

INSUMOS PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA LÍNEA LUXURY HOME DE LA EMPRESA SANTANDEREANA ALUVIDRIOS HIPERCENTRO DEL ALUMINIO S.A.S

PRESENTADO POR:
MARÍA ALEJANDRA DURÁN AGUDELO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
BUCARAMANGA 2020



unab

Universidad Autónoma de Bucaramanga

de puertas abiertas

VIGILADA MINEDUCACIÓN

ALUVIDRIOS



LUXURY HOME

PROBLEMA DE INVESTIGACION



- ✓ Alternativas
- ✓ Comercio electrónico
- ✓ Consumidor potencial
- ✓ Insumos / variables

JUSTIFICACIÓN

- ✓ Crecimiento exponencial
- ✓ Identificar y fortalecer
- ✓ Viabilidad de internacionalizar



OBJETIVO GENERAL

Generar insumos para el proceso de internacionalización para la línea Luxury Home de la empresa Santandereana Aluvidrios Hipercentro del Aluminio S.A.S



OBJETIVOS ESPECIFICOS

Identificar la oferta exportable para los productos de la línea Luxury Home de la empresa Santandereana Aluidrios Hipercentro del Aluminio S.A.S



Seleccionar el mercado objetivo internacional para el artículo potencial de la línea Luxury Home.



Analizar las condiciones de acceso para el artículo potencial de la línea Luxury Home.

MARCO TEÓRICO

- ✓ Teoría de la internacionalización.
(Beneficio – Costo)
- ✓ Internacionalización desde perspectiva de proceso.
(Operaciones, Relación)
- ✓ Teoría de localización.
(Factores productivos)

MARCO CONCEPTUAL

- ✓ Internacionalización
- ✓ Oferta exportable
- ✓ Mercado objetivo
- ✓ Condiciones de acceso
- ✓ Tratado de libre comercio
- ✓ Ecommerce

MARCO LEGAL

- ✓ Decreto único aduanero 1165 2019
- ✓ Ley 07 1991

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

- ✓ Exploratorio
- ✓ Cualitativo

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO 1

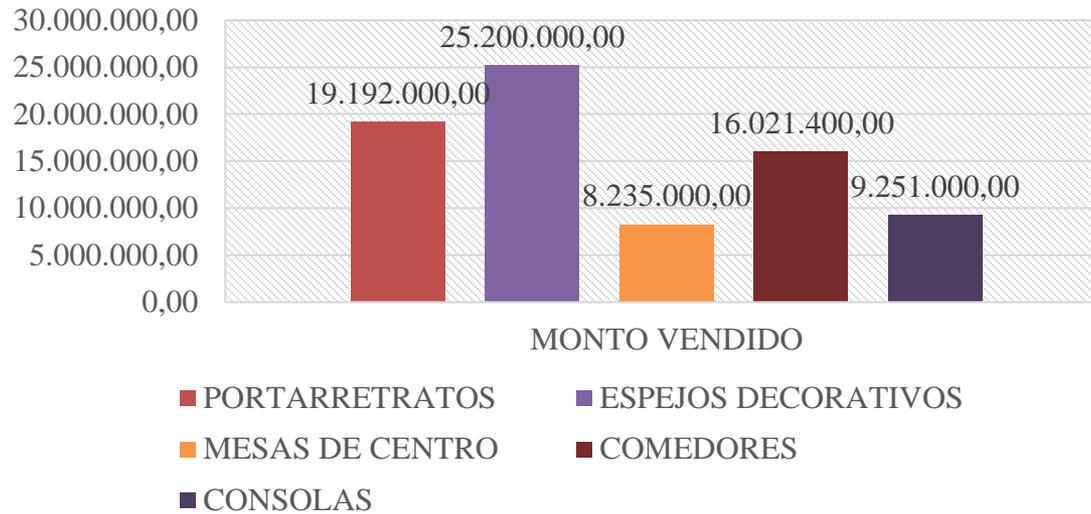
MATRIZ DOFA

- ✓ La línea Luxury Home se encuentra en una etapa inicial en la cual se hace necesario estructurar el proceso a seguir para poder competir en el mercado internacional.
- ✓ Las principales fortalezas de la línea son su capacidad de adaptarse a las necesidades del mercado, por medio del ecommerce y el valor agregado.
- ✓ A pesar de ser un mercado competitivo cumple con las características necesarias para mantenerse en el.

