

**APOYO A LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL ÁREA DE PROMOCIÓN Y
DESARROLLO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE FACATATIVÁ, EN EL
PROGRAMA DE INTERNACIONALIZACIÓN**

AUTOR

DUVAN JAVIER ORTIZ SANCHEZ

Universidad de Cundinamarca

Facultad de ciencias administrativas, económicas y contables

Programa Administración de Empresas,

Extensión Facatativá

2019

**APOYO A LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL ÁREA DE PROMOCIÓN Y
DESARROLLO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE FACATATIVÁ, EN EL
PROGRAMA DE INTERNACIONALIZACIÓN**

AUTOR

DUVAN JAVIER ORTIZ SANCHEZ

Informe de Pasantía

Trabajo de grado para optar por el título de:

Administrador de Empresas

Director:

Efraín Morales Rivera

Administrador de empresas, especializado en gerencia de mercadeo estratégico.

Universidad de Cundinamarca

Facultad de ciencias administrativas, económicas y contables

Programa Administración de Empresas,

Extensión Facatativá

2019

Tabla de contenido

1. Introducción	3
Objetivo general	5
Objetivos específicos.....	5
2. Marco Teórico	6
2.1 Marco institucional.....	8
2.2 Marco legal.....	10
3. Método	11
3.1 Presentación del programa.....	11
3.2 Convocatoria	11
3.3 Entrega de diagnósticos organizacionales.....	12
3.4 Selección de empresas.....	13
3.5 Visita por parte de PBA Consulting Group SAS	13
3.6 Elaboración de los planes estratégicos por parte de la empresa consultora	14
3.7 Entrega de los planes estratégicos exportadores	14
4. Resultados	15
4.1 Presentación del Programa	15
4.1.1 Objetivo del programa.....	15
4.1.2 Justificación del proyecto.....	16
4.1.3 Cobertura.....	16

4.2	Resultados Convocatoria	18
4.3	Entrega de Diagnósticos empresariales	18
4.4	Selección de las empresas	21
4.5	Visita por parte de PBAConsulting Group SAS	22
4.6	Elaboración de los planes estratégicos por parte de la empresa consultora	23
4.7	Entrega de los planes estratégicos exportadores	27
	Conclusiones	29
	Recomendaciones	30
	Anexos	31
	Referencias	37

Lista de tablas

Tabla 1 Objetivos del programa	16
Tabla 2: Presupuesto otorgado por CCF	17
Tabla 3 Diagnósticos recibidos	19
Tabla 4 Empresas Seleccionadas.....	22
Tabla 5 Análisis empresarial	23
Tabla 6 Resultados	25
Tabla 7 Cronograma de Entrega de los planes estratégicos exportadores	27

Lista de Figuras

Figura 1 Área de Promoción Y Desarrollo de la CCF.	9
Figura 2 Estructura de la consultoría.....	14
Figura 3. Jurisdicción de la Cámara de Comercio de Facatativá	17
Figura 4 Diagnostico empresarial potencial exportador	18
Figura 5 Matriz de Selección	21
Figura 6 Plan de marketing internacional	24
Figura 7 Entrega de planes estratégicos	35
Figura 8 Entrega de planes estratégicos	35
Figura 9 Entrega de planes estratégicos	36
Figura 10 Entrega de planes estratégicos	36

Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios, por darme la vida y siempre guiarme en cada momento de mi existencia, además por ser mi apoyo en los momentos de dificultad. El más profundo Agradecimiento es a mis padres por brindarme su apoyo incondicional y creer en mí, así mismo agradezco a mis hermanos por apoyarme siempre en este paso tan importante.

Igualmente agradezco a mis amigos por ser mi más grata compañía en este proceso, por brindarme su apoyo y afecto, también agradezco a los docentes que me brindaron sus conocimientos. De manera especial agradezco a mi asesor Efraín Morales por haberme guiado para la elaboración de este trabajo, del mismo modo agradezco a la CCF por darme la oportunidad de realizar mi pasantía en esta entidad, doy mis más profundo agradecimiento al área de promoción y desarrollo por compartir sus conocimientos y ayudarme en este proceso.

**APOYO A LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL ÁREA DE PROMOCIÓN Y
DESARROLLO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE FACATATIVÁ, EN EL
PROGRAMA DE INTERNACIONALIZACIÓN**

Duvan Javier Ortiz Sánchez

Programa Administración de Empresas, Universidad de Cundinamarca Extensión Facatativá

Resumen

La cámara de comercio de Facatativá (CCF) a través del programa de internacionalización lleva a cabo el programa “asesoría y acompañamiento empresarial para la creación de un plan estratégico exportador 2018”.con la intención de brindar asesorías a empresas de la jurisdicción cameral para alcanzar nuevos mercados internacionales.

En este proceso se contó con la ayuda de la empresa PBA Consulting group SAS, empresa contratada por CCF. En este programa se realizó una selección de empresas mediante los diagnósticos empresariales, analizando las oportunidades de cada una de ellas, se recibieron un total de 28 diagnósticos de los cuales se seleccionaron 14 empresas, donde se tuvieron en cuenta factores como:

- Ventas por fuera de la jurisdicción de la cámara de comercio
- Clientes internacionales
- Capacidad de producción
- Capacidad de ampliación de productos
- Costos de producción
- Identificación de competencia nacional e internacional

Este programa tiene como fin la adecuación del producto al mercado y la demanda internacional por parte de las empresas de la jurisdicción mediante la creación de valor, además se manifiesta que este programa no tiene ningún costo para las empresas seleccionadas.

En cuanto a los resultados, los planes estratégicos se entregaron a los representantes legales de las 14 empresas seleccionadas el día jueves 20 y viernes 21 de diciembre de 2018, donde se encuentran Costos y logística internacional, aplicativo financiero, informe de logística, Formalidades aduaneras, Trámites y documentos de exportación, matriz de preselección de mercados benchmarking, condiciones de acceso, documentos primordiales para el proceso de exportación.

Palabras clave: Internacionalización; Comercio exterior; Cámara de comercio de Facatativá; plan estratégico exportador; Mercados.

1. Introducción

La cámara de comercio de Facatativá, es una empresa sin ánimo de lucro, dedicada a prestar servicios delegados por el estado, promoviendo programas de desarrollo socioeconómico, con objetivos como; formalizar, modernizar y competir, aportando soluciones integrales, ajustadas a sus clientes.

Según (Camacho, 2015)La gestión administrativa es una de las herramientas indispensables para el desarrollo de una organización por ende la gestión administrativa está ligada a 4 pilares esenciales para su desarrollo como lo son: planear, organizar, dirigir y controlar. Donde es fundamental para la consecución de objetivos que por ende aportan al fortalecimiento y competitividad de la empresa.

Por otra parte (Economía, 2016) la internacionalización es el proceso por el cual las empresas crean las condiciones precisas para llegar a otro mercado, como es el mercado internacional. Por tanto la cámara de comercio de Facatativá mediante el área de promoción y desarrollo y su programa de internacionalización, tienen el propósito de ofrecer formación en comercio exterior, la generación y desarrollo de nuevas alianzas, además de identificar aquellas empresas que posean un alto potencial exportador, teniendo presente que la internacionalización es uno de los fenómenos actuales más importantes para las compañías en su aspiración de alcanzar nuevos mercados, la obtención de nuevos recursos y nuevas ventas además con el propósito de que las empresas no dependan solo de mercados nacionales.

Por ende el programa de internacionalización para el año 2018 crea un programa denominado “ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO EMPRESARIAL PARA LA CREACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO EXPORTADOR 2018” el cual consiste en encontrar empresas que ostenten posibilidades para exportar, creando un plan estratégico a catorce (14) empresas donde

se detalle y se describa el modelo de negocio, la creación de marketing y también certificaciones internacionales para el producto a exportar.

Este programa tendrá un campo de acción en la jurisdicción de la respectiva cámara, la cual abarca 6 provincias y 37 municipios, de donde se seleccionaran las empresas que participen en este programa. Por otro lado este documento tendrá la presentación del programa, la convocatoria, la entrega de diagnósticos organizacionales, la selección de empresas, la visita a las empresas por parte de PBA Consulting group sas, y por último la elaboración de los planes estratégicos, por consiguiente se entregaran los resultados a cada una de las empresas elegidas.

