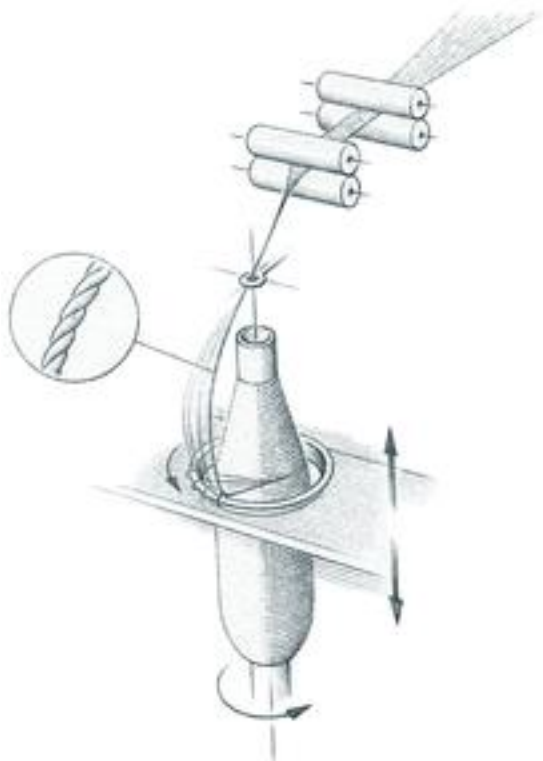
- Máxima velocidad de pisado [pisadas/min.]
- Movimiento optimizado del peine
- Control preciso de las pinzas

III. ESTIRAMIENTO



- Adquisición de datos rápida del disco de exploración
- Análisis FFT integrado
- Control de uniformidad de los hilos
- Cambio automático de bobina

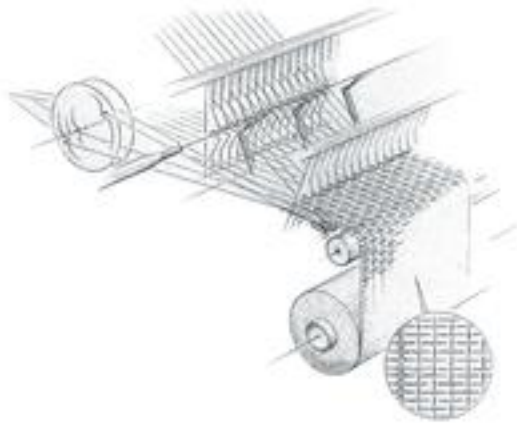
IV. HILADO



- Movimiento de alta precisión de las guías circulares

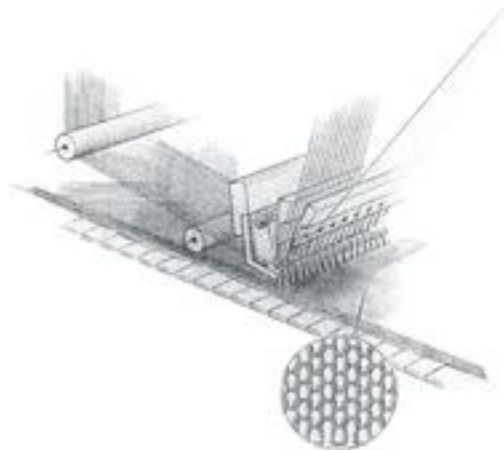
- Corrección automática de rotura del hilo
- Cambio y transporte automático de la canilla

V. TEJIDO



- Máximo rendimiento de inserción de trama
- Árbol de levas configurable para toberas de relevo
- Fácil integración de dispositivos auxiliares

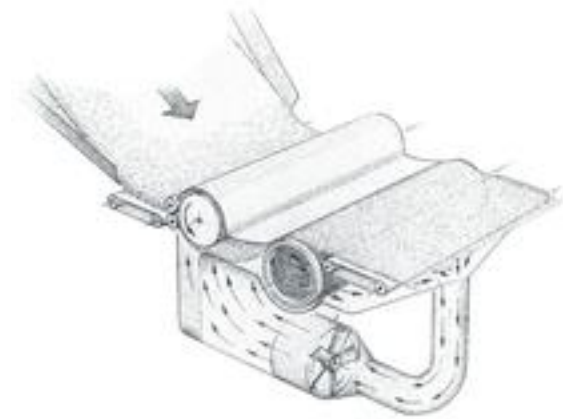
VI. TEJIDO DE PUNTO



- Fácil integración de los datos del patrón
- Variedad de patrones de tejido de punto

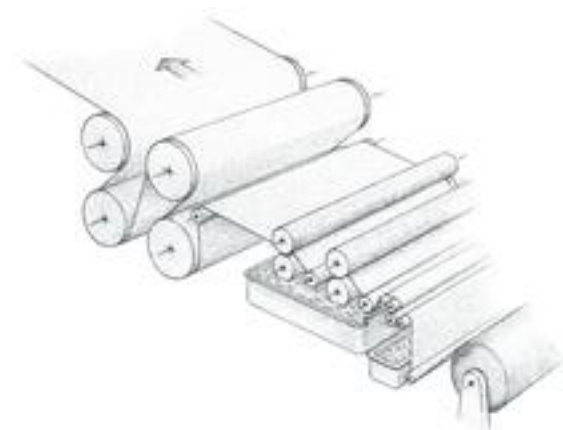
- Selección electrónica de agujas
- Cortos tiempos de configuración

VII. PRODUCCIÓN DE TELA NO TEJIDA



- Sistemas de geotextiles
- Máquinas de punzonado
- Sistemas de hilado por adhesión
- Unidades de estiramiento
- Máquinas de corte
- Máquinas de bobinado

