

Nota de Aceptación

---

---

---

---

---

---

Firma de representación de jurados

---

Firma del Jurado

---

Firma del Jurado

---

Firma del Jurado

Fecha \_\_\_\_\_

## DEDICATORIA

Este trabajo lo dedicamos primeramente a nuestros padres, por brindarnos el apoyo que hemos necesitado durante esta etapa que hoy estamos culminando con tanto anhelo, de igual forma a la Unidad Central del Valle del Cauca por ofrecernos una formación de tan excelente calidad y la posibilidad de enfrentarnos a los grandes retos del mundo laboral actual.

## AGRADECIMIENTOS

Luego de un largo proceso de formación que concluye con esta investigación, resulta difícil enunciar a las personas que de una u otra forma han tenido que ver en él.

Para no dar lugar a omisiones, entonces, solo se deberá decir gracias una y mil veces a Dios por todas las oportunidades brindadas a lo largo del pregrado.

Gracias a nuestros padres que con sabiduría nos han orientado, señalándonos siempre el mejor camino sin imposiciones dándonos la posibilidad de tomar nuestras propias decisiones.

Gracias al docente Marco Antonio Gallo por su entera disposición y colaboración en el desarrollo del presente proyecto de grado y por brindar sus conocimientos como nuestro asesor de proyecto de grado.

Gracias a la docente Luz Adriana Calvo quien como Agente Aduanero nos brindó la información pertinente para la tramitología previa de la asesoría del plan exportador.

Gracias a los docentes Gustavo Adolfo Cárdenas y Sandra Lucia Aguirre Franco por su colaboración en la realización del marco general, marco referencial y el diseño metodológico del proyecto de grado.

Gracias a los señores Néstor Julio Mejía, representante legal de la Talabartería Mejía y al señor Conrado Guarín Zapata, representante legal de la Guarín Gómez Talabartería PPP S.A.S por su amabilidad y compromiso al facilitarnos información de carácter privado de sus empresas para poder desarrollar este proyecto de grado lo más cerca posible de la realidad.

Gracias a la Unidad Central del Valle del Cauca (UCEVA) que nos acogió y asumió la responsabilidad de contribuir a nuestra formación académica, haciendo de nosotros excelentes profesionales y personas de bien con sueños por cumplir y anhelos por alcanzar.

## TABLA DE CONTENIDO

|  | Pág. |
|--|------|
| INTRODUCCIÓN .....   | 16   |
| 1. TÍTULO.....   | 17   |
| 1.1. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO.....                | 18   |
| 1.2. OBJETIVOS QUE SE PERSIGUEN EN EL PROYECTO DE GRADO..... | 20   |
| 1.2.1. Objetivo General .....                                | 20   |
| 1.2.2. Objetivos Específicos .....                           | 20   |
| 1.3. ÁREA DEL PROBLEMA .....                                 | 21   |
| 1.3.1. Descripción del problema.....                         | 21   |
| 1.3.2. Formulación del problema.....                         | 21   |
| 1.3.3. Delimitación.....                                     | 22   |
| 2. MARCO DE REFERENCIA .....                                 | 23   |
| 2.1. MARCO DE ANTECEDENTES .....                             | 23   |
| 2.2. MARCO CONTEXTUAL .....                                  | 28   |
| 2.3. MARCO CONCEPTUAL.....                                   | 30   |
| 2.4. MARCO LEGAL.....  | 38   |
| 3. DISEÑO METODOLÓGICO .....                                 | 45   |
| 3.1. TIPO DE PROYECTO DE GRADO .....                         | 45   |
| 3.2. FORMA DE PROYECTO DE GRADO.....                         | 45   |
| 3.3. VARIABLES.....  | 46   |
| 3.3.4. Operacionalización de las variables .....             | 46   |
| 4. ASESORÍA DEL PLAN EXPORTADOR.....                         | 47   |
| 4.1. EL PRODUCTO.....  | 47   |
| 4.1.1. Definición del producto.....                          | 47   |
| 4.1.2. Características y atributos del producto .....        | 47   |
| 4.1.3. Figura ilustrativa del producto terminado .....       | 48   |
| 4.1.4. Ficha técnica del producto .....                      | 49   |
| 4.1.5. Presentación del producto terminado.....              | 49   |

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 4.1.6 | Presentación del producto EXWORKS .....  | 49 |
| 4.1.7 | ETIQUETADO DEL PRODUCTO EXWORKS .....  | 50 |
| 4.2   | LOGÍSTICA DEL PLAN EXPORTADOR A PUERTO RICO .....  | 51 |
| 4.2.1 | Estructura estimada de costos en planta .....  | 51 |
| 4.2.2 | Proyección financiera .....  | 54 |
| 4.2.3 | Transporte .....   | 54 |
| 4.2.4 | Cotización presupuestada en términos CIP .....   | 57 |
| 4.2.5 | Posible cotización presupuestada DDP .....   | 59 |
| 4.2.6 | Presentación de documentos soportes para la asesoría del plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino ..... | 61 |
| 4.3   | MARKETING INTERNACIONAL (PUERTO RICO) .....  | 62 |
| 4.3.1 | Generalidades de la política internacional.....  | 62 |
| 4.3.2 | Razones para argumentar la venta del producto .....  | 63 |
| 4.4   | Matriz de selección de mercado internacional.....  | 65 |
| 4.4.1 | Análisis de los aspectos macroeconómicos .....   | 66 |
| 4.4.2 | Análisis de los aspectos sectoriales .....   | 70 |
| 4.4.3 | Análisis de los aspectos del producto .....  | 71 |
| 4.4.4 | Resultados macro y sectorial .....   | 76 |
| 4.4.5 | Resultados de los aspectos del producto y selección del mercado internacional.....   | 78 |
| 4.4.6 | Población y muestra representativa en el sector de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino .....                      | 79 |
| 4.4.7 | Canales de comercialización.....   | 79 |
| 4.4.8 | Contacto de posible cliente internacional .....  | 81 |
| 5.    | TRABAJO DE CAMPO.....  | 83 |
| 5.1   | GUIA DE TRABAJO DE CAMPO .....   | 83 |
| 5.2   | DISEÑOS DE TÉCNICAS DE RECOLECCION DE DATOS .....  | 84 |
| 5.3   | CRONOGRAMA .....   | 90 |
| 6.    | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS .....   | 93 |
| 6.2   | RECURSOS HUMANOS .....   | 93 |
| 6.3   | PRESUPUESTO DEL PROYECTO.....  | 93 |

|   |     |
|---|-----|
| 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ..... | 94  |
| 7.2 CONCLUSIONES .....                  | 94  |
| 7.3 RECOMENDACIONES.....                | 95  |
| 8. BIBLIOGRAFÍA .....                   | 96  |
| 9. ANEXOS .....                         | 100 |

## LISTA DE TABLAS

|  | Pág. |
|--|------|
| Tabla 1: Producción Nacional de Cuero en Colombia 2014. ....   | 28   |
| Tabla 2: Actividad Industrial a nivel nacional 2014. ....  | 28   |
| Tabla 3: Operacionalización de las variables.....  | 46   |
| Tabla 4: Ficha técnica del producto .....  | 49   |
| Tabla 5: Costos fijos (COP) .....  | 51   |
| Tabla 6: Costos de producción (COP) .....  | 52   |
| Tabla 7: Costos variables (COP) .....  | 53   |
| Tabla 8: Proyección financiera.....  | 54   |
| Tabla 9: Cotización presupuestada en términos CIP .....  | 57   |
| Tabla 10: Matriz DOFA del mercado nacional. ....   | 64   |
| Tabla 11: Países norteamericanos .....   | 67   |
| Tabla 12: Países pertenecientes a mercosur.....  | 68   |
| Tabla 13: Países pertenecientes a la CAN .....   | 68   |
| Tabla 14: Países pertenecientes al triangulo del norte .....   | 69   |
| Tabla 15: Datos macro de los países en cuestión .....  | 69   |
| Tabla 16: Oportunidades de exportación para Colombia.....  | 70   |
| Tabla 17: Importaciones del producto (miles USD) y su crecimiento en el 2014 (%).<br>.....                         | 73   |
| Tabla 18: Exportaciones del producto (miles USD) y su crecimiento en el 2014 (%).<br>.....                         | 73   |
| Tabla 19: Balanza comercial del producto (miles USD).....  | 74   |
| Tabla 20: Exportaciones del producto desde Colombia al mundo (miles USD) y su<br>participación en el mercado. .... | 74   |
| Tabla 21: Exportaciones del producto desde Colombia al mercado específico<br>(miles USD).....                      | 75   |
| Tabla 22: Logística de transporte y frecuencias aéreas.....  | 76   |
| Tabla 23: Resultados de la matriz de acceso al mercado.....  | 78   |
| Tabla 24: Base de datos de clientes .....  | 81   |

## LISTA DE GRÁFICAS

Pág.

|   |    |
|---|----|
| Grafico 1: Principales productos de la cadena de Cuero, Calzado y Marroquinería y Vocación Exportadora (2012).....  | 24 |
| Grafico 2: Producción de cuero, calzado y marroquinería por departamento (% de producción total nacional, y % de producción industrial del departamento), 2009.                                       | 25 |
| Grafico 3: Exportaciones de cuero, calzado y marroquinería, por departamento, 2011 .....  | 26 |
| Grafico 4: Identificación de los Tratados de Libre Comercio de Colombia.....  | 65 |
| Grafico 5: Perspectivas para una diversificación de mercados para un producto exportado por Colombia en 2014. Producto: 4201 Artículos de talabartería o guarnicionería para todos los animales. .... | 76 |



## LISTA DE ILUSTRACIONES

|  | Pág. |
|--|------|
| Ilustración 1: Silla para paseo y entreno para caballos de paso fino tipo Tereque. | 48   |
| Ilustración 2: Figura del empaque y etiquetado del producto.....                   | 50   |
| Ilustración 3: Figura del transporte terrestre y contendor aéreo.....              | 56   |
| Ilustración 4: Posición arancelaria del producto.....                              | 72   |

## LISTA DE ANEXOS

|   | Pág. |
|---|------|
| Anexo 1: Documentos soporte resueltos para la asesoría del plan exportador. ...   | 100  |
| Anexo 2: Encuesta sobre costos y cotización resuelta. ....  | 101  |
| Anexo 3: Encuesta de proyección financiera, logística, transporte internacional y negociación internacional resuelta.....     | 101  |
| Anexo 4: Fotos probatorias de la realización de la entrevista sobre costos y cotización realizada en la ciudad de tuluá. .... | 101  |

## GLOSARIO

**ACIÓN:** Correa de que pende el estribo en la silla de montar.

**ALFORJA:** Especie de talega abierta por el centro y cerrada por sus extremos, los cuales forman dos bolsas grandes y ordinariamente cuadradas, donde, repartiendo el peso para mayor comodidad, se guardan algunas cosas que han de llevarse de una parte a otra sobre el caballo.

**APAREJO:** Arreo necesario para montar o cargar las caballerías.

**APERO DE CABEZA:** Conjunto de accesorios que forman el aparejo de las bestias.

**ARNÉS:** Guarniciones provistos de correas y hebillas que se ata al cuerpo del animal para sujetar y transportar algo o alguien.

**CINCHA DELANTERA:** Faja de cáñamo, lana, cuero o esparto, con que se asegura la silla o albarda sobre la cabalgadura, ciñéndola ya por detrás de los codillos o ya por debajo de la barriga y apretándola con una o más hebillas.

**CORREAS:** Cinta de cuero para sujetar las guías en los tiros de caballos.

**DEMANDA:** Cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados por una colectividad.

**ESTRIBOS:** Pieza de metal, madera o cuero en el que el jinete apoya el pie, la cual está pendiente de la acción.

**GUALDRAPA:** Cobertura larga, de seda o lana, que cubre y adorna las ancas del caballo.

**GRUPA:** Anca de una caballería.

**INCOTERM:** Término dentro de reglas internacionales, regidas por la cámara de comercio internacional, que determina el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional.

**INTERNACIONALIZAR:** Someter a la actividad conjunta de varias naciones, o de un organismo que las represente, territorios que dependían de la autoridad de un solo estado.

**MARROQUINERÍA:** Manufactura de artículos de piel o tafilete, como carteras, petacas, maletas, etcétera.

**MONTURA:** Conjunto de los arreos de una caballería de silla.

**PECHERA:** Pedazo de vaqueta forrado en cordobán y relleno de borra que puesto a los caballos en el pecho, les sirve de apoyo para que tiren.

**OFERTA:** Conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado.

**SILLAS PARA PASEO Y ENTRENO:** Sillas para caballos que son utilizadas en cabalgatas, eventos sociales y paseos por parte cualquier tipo de jinete.

**TALABARTERÍA O GUARNICIONERÍA:** Taller donde se trabajan artículos de cuero para caballería.

**VOCACIÓN EXPORTADORA:** Apertura y oportunidad de productos vendidos en el exterior.

## RESUMEN

El desarrollo del presente trabajo de grado tiene como principal propósito el diseño de un plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino desde Colombia hacia un potencial mercado de destino, para este caso Puerto Rico, teniendo en cuenta todos aquellos elementos que implican la elaboración del mismo y demostrando la importancia de comercializar en mayores proporciones el mercado de la talabartería a nivel nacional y de igual forma para fines exportadores. Este proyecto es de tipo aplicado puesto que de forma empírica se aplicaran los conocimientos aprendidos en cuanto a exportación, logística y la exploración en el momento de elegir un mercado internacional. En igual medida la realización de este proyecto tiene como fin poner en evidencia el actual estado de las capacidades y competencias adquiridas por los estudiantes de comercio internacional en materia de procesos de exportación de un bien comercializable, para este caso las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino, pasando por el conocimiento del proceso de la creación del bien en cuestión, evaluando constantemente los costos tanto en la obtención y procesamiento de las materias primas junto a la mano de obra, la transformación para obtención del producto final y la fijación de su precio como tal, sin dejar de lado los costos relacionados con el transporte de la mercancía y la evaluación seria del mercado potencial con el fin de lograr encontrar la viabilidad del plan exportador y apoyo en el mejoramiento económico de ambos países.

## INTRODUCCIÓN

Con el propósito de retroalimentar y enmarcar el contexto dentro del cual se desarrolla el presente proyecto de grado se mencionan las generalidades que dan origen a la realización del mismo iniciando por los años 90 donde las cifras revelaban que la industria de la talabartería, correspondiente a productos provenientes del cuero en Colombia era tan prospera como comprometedora. Durante cinco años se posiciono como uno de los mejores a nivel latinoamericano. Sin embargo varias situaciones empezaron a presentarse años después donde las exportaciones empezaron a disminuir y el balance del sector presentaba curvas negativas, basado en causas como menor competitividad como consecuencia de la revaluación del peso en esa época sin embargo años más adelante se incrementa la demanda nacional de diferentes productos correspondientes al sector y apoyados en esto las organizaciones crearon mecanismos para impulsar el mercado internacional de los productos e impulsar notablemente el comercio de estos bienes.

Es por esto que el desarrollo del presente proyecto de grado tiene como principal propósito el diseño de un plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino desde Colombia hacia un potencial mercado de destino, escogido mediante la investigación documental de mercados aptos para la comercialización de este tipo de productos, para este caso Puerto Rico; a través de la realización de un estudio de tipo exploratorio serio, realizado con la asesoría de profesionales en comercio internacional, logística, costos y documentación legal así como de empresarios destacados en el sector de la talabartería, en la misma medida se analizara el mercado interno, externo y características del sector para conocer la viabilidad del posible plan exportador, todo ello enmarcado en el trabajo de campo resaltando la dificultad de acceso a datos estadísticos precisos del sector talabartero tanto a nivel nacional e internacional junto a objetivos medibles y alcanzables que evidencian las competencias adquiridas por los estudiantes de comercio internacional en PRO del desarrollo empresarial y económico a nivel internacional. Para los empresarios colombianos, teniendo en cuenta todos aquellos costos y variables que intervienen en la fabricación de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino en Colombia desde el conocimiento de todo proceso para la creación del producto en cuestión, costos y obtención de materias primas, costos de mano de obra para la obtención del producto terminado y la fijación de su precio final incluyendo los costos de exportación y negociación con un cliente internacional a través del termino INCOTERM "CIP" y mostrando los beneficios que existen al comercializar los productos pertenecientes al sector de la talabartería para fines e exportación, destacando la internacionalización como uno de los principales objetivos para las empresas de hoy dedicadas a la actividad.

## **1. TÍTULO**

Diseño de un plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino desde Colombia hacia Puerto Rico.

## 1.1. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Desde hace algunos años, Colombia ha venido implementando dentro de sus políticas internacionales la realización de acuerdos comerciales con diferentes países o bloques económicos con el propósito de incrementar su productividad nacional, desarrollar y tecnificar a su industria teniendo nuevos mercados objetivo y por consiguiente elevar los niveles de calidad de vida y bienestar de sus ciudadanos, mejorar las condiciones de infraestructura nacional junto a empresas más competitivas para finalmente estar más acorde a las exigencias del mundo globalizado.

Es por esta razón que bajo estos parámetros, Colombia ha negociado, suscrito y puesto en vigencia diversos tratados de libre comercio y acuerdos de colaboración para lograr llevar a la realidad sus propósitos en materia de política internacional; de allí surgen entonces múltiples oportunidades tanto para industrias de alta capacidad productora y altos niveles de tecnificación, como para las medianas y pequeñas empresas que son reconocidas por representar la mayoría de la economía colombiana.

Enmarcados en estas características, el presente proyecto de grado se realiza para brindar la posibilidad de diseñar un plan exportador de un bien industrial básico dentro del sector de talabartería que es ampliamente reconocido, como lo son las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino, teniendo en cuenta que las actuales condiciones de las relaciones económicas con Puerto Rico son positivas y el fortalecimiento económico que se ha venido dando con el mismo país representaría para los empresarios que se dedican a esta labor beneficios productivos relacionadas con el sector de talabartería y comercialización de sillas para caballos una oportunidad significativa de posicionarse en un sector económico en el que esta nación no tiene grandes fortalezas dada la dificultad de la obtención de materias primas para la realización de este tipo de bienes y las condiciones de su industria para satisfacer la demanda de este producto a la población caballista.

Además este proyecto también tiene como fin resaltar que existen otras grandes oportunidades al escoger a Puerto Rico como mercado objetivo ya que a nivel geográfico existe cercanía con este país y los lazos culturales como las tradiciones, el idioma, las características de la población e indiscutiblemente los acuerdos con el país vecino como el convenio de colaboración económica, con el fin de promover el intercambio comercial, promover el desarrollo cultural y artístico, intercambio de experiencias y la cooperación en materia de servicios médicos y educativos, infraestructura, desarrollo portuario, turístico y agrícola. Todas estas características no



supondrían una gran barrera para llegar a ser exitosos en el país cercano; de igual forma las evaluaciones continuas que ha venido realizando el estado colombiano de su actual convenio de colaboración económica con Puerto Rico evidencian que hay una clara oportunidad comercial de realizar exportaciones de los productos colombianos principalmente en el sector industrial y agroindustrial, sin dejar de lado que en los últimos años las exportaciones desde Colombia hacia Puerto Rico se han incrementado sustancialmente y su economía se ha vuelto atractiva para la realización de negocios a lo largo del continente. A nivel de la formación profesional, el desarrollo de este proyecto le posibilita a los estudiantes de Comercio Internacional involucrarse de forma práctica con el proceso y realización de un plan exportador, implementando las competencias que se han adquirido a lo largo de la carrera, además es probable que a lo largo del proyecto se abran las puertas para a futuro asesorar a una empresa generadora de empleo que a su vez realice actividades exportadoras.

Cabe resaltar además que de la correcta realización de este proyecto, este se podrá utilizar como punto de partida de muchos otros bienes pertenecientes al sector de la talabartería para procesos de exportación, ya sea por la información logística y legal suministrada o los costos de referencia utilizados, impulsando así un sector poco explorado y estudiado pero con gran potencia del éxito tanto nacional como internacional.

## **1.2 OBJETIVOS QUE SE PERSIGUEN EN EL PROYECTO DE GRADO**

### **1.2.1 Objetivo General**

Diseñar un plan exportador para las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino desde Colombia hacia Puerto Rico.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Realizar una investigación documental del mercado puertorriqueño en cuanto al sector de la talabartería para la viabilidad del plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino.
- Determinar la estructura de costos del plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino desde Colombia hacia Puerto Rico incluyendo los elementos que dan valor agregado a las mismas, además de la proyección financiera para la empresa asesorada y así competir en el mercado puertorriqueño.
- Establecer las medidas administrativas de protección económica al ingreso de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino en el mercado puertorriqueño desde Colombia.

## **1.3 ÁREA DEL PROBLEMA**

### **1.3.1 Descripción del problema**

A través de los años Puerto Rico ha desarrollado de forma significativa en cuanto al sector de la talabartería todo lo relacionado con mejorar las razas y las características de las especies que por tradición han hecho parte de la historia económica de Puerto Rico, de igual manera ha explotado enormemente su industria en el sector de la talabartería, dada su gran cercanía con los Estados Unidos importa las materias primas para la elaboración de bienes de alta rentabilidad en el mercado internacional lo cual le ha permitido desarrollar su economía en gran medida.

Basados en estos hechos se tiene como consecuencia directa la falta de desarrollo en algunos ámbitos en el sector de la talabartería. Haciendo énfasis en este sector de la economía se encontró que Puerto Rico no ha explotado en gran medida la producción de bienes provenientes de la talabartería y marroquinería por los empresarios nacionales por diferentes causas, ya sea el desconocimiento de la mano de obra calificada para la realización de este tipo de bienes o no contar con las materias primas necesarias para la realización de los mismos.

Esto de la mano con las características geográficas y naturales que le dificultan la obtención de las materias primas como la crianza del ganado de donde proviene el cuero; en base a esto, los empresarios colombianos dedicados a la fabricación de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino tienen una necesidad de hacer negocios para beneficiarse de estas oportunidades en este mercado teniendo en cuenta los altos niveles de producción de cuero en el país que posteriormente será transformado y así satisfacer los insuficientes niveles de oferta que existen en Puerto Rico en cuanto a la comercialización de las sillas.

### **1.3.2 Formulación del problema**

¿Cómo diseñar un plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino desde Colombia hacia Puerto Rico?

### **1.3.3 Delimitación**

El presente proyecto de grado se realiza como apoyo en la asesoría de una exportación de un producto de un bien industrial, realizado por los estudiantes de Comercio Internacional enmarcados en información investigada y recopilada durante dos años y diez meses iniciando desde el mes de Agosto del 2013 como propuesta inicial en la búsqueda de información hasta el mes de Marzo del 2015 donde se termina para su entrega final y así cumplir con todos los requerimientos necesarios para realizar el diseño del plan exportador y demostrar su viabilidad. La aplicación del proyecto se referencia en la empresa Guarín Gómez Talabartería PPP en la ciudad de Medellín, Colombia. El cual tiene como delimitación de espacio desde las instalaciones de la empresa en Medellín, pasando por el Aeropuerto Internacional José María Córdoba en Medellín, vía aérea hasta el Aeropuerto Internacional Luis Muñoz Marín, en la ciudad de San Juan en Puerto Rico y posterior a esto recorrido terrestre hacia la ciudad de destino Bayamón, Puerto Rico donde se encuentra el posible cliente internacional.

## 2. MARCO DE REFERENCIA

### 2.1 MARCO DE ANTECEDENTES

Basados en información previamente encontrada para el proyecto de grado, los siguientes datos permitieron el desarrollo de ciertos estándares ya analizados anteriormente por instituciones encargadas de arrojar estadísticas de exportación sobre los principales productos de la talabartería y demás productos en el mercado internacional, lo cual permitirá establecer bases que sean de ayuda para encontrar viabilidad del proyecto que le compete a los estudiantes en cuanto a la exportación de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino.

