



SILLA ERGONÓMICA PARA LA SALUD LABORAL

Presentado por:

Edgar Echeverry Avila

Izabela Restrepo Ramirez

Profesor:

Vladimir Álvarez Rojas

Asignatura:

Opción de grado

Corporación universitaria Minuto de Dios

Uniminuto – Seccional Bello

Ciencias económicas y administrativas

Tecnología en mercadeo internacional

Bello, Colombia

2020

Dedicatoria

Este trabajo va dedicado a todas las personas que nos han acompañado y ayudado a lo largo de este camino universitario que nos han visto crecer poco a poco y por confiar en que lo podíamos lograr hasta llegar al final del recorrido: profesores, compañeros, familiares, empleadores y amigos.

Contenido

1.	Resumen.....	5
2.	Tema general.....	6
2.1	Tema específico:.....	6
2.2	Descripción del problema:	6
3.	Pregunta General	7
3.1	Preguntas específicas.....	7
4.	Justificación.....	8
5.	Objetivo general.....	8
5.1	Objetivos específicos.....	8
6.	Marco teórico.....	9
7.	Teorías.....	11
8.	Metodología.....	11
8.1	Descripción del producto.....	12
8.2	Demografía de Gran Bretaña.....	12
9.	INTELIGENCIA DE MERCADOS.....	13
9.1	Clientes.....	13
9.2	Población.....	14
9.3	Contexto geográfico.....	14
9.4	Canales de distribución y competencia.....	14
9.5	Tamaño del mercado.....	14
9.6	Factores económicos.....	15
9.7	Factor Político.....	16
9.8	Factor Económico.....	16
9.9	Factor social.....	16
9.10	Factor Tecnológicos.....	17
9.11	Conclusiones análisis peste.....	17
10.	Matriz DOFA.....	18
11.	Segmentación.....	19
12.	Fuerzas de poder.....	20
12.1	Poder de negociación con el cliente.....	20
12.2	Poder de negociación de los proveedores.....	20

12.3 Barreras de entrada.....	21
12.4 Barreras de salida.....	21
12.5 Rivalidad entre competidores.....	21
13. Introducción del producto.....	22
14. Implementación del proyecto.....	22
14.1 Capacitación a personal.....	22
14.2 Diagrama de grant.....	22
14.3 Recursos disponibles o necesarios.....	23
15. Indicadores de seguimiento.....	23
15.1 Negociaciones cerradas:.....	23
15.2 Nivel de cumplimiento en entregas:.....	24
15.3 Costos operacionales:.....	24
15.4 Utilidad Operacional:.....	24
15.5 Recomendaciones o conclusiones.....	24
Bibliografía.....	26

1. Resumen

En la siguiente investigación se podrá apreciar el estudio que se va a realizar para la exportación de una silla ergonómica de una empresa que intenta entrar a un nuevo mercado para expandir sus conocimientos y el reconocimiento tanto de la misma como del país exportador en este caso Colombia a nivel internacional hacia el mercadeo Europeo de Gran Bretaña.

Se estudiará la viabilidad del proyecto ya que es un mercado al del cual no se tiene mucha información ni de los competidores a los cuales vamos a enfrentarnos como competencia para así tener una idea para tomar decisiones al final del proyecto.

Abstract

In the following investigation we will analyze a future study to be conducted regarding the export of an ergonomic chair from a company that seeks not only to enter a new market and also expand its knowledge, but likewise to be recognized by the European market of Great Britain and bring recognition to Colombia as the exporting country.

We will study the viability of the project since this is a market from which there is not a lot of information; not even when it comes to the competitors we would be facing so we could have an idea in order to make decisions at the end of the project.

Palabras clave

Exportación, viabilidad, estudio, mercado, investigar, competidores

Keywords

Exploration, viability, study, market, research, competitors

2. Tema general

Silla ergonómica inteligente para la salud laboral.

2.1 Tema específico:

Aporte que puede llevar esta silla ergonomía a los trabajadores en Gran Bretaña y la experiencia que puede brindarle este proceso de exportación a la empresa.