La pasantía es un medio de poner en práctica los conocimientos y habilidades adquiridas en el proceso de estudios de la carrera de administración de empresas, con esto se busca fortalecer y obtener habilidades en ámbitos administrativos, por ende este proyecto tiene el objetivo de apoyar en la gestión administrativa del área de promoción y desarrollo de la cámara de comercio de Facatativá, en el programa de internacionalización, en especial al programa de asesoría y acompañamiento empresarial para la creación de un plan estratégico exportador en el segundo semestre del año 2018 para las empresas seleccionadas.

Objetivo general

Apoyar en la gestión administrativa del área de promoción y desarrollo de la cámara de comercio de Facatativá, en los programas de internacionalización para el segundo semestre del año 2018.

Objetivos específicos

- Contribuir al desarrollo de la asesoría y acompañamiento empresarial para la creación de un plan estratégico exportador en el segundo semestre del año 2018.
- Ayudar a la presentación, convocatoria y entrega de diagnósticos organizacionales para el desarrollo del programa de asesoría y acompañamiento empresarial para la creación de un plan estratégico exportador 2018.

2. Marco Teórico

En este mundo globalizado es importante que las empresas creen y apropien una visión más extensa que las lleve a mercados internacionales, así mismo la importancia de exportar sus productos, con el fin de conquistar nuevos mercados, satisfacer necesidades y además incrementar sus ingresos, por lo cual la Cámara de comercio de Facatativá identifico esta necesidad y creo el programa de “asesoría y acompañamiento empresarial para la creación de un plan estratégico exportador 2018”.

Actualmente Colombia cuenta con 57 cámaras de comercio distribuidas en todo su territorio (Confecámaras , 2018), la cámara de comercio de Facatativá abarca 37 municipios de seis provincias. Dentro de su normatividad acarrea una serie de funciones, una de ellas es que “se constituya en un modelo de colaboración público – privado a través de las cuales se realizan los fines constitucionales de promoción de la prosperidad general del empresariado” (Confecàmaras, 2016), por lo que uno de sus programas va dirigido a incentivar a las empresas a exportar sus productos.

La globalización es: “La expansión de las relaciones económicas mercantiles a escala planetaria” (MORALES, 2016), lo que conlleva a que se obtenga una relación político social y economica en varios países del mundo, por consiguiente la apertura a nuevos mercados y la obtención de nuevos clientes.

Por otro lado exportar: “Es la venta y transporte de bienes o servicios a otro país” (Comercio y aduanas, 2018), es una gran oportunidad para muchas empresas, ya que la exportación permite la apertura y penetración a nuevos mercados además se refleja como una oportunidad de negocio, con el propósito de no depender solo de consumidores locales. ¿Por qué es importante exportar? De acuerdo a Mariana Galindo es significativo ya que “las exportaciones reside en el efecto que

tienen sobre el crecimiento económico, la productividad y el empleo del país” (MARIANA, 2015), complementado lo que plantea el autor la exportación es un factor primordial en la macroeconomía ya que las exportaciones afectan directamente la balanza comercial y el empleo.

Así mismo el comercio exterior: “consiste en un intercambio ordinario, generalmente de productos a cambio de dinero” (Bustillo, 2016). Lo cual se plantea como una circunstancia de provecho para pequeñas y mediana empresas en aumentar su oferta y con ello sus utilidades. Adicional a esto “se observa que se manifiesta un crecimiento del comercio internacional en los últimos años, incrementando la producción cada vez mayor” (EDUCAGUIA, 2016), trayendo beneficios como la disminución de barreras aduaneras, disminución de costos de transporte, guía de responsabilidades como los incoterms, establecido como el grado de responsabilidad del vendedor o comprador respecto a la mercancía.

Una estrategia es; “brindar a las organizaciones una guía para lograr un máximo de efectividad en la administración de todos los recursos en el cumplimiento de la misión” (RONDA, 2017), lo que se relaciona como los pasos a seguir para llevar a cabo el objetivo y el desempeño para un fin.

De acuerdo con (PROCOLOMBIA, 2018) un plan estratégico exportador es “un documento que menciona toda la estrategia comercial a desarrollar en un mercado específico, y el conjunto de todas las acciones a efectuar para vender los productos y servicios en el exterior”. Por consiguiente la CCF propone identificar y promover aquellas empresas con alto potencial exportador a través del diseño de un plan estratégico exportador. Este programa tiene la finalidad de ofrecer a los empresarios un espacio alternativo en la generación de nuevas alianzas para la internacionalización de sus productos. Para llevar a cabo esto se debe realizar una adecuada investigación de mercados, el cual tiene como propósito “La identificación de estrategias para promover y diversificar las exportaciones de un país o una región debe partir de una discusión

sobre su situación productiva y de apertura comercial” (ANÓNIMO, 2017), evaluando cada una de las oportunidades que presentan los nuevos mercados.

La investigación de mercados es: “La investigación de mercados es el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información que la empresa necesita para tomar sus decisiones de marketing”, (UNED, 2016), con el fin de que establezcan parámetros para obtener buenos resultados, además contempla la forma en que se va a procesar la información y el respectivo análisis de la misma.

Quién es Confecàmaras: “Es un organismo de carácter nacional que coordina y brinda asistencia en el desarrollo de sus funciones a las Cámaras de Comercio colombianas” (Confecàmaras , 2018) además tiene a cargo temas de competitividad, formalización, emprendimiento e innovación empresarial.

2.1 Marco institucional

La Cámara de Comercio de Facatativá plantea su planeación estratégica contemplando misión, visión, mega 2021 y descripción del área de promoción y desarrollo, la siguiente información obtenida de la página web de la Cámara de Comercio de Facatativá.

Misión: “Somos una entidad privada sin ánimo de lucro, que promueve el desarrollo sostenible y la competitividad del Noroccidente de Cundinamarca, prestando servicios de alto valor para los empresarios, los inversionistas y el Estado” (Cámara de Comercio de Facatativá, 2017), uno de sus objetivos es el fortalecimiento e innovación empresarial a través del ingreso de programas especializados.

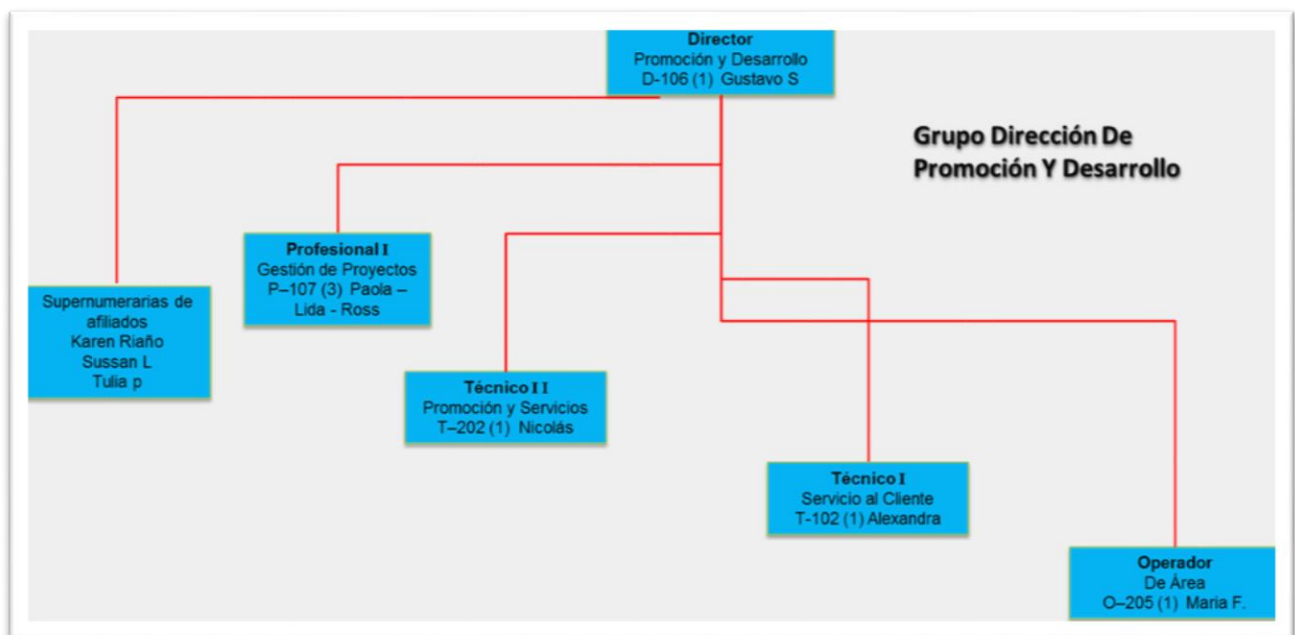
Visión:” En el 2021 lideraremos la innovación de programas de fortalecimiento e integración empresarial en el Noroccidente de Cundinamarca, impulsando la competitividad de nuestros empresarios y promoviendo un desarrollo regional acelerado, sostenible y en paz”. (Cámara de

Comercio de Facatativá, 2017), está visión va acompañada de unas políticas de calidad, donde el principal compromiso es satisfacer las necesidades de sus clientes, lo que implica la participación de todos sus trabajadores para su culminación.

