Amor Dulce Amor

Angelie Nicolle Castillo Beltrán, Jhony Esteban López Tabares, Yeison Alberto Martin Mendoza y Jessica Valencia Barrera

Finanzas y Negocios Internacionales, Fundación Universitaria Compensar

Proyecto fin de grado Escuela de Negocios

Jesús Abel Afanador Barajas

Fecha de publicación



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Contenido

Resumen 4

Introducción 5

Problema 6

Objetivos 6

Objetivo General 6

Objetivos Específicos 6

Método 7

Tipo de investigación 8

Resultados 9

Discusión 29

Referencias 32

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1 Marco Metodológico 7

Ilustración 2 Productos Amor Dulce Amor 9

Ilustración 3 Procesos y pasos en la fabricación de los productos 11

Ilustración 4 Matriz FODA 14

Ilustración 5 Cuadro Comparativo Organizaciones 20

Ilustración 6 MATRIZ PESTEL MÉXICO 24

Resumen

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo proporcionar un análisis exhaustivo y orientado a la acción para la implementación exitosa de la estrategia de internacionalización de Amor Dulce Amor, centrándose en las recomendaciones detalladas de diversas entidades promotoras de comercio exterior. Para alcanzar este propósito, se llevará a cabo una cuidadosa identificación y evaluación de las entidades gubernamentales y organismos internacionales especializados en el fomento del comercio internacional. Este proceso incluirá una revisión minuciosa de las oportunidades de colaboración con cámaras de comercio, ministerios de comercio y agencias de exportación

La investigación también abordará pasos específicos para la internacionalización, destacando la importancia del registro de la empresa como exportador y la adaptación de sus productos y servicios. Se prestará especial atención a la identificación de recursos necesarios, entre ellos, marketing internacional y estrategias modernas, para potenciar la carta de presentación de Amor Dulce Amor ante los mercados globales.

Palabras clave: Internacionalización, Expansión, Estrategia, Desafío, Textil.

Introducción

Amor Dulce Amor es una empresa colombiana enfocada en la producción, comercialización y venta de prendas de descanso, que para fabricarlas se realiza un estudio previo analizando tendencias en colores, telas, diseños y moda para brindar diseños exclusivos y de alta calidad; hoy han ampliado su presencia en el mercado colombiano con puntos de venta físico, online, y presencia en las redes sociales, obteniendo reconocimiento e incrementos en sus ventas, en la actualidad Amor Dulce Amor quiere adoptar un gran desafío como compañía y es expandirse internacionalmente con el objetivo de tener participaciones en los mercados internacionales.

La investigación identifica como problema central es el desconocimiento por parte de la empresa Amor Dulce Amor acerca de las diversas alternativas disponibles al realizar una expansión en los mercados internacionales. El objetivo es proponer una estrategia integral que permita internacionalizar a la empresa, enfocándose en ventas online y físicas, para ampliar su presencia en el mercado extranjero y lograr una rentabilidad global.

Para identificar una estrategia viable para la compañía, se llevará a cabo un análisis detallado de los mercados internacionales más prometedores para Amor Dulce Amor. Este análisis considerará factores cruciales como la demanda, competencia, condiciones económicas y acuerdos internacionales vigentes que tenga Colombia para alcanzar dichos mercados y permitan la facilidad en el acceso a los mercados. Además, se examinará el respaldo ofrecido por diversas entidades en Colombia que respaldan la internacionalización de las pymes, proporcionando un marco de apoyo estratégico.

Los beneficiarios directos de esta investigación son exclusivamente los miembros de la empresa Amor Dulce Amor. La investigación se enfocará en un enfoque cualitativo, permitiendo la recopilación y análisis de datos desde diferentes contextos y alternativas, con el propósito de ofrecer una visión completa y detallada que respalde la toma de decisiones para la expansión internacional.

Problema

La empresa Amor Dulce Amor, ha presentado diversos desafíos para lograr alcanzar los mercados internacionales con sus productos, ya que, carece de conocimientos para una expansión extranjera, para esto, busca realizar un proceso con entidades del Gobierno colombiano que les brinde; una de ellas es Procolombia con la cual la empresa ha empezado un proceso de vinculación para facilitar el desarrollo de su desafío, sin embargo, esta entidad cuenta con unos protocolos rigurosos, los cuales la empresa no ha podido superar, por tal motivo la compañía desea conocer diferentes alternativas desligadas de Procolombia que permitan implementar una fácil conexión al comercio exterior, adicional brindar una propuesta de mejoramiento en su carta de presentación ante Procolombia.

Objetivos

Objetivo General

Dar a conocer las entidades que permita la internacionalización para la empresa Amor Dulce Amor

Objetivos Específicos

- Identificar los recursos y capacidades de la empresa que sean relevantes para la internacionalización.
- Proponer buenas prácticas aplicables para la compañía en el plan de internacionalización.
- Analizar la viabilidad del plan de internacionalización en el contexto de la empresa en el país objetivo, México.

Método

La definición de la metodología juega un papel importante en el presente proyecto, debido a que nos permitirá obtener calidad, coherencia y credibilidad de los resultados obtenidos en el transcurso de la investigación, así mismo nos brinda facilidad en el estudio y guía para el cumplimiento de los objetivos propuestos en el estudio.

Ilustración 1 Marco Metodológico



Fuente 1 Elaboración Propia

En la anterior ilustración, resume el proceso metodológico que llevará a cabo para el desarrollo del presente proyecto se empleará el tipo de investigación aplicada, esta es acorde al trabajo que se quiere realizar debido a que este tipo de investigación está enfocada en la realización de un estudio con el fin de proponer estrategias y así poder alcanzar los objetivos específicos, y brindar solución a los problemas determinados.

La investigación en curso se centra en un enforque mixto, es decir, exploratorio y descriptivo, que consiste en recopilar y analizar información cuantitativa y cualitativa, para abordar la problemática central del proyecto en relación con las alternativas y entidades disponibles para su expansión en mercados internacionales. Este estudio implica la recopilación y análisis de datos provenientes de diversas entidades, así como la información obtenida de páginas gubernamentales. Se llevará a cabo una investigación exhaustiva para identificar estrategias de internacionalización, oportunidades de mercado y el papel de entidades del estado y organizaciones especializadas en este proceso. El método incluirá la revisión de literatura, el análisis de datos secundarios y la consulta directa con fuentes pertinentes para proporcionar una base sólida para las recomendaciones propuestas.