2.2 Descripción del problema:

Poco conocimiento del mercado al que se quiere a entrar con la silla ergonómica a Gran Bretaña y la competencia con la que se va a entrar competir en un país con tanta tecnología y que su economía se ha visto afectada por la actual situación que está viviendo el mundo.

2.3 Enunciado del problema

El desconocimiento del mercado objetivo para la exportación de sillas ergonómicas es una de las características que se va a trabajar en este trabajo aparte de estudiar la competencia que se tiene, con el desarrollo de tal se irá encontrando la información necesaria para saber que tan viable es el proyecto propuesto

3. Pregunta General

¿Cómo el desconocimiento del mercado británico y la avanzada tecnología afecta el proceso que se quiere llevar a cabo?

3.1 Preguntas específicas.

¿Qué acuerdos hay entre los países involucrados que den ventaja o desventaja para este proyecto?

¿El mercado objetivo al que se pretende impactar cuenta con la suficiente demanda para hacer rentable el negocio?

¿Qué tan competitivos son los países que participan en este mercado y que oportunidad se tiene en el mismo?

4. Justificación.

Se sabe que Gran Bretaña es un país donde las empresas tiene largas jornadas laborales que poco a poco puede ir perjudicando a los trabajadores de esta ocasionando múltiples dolencias y percances en la salud, lo cual ha llevado a la investigación constante de nuevos métodos y elementos que puedan mitigar estas afecciones. La idea de llevar una silla ergonómica que soluciona este problema parte de la necesidad de una empresa en desarrollo que busca ampliar sus conocimientos del mercado tanto a nivel nacional como internacional y así mismo lograr el reconocimiento que permita expandirse. Para esto se tendrá que impulsar una investigación que nos permita visualizar la viabilidad de que este producto llegue a el mercado objetivo creando un plan de acción robusto en cada uno de los aspectos tales como la logística de exportación la mercadotecnia necesaria, y el servicio post venta que se pueda ofrecer dentro de este mercado, y así lograr un objetivo de éxito en el proyecto establecido.

5. Objetivo general.

Generar estrategias de mercadeo el mercado al que se pretende entrar para así generar estrategias que le aporten la viabilidad al proyecto de sillas ergonómicas a Gran Bretaña

5.1 Objetivos específicos.

Indagar el tamaño del mercado al cual se tiene pensado impactar.

Analizar la viabilidad del proyecto a largo plazo.

Encontrar los factores ventajosos de la oferta exportable de sillas ergonómicas.

Factores de éxito para el ingreso

6. Marco teórico.

Para desarrollo de esta investigación se van a tener en cuenta unas teorías que le aportaran el correcto desarrollo del proyecto, se empezó por escoger la teoría de las 3c's de (Kenichi Ohmae), busca asegurar el éxito de un producto desde el inicio, estudiando los factores más representativos que son: la corporación, los cliente y la competencia, esto es lo que ayuda a una empresa a asegurar la viabilidad de este; así mismo aplicando la teoría clásica de la administración (Henry Fayol, 1917) dividiendo las actividades administrativas daría eficiencia a todos los procesos o estudios mercantiles para llevar a cabo la buena estructura mercantil, dándole a este proyecto la organización requerida, acompañada de la teoría burócrata (Max Weber, 1905) permitiría tener más claridad a la hora de realizar las tareas para la comercialización y exportación de un producto poniendo en claro desde un inicio que tareas le pertenece a quien y dejando claro los niveles jerárquicos para la toma de decisiones frente al producto a exportar, esto ayuda a la hora de la toma de decisiones dejando claro quiénes son los responsables de estas evitando conflictos entre los involucrados. Según Ohmae en su libro "La Mente del Estratega (2004)" "una estrategia eficaz asegura la mejor y más sólida combinación de las fortalezas de la empresa y las necesidades de los clientes que la ofrecida por la competencia" Una empresa bien organizada y administrada puede crear mejores estrategias que cualquier otra empresa que compita con esta, ya que toma ventaja desde los altos mandos de la corporación que son quienes deben asegurar el éxito, lo cual menciona (Palomares, 2009) como "Conjunto de técnicas coordinadas entre fabricante y distribuidor, aplicadas en el punto de venta para motivar el acto de compra de la forma más rentable para ambos, satisfaciendo las necesidades del consumidor" Siempre debe existir una buena coordinación entre todas las partes para asegurar el bienestar del producto antes de llegar