Mega 2021: La Cámara de Comercio de Facatativá será el aliado por excelencia de los empresarios que lideran el desarrollo sostenible del noroccidente de Cundinamarca. Nos hemos propuesto una Meta de largo plazo, Grande y Audaz, que unifica los esfuerzos de toda nuestra Cámara y estimula su progreso en forma permanente. (Cámara de Comercio de Facatativá, 2017), además esta mega va relacionada con unas metas en temas de modernización, formalización y competitividad empresarial.

El área de promoción y desarrollo tiene como función principal (Cámara de Comercio de Facatativá, 2017) “conseguir una mayor participación de los empresarios de la jurisdicción, promoviendo el progreso empresarial a través de los proyectos que genera la Cámara de Comercio de Facatativá”.

Figura 1 Área de Promoción Y Desarrollo de la CCF.



Fuente: Resolución 115, 30 de Agosto de 2017, CCF.

2.2 Marco legal

Se establece una serie de disposiciones legales para el correcto funcionamiento de la entidad Cámara de comercio de Facatativá.

Las Cámaras de comercio son (COLOMBIA, Código de Comercio) “instituciones de orden legal con personería jurídica, creadas por el Gobierno Nacional, de oficio o a petición de los comerciantes del territorio donde hayan de operar”, las cuales están conformada por los comerciantes de la jurisdicción de la respectiva cámara, la cámara de comercio de Facatativá tiene jurisdicción en 37 municipios, distribuidos en 6 provincias.

Por tanto la Cámara de Comercio de Facatativá es una: “institución de servicios, de naturaleza corporativa, gremial y privada, sin ánimo de lucro que cumple funciones de carácter legal, definidas en el artículo 86 del Código de Comercio, el Decreto Reglamentario Único 1074 de 2015 y las demás normas reglamentarias”. (COLOMBIA, Reglamento único, 2015), la CCF está compuesta por una junta directiva, una presidencia ejecutiva y sus respectivas áreas enfocadas en prestar un buen servicio, teniendo como fundamento el aprendizaje continuo.

Así mismo el Decreto 1074 de 2015 estipula en el numeral 14 lo siguiente; (COLOMBIA, Reglamento único, 2015) “Promover programas y actividades en favor de los sectores productivos de las regiones en que les corresponde actuar, así como la promoción de la cultura, la educación, la recreación y el turismo”. En este caso la promoción y la vinculación de empresas en programas de internacionalización y comercio exterior.

3. Método

A continuación se describirá cada uno de los pasos que se llevaron a cabo para desarrollar este programa, la empresa contratada PBA Consulting Group SAS, propuso un programa de consultoría personalizado, el cual brinda herramientas para iniciar un plan exportador para las empresas seleccionadas. Esta empresa es un centro especializado en negocios, desarrollan soluciones integrales para empresarios y emprendedores, cuentan con un equipo interdisciplinario con gran experiencia en negocios y consultoría empresarial, que ofrece apoyo al desarrollo de objetivos organizacionales.

El proyecto tiene como propósito que las empresas seleccionadas puedan alcanzar mercados internacionales, lo que implica conocer la cultura, la forma de consumo, la economía, entre otras cosas. El programa va dirigido a todos los empresarios que participan en la formación y gestión a la internacionalización de la empresa, además a ello presentaron y diligenciaron un Diagnostico empresarial potencial exportador, otorgado por la CCF, teniendo en cuenta que solo los empresarios que se encuentren inscritos podrán aspirar a este programa, aclarando que esta asesoría no tiene ningún costo para los empresarios.

3.1 Presentación del programa

Mediante un estudio previo el programa de internacionalización presentó la opción de la creación del programa de “Asesoría y acompañamiento empresarial para la creación de un plan estratégico exportador” para el año 2018

3.2 Convocatoria

Se anuncia por medio de correos electrónicos y mensajes en whatsapp a todas las empresas inscritas en la CCF en los diferentes programas de formación, acerca del programa de “Asesoría

y acompañamiento empresarial para la creación de un plan estratégico exportador” los interesados deben dejar sus datos para poder recibir la información de los pasos que deben seguir.

3.3 Entrega de diagnósticos organizacionales

Con los datos recolectados se envía al correo electrónico de cada empresa un formato nombrado “diagnostico empresarial potencial exportador” (ver anexo A) el cual debe ser diligenciado por los aspirantes a este programa, luego de diligenciado se reenvía al correo de la CCF designado para continuar con el proceso. Dentro de este documento se determinan temas como: cuenta la empresa con estados financieros, posee una estructura de costos, cuenta con recursos para asumir nuevas inversiones, el producto tiene un buen reconocimiento, conoce el comportamiento del sector, el funcionamiento del mercado, una segunda parte compuesta por: cantidad de productos a exportar, oferta exportable, volumen, ficha técnica de los productos, identifica la posición arancelaria, puede mantener la oferta constante, tiene clientes nacionales e internacionales, posee certificación de calidad, tercera parte de producción: posee un proceso de producción, conoce la capacidad de producción instalada, tienen capacidad de ampliación, tiene una estructura de costos de producción, tiene un canal directo con proveedores, tiene establecido tiempos de respuesta y entrega de pedidos. De lo cual se desprende unas condiciones de exportación: país de destino, análisis y desarrollo de un plan de marketing también segmentación de mercados, conoce reglamentaciones legales y aduaneras para el producto, además se determina un análisis de condiciones logísticas: el medio de transporte, rutas, condiciones de empaque y embalaje y también los mecanismos de pago entre otros.

3.4 Selección de empresas

Una vez recolectados todos estos datos mediante el diagnóstico empresarial, se procede a analizar cada una de los diagnósticos recibidos de los cuales se seleccionaran 14 empresas, empresas que poseen el mayor potencial exportador. Esta selección la realiza el grupo consultor contratado por la cámara de comercio de Facatativá, mediante una matriz denominada: “Matriz de selección”, donde se analizara cada uno de los ítems de los diagnósticos recibidos por parte de las empresas aspirantes a este programa, se tendrán en cuenta ítems como: ¿La empresa cuenta con estados financieros?, ¿la empresa cuenta con validez comercial en Colombia? Cuenta con los recursos necesarios para asumir el reto de la exportación, ¿Conoce las características y el comportamiento del sector al cual pertenece el producto a exportar?, Su empresa cuenta con clientes a nivel internacional, ¿Conoce la capacidad de producción instalada y utilizada?, entre otras, las empresas con la mayor ponderación serán las empresas seleccionadas.

3.5 Visita por parte de PBA Consulting Group SAS

Seleccionadas las empresas que integraran este programa se determinara un cronograma por parte de la empresa consultora contratada, en este caso PBA consulting group SAS, donde se desarrollara una adecuación financiera y establecer costos de exportación, se establecerá una logística empresarial acompañado con un proceso exportador y una adecuación de la oferta a exportar dando como resultado un plan estratégico exportador. Para brindar a las empresas nuevas formas de negocios incurriendo nuevos mercados además aumentar su competitividad mediante la oferta dada.

