

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: "Oportunidades de Mercados Internacionales para la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán"

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del
título de Licenciado en Comercio Exterior

AUTOR: Ontaneda Yapud Lenin Andres


TUTOR: **MSc. Santiago Araujo**

Tulcán, 2022.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que el estudiante Ontaneda Yapud Lenin Andres con el número de cédula 040172976-9 ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "Oportunidades de Mercados Internacionales para la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán"

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva



MSc. Santiago Araujo

TUTOR

Tulcán, noviembre de 2022

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciado en la Carrera de Comercio Exterior de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Ontaneda Yapud Lenin Andres con cédula de identidad número 0401729769 que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Ontaneda Yapud Lenin Andres

AUTOR

Tulcán, noviembre de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo Ontaneda Yapud Lenin Andres declaro ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Oportunidades de Mercados Internacionales para la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



Ontaneda Yapud Lenin Andres

AUTOR

Tulcán, noviembre de 2022

AGRADECIMIENTO

A mi Dios por brindarme la vida y la oportunidad de cumplir mis metas, agradezco también por la sabiduría que me brindo para desarrollar el presente trabajo, por los obstáculos que se presentaron porque me fortalecieron, mi éxito es ofrenda a mi Dios padre.

A mis padres Carmen Yapud y Enrique Ontaneda y mi familia quienes brindaron su apoyo moral para seguir adelante para cumplir mis metas planteadas.

A la madre de mis hijos Escarleth Yessenia Hurtado Cando, a mis hijos Enrique Nicolas y Ailyn Salome Ontaneda Hurtado, por estar conmigo siempre en los buenos y malos momentos, fueron ellos mi principal motivación para la culminación del presente trabajo.

A las personas que fueron parte importante en la carrera universitaria, docentes, compañeros y amigos.

A mi tutor de tesis MSc. Santiago Araujo, por el tiempo, los conocimientos, el apoyo y sobre todo la paciencia para conmigo, a la MSc. Beatriz Realpe al guiarme en el desarrollo y culminación del presente trabajo.

A todos ellos...

ETERNAMENTE AGRADECIDO

DEDICATORIA

La finalización con éxito de esta etapa de mi vida, la dedico con profundo amor, respeto y gratitud a mi Dios porque es él quien me fortalece, él ha guiado por el camino de la verdad, la sabiduría y felicidad, sus bendiciones para mi han sido infinitas, también el éxito lo dedico a mis hijos Enrique Nicolas y Ailyn Salome Ontaneda Hurtado, quienes son mi fortaleza y mi razón de vivir, a mis padres Carmen Yapud y Enrique Ontaneda y familia por ser parte fundamental de mi educación, al Sr. Nelson García por el apoyo moral y la confianza brindado en las noches de desvelo, al cumplir con responsabilidad lo laboral,.

Lenin Ontaneda

ÍNDICE

RESUMEN.....	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN	16
I. EL PROBLEMA.....	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	21
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	21
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	24
1.4.1. Objetivo General	24
1.4.2. Objetivos Específicos	24
1.4.3. Preguntas de Investigación	24
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	25
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
2.2. MARCO TEÓRICO	28
2.2.1. Fundamentación Teórica.....	28
2.2.2. Fundamentación Legal.....	31
2.2.3. Fundamentación Conceptual	33
III. METODOLOGÍA	41
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	41
3.1.1. Enfoque	41
3.1.2. Tipo de Investigación.....	42
3.2. IDEA A DEFENDER	44
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	44









3.3.1. Variable dependiente: Comercialización	44
3.3.2. Variable independiente: Oportunidades de mercados internacionales ...	44
3.3.3. Operacionalización de variables	46
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	48
3.4.1. Método Analítico	48
3.4.2. Método Inductivo	48
3.4.3. Método Deductivo	49
3.4.4. Técnicas e instrumentos de investigación	49
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	50
3.5.1. Población.....	51
3.5.2. Muestra	52
3.5.3. Tipo de muestra.....	52
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	53
4.1. RESULTADOS	53
4.1.1. ESTUDIO DE MERCADO	53
4.1.2. Factores políticos.....	67
4.1.3. Factores económicos	71
4.1.4. Perfil de oportunidades y amenazas de la matriz POAM.....	73
4.1.5. Evaluación de factores externos matriz PESTEL	76
4.1.6. Cultura organizacional	78
4.1.7. Segmentación del Mercado Estadounidense.....	82
4.1.8. Estudio Técnico.....	84
4.1.9. Estudio Financiero	111
4.2. DISCUSIÓN.....	114
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	115
5.1. CONCLUSIONES	115