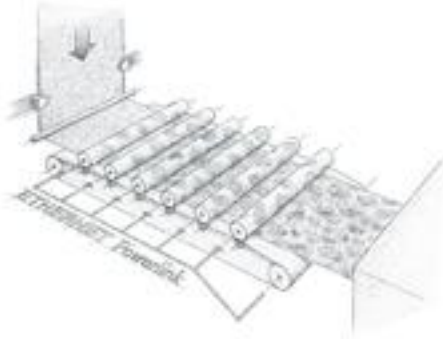
VIII. ACABADO DE TEXTILES



- Alisado óptimo con sistema de control de patrones integrado

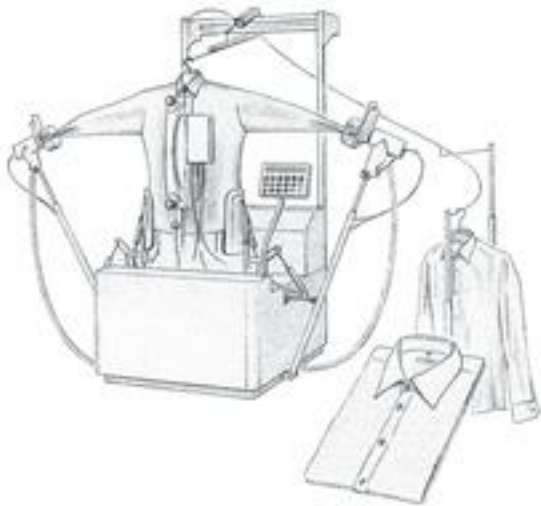
- Teñido y recubrimiento
- Control de tensión integrado

IX. IMPRESIÓN



- Máxima sincronización
- Resolución angular de alta precisión
- Agrupación flexible de unidades de impresión

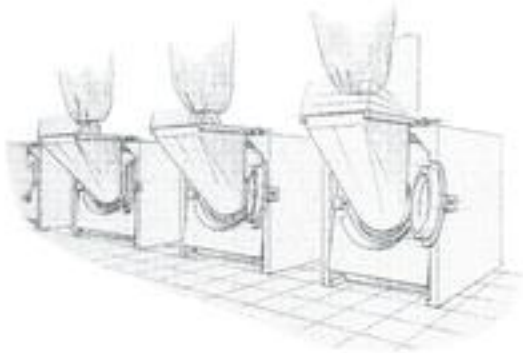
X. PLANCHADO Y PLEGADO



- Sistema de control secuencial flexible
- Control de tensión
- Control de temperatura de alta precisión

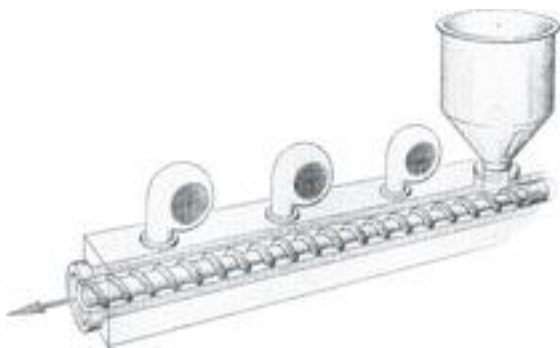
- Tamaño de producto flexible

XI. LAVADO, TEÑIDO Y BLANQUEADO



- Secuencias de lavado flexibles
- Monitorización del flujo de material con lector de código de barras
- Configuración de la maquinaria
- Control central de estaciones de maquinaria

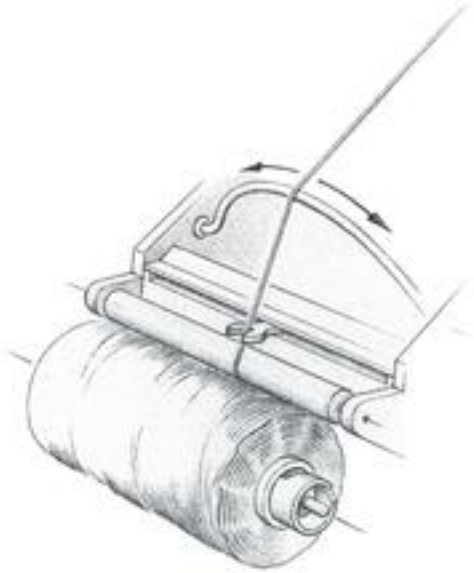
XII. EXTRUSIÓN



- Control de los tornillos sin fin
- Perfiles de inicio
- Control de la presión de fusión
- Asignación de zona configurable
- Sincronización de todo el sistema

- Configuración de los dispositivos posteriores

XIII. BOBINADO



- Preciso control de la tensión
- Máxima sincronización
- Variedad de patrones de bobinado
- Interconexión de las bobinas
- Máxima velocidad de bobinado

XIV. TEJIDO Y TRENZADO



- Control del hilo de urdimbre y trama
- Tela trenzada en 2D y 3D
- Perfiles variables de grupos trenzados

Cortos tiempos de configuración

FACILIDAD DE ACCESO A LA TECNOLOGIA

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) publicó su índice de desarrollo de las TIC, del que participan 166 países y en el que Colombia ganó tres posiciones, para ubicarse en el puesto número 77 a nivel mundial.

El índice es producto de la medición de 11 indicadores entre los que destacan las suscripciones a internet fijo, porcentaje de individuos usado internet, penetración de la telefonía móvil y porcentaje de hogares con acceso a internet, entre otros.

Colombia aún se encuentra lejos de los países ‘top’ en materia de desarrollo TIC, sin embargo, como lo destaca la UIT, está en la lista de naciones más dinámicas de Las Américas, grupo en el que ocupa la posición número 14 entre 32.

El sector se encuentra actualmente en un proceso de modernización pues pese a que algunas empresas ya han adquirido la infraestructura y los bienes de capital de alta tecnología, continua siendo obsoleta comparada con la alta tecnología que existe para la productividad del sector a nivel mundial. De otro lado, la situación actual de la industria, muestra un escenario negativo por situaciones como la crisis mundial y falta de aprovechamiento de los tratados con socios comerciales, entre otras, que influyen en la dinámica interna.

Es por ello que las políticas deben estar orientadas, en primer lugar en mejorar los procesos logísticos que han encarecido los costos de producción, por medio de dar una mayor importancia

en la prestación de servicios de paquete completo , mejorar las garantías de calidad y la capacidad de adaptación a otros mercados, estudiando sus fortalezas y debilidades.