3.6 Elaboración de los planes estratégicos por parte de la empresa consultora

Una vez realizada la visita por parte de PBA Consulting group SAS, se continuara con la estructuración de los planes estratégicos los cuales estarán compuestos por una adecuación financiera, una logística empresarial, un estudio de marketing internacional, medidas de adecuación a la oferta creando valor, obteniendo como resultado el plan estratégico exportador.

Figura 2 Estructura de la consultoría



Fuente: PBA Consulting group S.A.S, 2018

3.7 Entrega de los planes estratégicos exportadores

Hecho el análisis a cada una de las empresas en cuanto a los requerimientos establecidos para poder exportar, se obtiene como resultado el plan estratégico exportador, el cual tendrá los lineamientos que debe adoptar la empresa para poder exportar teniendo presente cada uno de las recomendaciones hechas por el consultor. Se establecerá una fecha para la socialización y entrega de cada uno de los planes estratégicos a las empresas participantes.

4. Resultados

A continuación se presentarán los resultados que se obtuvieron por llevar a cabo el programa de asesoría y acompañamiento empresarial para creación de un plan estratégico exportador, donde se evidencia el desarrollo del programa

4.1 Presentación del Programa

El programa de internacionalización presenta al director del área el programa de asesoría y acompañamiento para la creación de un plan estratégico exportador sustentado de la siguiente forma.

4.1.1 Objetivo del programa

Identificar y promover aquellas empresas con alto potencial exportador, creando un plan estratégico internacional a catorce (14) empresarios donde se detalle, se describa y se evalúe las siguientes áreas: 1. Modelo de negocios (taller de creación de marca) 2. Adecuación en marketing internacional (ADN de marca, fortalecimiento o creación de marca, arquitectura de marca, preselección de mercados internacionales, benchmarking, guías país) 3. Certificaciones internacionales (proceso de selección y evaluación de las certificaciones internacionales más apropiadas para el producto) 4. Adecuación financiera de costos de exportación (Plan de acción para la gestión de costos de exportación) 5. Trámites y logística (plan de acción para la gestión de costos de exportación) permitiendo considerar el negocio de forma integral, generar estrategias y tareas necesarias para el buen funcionamiento de la organización y generar la estructura del plan estratégico exportador.

Esta información fue suministrada por la cámara de comercio de Facatativá, en el área de promoción y desarrollo, mediante el programa de internacionalización.

Tabla 1 Objetivos del programa

Objetivo	
OE-03	Prestar soluciones integrales, oportunas e innovadoras que se ajustan a las necesidades de nuestros clientes.
OT-16	Impulsamos la formalización y el fortalecimiento empresarial
OT-20	Promovemos el desarrollo sostenible y la competitividad de la región

Fuente: Cámara de comercio de Facatativá, 2018

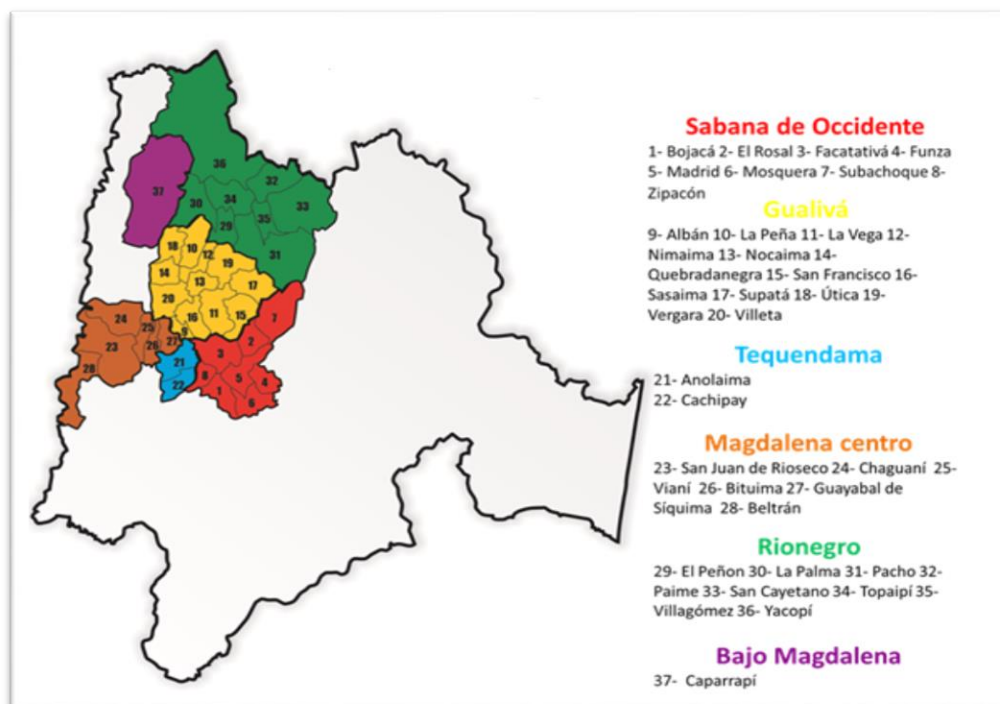
4.1.2 Justificación del proyecto

La cámara de Cámara de Comercio de Facatativá a través del programa de internacionalización, dando cumplimiento al plan estratégico 2017-2021, el plan anual de trabajo 2018 y el decreto No. 2042 del 2014, art 4, numeral 8: “se hace necesario promover la formación y la innovación empresarial, así como desarrollar actividades de capacitación en las áreas comercial e industrial y otras de interés regional a través de cursos especializados, seminarios, conferencias y publicaciones”.

4.1.3 Cobertura

Tendrá una cobertura en los municipios de: Funza, Mosquera, Facatativá, Villeta, Madrid, Bojacá, Chaguaní, Guayabal de Siquima, La Vega, Madrid, Sasaima, Subachoque y Utica, municipios presentes en las provincias de Sabana de occidente, Gualiva y Magdalena centro.

Figura 3. Jurisdicción de la Cámara de Comercio de Facatativá



Fuente: Cámara de comercio de Facatativá, *Jurisdicción CCF*, 2018

Tabla 2: Presupuesto otorgado por CCF

RUBRO	CONCEPTO	VALOR
HONORARIOS - Otros público	Realizar catorce (14) consultorías y asesorías empresariales.	\$ 45.000.000
DIVERSOS – Para eventos externos público	Socialización y entrega de resultados	\$ 1.000.000
TOTAL PRESUPUESTO		\$ 46.000.000

Fuente: Presupuesto, Cámara de Comercio de Facatativá, 2018


4.2 Resultados Convocatoria

La convocatoria se realizó en el mes de septiembre del año 2018, donde se informó sobre el programa en los diferentes eventos que llevaba a cabo la CCF, además se envió la información vía correo electrónico a las empresas inscritas en la CCF, también se informó mediante mensajes por whatsapp a los representantes legales de dichas empresas.

4.3 Entrega de Diagnósticos empresariales

Finalizando el mes de octubre se reciben un total de 28 diagnósticos empresariales potencial exportador, de los cuales son la base para realizar el próximo paso para ingresar al programa de asesoría y acompañamiento para la creación de un plan estratégico exportador (ver anexo A). Las empresas que presentaron los diagnósticos empresariales (ver tabla 3).