al consumidor final, justo como dice (Philip Kotler, 1985) en su libro “fundamentos del marketing.” “Los proveedores contribuyen un vínculo importante del sistema general de entrega de valor de la empresa hacia el cliente.” Estos deber ser seleccionados de una manera correcta ya que deben prestar un buen servicio para que ninguno de los productos se vea afectado al ser entregado, porque ahí es donde está en juego el nombre de la empresa o el producto como tal, afectando la lealtad que un consumidor pueda brindarle a una empresa.

Koch (2001), menciona en general se tienen en cuenta tres etapas para el proceso de selección de mercados objetivos las cuales son proyectar, identificar y selección.

Proyectar: para esto es útil revisar los niveles macroeconómicos y así clasificar y descartar a los países que no cumplan con el proyecto de exportación.

Identificar: este se usa para identificar los segmentos de mercado en el país escogido el cual tiene como base información como factores y competencias del mercado.

Selección: En esta etapa ayuda a determinar las posibles ganancias y la compatibilidad del producto Hill (2002), una vez se toma la decisión de impactar un mercado con un producto se debe buscar la manera más adecuada para entrar hay seis tipos de entrada a mercados extranjeros los cuales son Exportar, Proyectos Turnkey, licencias, franquicias, alianzas, estrategias, filiales completamente poseídas El producto es cualquier cosa que provee una satisfacción, puede tratarse de un bien, artículo o servicio y se obtiene a través de un intercambio (Daniel, P, 2008, Pag 107). Los consumidores no compran solo un atributo o producto físico sino la manera con más valor agregado de suplir sus necesidades por lo cual se puede concluir que los consumidores adquieren un artículo realmente adquieren beneficios y satisfacción de obtener el mismo.

De acuerdo con Ferrer (1999) Latinoamérica no logra nivelar el proceso de globalización al que se ve sometido el planeta ni generar impacto en una futura reforma al sistema financiero internacional, pero si puede implementar un proceso de reformas internas para liberar las fuerzas del crecimiento y así lograr que este poco a poco se nivele a los procesos mundiales

7. Teorías

- Teoría de las 3c's Kenichi Ohmae
- Teoría clásica de la administración Henry Fayol
- Teoría burocrática Max Weber
- La mente del estratega Kenichi Ohmae
- Teoría del mercadeo de José Ariel Giraldo López
- Fundamentos del marketing Philip Kotler

8. Metodología

Este trabajo se considera como descriptivo debido a que según el estudio que se está realizando poco a poco se describe la forma o las condiciones en que se planean las cosas para llevar a cabo el proyecto.

8.1 Método de investigación

Se considera que este trabajo implementa un método inductivo debido a que parte de lo específico a lo general, considerando que lo pensado era estudiar un solo mercado pero que a medida que se avanza se descubre la necesidad de estudiar más mercados ya que la competencia que hay en este lo exige.

8.2 Descripción del producto

Silla ergonómica que aminora las afecciones que dejan las largas horas de trabajo al estar sentado en una silla convencional, esta silla presenta varias características que dan ventaja sobre otras, por ejemplo.

Estructura que permite el adecuado impacto en la columna acompañado de un espaldar reclinable para conseguir más comodidad y mejor postura, un soporte lo suficiente fuerte para sostener el peso de una persona hasta 130 Kg, adicional un graduador de altura, unos soportes de mano para más comodidad, también una base con 5 ruedas para facilitar el desplazamiento de esta además de los materiales que aseguran la durabilidad del producto bajo las condiciones adecuadas.

