

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM
RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo a la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA COMERCIAL CON ÉNFASIS EN COMERCIO EXTERIOR.
2	TÍTULO DEL PROYECTO	PLAN ESTRATÉGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN INCONCAR S.A.S 2014 - 2017
3	AUTOR(es)	ANGELICA YEPES RAMÍREZ, JENIFFER RIVERA NESTIEL Y LUIS FELIPE MESA SANABRIA
4	AÑO Y MES	2014/ ABRIL
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	LUZ SOFIA MENDEZ ALVAREZ
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>This paper aims to develop the internationalization plan Company INCONCAR S.A.S, allowing their products into the Latin American market. Through this work was determined as target country Dominican Republic, Peru as an alternate country and Ecuador as quota Country , carrying out market research.</p> <p>In the first chapter, we expose the problem and justify its development, a general objective and specific objectives identified in the strategy and methodology research focuses described.</p> <p>The second chapter was dedicated to exposing the strategic planning, with a general description and a brief history of the company. We presented the mission and vision, and the fundamental principles of this strategy were detailed within the organizational structure and emphasis on product portfolio to develop in the international market</p> <p>In the third chapter we enter the actual analysis of research, verifying the international potential of the company, both studied the domestic sector and external, were visualized and analyzed financial indicators, and the ability of the company to enter measured in the international market, as well as continuous improvement plans.</p> <p>The market analysis is explaining in the fourth chapter, performing a market intelligence, product and services exported is verified, we made a selection of ten countries focusing mainly on comparing the target country against the other and all pro se verified and against products and competition. Distribution channels focused on the target country, alternative country and country quota were also analyzed.</p> <p>In chapter five the formulation of strategies for the internationalization of the company was made, exposing the generic competitive strategies of each of the areas: personnel, finance, production and also international area; exposing a guide for defining strategies for product: design, packaging and differentiation.</p> <p>Goals and strategies are presented in the last chapter in which internationalization is evaluated, thus reaching the project's viability, landing the budget and schedule, analyzing the structure of the company and doing better for prepare the company for the project of internationalization.</p>
7	PALABRAS CLAVES	Se extraen del marco teórico o conceptual del proyecto (máximo 5 palabras).
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	SECTOR MANUFACTURA - CARROCERÍAS
9	TIPO DE ESTUDIO	PLAN EXPORTADOR
10	OBJETIVO GENERAL	Diseñar el plan de internacionalización para la empresa INCONCAR S.A.S desarrollando carrocerías para el mercado latinoamericano.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar un estudio de mercado, mediante el cual se definan los países y nichos para incursionar internacionalmente. 2. Seleccionar las líneas de producto específicas con las cuales se ingresará al mercado internacional y las características técnicas que se requieren para ajustarse a las necesidades del transporte en estos mercados. 3. Analizar el crecimiento y oportunidades en el sector automotriz en Colombia y aumentar la participación en la línea de buses intermunicipales en un 20% para el año 2014. 4. Identificar las necesidades y expectativas del sector automotriz en República Dominicana, Ecuador y Perú. 5. Identificar los principales competidores en el país objetivo, alterno y contingente. 6. Para el primer trimestre de 2014, mediante un agente comercial se entrará al mercado de República Dominicana en la línea de buses para el transporte interprovincial y se definirá la logística para la exportación de los buses. 7. Para el 2014, se realizarán ajustes en los procesos para mejorar los tiempos de producción y que de esta manera sean más óptimos para el proceso de internacionalización. 8. Para el primer trimestre de 2014, se tendrá un nuevo desarrollo de producto para la línea de buses de 40 pasajeros que se ajusta al transporte intermunicipal a nivel nacional y al transporte interprovincial en los mercados internacionales. 9. Maximizar la tasa de retorno sobre las inversiones en capital que realiza la compañía para el segundo trimestre del 2014. 10. Mejorar la relación de ingresos respecto de los activos productivos mediante la racionalización de los costos al cierre del 2014.