Figura 4 Diagnostico empresarial potencial exportador



**DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL
POTENCIAL EXPORTADOR**

EMPRESA: INDUSTRIAS LA ESTAMPIDA S.A.S NIT: 815003158-5
 CONTACTO: DANIELA GARCIA MARIN CARGO: JEFE DE PROYECTOS
 TELÉFONO: 8209219 - 3057462857 EMAIL: daniela.garcia@indlaestampida.com
 PÁGINA WEB: www.indlaestampida.com DIRECCIÓN: c/ 15 # 1 - 80 este int 3
 CIUDAD: Madrid - Cundinamarca FECHA: 7 - 07 - 2018

Por favor marque con X en la casilla correspondiente, en el caso de no aplicar diligenciar como N/A (No aplica)

ITEM	SI	NO	EN PROCESO	COMENTARIOS
1. CONDICIONES DE LA EMPRESA				
1.1		X		Explique con cuales:
1.2	X			
1.3	X			
1.4	X			
1.5	X			
1.6	X			

Fuente: Cámara de comercio de Facativá, 2018

Tabla 3 Diagnósticos recibidos

EMPRESAS	CIUDAD	SECTOR
AMOR INFINITO ACCESORIOS	MOSQUERA	ACCESORIOS
BLANCA CONSUELO TINOCO COLORADO	VILLETA	AGROINDUSTRIA
CAFÉ DON FELIX S.A.S	GUAYABAL	AGROINDUSTRIA
CATMETAL S.A.S	BOJACÁ	METALMECÁNICA / SERVICIOS
CI CONALEX LTDA	FUNZA	COMMODITIES
SALSIFRUTAS	FACATATIVÁ	AGROINDUSTRIA
DEL FRUTO	FUNZA	AGROINDUSTRIA
EXOTIC FAST	MOSQUERA	AGROINDUSTRIA
FINCA LOS ARREBOLES CABAÑAS CAMPESTRES	SAN FRANCISCO	TURISMO
FUNDACIÓN CAMINOS AL CORAZÓN	FUNZA	SERVICIO
GRECO TOURS SAS	MOSQUERA	TURISMO
GRUPO PEGASSO SAS	MADRID	METALMECÁNICA
HIGH-CLASS DE COLOMBIA S.A.S	FACATATIVÁ	AGROINDUSTRIA

HUERTAS MONTECHELO S.A.S	SUBACHOQUE	AGROINDUSTRIA
KANANCE INGENIERÍA SAS	MOSQUERA	SERVICIO
MVM SERVICES S.A.S	MADRID	SERVICIO
Perillas SAS	SAN FRANCISCO	TURISMO
SERVIAGRO SAN ISIDRO E.A.T.	SASAIMA	AGROINDUSTRIA
MONTE ABI HOSPEDAJE RURAL	CHAGUANÍ	TURISMO
INCODEPF SAS	FUNZA	AGROINDUSTRIA
FINCA ECOLÓGICA Y CABAÑAS AGUALINDA	SAN FRANCISCO	TURISMO / AGROINDUSTRIA
INDUSTRIA LA ESTAMPIDA SAS	MADRID	METALMECÁNICA
RAMÓN ENRIQUE SALAZAR	LA VEGA	TURISMO
DIVERTIGO	UTICA	TURISMO
IDELFONSO GÓMEZ	CHÍA	TURISMO
JOYERÍA ARTESANAL	MADRID	JOYERÍA

Fuente: PBA Cnsulting Group SAS, 2018

4.4 Selección de las empresas

De los 28 diagnósticos presentados por las empresas se seleccionaron 14 empresas para realizar el programa referente al año 2018, esta selección la realiza PBA Consulting group SAS, mediante una matriz de selección donde las 14 empresas con los puntajes más altos (Ver Tabla 4), son las empresas seleccionadas.

Figura 5 Matriz de Selección



MATRIZ DE SELECCIÓN

	AMOR INFINITO ACCESORIOS	ponderación	C	R	BLANCA CONSUELO TINOCO COLORADO	ponderación	C	R
Conoce la normativa vigente sobre etiquetado y embalado?	NO	1,90%	1	0,02	SI	1,90%	5	0,10
cuenta con pedidos minimos de venta?	PROCESO	1,90%	3	0,06	NO	1,90%	1	0,02
su empresa cuenta con el registro como exportador en el RUT?	NO	1,90%	1	0,02	NO	1,90%	1	0,02
Cuenta con pagna web y otras herramientas comerciales?	SI	1,90%	5	0,10	SI	1,90%	5	0,10
cuenta con un equipo dedicado a la parte comercial?	SI	1,90%	5	0,10	SI	1,90%	5	0,10
ha realizado envio de muestras sin valor comercial?	SI	1,90%	5	0,10	NO	1,90%	1	0,02
ha realizado exportaciones directas?	SI	1,90%	5	0,10	NO	1,90%	1	0,02
TOTAL				3,85				4,19

Fuente: PBA Consulting Group SAS, 2018

Para la selección de las empresas que harán parte del programa la empresa consultora creo la matriz de selección, la cual cuenta con 27 ítems los cuales tienen una ponderación de 1,90% cada uno, donde se multiplica con una calificación dada de acuerdo a. Si cumple: 5, No cumple: 1 y En Proceso: 3, calificaciones que serán sumadas para determinar la calificación de cada una de las empresas.

Tabla 4 Empresas Seleccionadas

No	EMPRESAS	CALIFICACIÓN	MUNICIPIO	SECTOR
1	MONTE ABI HOSPEDAJE RURAL	3,55	CHAGUANÍ	TURISMO
2	HIGH-CLASS DE COLOMBIA S.A.S	3,66	FACATATIVÁ	AGROINDUSTRIA
3	EXOTIC FAST	3,77	MOSQUERA	AGROINDUSTRIA
4	SALSIFRUTAS	3,77	FACATATIVÁ	AGROINDUSTRIA
5	HUERTAS MONTECHELO S.A.S	3,77	SUBACHOQUE	AGROINDUSTRIA
6	KANANCE INGENIERÍA SAS	3,81	MOSQUERA	SERVICIO
7	AMOR INFINITO ACCESORIOS	3,85	MOSQUERA	ACCESORIOS
8	INDUSTRIA LA ESTAMPIDA SAS	3,89	MADRID	METALMECÁNICA
9	SERVIAGRO SAN ISIDRO E.A.T.	3,89	SASAIMA	AGROINDUSTRIA
10	GRUPO PEGASSO SAS	4,15	MADRID	METALMECÁNICA
11	EL ARTESANO	4,16	VILLETA	PRODUCTOS ALIMENTICIOS
12	INCODEPF SAS	4,23	FUNZA	AGROINDUSTRIA
13	FINCA ECOLÓGICA Y CABAÑAS AGUALINDA	4,32	SAN FRANCISCO	TURISMO / AGROINDUSTRIA
14	CI CONALEX LTDA	4,42	FUNZA	COMMODITIES

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

4.5 Visita por parte de PBAConsulting Group SAS

La visita por parte de la empresa consultora contratada fue fundamental para la elaboración de los planes estratégicos. Se tiene en cuenta el producto, las características del producto, análisis de la producción entre otras variables para evaluarlas y analizar cada una de los factores competitivos de cada una de las empresas.

Tabla 5 Análisis empresarial

Análisis de la producción	Nivel de productividad Tecnología implementada Procesos de calidad
Análisis financiero	Costos de producción Estados financieros Compra a proveedores (materia prima)
Producto	Características del producto Proceso de producción Empaque Precio de venta

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

4.6 Elaboración de los planes estratégicos por parte de la empresa consultora

La empresa Pba Consulting Group SAS, manejo un sistema estructurado para la debida elaboración de cada uno de los planes estratégicos exportadores (Ver figura 5), donde se determinaban cada una de las necesidades de las empresas consultadas.

Figura 6 Plan de marketing internacional



Fuente:PBA Consulting Group SAS

Este plan estratégico está compuesto por los siguientes ítems:

- Costos y logística internacional- aplicativo financiero, informe de logística
- Formalidades aduaneras, Trámites y documentos de exportación: instructivo para la certificación con condiciones de acceso a diferentes países, Normatividad de origen declaración de origen, certificado de origen, manual de origen, instructivo de declaración, formalidades aduaneras e instructivas de exportación.
- Inteligencia de mercado: matriz de preselección de mercados benchmarking, condiciones de acceso, diagnóstico de marketing, guía país, informe de preselección de mercados, tablas de estándares.
- anexos y procesos para obtener la marca país.

Los resultados de las asesorías se entregaron a los representantes legales de las empresas asesoradas en el mes de diciembre en las instalaciones de la cámara de comercio de Facatativá. A continuación se presentan algunos de los resultados de las mismas asesorías, la información fue suministrada por CCF.