Tipo de investigación

Para el desarrollo de la investigación se realizaron los siguientes procesos con el fin obtener los resultados esperados planeados en los objetivos:

- Investigación de metodologías adecuadas y acordes al tipo de estudio que se realizó
- Definición de tipo de investigación, enfoque, alcance, población e instrumentos
- Establecido el marco metodológico, se emplean para realizar las investigaciones pertinentes con el fin de llegar a los resultados y dar cumplimiento a los objetivos específicos y objetivo general, en primer lugar, se realizó una visita al punto de fabrica de la empresa Amor Dulce Amor en la cual pudo observar las instalaciones físicas de bodega, almacenaje, maquinaria y áreas administrativas, con el fin de conocer el procesos operativo y administrativo de la empresa, para

ello se realizó una encuesta de tipo abierta a la presidente y fundadora de la empresa Nicol Silva y al director comercial para profundizar en el funcionamiento de la compañía

- Se realizó un estudio sobre las diferentes entidades que apoyan el proceso de internacionalización de las mi pymes en Colombia, como lo son Bancóldex, Procolombia y el ministerio de comercio, las cuales intermedian con el fin de alcanzar los mercados internacionales, para acceder a los beneficios que se identificaron diferentes procedimiento en cada entidad, y por último se realiza un análisis comparativo de dichas entidades.
    - Se analiza la viabilidad de exportar al país objetivo México junto con los acuerdos comerciales que Colombia tiene con dicho país.

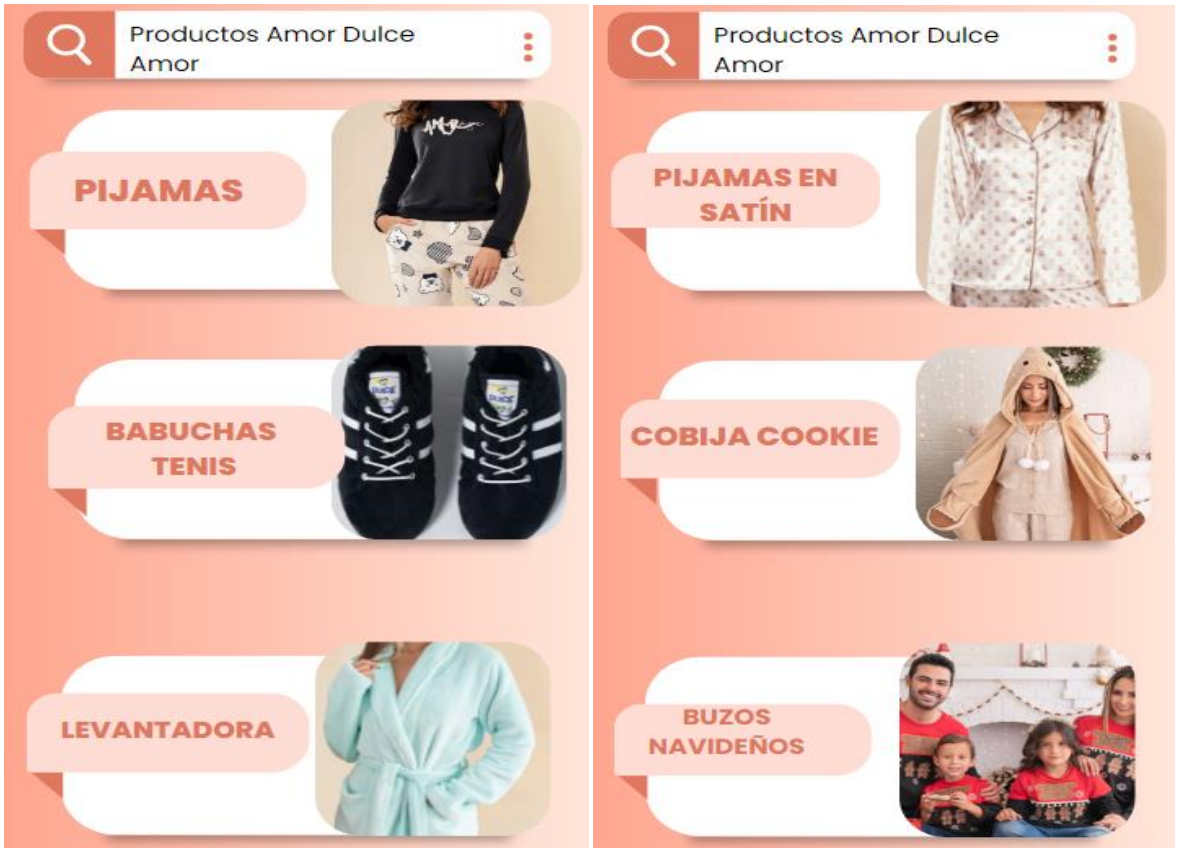
Resultados

En el transcurso de la investigación se obtuvo los siguientes resultados y su vez dando cumplimiento a los objetivos planteados al inicio del proyecto.

En primera parte se identificó los recursos y capacidades de la empresa relevantes para la internacionalización, para ello previamente se hizo una visita al punto de fábrica de la empresa en el cual se observó todo el proceso de la fabricación de los productos que vende la empresa y se realizó una entrevista a presidenta y fundadora de la compañía Nicol Silva y al director comercial Alejandro Camacho, en la cual se conoció todo el proceso operativo, logístico (compra y venta), administrativo y fabricación. Para ello se da a conocer en primer lugar los producto que vende la empresa al público.

Productos Amor Dulce Amor

Ilustración 2 Productos Amor Dulce Amor



Fuente 2 Elaboración propia

De la anterior ilustración, se puede observar los productos terminados que comercializa la empresa Amor dulce amor en los cuales los productos que más se destacan son las Pijamas, debido que estas tiene gran variedad de diseños, estilos, colores y telas , por tal motivo en su producto estrella y con el cual desean llegar a obtener reconocimiento en el mercado nacional e internacional, para la producción de los productos Nicol Silva, presidenta y fundadora destaca 3 pilares que identifican a la compañía al momento de la fabricación y comercialización al público.

- Diseño: “Imaginamos juntos que es lo que más gustaría, todo nuestro equipo de diseño esta presto siempre a escuchar y a pensar lo impensable para nuestros clientes. Si algún un cliente tiene una idea de Pijama o babucha y la quiere compartir, estamos aquí en cualquier canal para desarrollarla.” (Silva, 2024)

- Comodidad: “Investigamos los materiales más cómodos y con la mejor sensación al tacto con la piel, de esta manera cuando el cliente toca su lugar de descanso va a experimentar una sensación indescriptible.” (Silva, 2024)
- Calidad: “Fabricamos hermosas pijamas, todo un equipo de madres cabeza de hogar expertas en el proceso textil, nosotros mismos hacemos todo el proceso desde el corte, hasta la confección y empaque, comprometidos en dar un diseño único de excelente calidad.” (Silva, 2024)

Por otro lado, en el punto de fabrica se pudo observar el proceso operativo que se realiza al desde el diseño, pasando por la confección y finalizando con su empaque y distribución en bodega, tiendas físicas o directamente a los clientes, el proceso cuenta con pasos muy específicos y críticos para poder realizar la producción masiva, en la siguiente ilustración se evidencia los procesos y pasos para la fabricación de las pijamas:

Ilustración 3 Procesos y pasos en la fabricación de los productos



Fuente 3 Elaboración propia.

