****

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA INTERNACIONAL**

**ANÁLISIS DE MERCADO INTERNACIONAL**

Prof. Orlando Fujitsubo

TALLER 4:

Expansión de Mercado

**Maestrantes**

Laura Fuentes

Whitney Uribe

Israel Michel Gómez

Yoan Manuel Silva

Lunes, 24 de Octubre 2022

**Metodología:**

Para realizar el presente taller, los participantes formarán 3 grupos de trabajo para documentar y responder las 2 preguntas que les han sido asignadas como grupo. El taller se inicia en la clase del 17 de Octubre y se debe entregar resuelto el 24 de Octubre, cuando cada grupo debe sustentar y discutir sus respuestas con el resto de la clase.

**Entregable:**

Deben preparar un miniinforme con el desarrollo de las preguntas asignadas y un PPT con no más de 5 diapositivas utilizando infografías y mapas conceptuales para plantear las respuestas del grupo.

**Preguntas a responder**

5.- Una compañía debe decidir si va a fabricar un componente o a contratarlo con un proveedor independiente. Fabricar la pieza requiere una inversión no recuperable en activos especializados. Los proveedores más eficientes están en países con divisas que muchos analistas esperan se aprecien en forma sustancial a lo largo de la siguiente década. ¿Cuáles son los pros y las contras de a) fabricar el componente internamente y b) subcontratar la fabricación a un proveedor independiente? ¿Qué recomendaría? ¿Por qué?

6.- En un mundo en el que los costos de transporte son nulos, las barreras comerciales no existen y las diferencias nacionales no son significativas en relación con otros factores, las empresas que desean sobrevivir deben expandirse internacionalmente. Comente este enunciado.

**1. DESARROLLO**

**RESPUESTA PREGUNTA 5:**

El comprar o fabricar es una de las decisiones a tomar que se presentan más frecuentemente en una empresa. Para tomar la decisión correcta es necesario llevar a cabo el análisis de ciertos parámetros generales como lo son, la calidad, el costo y el servicio.

A continuación, exponemos factores positivos y negativos de los escenarios que se nos plantean, así como nuestra recomendación de cual podría ser el camino a tomar.

**ESCENARIO 1:** FABRICAR EL COMPONENTE INTERNAMENTE

**ASPECTOS POSITIVOS:**

* Al introducir nuevos activos especializados para la fabricación de un componente se expande y protege el know-how adquirido por la empresa hasta el momento.
* Se puede tener mejor control sobre el planeamiento y la cadena de producción de dicho componente.
* Se puede tener mejor control sobre los gastos que se deben de realizar.
* Al no ser recuperable la inversión en los activos especializados, un punto positivo fundamental es la expansión del mercado de dicha empresa con otro modelo de negocio generando utilidades con la explotación de estos activos y convirtiéndose en proveedor para otras compañías que lo requieran.

**ASPECTOS NEGATIVOS:**

* Inversión en activos especializados no recuperable, lo cual significa que no es posible venderlos posteriormente o que generaría perdidas.
* Costos asociados al manejo de un nuevo proceso de producción, el cual incluye, por ejemplo, gastos de energía, mantenimiento, piezas de repuesto, así como los asociados a salarios y capacitación del personal que estará encargado de dicho proceso.

**ESCENARIO 2**: FABRICAR EL COMPONENTE MEDIANTE CONTRATACIÓN DE UN PROVEEDOR EXTERNO

**ASPECTOS POSITIVOS:**

* El costo del componente puede resultar más económico que el costo por peso de fabricación del mismo por no ser la actividad principal de la empresa.
* Se agiliza el proceso de fabricación, se encarga la pieza a personal experto evitando así las demoras en el proceso de ensayo y error.
* Permite enfocarse en las actividades vitales para el agregado de valor del negocio.
* Para las empresas contratantes, el aporte de pequeñas empresas diversas resulta en mayor versatilidad y nuevas ideas que pueden faltarle internamente.
* Se evita las ineficiencias burocráticas y los costos que puede provocar la integración vertical inversa.

**ASPECTOS NEGATIVOS:**

* Entregar información importante de la empresa
* Depender de los tiempos y la logística del proveedor, estar sujeto a las variaciones cambiarias.
* La seguridad en el aprovisionamiento de los componentes.
* Perder el control del producto y tener que pagar precios elevados a proveedores que se creen indispensables.
* Puede perderse el control sobre el producto final y verse afectada la calidad.
* Puede tomar tiempo llegar a acuerdos claros sobre obligaciones y responsabilidades de cada parte a la hora del proceso contractual y de puesta en marcha.

**RECOMENDACIÓN**

Evaluados los aspectos positivos y negativos de cada escenario planteado, recomendamos que la empresa en cuestión realice un análisis detallado y evalúe la posibilidad de adquirir los nuevos activos especializados para la fabricación del componente que requiere para su proceso productivo principal, ya que, permite diversificar productos, punto fundamental una vez que existe la posibilidad real de que otras empresas tengan la necesidad latente de consumo de dicho componente, convirtiéndose así en un proveedor del mismo. Teniendo en cuenta las previsiones de los analistas, al fortalecerse las monedas de los países donde se encuentran los proveedores más eficientes, para la próxima década, los costos de producción y en consecuencia los costos de ventas aumentarán, lo cual abre una posibilidad para dicha empresa de convertirse en un nuevo comercializador de este producto, no solo en el ámbito interno si no su expansión a mercados internacionales. Permite además controlar todo el proceso y en consecuencia la calidad del producto final, ajustándose exactamente a sus necesidades. Por otro lado, y como habíamos visto anteriormente, es una forma más de expandir el know-how incentivando el crecimiento profesional al interior de la empresa lo cual le infiere un mayor reconocimiento en la estrategia de expansión internacional.

**RESPUESTA PREGUNTA 6:**

En un mundo de hipotética igualdad donde el coste de transporte sea nulo, las barreras comerciales no existan y las diferencias de otros factores no son significativas dentro de una misma región, impulsa a muchas compañías a un proceso de expansión internacional para lograr su supervivencia. Podemos afirmar que este enunciado tiene veracidad puesto que al tener todas las mismas condiciones la competencia se vuelve desigual, las empresas con mejores condiciones internas y de capital para expandir su negocio serán las que se vean favorecidas, comenzando un proceso de canibalismo empresarial, donde muchas empresas que antes poseían un segmento del mercado van a ver como el mismo comienza a disminuir, por lo tanto, se va a generar una sobreproducción que se le termina estancando. En este escenario no existe garantía de venta a futuro, estabilidad o posicionamiento. De ahí que la estrategia de expansión internacional de las empresas, adecuando siempre el producto según los estándares y cultura de consumo de los mercados a los que se pretende ingresar, sea una solución viable para garantizar la rentabilidad y el crecimiento.