5.2. RECOMENDACIONES.....	116
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	117
VII. ANEXOS.....	122

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variable independiente: Oportunidades de mercados internacionales	46
Tabla 2 Variable dependiente: Comercialización	47
Tabla 3 Nomenclatura y características de la subpartida 8708.30.25.00	53
Tabla 4 Clasificación arancelaria subpartida nacional 8708302500	54
Tabla 5 Mercados importadores para el producto 870830 exportado por Ecuador en miles de USD	55
Tabla 6 Arancel de la subpartida 870830	56
Tabla 7 Participación porcentual de los países frente al total del mundo	57
Tabla 8 Análisis POAM para selección de los países en estudio	58
Tabla 9 Importadores de la subpartida 870830 en el mundo	59
Tabla 10 Arancel medio estimado aplicado por país	61
Tabla 11 Exportadores del producto 870830	61
Tabla 12 Factores Económicos del Ecuador	64
Tabla 13 Población Total (en Millones)	65
Tabla 14 Perfil de Consumidor EE. UU periodo 2017-2021	65
Tabla 15 Perfil de Consumidor Bélgica periodo 2017-2021	66
Tabla 16 Perfil de Consumidor Perú periodo 2017-2021	66
Tabla 17 Tasa de empleo por sector económico EE. UU, Bélgica y Perú año 2021	67
Tabla 18 Acuerdos Comerciales EE. UU, Bélgica, Perú	67
Tabla 19 Barreras Arancelarias para los Discos de freno	70

Tabla 20	Barreras No Arancelarias para los Discos de freno	71
Tabla 21	Factores Económicos Estados Unidos	72
Tabla 22	Factores Económicos Bélgica	72
Tabla 23	Factores Económicos Perú	73
Tabla 24	Perfil de Oportunidades y Amenazas de la matriz POAM	74
Tabla 25	Ponderación de la matriz POAM del estudio de los países	75
Tabla 26	Evaluación de factores externos matriz PESTEL	76
Tabla 27	Dimensiones culturales Hofstede - EE. UU.	79
Tabla 28	Dimensiones culturales Hofstede – Bélgica.	80
Tabla 29	Dimensiones culturales Hofstede – Perú.	81
Tabla 30	Población total de la Florida periodo 2017 – 2020	82
Tabla 31	Datos económicos Estado de Florida	83
Tabla 32	Consumo Nacional Aparente – Oferta en Estados Unidos	84
Tabla 33	Capacidad instalada de la empresa	85
Tabla 34	Proyección de demanda	86
Tabla 35	Demanda insatisfecha	86
Tabla 36	Proyección de costos de producción	87
Tabla 37	Composición y elaboración de discos de freno	88
Tabla 38	Características del embalaje	90
Tabla 39	Cubicaje/Unitarización de la carga	92
Tabla 40	Fórmula para el cálculo de la carga	92
Tabla 41	Características del embarque	93
Tabla 42	Contenedor convencional para carga seca de 40°	93
Tabla 43	Concepto Incoterms®	94
Tabla 44	Reglas de oro de los Incoterms	94
Tabla 45	Aspectos más relevantes de la entrega de mercancía	94

Tabla 46 Transferencia de Riesgo	95
Tabla 47 ¿Qué es y cuándo se utiliza? Incoterm 2020 DDP:	96
Tabla 48 Medios de pago vinculado al Incoterms 2020 "DDP"	97
Tabla 49 Asunción de Costes y Riesgos por parte del Exportador DDP	99
Tabla 50 Negociación DDP-Ecuador- Estados Unidos.	100
Tabla 51 Datos del producto, cantidad precio FOB.	100
Tabla 52 Descripción de la partida arancelaria	100
Tabla 53 Datos de exportación año 2022 por parte de Fundimetales del Norte	101
Tabla 54 Costos de Incoterms®	102
Tabla 55 Ventajas-Desventajas de la mecánica de la exportación	107
Tabla 56 Ventajas-Desventajas de la Subsidiarias con propiedad absoluta	108
Tabla 57 Fuerzas de mercado, cuando la oferta  el precio 	110
Tabla 58 Fuerzas de mercado, cuando la oferta  el precio 	110
Tabla 59 Fuerzas de mercado, cuando la demanda  el precio 	110
Tabla 60 Fuerzas de mercado, cuando la demanda  el precio 	111
Tabla 61 Estado de Resultados - Con Financiamiento	111
Tabla 62 Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento	112
Tabla 63 VAN del proyecto	112
Tabla 64 Tasa interna de retorno TIR	113

