

PLAN DE APLICACIÓN PARA LA EMPRESA ALUVIDRIOS HIPERCENTRO DEL ALUMINIO

PRESENTADO POR:
IVONE GISELLE CHAVES SARMIENTO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
BUCARAMANGA 2019



VIGILADA MINEDUCACIÓN

ALUVIDRIOS



**Hiper
Centro**

Aluminio

Carpintería de vidrio, aluminio y acero

PROBLEMA DE INVESTIGACION



JUSTIFICACIÓN



OBJETIVO GENERAL

- Estudio de acceso a mercados internacionales de los productos de la empresa Aluvidrios Hipercentro del Aluminio, localizada en Bucaramanga Santander.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar oferta exportable para los productos de la empresa Aluvidrios Hipercentro del Aluminio.



- Realizar inteligencia de mercados para acceso de los productos de la empresa Aluvidrios Hipercentro del Aluminio al mercado internacional.



- Determinar los requerimientos de acceso a mercados para los países seleccionados en la inteligencia de mercados.

MARCO TEÓRICO

Modelo planeación sistemática

1. Medición de oportunidades de mercado
2. Planteamiento de objetivos
3. Selección del modo de entrada
4. Formulación del plan de mercadeo
5. Ejecución

CONCEPTUAL

Mercado Potencial

Oferta Exportable

Mercado Objetivo

Tratado de Libre Comercio

Alianza Estratégica

MARCO LEGAL

Ley 7/1991

Decreto Único Aduanero 1165/2019

NSR 10

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

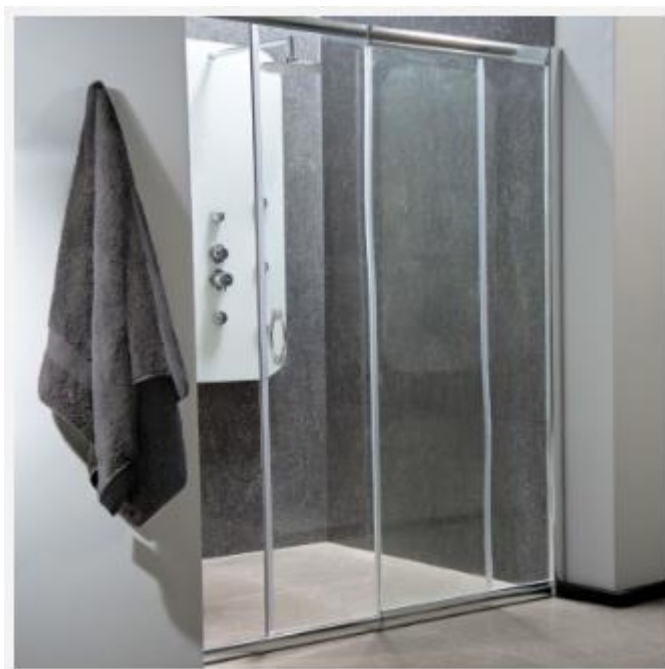
Exploratoria

Descriptivo

Cualitativo

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO 1



Oferta exportable

División de Baño

Medidas 1,35 x 1,85

Cap. Pcc 200 /1100u.men

Peso 35,2 Kgs

Condiciones Producto frágil

Maquinaria Tronzadoras,
retestadoras, copiadora, fresadora,
prensas y punzones.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO 2

Anexo Matriz

[C:\Users\User\Desktop\PROYECTO DE GRADO\Anexo B
Matriz de inteligencia de mercados.xlsx](C:\Users\User\Desktop\PROYECTO DE GRADO\Anexo B Matriz de inteligencia de mercados.xlsx)

