



**CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR DE LA
EMPRESA K'RDASHA JEANS LTDA**

**EUCLIDES QUINTERO CORREA
ANA MARIA JARAMILLO**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
MEDELLÍN, COLOMBIA**

2013

**CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR DE LA
EMPRESA K'RDASHA JEANS LTDA**

**EUCLIDES QUINTERO CORREA
ANA MARIA JARAMILLO**

Trabajo de investigación presentado para optar al título de Negocios Internacionales

**Director (a):
LUIS ALFREDO MOLINA
ECONOMISTA, INGENIERO FINANCIERO**

**Línea de investigación:
DESCRIPTIVA- EXPLORATIVA**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
MEDELLÍN, COLOMBIA**

2013

Nota de aceptación:

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Medellín, mayo 30 de 2013

DEDICATORIA

Dedicamos el éxito de este trabajo a las personas que nos han acompañado durante la época que más hemos disfrutado en la vida, pero especialmente a nuestro asesor Luis Alfredo Molina, quien con su paciencia, apoyo, comprensión y dedicación hizo de este trabajo un proyecto de grado.

También dedicamos este proyecto a cada uno de nosotros, ya que fuimos los que pusimos nuestro conocimiento en práctica, a todas aquellas personas quienes buscan usar la ciencia en pos de ayudar a los demás.

Y a nuestro único ser superior, Dios que con su poder nos dio la sabiduría y la confianza para estar donde nos encontramos ahora

AGRADECIMIENTOS

Queremos dar los más profundos agradecimientos Luis Alfredo Molina por brindarnos sus conocimientos, su apoyo y orientación con los cuales hicimos posible este trabajo.

Definitivamente, Dios, nuestro Señor, nuestro Guía, nuestro Proveedor, nuestro Fin Ultimo; sabes lo esencial que has sido en nuestra posición firme de alcanzar esta meta, esta alegría, que si pudiera hacerla material, la hiciera para entregártela, pero a través de esta meta, podré siempre de tu mano alcanzar otras que espero sean para tu Gloria. Nuestros padres, por darnos la estabilidad emocional, económica, sentimental; para poder llegar hasta este logro, que definitivamente no hubiese podido ser realidad sin ustedes. GRACIAS por darnos la posibilidad de que de nuestra boca salga esa palabra FAMILIA. Madres, serán siempre nuestra inspiración para alcanzar nuestras metas, por enseñarnos que todo se aprende y que todo esfuerzo es al final recompensa. Su esfuerzo, se convirtió en tu triunfo y el nuestro.

A todos nuestros amigos pasados y presentes; pasados por ayudarnos a crecer y madurar como persona y presentes por estar siempre con nosotros apoyándome en todo las circunstancias posibles, también son parte de esta alegría, LOS RECUERDO.

ÍNDICE

	pág.
Resumen	12
Abstract	13
Introducción	14
1. Formulación del Proyecto	17
<i>1.1 Antecedentes</i>	17
<i>1.1.1 Estado del Arte</i>	20
<i>1.2 Planteamiento del problema</i>	24
<i>1.3 Justificación</i>	27
<i>1.4 Objetivos</i>	29
<i>1.4.1 Objetivo general</i>	29
<i>1.4.2 Objetivos específicos</i>	29
<i>1.5 Marco Metodológico</i>	30
<i>1.5.1 Método</i>	30
<i>1.5.2 Metodología</i>	30
<i>1.6 Alcances</i>	30
2. Ejecución del Proyecto	31
<i>2.1 Capítulo 1. Estado actual de la empresa</i>	32
<i>2.2 Capítulo 2. Razones para la creación de un área de comercio exterior</i>	33
<i>2.3 Capítulo 3. Departamento de comercio exterior</i>	36
<i>2.3.1 Organigrama</i>	36
<i>2.3.2 Manual de funciones.</i>	36
<i>2.4 Capítulo 4. Líneas de producto</i>	52
<i>2.5 Capítulo 5. Investigación De Mercados</i>	57
<i>2.6. Documentos de Exportación.</i>	61

3. Conclusiones y Recomendaciones	62
3.1 Conclusiones	62
3.2 Recomendaciones	63
Referencias Bibliográficas	65
Anexos	66

ÍNDICE DE TABLAS

	pág.
<i>Tabla 1. Pais a exportar</i>	57
<i>Tabla 2. Indicadores socioeconómicos</i>	57
<i>Tabla 3. Produccion</i>	59
<i>Tabla 4. Cultura de negocios</i>	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	pág.
<i>Gráfico 1. Organigrama</i>	36
<i>Gráfico 2. Portafolio</i>	52

Resumen

El texto pretende reflejar la factibilidad de hacer creación del departamento de comercio exterior de la empresa k'rdasha jeans ltda Es una empresa productora y comercializadora de Jeans a nivel nacional, cuyo objetivo principal es expandir sus mercados mediante la creación de un departamento de Exportaciones, minimizando los riesgos de fracaso y dando a conocer la marca en otros países.

Gracias a la globalización y la alta competencia a nivel nacional la empresa pretende expandir sus fronteras y mercados para no depender de un solo mercado e incrementar sus utilidades, por lo tanto creando el departamento de Exportaciones logramos que la empresa crezca internacionalmente.

Palabras clave: Globalización - Sector Textil l- Asociatividad- Competitividad- diagnostico estratégico – proceso exportador

Abstract

The text is intended to reflect the feasibility of the creation of the foreign trade department of the company k'rdasha jeans ltd is a manufacturer and marketer of nationally Jeans, whose main objective is to expand their markets through for creation of a department of Exports, minimizing the risk of failure and publicizing the brand in other countries.

Thanks to globalization and high competition nationwide company intends to expand its borders and markets to not depend on a single market and increase their profits, thus creating the Export department we grow the company internationally

Keywords: Globalization - Sector Textile – Associativity – Competitiveness - strategic diagnosis - export process.

Introducción

Con este trabajo se pretende acercarse a la formulación de la creación del departamento de comercio exterior con una propuesta que responda a la necesidad actual de la empresa lo cual resulta totalmente válido y pertinente dada la coyuntura actual del país como resultado de la globalización y apertura de las fronteras, sumado al constante cambio de la cultura empresarial con enfoques más amplios, que de una u otra manera obligan a las empresas a estructurarse y ser más productivas, lo cual no solo les sirve como herramienta clave para sobrevivir sino también para mejorar la competitividad y asegurar su permanencia en el mercado.

En el trabajo se busca aportar una solución en la formulación y documentación y las características actuales de la empresa K'rdasha Jeans Ltda, con el propósito de rediseñar la organización, para esto se definieron elementos teóricos que permitieran determinar claramente los componentes que se deben tener en cuenta para el desarrollo de la organización.

Analizaremos la situación interna y externa de la empresa y el impacto que ésta ha tenido en el medio desde su creación y luego se formularon las propuestas estratégicas pertinentes a las necesidades actuales de la misma. En el desarrollo de la propuesta de trabajo se logró evidenciar también las dificultades propias que afronta el sector microempresario en el mercado de las confecciones.

Para obtener la información se recurrirá a la ayuda de proexport. Para la recolección de las características del mercado, entre otros datos de vital importancia para el plan de exportación, se aprovechó la red informática del Internet

La globalización es un proceso económico que abarca sectores productivos y a regiones conforme a un determinado patrón de producción y financiamiento. Pero al mismo tiempo desplaza sectores y regiones en lo que constituye un fenómeno de muy desigual participación en los mercados internacionales.

Por la versatilidad y la calidad en su mano de obra, Medellín es líder manufacturero en la producción de ropa para los segmentos masculino, femenino, junior e infantil. Igualmente es reconocida por la confección de prendas casuales y formales, vestidos de baño, ropa interior, ropa deportiva y jeans, que en muchas ocasiones son fabricados para grandes marcas que exportan bajo la modalidad de maquila o paquete completo. <http://clubensayos.com/Acontecimientos-Sociales/Comportamiento-Del-Sector-Textil-Y/189.html>

Principales destinos de exportación

Estados Unidos continúa siendo el mayor socio comercial, con una participación de 33 por ciento del total de las exportaciones colombianas de prendas de vestir, seguido de Venezuela, México y Ecuador, con participaciones del 19, 11, y 7 por ciento, respectivamente. Estos cuatro países concentraron el 69 por ciento del total de las exportaciones colombianas del sector en el periodo. <http://clubensayos.com/Acontecimientos-Sociales/Comportamiento-Del-Sector-Textil-Y/189.html>

K'rdasha Jeans Ltda. Es una empresa que apenas está ascendiendo en el mundo textilero, ya que en este sector hay una alta competencia, aunque cabe resaltar que ha entrado a competir con alta calidad en el producto, eficiencia en los precios y la logística en su distribución. Además, tiene la capacidad de abastecer un mercado mayor gracias a su gran producción por temporada, y su buena percepción frente al consumidor final, teniendo en cuenta que sería una buena condición para lanzarse al mercado Internacional.

