

	ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO	Código: F-PI-028
		Versión: 01
		Página 1 de 3

“HACIA UN PLAN EXPORTADOR”

UNA OPCION PARA LA EMPRESA METÁLICAS EL TÚNEL LTDA.

CATALINA TORO RÚA

INSTITUCION UNIVERSITARIA DE ENVIGADO

ktatoro6@hotmail.com

CLAUDIA MARCELA OROZCO GONZALEZ

INSTITUCION UNIVERSITARIA DE ENVIGADO

marcela.orozcog@gmail.com

ANDRES VELASQUEZ CARDONA

INSTITUCION UNIVERSITARIA DE ENVIGADO

firu1231@hotmail.com

Las condiciones económicas en el mercado actual, caracterizado por el efecto de la globalización, por la cercanía de los mercados, por el rompimiento absoluto de las fronteras como mecanismo de interacción e integración económica, por la dinámica de nuevas empresas interviniendo en las imperfecciones del mercado, en la insatisfacción de las necesidades de los clientes, y, en la inexistencia a veces de productos destinados a satisfacer necesidades específicas del mercado, dan la oportunidad de empezar a pensar en condiciones que como la creación de empresas o el desarrollo de nuevas dimensiones de negocios, como una de las opciones mas respetadas y apoyadas en la actualidad.

En estas condiciones, lo que también genera claridad, es que buscando o superando la supervivencia empresarial, la formulación y desarrollo de estrategias de penetración de nuevos mercados, se hace necesaria como indispensable en el mundo moderno.

Para nuestro caso, el pensar en los usos que nuestro país y otros espacios del orbe presentan para diferentes materiales, unas veces en calidad de producto final otras veces como materia prima para la transformación de productos o servicios finales, se ha encontrado entre las opciones importantes, la búsqueda y gestión del mercado internacional para la satisfacción de necesidades medianamente satisfechas o insatisfechas, pues las cifras demuestran que existen condiciones de

	ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO	Código: F-PI-028
		Versión: 01
		Página 2 de 3

negociación y competitividad que facilitan incursionar en esos mercados.

La empresa Industria Metálicas el Túnel Ltda., empresa productora y comercializadora de productos destinados al mercado del estado, a entidades prestadoras de servicios públicos en general, específicamente en los servicios de acueducto y alcantarillado, presenta hoy condiciones de competitividad en el mercado local, sin embargo podríamos intuir que una empresa que aún no es líder en el mercado local, no puede pensar en la estrategia de desarrollo de nuevos productos y desarrollo de nuevos mercados y menos aún, en la dinámica del mercado internacional.

En nuestra condición de estudiantes, hemos incorporado herramientas teórico prácticas que nos han llevado a identificar para los usos de los productos de Metálicas el Túnel Ltda., mercados potenciales de condiciones apropiadas para ser atendidas de manera directa o mediante alianza como su desarrollo lo demuestra. Es por ello, que la información secundaria estructurada, sistematizada y analizada en su plena dimensión, clasifica en primera medida los mercados de Perú y Argentina como los de mayor prioridad para la empresa, mercados que bajo las condiciones de operación de los prestadores y administradores de servicios públicos, no cuentan en esos países con infraestructura técnica, administrativa y operativa para la producción y comercialización de nuestros productos, razón suficiente para pensar que contando con la experiencia de la empresa en Colombia y específicamente en Antioquia, tenga éxito en la incursión del nuevo mercado.

Desde el punto de vista teórico y pragmático, hay inclinación a pensar que es mejor tratar de operar al máximo con flujos de caja positivos y lograr superar el punto de equilibrio como plataforma de superación en supervivencia, y buscar mecanismos y estrategias de crecimiento y rentabilidad.

El mercado local, no saturado, da muestra para la empresa, de la existencia de potencial para producir y comercializar a gran escala, pero los negocios de oportunidad, la incursión en los mercados argentino y peruano, generan en el comparativo economías de escala y benchmark en mejores condiciones para el mercado internacional que para el mercado nacional aún con los niveles de vulnerabilidad que presentan las condiciones políticas, sociales, legales entre otras no menos importantes.

Ofrece igualmente condiciones de operación productiva y competitiva, avanzar en el mercado regional y luego nacional para el caso Colombiano, sin embargo el nivel de centralización y las condiciones económicas y en general de negociación, presenta niveles de dificultad para operar de manera directa, pues el apalancamiento en corto plazo es un aspecto de vital importancia para generar márgenes de corto plazo y opciones de desarrollo en mediano y largo plazo.

La estrategia central escogida de entrar a mercados internacionales, muestra las condiciones de negociación y mercado, solo como estudio y soporte para la empresa pero, es prioritario buscar alianzas estratégicas sólidas en los países pretendidos para afianzar la inversión externa con la interna y blindar el riesgo de barreras de entrada y salida para esos mercados en los productos de Metálicas el Túnel Ltda.

Finalmente, el presente documento es muestra de la existencia de opciones no solo en el mercado nacional sino en el mercado internacional, y que las condiciones actuales de diversificación en mercados fuera del país y la integración económica, social y política nacional facilitan el incursionar y desarrollar nuevos negocios en mercados no competidos y de importante crecimiento con necesidades insatisfechas, pues la tendencia creciente de la demanda, la inexistencia de oferta local en esos países, es razón sólida para

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO	ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO	Código: F-PI-028
		Versión: 01
		Página 3 de 3

poder pretender las alianzas de afianzamiento para el caso de países escogidos en el estudio.

Sin lugar a dudas, se convierte en una guía estratégica para el empresario en la medida en que las opciones de negocio rentable son por ahora, solo opciones que se recomienda avancen hacia el proceso de implementación para generar o buscar diferentes y mejores maneras de generar retorno para los grupos de interés directos de la empresa y el empresario.