En el desarrollo del proyecto se encontró un diagnóstico según el Portal Oficial de las Exportaciones de Colombia (PROCOLOMBIA) que de manera estadística permite dar a conocer una serie de datos en los cuales muestra como “la cadena de abastecimiento para el calzado, cuero y marroquinería que comprende desde frigoríficos, curtiembres, marroquinerías, calzado y demás, representa un incremento”<sup>1</sup>. Las empresas colombianas presentan gran oportunidad para aumentar la cantidad y el valor agregado de las exportaciones en el mercado mundial. Se establecen diferentes datos donde evalúan cuales son los principales productos de talabartería y así mismo cuál es su vocación exportadora según la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI)<sup>2</sup>.

Dentro de los datos estadísticos se pudo determinar cómo datos relevantes para el proyecto que “las sillas, aperos, arreos y bozales participan en un 0.4% (12.000 Unidades) en el total de la producción colombiana de los principales productos de la cadena de cuero, calzado y marroquinería (2'988.000 Unidades) y tiene una vocación exportadora de 1.3% (38.800 Unidades), Lo cual representa unos resultados

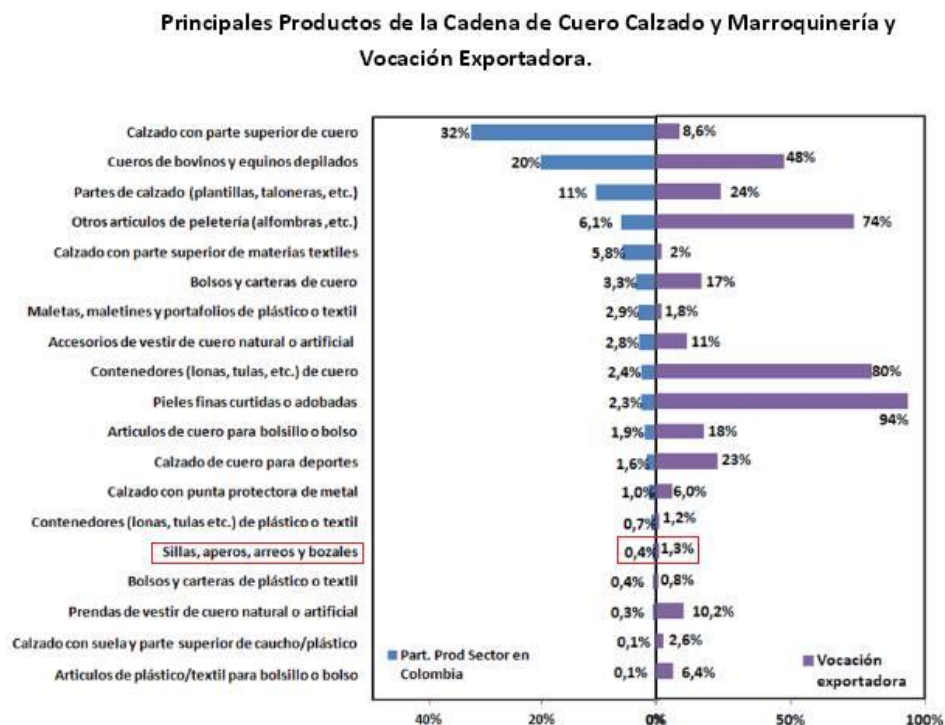
---

<sup>1</sup> PORTAL OFICIAL DE LAS EXPORTACIONES DE COLOMBIA (PROCOLOMBIA). Aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. [On Line]. Colombia: Oficina para el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. Octubre 2012. Disponibilidad en Internet: [http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc\\_sectorial\\_cuero\\_calzado.pdf](http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc_sectorial_cuero_calzado.pdf)

<sup>2</sup> ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESARIOS DE COLOMBIA (ANDI). Aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. [On Line]. Colombia: Oficina para el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. Octubre 2012. Disponibilidad en Internet: [http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc\\_sectorial\\_cuero\\_calzado.pdf](http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc_sectorial_cuero_calzado.pdf)

adecuados y permite identificar que se puede ingresar competitivamente en el mercado y con la posibilidad de ser aceptados en el mercado internacional.

**Gráfico 1: Principales productos de la cadena de Cuero, Calzado y Marroquinería y Vocación Exportadora (2012).**



Fuente: DANE. Cálculos propios.

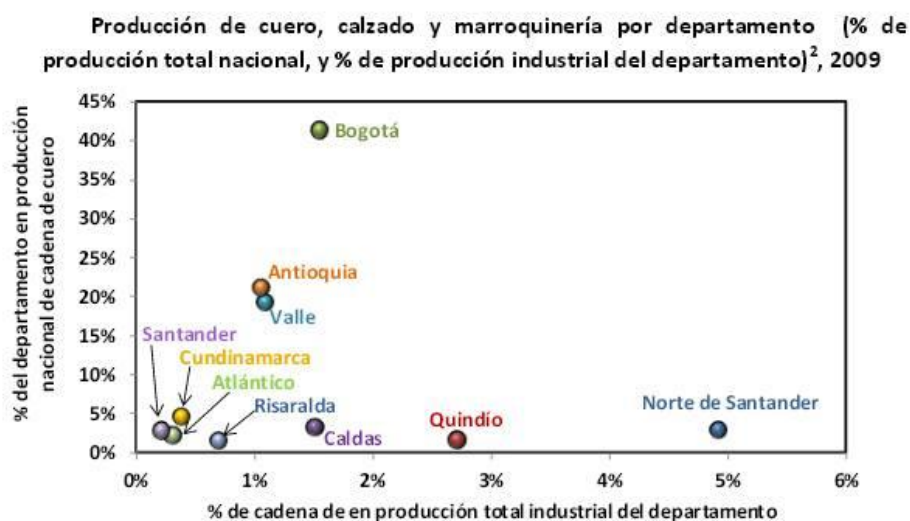
Según los datos establecidos rectifican que EE.UU sigue posicionado como el mejor socio comercial de Colombia aunque la incursión de otros mercados haya provocado una situación comercial deficitaria en los últimos años para el sector de manufacturas de cuero, calzado y marroquinería.

Es importante tener en cuenta que el diagnóstico presenta qué productos son los más adecuados para exportar, donde se tiene en cuenta el volumen pero también que sean productos sofisticados o con valor agregado en sus componentes, aunque Colombia presenta mayores exportaciones en materia prima el sector de los artículos de talabartería tiene buenos índices en exportaciones e importaciones donde permite ingresar en el mercado de forma competitiva, y más aún si se agrega que estos artículos han tenido un crecimiento sobresaliente como lo muestran los resultados.

Nuevos datos sobre las exportaciones en cuestiones explícitamente de cuero, calzado y marroquinería permite identificar que en el mercado latinoamericano está en un buen nivel presentando altos estándares en exportaciones de calzado y marroquinería a diferencia de las pieles y los cueros que tienen altos índices de exportaciones en países asiáticos.

A nivel regional este diagnóstico identifica el Valle del Cauca entre los primeros lugares de producción de cuero, calzado y marroquinería junto con departamentos como Antioquia y ciudades como Bogotá, lo que permite establecer una ventaja pues presenta los recursos suficientes para la producción de bienes industriales.

**Grafico 2: Producción de cuero, calzado y marroquinería por departamento (% de producción total nacional, y % de producción industrial del departamento), 2009.**



Fuente: Dane, cálculos propios.

<sup>2</sup> Es importante resaltar que existe un persistente fenómeno de informalidad en el sector, que implica no sólo problemas por bajos niveles de productividad sino que además tiene de a segar la información sobre participación del sector dentro de las economías locales.

A nivel más interno el Valle del Cauca se encuentra en primer lugar en cuanto a exportaciones de calzado y en segundo lugar en exportaciones de marroquinería, lo que brinda la oportunidad a nuevos empresarios en este tipo de industria a generar un incentivo para el ingreso en este tipo de mercado e incrementar las exportaciones en el comercio internacional, como se ilustra en el grafico siguiente.

**Grafico 3: Exportaciones de cuero, calzado y marroquinería, por departamento, 2011**



Fuente: Dian, cálculos propios

Por último se identifica que el mercado estadounidense presenta una alta demanda en calzado femenino y masculino en diferentes presentaciones. E igualmente se identifica, los mercados más competidores en cuero, calzado y marroquinería donde se encuentra países como China, Vietnam e Italia, lo que para el mercado colombiano se torna preocupante puesto este mercado se mantiene en un precio insostenible frente a los países competidores que cuentan con una economía a gran escala, y según las Estadísticas del Comercio para las Naciones Unidas (UnContrade) “se competiría por precio y no por calidad”<sup>3</sup>.

Con base a lo establecido en el diagnóstico de investigación obtenido de la Oficina para el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos se podría concluir que esta información sirve como base para el desarrollo del plan exportador puesto que permite identificar la posición colombiana y regional en el mercado mundial de los artículos de marroquinerías identificadas en las oportunidades de oferta y la vocación exportadora. Donde se podría implementar el plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino con perspectivas al futuro.

<sup>3</sup> ESTADISTICAS DEL COMERCIO DE LAS NACIONES UNIDAS (UNCONTRADE). Aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. [On Line]. Colombia: Oficina para el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. Octubre 2012. Disponibilidad en Internet: [http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc\\_sectorial\\_cuero\\_calzado.pdf](http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc_sectorial_cuero_calzado.pdf)



El estudio es realizado con base a un mercado tan importante como el de EE.UU, el cual permitió indicar como se encuentra la economía mundial frente a la aceptación de este tipo de productos y de igual manera la demanda que presenta el mercado latinoamericano que es una variable que se convierte en relevancia durante el desarrollo del proyecto.

De igual manera es importante tener en cuenta que para incursionar en un mercado internacional se debe analizar los cambios en los patrones de consumo para poder comercializar un producto con las características propias para suplir una necesidad basados en la innovación y diseño.

Aprovechando que en Colombia se cuenta con materia prima de alta calidad y amplia experiencia en la fabricación y exportación de tipos de productos derivados del cuero, sin embargo se tiene en cuenta que en el país existen empresas y asociaciones en departamentos como Valle, Antioquia y Cundinamarca encargadas de producir las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino tanto para la venta nacional como la internacional que tienen países objeto en Centroamérica y Norteamérica, sin embargo para el mercado de Puerto Rico no aparecen planes exportadores específicos, pero personas particulares que se desenvuelven en el ámbito del comercio internacional han asesorado el proceso de exportación de sillas para para paseo y entreno para caballos hacia Puerto Rico a clientes previamente seleccionados, como la talabartería PPP de la ciudad de Medellín, la cual ha exportado a países como Estados Unidos, México, Costa Rica, Guatemala, Sudáfrica, Irlanda, Francia, Republica Dominicana y Puerto Rico, la cantidad de 360<sup>4</sup> sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino en el año.

---

<sup>4</sup> <http://www.talabarteria-ppp.com/>

## 2.2 MARCO CONTEXTUAL

Dentro del contexto colombiano de la industria de marroquinería, presenta los siguientes datos textuales.

La producción nacional de manufacturas de cuero, estuvo representada en un 43,2 % por carteras y artículos de marroquinería, el 31,5% maletas para equipaje y artículos conexos, el 23,2 % estuches, artículos decorativos y para adorno y 2,0% por aperos y arneses.

**Tabla 1: Producción Nacional de Cuero en Colombia 2014.**

| <b>PRODUCCIÓN NACIONAL DE CUERO EN COLOMBIA</b> | <b>PARTICIPACIÓN</b> |
|---|----------------------|
| Carteras y artículos de marroquinería           | 43,2%                |
| Maletas para equipaje y artículos conexos       | 31,5%                |
| Estuches, artículos decorativos                 | 23,2%                |
| Aperos y arneses                                | 2%                   |

La actividad industrial a nivel nacional se centra en los departamentos de Antioquia con un 30,7%, Bogotá 29.7%, Valle 17.8 %, eje Cafetero 12.7% y 4% Santander, 9,1%, Atlántico y 1,1 %”.<sup>5</sup>

**Tabla 2: Actividad Industrial a nivel nacional 2014.**

| <b>ACTIVIDAD INDUSTRIAL A NIVEL NACIONAL</b> | <b>PARTICIPACIÓN</b> |
|--|----------------------|
| Antioquia                                    | 30,7%                |
| Bogotá                                       | 29,7%                |
| Valle  | 17,8%                |
| Eje cafetero                                 | 12,7% y 4%           |
| Santander                                    | 9,1%                 |
| Atlántico                                    | 1,1%                 |

<sup>5</sup> OFICINA ECONOMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN BOGOTÁ. El mercado de cuero y marroquinería en Bogotá. [On Line]. Colombia: Instituto español de comercio exterior. Junio 2014. Disponibilidad en Internet: <http://www.plancomo.org/pdf/34/2004-Colombia.pdf>

En los últimos años se ha presentado un mayor nivel de especialización en la producción hasta constituirse en un sector independiente al calzado, es así como las empresas más representativas del sector han dejado de manufacturar como parte de una estrategia de economía de escala en la producción de calzado.

El cuero tradicional sigue siendo la materia prima por excelencia, sin embargo, a través de los años ha perdido participación, imponiéndose los materiales textiles, cueros sintéticos y regenerados, combinados con semillas, fibras vegetales y productos autóctonos.

En la actualidad existen pocas empresas de capacidad exportadora como la citada anteriormente referenciada “Guarín Gómez Talabartería” destinadas a exportar las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino, además de esto es difícil tener acceso a antecedentes que permita especificar exportaciones o la elaboración de algún plan exportador desde Colombia hacia Puerto Rico como destino final. Cabe resaltar que si existe la labor de algunos particulares especializados en Comercio Internacional que han servido de intermediarios con empresas exportadoras que fabrican sillas para paseo y entreno para caballos y que por medio de contactos en Puerto Rico han realizado exportaciones de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino debido a la alta demanda de ese país.

Centrados en el diseño del plan exportador desde Colombia hacia Puerto Rico, se encuentra algunas empresas colombianas encargadas de fabricar sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino y especialmente con sillas de tipo exportador (tipo tereque), en la cual se podría intervenir como asesores para llevar acabo el objetivo del proyecto. Dentro de las pocas empresas colombianas encargadas de este tipo de productos, los estudiantes estarían referenciados con la empresa Guarín Gómez Talabartería PPP entre otras, la cual es dedicada a la fabricación, distribución y comercialización de artículos en cuero. Los diseños innovadores con acabados perfectos e inigualables, son elaborados 100% a mano, utilizando materia prima que cumple con altos estándares de calidad, pensando en la comodidad y satisfacción del jinete, y el bienestar del caballo. Lo cual permite facilitar el diseño del plan exportador.

## 2.3 MARCO CONCEPTUAL

A través del presente marco conceptual se hará claridad en la terminología utilizada en el desarrollo del proyecto de investigación, esto con el propósito de que personas particulares que no pertenezcan a la institución universitaria, ni al programa de pregrado, así como aquel público que desconozca el mercado de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino, tengan la posibilidad de comprender los conceptos claves usados a lo largo del mismo y además de aquellos que puedan tener significados ambiguos.

El primer término al que se hace alusión es al concepto de “silla”, Se entenderá por silla a todas aquellas utilizadas para la correcta montura de los caballos de paso fino y a todas las partes que la constituyen. De igual forma el concepto de “país destino” siempre hará referencia al país de Puerto Rico, el cual fue el seleccionado como mercado objetivo para el presente proyecto.

Así mismo se entenderá por “empresarios” a todas aquellas personas naturales o jurídicas que se dedican a la explotación comercial de sus negocios en el sector de la talabartería y no únicamente a la comercialización de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino.

Por otra parte “país de origen” hace mención a Colombia como el país desde el cual se hará a futuro la exportación de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino y así mismo se entenderá siempre como el lugar de fabricación de la mercancía como tal por empresarios nacionales, de allí se desglosa otro termino ampliamente utilizado denominado “valor agregado” este significa todos los agregados que elevan el precio de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino de mayores niveles de comodidad así como de acabados visuales que puedan embellecer el producto terminado.

De igual forma, se llamara a todos los insumos provenientes del cuero, maderas, pegantes, remaches y demás a la “materia prima” necesaria para la producción de las sillas y su posterior comercialización. Aquellas personas que se dediquen a montar los caballos exclusivamente de paso fino que cuentan con formación especializada para el desarrollo de esta actividad le llamaremos “caballista”, los cuales se utilizan de igual forma las sillas especializadas para montar caballo de paso fino para poder realizar la actividad de forma cómoda y con el prestigio que requiere.

A nivel comercial el concepto de “producción nacional” engloba únicamente a todas aquellas mercancías provenientes del sector de la talabartería donde están incluidas las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino, es necesario hacer alusión al sector de la talabartería en general puesto que la información proveniente de esta incluye aquella que es pertinente para el

proyecto. También se entenderá por “vocación exportadora” a las oportunidades de negocios en el extranjero que tendrán aquellos bienes provenientes del sector de la talabartería, específicamente a las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino junto con todas aquellas partes que la componen tales como el arreo, apero, los bozales.

Finalmente el concepto de “asesores comerciales” significa la asesoría profesional prestada por los estudiantes de comercio internacional orientada a aquellos empresarios nacionales del sector de la talabartería donde se incluye la venta de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino que deseen hacer bajo la modalidad de exportación definitiva.

## 2.3 MARCO TEÓRICO

Primer enfoque teórico:

Dada la naturaleza del proyecto de investigación que se está desarrollando, un enfoque teórico sumamente importante que permite comprender de forma técnica la importancia de la realización de un plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino desde Colombia hacia Puerto Rico es “La nueva Teoría Del Comercio Internacional”<sup>6</sup>. La cual respalda los principios en los que se basa la idea de realizar este proyecto y los posibles beneficios que puede representar para el desarrollo de la industria de talabartería en Colombia.

En una primera parte resulta fundamental tener conocimiento de las bases de la nueva teoría del comercio internacional; esta dice que inicialmente hay dos fuentes principales que hacen posible que surja la necesidad de hacer comercio entre dos o más países según el caso, la primera es la diferencia que existe de un país a otro ya sea a nivel de desarrollo tecnológico, tamaño, posición geográfica, forma de gobierno, las diferentes culturas y tradiciones, ventajas naturales y la producción de bienes en los que otro país no se especializa, lo cual permite que entre países se puedan beneficiar de la realización de comercio internacional sí cada uno produce y luego vende en lo que se ha desarrollado más; la segunda hace alusión específicamente a que en cuanto más un país se concentre en desarrollar un sector de su economía, ya sea el agrícola, el de telecomunicaciones y servicios, o de producción de un determinado bien, podrá llegar a llevar esa economía a un nivel de escala en su productividad, a esto se le denomina (retornos crecientes a la escala).

A diferencia de la antigua teoría convencional del comercio que hacia énfasis principalmente a que el comercio entre países se originaba por la mera existencia de las diferencias que había entre países a nivel de dotaciones o preferencias, es decir una ventaja comparativa, la nueva teoría del comercio internacional no solo tiene en cuenta estos elementos sino que también se da cabida a la existencia de una ventaja competitiva, es decir, a causa de elementos como el costo del trabajo, el nivel de desarrollo, la capacidad de producción y la disminución en costos para producir un determinado bien y poder llevarlo hacia su consumidor final.

A partir de estas razones iniciales es posible entonces conocer el impacto de este comercio sobre los individuos o consumidores, los sectores económicos del país y la sociedad en general.

---

<sup>6</sup> JIMENEZ, Felix y LAHURA, Erick. La nueva teoría del Comercio Internacional. [On Line]. Perú: Departamento de economía de la Pontificia Universidad Católica de Perú. 1997. Disponibilidad en Internet: <http://departamento.pucp.edu.pe/economia/images/documentos/DDD149.pdf>

Para el caso del proyecto de grado se puede contrastar esta información de la siguiente manera:

Las características de Puerto Rico según el Portal Oficial del Estado Libre Asociado de Puerto Rico<sup>7</sup>. Se dice que es un país de cerca de 9.000km cuadrados, posee una población de 3'725.789 habitantes (2010), a nivel geográfico “está situado en el Caribe oriental y es la más pequeña de las Antillas Mayores. Es una isla de forma casi rectangular, con una superficie que mide alrededor de 3,435 millas cuadradas”. Además de esto posee una característica especial y es el hecho de ser un estado libre asociado de Los Estados Unidos. Específicamente en el sector de las de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino una gran parte de la población tiene preferencia por ejercer actividades de caballismo profesional, sin embargo, dadas las condiciones de la industria en el sector de talabartería no hay suficientes empresas dedicadas a la producción y comercialización de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino que puedan satisfacer la creciente demanda de los consumidores, por esta razón las empresas de este gremio optan por importar a bajos costos las sillas de países productores.

En contraste, Colombia es un país con una población aproximada de “47'121.089 habitantes” (2013). A nivel geográfico la superficie es de “2.129.748 kilómetros cuadrados”<sup>8</sup>. En cuanto a la industria dedicada a la producción de artículos de talabartería y de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino hay existencia moderada de empresas dedicadas a la producción de las mismas pero de estas solo un muy pequeño porcentaje realiza procesos de exportación, enfocándose únicamente en satisfacer la demanda nacional.

Teniendo esta información es posible comprender entonces desde el punto de vista que plantea la teoría que se cumplen los elementos principales para la realización de comercio internacional entre los empresarios de estas dos naciones en este sector de la economía, en vista de que la industria colombiana está en capacidad de producir y transportar la mercancía, gracias a que el país posee una población significativamente mayor y además comercia

---

<sup>7</sup> GOBIERNO DE PUERTO RICO. Datos generales sobre Puerto Rico. [On Line]. Puerto Rico: Portal Oficial del Estado Libre Asociado de Puerto Rico. Diciembre 2010. Disponibilidad en Internet: <http://www2.pr.gov/SobrePuertoRico/Pages/DatosGenerales.aspx>

<sup>8</sup> JOISEN Y MICKAEL. Principales datos de Colombia. [On Line]. Colombia: OFF 2 Colombia. Abril 2015. Disponibilidad en Internet: <http://off2colombia.com.co/destino-colombia/acerca-de-colombia/principales-datos-de-colombia>

más volumen de sillas lo cual le hace posible satisfacer la demanda en Puerto Rico, haciéndose necesario como puente para lograr esto la intervención de profesionales que estén en la capacidad de asesorar estas empresas para la obtención del cliente y correcta realización del proceso de exportación como tal.

Retomando la teoría se encuentra entonces que el principal propósito de ésta es que mediante la realización del comercio internacional se haga posible mejorar el bienestar de los individuos que tienen acceso a productos o bienes que antes no les era posible adquirir al igual que los sectores de la economía que están involucrados en la producción de la mercancía. La Nueva teoría del comercio internacional ofrece una respuesta alternativa a la pregunta fundamental de la economía internacional: ¿por qué existe el comercio internacional? Realizada por Paúl Krugman<sup>9</sup>.

Se pueden ver entonces los beneficios que trae la realización de comercio internacional con las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino, pues mediante la exportación de estas se hace posible mejorar el bienestar de los caballistas en Puerto Rico que podrán desarrollar su labor en mejores condiciones de comodidad, también podrá hacerse un proceso de exportación en el cual se ofrecen costos acorde a los niveles de poder adquisitivo y de compra, se fortalecen las relaciones comerciales entre ambos países en el sector de talabartería y se abren puertas a la realización de negocios con otros tipos de mercancía en el mismo gremio, es decir, un fortalecimiento comercial bilateral y por consiguiente mejoran los niveles de calidad de vida tanto para los productores nacionales que estarán en la posibilidad de ampliar su mercado como para los comercializadores en Puerto Rico de la mano con los consumidores finales de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino.