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO 3

Aranceles Preferenciales

Para visualizar los datos del 2011 al 2020 hacer clic en el ícono



SUBPARTIDA	AÑO	ARANCEL NMF	ARANCEL PREFERENCIAL	OBSERVACIÓN	REGLA ESPECÍFICA DE ORIGEN
<input type="checkbox"/> 7610100000 Puertas, ventanas y sus marcos, bastidores y umbrales, de aluminio, excepto las construcciones prefabricadas de la partida 94.06.	2019	10%	0		Un cambio desde cualquier otra partida; o no se requiere un cambio de clasificación arancelaria, cumpliendo con un valor de contenido regional no menor a cincuenta por ciento (50%)
	2019	10%	0		
	2020		0		

Fuente: SUNAT

TLC Comunidad Andina

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO 3

TIPO DE PRODUCTO: LEY 29666-IGV 20.02.11

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Especificos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1.25%
Sobretasa Tributo	0%
Unidad de Medida:	(*)
Sobretasa Sanción	N.A.

Fuente: SUNAT

TLC Comunidad Andina

EXONERACION DE CERTIFICADO DE INSPECCION

NO APLICA

No existen restricciones de Inspección
No existen Prohibiciones de salida de la mercancía
No existen Prohibiciones del Ingreso de la mercancía

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO 3

DESCR.1	División de Baño Aluvidrios
DESCR.2	Composición: 89% vidrio templado, 5% perfiles de aluminio; rodamientos en nylon 1%.
DESCR.3	Características físicas y/o dimensiones, 1,35 metros de ancho por 1,85 metros de alto, sistema corredizo de fácil deslizamiento gracias a sus rodamientos en nylon.
DESCR.4	Proceso de obtención: Se realizan cortes de la perfilera de aluminio para construir el marco a cortes de 90°, se adicionan rodachinas a los vidrios templados para facilitar el sistema deslizante.
DESCR.5	Uso al que se destina: Protección y división de espacios de ducha-habitación con el fin de no permitir el ingreso del agua.

Fuente: SUNAT

TLC Comunidad Andina

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Dentro del análisis expuesto, es posible determinar que la empresa ALUVIDRIOS HIPERCENTRO DEL ALUMINIO cuenta con productos de calidad pero demuestra que debe fortalecer sus procesos de producción.

En este sentido, considero que la empresa cuenta con la capacidad para buscar alternativas de mejoramiento interno, innovación y evolución tecnológica dentro de su cadena de producción.

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

El mercado peruano presenta grandes oportunidades para el producto que Aluvidrios ofrece, puesto que en la actualidad esta en auge la construcción por lo cual los habitantes hacen crecer la demanda del producto, que es de excelente calidad.

La empresa Aluvidrios no solo tiene oportunidad en Perú, sino que muchos países tienen una gran demanda de este tipo de productos en los que podemos destacar algunos como Estados Unidos, Panamá y algunas islas del caribe, por mencionar algunos. Durante el estudio del mercado se observó la alta demanda que hay, en el mundo, de la carpintería de vidrio, aluminio y acero observando su mayor concentración en los países que dependen del sector turismo.

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

La planificación y desarrollo de las estrategias de acceso a mercados permite prepararse a la empresa del dinero que necesita invertir en su preparación de la organización seguido a sus líneas de productos.

El ingreso al mercado peruano a partir del próximo año presenta una ventaja gracias a la reducción a 0% del arancel de esta forma apunta a un precio competitivo para el producto.

RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Continuar con el estudio de mercados

Impactos percibidos por el estudiante.

Académico: Afinar conocimientos adquiridos aplicando en lo laboral.

Laboral: Desarrollar destreza frente a la búsqueda de mercados internacionales. Adquir experiencia.

Limitaciones

Económico

CONCLUSIONES DE LA PRÁCTICA

Enriquecedora

RECOMENDACIONES DE LA PRÁCTICA

Realizar ajustes en el presupuesto real para ingreso a mercados internacionales.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- DANE
- DATOS MACRO
- TRADE MAP
- BANCO MUNDIAL
- SUNAT

GRACIAS



unab

Universidad Autónoma de Bucaramanga

de puertas abiertas

VIGILADA MINEDUCACIÓN