Principales destinos de exportación

Estados Unidos continúa siendo el mayor socio comercial, con una participación de 33 por ciento del total de las exportaciones colombianas de prendas de vestir, seguido de Venezuela, México y Ecuador, con participaciones del 19, 11, y 7 por ciento,

respectivamente. Estos cuatro países concentraron el 69 por ciento del total de las exportaciones colombianas del sector en el periodo

K'rdasha Jeans Ltda. Es una empresa que apenas está ascendiendo en el mundo textilero, ya que en este sector hay una alta competencia, aunque cabe resaltar que ha entrado a competir con alta calidad en el producto, eficiencia en los precios y la logística en su distribución. Además, tiene la capacidad de abastecer un mercado mayor gracias a su gran producción por temporada, y su buena percepción frente al consumidor final, teniendo en cuenta que sería una buena condición para lanzarse al mercado Internacional

Departamento de Comercio Internacional en K'rdasha Jeans Ltda.

Es creado con la finalidad de expandir los clientes a nivel internacional y dar a conocer la empresa al mundo global y fuera de los límites internos del país.

Este departamento contará con empleados que hablen inglés, expertos en Mercadeo y Negocios Internacionales para poder llevar con éxito las respectivas negociaciones que ayuden con el crecimiento de la compañía y que la den a conocer en el ámbito Internacional

1. Formulación del Proyecto

1.1 Antecedentes

K'rdasha Jeans Ltda. Es una empresa que produce jeans para mujer con un espíritu joven, las cuales conocen las últimas tendencias y buscan en la moda una forma de expresión de su individualidad y quienes encuentran las colecciones versatilidad, funcionalidad, calidad y originalidad.

K'rdasha Jeans Ltda, es una empresa que cuenta con una gran capacidad de producción, pero no cuenta con un departamento de comercio exterior, que serviría para ampliar su economía, tener mayor reconocimiento nacional e internacional y posicionar más la marca.

El sector textil colombiano se presenta como una de las alternativas para mostrar como es el país, y es una de las principales fuentes de economía colombiana y uno de los factores que aumenta el PIB.

Colombia cuenta con un gran potencial de producción de jeans, pero lo que se quiere lograr específicamente es lograr que una empresa que fabrica y comercializa sus productos aumente su economía y obtenga más utilidades llevando sus productos a otros países, es decir, no solo comercializar sus productos nacionalmente si no también internacionalmente, ya que esta cuenta con gran mano de obra y excelentes personas con ganas de innovar y hacer de la moda una manera de vivir.

El rediseñamiento de la estructura organizacional de la empresa es debido a que tiene un patrón en común con las pymes porque prácticamente es el dueño encargado de todo y no delega tareas a los demás empleados

El rediseñar esta estructura nos lleva a un mejor y más fluido funcionamiento de la empresa en cuestión. Es decir se le da una planeación estratégica interna en conjunto, de

todos los departamentos hasta el gerente ejecutivo de modo que todos estén trabajando en conjunto para lograr los objetivos estratégicos.

Para empezar debemos de montar los diferentes departamentos como lo son:

- Departamento de compras y ventas
- Departamento de producción
- Departamento financiero
- Departamento administrativo
- Departamento de comercio exterior

Una de las principales razones de crear el departamento de Comercio Exterior y rediseñar la Estructura Organizacional de la empresa es para ir creciendo de forma más organizada con unos objetivos estratégicos claros como empresa, de modo que sea sostenible a medida que pasa el tiempo nos enfrentamos con grandes y nuevas competencias, como tal también debemos pensar en dejar de depender solo del mercado interno y con la creación de este departamento se pretende llevar nuestros diseños innovadores más allá de nuestras fronteras de modo que se pueda ampliar el mercado, aumentar producción, generar mayor utilidades y proveerles a nuestros empleados y clientes un mejor nivel de vida.

Una desventaja fundamental que afecta y estanca en algunas ocasiones es la gran dependencia de los proveedores y productores ya que en algunos casos no se le da la importancia requerida a los pedidos causando un retraso en la entregas y por ende fomentando una mala imagen a la marca. Gracias a esto se pierden tanto clientes existentes como potenciales ya que nadie negocia con incumplidos eso refleja falta de seriedad. Es por esto que se pretende crear una fusión con uno de nuestros terceros de modo tal que se establezca un vínculo de cooperación mutua y ambos se vean remunerados en el incremento de sus producciones y utilidades.

Este problema va muy de la mano con la estructura organizacional, porque se debe montar un organigrama o determinar las responsabilidades de cada cargo laboral de la empresa, para saber qué tipo de individuos toman las decisiones y hasta donde llega la responsabilidad de cada cargo.

Para así determinar quién es el que toma las decisiones en la empresa. Por esto los diferentes departamentos, para determinar las decisiones que se deben tomar en la empresa dependiendo el área en la que se requiera la toman de una decisión determinada.

El objetivo principal de rediseñar nuestra Estructura Organizacional es para poder darle a nuestras metas unos planes estratégicos concretos que nos encamine hacia a ellas. Creando así un orden con una planeación clara en la que se establezcan responsabilidades y objetivos según el área funcional de menor a mayor o viceversa, el hecho es que todo se haga en conjunto y tenga coherencia en todos los procesos administrativos y operativos del negocio. Fortaleciendo las relaciones departamentales a nivel interno sin que se encuentre ninguna clase de rivalidad entre estos, de modo que entre todos cooperen y facilite la ejecución de todas las tareas.

Una vez se tiene los planes estratégicos, el que me va permitir controlar estos, van a ser los planes administrativos con los que se va a organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa para poder dirigir y controlar sus actividades. Se ha comprobado que la eficiencia de la empresa es mucho mayor que la suma de las eficiencias de los trabajadores, y que ella debe alcanzarse mediante la racionalidad, es decir la adecuación de los medios: órganos y cargos, a los fines que se desean alcanzar, con esto se pretende que el administrador tenga una función individual de coordinar, y así poder armonizar los esfuerzos individuales que se encaminan al cumplimiento de las metas del grupo

1.1.1 Estado del Arte. El 19 de septiembre de 1908 la historia de Antioquia y de la industria en Colombia registró un cambio trascendental. Ese día empezaron las producciones de telas de la planta de la Compañía Colombiana de Tejidos (Coltejer) en la que era considerada la más moderna planta del país, por su tamaño y el impacto que tuvo para la economía y la sociedad nacionales.

Coltejer fue la primera empresa textil que comenzó la producción en 1908 en Medellín, a diferencia de las otras textileras que estuvieron en los municipios cercanos (Bello y Envigado). Los avisos de la prensa de 1909 permiten comprobar la estrecha relación entre la producción de telas

De esta manera se lograba la integración perfecta: los antiguos importadores de telas, con una clientela ya asegurada y almacenes bien surtidos, producían ahora telas y las distribuían ellos mismos.

Primeros telares

Antes de Coltejer es claro que el país tenía una tradición en la producción de textiles. En el siglo XIX sobresalieron los telares artesanales de Santander, que suplían en buena medida el mercado interno de telas burdas. En 1886 se creó la empresa de Hilados y Tejidos en Samacá (Boyacá) sobre una larga tradición artesanal. En Barranquilla, en 1910, se creó la Fábrica de Tejidos Obregón, entre otras.

Pero la primera fábrica moderna se creó en el municipio de Bello (Antioquia) por un grupo de empresarios antioqueños. La fábrica se denominó Compañía Antioqueña de Tejidos, pero fue más conocida como la Fábrica de Tejidos de Bello y se localizó, como fue usual en esta época, en cercanías de una fuente de agua (La García) con el objetivo de producir su propia energía a través de una rueda Pelton. Con el paso de los años siguió funcionando y finalmente se fusionó con la futura Fabricato.

Por su parte Coltejer tuvo una capacidad de producción que permaneció prácticamente igual hasta 1931, cuando se inició su expansión. Pero fue la adquisición de la firma textilera de Rosellón en 1942, que funcionaba en Envigado, la que contribuyó notablemente a consolidarla en el país. Para 1943 contaba ya con 70.000 husos, 1.900 telares y 4.000 trabajadores.

Desde comienzos del siglo XX las empresas textiles utilizaron la publicidad para aumentar sus ventas y sustituir el consumo de las telas importadas. Así por ejemplo se realizaron campañas patrióticas a favor de los productos nacionales.

Las primeras empresas textiles fueron la prolongación de las casas comerciales creadas desde tiempo atrás y ligadas a élites familiares, cuyos nexos de parentesco e intercambios matrimoniales reforzaron sus diversificados intereses económicos, que los protegerían de los altos riesgos que tuvo la actividad económica

En Colombia, como en casi todo el mundo, las industrias se establecen en lugares próximos a las zonas donde hay materias primas, en los que se dispone de fuentes de energía y desde los cuales las comunicaciones son más fáciles.

Las industrias de la alimentación, de hilado y de tejido son, tradicionalmente muy importantes en el país. Aventajan a las demás en lo que se refiere al número de establecimientos fabriles, a la cantidad de trabajadores ocupados, al volumen total de la producción y al consumo que la población hace de los productos elaborados.

En la industria textil se produce sedas, tejidos de algodón, paño, lana y fibras sintéticas. Las telas nacionales son apreciadas por su calidad y acabado, constituyendo un renglón en la exportación. Esta industria comprende dos aspectos distintos: la hilandería y la tejeduría; la confección de ropa de vestir y de ropa hogar. Las principales compañías del sector textil están localizadas en la Región Andina; hay grandes fábricas en Medellín, Barranquilla y otras menores en Bogotá, Cali, Manizales y Samacá.

Medellín, es el corazón de la industria textil colombiana de tejido plano y punto, en fibras naturales y manufacturadas; Bogotá es el segundo centro más importante. La industria textil colombiana representa el 10% del sector manufacturero del país. Siendo Antioquia la que produce el 53% de los productos más tradicionales, siguiendo en importancia Bogotá con el 37% de la producción.