---

<sup>9</sup> KRUGMAN, Paúl. Rethinking International Trade. [On Line]. Estados Unidos: Paperback. Marzo 1990. Disponibilidad en Internet: <http://librosespanol.org/libro/rethinking-international-trade/cF29F2/>



## Segundo enfoque teórico:

De igual forma es indispensable analizar los factores de competitividad que intervienen en las empresas y determinan su posibilidad de éxito en el mercado al cual pretenden posicionarse satisfactoriamente; para ello se toma como referente la teoría de la “estrategia competitiva, técnicas para el análisis de industrias y competidores” de Michael Porter; dado que a través de esta se enseñan y relacionan las cinco fuerzas que actúan al interior de la empresa y se evidencian en la tasa de éxito que alcanza la misma, por este motivo se contrastaran estas fuerzas o factores con el presente proyecto de grado con el fin de dar soporte teórico clave en la capacidad de analizar variables tales como “competidores”, “diferenciación del producto”, “amenazas” y “capacidad de negociación”.

La primera fuerza a la que se hace alusión Michael Porter es la “amenaza de entrada de nuevos competidores”. Esta fuerza enmarca los inconvenientes que debe solventar la empresa cuando en un determinado sector de la industria hay una gran potencial de ganancias y beneficios por explotar, esto atrae muchos competidores que bajo el mismo modelo de pensamiento pretenden aprovechar las mismas oportunidades, teniendo esto en cuenta se debe saber que factores permiten a la empresa solventar esta situación tales como la curva de experiencia o el “Know How” donde se describe el funcionamiento interno de la empresa eficientemente en cuanto a procesos como tecnología y calidad, la “diferenciación del producto” y el valor agregado y las barreras gubernamentales, que engloban el conjunto de normas, reglas, estatutos y leyes que deben seguir las empresas según el estado o gobierno al que se pretende incursionar. Esta primera fuerza se contrasta en el proyecto de grado de la siguiente forma: Tomando como referencia la empresa “Guarín Gómez Talabartería PPP S.A.S” para el desarrollo del plan exportador, su “Know How” se reconoce fácilmente pues esta empresa es una de las más destacadas de Medellín por su amplio volumen de producción y combinación artesanal y manufacturada de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino, utiliza eficientemente la planta y procesos de gestión de calidad, acorde a su capacidad productiva, también tiene capacidad exportadora llegando a nueve (9) países incluyendo a Puerto Rico, marcando mercado objeto del proyecto de grado. La diferenciación del producto radica en los hermosos acabados que realizan expertos artesanos colombianos en las sillas y además estas se fabrican incluyendo todas aquellas partes y accesorios que le son pertinentes, las cuales no poseen las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino en Puerto Rico que además son de un precio similar, para los requerimientos legales y normas, estas se encuentran en su totalidad en el marco legal del proyecto de grado y si permiten la incursión del producto a este mercado sin una elevación sustancial del costo, tal como se muestra en el diseño del posible plan exportador.

La segunda fuerza de la teoría de Michael Porter destaca la “amenaza de posibles productos sustitutos” lo cual se traduce en aquellos bienes que satisfacen la misma necesidad del producto estudiado, esto puede llegar a convertirse en una seria amenaza para la empresa en la medida que estos llegan a conseguirse a bajo precio y también se puede dar el caso de que su percepción para el cliente sea de un producto de calidad y bajo precio lo cual desplazaría negativamente el mercado que ha logrado consolidar la empresa. Para el producto que sigue el proyecto de grado denominado como “sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino” puede decirse que no existe un producto sustituto como tal sino que por el contrario, hay sillas para paseo y entreno de distintas calidades y con la inclusión de otras partes que la componen la cual varía su precio dramáticamente al momento de la compra, esta fuerza entonces dice que para el proyecto de grado hay una ventaja en razón de la relación por producto y precio como se muestra más adelante en el desarrollo del plan exportador.

La tercera y cuarta fuerza de la teoría de Michael Porter se enfatiza en “el poder de negociación con los proveedores” y el “poder de negociación con los clientes” respectivamente, este poder de negociación es esencial para la empresa porque los proveedores son un elemento muy importante en el proceso de posicionamiento en la medida de que estos además de vender la materia prima para la producción del producto, afectan el precio directamente pudiendo llegar a ser un arma favorable para la empresa, de igual forma establecer una relación sólida con los proveedores evita la incursión de costos de cambios que podrían afectar la calidad de las materias primas y por consiguiente del producto lo cual impactaría negativamente en la imagen y percepción de calidad tanto de la empresa como del producto terminado. Por otra parte el poder de negociación con los clientes le exige a la empresa realizar una ardua y extensiva investigación de mercado para conocer con claridad las exigencias de los clientes y el potencial volumen de compras pues tal como dice la teoría “mientras mayor sea el número de compras del cliente, mayores serán las ventas de los proveedores para producir los bienes que satisfacen las necesidades de dichos clientes”<sup>10</sup>. Sin dejar de lado la diferenciación de marca que puede llegar a proporcionar un valor psicológico de calidad e imagen corporativa positiva para los clientes.

Así, es para la empresa Guarín Gómez Talabartería PPP S.A.S la utilidad de esta información en cuanto a que esta no ha consolidado sólidas relaciones con sus proveedores de cuero, madera, fibras de carbono o de vidrio y demás partes metálicas, dada la amplia oferta que existe en el departamento antioqueño, por esta razón resulta importante establecer una relación donde se benefician ambas partes y de esta manera traducir estos beneficios en la oferta

---

<sup>10</sup> <http://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>

de unas sillas a mayor precio con su destacada calidad que las caracteriza. Para el caso de la fuerza del “poder de negociación con los clientes” se sabe que los caballistas puertorriqueños tienen gran afición por los festivales y ferias que acontecen en dicho país y por consiguiente esperan siempre adquirir una silla que aparte de brindar calidad, evidencia status e imagen dado que estas son el reflejo de quien las monta y espera impresionar a una audiencia o público determinado. De igual forma Puerto Rico cuenta con un mercado potencial de “70.000 personas caballistas”<sup>11</sup> suficiente para generar una rentabilidad sostenida en ese mercado y pudiendo llegar a establecerse relaciones positivas de largo plazo con clientes de dicho país.

Finalmente, la quinta y última fuerza de la teoría de la “estrategia competitiva” de Michael Porter habla de la “Rivalidad entre competidores existentes”, es en este punto donde se puede decir que ya con las cuatro fuerzas anteriores definidas y aplicadas a la empresa se puede entrar a tomar las medidas necesarias para asegurar su posicionamiento en el mercado objetivo, para este caso Puerto Rico, conociendo los principales rivales existentes teniendo como principal arma la innovación, diferenciación que en un momento determinado pueda llegar a tener una prioridad mayor que la fijación de un precio menor o “barato”; puede decirse entonces que a pesar de que los Estados Unidos sea el principal competidor de los empresarios colombianos gracias a que Puerto Rico es un estado libre asociado de los mismos y por consiguiente, se puede dar libre entrada de las sillas como si se tratase de un envío dentro del mismo territorio, los empresarios colombianos y en especial la empresa Guarín Gómez Talabartería PPP, posee un valor diferenciador ya que las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino de Estados Unidos no son vendidas con todos los accesorios necesarios para la montura del caballo, sino que este se vende por aparte y además estas sillas son producidas casi que en su totalidad por maquinaria especializada, que no tiene la capacidad de realizar los acabados tan característicos de las sillas provenientes de Colombia, encontrándose a nivel general una gran oportunidad de incursionar en el Puerto Rico con un producto ampliamente demandado que tiene un gran potencial de acogida y consolidación que llene las expectativas de crecimiento de los empresarios colombianos en un mundo globalizado.

---

<sup>11</sup> GOBIERNO DE PUERTO RICO. Manufactura. [On Line]. Puerto Rico: Portal Oficial del Estado Libre Asociado de Puerto Rico. Diciembre 2010. Disponibilidad en Internet: <http://www2.pr.gov/GobiernoEmpresas/SectoresInversion/Pages/Manufactura.aspx>

## 2.4 MARCO LEGAL

1. La normatividad vigente que rige los Sistemas Especiales de Importación – Exportación en Colombia, es la siguiente:

- **DECRETOS**

- Decreto – Ley 444 de 1967. Ley Marco de Comercio, que define las operaciones de materias primas, bienes de capital y repuestos, reposición de materias primas, particularmente los artículos 172 al 179.
- Decreto 688 de 1967. Modifica parcialmente el Decreto – Ley 444/67.
- Decreto 631 de 1985. Dicta normas referentes a los Sistemas Especiales de Importación – Exportación y en particular confería al entonces INCOMEX, las facultades para establecer los requisitos y procedimientos necesarios para el cumplimiento de las citadas normas.
- Decreto 1208 de 1985. Consagra la constitución de Garantías Bancarias o de Compañía de Seguros con el objeto de garantizar la debida utilización de los bienes importados al amparo de los Sistemas Especiales de Importación – Exportación.
- Decreto 697 de 1990. En adición a las Garantías Bancarias o de Compañía de Seguros normada en el Decreto 1208 de 1985, éste Decreto autoriza la constitución de garantías personales por parte de los obligados de las operaciones de los Sistemas Especiales de Importación – Exportación.
- Ley 37 de 1990. Establece como requisito para evaluar y decidir sobre la autorización de un programa Plan Vallejo, que el proyecto presentado por el solicitante sea avalado por la firma de un Economista con matrícula profesional vigente.
- Decreto 2681 de 1999. Determina las condiciones y requisitos para la inscripción en el Registro Nacional de Exportadores.
- Decreto 2685 de 1999. Modifica la Legislación Aduanera.
- Decreto 1232 de 2001. Modifica parcialmente al Decreto 2685 de 1999.
- Decreto 2331 de 2001. Por el cual se establecen disposiciones para los Programas de Sistemas Especiales de Importación – Exportación destinados a la exportación de servicios.
- Decreto 577 de 2002. Adiciona al artículo 172 del Decreto 2685 de 1999, modificado por el artículo 17 del Decreto 1232 de 2001, el literal k), indicando que la salida de bienes obtenidos con las materias primas e insumos importados al amparo de los Sistemas Especiales de Importación – Exportación, o de bienes elaborados en desarrollo de un Programa de Bienes de Capital y de Repuestos, hacia el puerto

- libre de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, se contabilizaran como exportaciones para los SEIEX.
- Decreto 210 de 2003. Por el cual se crea el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

- RESOLUCIONES

- Resolución 13 de 1990 del C.D.C.E. Fija el monto de las garantías que deben constituirse en desarrollo de los Sistemas Especiales de Importación – Exportación.
- Resolución 04 de 1991. Establece formularios especiales para las solicitudes de importación mediante el sistema de Licencias Anuales con cargo a los Sistemas Especiales de Importación – Exportación.
- Resolución INCOMEX 1860 del 14 de Mayo de 1999. Simplifica los procedimientos de los Sistemas Especiales de Importación – Exportación a fin de facilitar su acceso, y dinamizar los esquemas existentes.
- Resolución 953 del 20 de Junio de 2000 D.G.C.E. Establece los actos administrativos y sancionatorios.
- Resolución 1964 de 2001. Modifica parcialmente la Resolución 1860 de 1999.
- Resoluciones DIAN 4240 de 2000 y 7002 de 2001. Reglamentan el Decreto 2685 de 1999.
- Resolución DIAN 5183 del 2000. Asigna los Códigos para los trámites de exportación.
- Resolución 1148 de 2002 de MINCOMERCIO. Establece el listado de subpartidas arancelarias mediante las cuales se pueden autorizar bienes de capital o repuestos en desarrollo de las operaciones de que tratan los artículos 173 literal c) y 174.
- Resolución 1791 de 2002 MINCOMERCIO. Por la cual se establecen disposiciones para los Programas de Sistemas Especiales de Importación – Exportación destinados a la exportación de bienes al amparo de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y de Erradicación de Drogas, ATPDEA, de los Estados Unidos de América.
- Resolución MINCOMEX 0011 de 2003. Se establecen las nuevas disposiciones de los Sistemas Especiales de Importación – Exportación, al amparo de la decisión de la Organización Mundial de Comercio (OMC), sobre la aprobación y modificación de los programas de Bienes de Capital hasta el 30 de Noviembre de 2006.
- Resolución 349 de 2003. Asigna las funciones al Grupo de Programas Especiales.

- Resolución MINCOMERCIO 1893 de 2003. Reglamenta el Decreto 2331 de 2001 y se dictan disposiciones para los Programas de Sistemas Especiales de Importación – Exportación destinados a la exportación de servicios, particularmente, el transporte aéreo de pasajeros.

- CIRCULARES

- Circular Externa D.G.C.E. 04 de 2000. Dispone que los Cuadros de Insumo Producto deben presentarse en CD para su evaluación y decisión pertinentes.
- Circular Externa 36 de 2001 del Ministerio de Comercio Exterior. Dispone la presentación de Cuadros Insumo Producto y Declaraciones de Importación en CD para los estudios de Programas de Reposición de Materias primas.
- Circular Externa 25 de 2001. Dispone la presentación de las Declaraciones de Exportación en CD para los estudios de demostración. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2004).

2. La normatividad vigente que rige los Sistemas Especiales de Importación – Exportación en Puerto Rico, es la siguiente:

Se resumen a continuación aquellas regulaciones aduaneras más relevantes:

- DOCUMENTACIÓN

La importación en EEUU de artículos del consumidor está sujeta a las regulaciones generales Aduaneras administradas por el organismo federal Customs and Border Protection (CBP) entre las que destacamos en primer lugar, la presentación de los documentos del envío/embarque (19CFR141) típicamente factura y documentos de transporte dependiendo de los INCOTERMS de la venta, y aquéllos otros requeridos por otros organismos, en su caso. Los artículos a importar deben pasar la inspección aduanera (19CFR151), y para el despacho final se abonarán los aranceles correspondientes (19CFR159) y los gastos adicionales conocidos como User Fees. (Oficina Económica y comercial de España, 2013).

- CLASIFICACIÓN Y TRATAMIENTO ARANCELARIO

La clasificación arancelaria armonizada de los EEUU sólo coincide con la española/europea en los 6 primeros dígitos y se puede acceder a la misma en el portal de Internet del organismo International Trade Commission (USITC). (Oficina Económica y comercial de España, 2013).

- PAÍS DE ORIGEN

En general no es necesario presentar un certificado de origen para el despacho de la mercancía, excepto en aquellos casos en los que los artículos han sido fabricados en países a los que Estados Unidos confiere un tratamiento arancelario especial, a través del sistema preferencial (GSP) o de acuerdos de comercio bilaterales/multilaterales. En esos supuestos, el formato del certificado y el organismo emisor no son uniformes para todas las importaciones, sino que varían según lo acordado entre las partes/países contrayentes. Sí es obligatorio sin embargo, que los artículos manufacturados exportables a EEUU, sean marcados de una manera tan visible, tangible, imborrable y permanente como lo permita la naturaleza del/los mismos, con el nombre en inglés del lugar de origen (Made in...) con objeto de informar claramente al último comprador en este país, de su procedencia. En el caso de que el marcado sea defectuoso en el momento de pasar el control de Aduanas, se le impondrán a las manufacturas importadas, una tasa adicional sobre el valor de aduana, salvo que sean destruidos, reexportados o corregidos sus respectivos marcajes bajo la supervisión de los servicios aduaneros 19CFR134. El marcado de "Made in CE o UE" en lugar de "Made in Spain", no es aceptable (Oficina Económica y comercial de España, 2013).

- COMERCIALIZACIÓN

El organismo Federal Trade Commission (FTC), administra en EEUU las regulaciones de protección del consumidor contra prácticas comerciales desleales, fraudulentas, confusas o engañosas. Dicho organismo establece guías de etiquetado y comercialización de carácter general y sectorial, y tiene la autoridad para emitir órdenes administrativas prohibiendo prácticas contrarias a las regulaciones, que a su vez conducen a penalizaciones económicas civiles y a cargos criminales. En el portal de Internet de FTC se puede acceder a información para los industriales o comerciantes interesados, si bien a continuación se resaltan normas más relevantes.

a) Etiquetado general identificación producto

La comercialización de “productos para consumo” está sujeta al etiquetado general que prescribe la ley Fair Packaging and Labelling Act (16CFR500 a 503). Algunos artículos de artesanía y regalo, así como juguetes en general, no están sujetos a esta regulación, pero aun así se recomienda una etiqueta que contenga la identificación/nombre del producto, datos completos del fabricante o distribuidor, características de la pieza si las posee, cantidad. El etiquetado de país de origen es obligatorio.

b) Guías de comercialización sectoriales

Ciertos artículos pueden estar sujetos además a normas de comercialización y etiquetado de identificación específico, entre ellos: joyería, piel, textiles sin confeccionar/confeccionados, gafas y cristales ópticos, plantas y flores, etc.

c) Garantías

El ofrecimiento de garantía de producto no es obligatorio, pero común en ciertos artículos del consumidor. Está regulado en la ley federal Magnusson – Moss Warranty Act, que administra el organismo FTC. Las regulaciones derivadas de dicha ley, se contienen en 16CFR239 y 16CFR700, 701, 702, 703 y prescriben las condiciones y datos que deben contener una garantía (documento único por escrito, identificación del beneficiario de la garantía, identificación de quién la ofrece, identificación del artículo o componentes del artículo cubierto por la garantía, en qué consiste la garantía, duración de la misma, gestiones específicas a realizar para reclamar una garantía, instrucciones para el registro de garantía si es una condición de la misma, etc. (Oficina Económica y comercial de España, 2013).

### 3. SEGURIDAD DEL CONSUMIDOR

Los artículos del consumidor están sujetos a las disposiciones de seguridad derivadas de la ley Consumer Product Safety Act (CPSA) y/u otros estatutos bajo el mismo epígrafe modificados en Agosto 2008 con la ley Consumer Product Safety Improvement Act (CPSIA). De estas leyes y estatutos se derivan regulaciones para la protección de la salud e integridad física del consumidor en el uso normal y cotidiano del artículo, administradas por el organismo federal Consumer Product Safety Commission (CPSC), Las regulaciones generales derivadas de CPSA/CPSIA se contienen en 16CFR1101 hasta 1118, e incluyen obligatoriedad de informar sobre peligros y accidentes experimentados con sustancias y/o artículos del consumidor, así como disposiciones para la detención y retirada del mercado de productos considerados defectuosos o peligrosos en el contexto de dicha ley y las que se derivan de la misma y



para la divulgación entre el público de tales defectos/peligrosidad. Además de las normas generales, CPSC administra un gran número de regulaciones específicas relacionadas con restricciones y procedimientos para reducir y combatir la peligrosidad de un extenso grupo de materiales y artículos en su uso normal y cotidiano, que suelen incluir normas de verificación y etiquetado de avisos apropiados.

a) Certificado obligatorio de cumplimiento – Ciertos artículos del consumidor

El cumplimiento de las normas específicas de seguridad contempladas en CPSIA deberá ser certificado por el importador en EUUU (en el caso de productos no fabricados en el país) o por el fabricante doméstico, tras haber sometido el artículo concernido a pruebas razonables de verificación de su seguridad general o en su caso a las específicas requeridas por CPSC (16CFR1107), de la siguiente manera:

- Artículos destinados a consumidores mayores de 12 años

Certificado general de cumplimiento (GCC), mencionando en su caso, las normas específicas que se cumplen (inflamabilidad textiles confección y hogar, colchones, encendedores, límites plomo en pinturas y acabados, dardos, etc.)

- Artículos destinados a niños hasta de 12 años

Certificado de cumplimiento artículos para niños (CPC), mencionando en su caso, las normas específicas que se cumplen. Los artículos cubiertos (definición muy amplia que incluye juguetes, artículos y muebles puericultura, textiles, calzado, pinturas y acabados, artículos para trabajos artesanos, artículos con contenido plomo o ftalatos, etc).

b) Etiquetado voluntario de cumplimiento

Un artículo cuya seguridad ha sido verificada y certificada por un procedimiento razonable, o ajustándose a una norma de verificación en su caso, podrá incluir en el texto de su etiqueta, envoltorio y/u otra publicidad comercial relevantes, una frase indicativa de cumplimiento (ej. Meets CPSC Safety Requirements), según se permite en las normas contenidas en 16CFR1107. (Oficina Económica y comercial de España, 2013).

#### 4. RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO

El fabricante, vendedor, licenciario o concedente de una determinada tecnología, puede tener, a resultas de daños causados en alguna persona o propiedad, por el producto, artículo o componente o parte que fabrica, vende, distribuye o concede en licencia, reclamaciones por responsabilidad sobre el producto. Como consecuencia, el fabricante/exportador debe seriamente considerar suscribir, en la medida de lo posible, un seguro que cubra su producto y componentes, en el mercado estadounidense. Una homologación y certificación de seguridad apropiada, presentan así mismo ventajas ante la responsabilidad de producto. (Oficina Económica y comercial de España, 2013).

De esta manera, se debe tener en cuenta todos los requerimientos legales para la exportación del producto desde Colombia, basándose en los requerimientos de calidad exigidos durante las operaciones de materia primas que son establecidos en el Decreto ley 444 de 1967, además de expedir el Registro Nacional de Exportadores para realizar las operaciones de exportaciones regidos por el Decreto 2681 de 1999, y bajo el Decreto 577 de 2002 permitir la salida de bienes provenientes de materias primas del país, entre otros. Igualmente en el país destino, Puerto Rico cumplir con los requerimientos regulados por Federal Customs and Border Protection frente a la presentación del envío/embarque, facturas y documentos de transporte debidamente diligenciados, además se debe cumplir con la clasificación arancelaria correcta y así poder cumplir con las garantías exigidas, brindando seguridad en salud y física al consumidor por medio de los certificados obligatorios de cumplimiento supervisados por la Ley Consumer Product Safety y Act y se tendrá en cuenta la responsabilidad sobre el producto para lograr la satisfacción del cliente y estar oportunamente ante cualquier reclamo o queja con el fin de cumplir con los estándares de calidad y servicio estipulado.

### **3. DISEÑO METODOLÓGICO**

#### **3.1 TIPO DE PROYECTO DE GRADO**

El proyecto de grado realizado es de tipo “aplicado” porque se busca a través de la práctica empírica aplicar todos aquellos conocimientos que se han adquirido a lo largo del pregrado y a partir de allí esto analizar las consecuencias prácticas de su aplicación.

#### **3.2 FORMA DE PROYECTO DE GRADO**

El proyecto es de carácter cuantitativo pues son inherentes a él todos los aspectos relacionados con la investigación de mercados, a nivel financiero y logístico. Hacen parte de este proyecto:

- El conocimiento de la exportación, para este caso de sillas para paseo y entreno para paseo y entreno para caballos de paso fino.
- Análisis de los costos de producción que implica la realización de este bien.
- Conocimiento de todos los costos de transporte a nivel nacional, internacional y en el país destino regido por un término de negociación internacional.
- Establecimiento de los márgenes de rentabilidad para que el desarrollo de la actividad económica sea productivo.
- Conocimiento de la cantidad que va a ser exportada para determinar cuánto será producido y a que intervalo de tiempo.
- Pagos de la mano de obra para realizar el bien así como de la cantidad mínima requerida de trabajadores para su creación.
- Búsqueda de mercados internacionales donde es posible vender para los empresarios nacionales.

### 3.3 VARIABLES

#### 3.3.4 Operacionalización de las variables

Tabla 3: Operacionalización de las variables

| VARIABLE               | CRITERIO                         | OPERACIONALIZACIÓN   |
|------------------------|----------------------------------|--|
| Rangos de precio       | Costos de Producción             | Número de unidades producidas / Costos                           |
|                        | Transporte                       | Costos / Distancia   |
| Mercado Puertorriqueño | Ofertas de sillas para caballos. | % de oferta de sillas para caballos / Exportaciones en el sector |
|                        | Demanda de sillas para caballos. | Cantidad de demanda actual.                                      |

## **4. ASESORÍA DEL PLAN EXPORTADOR**

### **4.1 EL PRODUCTO**

#### **4.1.1 Definición del producto**

Sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino.