Tabla 6 Resultados

No	Empresas	Resultados
1	INCODEPF SAS	Se le otorga una estructura de costos de logística internacional seguido de una guía de formalidades aduaneras, tramites y documentos de exportación, también se entrega una guía para la implementación de marketing digital adicional a ello una selección de nuevos mercados internacionales en países como, Alemania y Francia principalmente.
2	AMOR INFINITO ACCESORIOS	Se le confiere una guía de trámites y documentos aduaneros, un cálculo de envíos a diferentes países soportado con un simulador de costos para exportar a diferentes zonas, acompañado con una guía de adecuación para exportar también se entregó una lista de precios de referencia y una selección de mercados en países como: Perú, Costa rica y Panamá.
3	FINCA ECOLÓGICA Y CABAÑAS AGUALINDA	Se le concedió una guía de trámites y documento aduaneros, condiciones de acceso, certificados, además una estructura de costos para el proceso de exportación, seguido de una selección de mercados en países como: Estados unidos y China
4	EXOTIC FAST	Se le confiere una guía de trámites y documentos aduaneros, un cálculo de envíos a diferentes países soportado con un simulador de costos para exportar, también se entregó una lista de precios de referencia y una selección de mercados en países como: Suiza, Francia y Estados unidos.
5	SALSIFRUTAS	Se le otorgó la guía de trámites y documento aduaneros, condiciones de acceso, certificados de origen también el proceso para obtener Marca país Se identificaron posibles países objetivo como;

		Chile, estados unidos y Francia
6	HIGH-CLASS DE COLOMBIA S.A.S	Se le concede una estructura de costos y de logística internacional, una guía de formalidades y documentos aduaneros, a esto se anexo una guía de estándares internacionales en artículos de joyería y artesanías de talla mundial, seguido de una selección de mercados internacionales en estados unidos, china reino unido y Alemania.
7	GRUPO PEGASSO SAS	A esta empresa se le entrega una estructura de costos y de logística internacional conjuntamente un estudio de mercados detallado donde se le suministran una lista de posibles clientes en países como:
8	EL ARTESANO	Se le concede una estructura de costos y de logística internacional, una guía de formalidades y documentos aduaneros, a esto se anexo una guía de estándares internacionales en artículos de joyería y artesanías de talla mundial, seguido de una selección de mercados internacionales en Estados unidos, China, Reino unido y Alemania.
9	CI CONALEX LTDA	A esta empresa se le entrega una estructura de costos y de logística internacional conjuntamente un estudio de mercados detallado donde se le suministran una lista de posibles clientes en países como: India, Noruega, Sudáfrica e Italia.
10	HUERTAS MONTECHELO S.A.S	Se le concede una estructura de costos y de logística internacional, una guía de formalidades y documentos aduaneros, a esto se anexo una guía de estándares internacionales de productos alimenticios y estándares de inocuidad, seguido de una selección de mercados internacionales en Estados unidos, China Y Reino unido.
11	KANANCE INGENIERÍA SAS	Se le otorga una estructura de costos de logística internacional seguido de una guía de formalidades aduaneras, tramites y documentos de exportación, también se entrega una guía para la implementación de marketing digita adicional a ello una selección de mercados internacionales en países como, estados unidos, Bélgica y Francia principalmente.




12	MONTE ABI HOSPEDAJE RURAL	Se le entrego la guía de trámites y documento aduaneros, condiciones de acceso, certificados de origen también se le entrego una estructura de costos, también se identificaron posibles países objetivo como; Estados unidos y algunos países Europeos.
13	INDUSTRIA LA ESTAMPIDA SAS	Se le confiere una estructura de costos y logística incluyendo un simulador de costos al momento de exportar, así mismo se entregó una guía de documentación y formalidades aduaneras acompañado de una selección de posibles mercados internacionales en Estados unidos, Alemania y china
14	SERVIAGRO SAN ISIDRO E.A.T.	Se le entrego una estructura de costos de logística, empaque y embalaje además una guía de formalidades aduaneras, posibles países de exportación como: Estados unidos, España, Francia, Canadá y Alemania soportado con un estudio de mercados

Fuente: Cámara de Comercio de Facativá, 2018

4.7 Entrega de los planes estratégicos exportadores

Se determinan dos días del mes de diciembre del año de 2018, para la entrega de los planes estratégicos exportadores, el día jueves 20 y viernes 21, donde se establecen unos horarios para hacer la respectiva retroalimentación de los mismos.

Tabla 7 Cronograma de Entrega de los planes estratégicos exportadores

Jueves 20 de diciembre de 2018			
	Horario	Actividad	Empresa
1	8.00 - 9.00 am.	 Presentación informe diagnóstico y preselección de mercados	Huertas Montechelo S.A.S
2	9.00 - 10.00 am.	 Presentación informe diagnóstico y preselección de mercados	Amor Infinito Accesorios
3	10.30 – 11.30 am.	 Presentación informe diagnóstico y preselección de mercados	Salsifutas

4	11.30 - 12.30 pm.	 Presentación informe diagnóstico y preselección de mercados	High Class de Colombia S.A.S
5	1.30 - 2.30 pm.	 Presentación informe diagnóstico y preselección de mercados	Serviagro San Isidro E.T.A
6	2.30 - 3.30 pm.	 Presentación informe diagnóstico y preselección de mercados	Productos alimenticios saludables El Artesano S.A.S
7	3.30 - 4.30 pm.	 Presentación informe diagnóstico y preselección de mercados	Kanance Ingeniería S.A.S
8	4.30 - 5.30 pm.	 Presentación informe diagnóstico y preselección de mercados	Joyería Artesanal
Viernes 21 de diciembre de 2018			
9	8.00 - 9.00 am.	 Presentación informe diagnóstico y preselección de mercados	Finca Ecológica y cabañas Agualinda
10	9.00 - 10.00 am.	 Presentación informe diagnóstico y preselección de mercados	Monteabi Hospedaje rural
11	10.30 - 11.30 am.	 Presentación informe diagnóstico y preselección de mercados	Exotic Fast
12	11.30 - 12.30 pm.	 Presentación informe diagnóstico y preselección de mercados	Exicarga
13	1.30 - 2.30 pm.	 Presentación informe diagnóstico y preselección de mercados	Industrias la Estampida
14	2.30 - 3.30 pm.	 Presentación informe diagnóstico y preselección de mercados	CI Conalex LTDA

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

Conclusiones

La CCF a través del área de promoción y desarrollo y el programa de internacionalización tienen el propósito de Identificar y promover aquellas empresas con alto potencial exportador, creando un plan estratégico internacional a catorce (14) empresarios, donde se determinaron factores indispensables para llevar a cabo un proceso de exportación, todo esto mediante el programa de asesoría y acompañamiento empresarial para la creación de un plan estratégico exportador para el año 2018.

Las 14 empresas seleccionadas presentaron su diagnóstico empresarial, donde se analizaron cada uno de los ítems más relevantes, lo cual generó un puntaje, puntaje necesario para su selección en la matriz de selección, seguido a ello se realizó la visita a la empresa por parte de PBA Consulting group sas, donde se analizaron aspectos relevantes para el proceso de exportación.

De las empresas seleccionadas se realizó una visita por parte de la empresa consultora, donde se analizaron temas como: el análisis de producción, el análisis financiero y características de producto, con el fin de determinar el nivel de productividad, costos de producción y proceso de producción de cada empresa.

Las asesorías por parte de la empresa consultora dio como resultado los planes estratégicos, los cuales se entregaron a los representantes legales de las empresas asesoradas en el mes de diciembre en las instalaciones de la cámara de comercio de Facatativá, donde se resalta una estructura de costos de logística internacional seguido de una guía de formalidades aduaneras, tramites y documentos de exportación continuo a ello se entrega una selección de mercados internacionales referentes a cada empresa.

Recomendaciones

El proceso de exportación es una alternativa para las pequeñas y mediana empresas a diversificar no solo su producto sino también sus mercados, con el fin de tener una mayor rentabilidad y mejores expectativas de crecimiento, todo esto se lleva a cabo mediante una buena creación de valor por parte de la empresa, esto ayuda a dar reconocimiento y competitividad en un mercado mucho más amplio representando mayores ventas.

Se le recomienda a la cámara de comercio de Facatativá seguir con este tipo de programas que incentiven al crecimiento de pequeñas y medianas empresas mediante programas de internacionalización, a si mismo aumentar las capacitaciones en comercio internacional, las cuales se brinden a los empresarios de la jurisdicción cameral

La convocatoria se debe ser el proceso más intenso por parte del programa de internacionalización, ya que este proceso es fundamental para que varias empresas de los municipios de la jurisdicción cameral tengan conocimiento de las oportunidades que brinda la CCF a sus clientes.