La modernización del aparato productivo permitirá facilitar no solo la adaptación a nuevas formas de innovación, sino a nuevas formas de comercialización. De igual

forma el Estado, debe fortalecerá las empresas, ofreciendo paquetes de ajuste integrales diseñado para ayudar a reestructurar e impulsar el sector de las manufacturas y construyendo alianzas estratégicas con el sector estratégicos.

Es por ello, que en primer lugar, el Estado debe aumentar la inversión, incentivando una inversión de las empresas extranjeras, basada no en la compra de compañías, sino, en la construcción de sociedades con las empresas nacionales, equilibrando las diferencias de incentivos entre las empresas nacionales y las extranjeras donde exista un clima atractivo para la inversión en general, pero con respeto a la inversión nacional.

MatrizPOAM

	POAM									
	CALIFICACION	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
FACTORES		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
ECONOMICOS										
inflacion			X			X			X	
inversion		X					X	X		
ingreso percapita			X			X		X		
tasa de interes		X					X	X		
balanza comercial			X			X			X	
POLITICOS										
normas			X			X			X	
estabilidad politica			X			X		X		
SOCIALES										
distribucion del ingreso			X			X				X
desempleo			X			X		X		
GEOGRAFICOS										
transporte				X	X			X		
vias, puertos y aeropuertos			X			X		X		
accesos maritimos		X					X	X		
TECNOLOGICOS										
automatizacion de los procesos			X			X			X	
acceso a tecnologia			X			X			X	
tic			X			X			X	

3.1 PRESELECCION DEL MERCADO

3.1.1 MERCADOS POTENCIALES

TIPO DE VARIABLE	VARIABLE 2014	NICARAGUA	P	C	R	HONDURAS	P	C	R	EL SALVADOR	P	C	R	FUENTE
COMERCIAL	1 Importaciones producto pais USD	12.988	4,50%	2	0,09	26.939	4,50%	3	0,14	36.530	4,50%	5	0,23	http://www.trademap.org/(S(r12cto450210s553ybof55))/Country_SelProductCountry.aspx
COMERCIAL	2 % crecimiento	2%	4,00%	5	0,20	-10.75%	4,00%	1	0,04	-1%	4,00%	2	0,08	http://www.trademap.org/(S(r12cto450210s553ybof55))/Country_SelProductCountry.aspx
COMERCIAL	5 Importaciones - competidores	Honduras 13.073 El Salvador: 27.147	4,50%	5	0,23	El Salvador: 27.147 Nicaragua 9.257	4,50%	3	0,14	Nicaragua 9.257 Honduras 13.073	4,50%	4	0,18	http://www.trademap.org/(S(r12cto450210s553ybof55))/Country_SelProductCountry.aspx
COMERCIAL	6 exportaciones colombianas	\$ 0,00	4,00%	1	0,04	\$ 3,00	4,00%	5	0,20	\$ 1,00	4,00%	2	0,08	http://www.trademap.org/(S(r12cto450210s553ybof55))/Country_SelProductCountry.aspx
TECNICAS	8 arancel general vs preferencial	GENERAL 16% - NO HAY PREFERENCIA	4,00%	4	0,16	12 % NO HAY PREFERENCIA	4,00%	4	0,16	GENERAL 7% - NA PREFERENCIA	4,00%	2	0,08	http://www.macmap.org/QuickSearch/FindTariff/FindTariffResults.aspx?product=34029001&country=484&partner=170&year=2014&source=1ITC&AVF=1
TECNICAS	9 impuestos adicionales	Impuesto sobre el volumen de negocios de importación del 19%	4,50%	3	0,14	-	4,50%	-	-	Impuesto sobre las ventas 13%	4,50%	3	0,14	https://es.santandertrade.com/establecerse-extranjero/beleica/fiscalidad
TECNICAS	11 reglas de origen - contenido regional	Esrandares de calidad ISO 9000, Norma de control de medio ambiente ISO 14000, ISO 9000 SERIE 2000 identifica la satisfaccion del cliente con el producto	3,50%	4	0,14	-	3,50%	-	-	Ninguna Parte exigira una certificación o información que demuestre que una mercancía es originaria cuando: El valor aduanero de la importación no exceda de un mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 1,500.00). Sea una mercancía para la	3,50%	4	0,14	http://antiquo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNews/No4042DocumentNo3417.PDF

TIPO DE VARIABLE	VARIABLE 2014	NICARAGUA	P	C	R	HONDURAS	P	C	R	EL SALVADOR	P	C	R
LOGISTICAS	12 infraestructura - # puentes y aeropuertos	Aéreo: 1 aeropuerto Marítimo: corinto, managua	4,00%	4	0,16	Aéreo: 6 aeropuertos Marítimo: 2 Puertos	4,00%	2	0,08	Aéreo: 2 aeropuertos Marítimo: 4 Puertos	4,00%	3	0,12
LOGISTICAS	15 logistic performance index LPI	1%	3,50%	3	0,11	2.46%	3,50%	3	0,11	2.71%	3,50%	3	0,11
SOCIO DEMOGRAFICAS	16 afinidad cultural	media	3,00%	4	0,12	BAJA	3,00%	3	0,09	MEDIA	3,00%	4	0,12
SOCIO DEMOGRAFICAS	17 idioma	español	3,00%	4	0,12	Castellano, Lenguas Antiguas	3,00%	4	0,12	ESPAÑOL	3,00%	4	0,12
SOCIO DEMOGRAFICAS	18 religion	catolica (60%),protestantismo (25%), ninguna (11%), otras (4%)	3,00%	2	0,06	Catolicismo Romano (48.7%), Protestantismo (41.0 %), Sin Religion (5%) Otros (4%)	3,00%	2	0,06	Catolicismo romano 47.0 % Protestantismo 41.0 % Sin religión 10.0 %	3,00%	2	0,06
ECONOMICAS	19 PIB	\$ 12.69 miles de millones USD	4,00%	4	0,16	20.42 miles de millones US	4,00%	4	0,16	41.600 MILLONES USD	4,00%	5	0,20
ECONOMICAS	20 variacion PIB año anterior	4.9%	3,50%	5	0,18	3,6%	3,50%	3	0,11	2.5%	3,50%	3	0,11
ECONOMICAS	21 PIB percapita	\$ 1.851	3,50%	3	0,11	\$ 2.365	3,50%	4	0,14	\$ 2.365	3,50%	4	0,14
ECONOMICAS	22 inflacion	3.5%	4,50%	4	0,18	2.7%	4,50%	3	0,14	0.6%	4,50%	3	0,14
ECONOMICAS	23 devaluacion	1.9%	4,00%	5	0,20	5,05%	4,00%	5	0,20	15.00%	4,00%	4	
ECONOMICAS	24 riesgo pais	S&P altamente especulativa(AA-)	4,00%	5	0,20	S&P (B+)	4,00%	4	0,16	S&P (B-)	4,00%	3	0,12
PAIS	25 sistema de gobierno- actual	Favorable	3,00%	5	0,15	Favorable	3,00%	5	0,15	Favorable	3,00%	5	0,15
PAIS	26 doing business	127	3,50%	5	0,18	105	3,50%	3	0,11	105	3,50%	3	0,11
	TOTAL		75,50%		2,90		75,50%		2,28		75,50%		2,40
	100%												