#### **4.1.2 Características y atributos del producto**

El producto se caracteriza por sus altos estándares de calidad en especialmente materia prima de cuero, acero inoxidable y sus partes compuestos de hierro. E igualmente presenta características muy propias de sus diseños y accesorios las cuales se ven reflejadas en la comodidad, seguridad, suavidad, tejidos elaborados a mano y factores que le brindan valor agregado y le permite sobresalir en el mercado de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino.

#### 4.1.3 Figura ilustrativa del producto terminado

**Ilustración 1: Silla para paseo y entreno para caballos de paso fino tipo Tereque.**



Fuente: <http://www.talabarteria-ppp.com/>, Guarín Gómez Talabartería PPP S.A.S

#### 4.1.4 Ficha técnica del producto

Tabla 4: Ficha técnica del producto

| TIPO DE SILLA | MATERIA PRIMA | INSUMO   | COLOR                 | PESO | VIDA UTIL | POSICION ARANCELARIA |
|---------------|---------------|--|-----------------------|------|-----------|----------------------|
| Tereque       | Madera        | Cuero, estaño, fibra de vidrio o de carbono y hierro | Café, negra y natural | 12Kg | 5 Años    | 4201.00.00.00        |

#### 4.1.5 Presentación del producto terminado

El producto vendrá en una presentación de 12kg por unidad y embaladas en cajas de cartón de 40cm de Alto, 60cms de largo y 45cm de ancho, con peso aproximado de 3 Kg, que dado sus características físicas vendrán en una silla por caja que nos dará un peso bruto aproximado de 15Kg y la exportación se haría sobre un total de 100 unidades.

#### 4.1.6 Presentación del producto EXWORKS

- **Empaque:**  
Las sillas irán empacadas en un plástico burbuja para evitar la pérdida de sus partes la cual va debidamente sellada.

- **Embalaje**

La presentación de las sillas es de 15 Kg x Unidad equivalente a 0,1 mts<sup>3</sup>, embalados en cajas de cartón de 40cm de Alto, 60cms de largo y 45cm de ancho la cual contiene 1 unidad. Que se enviarán como carga suelta pero para efectos de organización podrán enviarse en 5 pallets tipo estándar (120cm de Largo x 100cm de Ancho), que contendrá 20 cajas cada uno para un total de 100 cajas (Unidades).

Vale la pena resaltar que actuaremos como asesores de exportación, por ende los proveedores de estos empaques y embalajes de la mercancía varían según la empresa a la cual se va a asesorar puesto que es posible que las empresas tengan algún convenio con algunos proveedores de estos productos, en caso de no ser así se buscará establecer relaciones comerciales con algunas compañías encargadas de proveer cajas de cartón y plástico burbuja.

#### 4.1.7 ETIQUETADO DEL PRODUCTO EXWORKS

Consiste en una lámina adhesiva la cual va sobre un lado de la caja la cual contiene:

- Datos generales la empresa en la cual se asesora, como por ejemplo el nombre, logo, teléfono, dirección, ciudad, país y e-mail.
- Datos generales del producto que va contenido, tales como nombre del producto, características, materia prima y peso.
- Precauciones generales para el manejo del producto.

Para la asesoría del plan exportador a efectuar, se necesita rotular las cajas con la información pertinente requerida para identificación de la mercancía y datos del importador y exportador.

#### Ilustración 2: Figura del empaque y etiquetado del producto.



Fuente:

<https://www.google.com.co/search?q=cajas+de+carton+para+exportar&espv=2&biw=1366&bih=667&site=webhp&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=tX8VVZ-%3B361>.



## 4.2 LOGÍSTICA DEL PLAN EXPORTADOR A PUERTO RICO

### 4.2.1 Estructura estimada de costos en planta

#### 4.2.1.1 Indicadores Financieros.

S.M.L.V 2015: \$644.350COP

Tabla 5: COSTOS FIJOS (COP)

| <b>COSTO</b>                  | <b>PRECIO</b>       |
|-------------------------------|---------------------|
| Servicios Públicos            | \$1'000.000         |
| Vigilancia                    | \$644.350           |
| Mantenimiento                 | \$300.000           |
| 20 Operarios de jornada doble | \$12'887.000        |
| 2 Supervisores                | \$2'000.000         |
| 1 Contador                    | \$1'200.000         |
| 1 Secretaria                  | \$644.350           |
| Gerente                       | \$3'000.000         |
| <b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>     | <b>\$21'675.700</b> |

Fuente: Departamento contable, Guarín Gómez Talabartería PPP S.A.S

Esta información fue suministrada por el departamento contable de la talabartería Guarín Gómez Talabartería PPP S.A.S, se debe tener en cuenta que la empresa anualmente fabrica aproximadamente 4.000 sillas es decir 336 sillas mensuales teniendo en cuenta el margen de rentabilidad es del 15%(\$123.825 COP) esto equivale a \$41'605.200 COP de utilidad neta mensual, los cuales suplen el monto total de los costos fijos mensuales (\$21'675.700 COP) generando una utilidad de (\$19.929.500 COP).

## COSTO DE PRODUCCIÓN, PUNTO DE EQUILIBRIO Y COSTOS VARIABLES

En la elaboración de una silla para caballo de paso fino se tienen en cuenta diferentes partes que suman consecutivamente para generar el costo del producto sin logística de despacho.

La presentación del producto de sillas de caballo por 15 Kg por unidad, se vende empacado en una caja de cartón de 40cm de alto, de 60 cm de largo y 45 cm de ancho la cual les brinda confort y seguridad a los clientes.

La presentación del producto se encuentra en la siguiente tabla.

**Tabla 6: COSTOS DE PRODUCCIÓN (COP)**

| SILLA PARA CABALLO   | Costo            |
|--|------------------|
| Ajuste o Armazón   | \$300.000        |
| Alforja  | \$70.000         |
| Guardabarros   | \$50.000         |
| Alfombra   | \$100.000        |
| Grupa  | \$30.000         |
| Pechera  | \$35.000         |
| Estribos   | \$50.000         |
| Cincha delantera   | \$15.000         |
| Correas  | \$10.000         |
| Tiros  | \$60.000         |
| Apero de Cabeza  | \$100.000        |
| <b>COSTO VARIABLE</b>  | <b>\$820.000</b> |
| Fuente: Departamento contable, Guarín Gómez Talabartería PPP S.A.S |                  |

## PUNTO DE EQUILIBRIO

Identificamos el punto de equilibrio para poder prevenir riesgos futuros y de igual manera estipular los estándares de economía que genere rentabilidad.

Margen de contribución del costo EXWORK: 15%

- Margen de contribución Unitario: \$123.825 COP
- Punto de Equilibrio: Costos fijos / Margen de contribución unitario
- Punto de Equilibrio: \$21'675.700 COP/ \$123.825 COP
- Punto de Equilibrio: 175 Unidades

**Tabla 7: COSTOS VARIABLES (COP)**

|   | UNITARIO  | TOTAL (100 U) |
|---|-----------|---------------|
| COSTO VARIABLE                          | \$820.000 | \$82'000.000  |
| (+) Empaque de exportación y rotulación | \$3.500   | \$350.000     |
| (+) Empaque                             | \$2.000   | \$200.000     |
| (=) COSTO EXWORK                        | \$825.500 | \$82'550.000  |
| (+) Margen de Contribución (15%)        | \$123.825 | \$12'382.500  |
| (=) PRECIO DE VENTA EXWORK              | \$949.325 | \$94'932.500  |

Fuente: Departamento contable, Guarín Gómez Talabartería PPP S.A.S

#### 4.2.2 Proyección financiera

Se ha realizado una posible proyección financiera de manera trimestral en base a la TRM actual y se fija un precio de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino.

**Tabla 8: PROYECCIÓN FINANCIERA**

|  | <b>JUNIO</b>    | <b>SEPTIEMBRE</b> | <b>DICIEMBRE</b> |
|--|-----------------|-------------------|------------------|
| <b>TRM</b>   | \$2.587 * 1 USD | \$2.600 * 1 USD   | \$2.590 * 1 USD  |
| <b>Total Unidades</b>  | 100             | 100               | 100              |
| <b>Precio Unitario (COP)</b>   | \$949.325       | \$949.325         | \$949.325        |
| Total unidades * Precio Unitario (COP) =<br><b>Valor Total (COP)</b> | \$94'932.500    | \$94'932.500      | \$94'932.500     |
| Precio Unitario (COP) / TRM=<br><b>Precio Unitario (USD)</b>         | US \$366,95     | US \$365.125      | US \$366.53      |
| Valor Total (COP) / TRM =<br><b>Valor total (USD)</b>                | US \$36.695,98  | US \$36.512,5     | US \$36.653,47   |

Según los pronósticos de la Tasa Representativa del Mercado (TRM), se establece buenos pronósticos para el desarrollo de las negociaciones y poder fortalecer las relaciones comerciales en diferentes aspectos tanto económicos, sociales y culturales, sin embargo estos precios de la TRM son estimados y no constituyen un valor real para la realización de la exportación.

#### 4.2.3 Transporte

Para la asesoría del plan exportador del producto se elige una logística realizada vía aérea por las características del producto y las exigencias del cliente siendo este un medio más rápido para lograr llevarla a su lugar de destino, se realiza una cotización hasta el término DDP es decir la cual va desde la puerta del fabricante hasta la puerta de comprador, sin embargo el que se manejará será el término CIP (Carriage and Insurance paid), por preferencia del cliente para su rapidez y factibilidad.

- **Características del transporte:**

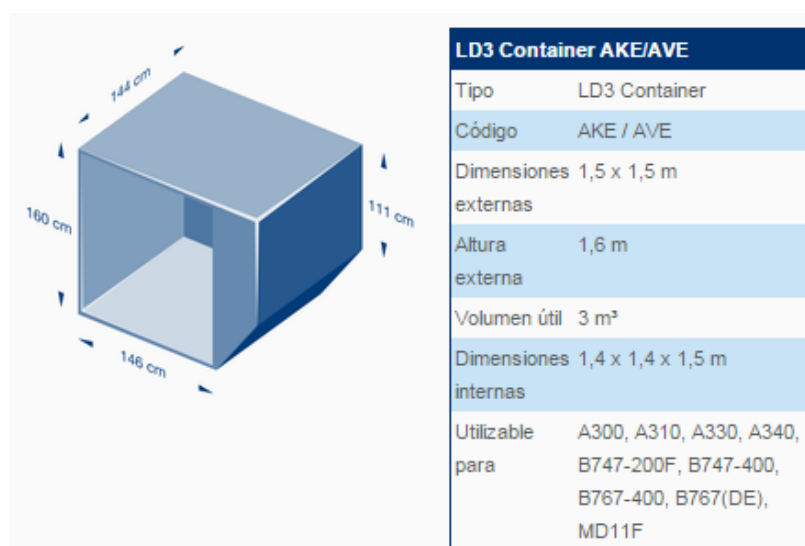
| OPERACIÓN  | Aérea  |
|--|--|
| TRAYECTO   | <p>Medellín a Aeropuerto Internacional José María Córdoba, Medellín - Colombia (vía terrestre)</p> <p>Aeropuerto Internacional José María Córdoba, Medellín - Colombia a Aeropuerto Internacional Luis Muñoz Marín, San Juan - Puerto Rico (vía aérea).</p> <p>Aeropuerto Internacional Luis Muñoz Marín, San Juan – Puerto Rico a Bayamón, Puerto Rico (vía terrestre).</p> |
| PRODUCTO   | Sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino.  |
| POSICIÓN ARANCELARIA   | 4201.00.00.00  |
| MONEDA   | USD, para efectos de pago en Pesos Colombianos la transacción se realiza a la TRM de día en que se recoge la mercancía en la empresa.  |
| PRESENTACIÓN   | Se enviarán 100 cajas equivalentes a 100 unidades que contienen y tendrán un peso bruto aproximado de 1.5 toneladas.   |
| MATERIAL, DIMENSIONES DEL CONTENEDOR PARA TRANSPORTE TERRESTRE | <p>Material exterior: Aluminio, apto para ser usado en la intemperie.</p> <p>Alto: 1,90Mt, Ancho: 2,10Mt, Largo: 1,90Mt, Camión tipo Turbo.</p>  |
| MATERIAL Y DIMENSIONES DEL CONTENEDOR AÉREO                    | Los pallets y contenedores LD3 están hechos de planchas de aluminio con bordes/ranuras, que por su diseño estandarizado, le permiten enganchar directamente las mallas de carga o inmovilizar cargas pesadas en el avión.  |

### Ilustración 3: Figura del transporte terrestre y contenedor aéreo.



Fuente: <http://multicargo-ltda.com/capacidad.htm>

- Dadas las condiciones de la mercancía se transportarán vía terrestre como carga suelta en un camión “tipo turbo”.



Fuente: <http://www.rohlig.com/es/centro-de-informacion/transporte-aereo/contenedores.html>

- Dadas las dimensiones se enviaría por vía aérea en un total de 4 contenedores promedio.

#### 4.2.4 Cotización presupuestada en términos CIP

Preparando una asesoría para el plan exportador vía aérea se indica de acuerdo a valores suministrados por el docente Marco Antonio Gallo del área de costos, precios y cotizaciones internacionales la siguiente información correspondiente que podrá determinar una cotización en términos CIP, la cual será expuesta a los diferentes clientes posibles para realizar una negociación de 100 sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino.

**T.R.M: \$2.587 COP \* 1 USD**

**Tabla 9: COTIZACIÓN PRESUPUESTADA EN TÉRMINOS CIP**

|                               | <b>UNITARIO</b>            | <b>TOTAL (100 UNID)</b>          |
|-------------------------------|----------------------------|----------------------------------|
| PRECIO DE VENTA EXWORK        | \$949.325                  | \$94'932.500                     |
| Transporte del país de origen | \$2.500                    | \$250.000                        |
| Costos de Aduana              | \$3.600                    | \$360.000                        |
| (=) FCA (US \$)               | \$955.425 =<br>US \$369,32 | \$95'542.500 =<br>US \$36.931,77 |
| Manipulación en Origen        | US \$2.43                  | US \$243.52                      |
| Flete Aéreo Internacional     | US \$24,6                  | US \$ 2460                       |
| (=) CPT (US \$)               | US \$396,35                | US \$39.635,3                    |
| Seguro (0,25%)                | US \$9,95                  | US \$99.52                       |
| (=) CIP (US\$)                | US \$406,3                 | US \$39.734,82                   |

- Precio CIP:
  - Unitario: US \$406,3
  - Total (100 Unidades): US \$39,734,82

**EMPRESA  
CIUDAD  
DIRECCIÓN  
TELÉFONO  
CORREO ELECTRÓNICO  
RAZÓN SOCIAL  
RUT**

FECHA

CLIENTE

REF: COTIZACIÓN DE TRANSPORTE EN TÉRMINOS CIP.

A continuación me permito cotizar gastos logísticos y de impuestos para la exportación de mercancías con las siguientes características:

**Producto:** SILLAS PARA PASEO Y ENTRENO PARA CABALLOS DE PASO FINO

**Peso Bruto:** 1.5 TONELADAS

**Precio Unitario CIP:** US \$406,3

**Valor Total CIP:** US \$39, 734, 82

| ORIGEN              | DESTINO  |                                    |
|---------------------|--|------------------------------------|
| Medellín - Colombia | Aeropuerto Internacional Luis Muñoz Marín – San Juan – Puerto Rico | CAMIÓN TIPO TURBO, CONTENEDOR LD3. |

**Transporte terrestre Nacional:** Medellín a Aeropuerto Internacional José María Córdoba en Medellín.

El precio CIP incluye todos los costos de logística de despacho y de exportación, el transporte internacional y el seguro de la mercancía.



#### 4.2.5 Posible cotización presupuestada DDP

Se expone una posible cotización presupuestada en términos DPP, como información adicional para tener en cuenta los demás valores y que sirvan como referencia para el desarrollo de la asesoría del plan exportador.

|  | <b>UNITARIO</b> | <b>TOTAL (100 UNID)</b> |
|--|-----------------|-------------------------|
| (=) CIP                                  | US \$406,3      | US \$39.734,82          |
| IVA (7%) Vlr CIP                         | US \$28,4       | US \$2.781,44           |
| Manipulación en el aeropuerto de destino | US \$2.5        | US \$250                |
| (=) DAT                                  | US \$437,2      | US \$42.766,26          |
| Honorarios de bróker aduanero            | US \$1.5        | US \$150                |
| Transporte en el país destino            | US \$1          | US \$100                |
| (=) DDP                                  | US \$439,7      | US \$43.016,26          |

○ Precio DDP:

- Unitario: US \$439,7
- Total (100 Unidades): US \$43.016,26

**EMPRESA  
CIUDAD  
DIRECCIÓN  
TELÉFONO  
CORREO ELECTRÓNICO  
RAZÓN SOCIAL  
RUT**

FECHA

CLIENTE

REF: COTIZACIÓN DE TRANSPORTE EN TÉRMINOS DDP.

A continuación me permito cotizar gastos logísticos y de impuestos para la exportación de mercancías con las siguientes características:

**Producto:** SILLAS PARA PASEO Y ENTRENO PARA CABALLOS DE PASO FINO

**Peso Bruto:** 1.5 TONELADAS

**Precio Unitario DDP:** US \$439,7

**Valor Total DDP:** US \$43.016,26

| ORIGEN              | DESTINO               |   |
|---------------------|-----------------------|---|
| Medellín - Colombia | Bayamón - Puerto Rico | CAMIÓN TIPO<br>TURBO<br>CONTENEDOR LD3. |

**Transporte terrestre Nacional:** Medellín, Colombia a Aeropuerto Internacional José María Córdoba, Medellín.

**Transporte terrestre Internacional:** Aeropuerto Internacional Luis Muñoz Marín, Puerto Rico a Bayamón, Puerto Rico.

El precio CIP incluye todos los costos de logística de despacho y de exportación, el transporte internacional y el seguro de la mercancía.

#### **4.2.6 Presentación de documentos soportes para la asesoría del plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino**

Para la realización de la asesoría del plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino desde Colombia hacia Puerto Rico se requieren una serie de documentos soportes y legales indispensables para autorizar la salida del producto del país sin ningún tipo de problema para la empresa exportadora; los siguientes documentos fueron suministrados por la docente Luz Adriana Calvo del Área de Plan Exportador bajo su conocimiento como Agente Aduanero, el proceso es el siguiente:

- Partiendo del hecho de que la empresa posea Registro Único Tributario (RUT), estará en facultad de realizar la Exportación.
- Procedimiento a cargo de un Agente Aduanero cuando el valor de la exportación es mayor a US \$2.000.
  - Poder al agente aduanero
  - Certificado de cámara de comercio
  - Contacto con la aerolínea
  - Proceso de revisión con antinarcoóticos
  - Reserva de propiedad
  - Factura Comercial
  - Criterio de Origen
  - Certificado de Origen
  - Lista de Empaque
  - Guía Aérea
  - Contrato de compra venta internacional

## 4.3 MARKETING INTERNACIONAL (PUERTO RICO)

### 4.3.1 Generalidades de la política internacional

Dentro de las principales causas para la selección de Puerto Rico como país objetivo para la realización de la asesoría del plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino, se destacan tres aspectos que tienen como consecuencia directa la viabilidad para realizar una exportación exitosa a este país:

- **Convenio de colaboración entre Colombia y Puerto Rico:**  
Este convenio fue firmado por parte de las Cámaras de Comercio de Bogotá y Puerto Rico el 16 de Febrero de 1999 con el fin de acelerar el proceso de intercambio de bienes y servicios, de igual manera Puerto Rico será la puerta de entrada hacia Estados Unidos y Latinoamérica de nuevas exportaciones colombianas y de la comunidad Andina en general.
- **Cultura y tradición:**  
Hay una gran afinidad cultural entre Colombia y Puerto Rico que los acerca a un ambiente favorable en la realización de negocios, el idioma, las costumbres y tradiciones; esto se ve reflejado en que en este país existe una gran realización de cabalgatas en sus pueblos y ciudades de la mano con ciudadanos que tienen un gusto por la montura de caballos de paso fino, donde a cada integrante de la familia le agrada poseer su propia silla con el fin de obtener distinción, clase y estilo.
- **Por la naturaleza geográfica de Puerto Rico:**  
En vista de que Puerto Rico es una isla y que su extensión geográfica no es muy significativa la tenencia del ganado de donde proviene las materias primas, claves en la realización de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino es poca, lo cual eleva los costos para su obtención y repercute directamente en establecimiento de un precio poco competitivo a nivel internacional, de igual forma hay poca cantidad de personas expertas en la realización de las sillas y estas son hechas en su mayoría por maquinas, lo cual las estandariza y les hace perder la posibilidad de dar valor agregado a las mismas tales como el embelleciendo visual y accesorios.

#### **4.3.2 Razones para argumentar la venta del producto**

Se parte de la realidad de que las características de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino colombianas tanto físicas como de costos de producción, le permite competir satisfactoriamente con las que se encuentran en el mercado puertorriqueño en cuestión de acabados y embellecimientos de las mismas de la mano con la inclusión de accesorios, igualmente la insatisfacción de la demanda de dicho país también representa una oportunidad importante para los empresarios nacionales de encontrar una oportunidad de negocio favorable en el sector de la talabartería y la marroquinería y finalmente el establecimiento de un precio competitivo aun asumiendo costos de exportación y transporte hasta el país destino son muy favorables lo cual no puede pasar desapercibidos en la realización del plan exportador para un producto de este tipo.

Por tal razón se ha realizado una matriz DOFA del mercado nacional para destacar las principales debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que tiene el mercado nacional para abrir nuevas oportunidades en el mercado con este producto.