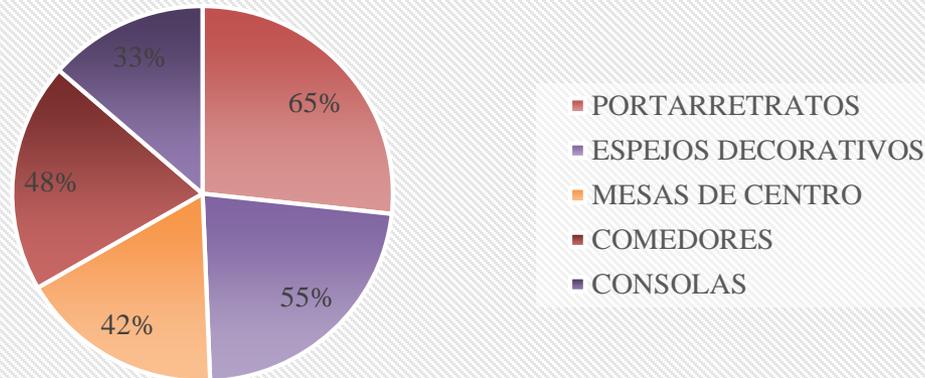
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO 1

PRODUCTOS MÁS VENDIDOS



RENTABILIDAD



RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO 1



Nombre	Portarretrato de lujo
Descripción	Portarretrato con base en madera de pino prensado, marco en espejo pulido, brillado y biselado, y detalles en pedrería.
Medidas	40 x 30 cm
Peso	2 kg
Condiciones	Producto frágil
Fabricado por	Aluvidrios Hipercentro del Aluminio, de la Línea Luxury Home

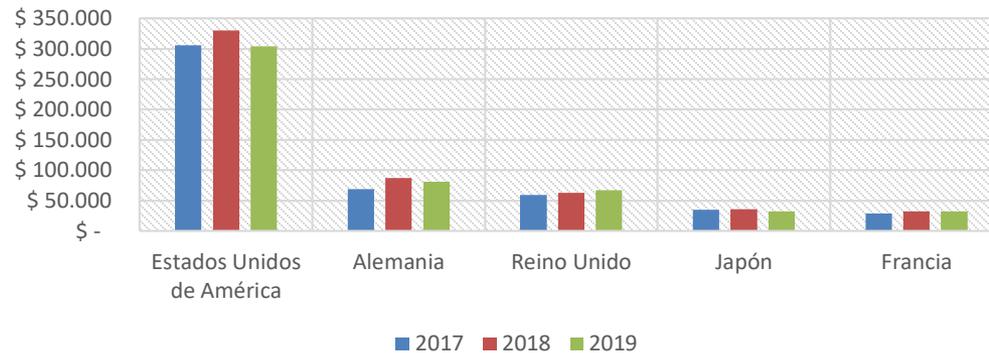
Código de nomenclatura:

4414.00.00.00

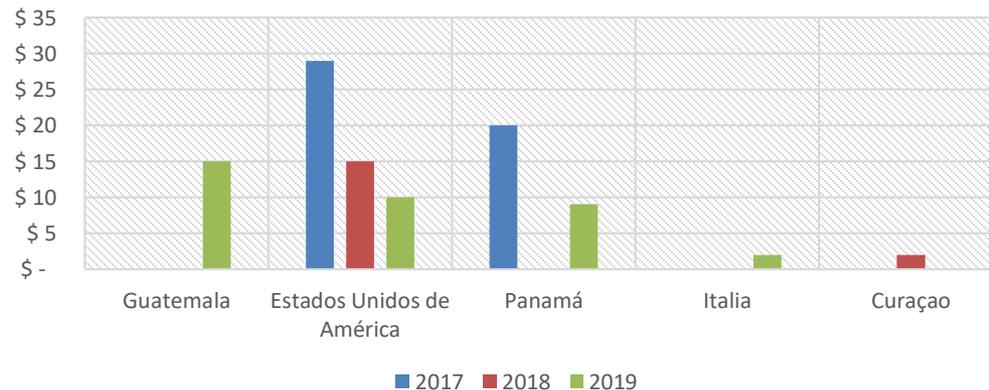
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO 2

PRINCIPALES IMPORTADORES DE LA PARTIDA ARANCELARIA 44.14 (Cifras en miles de dolares)



PAISES IMPORTADORES DE LA PARTIDA ARANCELARIA 44.14 EXPORTADA POR COLOMBIA (Cifras en miles de dolares)



RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO 2

MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADOS

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO 3

BARRERAS ARANCELARIAS

Heading/ Subheading	Stat Suf fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty ¹		
				1		2
				General	Special	
4414.00.00	00	Wooden frames for paintings, photographs, mirrors or similar objects	No.	3.9% \perp	Free (A*, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, MA, MX, OM, P, PA, PE, S, SG) 0.3% (KR)	33 1/3%

TLC COLOMBIA – ESTADOS UNIDOS

- ✓ IMPACTO POSITIVO COMERCIO, TURISMO E INVERSIÓN EN COLOMBIA
- ✓ SECTORES ECONOMICOS Y LA VIDA PRODUCTIVA NACIONAL
- ✓ INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

BARRERAS NO ARANCELARIAS

Organismo Federal de Aduanas y Protección Fronteriza de los Estados Unidos

- ✓ DOCUMENTACIÓN DE EMBARQUE (DOCUMENTOS DE TRANSPORTE)
- ✓ INSPECCIÓN ADUANERA
- ✓ PAGO DE ARANCELES
- ✓ CERTIFICADO FITOSANITARIO (PRODUCTOS MADERABLES Y NO MADERABLES)
- ✓ CERTIFICADO DE ORIGEN
- ✓ REGULACIONES GENERALES DE ETIQUETADO COMERCIAL
- ✓ DESCRIPCIONES MINIMAS