3.1.2 SELECCIÓN PAIS



Nombre oficial: República de Nicaragua

Superficie: 129.494 km²

Situación geográfica: La República de Nicaragua es un país ubicado en el centro geográfico del istmo centroamericano. Limita al norte con Honduras, al sur con Costa Rica, al oeste con el océano Pacífico y al este con el mar Caribe.

Principales recursos naturales: Posee gran diversidad de especies de maderas, variedad de pesca, y minerales tales como oro, Zinc, Tungsteno, plomo y madera.

Población: 5,727,707 habitantes

Densidad demográfica: 39 hab/km²

Grupos de población: Mestizos 69%, Blancos: 17%, población negra : 9%, Amerindios : 5 %.

Población ciudades:

Capital: Managua 2.132.421 Habitantes

Principales ciudades: Managua 2.132.421 Habitantes

Religiones: Católicos : 58.5% , Protestantes : 23,2% , Testigos de Jehová 0,9% otros: 1,7% Sin Religión : 15,7%.

División administrativa: Nicaragua se divide en 17 departamentos, que hoy en día sólo tienen propósitos meramente administrativos. No tienen autoridades, ni propias ni delegadas del poder central. Los departamentos se dividen a su vez en municipios regidos por un alcalde y un consejo.



Lenguas:

Oficial: Español .97.5%

Otras: Miskito 1.7%, Otras : 0,8%

3.2 ANALISIS DEL MERCADO OBJETIVO

3.2.1 CONDICIONES DE ACCESO

Arancel al producto según partida arancelaria.

El arancel para la partida arancelaria 64.02.99.00.00 de Nicaragua a Colombia es del 15% así los tratados estén vigentes.

Normas origen

Las normas de origen son criterios necesarios para determinar la procedencia de un producto. Es necesaria ya que las condiciones comerciales entre países varían debido a acuerdos y criterios adicionales que hacen de la norma un elemento fundamental para garantizar políticas comerciales propias de las naciones. En esta sección usted podrá encontrar información relevante sobre las normas de origen de un mercado y al sector al que aplican. Es indispensable indagar en este aspecto debido a que Colombia tiene trato arancelario preferencial gracias al precepto "nación más favorecida" de la OMC.

Normatividad y certificaciones para productos de cuero



Worldwide Responsible Accredited Production - WRAP

WRAP is an independent, objective, non-profit team of global social compliance experts dedicated to promoting safe, lawful, humane and ethical manufacturing around the world through certification and education. The WRAP Certification Program is based on 12 Principles focusing on compliance with local laws, workplace regulations, universal workers' rights, the environment, customs compliance and security. WRAP is also an IRCA



Fairtrade Textile Standard

The Fairtrade Textile Standard is one component of the greater Fairtrade Textile Programme to facilitate change in textile supply chains and related business practices. This comprehensive approach engages manufacturers and workers in the supply chain to bring about better wages and working conditions, and engages brands to commit to fair terms of trade. The main components of fair and sustainable trading relations in the standard Criteria



Workplace Condition Assessment (WCA)

In 2010, the largest CSR supply chain auditing and certification body, Intertek, set out to challenge norms on scheduling, tracking, conducting and reporting on social responsibility audits. Rooted in 20 years of experience in supply chain auditing for CSR performance, the Workplace Conditions Assessment (WCA) is a data driven, software-based community platform that enables automated data collection leading to ratings based measurable

Documentos requeridos

Tres facturas comerciales (Original legalizada por el consulado) que contengan: Nombre y dirección del exportador y del consignatario, fecha de expedición, descripción exacta de las mercancías, contenido de cada paquete, peso neto y peso bruto en kilogramos, país de origen, valor FOB y CIF.




Requisito de importación

NICARAGUA	
Impuesto al Valor Agregado (IVA) 15%	
Tipo de producto	Requisitos
<ul style="list-style-type: none">• Importaciones de Productos Industriales	<ul style="list-style-type: none">• Formulario de Declaración de Mercancías de Exportación o FAUCA.• Factura de exportación.• Permiso de libre venta del Ministerio de Salud de Nicaragua (MINSa), para los de consumo humano.
<ul style="list-style-type: none">• Importaciones de Agroquímicos y Productos Veterinarios	<ul style="list-style-type: none">• Formulario Declaración de Mercancías de Exportación o FAUCA.• Factura de exportación.• Permiso de libre venta del Ministerio de Salud de Nicaragua (MINSa) para los productos de uso humano.
<ul style="list-style-type: none">• Importaciones de Productos Farmacéuticos	<ul style="list-style-type: none">• Declaración de Mercancías de Exportación o FAUCA.• Factura de exportación.• Póliza de importación (laboratorios no registrados como nicaragüenses).• Permiso de libre venta del Ministerio de Salud de Nicaragua (MINSa), para los de consumo humano.• Permiso de Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MAGFOR) para productos de uso animal.
<ul style="list-style-type: none">• Importaciones de Bienes de Capital (Material de transporte y vehículos personales)	<ul style="list-style-type: none">• Declaración de Mercancías de Exportación o FAUCA.• Factura de exportación.• Estas exportaciones son autorizadas por la Junta Directiva de la empresa y/o apoderado generalísimo.• Póliza de importación o demostrar la procedencia de la mercadería.