La industria textil produce al año aproximadamente 800 millones de m². anuales de tela en algodón, poliéster, nylon, viscosa y lana; lo mismo que driles, satines, popelinas de algodón y mezclas con fibras naturales y manufacturadas.

Hay aproximadamente 10.000 fábricas, la mayoría son pequeñas, el 50% tiene entre 20 y 60 máquinas. Algunos de los grandes líderes contratan y subcontratan bajo su propio control de calidad y tienen facilidades de corte y de costura.

La cadena textil-confección es diversa y heterogénea en cuanto a la multiplicidad de sus productos finales. Si bien su parte más característica es la producción de hilados y tejidos para la confección de prendas de vestir y artículos para el hogar (lencería, cortinas, toallas, etc.), la industria textil abarca también la producción de fibras técnicas utilizadas por otras industrias, la agricultura y la construcción, en forma de productos tan diversos como cintas transportadoras, filtros, materiales de aislamiento y de techar, textiles para empaques, cuerdas, redes, fibras para revestimiento, alfombras, etc.

Las actividades de la cadena, vista de manera muy general y según su grado de transformación, van desde la producción de materia prima (fibras naturales, artificiales y sintéticas) hasta la manufactura de aquella gran variedad de productos semiacabados y acabados. Los procesos intermedios de la cadena son la fabricación de hilos (hilatura), el tejido (plano y de punto) y el teñido y acabado de telas. La diferencia entre tejido plano y de punto es relevante porque, como etapa previa a la elaboración de prendas de vestir, uno y otro tipo de tejido implica un paso adicional en la cadena del valor. Del tejido plano se elaboran telas que han de ser moldeadas y cortadas para, mediante la costura, confeccionar las prendas de vestir (camisas, blusas, pantalones, vestidos, por ejemplo). El tejido de

punto, en cambio, se realiza simultáneamente con la confección de la prenda de ropa hogar y prendas de vestir como las medias, las camisetas, alguna ropa interior, los suéteres, etc. El mercado mundial de textiles-confección es altamente concurrido, las tecnologías de los bienes de capital se difunden con rapidez y su uso tiende a generalizarse, de manera que el desafío para la industria es diferenciar sus productos, encontrar nichos de alto potencial competitivo y adoptar estrategias logísticas, de atención al cliente y de alianzas, que incluso sobrepasan las fronteras nacionales.

El desarrollo de la industria textil ha hecho prosperar notablemente la industria de las confecciones. Este sector representa el 9% del total de la producción industrial, del cual el 30% se exporta. Del total de las exportaciones no tradicionales colombianas a Estados Unidos, el 15% corresponde al rubro de Textiles y Confecciones.

Entre productores de fibras, hilanderos, tejedores, acabadores y fabricantes de artículos textiles, el país cuenta hoy con más de 5330 empresas, de las cuales, 4000 empresas pequeñas y medianas conforman nuestra estructura industrial en el eslabón de confecciones. Dentro de las clasificadas como informales, existen alrededor de 10.000 entre pequeñas y micros. El sector textil genera 52.000 empleos directos, y el sector de los confeccionistas (formales) mantienen más de 100.000 puestos de trabajo. Debido a la producción nacional de diferentes materias primas, Colombia desarrollo una excelente competitividad en: Ropa de Bebé, Ropa de Niños, Ropa Interior, Ropa Deportiva, Ropa para el hogar, Artículos Dením y Pantalones de Pana.

La industria de la confección ocupa así, un lugar destacado en el contexto de la industria manufacturera en Colombia no solo como fuente de empleo y producción, sino por su orientación al mercado interno. La confección no se destaca por ser un generador de divisas en el país, su papel está orientado a fortalecer la demanda de vestidos de los consumidores nacionales.

Pero su verdadera importancia reside en el efecto multiplicador que se crea con su dinámica, pues la confección es el punto final de una serie de actividades industriales como

la textil, producción de hilos, botones, plásticos, fibras sintéticas y algodón. En últimas todas las actividades dependen de lo que ocurra en el sector de la confección por ser allí donde se termina el proceso productivo de la prenda.

La relación de la confección con los sectores mencionados anteriormente, ha creado condiciones estructurales muy fuertes debido a que la industria proveedora se caracteriza por ser oligopólica como es el caso de los textiles. Bajo estas circunstancias los términos de negociaciones entre ambos sectores se dan en condiciones de desigualdad muy grandes, ya que la gran mayoría de empresas de la confección son pequeñas, con muy poco poder individual para presionar por condiciones más favorables de venta. Esta posición de subordinación de la industria de la confección con respecto a los procedimientos productivos anteriores, es una de las causas que puede atribuirse a la incapacidad de competir internacionalmente, ya que tiene que cargar con los altos precios de las telas nacionales y la falta de innovación en diseños.

Por lo tanto la vinculación de la industria de la confección al mercado interno está condicionada por una serie de factores industriales, además de incapacidad técnica de las empresas para elaborar productos que puedan competir con mercados externos. Sería por lo tanto necesario un cambio en las relaciones de intercambio y en el desarrollo, para lograr un crecimiento armónico que capacite a la industria de la confección a competir en los mercados internacionales.

1.2 Planteamiento del problema

K'rdasha Jeans Ltda. Es una empresa que produce jeans para mujer con un espíritu joven, las cuales conocen las últimas tendencias y buscan en la moda una forma de expresión de su individualidad y quienes encuentran en las colecciones versatilidad, funcionalidad, calidad y originalidad.

K'rdasha Jeans Ltda., es una empresa que cuenta con buena capacidad de producción, pero no cuenta con un departamento de comercio exterior, que serviría para

ampliar su economía, tener mayor reconocimiento nacional e internacional y posicionar más la marca.

El sector textil colombiano se presenta como una de las alternativas para mostrar como es el país, y es una de las principales fuentes de economía colombiana y uno de los factores que aumenta el PIB.

Colombia cuenta con un gran potencial de producción de jeans, pero lo que se quiere lograr específicamente es lograr que una empresa que fabrica y comercializa sus productos aumente su economía y obtenga más utilidades llevando sus productos a otros países, es decir, no solo comercializar sus productos nacionalmente si no también internacionalmente, ya que esta cuenta con gran mano de obra y excelentes personas con ganas de innovar y hacer de la moda una manera de vivir.

El rediseñamiento de la estructura organizacional de la empresa es debido a que tiene un patrón en común con las pymes porque prácticamente es el dueño encargado de todo y no delega tareas a los demás empleados

El rediseñar esta estructura nos lleva a un mejor y más fluido funcionamiento de la empresa en cuestión. Es decir se le da una planeación estratégica interna en conjunto, de todos los departamentos hasta el gerente ejecutivo de modo que todos estén trabajando en conjunto para lograr los objetivos estratégicos.

Para empezar debemos de montar los diferentes departamentos como lo son:

- Departamento de compras y ventas
- Departamento de producción
- Departamento financiero
- Departamento administrativo
- Departamento de comercio exterior

Una de las principales razones de crear el departamento de Comercio Exterior y rediseñar la Estructura Organizacional de la empresa es para ir creciendo de forma más organizada con unos objetivos estratégicos claros como empresa, de modo que sea sostenible a medida que pasa el tiempo nos enfrentamos con grandes y nuevas competencias, como tal también debemos pensar en dejar de depender solo del mercado interno y con la creación de este departamento se pretende llevar nuestros diseños innovadores más allá de nuestras fronteras de modo que podamos ampliar nuestros mercados, aumentar producción, generar mayor utilidades y proveerles a nuestros empleados y clientes un mejor nivel de vida.

Una desventaja fundamental que afecta y estanca en algunas ocasiones es la gran dependencia que tenemos con nuestros proveedores y productores ya que en algunos casos no se le da la importancia requerida a los pedidos causando un retraso en las entregas y por ende fomentando una mala imagen a la marca. Gracias a esto se pierden tanto clientes existentes como potenciales ya que nadie negocia con incumplidos eso refleja falta de seriedad. Es por esto que se pretende crear una fusión con uno de nuestros terceros de modo tal que se establezca un vínculo de cooperación mutua y ambos se vean remunerados en el incremento de sus producciones y utilidades.

Este problema va muy de la mano con la estructura organizacional, porque hay que montar un organigrama o determinar las responsabilidades de cada cargo laboral de la empresa, para saber qué tipo de individuos toman las decisiones y hasta donde llega la responsabilidad de cada cargo.

Para así determinar quién es el que toma las decisiones en la empresa. Por esto los diferentes departamentos, para determinar las decisiones que se deben tomar en la empresa dependiendo el área en la que se requiera la toma de una decisión determinada.

El objetivo principal de rediseñar nuestra Estructura Organizacional es para poder darle a nuestras metas unos planes estratégicos concretos que nos encamine hacia a ellas. Creando así un orden con una planeación clara en la que se establezcan responsabilidades y

objetivos según el área funcional de menor a mayor o viceversa, el hecho es que todo se haga en conjunto y tenga coherencia en todos los procesos administrativos y operativos del negocio. Fortaleciendo las relaciones departamentales a nivel interno sin que se encuentre ninguna clase de rivalidad entre estos, de modo que entre todos cooperen y facilite la ejecución de todas las tareas.

Una vez se tiene los planes estratégicos, el que me va permitir controlar estos, van a ser los planes administrativos con los que se va a organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa para poder dirigir y controlar sus actividades.