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fundamentación Conceptual.....	33
Figura 3. Estudios Poblacionales o No Experimentales	51
Figura 4. Análisis comparativo del Valor FOB en miles de USD	55
Figura 6. Valor FOB de importadores, de la subpartida 870830.....	59

Figura 10. Incremento 2017 – 2021 de cada país exportador.....	62
Figura 11. Participación porcentual	63
Figura 12. Balanza Comercial Ecuador – EE. UU periodo 2017-2021	68
Figura 13. Balanza Comercial Ecuador – Bélgica periodo 2017-2021	69
Figura 14. Balanza Comercial Ecuador – Perú periodo 2017-2021.....	69
Figura 15. Cultura organizacional	78
Figura 16. Selección del mercado objetivo	82
Figura 17. ¿Cómo son los estadounidenses?	83
Figura 19. Logo de la Empresa FM	88
Figura 20. Esquema del proceso de producción	89
Figura 21. Empaque plástico transparente- Spartan Industrial de 18" x 24	90
Figura 22. Caja de cartón empleada como empaque secundario	91
Figura 23. Pallet americano 100 de ancho, 120 cm de largo y 13,1 cm de alto.....	91
Figura 25. Características específicas	106

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC	122
Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas	123
Anexo 3. Solicitud a empresa para la autorización a realizar proyecto	125
Anexo 4. Oficio de aceptación empresa Fundimetales del Norte	126
Anexo 5. Entrevista a gerente de empresa Fundimetales del Norte.....	127
Anexo 6. Solicitud a Pro-Ecuador- Especialista de la zona 1	133
Anexo 7. Entrevista aplicada Especialista de la Zona 1 Pro-Ecuador	134
Anexo 8. Entrevista aplicada al Ing. Oscar Alejandro Ruano Orellana, Especialista Zonal (Zona 1).....	135

Anexo 9. Visita Técnica a empresa Fundimetales del Norte, por parte de Pro-Ecuador	140
Anexo 10. Plantilla Final - Test Potencial Exportador - Fundimetales del Norte.....	144
Anexo 11. Flujograma Marítimo De La Transmisión De Carga Electrónico	150

RESUMEN

El presente trabajo de integración curricular “Oportunidades de Mercados Internacionales para la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán”, se basa en un estudio diacrónico y sincrónico, con el hito de seleccionar un mercado óptimo a nivel internacional. Para lo cual se inicia con la identificación del problema y planteamiento de objetivos, ratificando la importancia de esta se utiliza fuentes bibliográficas para tener respaldo científico.

En segunda instancia, a través de la investigación se obtiene información de factores socioeconómicos y de cultura organizacional que ayuda a identificar y manejar diferencias culturales de los países, los resultados del estudio de mercado inciden como oportunidad de mercado óptimo a Estados Unidos. Después, se diagnostica la situación actual de la organización a fin de establecer la trazabilidad de la matriz productiva de la empresa, permitiendo tener beneficios de la estandarización como lo es la producción a escala, así como la demanda internacional, lo cual determina la exportación y comercialización internacional de los discos de freno en esta nación. Posteriormente se delimitó como mercado local idóneo a Florida, reconociendo las diferencias culturales y legales de dicho mercado, por otro lado, se analiza los costos de Incoterms® aplicado para la negociación comercial de discos de freno Ecuador - EE. UU, de la misma forma describir las pertinentes conclusiones y recomendaciones sobre la posición del estudio.

Por último, tomando como referencia los resultados de la investigación, se analizó el estudio técnico financiero confirmando que la operación de internacionalización de este producto es factible, debido a que estos indicadores presentan valores favorables para el endeudamiento y el oportuno retorno de la inversión, constituyéndose de esta forma en un negocio rentable que genera ingresos a la empresa permitiendo su expansión y crecimiento sostenible en el tiempo.

Palabras Claves: Oportunidad de mercados, discos de freno, comercialización.

