

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM

RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA COMERCIAL CON ÉNFASIS EN COMERCIO EXTERIOR
2	TÍTULO DEL PROYECTO	PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONAL PARA LA C. I FARO TRADING SAS 2014-2017
3	AUTOR(es)	JIMÉNEZ LEGUÍZAMO FALLON ALEJANDRA, JIMÉNEZ ORTÍZ NATALIA Y QUIZENA LALINDE RODOLFO
4	AÑO Y MES	2014 ABRIL
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	MÉNDEZ ÁLVAREZ LUZ SOFÍA
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	The "CI TRADING SAS FARO" Company is constituted as an International Distributor in the second half of 2014. Our initial purpose consist in clothing exports, including cotton shirts with various differentiating factors. In a second phase, our target is to open another business unit based on previus indentification of opportunities in the Colombian market, either through direct or indirect importation mode. As success factors of this business plan, we underline the fact that shareholders have the knowledge to select international markets, they also knows about the export process, and finally they already have experience with the marketing of clothing inside domestic market . They have also identified important differentiators that make us competitive in selected markets beyond price. In addition to the reasons explained above, we are focus to make this project come true because we have found an export opportunity. As showed in this business plan, the demand in the select markets is superior to their capacity of production, also the fact that most of the year their weather is perfect to dress up with cotton, allows our product to have an annual sales turnover constantly.
7	PALABRAS CLAVES	1. INTERNACIONALIZACIÓN 2. DIFERENCIADOS 3. ESTRATEGIA 4. CANALES 5. MÉTODO
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	SECTOR TEXTIL
9	TIPO DE ESTUDIO	PLAN DE NEGOCIOS
10	OBJETIVO GENERAL	APRENDER LA METODOLOGÍA PARA IMPLEMENTAR UN PLAN DE NEGOCIOS QUE PERMITA CREAR UNA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL, CON EL PODER DE PODER INICIAR OPERACIONES DE EXPORTACIÓN, DETERMINANDO DE UNA MANERA LÓGICA, CONSECUENTE Y FINANCIERAMENTE VIABLE LOS MERCADOS, EN DONDE SE PUEDAN GENERAR VENTAS A TRAVÉS DE PRODUCTOS DIFERENCIADOS.

11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. ESTABLECER UNA ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN DE MERCADO PARA CONOCER Y AMPLIAR EL ESTUDIO DEL PRODUCTO Y DETERMINAR SU COMERCIALIZACIÓN. 2, DETERMINAR CONDICIONES DE ACCESO Y ENTREGA DEL PRODUCTO EN LOS MERCADOS OBJETIVOS. 3, CREAR LA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL CON EL FIN DE PODER DESARROLLAR EL PLAN EXPORTADOR. 4. EVALUAR FINANCIERAMENTE EL PROYECTO DETERMINADO SU VIABILIDAD DESDE EL COSTO DE FINANCIACIÓN DE LOS BANCOS AL PLAN DE EXPORTADOR. 5, INICIAR OPERACIONES DE EXPORTACIONES A MÁS TARDAR EN ENERO DE 2015 EN COSTA RICA. 6, DESARROLLAR LA CADENA DE VALOR DE NUESTROS PROVEEDORES, DESDE LA FASE INICIAL DE MERCADEO HASTA EL REQUERIMIENTO DE NUESTROS CLIENTES, CON EL FIN DE PODER DESARROLLAR PRODUCTOS QUE SUPÉREN LAS EXPECTATIVAS Y GENEREN RECOMPRAS CONTINUAS A TRÁVES DE LA INNOVACIÓN Y CALIDAD.
12	RESUMEN GENERAL	<p>La Compañía "CI TRADING FARO SAS" se constituirá como una Comercializadora Internacional en el segundo semestre del año 2014, siendo su objeto social, en su fase inicial, la exportación de confecciones, entre ellas, camisetas de algodón con diferentes factores diferenciadores. En una segunda fase se abrirá otra unidad de negocio consistente en la importación de confecciones en donde se pueda identificar previamente una oportunidad en el mercado colombiano, ya sea a través de una importación directa o indirecta.</p> <p>Fundamentos el éxito de este plan de negocio, en el hecho que los accionistas tienen el conocimiento para la selección de mercados internacionales, el proceso de exportación paso a paso, y finalmente en que ya tienen experiencia en el mercado nacional con la comercialización de confecciones. Así mismo han identificado diferenciadores importantes que harán que los artículos a comercializar se puedan posicionar en los mercados seleccionados más allá del precio, ya que en este tipo de artículos entrar a competir con precio sería una estrategia inadecuada.</p> <p>Se identifica la oportunidad de exportar confecciones, ya que los mercados seleccionados en este plan de negocio, en su mayoría, tienen una industria de confecciones con una baja participación y en algunos casos nula, en relación al consumo de prendas de vestir, lo cual los ha obligado a ser proactivos en firmar acuerdos de libre comercio, con el fin de incentivar las importaciones y poder dar cobertura a la demanda. También en el hecho de que por sus características climáticas de clima cálido, en donde el algodón es el material por excelencia a utilizar, permita tener una rotación anual de ventas constante.</p>