12	RESUMEN GENERAL	<p>El presente trabajo tiene por objetivo elaborar el plan de internacionalización de la empresa INCONCAR S.AS, permitiendo introducir sus productos en el mercado Latinoamericano. A través de este trabajo se determinó como país objetivo República Dominicana, país alterno Perú y país contingente Ecuador, realizando para ello una investigación de mercados.</p> <p>En el primer capítulo, planteamos el problema y justificamos la realización del mismo, se determinó un objetivo general y se describieron los objetivos específicos en los que se enfoca la estrategia y la metodología aplicada a la investigación.</p> <p>El segundo capítulo fue dedicado a exponer la planificación estratégica, con una descripción general y una breve reseña histórica de la compañía. Se abordó y presentó la misión y la visión, se detallaron los principios fundamentales de esta estrategia, dentro de la estructura organizacional y haciendo hincapié en el portafolio de productos a desarrollar en el mercado internacional.</p> <p>En el tercer capítulo nos adentramos en el análisis propiamente dicho de la investigación, verificando el potencial internacional de la compañía, se estudió tanto el sector interno como el externo, se visualizaron y analizaron los indicadores financieros y se midió la capacidad de la empresa para ingresar en el mercado internacional, así como los planes de mejora continua.</p> <p>El análisis de mercado fue abordado en el cuarto capítulo, realizando una inteligencia de mercados, se verificó el producto y servicios a exportar, realizamos una selección de diez países enfocándonos principalmente en comparar el país objetivo frente a los demás y se verificó todos los pro y contra de los productos y la competencia. También se analizaron los canales de distribución enfocados en el país objetivo, el país alterno y el país contingente.</p> <p>En el capítulo cinco se realizó la formulación de estrategias para la internacionalización de la compañía, exponiendo la genérica, las competitivas, las estrategias de cada una de las áreas: de personal, financiera, producción y por su puesto el área internacional; donde se dispuso de una guía para la definición de las estrategias dirigidas al producto: diseño, empaque y diferenciación del mismo.</p> <p>En el último capítulo en el cual se evalúa la internacionalización, se presentan los objetivos del plan, metas y estrategias llegando así a la viabilidad del proyecto, aterrizando el presupuesto y el cronograma, realizando un análisis a la estructura de la compañía y realizando mejoras para preparar la empresa para el proyecto de internacionalización.</p>
13	CONCLUSIONES.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar este plan de internacionalización para Inconcar nos muestra lo importante que es seguir una metodología para emprender un proyecto de esta magnitud dentro de una compañía, pues es necesario hacer una evaluación interna y externa de la misma, lo cual nos permita identificar las mejores estrategias para poder entrar a un mercado internacional y así mismo la permanencia y sostenibilidad en el tiempo en cada uno de los mercados. 2. Por medio de este trabajo logramos relacionar todos los aspectos teóricos aprendidos en cada una de las asignaturas vistas en clase, pero que con la aplicación práctica de estos en el trabajo realizado, nos da una visión diferente de las cosas., lo cual nos permite ahora estar preparados para enfrentar retos de esta magnitud en nuestra vida laboral de forma exitosa. 3. Es importante mencionar que entender y manejar bien los conceptos es relevante para el éxito de un proyecto de internacionalización, ya que es la base para diseñar las acciones que se van a ejecutar para su cumplimiento de forma satisfactoria y nos permite estar mejor preparados para en un futuro asesorar empresas que busquen emprender el camino de la internacionalización preparándonos paso a paso y de forma estructurada a lograr este gran reto. 4. Nos parece importante haber participado en la realización de este proyecto para la empresa Inconcar, ya que logramos aportar nuestros conocimientos adquiridos así como nuestras ideas y sugerencias para este proceso que piensa emprender la compañía, lo cual es una gran satisfacción personal para cada uno de los miembros tomando en cuenta que es un trabajo real y que va a tener grandes beneficios e impactos en diferentes aspectos.
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>AEADE. (2012). ANUARIO 2012. Recuperado el NOVIEMBRE de 2013, de http://aeade.net/web/images/stories/catalogos/anuariodosmldoce.pdf</p> <p>DANE. (SEPTIEMBRE de 2013). CUENTAS NACIONALES TRIMESTRALES - PRODUCTO INTERNO BRUTO, BOLETÍN DE PRENSA. Recuperado el NOVIEMBRE de 2013, de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bolet_PIB_Iltrim13.pdf</p> <p>DANE. (2013). ENCUESTA DE TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS. Recuperado el NOVIEMBRE de 2013, de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/transporte/bolet_transp_Iltrim13.pdf</p> <p>PROECUADOR. (2013). ANÁLISIS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ. Recuperado el NOVIEMBRE de 2013, de http://www.proecuador.gob.ec/pubs/analisis-sector-automotriz-2013/</p> <p>PROECUADOR. (2013). GUÍA COMERCIAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. Recuperado el NOVIEMBRE de 2013, de http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-ecuador-2013/</p> <p>PROEXPORT. (SEPTIEMBRE de 2012). INDUSTRIA AUTOMOTRIZ EN COLOMBIA. Recuperado el NOVIEMBRE de 2013, de http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/Perfil%20Automotriz_%20Septiembre%202012%20Final%20(2).pdf</p> <p>RESEARCH, B. (26 de DICIEMBRE de 2012). SITUACIÓN AUTOMOTRIZ COLOMBIA. Recuperado el NOVIEMBRE de 2013, de http://serviciodeestudios.bbva.com/KETD/fbin/mult/1301_SitAutomotriz_Colombia_Ene13_tcm346-364303.pdf?ts=1422013</p> <p>Base de datos BPR Benchmark www.inconcarcolombia.com</p> <p>http://webmastercccd.wix.com/camaracoldominicana#!republica-dominicana/c1pec</p> <p>http://www.conectate.com.do/articulo/transporte-terrestre-republica-dominicana/</p> <p>http://listindiario.com/la-republica/2013/8/5/287180/Sector-transporte-amenaza-con-hacer-paralizaciones-en-un-plazo-de-15-dias</p> <p>CIA World Factbook</p> <p>Dirección general de impuestos internos – República dominicana</p> <p>Trademap</p> <p>Administración Estratégica, Competitividad y globalización. Hitt. Ireland, Hoskisson Séptima edición 2008.</p>