1.3 Justificación

La empresa K'rdasha Jeans Ltda. Es una empresa productora y comercializadora de Jeans a nivel nacional, la misión es la producción de prendas de vestir y cuyo objetivo principal es proponer la creación de comercio exterior, Mediante la creación de un departamento de Exportaciones, minimizando los riesgos de fracaso y dando a conocer la marca en otros países

Gracias a la globalización y la alta competencia a nivel nacional la empresa pretende expandir sus fronteras y mercados para no depender de un solo mercado e incrementar sus utilidades, por lo tanto creando el departamento de Exportaciones logramos que la empresa crezca internacionalmente

Uno de los efectos de la propuesta de comercio exterior que vamos a trabajar, es la creación de empleo, que va hacer fuente generadora de nuestros propios ingresos lo que nos llevaría a la satisfacción de nuestras necesidades y mejorar el equilibrio económico.

Justificación Teórica

Sin duda, con el paso de los años el crecimiento del sector se ha visto reflejado en el nacimiento de pequeñas y medianas empresas que desarrollan productos de excelente

calidad y que se exportan a diversos países del mundo.

El sector textil-confección está compuesto por cerca de 450 fábricas de textiles y 1200 fábricas de confecciones con más de 20 trabajadores en cada una de ellas. Están ubicadas siete ciudades del país, principalmente en Medellín, que representa el 53% de la producción textil del país y el 35% de la producción de prendas para vestuario.

La empresa fue creada el 20 de febrero del 2010 fundada por un grupo de socios, uno de ellos radicado en Italia, vino con la idea de crear un jean con estilo italiano pero adaptándolo a la moda latina, fue así como se empezaron a hacer investigaciones de mercado llegando a cubrir la necesidad de crear un jean con clase calidad y duración; se llegó a la conclusión que para lograr estos objetivos había que crear una empresa con un nombre con clase y estilo dando así el nombre de K'RDASHA jeans, buscando también destacar la moda actual y duradera, llevándose la idea de que “Un jeans dura para siempre”.

- K'RDASHA JEANS LTDA. Ofrece un paquete de producción para nuestros clientes con calidad, estilo, exclusividad y durabilidad, que generen satisfacción de la necesidad para cada cliente y consumidor final.
- Actualmente K'RDASHA JEANS LTDA. está realizando y certificando el sistema de gestión de calidad ISO 2000; certificación que muestra el compromiso con la calidad del producto, la satisfacción del cliente y confiabilidad de acuerdo con las políticas de calidad.

Justificación Social

En la actualidad se cuenta con el derecho a la libre conformación de gremios dedicado a actividades lícitas con proyección en la reactivación económica de al menos un sector del País, no obstante estas se ven obstaculizadas por diferentes factores y quizás el de mayor peso es el alto índice de violencia que se vive hoy en día, esto se da por la falta de cultura, educación, fuentes de empleo, respeto por los derechos humanos; lo cual genera resentimiento en la humanidad impidiendo que personas emprendedoras se motiven a

invertir en Colombia. Con la incrementación de del área de comercio exterior en la empresa K'RDASHA JEANS LTDA. Se busca no solo el alza de su producción si no generar empleos y así contribuir a la mejora de vida de muchas familias colombianas.

Justificación Personal

Dado que el comercio es el tema que hemos escogido como objeto de conocimiento para su carrera profesional y entendiendo que una de los principios es ayudar a la sociedad, este trabajo es importante ya que es posible ayudar a las empresas a realizar mejores procesos de toma de decisiones en inversiones en el lanzamiento de nuevos productos. Además, hay un interés de generar una empresa en el futuro, en la cual estos elementos serán de gran impacto para el éxito de la misma.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general. Proponer la creación del Departamento de Comercio Exterior de la empresa K'rdasha Jeans Ltda.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Describir el estado actual de la empresa y su relación con el comercio internacional
- Establecer las razones por las cuales es conveniente un departamento de comercio exterior
- Determinar las ventajas que traería a las empresas la creación de un departamento de comercio exterior.
- Analizar áreas estratégicas de la empresa.
- Elaborar investigación de mercado internacional para la exportación de los productos

1.5 Marco Metodológico

1.5.1 Método. El método que se llevara a cabo para abordar el objeto de propuesta será un análisis de la empresa para conocer las necesidades y gustos del mundo y la capacidad de la empresa para cubrirlas.

1.5.2 Metodología. Para la metodología utilizaremos fuentes secundarias, que emitan contenidos que puedan ayudar a solucionar las necesidades a través de información, en este caso el internet.

1.6 Alcances

Este proyecto es la realización de un departamento de comercio exterior en la empresa K'rdasha Jeans Ltda.

Se realiza con el fin de demostrar las ventajas que con sigo trae la realización de un departamento de comercio exterior.

El proyecto para la creación del departamento de comercio exterior de la empresa K'rdasha Jeans Ltda., apunta y se visualiza en la búsqueda de una solución inteligente para el sector textil con un análisis profundo de las necesidades del mercado con el ideal de satisfacerlas, y así lograr que las empresas que quieran ampliar sus ingresos creando un departamento de comercio, exportador a través de nuestro proyecto de grado y nuestra asesoría, de manera que resolvamos una necesidad de forma eficiente, segura y rentable para nuestros clientes y para nosotros.

2. Ejecución del Proyecto



2.1 Capítulo 1. Estado actual de la empresa K`rdasha leans Ltda

Esta empresa es una unidad organizativa de carácter económico que, mediante la combinación de los factores de producción (capital, trabajo y materias primas), tiene por objeto la obtención de un beneficio. Para poder funcionar, toda empresa precisa de unos medios humanos (directivos y empleados), recursos financieros, y medios técnicos y económicos.

En cada una de estas visitas tuvimos un contacto directo con los elementos, y empleados de la organización, los cuales se presentaron para una mejor investigación y los datos obtenidos los vamos a plantear durante el desarrollo del plan de proyecto, allí encontramos un número de empleados, que trabajan para el funcionamiento y cumplimiento de los objetivos, es una empresa que cuenta con una gran infraestructura, amplia, bien diseñada, decorada y sin daños físicos.

Nos dimos cuenta que esta empresa adquiere la licencia de la marca para producir y comercializar prendas de vestir y empieza la expansión de su marca, se consolida en el mercado nacional.

Los empleados, son personas amables, y con ganas de dar lo mejor de ellos, cuentan con máquinas textiles, y todos trabajan unidos para lograr lo esperado.

Esta empresa está diseñada para trabajar por procesos, es decir, cada empleado sabe cuáles son sus actividades a realizar, y las desempeña con toda responsabilidad.

Físicamente la empresa cuenta con una instalaciones apropiadas y pudimos observar que hay espacio para allí mismo crear la oficina que funcionaría como el departamento de comercio exterior.

Capítulo 2.2 Razones para la creación de un departamento de comercio exterior en la empresa K`rdasha Leans Ltda

La empresa tiene razones para la creación del departamento de comercio exterior.

A. Planificación y proceso de producción: Posee objetivos alcanzables, cuantificables y medibles, con un plazo de tiempo definido para la ejecución.

Hay un proceso adecuado de producción (materia prima, maquinaria, y tecnología) en la empresa, para la fabricación de los productos (con calidad y precios competitivos) Contando con flexibilidad en el proceso de producción para permitir cambios en los productos a ser fabricados, en función de satisfacer las necesidades específicas del cliente.

El proceso de producción o las cantidades de producción está basada en presupuestos o pronósticos de ventas. También posee definido el flujo de producción, desde la recepción de los materiales hasta la entrega de los productos terminados.

La empresa tiene un programa o plan detallado de adquisición de materia prima, repuestos, maquinaria y otros, para ser ejecutados en el corto, mediano y largo plazo La empresa evalúa las posibilidades de comprar materiales semiprocados o la subcontratación determinados procesos.

B. Capacidad de proceso: La empresa conoce la capacidad de producción de su personal, maquinaria, y equipo por cada línea de producción tiene claro cuál es la capacidad de producción.

La empresa tiene su maquinaria y otros funcionando a plena capacidad en el proceso de producción (plena capacidad desde 80%).

La empresa tiene planes de contingencia para ampliar su capacidad de producción (o proveerse de materias primas, tecnologías y personal) y atender su demanda superior a su actual capacidad de producción o atender sus compromisos comerciales.

C. Mantenimiento: Tienen definido un programa de mantenimiento preventivo y de seguimiento a todos los equipos y maquinaria (recuerde que por lo general es por escrito), Tienen definido (por escrito) un programa de mantenimiento predictivo y de seguimiento a todos los equipos y maquinaria. La empresa mantiene un inventario de partes y repuestos claves para equipos críticos, La empresa tiene seguros contra incendio y otras calamidades o logro para aminorar cualquier tipo de dificultades administrativas y/o fortuitos y/o legales

D. Manejo de inventarios: Tiene alguna negociación con proveedores para tener el inventario optimo según necesidades, Mantiene relaciones o negociaciones con más de un proveedor o tiene proveedor por producto o proceso, Mantiene inventarios de materias primas, materiales, trabajo en proceso y producto terminado para reducir las pérdidas originadas en caso de algún evento extraordinario y fortuito. Y se podrían garantizar niveles adecuados de rotación, uso y control. Tienen algún periodo definido para comparar el inventario físico de materia prima, materiales y productos terminado con el inventario llevado en el kardex (tarjetas)

E. Aseguramiento de calidad:

Aspectos generales de la calidad

La empresa impulsa programas de calidad y mejoramiento continuo y para ello capacita u orienta adecuadamente a todos los empleados. Hay producción en serie y uniformidad en la producción de todos los productos. Están debidamente documentadas y son conocidas y aplicadas por las personas responsables de su cumplimiento.

