

ANTEPROYECTO NUCLEO VIII

Profesor:

Julio Ramírez

Estudiante:

Juan Sebastian Correa

Asignatura:

Seminario de investigación

Administración de Negocios Internacionales

Universidad Pontificia Bolivariana

Bucaramanga, Santander

2016

ANTEPROYECTO

1.1 PROBLEMA

1.1.1 Identificación del problema:

Oportunidades de comercialización de los filtros de aire de gran calidad y de bajo coste a comparación de sus competidores.

1.1.2 Formulación del problema.

- ¿Que oportunidades podrían darse para la exportación de los filtros de aire?
- ¿Por qué se consideraría la apertura de un nuevo mercado?
- ¿Existe un grupo de clientes que deseen optar por comprar un producto de origen colombiano?

1.1.3 Descripción del problema

Se tiene una gran oportunidad al realizar la venta de este producto, debido a que es uno de alta demanda y que requiere de reposición cada cierto tiempo por parte del cliente. Es un producto el cual se encuentra muy por debajo del precio común del mercado y al entrar a un nuevo mercado internacional, sus precios podrían llegar a ser altamente competitivos, aun así se garantiza una gran calidad, debido a que sus materiales no son los comunes que se pueden encontrar en la gran mayoría de productos de este estilo.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Es evidente que la demanda de automóviles en el mundo ha crecido y cada vez el comprador se torna mucho más exigente debido a que las condiciones de los mercados han cambiado de manera muy drástica, tomando como mayor importancia el diseño y la calidad de sus productos, por ello los filtros de aire Partmo se acomodan a estas exigencias de los clientes actuales teniendo en cuenta más allá de todo la gran calidad/precio en todos sus productos llegando a ser muy competitivo en el mercado.

La venta y distribución de los filtros de aire de la marca Partmo ayudara a que la clientela más exigente quede satisfecha, por ello al realizar esta nueva inmersión de mercados extranjeros podemos llegar a nuevos usuarios que disfrutaran de productos de gran calidad y que se encuentran muy por debajo de los costos que se encuentran en diferentes países latino americanos. Por ello la incursión de este producto a mercados donde no se han llegado generaría grandes oportunidades para le empresa.

Encontrar nuevas oportunidades de mercado donde se pueda satisfacer las necesidades de cada uno de los usuarios que adquieran el producto. Mejorar la rentabilidad de la empresa encontrando oportunidades de negocio donde antes no se tenían para así poder generar nuevos ingresos. Tener presencia internacional en países donde antes no se tenía y así dar a conocer la gran calidad de la marca y obtener un mejor reconocimiento en el mercado local.

La solución que brinda la compañía Partmo es la demostración de que un producto puede llegar a ser de gran calidad sin tener altos costos de producción y venta, debido a la implementación de eficiente en cada uno de los procesos productivos y de distribución se puede llegar a obtener un producto de mejor calidad y duración que los competidores, con lo cual llegar a un nuevo mercado podría generar que la competencia aplique nuevas medidas, con lo cual el cliente o usuario pueda disfrutar de estas nuevas ventajas

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general.

- Diseñar una propuesta de internacionalización donde se de una nueva apertura de mercado y genere nuevos ingresos a la empresa PARTMO.

1.3.2 Objetivos específicos.

- Analizar la capacidad instalada de la empresa para ver si es capaz con la nueva demanda.
- Determinar qué tipo de mercado se ingresara y de qué manera se realizara una propuesta que sea acorde al lugar a donde llegara el nuevo producto.

- Establecer un modelo logístico para la comercialización del producto en el país de destino.
- Analizar los estados financieros de la empresa y así obtener información si la propuesta realizada es rentable o no para la compañía.

1.4 CRONOGRAMA

	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana
Actividad	1	2	3	4	5	6
Objetivos, Justificación, Anteproyecto en Norma APA.	x					
Diagnóstico de la Empresa Caracterización del Sector Variables Económicas. Tendencias Mundiales, Retos y Oportunidades	x	x				
Las 5 fuerzas de Porter Diamante de Porter Condiciones de los Factores Condiciones de la Demanda Sectores Afines y de Apoyo Estrategia, Estructura y Rivalidad de la Empresa			x			
Entrega Financiera Oportunidades de Mercado Preselección del Mercado Mercados Potenciales Selección del País Análisis del Mercado Objetivo Condiciones de Acceso Evaluación y Caracterización de los Acuerdos Vigentes Competencia Promoción				x		

Estrategia de Inmersión Estrategia de Producción Cantidades a Producir Costos Fijos Inversiones Tecnológicas para la Adaptación del Producto Hacia el Mercado Internacional					X	
Estrategia de DFI Cadena Logística de la Exportación Modalidad de Exportación Operadores Logísticos Dentro de la Cadena Medio y Modo de Transporte Empaque y Embalaje Ruta Internacional: Documentación Datos para Calcular Costos de DFI Costeo DFI						X
Evaluación Financiera Punto de equilibrio, tasa de retorno TIR, payback del proyecto						X
Sustentación final						X

1.5 BIBLIOGRAFÍA

Filtrosyfiltroscom. (2016). *Filtrosyfiltroscom*. Retrieved 21 July, 2016, from <http://www.filtrosyfiltros.com/Catálogo/VisordeProducto/tabid/97/Default.aspx?idProd=qzENpU/LBk=>

Partmocom. (2016). *Partmocom*. Retrieved 21 July, 2016, from <http://www.partmo.com/>

Ro-descom. (2016). *Ro-descom*. Retrieved 21 July, 2016, from <https://www.ro-des.com/mecanica/filtro-de-aire-que-es-y-para-que-sirve/>