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- ✓ AMPLIO PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DE CALIDAD A BAJO COSTO DE PRODUCCIÓN
- ✓ NO TODOS LOS PRODUCTOS SON COMPETITIVOS A NIVEL INTERNACIONAL, NO MANEJAN EL MISMO MARGEN DE RENTABILIDAD.
- ✓ DIFÍCIL IDENTIFICAR UNA OFERTA EXPORTABLE DEFINITIVA YA QUE DEPENDE DE LAS TENDENCIAS DEL MOMENTO, LO CUAL HACE INCIERTO EL MOVIMIENTO DE LAS VENTAS.
- ✓ SE PUDO DETERMINAR EL PRODUCTO CON MAYOR ACOGIDA EN EL MERCADO NACIONAL Y CON EL MARGEN DE RENTABILIDAD MÁS ALTO ES EL PORTARRETRATO DE LUJO.

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- ✓ ESTADOS UNIDOS ES EL MAYOR IMPORTADOR DE LA PARTIDA ARANCELARIA Y ADEMÁS EL PRINCIPAL SOCIO COMERCIAL DE COLOMBIA.
- ✓ PAÍS CON MAYOR DEMANDA EN ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EL HOGAR, CONVIRTIÉNDOSE ASÍ EN LA MEJOR OPCIÓN PARA QUE LA EMPRESA INICIE SUS OPERACIONES INTERNACIONALES.

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

LA PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE ACCESO AL MERCADO LE PERMITE A LA EMPRESA ESTABLECER EL PRESUPUESTO A INVERTIR EN EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN Y ADEMÁS AJUSTAR LOS PRODUCTOS SEGÚN LAS NORMAS DE ETIQUETADO, CONDICIONES FITOSANITARIAS, ENTRE OTROS, QUE ESTE REQUIERE.

RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- ✓ MEJORAMIENTO INTERNO, INNOVACIÓN Y EVOLUCIÓN TECNOLÓGICA.
- ✓ DIAGNÓSTICO CONTINUO SELECCIONANDO OFERTA EXPORTABLE QUE SE AJUSTE A LA TEMPORADA.

INFORME DE GESTIÓN

Funciones	Acciones específicas desarrolladas	Tiempo de ejecución	Recursos empleados	Impactos
<ul style="list-style-type: none">- REGISTRAR VENTAS MENSUALES.- REGISTRAR GASTOS Y COSTOS MENSUALES.- ORGANIZAR Y FICHAR ÓRDENES DE PRODUCCIÓN- LOGISTICA DE DESPACHO.- PAGO A PROVEEDORES.- COBRO DE CARTERA.	<ul style="list-style-type: none">- VENTAS Y REGISTRO DE CADA UNA DE ELLAS.- COMPRA DE MATERIALES Y OTROS GASTOS Y REGISTRO.- ELABORAR Y FICHAS ORDENES DE PRODUCCIÓN.- ORGANIZAR Y TRAZAR DESPACHOS.- HACER SEGUIMIENTO A PROVEEDORES Y PAGOS.- COBRAR A CLIENTES EN CARTERA PARA ACELERAR PAGOS.	DIARIO	SIIGO	<p>CADA UNA DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE MI PRACTICA LABORAL HAN TENIDO UN IMPACTO POSITVO TANTO PARA MI VIDA LABORAL COMO PARA LA EMPRESA.</p>

LOGROS ALCANZADOS

Objetivos y logros alcanzados	Medida en que se cumplió	Justificación
Adaptación a la empresa	8/10	El proceso de adaptación es largo, en cuanto a la vida universitaria y la vida laboral, la cual requiere mucha más responsabilidad.
Cumplimiento de tareas	10/10	Mantuve durante mi practica empresarial una actitud atenta y de compromiso, cumpliendo así cada una de las tareas asignadas.
Relación con los clientes	9/10	Mejore mis habilidades de comunicación y comprensión con los clientes, permitiendo que me desarrollara mejor.
Relaciones laborales	10/10	Aprendí a convivir diariamente y trabajar en equipo con mis compañeros de trabajo, aceptando y mejorando las pocas diferencias que se presentan.

Impactos percibidos por el estudiante.

Académico: Buenas bases conceptuales, sin embargo es necesario afinar conocimientos para poner en práctica en el área laboral.

Laboral: Cambio de etapa. Relación práctica empresarial y conocimientos adquiridos.

Limitaciones

Económico

CONCLUSIONES DE LA PRÁCTICA

Proceso enriquecedor para mi vida laboral y personal.

RECOMENDACIONES DE LA PRÁCTICA

Realizar ajustes en las empresas opcionales para realizar la practica empresarial.

FUENTES DE INFORMACION

- ✓ *DANE*
- ✓ *DATOS MACRO*
- ✓ *TRADE MAP*
- ✓ *TLC*
- ✓ *BANCO MUNDIAL*

GRACIAS



unab

Universidad Autónoma de Bucaramanga

de puertas abiertas

VIGILADA MINEDUCACIÓN