**Tabla 10: Matriz DOFA del mercado nacional.**

|   |   |  |
|---|---|--|
| <p style="text-align: center;"><b>FACTORES INTERNOS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>FACTORES EXTERNOS</b></p>   | <p style="text-align: center;"><b>LISTA DE FORTALEZAS</b></p> <p><b>F1.</b> Producción nacional suficiente.</p> <p><b>F2.</b> Relación costo-beneficio es positiva en la producción nacional.</p> <p><b>F3.</b> La calidad de las materias primas es de excelente calidad en Colombia.</p>                                  | <p style="text-align: center;"><b>LISTA DE DEBILIDADES</b></p> <p><b>D1.</b> Lograr consolidar una relación sólida con un cliente internacional.</p> <p><b>D2.</b> Lograr establecer envíos periódicos.</p> <p><b>D3.</b> Acceso a información detallada de posibles consumidores con exactitud.</p>     |
|   | <p style="text-align: center;"><b>LISTA DE OPORTUNIDADES</b></p> <p><b>01.</b> Alta atracción e interés por el producto.</p> <p><b>02.</b> Calidad de insumos y los complementos que embellecen el producto.</p> <p><b>03.</b> País con realización de ferias y festivales internacionales de equitación continuamente.</p> | <p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar la calidad del producto colombiano para incentivar la atracción y el interés del producto.</li> <li>• Aprovechar los eventos de equinos para incentivar la comprar del producto.</li> </ul> |
| <p style="text-align: center;"><b>LISTA DE AMENAZAS</b></p> <p><b>A1.</b> El principal competidor son los Estados Unidos los cuales producen en enormes cantidades.</p> <p><b>A2.</b> Lograr una ventaja competitiva estable.</p> | <p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar la producción nacional y la calidad para sobresalir ante la competencia.</li> <li>• Competir por precio y con calidad como valor agregado, para sobresalir en el mercado.</li> </ul>                           | <p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar estrategias para demostrar las ventajas del producto colombiano en el mercado.</li> <li>• Lograr establecer un directorio de posibles clientes para relaciones comerciales futuras.</li> </ul>  |

#### 4.4 Matriz de selección de mercado internacional

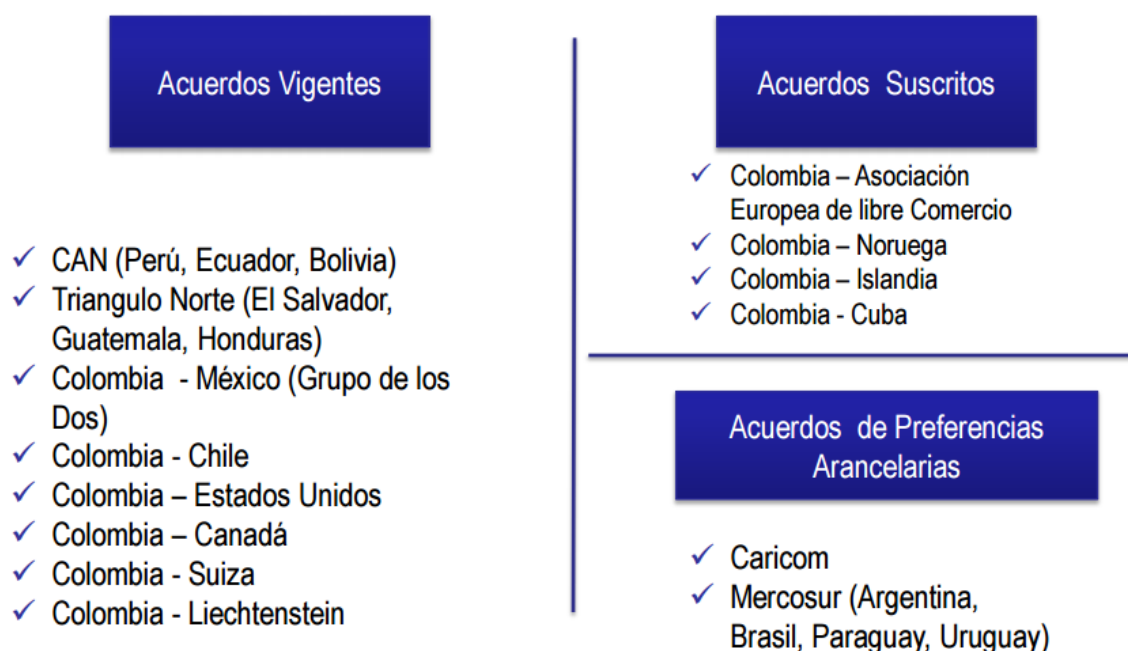
Por medio del modelo de priorización del mercado a través de una matriz de comparación se evalúan diferentes factores que afectan el desarrollo de los negocios en los mercados internacionales.

Esta metodología permite:

- La comparación de la información y la toma de decisiones.
- Aclarar el panorama (amenazas/oportunidades) en los mercados
- Establecer el potencial del mercado
- Dar una calificación objetiva a cada mercado para canalizar los esfuerzos de cada uno.

Modelo de selección de mercado:

**Grafico 4: Identificación de los Tratados de Libre Comercio de Colombia.**



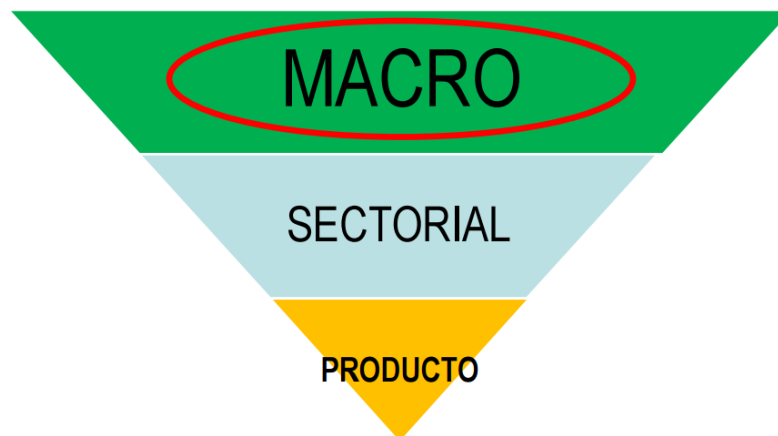
Fuente:

[http://www.procolombia.co/sites/default/files/como\\_escoger\\_su\\_mercado.pdf](http://www.procolombia.co/sites/default/files/como_escoger_su_mercado.pdf)

**Aspectos a analizar para la selección de mercado internacional:**



#### **4.4.1 Análisis de los aspectos macroeconómicos**





## ASPECTOS MACROECONOMICOS:

- Idioma
- Facilidad para hacer negocios
- Cumplimiento de Contratos
- Riesgo de no pago
- PIB, PIB Per cápita y su crecimiento
- Inflación – Población y tasa de Desempleo
- Tipo de Cambio respecto al dólar y al peso
- Importaciones, Exportaciones Totales, y Balanza comercial general y su crecimiento.

Se realiza un análisis del sector, es decir, de los países más cercanos con los que Colombia tiene Tratado de Libre Comercio y en los que se puede incursionar o son un atractivo por sus características como país.

**Tabla 11: PAÍSES NORTEAMERICANOS**

| NORTEAMERICA             |                  |                      |                  |
|--------------------------|------------------|----------------------|------------------|
| DATOS                    | CANADA           | ESTADOS UNIDOS       | MEXICO           |
| CAPITAL                  | Ottawa           | Washington D.C       | Ciudad de México |
| MONEDA                   | Dólar Canadiense | Dólar Estadounidense | Peso mexicano    |
| POBLACIÓN                | 38,834,779       | 318.892.103          | 120.286.655      |
| PIB (BILLONES U\$)       | 1.736            | 15.094               | 1.155            |
| INFLACIÓN                | 3.2%             | 3.22%                | 3.4%             |
| TASA DE DESEMPLEO        | 9%               | 9%                   | 5.2%             |
| IMPORTACIONES (U\$)      | 450.536,91       | 2'262.585,6          | 350.842          |
| EXPORTACIONES (U\$)      | 450.396,91       | 1'479.730,2          | 349.569          |
| DOING BUSINESS           | 13/183           | 4/183                | 53/183           |
| CUMPLIMIENTO CONTRACTUAL | 59/183           | 7/183                | 81/183           |
| DEVALUACIÓN              | -1,3             | 0                    | 11               |
| TIPO DE CAMBIO (USD)     | 1,0321 USD       | -                    | 0,074 USD        |
| TIPO DE CAMBIO (COP)     | 1.847,24 COP     | 1.801,7 COP          | 137,7 COP        |

Fuente: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/rq.html>

**Tabla 12: PAÍSES PERTENECIENTES A MERCOSUR**

| MERCOSUR                 |                |             |               |            |
|--------------------------|----------------|-------------|---------------|------------|
| DATOS                    | ARGENTINA      | BRASIL      | URUGUAY       | PARAGUAY   |
| CAPITAL                  | Buenos Aires   | Brasilia    | Montevideo    | Asunción   |
| MONEDA                   | Peso Argentino | Real        | Peso uruguayo | Guaraní    |
| POBLACIÓN                | 43.024.561     | 202.655.014 | 3.332.328     | 6.703.591  |
| PIB (BILLONES U\$)       | 445.988        | 2.477       | 46,87         | 21.24      |
| INFLACIÓN                | 9.5%           | 6.6%        | 8,10%         | 8.3%       |
| TASA DE DESEMPLEO        | 7.2%           | 6%          | 6%            | 6.3%       |
| IMPORTACIONES (U\$)      | 66.471.04      | 226.243,41  | 10.415,60     | 12.654,80  |
| EXPORTACIONES (U\$)      | 76.531.45      | 256.038,70  | 9.341,20      | 10,280,5   |
| DOING BUSINESS           | 113/183        | 126/183     | 90/183        | 102/183    |
| CUMPLIMIENTO CONTRACTUAL | 45/183         | 118/183     | 103/183       | 106/183    |
| DEVALUACIÓN              | -12,7          | 3.1         | 0.3           | 0.2        |
| TIPO DE CAMBIO (USD)     | 0.214 USD      | 0.495 USD   | 0.0473 USD    | 0.0002 USD |
| TIPO DE CAMBIO (COP)     | 382.85 COP     | 886.37 COP  | 84.62 COP     | 0.406 COP  |

Fuente: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/rq.html>

**Tabla 13: PAÍSES PERTENECIENTES A LA CAN**

| CAN                      |                   |            |              |            |
|--------------------------|-------------------|------------|--------------|------------|
| DATOS                    | CHILE             | BOLIVIA    | ECUADOR      | PERÚ       |
| CAPITAL                  | Santiago de Chile | La paz     | Quito        | Lima       |
| MONEDA                   | Peso chileno      | Boliviano  | Dólar        | Nuevo Sol  |
| POBLACIÓN                | 17.367.525        | 10.631.003 | 45.239.079   | 15.654.055 |
| PIB (BILLONES U\$)       | 248.58            | 240.6      | 67           | 176.66     |
| INFLACIÓN                | 3.3%              | 9.9%       | 4.5%         | 3.4%       |
| TASA DE DESEMPLEO        | 8%                | 5.5%       | 6%           | 7.5%       |
| IMPORTACIONES (U\$)      | 74.907            | 7.613      | 24.286,06    | 37.747.09  |
| EXPORTACIONES (U\$)      | 81.411,13         | 8.397      | 22.345,20    | 45.636,09  |
| DOING BUSINESS           | 39/183            | 153/183    | 130/183      | 51/183     |
| CUMPLIMIENTO CONTRACTUAL | 67/183            | 135/183    | 100/183      | 111/183    |
| DEVALUACIÓN              | 0.13              | 0.6        | 0.2          | 0,9        |
| TIPO DE CAMBIO (USD)     | 0.0021 USD        | 0.1447 USD | -            | 0,3689 USD |
| TIPO DE CAMBIO (COP)     | 3.796 COP         | 260.55 COP | 1.8001,7 COP | 711,7 COP  |

Fuente: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/rq.html>

**Tabla 14: PAÍSES PERTENECIENTES AL TRIANGULO DEL NORTE**

| TRIANGULO DEL NORTE      |             |                     |              |
|--------------------------|-------------|---------------------|--------------|
| DATOS                    | HONDURAS    | GUATEMALA           | EL SALVADOR  |
| CAPITAL                  | Tegucigalpa | Ciudad de Guatemala | San Salvador |
| MONEDA                   | Lempira     | Quetzal             | Dólar        |
| POBLACIÓN                | 8.598.693   | 14.647.032          | 6.125,512    |
| PIB (BILLONES U\$)       | 17.38       | 46.976              | 22.76        |
| INFLACIÓN                | 6.8%        | 6.2%                | 5.1%         |
| TASA DE DESEMPLEO        | 4.8%        | 4.1%                | 7%           |
| IMPORTACIONES (U\$)      | 10.345,70   | 16.645,34           | 9.753,98     |
| EXPORTACIONES (U\$)      | 7.204,22    | 10.461,20           | 5.309        |
| DOING BUSINESS           | 128/183     | 97/183              | 112/183      |
| CUMPLIMIENTO CONTRACTUAL | 130/183     | 93/183              | 112/183      |
| TIPO DE CAMBIO (USD)     | 0.0511 USD  | 0.125 USD           | -            |
| TIPO DE CAMBIO (COP)     | 91.505 COP  | 224.35 COP          | 1.807COP     |

Fuente: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/rq.html>

**Tabla 15: DATOS MACRO DE LOS PAÍSES EN CUESTIÓN**

| DATOS                    | COLOMBIA        | PUERTO RICO      |
|--------------------------|-----------------|------------------|
| CAPITAL                  | BOGOTÁ D.C      | SAN JUAN         |
| MONEDA                   | PESO COLOMBIANO | DÓLAR AMERICANO  |
| IDIOMA                   | ESPAÑOL         | INGLES - ESPAÑOL |
| POBLACIÓN                | 46.245.297      | 3.620.897        |
| PIB (BILLONES U\$)       | 328.4           | 64.840           |
| INFLACIÓN                | 3.4%            | -1,30%           |
| TASA DE DESEMPLEO        | 10.8%           | 16%              |
| IMPORTACIONES (U\$)      | 54.675,70       | 46.9             |
| EXPORTACIONES (U\$)      | 56.953,50       | 68.340           |
| DOING BUSINESS           | 42/183          | 47/183           |
| CUMPLIMIENTO CONTRACTUAL | 149/183         | 92/183           |
| DEVALUACIÓN              | 0,7             | 0.0              |
| TIPO DE CAMBIO (USD)     | 0,00052         | -                |
| TIPO DE CAMBIO (COP)     | -               | 1.801,7 COP      |

Fuente: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/rq.html>

Con el propósito de facilitar la identificación del país más apto y menos apto dentro de cada región en los países que poseen tratados de libre comercio con Colombia, se les identificó con los colores verde y amarillo respectivamente. Cabe resaltar que en la obtención de este tipo de información macroeconómica, no aparece información específica sobre Puerto Rico sino que se le incluye dentro de las estadísticas de los EEUU.

#### 4.4.2 Análisis de los aspectos sectoriales

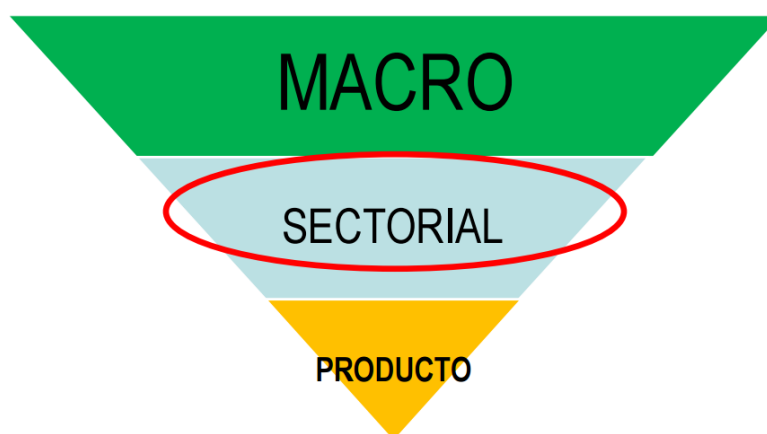
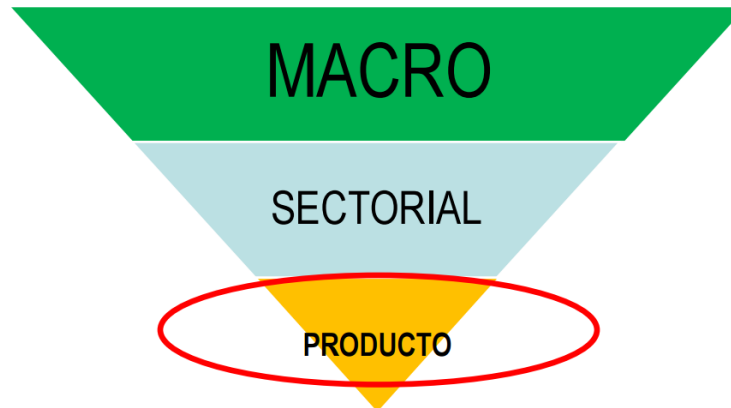


Tabla 16: Oportunidades de exportación para Colombia.

| AGROINDUSTRIA          | MANUFACTURAS/<br>INDUSTRIAL | SERVICIOS                          | TEXTIL Y<br>CONFECCIÓN                |
|------------------------|-----------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|
| Agrícola               | Artículos de dotación       | Animación Digital y Videojuegos    | Bisutería y Joyería                   |
| Agroindustria          | Autopartes                  | Aplicaciones Móviles               | Calzado y sus insumos                 |
| Flores y Plantas Vivas | Instrumentos y Aparatos     | Salud                              | Bisutería                             |
| Acuícola y Pesquero    | Cosméticos y aseo personal  | Audiovisual                        | Calzado                               |
|                        | Envases y empaques          | BPO (Business Process Outsourcing) | Textiles e Insumos para la confección |
|                        | Cuero y sus Manufacturas    | Comunicación Gráfica y Editorial   |                                       |
|                        | Metalmecánica               | Ingeniería                         |                                       |
|                        | Material Promocional        | Software                           |                                       |

#### 4.4.3 Análisis de los aspectos del producto



#### VARIABLES A ANALIZAR:

- Clasificación arancelaria para poder analizar las demás variables.
- Importaciones del producto (miles USD) y su Crecimiento en el último año %.
- Exportaciones del producto (Miles USD) y su Crecimiento en el último año %.
- Balanza Comercial Del Producto (Miles USD)
- Exportaciones de Colombia del Producto al Mundo (Miles USD) y su participación en cada mercado.
- Exportaciones de Colombia del Producto Al Mercado específico (Miles USD) y su Crecimiento en el último año %.

## Ilustración 4: Posición arancelaria del producto

| DIAN - MUISCA - ARANCEL             |  | Perfil de la mercancía   |                     |                 |                |             |             |     |  |
|-------------------------------------|--|--|---------------------|-----------------|----------------|-------------|-------------|-----|--|
| Consultas Arancel                   |  |  |                     |                 |                |             |             |     |  |
| General                             |  | DATOS GENERALES  |                     |                 |                |             |             |     |  |
| Por medidas                         |  | Nivel Nomenclatura   | Código Nomenclatura | Código Complem. | Código Suplem. | Desde       | Hasta       | Leg |  |
| Por código de nomenclatura          |  | ARIAN  | 4201.00.00.00       |                 |                | 01-ene-2007 | ...         |     |  |
| Estructura nomenclatura             |  | Descripción  |                     |                 |                |             | 01-ene-2007 | ... |  |
| Índice alfabético arancelario       |  | Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa  |                     |                 |                |             |             |     |  |
| Reglas generales de la nomenclatura |  | Artículos de talabartería o guarnicionería para todos los animales (incluidos los tiros, traillas, rodilleras, bozales, sudaderos, alforjas, abrigos para perros y artículos similares), de cualquier materia. |                     |                 |                |             |             |     |  |
| Por texto                           |  | Unidad física  |                     |                 |                |             | 01-ene-2007 | ... |  |
|                                     |  | u - Unidades o artículos   |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | MEDIDAS  |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Concepto   |                     | Importaciones   | Exportaciones  | Tránsito    |             |     |  |
|                                     |  | Gravamen   |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | IVA  |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Otras tarifas generales  |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Gravámenes por acuerdos internacionales  |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Medidas de protección comercial  |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Régimen de comercio  |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Bienes de capital  |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Índice Alfabético Arancelario  |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Notas de nomenclatura  |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Correlativas por apertura  |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Correlativas por cierre  |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Requisitos Específicos de Origen (REO)   |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Documentos soporte   |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Características especiales   |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Restricciones  |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial   |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial   |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Modalidades permitidas   |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Descripciones de mercancías  |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Documentos soporte por zona de RAE   |                     |                 |                |             |             |     |  |
|                                     |  | Cupos de Mercancia   |                     |                 |                |             |             |     |  |

**Tabla 17: Importaciones del producto (miles USD) y su crecimiento en el 2014 (%).**

| IMPORTACIONES DEL SECTOR EN MILES DE USD 2014 Y SU CRECIMIENTO EN EL ÚLTIMO AÑO (%), CÓDIGO 4201: ARTICULOS DE TALABARTERÍA O GUARNICIONERÍA PARA TODOS LOS ANIMALES. |         |      |
|---|---------|------|
| CANADA  | 60,766  | 1%   |
| <b>ESTADOS UNIDOS</b>   | 435,532 | 6%   |
| MEXICO  | 6,652   | 12%  |
| CHILE   | 2,475   | 24%  |
| BOLIVIA   | 105     | -25% |
| ECUADOR   | 498     | -28% |
| PERÚ  | 596     | 121% |
| ARGENTINA   | 289     | 5%   |
| BRASIL  | 2,366   | 312% |
| RUGUAY  | 568     | 27%  |
| PARAGUAY  | 302     | 41%  |
| <b>HONDURAS</b>   | 175     | -2%  |
| GUATEMALA   | 459     | -14% |
| EL SALVADOR   | 179     | 63%  |
| Fuente: <a href="http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm">http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm</a>                         |         |      |

**Tabla 18: Exportaciones del producto (miles USD) y su crecimiento en el 2014 (%).**

| EXPORTACIONES DEL SECTOR EN MILES DE USD 2014 Y SU CRECIMIENTO EN EL ÚLTIMO AÑO (%), CÓDIGO 4201: ARTICULOS DE TALABARTERÍA O GUARNICIONERÍA PARA TODOS LOS ANIMALES. |        |       |
|---|--------|-------|
| CANADA  | 15,27  | 15%   |
| <b>ESTADOS UNIDOS</b>   | 61,344 | 3%    |
| MEXICO  | 12,588 | -4%   |
| CHILE   | 5      | -29%  |
| BOLIVIA   | 100    | 4%    |
| ECUADOR   | 2      | -78%  |
| PERÚ  | 245    | 34%   |
| ARGENTINA   | 10,116 | -12%  |
| BRASIL  | 318    | 34%   |
| URUGUAY   | 7      | -     |
| PARAGUAY  | 3,104  | -12%  |
| <b>HONDURAS</b>   | 0      | -100% |
| GUATEMALA   | 100    | -12%  |
| EL SALVADOR   | 3      | -67%  |
| FUENTE: <a href="http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm">http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm</a>                         |        |       |

**Tabla 19: Balanza comercial del producto (miles USD)**

| <b>BALANZA COMERCIAL COLOMBIA - ESTADOS UNIDOS Y PUERTO RICO DE CALZADO, TALABARTERÍA Y MARROQUINERÍA EN US\$ FOB</b>                         |             |             |             |             |             |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>CAPITULO</b>   | <b>2010</b> | <b>2011</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> | <b>2014</b> |
| Marroquinería   | 35,266,569  | 38,251,310  | 37,473,841  | 45,662,871  | 48,126,248  |
| Talabartería  | 9849,762    | 8,009,669   | 4,336,167   | 5,300,141   | 5,962,570   |
| Calzado   | 1,833,957   | 733,802     | 705,893     | 356,833     | -1,690171   |
| FUENTE: <a href="http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm">http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm</a> |             |             |             |             |             |

**Tabla 20: Exportaciones del producto desde Colombia al mundo (miles USD) y su participación en el mercado.**

| <b>Exportaciones del sector desde Colombia</b>  |                  |
|---|------------------|
| <b>Países</b>   | <b>Miles USD</b> |
| Canadá  | 0                |
| Estados Unidos  | 742              |
| México  | 0                |
| Chile   | 0                |
| Bolivia   | 0                |
| Ecuador   | 38               |
| Perú  | 0                |
| Argentina   | 0                |
| Brasil  | 0                |
| Uruguay   | 0                |
| Paraguay  | 0                |
| Honduras  | 0                |
| Guatemala   | 23               |
| El salvador   | 0                |
| FUENTE: <a href="http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm">http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm</a> : |                  |



**Tabla 21: Exportaciones del producto desde Colombia al mercado específico (miles USD).**



**TRADE MAP**

Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas  
Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.