13	CONCLUSIONES.	<ol style="list-style-type: none">1. SEGÚN DATOS DEL SECTOR TEXTIL DESDE EL AÑO 2005 ESTA EN DECAIDA, POR LA COMPETENCIA FRENTE A LOS IMPORTACIONES EN SU MAYOR PORCIÓN POR LOS PRODUCTOS TRAÍDOS DE CHINA.2. LA CONCENTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN TEXTIL SE UBICA EN LUGARES COMO BOGOTÁ, GENERANDO MUY DIFÍCIL ACCESO A PUERTOS Y VÍAS DE TRANSPORTE ACCESIBLES.3. LAS COMERCIALIZADORAS INTERNACIONALES EN UNA PORCIÓN MÍNIMA EJERCEN COMO TALES, GENERANDO ASÍ AUMENTO EN UN INDICADOR DE BAJA DE EXPORTACIONES DE COLOMBIA HACIA AFUERA.4. CON LA NUEVA REGLAMENTACIÓN DE LA CONFORMACIÓN DE LAS C.I ES ESENCIAL QUE CERTIFIQUEN UN ESTUDIO DE MERCADO DE UN PLAN DE EXPORTADOR PARA ASEGURAR UNA OPERACIÓN INTERNACIONAL PRONTA.5. LA INFORMACIÓN ENCONTRADA EN LAS FUENTES COMO INTERNET, REVISTAS Y OTROS, ES LA BASE DE GENERAR ACCIONES A TOMAR EN CUESTIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES.6. SE VALIDA QUE ANTES DE EMPEZAR LA OPERACIÓN SE DEBE HACER VIAJES EXPLORATORIOS PARA CORROBORAR DICHA INFORMACIÓN.7. LA METODOLOGÍA ES ADECUADA PARA ORIENTARNOS EN UNA FASE INICIAL, TANTO EN LOS MERCADOS COMO EN LA PLANEACIÓN FINANCIERA Y EL CRONOGRAMA DE INVERSIÓN Y ACTIVIDADES, PERO FALTA MAS PROFUNDIZACIÓN Y CAPACITACIÓN EN TEMAS REALES QUE LOGREN ASEGURAR LA VIABILIDAD DEL PROYECTO.8. EL TIEMPO UTILIZADO EN TOTAL NO ES EL IDÓNEO PARA DESARROLLAR A CONCIENCIA EL PLAN DE NEGOCIO, YA QUE EN LA REALIDAD ESTE PROCESO PUEDE DURAR MAS DE 6 MESES, Y QUE ESTE DEBERÍA SER EL PILAR FUNDAMENTAL DE LA ESPECIALIZACIÓN.
----	----------------------	--

14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>ICESI. (2008). CONSULTORIO DE COMERCIO EXTERIOR. Retrieved from COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL: http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/08/01/7/</p> <p>Inic1a Recursos. (2012). Inic1a. Retrieved from Internacionalizando a la pequeña y mediana empresa: http://idnareposudom.files.wordpress.com/2010/10/grafico.png</p> <p>Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2013). Publicación. Retrieved from En qué Consiste el Regimen como Sociedad de Comercialización Internacional C.I.: http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=10332</p> <p>Proexport. (2005, Septiembre). Retrieved from GUIA PARA EXPORTAR A PERU : http://cendoc.esan.edu.pe/paginas/infoalerta/Agroexportacion/textocompleto/peru.pdf</p> <p>Proexport. (2005). Proexport. Retrieved from Proexport: http://cendoc.esan.edu.pe/paginas/infoalerta/Agroexportacion/textocompleto/mexico.pdf</p> <p>Proexport. (2008, Diciembre). http://antiguo.proexport.com.co/. Retrieved from Proexport Colombia: http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4048DocumentNo7377.PDF</p> <p>Proexport. (2011, 12 15). Colombiatrade. Retrieved from PERFIL DE LOGÍSTICA DESDE COLOMBIA HACIA COSTA RICA: http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/Perfil%20Costa%20Rica.pdf</p> <p>Proexport. (2011, 07 02). Proexport. Retrieved from PERFIL DE LOGÍSTICA DESDE COLOMBIA HACIA MÉXICO: http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Logistica_de_Exportaciones_a_M%C3%A9xico.pdf</p> <p>Proexport. (2012). http://www.proexport.com.co/sites/default/files/cartilla_prendas_de_vestir_0.pdf . Retrieved from El Mercado de prendas de vestir en Estados Unidos.</p> <p>96</p> <p>Proexport. (2012). Proexport. Retrieved from http://tlc-eeuu.proexport.com.co/sites/default/files/documentos/Perfil%20Estados%20Unidos.pdf</p> <p>Proexport. (2012). proexport.com.co. Retrieved from El Mercado de Prendas de vestir en EEUU: http://www.proexport.com.co/sites/default/files/cartilla_prendas_de_vestir_0.pdf</p> <p>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES. (2013, Agosto). http://www.supersociedades.gov.co/. Retrieved from Asuntos economicos: http://www.supersociedades.gov.co/asuntos-economicos-y-contables/estudios-y-supervision-por-riesgos/estudios-economicos-y-financieros/Documents/Informe_Sector_Textil_Oct152013.pdf</p>
----	------------------------	--