Amor Dulce Amor caracteriza por ser una empresa que le encanta estar en relación con la gente en donde siempre estén en un entorno agradable, que con sus pijamas conquistaron corazones y son deseados, y así mismo les encanta complacer con pasión y entusiasmo, por tal motivo, su proceso más critico y fundamental en su cadena es el diseño y patrón, de allí nacen las ideas únicas e innovadoras en donde buscan siempre estar en línea con modas y tendencias que la sociedad impone en el transcurso del tiempo, pero sin perder su identidad, para ellos la empresa cuenta con diseñadores especializados los cuales proyectan y plasman todas las ideas para crear la colección, basándose en temporadas especificas del año, colores, tendencias, y todo aquello que puedan adoptar y mejorar en sus productos, finalizado el proceso de diseño y selección de la colección se procede a la elección de las telas más adecuadas para la fabricación, posterior a ello, ya empieza todo el proceso de producción en fabrica, pasando por el puesto de corte de telas, en donde se encuentra el personal capacitado para maximizar las telas y mitigar el riesgo de desperdicios de tela.

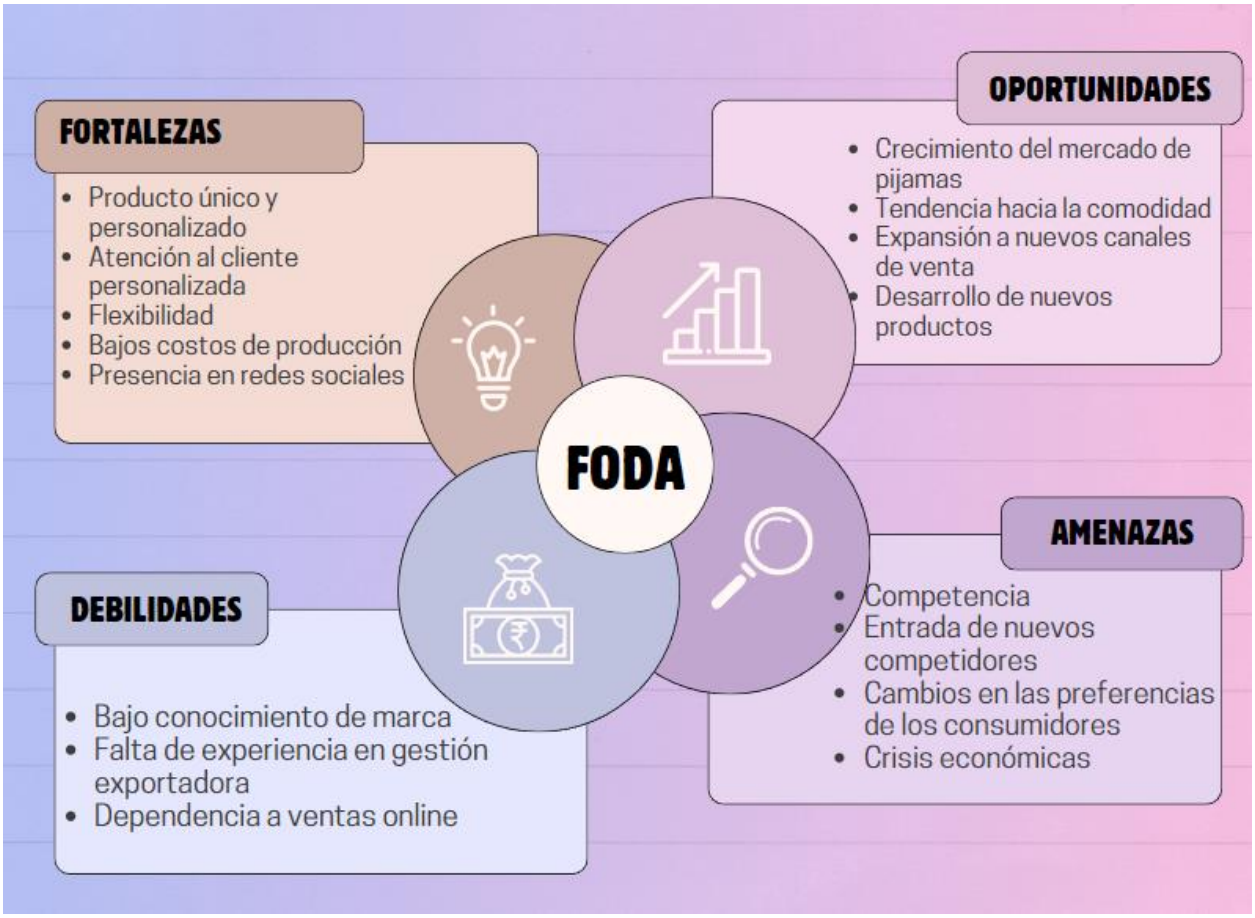
Después de tener la tela cortada, pasa al área de costura, este es un proceso y paso fundamental y a su vez critico en la compañía, debido que es en este paso en donde se plasma el ADN de la compañía, la calidad por la que se caracteriza Amor Dulce Amor es gracias al proceso de costura, el cual esta conformado por mujeres profesionales con alto conocimiento y este factor permite que los productos sean de calidad, posterior a este proceso llega los acabados allí es donde se personaliza las prendas debido que se añaden los detalles decorativos y las etiquetas de la marca, dándole el toque de la compañía.

Finalmente, el control de calidad es el último filtro antes de ser distribuido, en este proceso se garantiza que las prendas cumplan con todos los estándares de calidad, diseños y acabados pertinentes a la colección, esto con el fin se asegurar que el producto terminado sea el esperado por los clientes.

Con el objetivo de evaluar la empresa textil Amor Dulce Amor y apoyar la decisión de con qué organización iniciar su proceso de internacionalización, se ha realizado un análisis FODA. Este análisis ha permitido identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que enfrenta la empresa en

el mercado actual, así identificar los recursos y capacidades de la empresa que sean relevantes para la internacionalización.