Sistema de calidad

Los productos elaborados por la empresa cumplen con los mínimos requerimientos para poder atender el mercado. Están documentados los requerimientos o se documentan, hay evaluación técnica (escrita) del producto elaborado, antes de salir a la venta, con el fin de evitar reproceso o devoluciones y por supuesto, con el fin de tener en cuenta las mejoras o rediseños.

Se identifican en el proceso de producción defectos del producto y sus posibles causas. Los retroalimentan para implementar acciones correctivas y les hace seguimiento (mediante alguna planilla o documentación). Existen mecanismos de control en la selección de materias primas, igualmente se aplican los controles necesarios para verificar la calidad y retroalimentar el proceso de selección y compra.

Capítulo 3. Departamento de comercio exterior de la empresa K'rdasha Leans Ltda

3.1 Organigrama

Gráfico 1.

Organigrama



Requisitos para desempeñar el cargo:

- Estudios en administración o mercadeo
- Experiencia laboral
- Desempeño mínimo de 6 meses en el cargo

Funciones específica:

- Identificar por medio de los empleados y encargados los mantenimientos necesarios de las prendas.

- Vigilar que los trabajos que se realicen dentro del taller, se lleven a cabo cumpliendo las normas para ello, exigidas por la ley.
- Cumplir y hacer cumplir estrictamente el reglamento interno de trabajo y las normas de seguridad y la prevención de accidentes.
- Mantener actualizado los patrones de diseño sobre la existencia de cada prenda confeccionada.
- Implementar los objetivos, metas, políticas y estrategias de la empresa en materia de transformación y distribución e identificar los patrones para atender el crecimiento de ventas y producción, igualmente establecer un orden de prioridades para su ejecución.
- Organizar la realización de estudios para la utilización de recursos financieros, económicos y presentar alternativas a consideración.
- Coordinar las labores con el apoyo del supervisor de producción y el administrador del punto de venta, identificando y evaluando posibles fuentes de recursos económicos y financieros a mediano y largo plazo, para el análisis de alternativas de nuevos proyectos de patrones
- Proponer la fijación de criterios de confiabilidad en el diseño de sistemas de transformación y distribución.
- Mantener intercambio de caracteres técnicos que atienden el mercado de la confección.
- Hacer seguimiento y evaluación del desarrollo de los proyectos y del proceso operativo de los diseños que se ejecutaran.
- Mantener se a la vanguardia de los cambios tecnológicos necesarios para atender adecuadamente la demanda con las calidades preestablecidas.
- Elaborar el presupuesto.
- Coordinar reuniones periódicas con el personal a su cargo para analizar las actividades y planes de trabajo.
- Velar por la asignación y correcta utilización de la maquinaria e insumos de la dependencia a su cargo.
- Solucionar los problemas técnicos por medio de los funcionarios correspondientes a la maquinaria.

- Implementar los planes de expansión y penetración a nuevos mercados nacionales.
- Elaborar programas de mantenimiento preventivo que garanticen la continuidad y confiabilidad en la prestación del servicio.
- Cumplir las demás funciones relativas al cargo y relacionadas con su gestión administrativa.

Supervisor de Producción

Es la persona encargada de producción, tendrá como función vigilar y supervisar los procesos de confección y producción de las prendas. Es directamente responsable ante el inmediato superior, por coordinar los operarios, las labores que debe realizar en la ejecución de los diseños de cada patrón y la reglamentación propuesta que en el ejercicio de su cargo le correspondan.

Requisitos para desempeñar el cargo:

- Conocimientos y experiencia en procesos de confección

Funciones específica:

- Coordinar las labores que debe realizar en la sección de producción.
- Dirigir y organizar el personal a su disposición.
- Realizar los montajes requeridos a las máquinas de acuerdo a los diseños que permite su producción.
- Coordinar y cuidar el manejo de la maquinaria utilizada.
- Coordinar con el jefe inmediato la adquisición de materiales y transporte necesarios para realizar sus labores.
- Elaborar los informes de los trabajos realizados diariamente.

- Controlar con el objeto de notificar correcciones de inmediato al superior para adelantar cambios necesarios.
- Mantener actualizados los costos propios del sistema de producción y distribución en coordinación con el Administrador.
- Participar en reuniones y comités que le corresponden en razón de su oficio o que le indique el Administrador.
- Informar al Administrador los problemas o subgerencias en la realización de montajes y reformas en cada proceso de las prendas a confeccionar.
- Cumplir con las demás funciones relativas al cargo y que le sean asignadas por el superior inmediato.

Administrador de punto de venta

Encargado de atender y administra el punto de venta directa.

Requisitos para desempeñar el cargo:

- Conocimientos administrativos y/o de mercadeo.

Funciones Específicas:

- Estar pendiente de los inventarios del punto de venta
- Exhibir los productos, líneas y colecciones determinadas por la empresa para cada temporada.
- Prestar el mejor servicio de asesoría ante las necesidades del cliente tanto en la venta directa como al distribuidor.
- Tomar los pedidos al cliente de mostrador y a los distribuidores persuadiendo al cliente para cumplir con el presupuesto de venta de la empresa

- .Entregar oportunamente y a tiempo la orden de pedido al Supervisor para la producción oportuna de las prendas.
- Coordinar la distribución y entrega oportuna al cliente de venta directa y al distribuidor.
- Mantener en orden el punto de venta y coordinar el suministro oportuno de producto con el área de producción y administración.

Diseñador

Realización de diseños innovadores de acuerdo a las tendencias de la moda en cuanto se refiere a las líneas y colecciones de lencería para hogar; servir de soporte y apoyo a las funciones y patrones del taller de producción.

Requisitos para desempeñar el cargo:

- Estudios en diseño de modas y conocimientos confección y tendencias de líneas de lencería hogar.

Funciones Específicas:

- Mantener actualizado sus diseños, l y conocimientos en esta área, sobre los cambios y novedades que presenta el medio de la moda.
- Realizar los diseños de las líneas correspondientes a los cambios de la colección de cada cuatro meses según las tendencias de moda.
- Asistir al personal de producción en el desempeño de sus funciones.
- Asistir a los comités y reuniones que se le asignen el jefe inmediato.
- Proponer a su inmediato superior los cambios que considere convenientes para la buena producción de cada patrón.
- Elaborar informes y contribuciones que son necesarios presentar al superior.

- Llevar con rigor el control sobre el desempeño del taller frente al cumplimiento de los indicadores de calidad del servicio y elaboración correspondientes a su producción.
- Asistir a los diferentes eventos que sobre moda, tendientes al mejoramiento de la calidad y la elaboración de diseños innovadores.
- Apoyar al departamento de producción, comercial y mercadeo en el desarrollo de planes y propuestas tendientes a detectar por los sectores críticos con el fin de avanzar en la formulación de soluciones

Secretaria

Encargada de recibir y enviar la información generada en la en la empresa.

Requisitos para desempeñar el cargo:

- Estudios relacionados con sistemas y servicio al cliente.

Funciones Específicas:

- Recepción de llamadas e información.
- Servir de asistente a la administración en cuanto a la circulación interna e interna de información en la empresa.
- Atención y servicio al cliente interno y externo para la satisfacción de las necesidades inmediatas.
- Coordinación de las reuniones de plantación de estrategias de producción y ventas.
- Manejo y coordinación de vinculación de personal, y trámites para la seguridad social.
- Coordinar las funciones del personal a su cargo, como lo son el mensajero y personal de oficios varios.

Cortador (a)

Es directamente responsable ante el inmediato superior, por atender y cortar los patrones entregados por el diseñador y atender órdenes y sugerencias en lo relativo de su cargo que le corresponda.

Requisitos para desempeñar el cargo:

- Estudios, conocimientos y experiencia en corte y trazo.

Funciones Específicas:

- Trabajar coordinadamente en los programas con los operarios y el diseñador.
- Clasificar, de acuerdo a sus características los daños y problemas presentados en las prendas y en los patrones, reportados por el departamento de producción o el diseñador.
- Apoyar todas las actividades que se realizan en el área de producción relacionada con el manejo y control de quienes atienden el mantenimiento de la maquinaria.
- Elaborar los informes de los trabajos realizados diariamente.
- Colaborar con el registro y control del proceso de producción, con el fin de eliminar los posibles riesgos que se generen durante la ejecución de las prendas.
- Atender los problemas que su maquinaria presente para ser sometida a mantenimiento en el instante que se requiera.
- Aportar ideas a sus compañeros y jefe inmediato, que propendan para el buen funcionamiento de la elaboración y producción de la prenda.
- Velar por el empleo adecuado de los insumos y de la herramienta a su cargo.
- Solicitar oportunamente al jefe inmediato, los insumos y accesorios para la ejecución de su trabajo.
- Velar por el estricto cumplimiento de las normas de seguridad y prevención de accidentes.

- Desempeñar las demás funciones inherentes al cargo que le sean encomendadas por el Supervisor y el Administrador.