ABSTRACT

The present study of curricular integration: "International Market Opportunities for the commercialization of brake discs of the Fundimetales del Norte company of Tulcán city" is based on a diachronic and synchronous analysis, with the milestone of selecting an optimal market at an international level. This process involves identifying the problem and setting objectives. In addition, the use of bibliographic sources provides scientific support for this process. In the second instance, through the investigation, information is obtained on socioeconomic factors and organizational culture that helps to identify and manage cultural differences in the countries. Moreover, a diagnosis of the current situation of the organization is diagnosed to establish the traceability of the organization's productive matrix, resulting in benefits of standardization such as scale production as well as international demand, which determines the export and international marketing of brake discs in this nation. Subsequently, recognizing the cultural and legal differences, Florida was defined as the appropriate local market. Likewise, the costs of Incoterms® applied for the commercial negotiation of brake discs Ecuador - USA is analyzed in the same way that describes the pertinent conclusions and recommendations. Based on the findings, the financial technical study was analyzed, which confirmed the feasibility of internationalizing this product since the indicators demonstrate favorable values for indebtedness and appropriate investment returns. Thus, the business becomes profitable and generates income for the company, allowing it to expand and grow sustainably.

Keywords: Business opportunity, brake discs, commercialization.

INTRODUCCIÓN

Del avance diacrónico del programa de investigación será la transmisión de información objetiva a la empresa Fundimetales del Norte, con el hito de encontrar oportunidades de mercados internacionales y su comercialización de su producto disco de freno a un mercado internacional, donde se analizó diferentes aspectos que se relacionan en la comercialización, alcanzando un punto positivo dentro del contexto empresarial de tal manera se evita gastos innecesarios al tratar de exportar su producto.

El trabajo de Integración Curricular se centró en las teorías de: ventaja comparativa de David Ricardo, ventaja competitiva de Michael Porter, y la nueva teoría del comercio internacional de Paul Krugman.

Se desarrolla un estudio de mercado dando cumplimiento con lo establecido en el objetivo general que es analizar las oportunidades de mercados internacionales, aplicando una matriz POAM, para segmentar el país, usando bases de datos robustas en información como la es Trade-map, el primer factor a consideración es los países más demandantes de discos de freno, luego se analiza la nación más favorecida valorando si su porcentaje arancelario es bajo por lo menos inferior al 5%, y por último se analiza el nivel porcentual de participación de cada país frente al total del mundo de las importaciones. Por otra parte para la continuidad del estudio se aplica matriz PESTEL, en el cual se analiza factores socioeconómicos, para poder determinar el mercado más idóneo o como resultado de la valoración al mercado meta. Y para la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán, se analiza los acuerdos comerciales, barreras arancelarias, como también las estrategias de entradas a nuevos mercados, y finalmente en el contexto nacional se analiza las normas técnicas para la estandarización de un producto, incluso se analiza a la empresa bajo un valor empresarial, con un sistema de evaluación de calidad en cada uno de sus niveles administrativos y de producción.

Los resultados del trabajo de Integración Curricular, ayuda al ingreso de mercados internacionales, con la finalidad de aprovechar la producción de la empresa de discos de freno para, teniendo mayor crecimiento para la empresa y de manera en general para el país en el aspecto manufacturero e industrial.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La crisis mundial generada a partir del COVID-19 para el sector automotriz encamina varios desafíos con afecciones económicas a nivel mundial y más aún en el comercio internacional de bienes de producción y consumo. En el contexto mundial uno de los sectores con más afectados ha sido la industria automotriz. Bruno (2020) afirma. "Más del 80% de la cadena de suministro de insumos intermedios automotrices del mundo está conectada a China, las interrupciones de la cadena de suministro en China afectarán a los fabricantes de automóviles mundiales" (p.1). Las economías industriales más afectados son los de Europa y Asia, es así como los países a nivel mundial toman medidas de protección y han de paralizar su producción.

Asimismo, en relación con el impacto de la crisis mundial dentro del marco global en el sector productor de partes automotrices que involucra también la de producción de sistemas de freno y sus componentes, la Organización Internacional del Trabajo OIT (2020) afirma. "Que está afectada por un triple golpe: Cierres de fábricas, interrupción de la cadena de suministro y colapso de la demanda" (p.1). La producción de discos de frenos se ve paralizada dentro de las grandes empresas radicadas a nivel mundial, algunas empresas se ven afectadas en dimensiones diferenciales a sus competidores.

Además, la OIT (2020), direcciona el análisis de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, donde se estima. "Una reducción del 2 por ciento en las exportaciones de piezas y otros insumos intermedios desde China a los fabricantes de automóviles de la Unión Europea, América del Norte, Japón, República de Corea" (p. 3). Lo cual podría dar lugar a una disminución de exportaciones desde esas economías al resto del mundo. China es el principal estado de suministros a nivel global, a lo que corresponde a productos intermedios para empresas manufactureras en otras partes del mundo, la disminución de la producción y las exportaciones de China tiene un impacto directo en la industria automotriz.