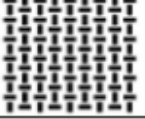

- Indicar el nombre y la dirección del fabricante o distribuidor para los productos nacionales, según sea el caso.

Para los productos importador el nombre y la dirección del importador o distribuidor del producto objeto de este reglamento

Las partes del calzado deben indicarse textualmente o con las siguientes imágenes.

IDENTIFICACION TEXTUAL	PICTOGRAMA
EMPEINE O CAPELLADA	
FORRO Y PLANTILLA	
SUELA	

Los materiales que conforman el calzado deben indicarse en forma escrita, junto con la cual deben usarse imágenes.

IDENTIFICACION TEXTUAL	PICTOGRAMA
CUERO	
CUERO UNTADO	
TEXTIL	
OTROS MATERIALES	

3.2.2 EVALUACION Y CARACTERIZACION DE LOS ACUERDOS VIGENTES

Acuerdos Comerciales y Normativa General

Es un convenio entre dos o más partes referente a la actividad comercial entre los firmantes y resultado de una negociación que como objetivo tiene especificar condiciones especiales en el intercambio de bienes y servicios, en donde además se regulan aspectos como los impuestos, la moneda base, el control fronterizo y la cooperación entre otros. En esta sección usted podrá encontrar información relevante sobre acuerdos comerciales, suscritos, vigentes y en negociación, además de las normas técnicas sobre tratados o acuerdos con el mercado

Acuerdos vigentes Nicaragua Colombia.

El AAP N0. 6 se realiza en el marco del Artículo 25 del Tratado de Montevideo de 1980, el cual permite la suscripción de Acuerdos de Alcance Parcial entre países miembros de la ALADI con otros países y áreas de integración de América Latina, como es el caso de Nicaragua. El Acuerdo tiene por objeto fortalecer el intercambio comercial mediante el otorgamiento de preferencias arancelarias y no arancelarias. El objetivo es fortalecer el intercambio comercial mediante el otorgamiento de preferencias arancelarias y no arancelarias que concede Colombia a Nicaragua, previéndose que en un futuro Nicaragua podrá cuando las condiciones lo permitan, otorgar preferencias a Colombia. En la actualidad las preferencias son pocas (25 subpartidas) a favor de Nicaragua.

3.2.3 COMPETENCIA

La competencia en el mercado de calzado: Para el caso del sector del calzado, los competidores del mercado son del sector industrial pues la mayoría de fábricas que podemos analizar se enfocan en el sector industrial para la producción de botas punta de acero y calzado de cuero y de PVC, por otro lado el sector del calzado también se enfoca en el calzado colegial lo cual hace que los posibles competidores con respecto a nuestro producto no sean directos, como competidores del sector tenemos la capacidad de poder entrar a este mercado, la poca oferta de proveedores, permitirá que este sea muy competitivo, contando también que no se registran exportaciones desde Colombia teniendo como mercado destino Nicaragua. Para Voglio Divoli será de vital importancia su estilo Europeo, ya que por medio de este se competirá con diseños exclusivos, adicionalmente, teniendo la oportunidad de llegar a un nuevo mercado con una excelente calidad y un precio asequible. Calzado Tauro Fundador de las empresas Alex Shoes y Calzado Tauro, Calzado Alex, es una empresa del sector cuero y calzado, con más de 15 años de existencia en el mercado nacional. Fue fundada por su gerente general el señor Alejandro Delgado Márquez sus instalaciones están ubicadas en la ciudad de Granada, Nicaragua. En la actualidad la empresa cuenta con más de 90 trabajadores directos y alianzas estratégicas con más de 20 PYMES del área calzado de cuero de los departamentos de Granada, Masaya y Chontales lo que le permite ampliar su capacidad de producción. Su producción se enfoca principalmente en la fabricación de botas vaqueras, botas marca Tauro, botas de seguridad (punta de acero), calzado para escolares, calzado de mujer y varón para vestir, entre otros en nuestros catálogos podrá encontrar los modelos que mejor se adapten a sus necesidades. 3.3.2

Competidores directos Teniendo en cuenta que el sector está enfocado en la producción de calzado industrial y el calzado colegial, no tenemos competidores directos en la fabricación en

este país, pero contamos con los competidores directos de las marcas que llegan por medio de la exportaciones directas o por medio de otras figuras , la cuales si hacen parte de los competidores directos ya que tienen estilos y utilizan materiales que pueden hacerle competencia a nuestra marca, dentro de estas marcas podemos encontrar las mismas marcas que tenemos como referencia en competidores iniciales a nivel global.

3.2.4 PROMOCION

La marca Voglio Divoli apenas está empezando a entrar al mercado, por lo cual la promoción en las que nos basaríamos seria principalmente en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram).

Fomenta igualmente campañas de productos hechos completamente en cuero y hacer la promoción donde las personas pasan más sus tiempos de ocio, ya sea en centros comerciales, almacenes de cadena.

Crear incentivos a los mayoristas, y mejores precios entre mayor sea el volumen de compra.

3.2.5 DISTRIBUCION

La marca Voglio Divoli apenas está empezando a entrar al mercado, por lo cual la promoción en las que nos basaríamos seria principalmente en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram).

Fomenta igualmente campañas de productos hechos completamente en cuero y hacer la promoción donde las personas pasan más sus tiempos de ocio, ya sea en centros comerciales, almacenes de cadena.