Inicio & Buscar Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Otras Herramientas del ITC Más Iniciar sesión Español

Producto: ... 4201 - Artículos de talabartería o guarnicionería para l

Mundo País: Colombia Grupo de países: Ninguno

Socio: Estados Unidos de América Grupo de socios: Ninguno

otros criterios: Exportaciones Series de tiempo anuales por producto Al mismo nivel (4 dígitos) Valores Dólar Americano

**Comercio bilateral entre Colombia y Estados Unidos de América**  
**Producto: 4201 Artículos de talabartería o guarnicionería para todos los animales (in**

Unidad: Dólar Americano miles

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Descargar:

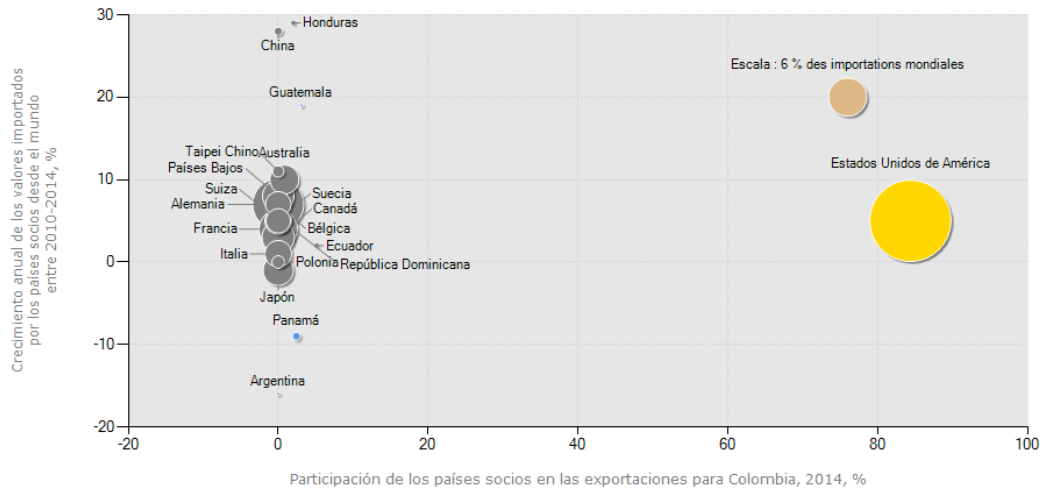
Período (número de columnas): 3 por página líneas por página: Por defecto (25 por página)

| SH6  | Código del producto  | Descripción del producto | Colombia exporta hacia Estados Unidos de América |               |               | Estados Unidos de América importa desde el mundo |               |               | Colombia exporta hacia el mundo |               |               |
|------|--|--------------------------|--|---------------|---------------|--|---------------|---------------|---------------------------------|---------------|---------------|
|      |  |                          | Valor en 2012                                    | Valor en 2013 | Valor en 2014 | Valor en 2012                                    | Valor en 2013 | Valor en 2014 | Valor en 2012                   | Valor en 2013 | Valor en 2014 |
| 4205 | Las demás manufacturas de cuero natural o cuero regenerado.            |                          | 28.969   | 31.760        | 34.182        | 190.806  | 197.479       | 215.735       | 33.527                          | 36.259        | 40.468        |
| 4202 | Baules, maletas (valijas), maletines, incluidos los de aseo y los port |                          | 18.051   | 18.857        | 18.182        | 10.482.435                                       | 11.058.038    | 11.467.248    | 43.106                          | 43.477        | 38.759        |
| 4201 | Artículos de talabartería o guarnicionería para todos los animales (in |                          | 526  | 514           | 626           | 408.961  | 411.279       | 435.532       | 898                             | 745           | 742           |
| 4203 | Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de cuero natural o cue |                          | 242  | 172           | 183           | 1.632.134  | 1.745.232     | 1.743.674     | 3.753                           | 2.415         | 1.910         |
| 4206 | Manufacturas de tripa, vejigas o tendones.                             |                          | 155  | 75            | 140           | 6.752  | 6.576         | 8.278         | 205                             | 414           | 310           |

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) desde enero de 2014.  
Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN.COMTRADE hasta enero de 2014.

**Gráfico 5: Perspectivas para una diversificación de mercados para un producto exportado por Colombia en 2014. Producto: 4201 Artículos de talabartería o guarnicionería para todos los animales.**

Perspectivas para una diversificación de mercados para un producto exportado por Colombia en 2014  
Producto : 4201 Artículos de talabartería o guarnicionería para todos los animales (in



**4.4.4 Resultados macro y sectorial**

**Macro-Sectorial:** Teniendo en cuenta las variables que permiten medir la fiabilidad con la cual se pueden hacer negocios con un determinado país desde Colombia y además, que se tenga vigencia de un tratado de libre comercio con dicho país se presentan a continuación los más y menos destacados por región y el más destacado a nivel general, con el fin de proporcionar un entorno claro y poder tomar decisiones acertadas para la realización del plan exportador:

**Triángulo Norte:** Los EEUU y México

**Mercosur:** Brasil y Paraguay

**CAN:** Chile y Bolivia

**Centro América:** Guatemala Y El Salvador

De acuerdo a esta información se presume que el país más adecuado para la realización del posible plan exportador son los EEUU de acuerdo a sus índices favorables en PIB, Moneda, Importaciones, Desempleo, Población y principalmente por la facilidad en la realización de negocios lo cual es muy favorable para el presente trabajo de grado teniendo en cuenta que Puerto Rico es un estado libre asociado de Los EEUU.

Por otra parte, de acuerdo a la información suministrada a través de Procolombia se destacan los subsectores con mayor oportunidad de exportación de Colombia hacia el exterior, en estos se pudo analizar qué se encuentra el del cuero y sus manufacturas, entendido como todo lo que comprende la talabartería y/o guarnicionería para cualquier animal, relacionándose así con el objetivo perseguido en el presente trabajo de grado.

Con el fin de mostrar claramente y por áreas la información que se menciona respecto de la logística de transporte, se presenta a continuación un cuadro que especifica la frecuencia de vuelos semanales desde Colombia hacia los países estudiados a través de las aerolíneas Avianca, Copa airlines y American Airlines prestadoras del servicio.

**Tabla 22: Logística de transporte y frecuencias aéreas.**

| LOGÍSTICA DE TRANSPORTE |                            |                                     |
|-------------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| PAÍSES                  | PROMEDIO DE VUELOS DIARIOS | DIAS PROMEDIO DE FRECUENCIAS AEREAS |
| CANADA                  | 28                         | 7                                   |
| EE.UU                   | 26                         | 7                                   |
| MÉXICO                  | 22                         | 7                                   |
| BOLIVIA                 | 13                         | 7                                   |
| ECUADOR                 | 34                         | 7                                   |
| PERÚ                    | 32                         | 7                                   |
| ARGENTINA               | 21                         | 7                                   |
| URUGUAY                 | 9                          | 7                                   |
| PARAGUAY                | 9                          | 7                                   |
| HONDURAS                | 2                          | 7                                   |
| GUATEMAÑA               | 19                         | 7                                   |
| EL SALVADOR             | 16                         | 7                                   |
| PUERTO                  |                            |                                     |

FUENTE: <http://www.colombiatrade.com.co/logistica/reportes-de-transporte/aereo/rutas>

#### **4.4.5 Resultados de los aspectos del producto y selección del mercado internacional**

Los aspectos del producto para la facilidad de la realización de negocios internacionales con un potencial mercado objetivo son un factor decisivo en la elección del país al cual se pretende llegar con este en la medida que es allí donde se profundizan todas aquellas variables determinantes que pueden llegar a impedir o facilitar el comercio en un momento dado, estas se deben conocer explícitamente por el exportador pues de ello dependerá el éxito de su negocio. Tal como se pudo observar en los cuadros informativos presentados con anterioridad, se concluye que EEUU y por consiguiente Puerto Rico, es el mejor mercado internacional para la realización del posible plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino, teniendo en cuenta la existencia del tratado de libre comercio que otorga preferencias arancelarias, la reducción en barreras gubernamentales y administrativas para el ingreso de mercancías y la excelente logística de transporte que existe actualmente junto a unos adecuados periodos de transito con este país, sin dejar de lado el hecho de que las importaciones de talabartería y guarnicionería en general poseen una tendencia hacia el crecimiento en los últimos años a la vez que la balanza comercial ha arrojado resultados muy positivos y teniendo como punto de partida que las exportaciones desde Colombia hacia el mundo y al mercado específico en el sector que comprende el producto se pueden hacer satisfactoriamente sin ningún tipo de contratiempo.

**Tabla 23: Resultados de la matriz de acceso al mercado.**

| <b>RESULTADOS DE LA MATRIZ DE ACCESO AL MERCADO</b> |                                  |
|---|----------------------------------|
| Más fácil acceso                                    | ESTADOS UNIDOS –<br>PUERTO RICO. |
| Más difícil acceso                                  | BOLIVIA                          |

#### **4.4.6 Población y muestra representativa en el sector de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino**

Aunque podría decirse que la población de Puerto Rico (3'725.789) para el 2010, según el Estado Libre Asociado de Puerto Rico<sup>12</sup>. Es pequeña, para su naturaleza geográfica que la dimensiona en una isla, es bastante significativa en contraste con otros países de la región y además, la población dedicada a la realización de actividades que vinculan la utilización de caballos de paso fino y por consiguiente de las sillas para paseo y entreno de las mismas es representativa en relación al total de la población pues según el portal oficial del estado libre asociado de Puerto Rico<sup>13</sup>, el 2% de la población está constantemente involucrado con ferias cabalgatas, eventos y demás actividades familiares y profesionales de la talabartería y marroquinería. Es decir aproximadamente 70.000 personas que se traducen en un mercado con potencial exportable y de consolidación de negocios a largo plazo de gran atractivo para los empresarios colombianos.

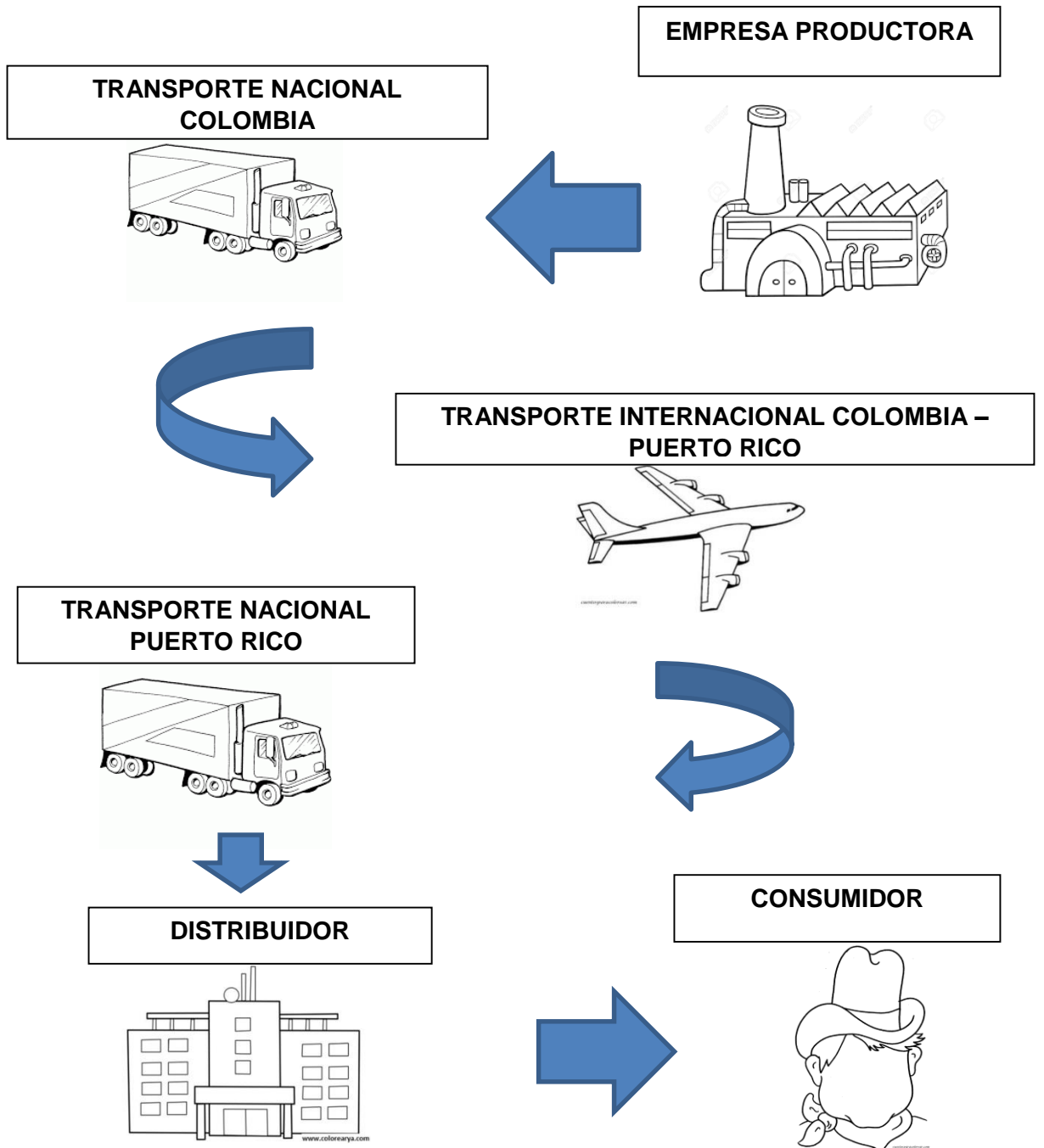
#### **4.4.7 Canales de comercialización**

Dentro de los elementos analizados para la asesoría del plan exportador se determina un canal corto para la comercialización del producto, es decir comienza la distribución desde la empresa en Medellín, Colombia donde se encuentra el productor, la cual va dirigida al distribuidor en Bayamón, Puerto Rico siendo este el posible cliente de la exportación y a su vez el cliente es el encargado de entregar el producto al consumidor final.

---

<sup>12</sup> GOBIERNO DE PUERTO RICO. Datos generales sobre Puerto Rico. [On Line]. Puerto Rico: Portal Oficial del Estado Libre Asociado de Puerto Rico. Diciembre 2010. Disponibilidad en Internet: <http://www2.pr.gov/SobrePuertoRico/Pages/DatosGenerales.aspx>

<sup>13</sup> GOBIERNO DE PUERTO RICO. Manufactura. [On Line]. Puerto Rico: Portal Oficial del Estado Libre Asociado de Puerto Rico. Diciembre 2010. Disponibilidad en Internet: <http://www2.pr.gov/GobiernoEmpresas/SectoresInversion/Pages/Manufactura.aspx>



#### 4.4.8 Contacto de posible cliente internacional

Es de vital importancia para las empresas alcanzar nuevos mercados de potenciales clientes con el fin de ingresar a mercados internacionales analizando los factores para poder llegar satisfactoriamente al consumidor final, y poder establecer una relación comercial, duradera y beneficiosa.

En la realización del estudio que permita obtener un posible mercado con alta demanda del producto, se obtuvo como resultado que existe una tendencia de consumo en el mercado centroamericano razón por la cual se inició una investigación de mercados para analizar los posibles clientes estableciendo una base de datos suministrada por la empresa Guarín Gómez Talabartería PPP que permita ampliar las relaciones comerciales y contactar un cliente que cumpla con requisitos en cuanto a confiabilidad, compromiso y responsabilidad.

**Tabla 24: BASE DE DATOS DE CLIENTES**

| <b>EMPRESA</b>                          | <b>TELEFONO</b>      | <b>PAIS</b> | <b>DIRECCIÓN</b>   |
|---|----------------------|-------------|--|
| HACIENDO LA NEBLINA<br>Alexis Cartagena | (787) 889-5327       | PUERTO RICO | BARRIO MAMEYES,<br>QUINTAS DE CARABALÍ<br>LUQUILLO                       |
| CABALLOS Y ALGO MÁS...                  | 797-4168             | PUERTO RICO | BO.<br>BUENAVISTA<br>CARRERA 167<br>KM 13, HM.6<br>BAYAMON,<br>P.R.00957 |
| JOE'S LEATHER SHOP<br>Joe Moret         | 868-3830<br>868-1520 | PUERTO RICO | CALLE COLON<br>N° 204, AGUADA<br>P.R.00602                               |
| WHITE STARS FARMS<br>Diana de stearns   | (305) 277-0077       | USA-FLORIDA | 25005SW193RD<br>AVENUE HOMES<br>TEAD, FL 33031                           |

Fuente: Revista 4 tiempos. Puerto Rico, Edición. 1999

## SELECCIÓN DE CLIENTE

Basándonos en la necesidad de establecer relaciones internacionales se busca establecer relaciones duraderas y comerciales.

**Distribuidor:** CABALLOS Y ALGO MÁS

**Ciudad:** BAYAMON

**Dirección:** BARRIO BUENA VISTA

**Teléfono:** 797-4168

**País:** PUERTO RICO

Para las empresas es de gran importancia las relaciones comerciales que permitan reconocimiento, experiencia y prestigio además de consolidar relaciones sólidas con clientes del exterior, por lo cual se decide buscar un posible cliente en el país de Puerto Rico puesto que en este mercado existe un mercado muy amplio en cuanto a caballistas pero existe poca producción de sillas para caballo de paso fino por razones de costos por lo cual se busca incursionar en este mercado con productos de calidad y un diseño artesanal que permite dar reconocimiento al producto y el mercado colombiano.



## **5. TRABAJO DE CAMPO**

### **5.1 GUIA DE TRABAJO DE CAMPO**

Desarrollo de entrevista a dos especialistas en la fabricación y comercialización de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino en Colombia la cual permitirá a los asesores de exportaciones tener acceso a conocimientos técnicos y empíricos en el proceso de elaboración de estas, para el desarrollo de la entrevista se implementara dos cuestionarios debidamente planificados de acuerdo a las necesidades de los asesores y de las ventajas que de allí se puedan obtener en el mercado objetivo.

Otra técnica de recolección de datos es la observación a través de la cual los asesores tendrán acceso a una planta en la cual se fabriquen las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino para identificar que brindará valor agregados al producto y de esta manera empaparse de la parte procedimental y fabricación y de esta manera realizar convincentemente la negociación internacional.

## 5.2 DISEÑOS DE TÉCNICAS DE RECOLECCION DE DATOS

### Información documental:

- Principales productos de cuero y marroquinería y su vocación exportadora, de acuerdo a ANDI 2012.  
Las sillas, aperos, arreos y bozales participa en un 0,4% en la producción colombiana y una vocación exportadora de 1.3%.
- Exportaciones del sector de la marroquinería frente a las exportaciones totales, de acuerdo a UmContrade 2011.  
Las exportaciones del sector de la marroquinería para el 2011 presentan un valor cercano a los 98 millones de productos frente a las exportaciones totales.
- Exportaciones a Latinoamérica de cuero y marroquinería, de acuerdo a UmContrade 2011.  
El mercado latinoamericano presenta altos estándares en exportaciones de calzado y marroquinería a diferencia de las pieles y cueros que pertenecen a países asiáticos.
- El Valle del Cauca ocupa el primer lugar en exportaciones de calzado y segundo lugar en marroquinería, de acuerdo a UmContrade 2011.  
El diagnostico identifica el Valle del Cauca entre los primeros lugares de producción de cuero, calzado y marroquinería junto a los departamentos de Antioquia y ciudades como Bogotá.

### Información de Campo:

Durante el desarrollo de la investigación y mediante la guía de trabajo de campo para la recolección de datos, se da respuesta a interrogantes necesarios para la estructura de costos en el diseño del plan exportador, información pertinente al proceso de elaboración y componentes de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino, los costos de la elaboración de las mismas e inmediatamente establecer cuáles son los costos fijos de una compañía, los costos intermedios para una cotización EXWORK y CIP y de esta misma manera al establecer las características del producto para su exportación estableciendo una ficha técnica del producto, su posible logística de exportación y lograr identificar una posible base de datos de clientes en Puerto Rico, y de esta manera lograr desarrollar el trabajo de campo que permita establecer el diseño del plan exportador.

## DISEÑO DE ENTREVISTAS

### ENTREVISTA SOBRE COSTOS Y COTIZACION.



La presente entrevista se realiza por parte de los estudiantes Andrés Enrique Casallas Bernal y Johann Sebastián Ramos Cuellar del programa de Comercio Internacional, noveno semestre de la Unidad Central del Valle del Cauca (UCEVA) en la ciudad de Tuluá, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos específicos en su trabajo de grado que lleva por nombre “Plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino desde Colombia hacia Puerto Rico”, la información brindada es de carácter confidencial y solo es utilizada para los propósitos de la investigación.

|                             |                                      |
|-----------------------------|--------------------------------------|
| <b>Fecha</b>                | <b>17 / 03 / 2015</b>                |
| <b>Empresa</b>              | <b>Almacén y Talabartería Mejía.</b> |
| <b>Persona Entrevistada</b> | <b>Néstor Julio Mejía</b>            |
| <b>Función</b>              | <b>Gerente</b>                       |
| <b>Experiencia</b>          | <b>30 años</b>                       |
| <b>Ciudad</b>               | <b>Tuluá</b>                         |

## CUESTIONARIO

- 1- ¿En qué tipo de sillas para caballos de paso fino se especializa su empresa actualmente?
- 2- De acuerdo a su experiencia en el mercado, ¿cuáles considera usted que son los elementos que constituyen una silla para paseo y entreno para caballos de paso fino en Colombia?
- 3- ¿Cuánto cuesta aproximadamente en pesos colombianos elaborar y llevar hasta el estado de producto terminado una silla para paseo y entreno para caballos de paso fino, tipo tereque?
- 4- De acuerdo a la naturaleza de este producto ¿cómo debe ser empacado para brindar un estado de calidad óptimo al cliente final? y ¿cuál es el costo promedio de este empaque?
- 5- Según las investigaciones de los mercados que ha realizado ¿cuál es el margen de rentabilidad y precio de venta establecido en el mercado nacional?
- 6- ¿Cómo es el proceso de fabricación de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino en Colombia? Y ¿Cuánto tiempo toma producir una unidad?
- 7- ¿Cuáles son los costos fijos de la empresa mensualmente y en este periodo de tiempo que volumen de producción se realiza?



## **ENTREVISTA DE PROYECCION FINANCIERA, LOGISTICA, TRANSPORTE INTERNACIONAL Y NEGOCIACION INTERNACIONAL**

La presente entrevista se realiza por parte de los estudiantes Andrés Enrique Casallas Bernal y Johann Sebastián Ramos Cuellar del programa de Comercio Internacional, noveno semestre de la Unidad Central del Valle del Cauca (UCEVA) en la ciudad de Tuluá, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos específicos en su trabajo de grado que lleva por nombre “Plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino desde Colombia hacia Puerto Rico”, la información brindada es de carácter confidencial y solo es utilizada para los propósitos de la investigación.

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Fecha</b>                | <b>26/02/2015</b>                          |
| <b>Empresa</b>              | <b>Guarín Gómez Talabartería PPP S.A.S</b> |
| <b>Persona Entrevistada</b> | <b>Conrado Guarín Zapata</b>               |
| <b>Función</b>              | <b>Representante Legal</b>                 |
| <b>Experiencia</b>          | <b>35 años</b>                             |
| <b>Ciudad</b>               | <b>Medellín, Antioquia</b>                 |

## CUESTIONARIO

- 1- Actualmente realiza procesos de exportación, sí su respuesta es sí ¿A qué países exporta?
- 2- Basado en la experiencia, en un proceso de exportación ¿cómo es el proceso de embalaje para las sillas para caballo? Y ¿Cuántos pallets caben en un contenedor promedio?
- 3- En logística de exportación ¿cuál es el costo estimado de llevar la mercancía de la fábrica al puerto de origen?
- 4- En la producción de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino, tipo “tereque”, ¿Cuál es la materia prima por naturaleza, el insumo o insumos, color estándar, peso bruto y posición arancelaria del producto?
- 5- De acuerdo a su experiencia en el mercado internacional ¿cómo ha sido el proceso para lograr el contacto con posibles clientes en Puerto Rico para realizar la negociación de este producto?
- 6- ¿Qué tipo de experiencia productiva le ha generado la comercialización de ese tipo de sillas en el mercado internacional?
- 7- ¿Qué factores de diferenciación evidencia Usted, respecto del producto nacional y del puertorriqueño?