Se le recomienda al programa de internacionalización hacer un seguimiento a las 14 empresas que hicieron parte del programa de asesoría y acompañamiento para la creación de un plan estratégico exportador, con el fin de identificar cuantas empresas realizaron el proceso de exportación.

Una vez que las empresas seleccionadas han terminado con el proceso de este programa, se recomienda al programa de internacionalización generar nuevos programas que enlacen a los empresarios asesorados, creando programas como por ejemplo creación de plataformas web donde las empresas puedan exponer sus productos y obtener nuevos clientes internacionales.

Anexos

Anexo A: Diagnóstico Empresarial



DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL POTENCIAL EXPORTADOR

EMPRESA: SERVIAGRO SAN ISIDRO E.A.T.
CONTACTO: FREDY MONTENEGRO TIJARO
TELÉFONO: 311 8080159
PÁGINA WEB: panelasanisidro.com
CIUDAD: Sasaima

NIT: 832.002.036-2
CARGO: DESARROLLO DE NEGOCIOS
EMAIL: ventasserviagro@hotmail.com
DIRECCIÓN: Sasaima - Cundinamarca
FECHA: 16-07-2018

Por favor marque con X en la casilla correspondiente, en el caso de no aplicar diligenciar como N/A (No aplica)

ITEM		SI	NO	EN PROCESO	COMENTARIOS
1. CONDICIONES DE LA EMPRESA					
1.1	¿La empresa ha estado vinculada a otros servicios comerciales y/o asesoría?		X		Explique con cuales:
1.2	¿Su empresa pertenece al Régimen Común?	X			
1.3	¿Cuenta con estados financieros que le permitan conocer su situación contable, financiera y estructura de costos?	X			
1.4	¿Cuenta con los recursos para asumir las inversiones que requiere el proceso de exportación? (ferias, compra de información de mercados, viajes, material promocional, etc.)		X		

1.5	¿La empresa cuenta con valides comercial del producto a exportar?	X			
1.6	¿Conoce las características y comportamiento del sector al cual pertenece el producto a exportar? (tendencias, regulación, funcionamiento del mercado, estacionalidad, manipulación del producto; etc.)	X			
2. CONDICIONES DEL PRODUCTO Y LA PRODUCCIÓN					
2.1. Describa el producto a exportar, indicando: Promesa de valor, Características y uso de los productos, cuales son las razones que lo motivaron a iniciar un proceso exportador.					
<p>Panela Pulverizada Orgánica. Promesa de valor: Pura Panela tu endulzante orgánico Apoyo de la promesa de valor: Endulza tu vida de forma saludable y confiable. Características: Nuestra panela es un producto artesanal, natural y de fácil uso. Uso: Para endulzar todo tipo de alimentos y bebidas frías o calientes, también se puede usar como materia prima para la elaboración de otros productos. Razones de la exportación: Tenemos una empresa de 21 años de fundación y hemos logrado conquistar un nicho de mercado importante en Colombia con un producto diferenciador que gusta entre los consumidores, sin embargo, también nos hemos dado cuenta que en Colombia no hay una cultura arraigada por el consumo orgánico, por esta razón buscamos mercados internacionales que le permitan a la empresa crecer, desarrollarse y fortalecerse.</p>					
2.1.1	¿Ha seleccionado uno o dos productos a exportar?	X			UNO
2.1.2	¿Conoce la oferta exportable en términos de volumen para cada uno de los productos seleccionados?	X			
2.1.3	¿Tiene documentada la Ficha Técnica de sus productos?	X			
2.1.4	¿Identifica la posición arancelaria de su(s) producto(s)?	X			
2.1.5	¿Tiene disponibilidad de ofrecer su producto de manera constante durante todo el año? (No está sujeto a temporadas o estacionalidades)	X			En caso de que su producto sea de temporada por favor especifique los periodos de disponibilidad:
2.1.6	¿Tiene ventas en una ciudad diferente a su domicilio?	X			¿En qué ciudades? Casi en todas las ciudades principales de Colombia
2.1.7	¿Su empresa tiene clientes a nivel nacional y/o internacional? Mencione los 3 principales	X			¿Cuáles? Nacionales: Biofood de Colombia S.A.S; Lao kao S.A.; Promotora de Comercio Social.
2.1.8	¿Tiene certificaciones de calidad? Especifique cuál y ante quien se certificó		X		¿Cuál?
2.1.9	¿Identifica la ventaja competitiva de su producto? *Precio (vender más barato) *Innovación (novedoso, originalidad) *Diferenciación (sus productos son percibidos como distintos a través de la promoción y la publicidad) * Otro	X			¿Cual? Diferenciación, nuestro producto evoca tradición, el sabor de nuestros productos conecta las personas con recuerdos de su niñez, vivencias con los abuelos y el campo.
2.2. Producción					
2.2.1	¿Tiene un proceso de producción establecido, organizado y documentado?	X			
2.2.2	¿Conoce la capacidad de producción instalada para el producto seleccionado?	X			Volumen máximo de producciónmes: 8 TONELADAS
2.2.3	¿Conoce la capacidad de producción utilizada para el producto seleccionado?	X			Volumen actual de producción mes: 4 TONELADAS

2.2.4	¿Tiene capacidad de ampliación de la producción del producto seleccionado?		X		
2.2.5	¿Trabaja con satélites? Mencione de que parte del proceso se encargan	X			¿De qué proceso se encargan? Transformación
2.2.6	¿Tiene una estructura de costos de producción definida?	X			
2.2.7	¿Tiene definidos, seleccionados y evaluados sus proveedores?	X			
2.2.8	¿Tiene garantizado la proveeduría de las materias primas?	X			
2.2.9	¿Ha determinado cuáles son los tiempos de respuesta al desarrollo de nuevos productos?		X		¿Cuánto tiempo?
2.2.10	¿Ha determinado cuáles son los tiempos de respuesta o tiempos de entrega de un pedido?		X		¿Cuánto tiempo?
3. CONDICIONES DE LA EXPORTACIÓN					
3.1. Investigación de mercado para producto y país seleccionados					
3.1.1	¿Ha seleccionado de uno a dos países objetivo? Si su respuesta es NO, por favor pase al punto 4	X			¿Cuales? Estados Unidos de América, Canadá, España
3.1.2	¿Identifica y conoce otras empresas Colombianas que exporten productos similares al país seleccionado?	X			
3.1.3	¿Identifica y conoce de donde procede la Competencia - Extranjera?	X			
3.1.4	¿Conoce el perfil socioeconómico y la cultura de negocios del país seleccionado?	X			
3.1.5	¿Ha realizado segmentación geográfica en el país objetivo?		X		¿Cuál?
3.1.6	¿Ha consultado estudios relacionados con su producto en el mercado seleccionado?	X			
3.1.7	¿Ha realizado el estudio del mercado objetivo?		X		
3.1.8	Ha realizado un análisis del nicho de su producto en el mercado identificado? (hábitos de compra, decisión de compra, temporadas, gustos y preferencias, etc.)		X		
3.2. Identificación de condiciones de acceso en mercados objetivo					
3.2.1	¿Tiene claridad en los requisitos legales y de aduana exigidos para su productos en el país seleccionado? (tratamiento arancelario, impuestos internos, acuerdos comerciales, documentos, Vo. Bo)		X		
3.2.2	¿Tiene claridad en los requisitos comerciales exigidos por el mercado seleccionado? (certificaciones de calidad, normas técnicas, códigos de conducta, impacto ambiental, normas de etiquetado)		X		
3.3. Análisis de condiciones logísticas (DFI - Distribución Física Internacional) en el mercado objetivo					
3.3.1	¿Conoce las condiciones Logísticas del producto? (Ej.: Cadena de Frío)		X		
3.3.2	¿Identifica el medio de transporte a utilizar?	X			
3.3.3	¿Conoce la Logística de transporte internacional? (principales puertos y aeropuertos del país destino, rutas, frecuencias y tarifas de transporte)		X		
3.3.4	¿Ha tenido relacionamiento con Operadores Logísticos y de Aduana?		X		
3.3.5	¿Conoce los requisitos de empaque y embalaje estipulados para su exportación?		X		
3.3.6	¿Tiene claridad sobre los mecanismos de pago?		X		
3.3.7	¿Conoce el régimen cambiario Colombiano?	X			
3.4. Trámites y Documentos					
3.4.1	¿Ha establecido su pedido mínimo de exportación?		X		
3.4.2	¿Ha elaborado la Matriz de Costos de Exportación ajustada mínimo a los Incoterms EXW, FOB y CIF o sus equivalentes según el medio de transporte?		X		
3.4.3	¿Su empresa cuenta con el RUT como exportador?	X			
3.4.4	En caso de ser C.I. (Comercializadora Internacional) ¿Cuenta con la resolución de aprobación de la DIAN vigente? (si aplica)			X	