Crear incentivos a los mayoristas, y mejores precios entre mayor sea el volumen de compra.

4. ESTRATEGIA DE INMERSION

Nicaragua es una economía pequeña que tiene una apertura económica bastante grande hacia todo el mundo, los aranceles nos permiten entrar con precios asequibles y con una competitividad razonable para poder establecernos en el mercado con facilidad.

La estrategia que tendríamos es manejar una exportación directa y para realizar esta exportación directa como canal de medio se podrá hacer a través de ferias internacionales, para conseguir compradores y establecer las conexiones requeridas para realizar las exportaciones.

Expo Cuero Calzado 2017

El próximo 19 de mayo se realizará en el hotel Barceló Managua la primera feria internacional del sector cuero calzado, mediante la cual los pequeños y medianos empresarios podrán dar a conocer la calidad de los zapatos nicaragüenses.

“Queremos decirle al público que tenga confianza en la elaboración del calzado nacional y de los distintos accesorios de cuero que se producen en nuestro país por manos laboriosas e ingeniosas de nuestros artesanos”, destacó Alejandro Delgado, presidente de la Cámara de Cuero y Calzado de Nicaragua.

Pero en la feria también los fabricantes de calzado podrán adquirir maquinarias, insumos y servicios ya que estarán presentes empresas oferentes mexicanos, guatemaltecos y brasileños del sector.

Habrà financiamiento disponible

Para tal efecto, Banco Lafise Bancentro ha destinado una línea de crédito, a través de la alianza estratégica que tienen con el Banco de Desarrollo de Brasil.

“Los plazos de financiamiento pueden ser hasta de cinco años en dependencia del producto a importar y aplican tasas convenientes de acuerdo con el plazo del crédito”, señaló Enrique Zamora, director de Grupo Lafise.

Tabla de costeo de la feria

TABLA DE COSTEO			
ITEMS A CONSIDERAR	USD	PESOS	
INSCRIPCION FERIA	USD 750	\$ 2.147.250	
TIQUETES X2	USD 427	\$ 1.222.600	
ESTADIA +DESAYUNO	USD 525	\$ 1.503.075	
ALIMENTACION	USD 650	\$ 1.860.950	
OTEOS GASTOS	USD 300	\$ 858.900	
PROMOCION	USD 709	\$ 2.030.000	
ENVIO MUESTRA SIN VALOR COMERCIAL	USD 192	\$ 550.269	
TOTAL	USD 3.553	\$ 10.173.044	

PROMOCION			
ITEMS A REALIZAR	CANTIDAD	USD	PESO
TARJETAS	10000	USD 157	\$ 450.000
FOLLETOS	10000	USD 489	\$ 1.400.000
PANCARTA	1	USD 63	\$ 180.000
TOTAL		USD 709	\$ 2.030.000

VIATICOS				
ITEMS	DIARIO/PERSONAL	5 DIAS	TOTAL X2	
ALMUERZO	USD 30	USD 150	USD	300
CENA	USD 15	USD 75	USD	150
ALOJAMIENTO	USD 108	USD 540	USD	540
TRANSPORTE	USD 20	USD 100	USD	200
		TOTAL	USD	1.190

4.1 ABASTECIMIENTO

- Carbolsas LTDA:



Dirección: Cra. 14 #37-81, Bucaramanga, Santander

Teléfono: (7) 6333722

Empresa Santandereana que por más de 28 años han sido líderes en la producción y venta de cajas de cartón, reconocidos en la región y en el país por cubrir las necesidades de empaques a sus clientes en diversos mercados.

Certificados por la Norma ISO 9000 de ICONTEC, lo que los compromete aún más para prestar un servicio eficaz y eficiente, pero sobretodo entregar un producto avalado con altos estándares de calidad; se han especializado en producir diferentes tipos de empaques para calzado, confección y empaques de lujo, usando la gama del papel y cartón que se adaptan más fácilmente a sus necesidades requeridas.

- Curtiorientes SA:



Empresa Santandereana que se dedica a la producción y comercialización de las mejores pieles y cueros nacionales para la industria del diseño, moda, calzado y sector marroquiner. En la compañía son seleccionadas. Las mejores pieles y cueros del país para ofrecer las últimas tendencias y diseños en el cuero sintético.

- Multisuelas:



Dirección: Cl. 31 #13-01, Bucaramanga, Santander

Teléfono: (7) 6331376

Empresa fabricante de suelas a base de poliuretano de la más alta calidad y variedad, con un portafolio de productos que permiten estar a la vanguardia de la moda en calzado, brindando al mercado un excelente producto y con más de 20 años de experiencia en la fabricación de las mencionadas suelas.

4.2 PRODUCCION

El calzado mocasín al ser un producto no perecedero, que no tiene algún tipo de manipulación o almacenamiento especial y cuyo empaque otorga muchas facilidades de movilización, no requiere una etapa productiva especial. Por tanto, se puede seguir el proceso

actual de producción, que consideramos pertinente. El proceso de producción comienza con la provisión de materias primas, posteriormente se da inicio a la etapa de cortes y ensamble, seguido del almacenamiento, agrupación de mercancías, empaque y embalaje de las mismas.

Este es un proceso bastante sencillo, debido a la naturaleza del producto.

4.2.2 COSTOS FIJOS

Se consideran costos fijos en la producción de calzado: mano de obra, servicios públicos, Mantenimiento preventivo de equipos, equipos de corte y ensamble, construcciones y otros equipos, depreciación de equipos, intereses de préstamos y Administración. Costos indirectos: Estos costos están enmarcados por la depreciación que es la disminución del valor de las maquinas, Los bienes de producción comprados recientemente, tienen la ventaja de contar con las últimas mejoras y operan con menos chance de roturas o necesidad de reparaciones. Excepto para posibles valores de antigüedad, el equipo de producción gradualmente se transforma en menos valioso con el uso. Esta pérdida en valor se reconoce en la práctica contable como un gasto de operación

4.2.1 CANTIDADES A PRODUCIR

El maximo historico de produccion de la empresa es de 80 pares mensuales, pero la capacidad de produccion de cavieli es de 500 pares diarios, se podria aumentar la produccion dependiendo de la demanda del comprador en Nicaragua.