Pulidor

Es directamente responsable ante el inmediato superior, por coordinar sus funciones en cada prenda a pulir, a la vez que realiza funciones de control de calidad en cada prenda junto con el Supervisor

Requisitos para desempeñar el cargo:

- Estudios bachillerato académico, técnico o comercial y conocimientos en el oficio.

Funciones específica:

- Coordinar las labores que debe realizar en las prendas ya confeccionadas.
- Revisión y control de calidad en las prendas confeccionadas
- Cuidar el manejo de su herramienta utilizada.
- Llevar registros estadísticos del desempeño en la pulida de cada prenda.
- Coordinar con el jefe inmediato la adquisición de insumos y herramientas necesarios para realizar sus labores.

Operarios de producción

Personas encargadas de coser y confeccionar cada patrón cortado y hacer entrega en el tiempo estimado por el departamento de producción.

Requisitos para desempeñar el cargo:

- Conocimiento y experiencia en la confección textil y en el manejo de cada máquina (filetiadora y plana)

Funciones Específicas:

- Realizar la labor de entrega en el tiempo estimado por el departamento de producción.
- Llevar un reporte de los insumos entregados para las prendas a confeccionar.
- Cuidar el manejo de su máquina.
- Desempeñar las demás funciones propias del cargo que le sean asignadas por el Supervisor

Los cargos aquí relacionados no están definidos en estructura alguna, ni en procedimientos o manuales; los citamos por deducción a partir de los requerimientos que requerimos para el funcionamiento de nuestra empresa

Realizar una propuesta para la **creación del Departamento de Comercio Exterior** de la empresa K'rdasha Jeans Ltda.

2.3.1 Creación del departamento de comercio exterior. La propuesta de la creación del departamento de comercio exterior nace de las debilidades y ventajas de la empresa, ya que la empresa estaba enfocada solo en el mercado nacional sin una estructura organizacional que le permitiera realizar una planeación adecuada con objetivos, estrategias y metas a cumplir.

Es por esto que surge la necesidad de crear el nuevo departamento aparte de que se cuenta con un contacto en Alemania que puede ser un cliente potencial el cual ha mostrado gran interés en comercializar nuestra marca en ese país.

El objetivo principal con la creación de este departamento es diversificar nuestros mercados ya que una vez en Alemania se nos facilita la tarea de llegar a otros mercados

potenciales de Europa, incrementar nuestra producción y por ende generar más utilidades tanto para la empresa como para sus empleados.

2.3.2 Manual de funciones.

Departamento de mercadeo

- Marketing internacional aplicado a los negocios internacionales
- El plan de marketing internacional
- Realizar encuestas en el mercado internacional; asistir en diversas
- Materias (financiera, cambiaria, arancelaria, regulaciones, seguros y transporte), y participar en ferias o misiones internacionales.
- Compras y ventas internacionales.
- Promoción
- Comunicación con el cliente
- Comercialización

Departamento de exportaciones

- Análisis de la Competitividad internacional.
- Infraestructura (contactos con bancos, contactos con consejerías, contactos con consultores, contactos con despachos, contactos con aduanas, contactos con transportistas, contactos con entidades de promoción).
- Empresa (elaboración de oferta, confirmación de pedido, programación de la producción, producción, control de calidad, inspección, documentación y desarrollo de producto).
- Análisis SWOT del producto en relación al mercado elegido.
- Adaptación producto – mercado.
- Análisis de las regulaciones / barreras arancelarias y no arancelarias.
- Conocimiento de acuerdos comerciales y tratados de libre comercio.

- Tipos de Acuerdos Comerciales.
- El Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias.
- Llenado de los diferentes Certificados de Origen.
- Presentación de Certificados.
- Documentos necesarios para la exportación (llenado de los mismos).
- Factura Comercial.
- Lista de empaque.
- Tipos de Certificados de Origen.
- Clasificación arancelaria.
- El agente aduanal y su función.
- Contenido de un Pedimento de exportación
- Seguimiento de la carga enviada.
- Envío de muestras.
- Selección de distribuidores y/o agentes.
- Selección del medio de transporte más adecuado.
- Seguros.
- Negociación.
- El Contrato de Compraventa Internacional.
- Formas de pago.
- Establecer una oficina en el extranjero.
- Arbitraje Comercial y solución de controversias.
- Oficinas en el extranjero.

Departamento de logística

- Seleccionar los posibles mercados objetivos.
- Identificar los canales de distribución más apropiados según el caso.
- Contribuir con el buen almacenamiento de las mercancías.
- Conocer las diferentes normas y leyes que regulan a cada uno de nuestros mercados objetivos.

- Proveer la satisfactoria información necesaria que requiera cada uno de nuestros clientes para el buen desarrollo de las exportaciones.
- Establecer tiempos de entrega según el mercado objetivo y medio de transporte.
- Conocer y dar información de puertos más oportunos.
- Transporte.
- Almacenaje.
- Preparación de semielaborados.
- Controles de calidad previos.
- Preparación de pedidos.
- Gestión de stocks.
- Diseño de rutas.
- Tratamiento y gestión de información.
- Costes logísticos.
- Acceso a equipos y servicios de alto nivel.
- Menor coste a igualdad de nivel de servicio.

Departamento jurídico

- Elaboración de contratos.
- Documentos.
- Condiciones de venta
- Condiciones de compra.
- Elaboración de reglamentos.
- Representación legal.
- Asesoramiento en conflictos de índole comercial.
- El uso de marca.
- Se genera la correcta información para la toma de decisiones.
- Créditos impagados.
- Mercancías defectuosas.
- Incumplimiento de obligaciones.

Departamento de contabilidad

- Recursos financieros de la empresa.
- Cumplimiento de obligaciones para con las entidades estatales.
- Elaborar los estados financieros mensuales y anuales con sus respectivos anexos, efectuando el análisis de los resultados de cada uno de los estados financieros mensuales y anuales con el fin de evaluar la razonabilidad de las cifras, la rentabilidad del negocio y los resultados económicos de la empresa.
- Desarrollar la contabilidad interna de empresa.
- Elaborar las declaraciones de impuestos mensuales de retención en la fuente, timbre, remesas, industria y comercio y bimestrales de IVA y velar por su oportuno pago y presentación.
- Elaborar y verificar el adecuado cumplimiento de obligaciones fiscales de los pagos declaración anual de renta y complementarios, e industria y comercio, la preparación de la información en medios magnéticos, y preparar el informe anual a las superintendencias de sociedades, registro de proponente en la cámara de comercio, preparación de respuesta a la encuesta nacional del Dane.
- Atender y tener a disposición de los asesores y diferentes organismos de control la información contable requerida para sus trabajos, así como colaborarles en lo que requieran en materia contable.
- Atender y dar respuesta en forma oportuna y con los soportes necesarios a los requerimientos que las entidades de control y vigilancia envíen.
- Velar por la adecuada conservación y archivo de los soportes de la información contable y los libros auxiliares y oficiales conforme a las normas legales vigentes.
- Velar por el registro oportuno en la cámara de comercio de los libros oficiales y mantener al día su impresión (mayor y balances, diario e inventarios y balances) y los libros auxiliares.
- Velar por el registro oportuno en la cámara de comercio del libro de actas y el de registro de socios y de junta directiva si la hay; mantener al día su impresión.

- Responder oportunamente a la DIAN por la vigencia de la autorización de la facturación.
- Revisar y registrar la información de inventarios de acuerdo con el sistema de costeo vigente y su correspondiente registro contable.
- Llevar el control de las cuentas por pagar y anticipos a proveedores del exterior, estando pendiente de sus fechas de pago y evitar que se tenga que registrar como deuda externa.
- Registrar la información relacionada con activos fijos y el funcionamiento de la interfase de ajustes integrales por inflación y depreciaciones con sistema de control de activos fijos.
- La realización de arqueos a caja menor, caja principal, caja en dólares, tarjetas de teléfonos, cheques canasta.
- Revisión mensual de la nómina, pagos de aportes (salud, pensión , ARP y cajas de compensación)
- Registrar todas las operaciones causadas en la empresa. Llevar el control contable de los activos fijos, los cargos diferidos y gastos pagos por anticipado, y efectuar la conciliación bancaria de cuentas nacionales y en dólares.
- Estar pendiente de la inclusión de nuevos bienes a las pólizas de seguros, así como enviar en forma mensual el reporte de nuevas adquisiciones de activos fijos y cuando se a del caso realizar las reclamaciones por pérdida de mercancías y/o siniestros.
- Elaboración y control de los certificados de retención en la fuente, impuesto a las ventas, retención de industria y comercio que sean solicitados por los proveedores y/o terceros y certificados laborales.

Actividades

- Conocer las ventajas y diferencias de la negociación en relación con otros métodos de resolución de conflictos.

- Estudiar las características de la negociación y la pertinencia de su utilización de acuerdo con los tipos de conflicto.
- Interiorizarse profundamente con la estructura del procedimiento de negociación.
- Desarrollar las habilidades para la negociación intercultural.
- Insertarse en la dinámica del procedimiento, aprendiendo a desarrollar las habilidades y técnicas necesarias para el desempeño idóneo del papel de negociador.
- Capacitarse en el desarrollo de estrategia y de tácticas para la utilización en la negociación.
- Analizar profundamente el papel del negociador y del mediador en cada una de las etapas del procedimiento y cultivar las cualidades y habilidades necesarias para un adecuado desempeño en la función profesional, en su proyección internacional.