Ilustración 4 Matriz FODA



Fuente 4 Elaboración Propia

Análisis FODA

De acuerdo con sus fortalezas, se destaca la sólida marca que ha construido "Amor Dulce Amor" a lo largo de sus años de experiencia en el mercado colombiano. La empresa goza de una excelente reputación por la alta calidad de sus productos, elaborados con materiales de primera y siguiendo procesos de producción eficientes, así mismo, la empresa cuenta con una amplia variedad de productos que se ajustan a las necesidades y preferencias de diversos segmentos de mercado. Su presencia en

diferentes canales de distribución, tanto físicos como online, le permite llegar a un público amplio y diversificado.

También se han detectado algunas debilidades que la empresa debe abordar. Una de ellas es su dependencia a venta en línea y es el precio al consumidor, ya que, es alto en comparación con algunos competidores. Además, se observa una falta de conocimiento en cuento a expansión internacional, lo que podría limitar su crecimiento a largo plazo.

En cuanto a las oportunidades, en el análisis DOFA se ha detectado un mercado textil en constante crecimiento a nivel nacional. Esta tendencia representa una gran oportunidad para que Amor Dulce Amor expanda su negocio y alcance nuevos mercados a nivel global, de igual manera, la tendencia hacia productos sostenibles y ecológicos abre nuevas posibilidades para la empresa. Desarrollar una línea de productos eco-friendly le permitiría posicionarse en un segmento de mercado en auge y aumentar su competitividad.

Por otro lado, el análisis también ha detectado algunas amenazas que la empresa debe tener en cuenta. La competencia en el mercado textil es muy alta, y la entrada de nuevos competidores con precios más bajos podría afectar negativamente las ventas de Amor Dulce Amor, además, las fluctuaciones en la economía actual y los cambios en las preferencias de los consumidores son factores que la empresa debe considerar para mantener su competitividad en el mercado.

De acuerdo con el análisis FODA de Amor Dulce Amor ha proporcionado información valiosa para la toma de decisiones estratégicas relacionadas con su proceso de internacionalización. La empresa debe considerar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas identificadas para seleccionar la organización más adecuada para acompañarla en este proceso y asegurar un crecimiento sostenible a largo plazo. Este análisis ha logrado identificar varias organizaciones que podrían ser potenciales aliados en su proceso de internacionalización de acuerdo con sus necesidades y objetivos. A continuación, se presenta una descripción más detallada de algunas de estas organizaciones, con el fin de proponer buenas prácticas aplicables por la compañía para el plan de internacionalización:

- Bancóldex
- El ministerio de Comercio
- Mejora postulación con Procolombia
- País Objetivo México

Bancóldex

Bancóldex (Banco de Comercio Exterior de Colombia) es una entidad financiera en Colombia que tiene como objetivo principal impulsar el desarrollo del comercio exterior y contribuir al crecimiento de las empresas colombianas, incluyendo las pequeñas y medianas empresas (PYMEs). Algunas de las maneras en que Bancoldex puede contribuir al apoyo de internacionalización de la empresa, son: Financiamiento para exportaciones, gracias a sus líneas de crédito, este recurso se puede destinar al proceso de producción para el desarrollo de las exportaciones. Acceso a redes y plataformas comerciales, facilitando la entrada a la empresa a redes y plataformas de comercio a nivel internacional. Esto puede abarcar la participación en exposiciones comerciales, viajes empresariales, y la organización de eventos comerciales que enlacen a la compañía con posibles clientes y socios en el extranjero. Programa Bancoldex más global, apoya al sector exportador colombiano en sus procesos de internacionalización, posicionamiento de oferta exportable y adecuada inserción en las cadenas de valor mundiales. Cuenta con diferentes líneas u opciones de créditos, que responden a las necesidades de los empresarios dependiendo del tamaño de la empresa y el sector, se puede hacer uso de este beneficio de forma directa a través de los diferentes aliados financieros, en donde se encuentran:

- Líneas especiales: Regional, Nacional, Sectorial y Coyuntura nacional.
- Líneas tradicionales

Una posible opción para la compañía sería El Crédito Directo les permite a los empresarios contar con una opción de financiación en pesos y dólares, para el desarrollo de sus planes de inversión sin intermediarios. Bancóldex ofrece 4 modalidades, Crédito Ordinario, Crédito de Tesorería, Crédito en dólares y Crédito Estructurado.

- Periodo de Gracia: Sujeto a condiciones de estudio de crédito
- Plazo: Corto, mediano y largo plazo.

(BANCOLDEX, 2024)

El ministerio de comercio

Industria y Turismo de Colombia juega un papel crucial en el apoyo a las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) para que puedan internacionalizar sus productos. Algunos de estos apoyos son: Apoyo en la identificación de oportunidades de mercado, que ayuda a las Pymes a identificar oportunidades de mercado en el extranjero mediante estudios de mercado, análisis de tendencias y evaluación de la demanda de productos colombianos en diferentes regiones. Asistencia en Certificaciones y Normativas Internacionales, este brinda asistencia en la obtención de certificaciones y el cumplimiento de normativas internacionales necesarias para la exportación de productos. Esto es crucial para asegurar que los productos cumplan con los estándares y requisitos de los mercados de destino. Promoción de la marca país: participa en la promoción de la imagen de Colombia como un país confiable y productivo. Esto contribuye a mejorar la percepción de los productos de la compañía en el ámbito internacional. El MINCIT cuenta con diferentes programas y proyectos que se pueden ajustar a las necesidades de la empresa, algunos de estos son:

- Fondo de Modernización e Innovación
- Apoyo a la Política de Formalización Empresarial
- Apoyo técnico a la Política de Emprendimiento en Colombia.
- Fortalecimiento a la Política de generación de ingresos para grupos de especial protección constitucional a nivel nacional.
- Implementación de una estrategia para promover el crecimiento y fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas con base en el aprovechamiento del mercado nacional.

(Mipymes, 2023)

Una alternativa para la compañía podría ser el programa, fondo de modernización e innovación (Innpulsa), corresponden a convocatorias de apoyo en temas de productividad y alistamiento para las pymes para el mercado internacional con las cuales se entregan recursos de cofinanciación no reembolsables para adecuaciones de producto, certificaciones, mejora de infraestructura, actualización de tecnología, entre otros. Su objetivo es apoyar proyectos del fondo de modernización e innovación para las micro, pequeñas y medianas empresas a través de instrumentos financieros y no financieros. La empresa podría aprovechar los recursos proporcionados allí, de manera tal que pueda acceder a fondos de cofinanciación para cubrir los costos de investigación de mercados, participación en ferias comerciales y capacitación en comercio exterior. Esto podría ayudar a la empresa a prepararse para ingresar a nuevos mercados, podría recibir asesoría y capacitación sobre cómo internacionalizar su negocio. Esto podría ayudar a la empresa a evitar errores comunes y a aumentar sus posibilidades de éxito en el mercado internacional, al mismo tiempo podría conectarse con compradores internacionales que estén interesados en sus productos. Esto podría ayudar a la empresa a encontrar nuevos clientes y a aumentar sus ventas.

