

**RESUMEN TRABAJO DE GRADO****AUTOR(ES):****NOMBRE(S):** MARÍA FERNANDA **APELLIDOS:** BUSTOS LAZARO**FACULTAD:** CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**PLAN DE ESTUDIOS:** COMERCIO INTERNACIONAL**DIRECTOR:****NOMBRE(S):** NELSON EMILIO **APELLIDOS:** GARCIA TORRES**TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS):** PLAN ESTRATEGICO DE INTERNACIONALIZACION PARA LOS SUBPRODUCTOS LADRILLO Y TEJA DE LA EMPRESA TEJAR ARCILLAS ZULIGRES S.A.S DEL MUNICIPIO EL ZULIA**RESUMEN**

Este proyecto de investigación abarca un plan estratégico de internacionalización para los subproductos ladrillo y teja de arcilla producidos por la empresa Tejar Arcillas Zuligres S.A.S. El contenido está compuesto por los aspectos generales, la producción y oferta exportable de la empresa, análisis del sector a nivel nacional y regional, elección de mercados, las exportaciones e importaciones desde el mundo y Colombia, matriz D.O.F.A, un estudio de mercado donde se describen las condiciones de acceso, la competencia, la logística internacional, la competencia en el mercado objetivo, la relación comercial con el mercado objetivo, la competencia exportadora de la región hacia el mercado objetivo, los productos del sector comercializados en el mercado objetivo, propuesta del sistema de embalaje, los términos INCOTERMS, los canales de distribución, la cultura de negocios, las estrategias propuestas para una mayor asertividad a través del marketing mix. Finalmente las conclusiones y recomendaciones.

**PALABRAS CLAVE:** diagnóstico, internacionalización, estrategias**CARACTERISTICAS:****PÁGINAS:** 128 **PLANOS:**     **ILUSTRACIONES:**     **CD ROOM:** 1

Elaboro		Reviso		Aprobo	
Equipo Operativo del Proceso		Comite de Calidad		Comite de Calidad	
Fecha		Fecha		Fecha	
	04/10/2014		05/12/2014		05/12/2014

PLAN ESTRATEGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LOS SUBPRODUCTOS  
LADRILLO Y TEJA DE LA EMPRESA TEJAR ARCILLAS ZULIGRES S.A.S DEL  
MUNICIPIO EL ZULIA

MARÍA FERNANDA BUSTOS LÁZARO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2018

PLAN ESTRATEGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LOS SUBPRODUCTOS  
LADRILLO Y TEJA DE LA EMPRESA TEJAR ARCILLAS ZULIGRES S.A.S DEL  
MUNICIPIO EL ZULIA

MARÍA FERNANDA BUSTOS LÁZARO

Proyecto presentado como requisito de trabajo de grado para optar al título de Profesional en  
Comercio Internacional

Director

NELSON EMILIO GARCÍA TORRES  
Magister en Finanzas y Comercio Internacional


UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2018

	FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO	Versión:	1/2013
		Página	1

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 12 de febrero de 2018

Acta No. 12

PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional LUGAR: Sala de Docentes Departamento

**TÍTULO DEL PROYECTO:** "Plan Estratégico de Internacionalización para los subproductos ladrillo y teja de la Empresa Tejar Arcillas Zuligres S.A.S. del Municipio El Zulia"

**MODALIDAD:** Trabajo de Investigación.

**JURADOS:**

Cesar Augusto Panizo

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Diana Galvis

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Felipe Vásquez

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

**DIRECTORES:**

Firma:

Nelson Emilio García

Liliana Marcela Bastos



**NOMBRE DEL ESTUDIANTE**

	CODIGO	CALIFICACIÓN		A- M -L
		LETRA	NÚMERO	
<u>Maria Fernanda Bustos</u>	<u>1260794</u>	<u>Cuatro Punto Cero</u>	<u>4.0</u>	<u>X</u>

  
Cesar Augusto Panizo

  
Diana Galvis

  
Felipe Vásquez

vºBº

  
**CESAR AUGUSTO PANIZO CARDONA**  
 Coordinador de Comité Curricular Comercio Internacional

## Tabla de contenido

Resumen	1
Abstract	2
Introducción	3
1. Problema de investigación	5
1.1 Planteamiento del problema	5
1.2 Formulación del problema	7
1.3 Sistematización del problema	7
2. Objetivos	9
2.1 Objetivo general	9
2.2 Objetivos específicos	9
3. Justificación	10
4. Marco referencial	12
4.1 Antecedentes	12
4.1.1 A nivel internacional	12
4.1.2 A nivel nacional	12
4.1.3 A nivel regional	13
4.2 Bases teóricas	14
4.2.1 Ventaja comparativa	14
4.2.2 Ventaja competitiva	14

4.2.3	Ventaja absoluta	15
4.2.4	Teoría del marketing mix	15
4.3	Marco conceptual	15
4.4	Marco legal	17
4.5	Marco espacial	18
4.6	Marco temporal	18
5.	Diseño metodológico	19
5.1	Tipo de investigación	19
5.2	Método de investigación	19
5.3	Tipo de estudio	20
5.4	Población	20
5.5	Muestra	21
5.6	Sistematización de variables	21
5.7	Tratamiento de la información	22
5.7.1	Técnica para la recolección de información	22
5.7.2	Técnica procesamiento de la información	22
6.	Descripción de la empresa	23
6.1	Reseña histórica	23
6.2	Misión	23
6.3	Visión	24

6.4	Política de calidad	24
6.5	Objetivos de calidad	24
6.6	Valores corporativos (elaboración propia)	25
6.7	Organigrama	25
6.8	Mapa de procesos	26
6.9	Normas de calidad	27
6.10	Fichas técnicas de los productos	27
6.11	Diagnostico empresarial matriz DOFA	30
7.	Análisis del proceso productivo de los productos	32
8.	Análisis de producción y oferta exportable	35
9.	Identificación de la subpartida arancelaria	38
10.	Análisis del sector materiales de construcción en Colombia	39
10.1	Análisis del sector arcilla de Norte de Santander	42
10.2	Empresas exportadoras a nivel nacional y regional del sector arcilla	45
10.3	Países importadores del ladrillo y la teja	47
11.	Estudio de mercado	50
11.1	Aspectos generales de Panamá	60
11.2	Comercio bilateral entre Panamá y Colombia	62
11.3	Exportaciones del sector arcilla hacia Panamá	64
11.4	Empresas comercializadoras del sector arcilla en Panamá	65

11.5	Competencia	68
11.6	Proceso logístico	68
11.7	Condiciones de acceso	71
11.8	Comparación de características entre los subproductos estudiados y los que se comercializan en el mercado de Panamá	74
11.9	Canales de distribución	76
11.10	Cultura de negocios	77
11.11	Proceso de documentación	78
11.12	Embalaje	80
11.13	Lide Time (tiempo de entrega en destino)	83
12.	Análisis de los costos INCOTERMS	85
13.	Marketing Mix	90
13.1	Producto	90
13.2	Precio	92
13.3	Plaza	92
13.4	Promoción	93
14.	Organismos de apoyo al comercio internacional	95
	Conclusiones	98
	Recomendaciones	100
	Bibliografía	102