8.3 Demografía de Gran Bretaña

Reino Unido, situada en el norte de Europa, tiene una superficie de 243.610 Km², con una población de 67.025.542 personas, es un país muy poblado y tiene una densidad de población de 275 habitantes por Km². Su capital es Londres y su moneda Libras esterlinas.

Reino Unido es una de las 10 economías más importantes del mundo por volumen de PIB. Su deuda pública en 2019 fue de 2.223.544 millones de euros, con una deuda del 85,4% del PIB. Su deuda per cápita es de 33.175€ euros por habitante, luego sus habitantes están entre los más endeudados del mundo.

La última tasa de variación anual del IPC publicada en Reino Unido es de septiembre de 2020 y fue del 0,5%.

El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de Reino Unido, en 2019, fue de 37.760€ euros, por lo que se encuentra en una buena posición, ya que ocupa el puesto 23 del ranking, lo que supone que su población tiene un buen nivel de vida en relación con los 196 países del ranking de PIB per cápita.

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva nos muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los británicos se encuentran entre los que mejor calidad de vida tiene.

En cuanto al Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en Reino Unido ha sido de 80 puntos, así pues, sus habitantes tienen un bajo nivel de percepción de corrupción gubernamental.

Gran Bretaña la rige el sistema político del Reino Unido. Allí se aplica una Monarquía parlamentaria en la que el jefe del Estado es el Soberano. La monarquía es hereditaria y el príncipe heredero lleva el título de Príncipe de Gales.

A diferencia de otros regímenes, el británico no tiene Constitución escrita. Es decir, no tiene un código político unitario, con un procedimiento especial de formalización y de reforma. La Constitución en sentido material tiene como fuentes, en primer lugar, el Derecho Estatutario.

9. INTELIGENCIA DE MERCADOS.

9.1 Clientes.

El producto está dirigido a empresas que laboran largas horas en el territorio nacional, por ello este puede aplicar a dicho segmento en Gran Bretaña.

9.2 Población.

El 17% de la población tiene menos de 15 años, el 67% entre 15 y 65 años, y sobre el 16% más de 65 y el crecimiento de la población es muy bajo (0,3%). Así que nuestros principales demandantes serian adultos y empresas que tengan largos turnos y que deban permanecer sentados por largas jornadas laborales ya sean hombres o mujeres

9.3 Contexto geográfico.

Según Analdex, Colombia exporto en 2019 al Reino Unido 526 millones de dólares, con un aumento de 13,6 por ciento. frente al 2017, cuando envió 463 millones de dólares. Se trató principalmente de banano, carbón, flores, café, petróleo, gasolina y aguacates. En cuanto a tecnología es China y Alemania quienes lideran las exportaciones a este país con un porcentaje del 13.7% Alemania y china con el 9.4%

9.4 Canales de distribución y competencia.

Ya que esto es una isla situada al norte de Europa la opción más viable para llegar a dicha isla seria vía marítima, aunque también está la opción aérea

9.5 Tamaño del mercado.

La seguridad y seguridad en el trabajo enmarca el mercado ergonómico el cual en gran bretaña se enmarca en un 3,69 por ciento el cual equivale a 1.021.972.000.000 anuales es una cifra significativa este por lo general es impactado por sus propias industrias productivas y solo importa materia prima para la realización de estos productos o bienes.

9.6 Factores económicos.

El Reino Unido es una de las principales naciones manufactureras, y los sectores más relevantes son la industria aeroespacial civil y militar, junto con la farmacéutica. El sector agrícola representa 0,6% del PIB, pero es muy productivo, ya que el país logra producir lo suficiente para abastecer 60% de su demanda alimentaria. El sector emplea a 1% de la población activa. El país produce principalmente patatas, remolacha, trigo y cebada. La cría de ganado (sobre todo ovino y bovino) sigue siendo una actividad muy importante. El sector pesquero está también muy desarrollado, pero sufre actualmente la disminución del volumen de peces en los lugares tradicionales de pesca.