4.2.3 INVERSIONES TECNOLOGICAS PARA LA ADAPTACION DEL PRODUCTO HACIA EL MERCADO INTERNACIONAL

La empresa hasta ahora esta en proceso de posicionamiento y toda la produccion de los zapatos se hacen con cavieli, por la tanto la inversion en tecnologia no es necesaria hasta tener un capital bueno para montar una planta de produccion propia.

4.3 ESTRATEGIA DEL DFI

4.3.1 CADENA LOGISTICA DE EXPORTACION

La empresa Voglio Divoli se encuentra en Bucaramanga, Colombia, una ciudad optima dado que en el aeropuerto de esta ciudad se desarrolla transporte aéreo de carga, lo cual nos representa un ahorro en el transporte interno en origen, dadas las cantidades a exportar y que las fechas en las

que se realizan las exportaciones dentro del mismo mes varían aproximadamente dos semanas , para una homogeneidad en la documentación, tramitología y separación del cupo en el transporte aéreo, esto favorece a la empresa y no es necesario invertir en más maquinaria para cumplir con la demanda.

Se accede a negociar el incoterm CIP 2010, que se encuentra debidamente establecido en la cámara de comercio internacional, la empresa importadora se haría cargo de el transporte interno, y que el mismo se haga cargo de la aduana y transporte interno en destino, porque podría generar sobrecostos en la operación y disminución en la competitividad del producto.

4.3.2 MODALIDAD DE EXPORTACION

EXPORTACION DEFINITIVA

La exportación definitiva en adelante exportación, es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afectada a tributo alguno.

Exportaciones por trámite regular:

Cuando el monto de lo exportado supera los US\$ 5,000, requiere contratar los servicios de una Agencia de Aduana.

Exportaciones por trámites simplificado:

Cuando el monto de lo exportado no exceda de

US\$ 5,000, lo pueden realizar los mismos exportadores

(US\$5,000.00).

4.3.3 OPERADOR LOGISTICO DENTRO DE LA CADENA



Ciudad destino	Ciudad origen	Conexiones	Transito estimado
Corinto	Barranquilla	Manzanillo (Panamá), Balboa (Panamá)	11
	Buenaventura	Balboa (Panamá)	8
	Cartagena	Balboa (Panamá)	8
Managua	Barranquilla	Puerto Limón (Costa Rica)	9
	Buenaventura	Balboa (Panamá), Corinto (Nicaragua)	13
	Cartagena	San José (Costa Rica)	9

Al ser un transporte aéreo DHL cuenta con una línea que va desde Bogotá hasta el aeropuerto de Managua con conexión en Panamá, por esto será el encargado de realizar el transporte aéreo.

4.3.4 MEDIO Y MODO DE TRANSPORTE



El medio de transporte óptimo para la exportación del producto es el buque, ya que el volumen de la carga es considerado grande, el peso es considerable, la demora va de 8 a 13 días máximo.

4.3.5 EMPAQUE Y EMBALAJE



Cada par de zapatos irá empacado en una caja cuyas dimensiones son 28 cm ancho x 18 cm de largo x 10 cm de alto. Y el peso de cada caja incluido el calzado es de 730 gramos.

De acuerdo con la sección 503.2 “Status of specific items under the Fair Packaging and Labeling Act” apartado (a) del Título 16 del “Code of Federal Regulations”, el calzado no se considera “consumer commodity”. Por ello no está sujeto a las normas de embalaje y etiquetado del organismo Federal Trade Commission (FTC) del título 16 CFR, Parte 500. (Universidad Carlos III, 2015)

El etiquetado cumplirá con las normas establecidas por el gobierno Nicaragüense, con lenguaje claro y preciso, sus respectivos códigos e información del exportador e importador

El diseño gráfico de las cajas es muy importante, porque si bien en la mayoría de los casos estos productos no se exhiben en ellas, son estas en las que el consumidor se lleva el producto. La calidad de las cajas de zapatos irá acorde con la calidad de los mismos, con apariencia de alta gama.

El único requerimiento de la FTC en materia de etiquetado para el calzado de importación es que aparezca en país de fabricación de manera clara e indeleble cuando llegue al consumidor final.

				TRM
				2930
	PRECIO TOTAL PESOS	PRECIO UNITARIO PESOS	PRECIO TOTAL USD	PRECIO UNITARIO USD
PV PRODUCTO	COP 312.000.000	COP 65.000	USD 106.485	USD 22
PRECIO EMBALAJE	COP 16.800.000	COP 3.500	USD 5.734	USD 1
PRECIO EXW EN FABRICA	COP 328.800.000	COP 68.500	USD 112.218	USD 23
FLETE INTERNO COLOMBIA	COP 3.500.000	COP 729	USD 1.195	USD 0
SEGURO TERRESTRE	COP 657.600	COP 137	USD 224	USD 0
TRANSPORTE INTERNO COLOMBIA	COP 4.157.600	COP 866	USD 1.419	USD 0
PRECIO FAS	COP 332.957.600	COP 69.366	USD 113.637	USD 24
GASTOS AGENTES - TRAMITES - LOGISTICOS	COP 952.250	COP 198	USD 325	USD 0
PRECIO FOB	COP 333.909.850	COP 69.565	USD 113.962	USD 24
Flete Marítimo	COP 7.178.500	COP 1.496	USD 2.450	USD 1
Valor CFR	COP 341.088.350	COP 71.060	USD 116.412	USD 24
Seguro	COP 3.339.099	COP 696	USD 1.140	USD 0
Valor CIF	COP 344.427.449	COP 71.756	USD 117.552	USD 24
Manipuleo Desembarque	\$ 94.000	COP 20	USD 32	USD 0
Valor DAT	COP 344.521.449	COP 71.775	USD 117.584	USD 24
Gastos Nacionalización	COP 4.983.000	COP 1.038	USD 1.701	USD 0,354
Otros Gastos	COP 2.930.000	COP 610	USD 1.000	USD 0
Valor DAP	COP 352.434.449	COP 73.424	USD 120.285	USD 25
Flete Nacional Nicaragua	COP 5.000.000	COP 1.042	USD 1.706	USD 0
Seguro Nacional Nicaragua	COP 326.700	COP 68	USD 112	USD 0
Valor DDP	COP 357.761.149	COP 74.534	USD 122.103	USD 25