El programa Fondo de Modernización e Innovación del MINCIT de Colombia no tiene costos para las pymes. El fondo ofrece recursos no reembolsables para proyectos que apoyen la internacionalización de las pymes. Esto significa que las pymes no tienen que devolver los recursos que reciben del fondo.

Sin embargo, las pymes deben cumplir con ciertos requisitos para ser elegibles para recibir recursos del fondo. Estos requisitos incluyen:

- Ser una pyme colombiana constituida legalmente.
- Tener menos de 250 empleados.
- Generar menos de 500 millones de pesos en ingresos anuales.
- Tener un plan de negocios que incluya un componente de internacionalización.
- Las pymes que cumplen con estos requisitos pueden presentar una solicitud de recursos al fondo. Las solicitudes son evaluadas por un comité técnico, que determina si las solicitudes cumplen con los criterios de elegibilidad y si los proyectos propuestos son viables. (INNPULSA, 2023)

ProColombia

ProColombia es la entidad encargada de promover el turismo, la inversión extranjera y las exportaciones no tradicionales de Colombia. La entidad juega un papel clave en apoyar a las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) colombianas que buscan internacionalizar sus productos. Varios de los servicios que presta esta entidad pueden ser fundamentales para ayudar a la empresa a realizar su proceso de internacionalización, entre estos se encuentran:

- **Acceso a Información de Mercados Extranjeros:**

ProColombia ofrece información detallada sobre mercados extranjeros, abarcando tendencias comerciales, demanda de productos y regulaciones específicas. Este conocimiento es esencial para que las pequeñas y medianas empresas identifiquen oportunidades y adapten sus estrategias a diversos contextos internacionales.

- **Participación en Ferias y Misiones Comerciales:**

ProColombia organiza y facilita la participación de las pymes en ferias internacionales y misiones comerciales. Estos eventos proporcionan a las empresas la oportunidad de presentar sus productos, establecer contactos con compradores extranjeros y explorar nuevas posibilidades de negocio.

Procolombia, a su vez cuenta con el programa Mipyme Internacional para ayudar a que más empresas colombianas establezcan el área de comercio exterior en su interior y empiecen a exportar en un periodo de un año, este programa funciona como un apoyo integral para las micro, pequeñas y medianas empresas de Colombia que buscan expandir sus operaciones hacia mercados internacionales.

El proceso para ingresar al programa Mipyme Internacional de ProColombia es el siguiente:

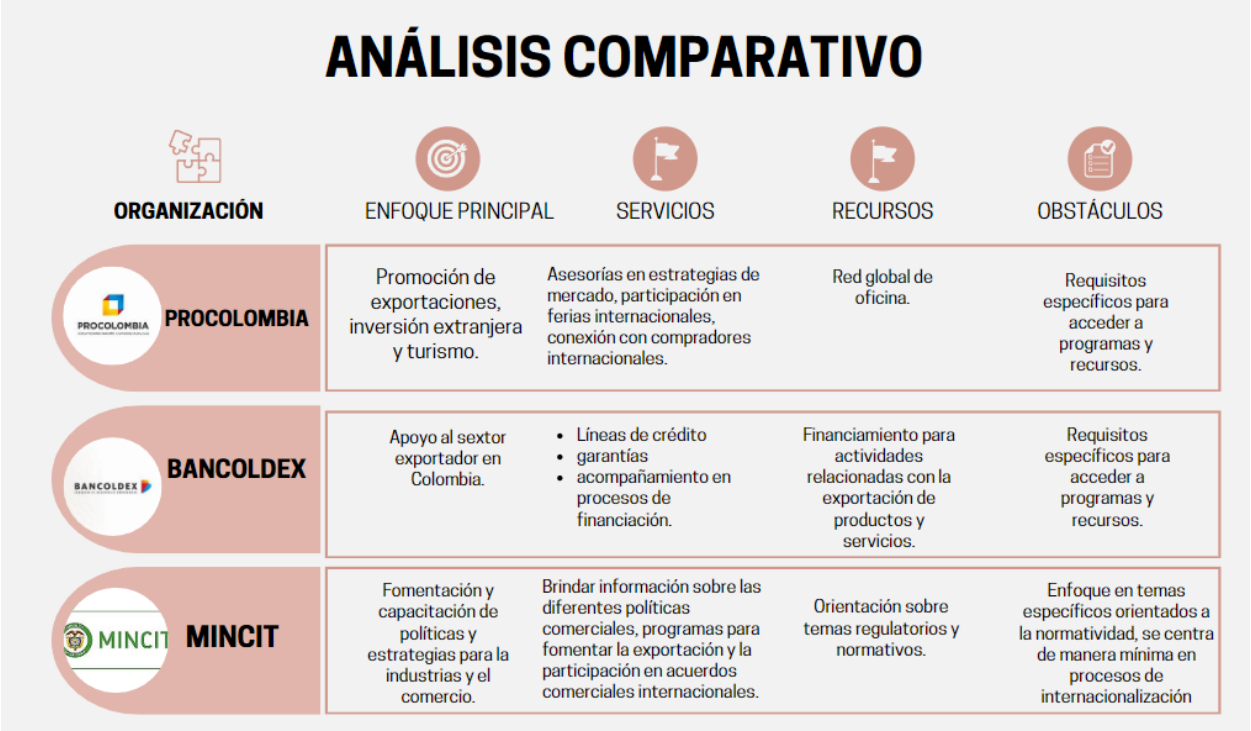
- ✓ Inscripción: La empresa debe inscribirse en el programa a través de la página web de ProColombia. El proceso de inscripción es gratuito.
- ✓ Evaluación: La empresa debe completar un formulario de evaluación que evalúa su potencial exportador. El formulario de evaluación cubre temas como el producto o servicio de la empresa, el mercado objetivo, la capacidad exportadora y el plan de internacionalización de la empresa.