El Reino Unido cuenta con una gran cantidad de recursos minerales. Aunque en el pasado fue el décimo mayor productor de petróleo, con grandes reservas de gas natural, actualmente su producción está disminuyendo a gran velocidad. Aun así, grupos como British Petroleum (BP) y Shell siguen siendo líderes mundiales de la industria petrolera. Sin embargo, el sector secundario, que representa 17,5% del PIB y emplea a 18% de la fuerza laboral, no es muy competitivo, principalmente por sus bajos niveles de productividad. Los sectores principales son las herramientas de maquinaria, el material de transporte y los productos químicos. Los sectores con gran potencial son las tecnologías de la información y la comunicación, la biotecnología, la aeronáutica, las energías renovables y la defensa.

El sector de los servicios, que emplea a más de 80% de la población activa y representa 70% del PIB, es la fuerza motriz de la economía. Londres sigue siendo el mayor mercado financiero de Europa, al mismo nivel que Nueva York. El sector bancario es extremadamente dinámico. Además, Londres alberga a las oficinas centrales de un gran número de multinacionales.

9.7 Factor Político

Colombia cuenta con un tratado de comercio firmado en conjunto con Ecuador y Perú lo que garantiza una relación comercial estrecha donde se da la continuidad de condiciones de integración y acceso preferencial que hoy se tienen con ese importante mercado entre estos países latinoamericanos y Reino Unido el cual cuenta con la mayor tradición en lo que se refiere a seguridad y salud en el trabajo.

9.8 Factor Económico

Gran Bretaña es una de las economías más estables y prominentes a lo largo del tiempo lo cual implica una estabilidad constante en su poder de adquisición e importación de productos útiles adicionando que cuenta con grandes políticas regulatorias sobre la salud y seguridad en el trabajo que obligan a los empleadores a contar con condiciones óptimas para el día a día de empleados trabajadores y directivos de las grandes y pequeñas industrias.

9.9 Factor social.

La incertidumbre causada por el Brexit ha aumentado las presiones sobre la actividad económica. La depreciación de la libra esterlina aumentó los costos de importaciones y redujo los márgenes alcanzados por los negocios. Los casos de insolvencia se han multiplicado lo cual causa una gran afectación entre la población de Reino Unido un decrecimiento entre los factores de sus mercados

9.10 Factor Tecnológicos.

Gran Bretaña cuenta con grandes avances tecnológicos en mediciones análisis y soluciones frente a los riesgos ergonómicos presentes en las labores diarias de su población esto apoyando las grandes iniciativas del gobierno en temas relacionados con seguridad y salud en el trabajo esta industria se encuentra en exploración y es de gran importancia para las empresas londinenses

9.11 Conclusiones análisis peste.

La industria de enceres ergonómicos y elementos de trabajo en gran Bretaña se ha visto afectada por la actual situación de emergencia que se vive en nivel mundial lo cual implica una baja sustancial en la demanda de enceres para oficina así como de otros dispositivos que mejoren los espacios de trabajo y no sean indispensables para las actividades por lo cual se llega a la conclusión que este mercado o el objetivo de este análisis el cual se trata de explorar estrategias para introducir un producto como una silla ergonómica inteligente se ve bastante troncada por los diferentes factores de la industria colombiana y de reino unido para este proyecto garantizando su poca efectividad es recomendable reformular el producto y hacerlo adaptable para otro momento y mantenerlo en el comercio local el cual implica menos costos y mayor viabilidad de población objetiva.

10. Matriz DOFA

Tabla 1
Matriz DOFA

Fortalezas	El buen manejo de la logística: Internamente se tiene un muy bien manejo de la logística.
	Calidad del producto: Materiales que garantizan durabilidad al producto.
Debilidades	Tiempo de creación del producto: Al ser una empresa en desarrollo dificulta la rapidez de elaboración.
	Empresa en desarrollo: Esto puede no ser tan llamativo para posibles compradores.
Amenazas	Poco reconocimiento internacional: Al no ser reconocida internacionalmente afecta negativamente a la hora de negociar.
	Nivel de competitividad: por ser una empresa pequeña puede no ser tan competitiva como demás empresas del sector.
Oportunidades	Nivel de creciente en el mercado: La buena calidad de los productos que se ofrecen ayuda al crecimiento de esta.
	Precio - calidad a la hora de competir: El precio va acorde a la calidad del producto lo que hace tomar ventajas sobre productos del mismo sector.