## OBSERVACION

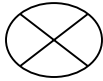
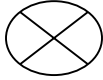
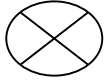
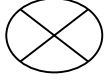
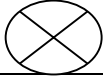
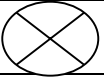
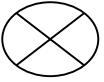
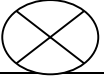
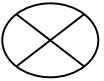
- El siguiente video corresponde a la observación del proceso de fabricación de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino suministrado por la empresa “Corocora” de Villavicencio, Meta.

El siguiente link se encuentra en el canal de YouTube de los asesores del proyecto de grado el cual fue suministrado y aceptado para su difusión en el presente proyecto de grado.

<https://www.youtube.com/watch?v=PE85kL1zZyg&feature=youtu.be>

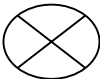
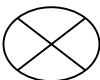


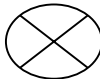

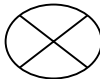
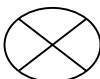
### 5.3 CRONOGRAMA

AÑO 2013





| ACTIVIDADES  | 08Mes   | 09Mes   | 10Mes   | 11Mes   |
|--|---|---|---|---|
| Recolección de datos:<br>Problema, antecedentes<br>y condiciones.  |  |   |   |   |
| Se plantean: Objetivo<br>general y específicos,<br>justificación y hallar el<br>área del problema.   |  |   |   |   |
| Planteamiento de los<br>antecedentes y<br>delimitación de las<br>variables y<br>operacionalización.  |   |   |   |   |
| Ajustes y correcciones<br>realizadas por el<br>docente.  |   |  |   |   |
| Realización del marco<br>de referencia.  |   |   |  |   |
| Exposición práctica del<br>proyecto (avances).   |   |   |   |  |
| Se establece el tipo de<br>investigación, forma de<br>investigación y los<br>instrumentos de<br>recolección de datos.  |   |   |   |  |
| Supervisión de proyecto<br>terminado.  |   |   |   |  |
| Exposición de los<br>avances del proyecto de<br>grado "Plan exportador<br>de sillas para paseo y<br>entreno para caballos de<br>paso fino desde<br>Colombia hacia Puerto<br>Rico". |   |   |   |  |



**AÑO 2014**

| <b>Actividades</b>  | <b>Mes 02</b>   | <b>Mes 03</b>   | <b>Mes 04</b>   | <b>Mes 05</b>   | <b>Mes 07</b>   | <b>Mes 08</b>   | <b>Mes 10</b>   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Avances:<br>Propuesta de anteproyecto, formulación del problema y sistematización.                  |  |   |   |   |   |   |   |
| Correcciones y establecimiento del título del proyecto, problema de investigación y objetivos.      |  |   |   |   |   |   |   |
| Ajustes para el planteamiento del problema.   |   |  |   |   |   |   |   |
| Asesoramiento sobre el producto y equinos por parte de un particular con experiencia.               |   |   |  |   |   |   |   |
| Ajuste finales y establecimiento del título, planteamiento del problema, objetivos y justificación. |   |   |   |  |   |   |   |
| Presentación a las directivas de la propuesta de proyecto.  |   |   |   |   |  |   |   |
| Recibimiento de aceptación de propuesta de proyecto de grado.                                       |   |   |   |   |   |  |   |
| Ajustes para presentación de Anteproyecto, presentación del Anteproyecto de grado.                  |   |   |   |   |   |   |  |

**AÑO 2015**

| <b>Actividades</b>  | <b>Mes 01</b>   | <b>Mes 02</b>   | <b>Mes 03</b>   |
|---|---|---|---|
| Aceptación de Anteproyecto.   |  |   |   |
| Desarrollo de trabajo de campo.   |   |    |   |
| Recolección de información necesaria para la estructura de costos correspondientes para la logística del proyecto.  |   |  |   |
| Elaboración de la asesoría del plan exportador, ajustes finales del proyecto de grado terminado (agradecimientos, conclusiones y recomendaciones), revisión final de Proyecto de Grado terminado. |   |   |  |

## 6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

### 6.2 RECURSOS HUMANOS

Involucrados en el presente proyecto de grado y sus respectivos honorarios:

- Profesionales en Comercio Internacional:  
Andrés Enrique Casallas Bernal  
Johann Sebastián Ramos Cuellar

**5% del valor de la exportación (\$94'932.500), es decir (\$4'746.692), por los servicios de asesoría para el plan exportador.**

- Docente profesional en Comercio Internacional, especializado en el área de costos, precios y cotizaciones internacionales.  
Marco Antonio Gallo

### 6.3 PRESUPUESTO DEL PROYECTO

| RUBROS  | TOTAL            |
|---|------------------|
| <b>Equipos de Oficina</b>                         |                  |
| Papelería y documentación, internet, impresiones. | \$40.000         |
| <b>Personal</b>                                   |                  |
| Transporte Tuluá – Medellín, Medellín – Tuluá     | \$300.000        |
| Transporte interno en la ciudad de Medellín       | \$80.000         |
| Viáticos  | \$100.000        |
|   |                  |
| <b>TOTAL</b>                                      | <b>\$520.000</b> |

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.2 CONCLUSIONES

- Es posible concluir que el primer objetivo específico pudo llevarse a cabalidad en vista de que a pesar de la dificultad para encontrar información verídica y confiable que fuera pertinente a la realización del trabajo de grado, finalmente se pudo acceder a esta permitiendo dimensionar con total claridad aspectos tales como la población de Puerto Rico y su muestra representativa, además de las características esenciales de la misma pertinentes en el presente trabajo de grado.
- Sobre el segundo objetivo específico, lograrlo conllevó un arduo trabajo por parte de los estudiantes a cargo del presente trabajo de grado pues solo gracias a los medio tecnológicos, la colaboración de personas profesionales y expertas se pudo dar un acercamiento a la realidad en toda la estructura logística del plan exportador.
- De igual forma sobre el tercer objetivo específico, se logró comprender que para poder realizar una exportación de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino no existen grandes requerimientos tanto para su salida del país como para el ingreso en Puerto Rico y además la naturaleza del producto brinda un fácil manejo en todo el proceso logístico de la exportación resultando en un bien altamente atractivo para quien desee involucrarse en una negociación internacional con el mismo.
- En resumen se puede afirmar con total seguridad que es posible llevar a cabo la realización de un plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino desde Colombia hacia Puerto Rico porque se pudo conocer a través del arduo trabajo investigativo que la población caballista de Puerto Rico si tiene la necesidad de acceder a mejores sillas para la montura de sus caballos de paso fino en distintas ferias y eventos de carácter nacional e internacional; también es posible posicionar este producto en dicho mercado exportándolo desde Colombia donde las afinidades diplomáticas de ambos países generan un ambiente propicio para la realización de negocios internacionales que tienen por fin mejorar la economía de ambos países.

### **7.3 RECOMENDACIONES**

- Se recomienda tener en cuenta que al momento de leer este trabajo de grado este no comprende una empresa en especial para la elaboración del plan exportador ya que esta comprende un asesoramiento general para la asesoría del plan exportador, razón por la cual no se incluyen datos propios de una empresa en específico, vale destacar que para algunos puntos desarrollados se tomaron informaciones contables, imagines, videos, bases de datos de las empresas Guarín Gómez Talabartería PPP de Medellín, la Talabartería Mejía de Tuluá, y la Talabartería Corocora de Villavicencio.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- ADMINISTRACION DE FOMENTO ECONOMICO. Sobre Puerto Rico. [On Line]. Colombia: Welcome to Puerto Rico. Abril 2015. Disponibilidad en Internet:  
<http://www.topuertorico.org/economy.shtml>
- AGRONEGOCIOS. Los mayores jugadores del negocio de la talabartería están en Antioquia. [On Line]. Bogotá: La Republica. Octubre 2013. Disponibilidad en Internet:  
[http://www.larepublica.co/agronegocios/los-mayores-jugadores-del-negocio-de-la-talabarter%C3%ADa-est%C3%A1n-en-antioquia\\_68461](http://www.larepublica.co/agronegocios/los-mayores-jugadores-del-negocio-de-la-talabarter%C3%ADa-est%C3%A1n-en-antioquia_68461)
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESARIOS DE COLOMBIA (ANDI). Aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. [On Line]. Colombia: Oficina para el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. Octubre 2012. Disponibilidad en Internet:  
[http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc\\_sectorial\\_cuero\\_calzado.pdf](http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc_sectorial_cuero_calzado.pdf)
- BOTERO, Jorge Humberto. Guía para exportar en Colombia. [On Line]. Bogotá D.C. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2004. Disponibilidad en Internet:  
<file:///C:/Users/Andres/Downloads/GUIA-PARA-EXPORTAR.pdf>
- DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS (DANE). Aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. [On Line]. Colombia: Oficina para el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. Octubre 2012. Disponibilidad en Internet:  
[http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc\\_sectorial\\_cuero\\_calzado.pdf](http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc_sectorial_cuero_calzado.pdf)
- DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES (DIAN). Aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. [On Line]. Colombia: Oficina para el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. Octubre 2012. Disponibilidad en Internet:  
[http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc\\_sectorial\\_cuero\\_calzado.pdf](http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc_sectorial_cuero_calzado.pdf)

- DEPARTAMENTO DE DESARROLLO ECONOMICO Y COMERCIO. Puerto Rico industrial. [On Line]. Puerto Rico: Mancomunidad de Puerto Rico (PRIDCO). Mayo 2014. Disponibilidad en Internet: <http://www.pridco.com>
- DIVISION DE ANALISIS ECONOMICO. Puerto Rico, Compendio de datos. [On Line]. Puerto Rico: Banco gubernamental de fomento para Puerto Rico. Diciembre 2013. Disponibilidad en Internet: <http://www.gdbpr.com/spa/economy/documents/CompendioDatosPR2013-Dic.pdf>
- ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO. Historia paso fino. [On Line]. Puerto Rico: Asociación puertorriqueña de criadores de caballo de paso fino de América, Inc. Abril 2015. Disponible en Internet: [http://www.losabiertos.org/espanol/historia\\_de\\_paso\\_fino/](http://www.losabiertos.org/espanol/historia_de_paso_fino/)
- ESTADISTICAS DEL COMERCIO DE LAS NACIONES UNIDAS (UNCONTRADE). Aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. [On Line]. Colombia: Oficina para el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. Octubre 2012. Disponibilidad en Internet: [http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc\\_sectorial\\_cuero\\_calzado.pdf](http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc_sectorial_cuero_calzado.pdf)
- FOMENTO ECONOMICO DE PUERTO RICO. Negocios en Puerto Rico. [On Line]. Puerto Rico: Estado libre asociado de Puerto Rico. Abril 2015. Disponibilidad en Internet: <http://www.ddec.pr.gov/es/invest/>
- GOBIERNO DE PUERTO RICO. Datos generales sobre Puerto Rico. [On Line]. Puerto Rico: Portal Oficial del Estado Libre Asociado de Puerto Rico. Diciembre 2010. Disponibilidad en Internet: <http://www2.pr.gov/SobrePuertoRico/Pages/DatosGenerales.aspx>
- GOBIERNO DE PUERTO RICO. Manufactura. [On Line]. Puerto Rico: Portal Oficial del Estado Libre Asociado de Puerto Rico. Diciembre 2010. Disponibilidad en Internet: <http://www2.pr.gov/GobiernoEmpresas/SectoresInversion/Pages/Manufactura.aspx>
- JIMENEZ, Felix y LAHURA, Erick. La nueva teoría del Comercio Internacional. [On Line]. Perú: Departamento de economía de la Pontificia Universidad Católica de Perú. 1997. Disponibilidad en Internet: <http://departamento.pucp.edu.pe/economia/images/documentos/DDD149.pdf>

- JOISEN Y MICKAEL. Principales datos de Colombia. [On Line]. Colombia: OFF 2 Colombia. Abril 2015. Disponibilidad en Internet: <http://off2colombia.com.co/destino-colombia/acerca-de-colombia/principales-datos-de-colombia>
- KRUGMAN, Paúl. Rethinking International Trade. [On Line]. Estados Unidos: Paperback. Marzo 1990. Disponibilidad en Internet: <http://librosespanol.org/libro/rethinking-international-trade/cF29F2/>
- MINISTERIO DE TRANSPORTE. Rutas y tarifas de transporte. [On Line]. Colombia: Portal Oficial de la Exportaciones De Colombia (PROCOLOMBIA). Abril 2015. Disponibilidad en Internet: <http://www.colombiatrade.com.co/herramientas/rutas-y-tarifas-de-transporte>
- OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN BOGOTÁ. El mercado de cuero y marroquinería en Bogotá. [On Line]. Colombia: Instituto español de comercio exterior. Junio 2014. Disponibilidad en Internet: <http://www.plancomo.org/pdf/34/2004-Colombia.pdf>
- PORTAL OFICIAL DE LAS EXPORTACIONES DE COLOMBIA (PROCOLOMBIA). Aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. [On Line]. Colombia: Oficina para el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. Octubre 2012. Disponibilidad en Internet: [http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc\\_sectorial\\_cuero\\_calzado.pdf](http://www.aprovechamientotlc.com/media/3287718/tlc_sectorial_cuero_calzado.pdf)
- PORTAL OFICIAL DE LAS EXPORTACIONES DE COLOMBIA (PROCOLOMBIA). Reporte de rutas aéreo. [On Line]. Julio 2015. Disponibilidad en Internet: <http://www.colombiatrade.com.co/logistica/reportes-de-transporte/aereo/rutas>
- PORTAL OFICIAL DE LAS EXPORTACIONES DE COLOMBIA (PROCOLOMBIA). Programa de formación exportadora con énfasis en acuerdos comerciales. [On Line]. Disponibilidad en internet: [http://www.procolombia.co/sites/default/files/como\\_escoger\\_su\\_mercado.pdf](http://www.procolombia.co/sites/default/files/como_escoger_su_mercado.pdf)



- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la lengua española. [On Line]. Disponibilidad en Internet:  
<http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>
- TRADE MAP. Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. [On Line]. Disponibilidad en Internet:  
<http://www.trademap.org/Index.aspx>

## 9. ANEXOS

Anexo 1: DOCUMENTOS SOPORTE RESUELTOS PARA LA ASESORÍA DEL PLAN EXPORTADOR.

### COMMERCIAL INVOICE

Invoice N° 940221  
Date 24/03/2015

|  |  |
|--|--|
| <p><b><u>Invoice Address (no private individuals):</u></b></p> <p>CABALLOS Y ALGO MAS...</p> <p>C.C 65066784</p> <p>DIRECCION: CARRERA 167 KM 13</p> <p>BARRIO: BUENA VISTA</p> <p>TELEFONO: 7974168</p> <p>CIUDAD: BAYAMON, PUERTO RICO</p> | <p><b><u>Delivery terms (Incoterms)</u></b></p> <p>CIP</p>   |
| <p><b><u>Ship to (no private individuals):</u></b></p> <p>CARRERA 167 KM 13</p> <p><b><u>Contact person:</u></b></p> <p>EDUARDO CASTIBLANCO</p> <p><b><u>Phone:</u></b></p> <p>7974168</p>   | <p><b><u>Delivered under:</u></b></p> <p>262048 EXPORTACIÓN DEFINITIVA</p> <p><b><u>Payment terms</u></b></p> <p>POR MEDIO DE CARTA CREDITO A 30 DIAS POR CUENTA BANCARIA ABIERTA Y LOS GASTOS SON ASUMIDOR POR EL VENDEDOR EN TERMINOS CIP Y EL VALOR EN DOLARES.</p> |

| No item | Description  | Country of origin                    | Net weight/kg | HS Code                                  | Qty (pieces) | Unit price, USD                              | Total price, USD |
|---------|--|--------------------------------------|---------------|--|--------------|--|------------------|
| 1.      | SILLAS PARA PASEO Y ENTRENO PARA CABALLOS DE PASO FINO | COLOMBIA<br><br>NOMBRE DEL FABRICANT | 15 KG         | PARTIDA ARANCELARIA:<br><br>4201.00.00.0 | 100          | US \$406,3<br><br>ADJUN TAR FACTURA O TICKET | Us \$39.734,82   |

|                             |   |                   |  |   |  |           |                                      |
|-----------------------------|---|-------------------|--|---|--|-----------|--------------------------------------|
|                             | EXPORTACION DEFINITIVA                          | E<br>"LA EMPRESA" |  | 0 |  | DE COMPRA |                                      |
|                             | MADERA Y CUERO                                  |                   |  |   |  |           |                                      |
|                             | MARCA   |                   |  |   |  |           |                                      |
|                             | TEREQUE<br>SERIE: 0015 15<br>PIEZAS             |                   |  |   |  |           |                                      |
|                             | COMPOSICION:<br>FIBRA DE<br>VIDRIO O<br>CARBONO |                   |  |   |  |           |                                      |
| 2.                          |   |                   |  |   |  |           |                                      |
| <b>Total, 39.734,82 USD</b> |   |                   |  |   |  |           | <b>VALOR TOTAL DEL CONTENIDO (A)</b> |

|                         |                |
|-------------------------|----------------|
| Insurance cost, USD:    | US \$99,52     |
| Freight cost, USD:      | US \$ 2.460    |
| Total for payment, USD: | US \$39.734,82 |

|                            |          |
|----------------------------|----------|
| Gross Weight, kg (total) : | 1.500 KG |
|----------------------------|----------|

|            |  |
|------------|--|
| Signed by: | Firma autorizada y sello de la empresa |
|------------|--|

**ACUERDO DE COLABORACIÓN COMERCIAL COLOMBIA – PUERTO RICO**  
**Certificado de Origen**  
(Instrucciones al Reverso)

**Llenar a máquina o con letra de imprenta o molde.**  
**entrelíneas.**

**Este Certificado no será válido si presenta enmiendas, tachaduras o**

|   |  |  |   |             |                             |
|---|--|--|---|-------------|-----------------------------|
| 1. Nombre y domicilio del exportador:<br>LA EMPRESA                           |  | 2. Periodo que cubre:  |   |             |                             |
| Teléfono:    Fax:                       |  | A                      D                      M                      A                      D                      M |   |             |                             |
| Correo electrónico:   |  | Desde: 26 / 03 / 2015 / Hasta: 26 / 03 / 2015  |   |             |                             |
| Número de Registro Fiscal:  |  |  |   |             |                             |
| 3. Nombre y domicilio del productor:<br>LA EMPRESA                            |  | 4. Nombre y domicilio del Importador:<br>CABALLOS Y ALGO MAS   |   |             |                             |
| Teléfono:    Fax:                       |  | Teléfono:    7974168    Fax:   |   |             |                             |
| Correo electrónico:   |  | Correo electrónico:<br>caballosyalgomas@hotmail.com  |   |             |                             |
| Número de Registro Fiscal:  |  | Número de Registro Fiscal: 12345   |   |             |                             |
| 5. Descripción de la(s) mercancía(s)  |  | 6. Clasificación<br>arancelaria  | 7. Criterio<br>para trato<br>preferencial | 8. Producto | 9. Otras<br>Instancias      |
| SILLAS PARA PASEO Y ENTRENO PARA CABALLOS<br>DE PASO FINO HECHAS 100% A MANO. |  | 4201.00.00.00  | A   | SI (2)      | FACTURA DE<br>VENTA: #94022 |
| 10. Observaciones:  |  |  |   |             |                             |

|   |  |
|---|--|
| <p>11. Declaro bajo fe de juramento o bajo promesa de decir verdad que:</p> <p>- La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento.</p> <p>- Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo.</p> <p>- Las mercancías son originarias del territorio de una o más Partes y cumplen con los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado, no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el Artículo 4.14 o en el Anexo 4.03 y sus Protocolos bilaterales.</p> <p>Este certificado consta de ___5___ hojas, incluyendo todos sus anexos.</p> |  |
| 12. Firma autorizada:   | Empresa:   |
| Nombre:   | Cargo:   |
| <p style="text-align: center;">D    M    A</p> <p>Fecha: : 26 / 03 / 2015</p>   | <p>Teléfono: <span style="float: right;">Fax:</span></p> |

**ACUERDO DE COLABORACIÓN COMERCIAL COLOMBIA – PUERTO RICO**

**Certificado de Origen**

**Hoja anexa**

**Llenar a máquina o con letra de imprenta o molde. Este Certificado no será válido si presenta, enmiendas, tachaduras o entrelíneas.**

| 5. Descripción de la (s) mercancía(s):  | 6. Clasificación arancelaria | 7. Criterio para trato preferencial | 8. Productor  | 9. Otras instancias              |
|---|------------------------------|-------------------------------------|---------------|----------------------------------|
| <p>SILLAS PARA PASEO Y ENTRENAMIENTO DE PASO FINO HECHAS 100% A MANO<br/>CABALLOS</p>                           | <p>4201.00.00.00</p>         | <p>A</p>                            | <p>SI (2)</p> | <p>FACTURA DE VENTA: #940221</p> |
| <p>12. Firma autorizada:</p> <p>Nombre:</p> <p align="center">D      M      A</p> <p>Fecha: : 26 / 03/ 2015</p> |                              |                                     |               | <p>Número de hoja anexa</p>      |

## INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO DEL CERTIFICADO DE ORIGEN

Para efectos de obtener trato arancelario preferencial, este documento deberá ser llenado en forma legible y completa por el exportador de la mercancía o mercancías, sin tachaduras, enmiendas o entrelíneas y el importador deberá tenerlo en su poder al momento de presentar la declaración de importación. Llenar a máquina o con letra de imprenta o molde. En caso de requerir mayor espacio deberá utilizar la hoja anexa del certificado de origen.

**Campo 01:** Indique el nombre completo, la denominación o razón social, el domicilio (incluyendo la dirección, la ciudad y el país), el número de teléfono, el número de fax, la dirección de correo electrónico y el número del registro fiscal del exportador.

El número del registro fiscal será en:

Costa Rica: el número de cédula jurídica para personas jurídicas ó la cédula de identidad para personas físicas.

El Salvador: el Número de Identificación Tributaria (N.I.T.)

Guatemala: el Número de Identificación Tributaria (N.I.T.)

Honduras: el número de Registro Tributario Nacional (R.T.N.)

Nicaragua: el número de Registro Único del Contribuyente (R.U.C.)

Panamá: el número de Registro Único del Contribuyente (R.U.C.)

**Campo 02:** Deberá llenarse sólo en caso que el certificado ampare varias importaciones de mercancías idénticas a las descritas en el Campo 05, que se importen a cualquiera de las Partes en un período específico no mayor de doce (12) meses (período que cubre). "DESDE" deberá ir seguida por la fecha (Día/Mes/Año) a partir de la cual el certificado ampara la mercancía descrita (esta fecha puede ser anterior a la fecha de firma del certificado). "HASTA" deberá ir seguida por la fecha (Día/Mes/Año) en la que expira el período que cubre el certificado. Las importaciones de cualquiera de las mercancías amparadas por el certificado deberán efectuarse dentro de las fechas indicadas.

**Campo 03:** Indique el nombre completo, la denominación o razón social, el domicilio (incluyendo la dirección, la ciudad y el país), el número de teléfono, el número de fax, la dirección de correo electrónico y el número del registro fiscal del productor, tal como se describe en el Campo 01. En caso que el certificado ampare mercancías de más de un productor, señale: "VARIOS" y anexe una lista de los productores, incluyendo el nombre completo, la denominación o razón social, el domicilio (incluyendo la dirección, la ciudad y el país), el número de teléfono, número de fax, la dirección de correo electrónico y el número del registro fiscal, haciendo referencia directa a la mercancía descrita en el Campo 05. Cuando se desee que la información contenida en este campo sea confidencial, deberá señalarse: "DISPONIBLE A SOLICITUD DE LA AUTORIDAD COMPETENTE". En caso que el productor y el exportador sean la misma persona, señale: "IGUAL".

**Campo 04:** Indique el nombre completo, la denominación o razón social, el domicilio (incluyendo la dirección, la ciudad y el país), el número de teléfono, el número de fax, la dirección de correo electrónico y el número del registro fiscal del importador, tal como se describe en el Campo 01.