- ✓ Selección: Las empresas que cumplen con los requisitos del programa son seleccionadas por un comité técnico. El comité técnico evalúa las empresas en función de su potencial exportador, su capacidad de implementación y su compromiso con el programa.
- ✓ Asignación de asesor: Las empresas seleccionadas son asignadas a un asesor de ProColombia que las acompañará durante todo el proceso de internacionalización. El asesor proporcionará asesoría y acompañamiento personalizado a la empresa en temas como la investigación de mercados, el marketing internacional, la logística y el comercio exterior.
- ✓ Implementación del plan de internacionalización: La empresa implementa su plan de internacionalización con el apoyo de su asesor. El plan de internacionalización puede incluir actividades como la investigación de mercados, la participación en ferias comerciales, la capacitación y la conexión con compradores internacionales.
- ✓ Acompañamiento: El asesor acompaña a la empresa durante la implementación de su plan de internacionalización. El asesor brinda asesoría y apoyo para garantizar el éxito del programa.

El programa Mipyme Internacional tiene una duración de un año. Durante este tiempo, la empresa recibirá asesoría y acompañamiento personalizado para internacionalizar su negocio. Este programa es una oportunidad valiosa para que las microempresas textiles colombianas se internacionalicen. El programa ofrece asesoría y acompañamiento personalizado, acceso a mercados internacionales y financiación para proyectos de internacionalización. (PROCOLOMBIA, s.f.)

Para poder analizar la mejor opción que se ajuste a las condiciones de la empresa y que esta pueda iniciar su proceso de internacionalización, se realizó un análisis comparativo entre las organizaciones:

Ilustración 5 Cuadro Comparativo Organizaciones



Fuente 5 Elaboración Propia.

Análisis Comparativo

- ***Proactividad en Internacionalización:*** Procolombia destaca por su enfoque directo en la internacionalización y la conexión con mercados extranjeros, lo que puede ser beneficioso para Amor Dulce Amor, ya que apoya la búsqueda activa de oportunidades globales, lo que resulta en un crecimiento sostenible, mayor resistencia económica y un posicionamiento estratégico en el mercado internacional. Este enfoque no solo amplía el alcance de la empresa, sino que también contribuye a su desarrollo a largo plazo y a su capacidad para enfrentar los desafíos del mercado global.
- ***Apoyo Financiero:*** Bancoldex
- ofrece herramientas financieras que pueden ser cruciales para la expansión internacional, además, el apoyo financiero de Bancoldex no solo provee los recursos necesarios para la internacionalización de la empresa, sino que también ofrece orientación estratégica y mitigación de riesgos, contribuyendo de manera integral al éxito en los mercados internacionales.

- ***Información y Asesoramiento:*** El Ministerio de Industria y Comercio puede ser valioso para comprender las políticas comerciales y normativas, de igual forma, son recursos fundamentales que permiten a la empresa enfrentar con éxito los desafíos de la internacionalización. Desde la comprensión de regulaciones hasta el respaldo estratégico, esta asistencia contribuye de manera integral al crecimiento y la competitividad global de la empresa.

De acuerdo con el análisis comparativo, se recomienda a Amor Dulce Amor priorizar Procolombia como aliado estratégico para su proceso de internacionalización. Las razones principales son, el enfoque especializado en la internacionalización que caracteriza a Procolombia gracias a que esta ofrece un conjunto de servicios y recursos específicamente diseñados para apoyar a las empresas colombianas en su expansión a mercados internacionales, además de su amplia gama de servicios que abarcan todos los aspectos del proceso de internacionalización, desde la investigación de mercados hasta la participación en ferias internacionales y la conexión con compradores potenciales, de igual forma Procolombia cuenta con gran cantidad de redes globales de oficinas que pueden proporcionar asistencia directa a la empresa en los mercados extranjeros.

Pese a que la empresa textil Amor Dulce Amor inició un proceso de internacionalización con Procolombia, la organización le ha devuelto su carta de presentación en varias ocasiones. Los creadores de la empresa afirman que Procolombia solicita información más detallada y concisa para realizar un análisis más factible de la compañía.

Esta situación ha generado cierta frustración en Amor Dulce Amor, ya que consideran que han proporcionado toda la información requerida en la carta de presentación. Sin embargo, es importante comprender que Procolombia debe evaluar cuidadosamente las empresas que desean recibir su apoyo, para asegurar que sus recursos se destinan a aquellas con mayor potencial de éxito en los mercados internacionales. Para superar este obstáculo, Amor Dulce Amor debería revisar cuidadosamente los requisitos de Procolombia y asegurarse de que su carta de presentación contenga toda la información solicitada de manera clara, concisa y organizada. También es recomendable que la empresa se comunique

directamente con Procolombia para solicitar información adicional sobre los requisitos y el proceso de evaluación.

Como recomendaciones adicionales, para que la empresa pueda realizar una buena carta de presentación ante Procolombia y así iniciar su proceso de internacionalización de manera exitosa, se propone la elaboración de un "Pitch" que resuma los aspectos más relevantes de la empresa y su potencial ante los mercados internacionales. El "Pitch" debe ser claro, conciso y convincente, y debe estar dirigido a captar la atención de los representantes de Procolombia, con esta estrategia se podrá presentar de manera más rápida y convincente la idea o propuesta de la compañía. Con una carta de presentación bien elaborada y un "Pitch" convincente, Amor Dulce Amor podrá aumentar sus posibilidades de obtener el apoyo de Procolombia e iniciar su proceso de internacionalización de manera exitosa.

Con base en lo anterior, se considera oportuno que la compañía continue con el proceso de expandir sus productos de la mano de Procolombia, ya que, se puede aprovechar de los servicios que la organización otorga para identificar los mercados más atractivos que se adapten al portafolio de Amor dulce Amor, desarrollar estrategias de marketing, participar en ferias internacionales, conectar con compradores internacionales.

Por último, Amor Dulce Amor tiene principalmente a México como país objetivo para internacionalizarse, para analizar la viabilidad del plan de internacionalización a dicho país se realiza un análisis PESTEL, con el fin de identificar las ventajas, desventajas y normatividad para poder realizar el proceso de internacionalización.

Ilustración 6 MATRIZ PESTEL MÉXICO



Fuente 6 Elaboración propia.

Factor Político

Tratados de Libre Comercio (TLC): El TLC en 1994, Colombia y Venezuela suscribieron con México un Acuerdo Comercial denominado Tratado del Grupo de los Tres (TLC-G3), el cual entró en vigor en enero de 1995. En agosto de 2009, Colombia y México culminaron trabajos de adecuación del Acuerdo, el cual se ajustó a las nuevas realidades comerciales luego de la salida de Venezuela en 2006. En junio de 2010 se suscribió el Protocolo Modificatorio que entró en vigor en agosto de 2011. Este TLC entre Colombia y México facilita el comercio bilateral y reduce barreras arancelarias. Es importante considerar las regulaciones específicas y los beneficios del acuerdo.