Tabla 1. Matriz DOFA

11. Segmentación

Tabla 2

Segmentación

Nicho	Empresas que manejan largos horarios laborales que ponen en peligro la salud de sus empleados
Psico grafía	N/A
Ventas o beneficios	Calidad del producto
	Soluciones a problemas ergonómicos
Edad	Personas que laboren en empresas con largas jornadas laborales
Nivel de ingresos	N/A
Ciclo de vida	N/A
Geografía	Edificios empresariales, oficinas de centros comerciales, etc.

Tabla 2. Segmentación

12. Fuerzas de poder.

12.1 Poder de negociación con el cliente.

Los clientes de reino unido cuentan con un comportamiento de compra de productos y enceres por medios electrónicos, pero con la opción de revisar el detallado de estos productos de manera tangible por lo que es indispensable contar con presencia de las plataformas de venta virtuales como contar con puntos de venta físicos en los cuales los compradores puedan detallar los acabados y comodidades de nuestros productos para así tener una buena satisfacción y negociación con el cliente

12.2 Poder de negociación de los proveedores.

Atraves de comercio electrónico o contacto directo en el país se encuentran grandes industrias con las cuales se pueden obtener las materias primas a bajos costos, para la elaboración de las sillas ergonómicas, entre estos el plástico, las espumas, metales, la cuerina o telas y partes electrónicas. En este producto juega un papel fundamental el desarrollo de programación para la secuencia de masajes estudiados por profesionales de la ergonomía.

12.3 Barreras de entrada.

Las barreras de entrada con las que es más posible que cuente el producto es el financiamiento en primer lugar en la publicidad para entrar al mercado y mayoristas de este país y el segundo el financiamiento de créditos de exportación para sus clientes los cuales podrían ser de mediano a largo plazo lo cual requiere que el proyecto cuente con un capital solido que permita la constante producción y comercialización de los productos sin contar con las carteras de estos clientes iniciales.

12.4 Barreras de salida.

Es posible que existan distintos competidores estadounidenses o suizo que generen productos similares, pero con el plus de un programa de masajes diseñado para mantener una sensación de relajación durante las largas jornadas el producto se definiría diferente entre los de los competidores.

12.5 Rivalidad entre competidores.

Es cierto que el sector de los enceres cuenta con muchos competidores en gran breña tanto internos como externos, pero al implementar un valor agregado importante en el cual no han explorado estos competidores incluyendo tecnología y buscando una experiencia de confort para nuestros clientes se destacaría el producto entre los demás de su categoría

13. Introducción del producto.

Mediante la participación en ferias y convenciones de mercado en este país participar activamente para así aumentar la oportunidad de atracción a potenciales clientes y así ir ingresando al mercado objetivo.

Adicional realizar un estudio de mercadeo completo que permita visualizar el comportamiento del producto en el nicho a impactar, un plan de publicidad enfocado en la cultura británica y proyectos de muestreo en grandes superficies del producto a introducir

14. Implementación del proyecto.

Creación de estrategias de ventas para el producto dentro de territorio británico; Un estudio a los flujos de exportación a usar e incluir sus costos al estudio de viabilidad del proyecto.

Realizar el proceso de contratación de los operadores logísticos con los cuales se van a exportar el producto terminado

14.1 Capacitación a personal.

Acompañamiento al cliente con la instalación y programación inicial del producto verificando que el cliente quede satisfecho con la calidad y funcionalidad de este garantizando una excelente capacitación del personal a cargo de servicio al cliente y mantenimiento sobre el producto y como generar un impacto positivo al consumidor