3.4.5	¿Tiene el Registro de la auto calificación de origen? (si aplica)				No sé qué que es un registro de la auto calificación
3.4.6	¿Cuenta con los Vistos Buenos necesarios para exportar su producto? (si aplica)	X			
3.4.7	¿Conoce los trámites necesarios ante la aduana de exportación?		X		
4. HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL					
4.1. Herramientas Comerciales					
4.1.1	¿Cuenta con una imagen corporativa?	X			
4.1.2	¿Ha creado y registrado su marca en Colombia	X			
4.1.3	¿Tiene material promocional definido y adecuado? (Ej.: página web, brochures, catálogos, tarjetas de presentación)	X			¿Cual? Página Web, tarjetas, brochures
4.1.4	¿Cuenta con un equipo cualificado y dedicado al proceso de internacionalización?		X		
4.1.5	¿Cuenta con personal encargado de mercadeo y ventas?	X			
4.1.6	¿Al menos una persona de la empresa habla inglés fluido?		X		
4.1.7	¿Ha participado en eventos comerciales nacionales o internacionales?	X			¿Cuáles? Nacionales, Agroexpo, Bioexpo, Alimentec
4.2. Experiencia Exportadora					
4.2.1	¿Ha realizado envíos de muestras sin valor comercial?	X			
4.2.2	¿Ha realizado exportaciones directas?	X			A través de una C.I.

PARA DILIGENCIAMIENTO DEL ASESOR CORRESPONDIENTE

Observaciones:

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

Anexo B: Registro Fotografico

Figura 7 Entrega de planes estratégicos



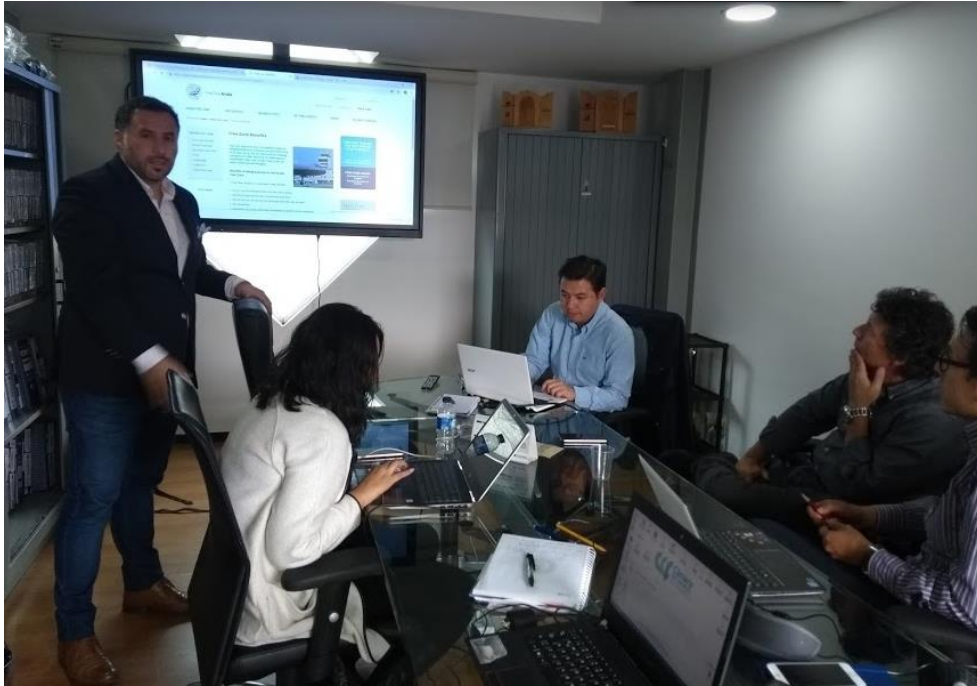
Fuente: Cámara de Comercio de Facativá, 2018

Figura 8 Entrega de planes estratégicos



Fuente: Cámara de Comercio de Facativá, 2018

Figura 9 Entrega de planes estratégicos



Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

Figura 10 Entrega de planes estratégicos



Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

Referencias

- Anónimo. (2017). *Investigación de mercados* . Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/bad/brunet_ca/capitulo3.pdf
- Bustillo, R. (2016). *Comercio exterior* . Obtenido de <https://web-argitalpena.adm.ehu.es/pdf/UWLGEC2831.pdf>
- Camacho, L. (2015). *Utadeo*. Obtenido de https://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/componente_de_gestion_administrativa_2014.pdf?fbclid=IwAR2GgLMqZ4tH_wTUsKnPWSy4zMBR6qv2DICsHkpJle1SAqsBxMzeJ9aHcjY
- Cámara de Comercio de Facatativá. (2017). *Cámara de Comercio de Facatativá*. Obtenido de <https://ccfacatativa.org.co/nuestra-camara/>
- Cámara de Comercio de Facatativá. (2017). *Cámara de Comercio de Facatativá*. Obtenido de Nuestra Càmara : <https://ccfacatativa.org.co/nuestra-camara/>
- Colombia, Còdigo de Comercio. (s.f.). *Codigo de comercio*. Obtenido de <https://incp.org.co/Site/productosyservicios/legislativa/410/11410.htm>
- Colombia, Reglamento unico. (2015). Obtenido de <https://incp.org.co/Site/productosyservicios/legislativa/410/11410.htm>
- Comercio y Aduanas . (2018). *Comercio y aduanas* . Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/exportar/>
- Confecàmaras . (2016). *Confecàmaras* . Obtenido de <http://www.confecamaras.org.co/representacion-de-la-red/introduccion-a-camaras-de-comercio>
- Confecàmaras . (2018). *Confecàmaras - ¿Quienes somos?* Obtenido de <http://www.confecamaras.org.co/la-confederacion/quienes-somos>

Confecámaras . (2018). *Confederación*. Obtenido de <http://www.confecamaras.org.co/la-confederacion>

Confecamaras. (2016). *Confecamaras* . Obtenido de <http://www.confecamaras.org.co/la-confederacion>

Economía. (2016). *Economía simple* . Obtenido de https://www.economiasimple.net/glosario/internacionalizacion?fbclid=IwAR3J-ee1xszpsO9JTq__qTa5BsvFRkskSFfSymfj7IigbywFzIliU2V3RmQ

EDUCAGUIA. (2016). *Comercio exterior* . Obtenido de <http://www.educagua.com/apuntesde/comercio/comercioexterior.pdf>

MARIANA, G. (2015). *Exportaciones* . Obtenido de http://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184

MORALES, F. (2016). *GLOBALIZACIÓN Y CONCEPTOS*. Obtenido de <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-Globalizacion-4796216.pdf>

PROCOLOMBIA. (2018). *Planes Exportadores*. Obtenido de <http://www.procolombia.co/node/1141>

Procolombia. (s.f.). *Procolombia*. Obtenido de <http://www.procolombia.co/node/1141>

RONDA, G. (2017). *Estrategia*. Obtenido de http://vmleon.tripod.com/Planestrategica/ESTRATEGIA_concp.pdf?fbclid=IwAR0dJftWUrmrfg4sNCyj8z-CWCihoeUXJa2nvjl4KZgWs4GCn9PT8d6ymi8

UNED. (2016). *Investigación de mercados* . Obtenido de <https://www2.uned.es/disenotratamiento-encuestas/Ejemplo%20materiales.pdf>