Estabilidad política: México ha experimentado estabilidad política en comparación con algunos períodos anteriores. Sin embargo, ha enfrentado desafíos relacionados con la seguridad, la corrupción y la

economía, que han generado tensiones políticas y sociales. El país ha tenido elecciones democráticas y cambios de gobierno, y la relación entre el gobierno federal, los gobiernos estatales y los diversos actores políticos ha sido un aspecto importante de la dinámica política en México.

La percepción de la estabilidad política puede variar según la región y los sectores de la sociedad. Además, la situación política puede estar influenciada por factores como eventos internacionales, desafíos económicos y cuestiones sociales.

Factor Económico

Tipo de cambio: Históricamente, el peso mexicano ha tendido a tener un valor más alto en comparación con el peso colombiano. Esto significa que, por lo general, se necesitarían más pesos colombianos para obtener la misma cantidad de bienes o servicios que se podrían adquirir con pesos mexicanos. En la actualidad el Peso colombiano se mantiene frente al peso mexicano a pesar de las crisis que sean vivido en el país cafetero.

Oportunidades:

- ✓ Mercado en crecimiento: México es una economía en expansión con una población considerable. Exportar allí podría significar acceso a un mercado más grande y oportunidades de crecimiento.
- ✓ Tratados comerciales: El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), ahora T-MEC, facilita el comercio entre México, Estados Unidos y Canadá. Esto beneficia a las exportaciones colombianas a México.
- ✓ Industria manufacturera: México tiene una sólida industria manufacturera. Exportar componentes o productos terminados podría ser una oportunidad.
- ✓ Turismo: México es un destino turístico popular. Exportar productos relacionados con el turismo, como artesanías o textiles, podría ser beneficioso.

Riesgos:

- ✓ Competencia local: México también produce muchos productos similares a los de Colombia. La competencia podría ser intensa.
- ✓ Barreras arancelarias y no arancelarias: A pesar de los acuerdos comerciales, pueden existir obstáculos en forma de aranceles, regulaciones o requisitos de etiquetado.
- ✓ Fluctuaciones cambiarias: Las variaciones en el tipo de cambio pueden afectar los precios de los productos exportados.
- ✓ Inestabilidad política o social: Eventos políticos o sociales en cualquiera de los países pueden afectar el comercio.
- ✓ Logística y transporte: La distancia geográfica y la calidad de la infraestructura logística pueden ser desafíos para las exportaciones.

Factor Social

Cultura y preferencias del consumidor: El perfil del consumidor mexicano presenta características específicas que deben considerarse al adaptar productos para la exportación desde Colombia.

- o Diferencias socioeconómicas

Las clases media-alta y alta en México buscan marcas que les aporten estatus. En contraste, los consumidores con menos poder adquisitivo pueden optar por opciones más económicas. Es importante crear un vínculo afectivo con la marca para mantener la lealtad.

- o Papel de la familia

La familia sigue siendo un pilar social importante en México. Las decisiones de compra se ven influenciadas por la opinión de todos los miembros, incluyendo abuelos, tíos y primos. El concepto de familia también se ha ampliado para incluir diversas estructuras familiares.

- o Enfoque en el público infantil

Gran parte del gasto familiar se destina a los hijos. Los productos y servicios para niños reciben especial atención y, a menudo, se busca una calidad superior a la que utilizan los padres.

- o Uso del crédito como método de compra

El crédito es uno de los principales métodos de compra en México. Las tarjetas de crédito se utilizan ampliamente para compras en línea y transacciones financieras.

- Compras en línea y comportamiento digital:

La penetración de Internet ha modificado el comportamiento de compra. Los consumidores mexicanos realizan compras en línea, especialmente de ropa, accesorios y descargas digitales. La investigación previa y la comparación de precios son comunes antes de comprar

Las tendencias de consumo en México están en constante evolución, influenciadas por factores como la tecnología, la economía y la cultura.

Factor Tecnológico

La innovación está llevando al sector avances en la tecnología que permiten una mayor rapidez en la logística y en la distribución hacia las tiendas permitiendo un desarrollo que favorece la difusión y proporciona un mayor conocimiento sobre la marca. Incentivando la confianza de los consumidores en las compras por internet estableciendo un nuevo canal de ventas y una oportunidad muy grande de crecimiento.

- Telas inteligentes: La nueva implementación de textiles con filtro UV, antimaterial, repelentes y prendas biodegradables son la materia prima del mañana
- La moda sostenible: Es una nueva tendencia que toma fuerza, reutilizar prendas.

Factor Ecológico

Hay una mayor concienciación social con el medio ambiente dentro de la RSC (Responsabilidad Social Corporativa) de las empresas, por lo que aparecen empresas verdes o coeficientes y todo tipo de políticas y estrategias, como el reciclado y el ahorro energético, que hagan a la empresa mejorar en su relación con la sociedad.

Leyes de protección medioambiental: El interés por el desarrollo sostenible en los proyectos de procesamiento de tejidos en México, en el caso de la industrialización de las prendas de vestir se toman en cuenta características ecológicas no contaminables y renovables. El estado planteo nuevas políticas para las empresas privadas para comprender la economía de los recursos naturales renovables, describiendo su relación con el medio ambiente.

Contaminación y Cambio climático: Las principales cuestiones medioambientales que se derivan de la actividad de la industria textil, tienen que ver con emisiones atmosféricas, vertidos en el agua y consumo de energía. El agua es el aspecto más preocupante; La industria textil usa el agua para limpiar las impurezas, aplicar tinturas y agentes de acabado para generar vapor.

Factor Legal

Licencias: La creación en el mercado y el reconocimiento ante la cámara de comercio, que debe estar inscrito en el registro mercantil para que sea efectiva la existencia nacional. Este tipo de sociedades puede ser constituida por una o más personas bien sea natural o jurídicas según el caso.

Leyes de Salud y seguridad laboral: Todas las empresas textiles están obligas a implementar una política de seguridad y salud en el trabajo, firmada por el director de la empresa textil. Su objetivo es promover la prevención de los riesgos que se pueden producir en la empresa, los trabajadores deben cumplir para prever los daños en salud, accidentes y las incapacidades.

En caso de que la empresa cuente con 20 o más trabajadores, deberá conformar un comité paritario, el cual está constituido por el mismo número de representantes de empleador y empleados de 4 integrantes como mínimo y 12 como máximo lo cual la empresa debe contar con un supervisor de seguridad y salud.