14.2 Diagrama de grant

Diagrama 1*Diagrama de grant*

Proceso	Subproceso	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Introduccion de producto	Estudia de viabilidad del mercado objetivo	■	■									
	Plan publicidad para el producto estrella		■	■								
	Muestreo del producto			■	■	■						
Implementacion de proyecto	Estrategias de mercadeo	■	■	■	■	■						
	Mapeo de flujos de exportacion	■										
	Contratacion de transportes y proveedores					■	■	■				
Capacitacion sobre el producto	Capacitacion a personal de servicio al cliente			■	■	■	■	■	■			
	Capacitacion a servicio postventa y de mantenimiento			■	■	■	■	■	■	■		
Comercializacion	Lanzamientos y despachos del producto terminado										■	■

Imagen 1. Diagrama de Grant

14.3 Recursos disponibles o necesarios.

Materias Primas

Nomina

Gastos operacionales

Gastos logísticos

15. Indicadores de seguimiento.**15.1 Negociaciones cerradas:**

Permite visualizar la gestión en el tema de cierre de tratos comerciales con posibles clientes y el impacto de el plan de mercadeo diseñado

15.2 Nivel de cumplimiento en entregas:

Medición de la efectividad del plan de distribución del producto midiendo posibles desviaciones

15.3 Costos operacionales:

Permite medir la inversión necesaria para producir cada uno de los productos haciendo énfasis en la reducción de este para así aportar a las utilidades de la compañía

15.4 Utilidad Operacional:

Permite medir las utilidades generadas por la compañía con cada una de sus líneas de negocios se puede implementar un seguimiento para visualizar que la utilidad de este proyecto aporte al crecimiento de la compañía

15.5 Recomendaciones o conclusiones

De acuerdo con la anterior investigación se identificó que no hay viabilidad de exportar este producto debido a que el proyecto no cuenta con recursos necesarios para suplir los gastos que traería su implementación por lo cual se llegaron a las siguientes conclusiones

Se nota poca viabilidad en el proyecto debido a que no se cuenta con el capital necesario para entrar a este mercado tan grande en el cual se debe realizar una inversión y posibles financiamientos a clientes mayoristas lo cual implicaría amplios gastos productivos sin retorno rápido

El país escogido cuenta con competencia importante la cual, se encuentra posicionada y suple los distintos métodos de compra de los consumidores británicos lo cual dificulta un amplio impacto en los consumidores de este mercado.

Necesidad de posicionarse físicamente debido a que la logística de exportación requiere el envío de grandes cantidades y así reducir los costos de transporte, pero se incrementaría el tener personal y un lugar de almacenamiento

Claramente entre Colombia y Reino Unido si hay acuerdos comerciales, pero no es tecnología lo que se exporta hacia este país debido a la competencia que hay.

Bibliografía

Kotler P. y Armstrong g. (1985) *Fundamentos de marketing*

Palomares, R. B. (2009). *En Merchandising. teoría, practica y estrategia* (pág. 16). Madrid: ESIC Editorial.

Fayol Henry. *Administración Industrial y General. Editorial Ateneo*. Buenos Aires. 1917.

Koch, A.J. (2001), “Selecting overseas markets and entry modes: two decision processes or one?”
Marketing Intelligence & Planning, Vol. 19 No. 1

HILL, Christopher. *The European dimension of the debate on UN Security Council membership*.
The International Spectator, 2005, vol. 40, no 4,

Ferrer, A. (1999). *De Cristóbal Colón a internet: América Latina y la globalización* (Vol. 546).
Fondo De Cultura Económica El.

Kenichi ohmae (2004) *La Mente Del Estratega* Madrid España

teoría burócrata de Max Weber

Ministerio de Comercio. (2019). Acuerdo de continuidad comercial entre Colombia y el Reino Unido. Colombia. Sitio web: <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/suscrito/reino-unido>

Expansión. (2020). Reino Unido: Economía y demografía. Sitio web:
<https://datosmacro.expansion.com/paises/uk>

Ministerio de Asuntos Exteriores Unión Europea y cooperación. Oficina de Información Diplomática. (2019). Sitio web:

http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/REINOUNIDO_FICHA%20PAIS.pdf