Perfil del negociador

Será un profesional con gran capacidad de análisis del entorno cambiante en el ámbito geopolítico, social y económico generado por la globalización, en procura de lograr la inserción de las organizaciones en el contexto internacional de los negocios, bajo los preceptos de la competitividad y el respeto por las diferencias multiculturales. Su formación le permite un desempeño eficiente como:

- **Empresario:** Está en capacidad de desarrollar nuevos proyectos, centros y unidades de negocios rentables, con el fin de sacar provecho de las oportunidades de inversión, capitalización y desarrollo de nuevos mercados en el mundo. Puede operar como representante internacional de las empresas de diversos sectores.

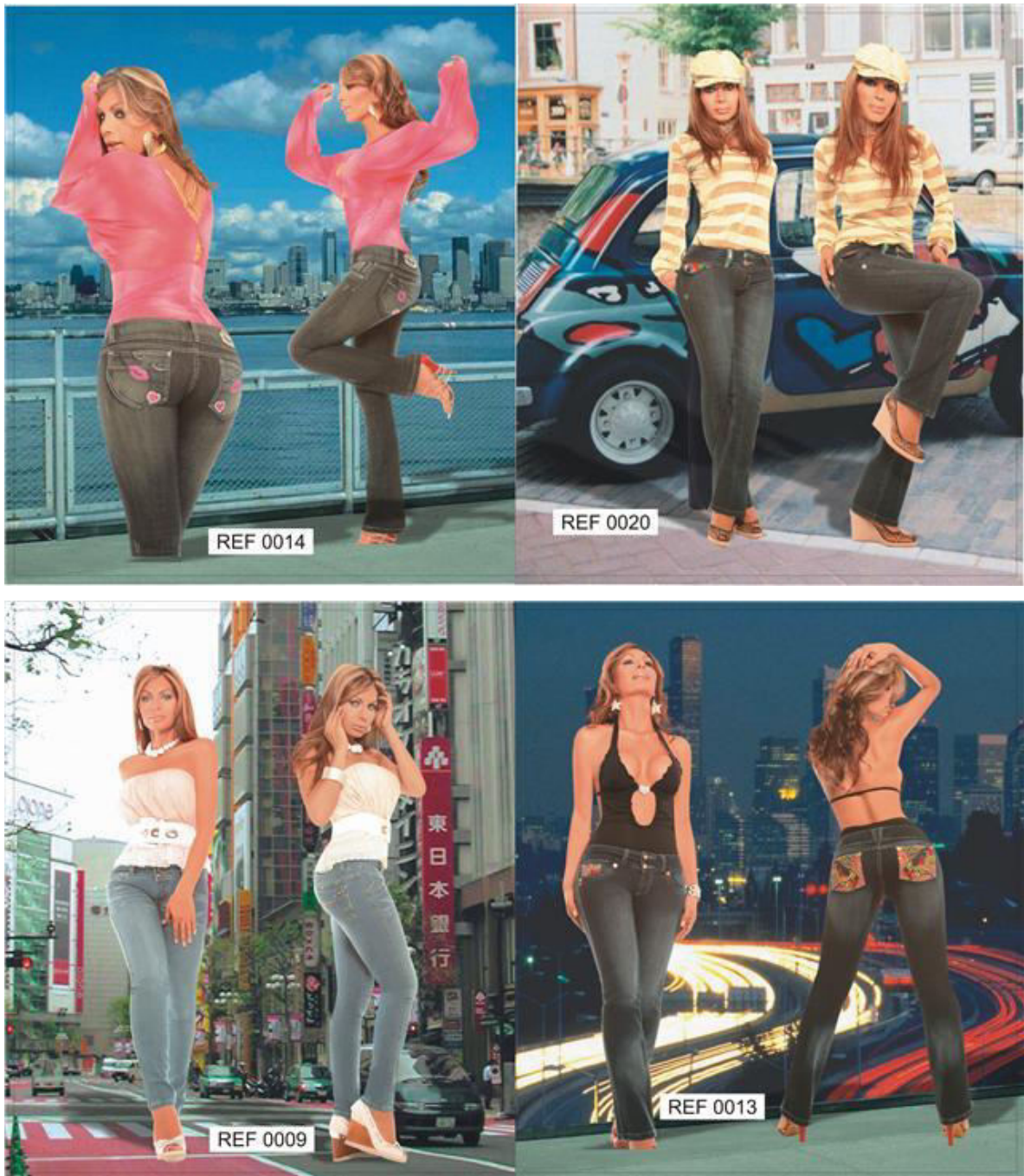
- **Negociador:** Lidera las relaciones empresariales con el entorno internacional y ejerce como negociador en procesos de exportación e importación, producción multinacional, inversión en divisa extranjera, establecimiento de franquicias y sedes en otros países y apertura de nuevos mercados para toda índole de productos y servicios.
- **Estratega Internacional:** Evaluar los factores geopolíticos relevantes y plantea las estrategias de mercadeo internacional que faciliten la inserción de las empresas locales en el mercado mundial o de las compañías extranjeras al mercado nacional.

Promotor de Innovaciones: Evaluar nuevas tecnologías y opera los mecanismos legales, estratégicos y comerciales para su inserción dentro de los procesos productivos de los diversos sectores de las economías nacionales. Lidera procesos de transferencia de tecnologías entre empresas de diversa procedencia.

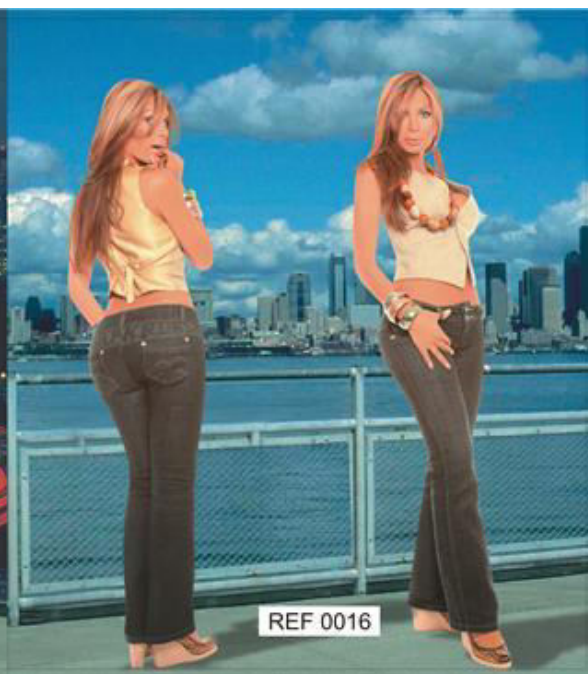
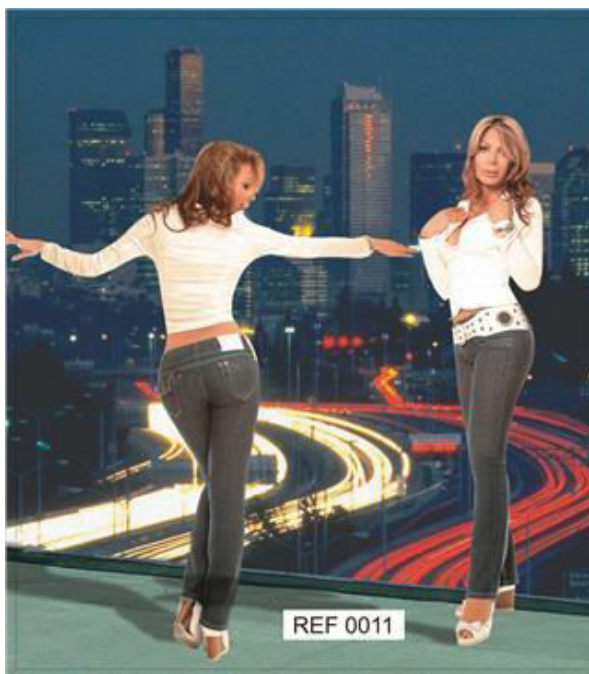
2.4 línea de productos

Gráfico 2

Portafolio











2.5 Investigación de mercado

País a Exportar - Alemania

K'rdasha Jeans Ltda. Produce alrededor de 4.000 a 5.000 Jean por temporada (cada 2 meses), dando como precio de producción \$26.864 cada prenda. El producto se vende al por mayor a \$60.000 y en el mercado se vende entre \$90.000 y \$110.000 dependiendo del lugar si es almacén o centro comercial. Este factor nos indica que la empresa puede abastecer el mercado Internacional de Alemania sacando provecho de los tratados y acuerdos que se tienen con el país objetivo.

Este estudio de viabilidad se complementa con la Investigación de Mercados de Alemania.

Tabla 1.

País a exportar – Alemania

Capital	Berlín
Población	82'217.800
Idioma	Alemán
Tipo de Gobierno	República Federal
Religión	Protestantes 34%
	Católica 34%
	Otras 32%
Moneda	EURO
Ciudades principales	Hamburgo, Munich, Stuttgart, Colonia, Frankfurt

Tabla 2.