Discusión

Amor Dulce Amor es una compañía que revela una solidez como marca y el respaldo a ello ha sido la reputación de calidad en el mercado colombiano, cuenta con una gama de productos que se adaptan a diversos segmentos de mercado y que capta la atención de su público objetivo, adicional cuenta con una presencia tanto en canales físicos como en línea. Sin embargo, se logra identificar debilidades como la dependencia de las ventas en línea y los precios relativamente altos en comparación con competidores, se señala la falta de experiencia en la expansión internacional también como una debilidad potencial pero que se puede mitigar con asesoramientos personalizados. Las oportunidades incluyen un mercado textil en crecimiento a nivel nacional y la tendencia hacia productos sostenibles, lo que podría permitir a la empresa diversificar su oferta y aumentar su competitividad. Por otro lado, se destacan amenazas como la alta competencia en el mercado textil, la posible entrada de nuevos competidores con precios más bajos y las fluctuaciones económicas que podrían afectar las ventas.

El análisis FODA que se realizó a Amor Dulce Amor fue fundamental para poder brindar alternativas viables en el proceso de internacionalización, destacando la necesidad de considerar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para seleccionar el aliado más adecuado y asegurar un crecimiento sostenible. En el transcurso del estudio se identificó varias organizaciones potenciales para este propósito, entre ellas Bancóldex, el Ministerio de Comercio, Mejora postulación con Procolombia y el país objetivo México. En el cual se encontró los siguientes hallazgos; Bancóldex ofrece herramientas financieras y acceso a redes comerciales, mientras que el Ministerio de Comercio brinda asistencia en la identificación de mercados, certificaciones internacionales y promoción de la marca país. Procolombia, sin embargo, destaca por su enfoque especializado en la internacionalización y una amplia gama de servicios que abarcan desde investigación de mercados hasta conexión con compradores internacionales, siendo recomendada como aliado estratégico principal, aunque Amor Dulce Amor ha enfrentado dificultades en su intento de asociación con Procolombia, para ellos se evidencia que es crucial revisar y cumplir con sus requisitos para maximizar las oportunidades de éxito, por tal motivo se sugiere la

elaboración de una carta de presentación detallada y un "Pitch" convincente para captar la atención de Procolombia y avanzar exitosamente en su proceso de internacionalización.

Exportar desde Colombia a México ofrece diversas ventajas estratégicas para las empresas colombianas que buscan expandir su presencia en mercados internacionales. En primer lugar, la existencia de acuerdos comerciales bilaterales y tratados de libre comercio entre ambos países brinda oportunidades para acceder a un mercado mexicano con condiciones preferenciales y reducción de barreras arancelarias. Además, la diversidad de la economía mexicana y su crecimiento sostenido abren puertas a la introducción de una amplia gama de productos colombianos. La adaptación de productos a las preferencias y necesidades específicas del consumidor mexicano permite a las empresas colombianas diferenciarse y posicionarse favorablemente en este mercado, por medio de un análisis PESTEL identificamos las fuerzas externas a nivel macro que influyen sobre un negocio y pueden determinar su evolución, tanto en términos económicos como de reputación para la industria textil, puede resultar de gran utilidad para evaluar las características y los cambios del entorno que pueden afectar el éxito de una empresa, a partir de lo cual se pueden tomar decisiones acertadas en el momento oportuno.

Con el fin de evaluar si se cumplió o no con el objetivo general de dar a conocer las entidades que permiten y brindan apoyo para el proceso de internacionalización para la empresa, se incluyó un análisis interno y externo, y la identificación de varias entidades potenciales que podrían apoyar el proceso de internacionalización de la empresa, como Bancóldex, el Ministerio de Comercio y Procolombia, aunque con esta entidad la empresa ya ha iniciado un proceso de vinculación se brinda una propuesta de mejora de la postulación con Procolombia, por lo anterior, se indica que sí se logró el cumplimiento del objetivo general en la cual se describen los servicios que ofrecen estas entidades, destacando especialmente el papel de Procolombia como aliado estratégico principal; En conclusión, el presente trabajo cumple con el objetivo general de dar a conocer las entidades que permiten la internacionalización para la empresa Amor Dulce Amor al abordar aspectos relevantes como el análisis interno y externo, la identificación de aliados y recomendaciones estratégicas para el proceso de internacionalización.

Por último, en el escenario que la empresa Amor Dulce Amor haya tomado la decisión de internacionalizarse y logrado obtener clientes potenciales en el exterior, deberá implementar un área de comercio exterior en la empresa con el fin de agilizar los procesos logísticos y documentales para llevar a cabo la exportación al país destino y cumplir con la normatividad aduanera en ambos países.

Referencias

BANCOLDEX. (2024). Obtenido de https://www.bancoldex.com/es/sobre-bancoldex/quienes-somos/estrategia-corporativa/mas-global-4262

Dávila, G. G. (2000). *Metodología de la investigación.* Grupo editorial patria.

Hernández Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación.* McGraw-Hill.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* McGraw Hill.

ILLÁN, A. T. (04 de 2021). *APLICACIÓN OHMYWASTE.* Obtenido de https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/46916/TFG%20-%20201601980.pdf?sequence=3

INNPULSA. (2023). Obtenido de https://www.innpulsacolombia.com/

Lifeder. (19 de 05 de 2020). *Enfoque de la investigación: tipos y características*. Obtenido de https://www.lifeder.com/enfoque-investigacion/.

LOGYCOM. (2019). *Estado de la industria textil en México*. Obtenido de https://www.logycom.mx/blog/estado-industria-textil-mexico

LUIS, M. C. (5 de 2018). *ESTRETEGIA DE LANZAMIENTO DE UNA NUEVA MARCA DE ROPA CASUAL PARA DAMA EN LA CIUDAD DE MEXICO.* Obtenido de https://www.escatep.ipn.mx/especialidadmkt/productividad-academica/iepa/jorge-luis.pdf

Mipymes, M. (28 de 11 de 2023). Obtenido de https://www.mincit.gov.co/servicio-ciudadano/preguntas-frecuentes/mipymes

PROCOLOMBIA. (s.f.). Obtenido de https://procolombia.co/multimedia/video/procolombia-lanza-mipyme-internacional-para-sumar-empresas-la-base-exportadora-del-pais

Silva, N. (12 de Enero de 2024). Amor Dulce Amor. (A. N. Beltrán, Entrevistador)

TENDENCIAS TECNOLÓGICAS DE LA INDUSTRIA TEXTIL MEXICANA EN 2021. (01 de 06 de 2021). Obtenido de https://spmexico.mx/web/tendencias-tecnologicas-de-la-industria-textil-mexicana-en-2021/