Gran Bretaña: Ampliación Sitio

web:<http://roble.pntic.mec.es/jmonte2/ue25/granbretania/politica.htm>

Asociación Nacional de Comercio Exterior. (2019). 'Brexit' no golpearía duro las exportaciones de Colombia a Reino Unido. Colombia. Sitio web:[https://www.analdex.org/2019/04/08/brexit-](https://www.analdex.org/2019/04/08/brexit-no-golpearia-duro-las-exportaciones-de-colombia-a-reino-unido/#:~:text='Brexit'%20no%20golpear%C3%ADa%20duro%20las%20exportaciones%20de%20Colombia%20a%20Reino%20Unido,-Independientemente%20de%20lo&text=El%20a%C3%B1o%20pasado%2C%20Colombia%20export%C3%B3,%2C%20petr%C3%B3leo%2C%20gasolina%20y%20aguacates.)

[no-golpearia-duro-las-exportaciones-de-colombia-a-reino-](https://www.analdex.org/2019/04/08/brexit-no-golpearia-duro-las-exportaciones-de-colombia-a-reino-unido/#:~:text='Brexit'%20no%20golpear%C3%ADa%20duro%20las%20exportaciones%20de%20Colombia%20a%20Reino%20Unido,-Independientemente%20de%20lo&text=El%20a%C3%B1o%20pasado%2C%20Colombia%20export%C3%B3,%2C%20petr%C3%B3leo%2C%20gasolina%20y%20aguacates.)

[unido/#:~:text='Brexit'%20no%20golpear%C3%ADa%20duro%20las%20exportaciones%20de%20Colombia%20a%20Reino%20Unido,-](https://www.analdex.org/2019/04/08/brexit-no-golpearia-duro-las-exportaciones-de-colombia-a-reino-unido/#:~:text='Brexit'%20no%20golpear%C3%ADa%20duro%20las%20exportaciones%20de%20Colombia%20a%20Reino%20Unido,-Independientemente%20de%20lo&text=El%20a%C3%B1o%20pasado%2C%20Colombia%20export%C3%B3,%2C%20petr%C3%B3leo%2C%20gasolina%20y%20aguacates.)

[Independientemente%20de%20lo&text=El%20a%C3%B1o%20pasado%2C%20Colombia%20export%C3%B3,%2C%20petr%C3%B3leo%2C%20gasolina%20y%20aguacates.](https://www.analdex.org/2019/04/08/brexit-no-golpearia-duro-las-exportaciones-de-colombia-a-reino-unido/#:~:text='Brexit'%20no%20golpear%C3%ADa%20duro%20las%20exportaciones%20de%20Colombia%20a%20Reino%20Unido,-Independientemente%20de%20lo&text=El%20a%C3%B1o%20pasado%2C%20Colombia%20export%C3%B3,%2C%20petr%C3%B3leo%2C%20gasolina%20y%20aguacates.)

Samper J. Economipedia. (2018). Productos más importados de Reino Unido. Sitio web:

<https://economipedia.com/ranking/productos-mas-importados-de-reino-unido.html>

Banco Santander. (2020). Cifras del comercio exterior en el Reino Unido. España. Sitio

web:[https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/reino-unido/cifras-comercio-](https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/reino-unido/cifras-comercio-exterior?url_de_la_page=%2Fes%2Fportal%2Fanalizar-mercados%2Freino-unido%2Fcifras-comercio-exterior&&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser#classification_by_country)

[exterior?url de la page=%2Fes%2Fportal%2Fanalizar-mercados%2Freino-unido%2Fcifras-](https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/reino-unido/cifras-comercio-exterior?url_de_la_page=%2Fes%2Fportal%2Fanalizar-mercados%2Freino-unido%2Fcifras-comercio-exterior&&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser#classification_by_country)

[comercio-](https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/reino-unido/cifras-comercio-exterior?url_de_la_page=%2Fes%2Fportal%2Fanalizar-mercados%2Freino-unido%2Fcifras-comercio-exterior&&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser#classification_by_country)

Banco Santander. (2020). Reino Unido: Política y Economía. España. Sitio web:

<https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/reino-unido/politica-y-economia>