Indicadores socioeconomicos

INDICADORES SOCIECONÓMICOS

PIB (US \$ Millones)	3'315.317
PIB PerCapita (US\$)	40.324
% Crecimiento del PIB	2,50
% Tasa de Devaluación	-10,30
% Tasa de Desempleo	9,00
% Inflación	3,10
Tipo de Cambio (moneda del país / US \$)	0,73
Tipo de Cambio Bilateral (moneda del país / col \$)	2.843,11

Tabla 3.
Producción

PRODUCCIÓN	
Agropecuaria	patatas, trigo, cebada, remolacha azucarera, fruta, coles, ganado vacuno, cerdos, aves de corral
Industrias	entre los más grandes y tecnológicamente más avanzados productores de hierro, acero, carbón, cemento, productos químicos, maquinaria, vehículos, máquinas herramientas, electrónica, alimentos y bebidas, construcción naval, los textiles

MATERIAS PRIMAS AL MUNDO	
Exportación	maquinaria, vehículos, productos químicos, metales y sus manufacturas, productos alimenticios, textiles
Importación	maquinaria, vehículos, productos químicos, productos alimenticios, textiles, metales

Tabla 4.
Cultura de negocios

Reuniones	La reunión inicial se conduce generalmente en la oficina, en donde las contrapartes alemanas harán un análisis de usted, su oferta y de la compañía. El alemán siempre llegará bien informado, y esperará lo mismo de usted. Presente una oferta cuidadosamente planeada y organizada de forma lógica para la reunión. Asegúrese de llevar a la reunión los datos suficientes para respaldar su oferta. Evite interrumpir sus observaciones; permita que cada cual termine de expresar su punto de vista. Sea directo y espontáneo en sus opiniones. Por otra parte, el humor y las bromas se reservan para ocasiones sociales. Desde un comienzo se especifican las reglas del juego; sí usted rompe las reglas, le reprenderán. Sea sensible a las reglas explícitas e implícitas que forman esta sociedad. Los alemanes están a menudo dispuestos a tomar decisiones dentro de una reunión, pero sin dejar de ser cautelosos
-----------	---

Tarjetas de Presentación	Deben incluir principalmente su cargo completamente especificado y su título universitario. Igualmente incluir el e-mail y la página de internet de la compañía si se tiene. No olvidar poner los indicativos telefónicos del país y de la ciudad. Al diseñar su tarjeta, tenga presente que los ejecutivos alemanes desean conocer tanto de sus capacidades como sea posible. Sus tarjetas de visita se pueden imprimir en inglés, si este es el caso no es necesario tener el dorso traducido a alemán. Sin embargo, traducir las tarjetas al idioma local causa una mejor impresión y puede ser una ventaja a la hora de la negociación
Puntualidad	La puntualidad es definitiva y el acorde de las citas con debida anterioridad
Etiqueta de saludo	Los títulos y posiciones son muy importantes. Usar primero, el título profesional, seguido por el grado profesional. No tutear nunca, a pesar de llegar a un nivel mayor de confianza, solo si la otra persona lo solicita se puede hacer, de lo contrario resulta un acto de extrema descortesía. A pesar de que el inglés es el segundo idioma en Alemania, el Alemán es el idioma en los negocios. Es importante preguntar con anterioridad a la cita, si el inglés es aceptable o si se requiere traductor. No espere que todos en la UE escriban, hablen y lean en inglés
Etiqueta de vestido	Vista un traje conservador, de color oscuro o gris, una camisa blanca, y una corbata bien anudada. Para la mujer, se recomienda que use conjuntos que no sean demasiado cortos, ni demasiado rígidos. Los alemanes aprecian un vestuario elegante y de moda, aunque también tienden a identificarse con los materiales naturales con el cual se puedan producir. Evite el traje excesivo o llamativo
Requisitos de Ingreso y Salida del país	Por disposición de la U.E. se requiere de una Visa para la Zona Schengen y del pasaporte vigente para ingresar a este país. Esta información es simplemente referencial por lo cual recomendamos siempre acudir a la embajada el país en Colombia
Embajada del País en Colombia	Bogotá - Dirección: Carrera 69 No. 25 B - 44 Edificio World Business Port, Piso 7 Teléfono: 423 26 00
Embajada de Colombia	Berlín - Dirección: Kurfürstenstrasse 84, Piso 5, 10787 Teléfono: (49) (30) 263 96 10 - Fax: (49) (30) 263 96 12 E mail: iinfo@botschaft-columbien.de www.embajada-colombia.de/paginas/c_laembajada_01.htm

2.6 Documentos de Exportación.

- RUT, estando la empresa registrada como exportador
- Licencia de exportación
- Factura comercial: base de la negociación, la realiza el vendedor (exportador) detallando consignatario, mercancía, incoterm y forma de pago. Este documento se usa para inspección en aduana, inspección por el comprador al recibo de la mercancía y al pago de la mercancía por el comprador
- Lista de empaque: relación detallada de cómo va empacada y embalada la mercancía. Se usa para las autoridades aduaneras, y el transportador para saber el contenido de la mercancía
- Certificado de Origen: sirve para aplicar medidas de control arancelario y/o comercial
- Certificado de calidad: se registran características del producto según requerimiento del país importador
- Determinación de Origen
- Documento de Exportación: DEX, sirve para documentar y certificar ante las autoridades la licencia de exportación
- Documento de pre-embarque: verifica el cumplimiento de las condiciones del pedido, cantidad de la mercancía y condiciones de la compra-venta
- Documento de transporte: se da según su modo de transporte, ya sea, terrestre (carta porte), aéreo (AWB) o marítimo (BL)
- Declaración de cambio: documento donde queda registrado el pago el comprador

3. Conclusiones y Recomendaciones

3.1 Conclusiones

En lo referido a la identificación de las causas de la falta de un departamento de comercio exterior que se produce en la empresa K'rdasha Jeans Ltda, objeto de estudio de la presente investigación, se ha podido identificar que las mismas, organizadas de acuerdo a los resultados obtenidos, son las siguientes: gran capacidad productora y comercializadora, capacidad instalada, buen personal, microempresa con ganas de incrementar sus utilidades, etc.

Las conclusiones a las que llegamos fue que para que se diera todo este avance de generar la necesidad del departamento fue importante la supervisión que se convirtió en un espacio de acompañamiento, crecimiento, donde ellos podían contar con nosotros y nosotros con ellos, con unas prácticas de investigación, apoyo y muchas asesorías.

Si hay solución al deseo de los socios de la empresa de incrementar sus ventas y abrirse a nuevos mercados.

Deben asegurar de crear el departamento de comercio internacional ya que el mercado interno es extremadamente competitivo.

Generar recursos que se requieren para mantener o desarrollar operaciones

Externas, especialmente para la adquisición de materias primas, bienes de capital o tecnología.

Buscar mayor rentabilidad internacional y asegurar la sostenibilidad de la empresa en el tiempo

3.2 Recomendaciones

La recomendación que tenemos para esta empresa es empezar a implementar el departamento de comercio, en el mercado objetivo que es Alemania, para hacer efectivo todo este plan de proyecto, que se basó específicamente en hacer un diagnóstico a la empresa para hacer realidad sus sueños de incrementar las utilidades y abrir nuevos mercados en el exterior.

Además hay que tener en cuenta todos los factores que constituyen la respuesta a porque exportar? Los cuales son fundamentales para crear el departamento , y diversificar los riesgos frente la inestabilidad del mercado nacional.

Para tener éxito en la exportación, el empresario debe ser consciente que la mejor forma de permanecer y prosperar en los mercados internacionales es mediante una planeación adecuada de mediano y largo plazo.

La exportación no se circunscribe a un tamaño previamente determinado de empresa, aunque pueden existir bienes y servicios en los que se requiera de capitales y la capacidad de coordinar recursos humanos en magnitudes importantes. Existen micro, pequeñas y medianas que se dedican a la exportación de jeans.

Entre la recomendación deben tener en cuenta que la exportación es una actividad de mediano y largo plazos que exige una adecuada planeación de Los recursos; esta, sin embargo, no existe cuando la empresa atraviesa por un periodo de crisis.

Se debe exportar cuando se tenga la capacidad de diseño, programación, producción, comunicación, empaques, envíos, administración, entre otras, conforme a los requerimientos del mercado internacional.

La empresa debe tener en cuenta que Una empresa puede salir a exportar cuando se encuentra en el grado de madurez adecuado.

“Cuando haya desarrollado puntos de fuerza competitivos internacionalmente; Pero la mayoría lo hace cuando siente las consecuencias negativas de la crisis de su mercado”

Referencias Bibliográficas

http://exporthelp.europa.eu/display.cfm?page=rt/rt_Resumen.html&docType=main&languageId=ES&status=null

<http://www.bld.com.ar/images/Mapa-Puertos.gif>

<http://www.guiamundialdeviajes.com/a/main/8f350f44-1a25-476a-9457-1c431cc20c8b/316158AE-7933-11DB-BA83-F975770E4413/3CB5E594-7933-11DB-9417-F3514D2DC697.gif>

http://www.proexport.com.co/condicionesdeacceso/ReglamentosMedidas_4.aspx?Posicion=00000&IdPais=-1&Pais=--Seleccione--&IdZona=22&Zona=ESPANA

http://www.proexport.com.co/SIICExterno/IntelExport/Pais/Indicadores.aspx?Tipo=Bienes&Menu=IntelExport&seleccion=Indicadores_SocioEconomicos&Header=IntelExport

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo4042DocumentNo3417.PDF>

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo4071DocumentNo3446.PDF>

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>

ANEXOS

Anexo 1. Certificado de Origen SGP

Anexo 2. Determinación de Origen – Formulario 02

Anexo 3. Declaración de Exportación – DEX

Anexo 4. Tipos de Marquilla (ver foto página 134)