**Campo 05:** Proporcione una descripción completa de cada mercancía. La descripción deberá ser lo suficientemente detallada para relacionarla con la descripción de la mercancía contenida en la factura, así como con la descripción que le corresponda a la mercancía en el Sistema Armonizado (SA). En caso que el certificado ampare una sola importación de mercancías, deberá indicarse el número de la factura, tal como aparece en la factura comercial. En caso de desconocerse, deberá indicarse otro número de referencia único, como el número de orden de embarque, el número de orden de compra o cualquier otro número que sea capaz de identificar las mercancías.

**Campo 06:** Para cada mercancía descrita en el Campo 5, identifique los seis dígitos correspondientes a la clasificación arancelaria del SA.

**Campo 07:** Para cada mercancía descrita en el Campo 05, indique el criterio aplicable (desde la A hasta la F). Las reglas de origen se encuentran en el capítulo 4 (Reglas de Origen), en el Anexo 4.03 (Reglas de origen específicas), en el Protocolo Bilateral al Tratado y en las Reglamentaciones Uniformes. Con el fin de acogerse al trato arancelario preferencial, cada mercancía debe cumplir con alguno de los siguientes criterios:

### **Criterios para trato preferencial.**

- A: La mercancía es obtenida en su totalidad o producida enteramente en territorio de una o más Partes.
- B: La mercancía es producida en el territorio de una o más Partes a partir exclusivamente de materiales que califican como originarios de conformidad con el Capítulo 4 (Reglas de Origen).
- C: La mercancía es producida en el territorio de una o más Partes a partir de materiales no originarios que cumplen con un cambio de clasificación arancelaria y otros requisitos, según se especifica en el Anexo 4.03 (Reglas de origen específicas), el Protocolo Bilateral al Tratado y cumple con las demás disposiciones aplicables del Capítulo 4 (Reglas de Origen).
- D: La mercancía es producida en el territorio de una o más Partes a partir de materiales no originarios que cumplen con un cambio de clasificación arancelaria y otros requisitos, y la mercancía cumple con un valor de contenido regional (VCR), según se especifica en el Anexo 4.03 (Reglas de origen específicas), el Protocolo Bilateral al Tratado y con las demás disposiciones aplicables del Capítulo 4 (Reglas de Origen).
- E: La mercancía es producida en el territorio de una o más Partes y cumple con un VCR según se especifica en el Anexo 4.03 (Reglas de origen específicas),

el Protocolo Bilateral al Tratado y cumple con las demás disposiciones del Capítulo 4 (Reglas de Origen).

F: La mercancía es producida en el territorio de una o más Partes, pero uno o más de los materiales no originarios utilizados en la producción de la mercancía no cumplen con un cambio de clasificación arancelaria debido a que:

1. la mercancía se ha importado a territorio de una Parte sin ensamblar o desensamblada, pero se ha clasificado como una mercancía ensamblada de conformidad con la regla 2(a) de las Reglas Generales para la interpretación del Sistema Armonizado;
2. las mercancías y sus partes estén clasificadas bajo la misma partida y la describa específicamente, siempre que esta no se divida en subpartidas; o
3. las mercancías y sus partes estén clasificadas bajo la misma subpartida y ésta las describa específicamente; siempre que el valor de contenido regional de la mercancía, determinado de acuerdo con el Artículo 4.07 (Valor de contenido regional) del Tratado, no sea inferior al treinta por ciento (30%), y la mercancía cumpla con las demás disposiciones aplicables del Capítulo 4 (Reglas de Origen) a menos que la regla aplicable del Anexo 4.03 (Reglas de origen específicas) del Tratado o del Protocolo Bilateral bajo la cual la mercancía está clasificada, especifique un requisito de VCR diferente, en cuyo caso deberá aplicarse ese requisito. Lo dispuesto en este literal no aplica a las mercancías comprendidas en los capítulos 61 al 63 del SA.

Campo 8: Para cada mercancía descrita en el Campo 05, indique: "SI" cuando usted sea el productor de la mercancía. Si usted no fuera el productor de la mercancía, indique "NO", seguido por (1) ó (2) , dependiendo de si el certificado se basa en uno de los siguientes supuestos:

- (1) su conocimiento de que la mercancía califica como originaria; o
- (2) una declaración de origen que ampare la mercancía, llenada y firmada por el productor.

Campo 9: Si para determinar el origen de la mercancía se utilizó alguno de los criterios establecidos en los Artículos 4.06 (Acumulación), 4.08 (De minimis), y 4.09 (Mercancías fungibles) del Tratado, indique:

ACU: Acumulación.

DMI: De Minimis.

MMF: Mercancías fungibles

En caso contrario indique "NO".

Campo 10: Este campo sólo deberá ser utilizado cuando exista alguna observación en relación con este certificado, entre otros, cuando la mercancía o mercancías descrita(s) en el Campo 05 haya(n) sido objeto de una resolución anticipada o una resolución sobre clasificación o valor de los materiales, indique la autoridad emisora, número de referencia y la fecha de emisión. En caso que la mercancía objeto de intercambio sea facturada por un operador de un tercer país Parte o no Parte, el productor o exportador del país de origen deberá señalar el nombre, la denominación o razón social y domicilio (incluyendo la dirección, la ciudad y el país) de dicho operador.

Campo 11: En este campo se presenta la declaración de fe del exportador y al final en el espacio en blanco se deberá escribir el número de hojas anexas que compone el Certificado cuando sea necesario; en caso contrario dejarlo en blanco.

Campo 12: Este campo debe ser firmado y fechado por el exportador. En caso de haber utilizado la(s) hoja(s) anexa(s), ésta(s) también deberá(n) ser firmada(s) y fechada(s) por el exportador. La fecha debe ser aquella en que el certificado se llenó y firmó.



**FAVOR DE  
IMPRIMIR EN HOJA MEMBRETADA DE LA EMPRESA**

**(Dirección, teléfono, contacto, etc.)**

**Fecha 26/03/2015**

**LISTA DE EMPAQUE**

***Sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino.***

| <b>No. CAJAS</b> | <b>CONTENIDO</b>   | <b>DIMENSIONES</b>   | <b>PESO</b> | <b>VOLUMEN</b>      |
|------------------|--|--|-------------|---------------------|
| 100              | SILLAS PARA<br>PASEO Y<br>ENTRENO<br>PARA<br>CABALLOS<br>DE PASO<br>FINO | 6 metros (Largo)<br>* 1 metro<br>(Ancho) * 2<br>metros (Alto). | 1.5 ton     | 13 mts <sup>3</sup> |

PESO BRUTO: 1.5 Ton

VOLUMEN TOTAL: 13 mts<sup>3</sup>

# GUIA AEREA 1234

| Shipper's Name and Address  |                  | Shipper's Account Number  |                         | Not Negotiable<br><b style="color: blue;">Air Waybill</b><br>issued by   |               |  |                              |
|---|------------------|---|-------------------------|--|---------------|--|------------------------------|
| <b>LA EMPRESA</b>   |                  | Copies 1, 2 and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity. |                         |  |               |  |                              |
| Consignee's Name and Address  |                  | Consignee's Account Number  |                         | It is agreed that the goods declared herein are accepted in apparent good order and condition (except as noted) for carriage SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR ANY OTHER CARRIER UNLESS SPECIFIC CONTRARY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREON BY THE SHIPPER, AND SHIPPER AGREES THAT THE SHIPMENT MAY BE CARRIED VIA INTERMEDIATE STOPPING PLACES WHICH THE CARRIER DEEMS APPROPRIATE. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by |               |  |                              |
| <b>CABALLOS Y ALGO MÁS...</b>                                       |                  |   |                         |  |               |  |                              |
| Issuing Carrier's Agent Name and City                               |                  |   |                         | Accounting Information   |               |  |                              |
| Agent's IATA Code   |                  | Account No.   |                         |  |               |  |                              |
| Airport of Departure (Addr. of First Carrier) and Requested Routing |                  |   |                         | Reference Number   |               | Optional Shipping Information  |                              |
| To  | By First Carrier | Routing and Destination   | to                      | by   | to            | by   | Currency                     |
|   |                  |   |                         |  |               |  |                              |
| <a href="#">Airport of Destination</a>                              |                  | Requested Flight/Date   |                         | Amount of Insurance  |               | INSURANCE - If carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured in |                              |
| Handling Information  |                  |   |                         |  |               |  |                              |
|   |                  |   |                         |  |               |  | SCI                          |
| No. of Pieces   | Gross            | kg  | Rate Class<br>Commodity | Chargeable   | Rate / Charge | Total  | Nature and Quantity of Goods |
|   |                  |   |                         |  |               |  |                              |
| Prepaid   |                  | Weight Charge   |                         | Collect  |               | Other Charges  |                              |
| Valuation Charge  |                  |   |                         |  |               |  |                              |
| Tax   |                  |   |                         |  |               |  |                              |
| Total Other Charges Due Agent                                       |                  |   |                         |  |               |  |                              |
| Total Other Charges Due Carrier                                     |                  |   |                         |  |               |  |                              |
| Total Prepaid   |                  | Total Collect   |                         | Signature of Shipper or his Agent  |               |  |                              |
| Currency Conversion Rates   |                  | CC Charges in Dest. Currency  |                         | <b>108</b>   |               |  |                              |
| For Carrier's Use only  |                  | Charges at Destination  |                         | Total Collect Charges  |               | Signature of Issuing Carrier or its Agent  |                              |

XXX-

## MODELO DE UN CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento, el contrato de COMPRAVENTA INTERNACIONAL que celebran de una parte LA EMPRESA, ubicada en la DIRECCION cuyo teléfono de contacto es ##### , con NIT #####, inscrita en los Registros Públicos de CIUDAD (DEPARTAMENTO), debidamente representada por su REPRESENTANTE LEGAL, señor \_\_\_\_\_, identificado con Cedula de Ciudadanía N° ##### de CIUDAD (DEPARTAMENTO), a quien en adelante se le denominará **EL VENDEDOR**; y de la otra parte, la empresa CABALLOS Y ALGO MÁS..., con domicilio en BARRIO BUENA VISTA, CARRERA 167 KM 13, BAYAMON, cuyo teléfono de contacto es 797-4168 debidamente representada por su REPRESENTANTE LEGAL, en adelante **EL COMPRADOR**, en los términos y condiciones siguientes:

**PRIMERA:** Objeto del contrato. Mediante el presente documento, las partes convienen en celebrar una compraventa internacional de mercaderías, las cuales deberán cumplir con las condiciones siguientes:

**PRODUCTO:** Sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino

**CANTIDAD:** 100 Unidades

**ESPECIFICACIONES:** Producto no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido por la integración de piezas de madera, cuero crudo y estaño que le dan estabilidad y diseño al producto, realizado 100% por mano de obra calificada.

**SEGUNDA:** Precio. El precio de la mercadería descrita en la cláusula anterior asciende a la suma de (US \$39.734,82).

**TERCERA:** Condiciones de entrega. Las partes acuerdan que la venta pactada a través del presente contrato se hará en términos CIP (Carriage and insurance)

**CUARTA:** Tiempo de entrega. Las partes convienen en que la entrega de la mercadería objeto del presente contrato se realizará en el Aeropuerto internacional Luis Muñoz Marín en San Juan, Puerto Rico.

**QUINTA:** Forma de entrega. EL VENDEDOR se obliga a hacer entrega de la mercadería objeto del presente contrato en el tiempo y lugar señalado en el mismo y cumpliendo con las especificaciones siguientes: PRESENTACION DE 100 CAJAS EMPACADAS POR UNIDAD (1), DESPACHADA EN UN CONTENEDOR LD3 POR VIA AEREA.

La forma de transporte a utilizar será bajo la modalidad de TRANSPORTE TERRESTRE CON LA EMPRESA GRUPO EMPRESARIAL MAERSK S.A, LA CUAL LLEVARA LA MERCANCIA DESDE LA FABRICA EN MEDELLIN HASTA EL AEROPUERTO INTERNACIONAL JOSE MARIA CORDOBA EN MEDELLIN cuyo costo de flete nacional será a cargo de VENDEDOR y bajo la modalidad de TRANSPORTE AEREO CON LA EMPRESA COPA

AIRLINES, LA CUAL HARA EL TRANSPORTE INTERNACIONAL DESDE EL AEROPUERTO JOSE MARIA CORDOBA EN MEDELLIN HASTA EL AEROPUERTO INTERNACIONAL LUIS MUÑOZ MARIN EN SAN JUAN.

**SEXTA:** Inspección de los Bienes. Las partes convienen en que la inspección de la mercadería será realizada LA INSPECCION SE LLEVARA A CABO ANTES DEL EMBARQUE DE LA MERCANCIA EN EL AEROPUERTO DE ORIGEN.

**SEPTIMA:** Condiciones de pago. EL COMPRADOR se obliga al cumplimiento del pago del precio estipulado en la cláusula segunda bajo la modalidad de:

**FORMA DE PAGO:** CARTA CREDITO

**PLAZO DE PAGO:** TREINTA (30) DIAS

**MEDIO DE PAGO:** CUENTA BANCARIA ABIERTA

**GASTOS BANCARIOS:** ASUMIDOS POR EL VENDEDOR

**OCTAVA:** Documentos. EL VENDEDOR deberá cumplir con la presentación de los siguientes documentos: Dado que la forma de pago es una CARTA CRÉDITO, los documentos que la acompañan son FACTURA COMERCIAL, LISTA DE EMPAQUE, CERTIFICADO DE ORIGEN GUIA AEREA; los cuales serán anexados al presente contrato.

**NOVENA:** Resolución del Contrato. Las partes podrán disolver el presente contrato si se produce el incumplimiento de alguna de las obligaciones estipuladas en el presente contrato.

**DECIMA:** Responsabilidad en la Demora. En caso de incumplimiento con la fecha dada para la entrega del producto estipulada en el presente contrato o de daños en el mismo como tal LA EMPRESA se hará responsable sobre el TREINTA PORCIENTO (30%) del valor acordado.

**DECIMO PRIMERA:** Ley Aplicable. Las partes acuerdan que la ley para las obligaciones estipuladas en el presente contrato será la de la Convención de las Naciones Unidas sobre Compraventa Internacional.

**DECIMO SEGUNDA:** Solución de Controversias

Para los efectos del presente contrato, las partes contratantes señalan como sus domicilios los mencionados en la parte introductoria de este documento, sometiéndose ambas partes al arbitraje del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional de Colombia, a cuyas normas y procedimiento se someten de manera voluntaria.

Firmado por duplicado, a los VENTISIETE (27) DÍAS del mes de MARZO de DOS MIL QUINCE (2.015) en la ciudad de MEDELLIN, ANTIOQUIA.

LA EMPRESA  
EL VENDEDOR

CABALLOS Y ALGO MÁS  
EL COMPRADOR

## **Anexo 2: ENCUESTA SOBRE COSTOS Y COTIZACION RESUELTA.**

### **ENTREVISTA SOBRE COSTOS Y COTIZACIÓN.**



La presente entrevista se realiza por parte de los estudiantes Andrés Enrique Casallas Bernal y Johann Sebastián Ramos Cuellar del programa de Comercio Internacional, noveno semestre de la Unidad Central del Valle del Cauca (UCEVA) en la ciudad de Tuluá, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos específicos en su trabajo de grado que lleva por nombre “Plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino desde Colombia hacia Puerto Rico”, la información brindada es de carácter confidencial y solo es utilizada para los propósitos de la investigación.

|                             |                                      |
|-----------------------------|--------------------------------------|
| <b>Fecha</b>                | <b>17 / 03 / 2015</b>                |
| <b>Empresa</b>              | <b>Almacén y Talabartería Mejía.</b> |
| <b>Persona Entrevistada</b> | <b>Néstor Julio Mejía</b>            |
| <b>Función</b>              | <b>Gerente</b>                       |
| <b>Experiencia</b>          | <b>30 años</b>                       |
| <b>Ciudad</b>               | <b>Tuluá</b>                         |

## CUESTIONARIO

**1- ¿En qué tipo de sillas para caballos de paso fino se especializa su empresa actualmente?**

R// Actualmente se fabrican las sillas tipo mexicanas y tereques para los caballos de paso fino.

**2- De acuerdo a su experiencia en el mercado, ¿cuáles considera usted que son los elementos que constituyen una silla para paseo y entreno para caballos de paso fino en Colombia?**

R// Como partes principales que componen la totalidad de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino se encuentran:

- Montura
- Guardabarros
- Cincha
- Grupa
- Alfombra
- Accesorios tales como pechera, tiros, gualdrapas, cuchubos, etc.

**3- ¿Cuánto cuesta aproximadamente en pesos colombianos elaborar y llevar hasta el estado de producto terminado una silla para paseo y entreno para caballos de paso fino, tipo tereque?**

R// En promedio actualmente la silla tipo tereque tipo estándar se vende en \$400.000 mil pesos y su precio puede variar hasta los \$3'000.000 millones de pesos de acuerdos a los accesorios que compone las sillas.

**4- De acuerdo a la naturaleza de este producto ¿cómo debe ser empacado para brindar un estado de calidad optimo al cliente final? y ¿cuál es el costo promedio de este empaque?**

R// El empaque para las sillas para caballos de paso fino, no es indispensable para la entrega a su consumidor final, por ende en esta empresa se le entrega la silla al consumidor sin ningún tipo de empaque.

**5- Según las investigaciones de los mercados que ha realizado ¿cuál es el margen de rentabilidad y precio de venta establecido en el mercado nacional?**

R// La producción de las sillas para caballos de paso fino y su precio de venta se estima aproximadamente en un 20% de rentabilidad en el mercado, lo cual significa un costo de producción para la silla tipo estándar de \$320.000 mil pesos.

**6- ¿Cómo es el proceso de fabricación de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino en Colombia? Y ¿Cuánto tiempo toma producir una unidad?**

R// Se parte a raíz del juste donde se empieza a realizar los moldes en cuero y adherir al juste para dar la forma de silla, tereque o dependiendo de lo que se quiera fabricar, en el momento que se dedica la persona a fabricar la silla para caballo se demora aproximadamente 24 horas laborales.

**7- ¿Cuáles son los costos fijos de la empresa mensualmente y en este periodo de tiempo que volumen de producción se realiza?**

R// Es un negocio propio el cual solo tiene los siguientes costos fijos:

- Arrendamiento por valor de \$500.000
- Servicios públicos con un valor aproximado de \$60.000
- Trabajadores por valor de \$0,00 debido a que el señor y su esposa son los encargados de producir y atender los clientes.

Por lo general se maneja la producción de sillas sobre pedidos pero aproximadamente al mes se venden 6 o 7 sillas en el mes.

**Anexo 3: ENCUESTA DE PROYECCIÓN FINANCIERA, LOGÍSTICA,  
TRANSPORTE INTERNACIONAL Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL RESUELTA**

**ENTREVISTA DE PROYECCIÓN FINANCIERA, LOGÍSTICA,  
TRANSPORTE INTERNACIONAL Y NEGOCIACION INTERNACIONAL**



La presente entrevista se realiza por parte de los estudiantes Andrés Enrique Casallas Bernal y Johann Sebastián Ramos Cuellar del programa de Comercio Internacional, noveno semestre de la Unidad Central del Valle del Cauca (UCEVA) en la ciudad de Tuluá, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos específicos en su trabajo de grado que lleva por nombre “Plan exportador de sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino desde Colombia hacia Puerto Rico”, la información brindada es de carácter confidencial y solo es utilizada para los propósitos de la investigación.

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Fecha</b>                | <b>26/02/2015</b>                              |
| <b>Empresa</b>              | <b>Guarín Gómez Talabartería PPP<br/>S.A.S</b> |
| <b>Persona Entrevistada</b> | <b>Conrado Guarín Zapata</b>                   |
| <b>Función</b>              | <b>Representante Legal</b>                     |
| <b>Experiencia</b>          | <b>35 años</b>                                 |
| <b>Ciudad</b>               | <b>Medellín, Antioquia</b>                     |



## CUESTIONARIO

- 1- Actualmente realiza procesos de exportación, sí su respuesta es sí ¿A qué países exporta?**

R// Si, la empresa actualmente realiza exportaciones a Estados Unidos, México, costa Rica, Guatemala; Sudáfrica; Irlanda, Francia, Republica Dominicana Y Puerto Rico.

- 2- Basado en la experiencia, en un proceso de exportación ¿cómo es el proceso de embalaje para las sillas para caballo? Y ¿Cuántos pallets caben en un contenedor promedio?**

R// Para el proceso de exportación se empacan en cajas de cartón grueso fabricado en un material especial por la empresa con 3 unidades envueltas totalmente en papel burbuja donde las argollas que la componen van cubiertas por cinta y la estiba se compone de 90 sillas con un pallet de 30 cajas y cada caja con una medida de 0,24mts<sup>3</sup> aproximadamente; su etiqueta se compone de los datos: número de referencia, garantía, cantidad de carbono o fibra de vidrio.

- 3- En logística de exportación ¿cuál es el costo estimado de llevar la mercancía de la fábrica al puerto de origen?**

R// La logística de exportación realizada por la empresa es vía aérea en contenedor y por medio de carga suelta por vía terrestre debido a que los costos son similares a la vía marítima, sin embargo, el tiempo de viaje es menor y la tramitología es menor y su costo de exportación es de 350 a 970 USD por unidad de acuerdo al tipo de sillas.

- 4- En la producción de las sillas para paseo y entreno para caballos de paso fino, tipo “tereque”, ¿Cuál es la materia prima por naturaleza, el insumo o insumos, color estándar, peso bruto y posición arancelaria del producto?**

R// la materia prima por naturaleza de las sillas es la madera, el cuero, y el herraje; de acuerdo a estos insumos se elabora el fuste ya sea de fibra de vidrio o de carbono, sus argollas van compuestas de acero inoxidable; los colores de la silla para paseo y entreno para caballo de paso fino que maneja la compañía son café, negro, natural y envejecido; su peso bruto oscila entre 10 y 15kg; su posición arancelaria corresponde a 4201.00.00.00

**5- De acuerdo a su experiencia en el mercado internacional ¿cómo ha sido el proceso para lograr el contacto con posibles clientes en Puerto Rico para realizar la negociación de este producto?**

R// La empresa realizo sus primeras exportaciones de sillas para paseo y entreno para caballo de paso fino a Estados Unidos y en la realización de una exportación, un habitante de Puerto Rico contactó la empresa en virtud de la buena calidad que las sillas poseían, en la actualidad esta persona se convirtió en un distribuidor exclusivo de las sillas en Puerto Rico desde hace 13 años y realiza entre 3 y 4 exportaciones al año.

**6- ¿Qué tipo de experiencia productiva le ha generado la comercialización de ese tipo de sillas en el mercado internacional?**

R// La empresa a nivel nacional presenta un amplio mercado para la silla tipo clásica y como experiencia productiva el 80% de la producción es exportada a los países previamente mencionados. Puerto Rico es un mercado muy atractivo para exportar este producto.

**7- ¿Qué factores de diferenciación evidencia Usted, respecto del producto nacional y del puertorriqueño?**

R//

- Los acabados son de alta calidad.
- Son 100% hechas a mano.
- Puerto Rico no fabrica sillas para paseo y entreno para caballo de paso fino, las importa de Estados Unidos porque la mano de obra en Puerto Rico es muy baja y por lo tanto muy costosa.
- En Colombia las sillas son más costosas que las del mercado Estadounidense, sin embargo, son más atractivas por sus diseños gracias a que en Estados Unidos la fabricación es por maquinaria.

**Anexo 4: FOTOS PROBATORIAS DE LA REALIZACION DE LA ENTREVISTA SOBRE COSTOS Y COTIZACIÓN REALIZADA EN LA CIUDAD DE TULUÁ.**