EMBALAJE	
Peso caja de carton	100 gr
DIMENSIONES CAJAS	
LARGO	28
ANCHO	18
ALTO	10
Cajas a Exportar	4800
Precio Caja	3500

Cajas
4800

PESO PALETT	20 KG
CANTIDAD PALETTS	10

DIMENSIONES Y PESO PRODUCTO	
Peso Caja	730
ALTO	10
ANCHO	18
LARGO	28
Precio	150.000

Cajas Por Palet					
Medida Palet		Medida Caja		Cajas por medida	
Ancho	120	Largo	28	4,3	4
Largo	100	Ancho	18	5,6	5
Alto	244	Alto	10	24,4	24
Cajas Por Palet					480

Cajas Por Contenedor	
Palets Por Contenedor	Cajas Por Palet
10	480
Cajas Por Contenedor	4800

4.3.6 RUTA INTERNACIONAL



La ruta internacional será desde Cartagena, hará una escala en Panamá o Costa Rica y llegará a destino en Managua o Corinto. Con una duración de 8 o 9 días contando la escala en Panamá o Costa Rica.

4.3.7 DOCUMENTACION

Certificado de origen: Documento expedido y/o visado por las cámaras de comercio u otros organismos competentes del país exportador, que sirve para acreditar que la mercancía consignada es originaria de la nación mencionada en el mismo.

□ RUT: El Registro Único Tributario, RUT, administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio.

-Documento de exportación: Conocido como DEX 600 en Colombia, se presenta a la DIAN (la

organización personalizada en Colombia) y declara con detalle el contenido del producto, donde va, cuánto cuesta y cómo es el tránsito que tendrá; la costumbre colombiana debe tener un registro de todos estos efectos de verificación y control. [1] [SEP]

-Documento numero 2 Banco de la Republica: Después de todos los trámites de aduana y al final del proceso físico de exportación, viene el pago, según el arreglo hecho. Después de eso, la compañía presenta un documento contra el Banco de la República como garantía del restablecimiento de la moneda para evitar el lavado de dinero y otras operaciones ilícitas. [1] [SEP]

Air Way Bill (AWB): La Guía Aérea (AWB) es el documento más importante emitido por un transportista, ya sea directamente o a través de sus agentes autorizados. Se trata de un documento de transporte no negociable

Packing list: Es un documento que tiene una gran importancia en aquellas situaciones donde se produzca un despacho aduanero físico y sirve para facilitar el reconocimiento selectivo por parte del "actuuario" de aduanas.

4.3.8 DATOS PARA CALCULAR EL DFI

Para determinar los datos que se necesitan para calcular los costos de DFI, se realizó una lista de chequeo con el fin de identificar las diferentes actividades involucradas en el desarrollo de los diferentes pasos que requiere el proceso exportador. Aquí se encontrarán los parámetros para la verificación y control cronológico de los diferentes pasos, y tomar a tiempo las previsiones necesarias para que la operación sea exitosa.

Los datos que analizamos para realizar el costeo son los siguientes: Empaque

Embalaje

Agentes

Documentación

Flete internacional

Seguro internacional Recargos^[1]_{SEP}

AWB

Fuel Surcharge

5. EVALUACION FINANCIERA

	INFLACIÓN	2,37%	2,54%	2,33%	2,31%	2,30%
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FWD						
INGRESOS						
DDP		\$ 26	\$ 27	\$ 27	\$ 28	\$ 29
		\$ 31	\$ 32	\$ 33	\$ 34	\$ 34
EGRESOS						
EXW		\$ 24	\$ 25	\$ 25	\$ 26	\$ 26
CANTIDAD		4800	4800	4800	4800	4800
FLUJO DE CAJA		\$ 35.118	\$ 36.010	\$ 36.849	\$ 37.700	\$ 38.567
FWD		3628	3628	3628	3628	3628
FC	-\$ 312.000.000,00	\$ 127.407.862,87	\$ 130.644.022,59	\$ 133.688.028,32	\$ 136.776.221,77	\$ 139.922.074,87
TIR		32%	CK	17%		
VPN		\$424.614.362,93				
PAY BACK		APRX 3 AÑOS				

RF USA	1,40%
RF COL	5,83%
SPOT	2930
	1,07198763
	1,32752889
	1,23838079
	3628,45571

6. CONCLUSIONES

- Los tratados de libre comercio entre los países dan la oportunidad a muchos sectores de la economía que aprovechen estos acuerdos para generar desarrollo e internacionalización de sus empresas, el sector lácteo es uno de los más favorecidos ya que la mayoría de productos derivados del sector cuentan con un arancel del 0% lo que hace atractiva la oportunidad para estas empresas

- El producto que se pretende exportar está actualmente en tendencia, lo cual hace apropiado y favorable el desarrollo de este proyecto.

- El sector del calzado es uno de los sectores más competitivos del mundo dada la agresividad que maneja países como China con respecto al precio, pero que de igual manera es un sector bastante atractivo pues la tendencia es hacia el calzado de calidad, con estilo y moda, lo que hace a Colombia competitivo.

- Colombia al tener un tratado de libre comercio con Nicaragua que tiene preferencias arancelarias, lo que puede posicionar la marca para entrar con mayor competitividad.

- Un factor fundamental es que la población latinoamericana en un gran porcentaje usan este tipo de calzado lo cual es una ventaja.

7. BIBLIOGRAFIA

- colombiatrade.com

- trademap.com

- dian.gov.co

- bvc.com.co

- bloomberg.com

- tlc.gov.co