También se ve afectada por el cambio total de la actividad económica, los obreros en confinamiento, la logística, desabastecimiento de suministro y las fábricas

cerradas. Por lo cual la OIT (2020) menciona. “Los desplazamientos y la interrupción de la actividad económica provocarán una fuerte contracción de la producción sectorial y del producto interno bruto (PIB)” (p. 1). Los cierres de fábricas en países europeos y de Latinoamérica tiene como consecuencia pérdidas económicas muy altas en la oferta de fábricas de piezas.

Por otro lado, en América Latina y el Caribe, en el último año se han visto afectadas en su estructura productiva y empresarial la CEPAL (2021) afirma que. “Está afectada la estructura productiva de la región donde busca diseñar medidas de política para la reactivación conducentes a un cambio estructural progresivo, que permitan avanzar hacia sectores con mayor productividad y tecnología, generación de empleos y sostenibilidad” (p.3).

Al mismo tiempo, en Latinoamérica existen empresas que presentan proyecciones comerciales internacionales bajo un análisis de oportunidad de mercado Hill (2015) menciona. “La variedad de normas de producto que exigen los gobiernos descarta la producción masiva y la comercialización de un producto estandarizado. Las diferencias entre las normas técnicas también limitan la globalización de los mercados” (p.563). En el mismo contexto determina. “Algunas de estas diferencias son el resultado de decisiones idiosincrásicas que fueron tomadas hace mucho tiempo, más que de las acciones gubernamentales, pero tienen profundos efectos de largo plazo” (Hill ,2015, p.563).

Igualmente, la diferencia entre países de la región de América Latina y el Caribe están determinadas por problemáticas culturales y legales Hill (2015) afirma.

Algunas empresas experimentan la posibilidad de obtener algunos beneficios de la estandarización global mientras reconocen las diferencias culturales y legales de cada país. Una empresa puede elegir algunas características para incluir en todas sus campañas publicitarias y adaptar otras de manera local. Al hacerlo, ahorra algunos costos y logra el reconocimiento internacional de marca, y sin embargo adapta sus anuncios a las diferentes culturas. (p.573)

La problemática local, como por ejemplo la empresa Fundimetales del Norte de Tulcán, a pesar de mantener tecnología adecuada para la producción de productos de la industria automotriz incluso con inversión necesaria, presenta un estancamiento consecuente del desconocimiento de Estrategia de entrada y alianzas estratégicas a mercados internacionales, al respecto Hill (2015) afirma. “El atractivo de un país

como un mercado potencial para un negocio internacional depende del equilibrio de los beneficios, costos y riesgos asociados al practicar negocios en ese país" (p.458). Dicha empresa pretende oportunidades de mercados y expansión comercial de su producto disco de freno a mercados internacionales, su producción de consumo nacional está satisfecha, es decir maneja una producción a escala con la finalidad de reducir sus costos de producción tomando en cuenta que la materia prima que utilizan no solo va orientada a la producción de discos de freno, sino a una gran diversidad de productos automotrices con durabilidad y calidad que ofrece a la venta.

Por otra parte, López J (2022) determina como problemáticas, la diferenciación cambiaria que existe entre Ecuador y Colombia. Como segundo problema, es el tema de normalización, para la empresa el fuerte es la fundición de tambores y discos de freno y todo lo relativo a lo que tiene que ver al sistema de frenos de los vehículos, por lo cual identifica que no existe una norma INEN para esta producción, solamente existe un reglamento para fundiciones de material gris y modular, mismas que son acogidas por la empresa pero no son reconocidas a nivel de ventas comerciales nacionales, esto limita la comercialización si no se tiene una norma INEN. Como tercer problema, es la traba en generación de préstamos dentro de instituciones bancarias del estado, por lo que la empresa ha buscado a la banca privada pagando intereses altos para la compra de maquinarias, la banca nacional existe un desinterés por cuanto solamente otorgan préstamos bancarios mayores a \$50.000 solamente en el ámbito agrario, donde no toman en cuenta a la productividad local existente por parte de Fundimetales del Norte. Cuarta problemática es el concepto de las personas, en ocasiones la gente es muy escéptica, no consideran a la empresa como una industria avanzada. Y como ultima problemática es el trato con Emel Norte, la problemática es el alto costo de pago de luz, esto es generado proporcional al consumo, como costo fijo en la producción de los hornos ya sea que estén encendidos o apagados dichos hornos, la empresa paga del medidor de la fundidora norte \$4,000 mensuales, tomando en cuenta valores incluidos como \$236 de alumbrado público, bomberos y recolección de basura \$ 45.00. La demanda bordea los \$800.00, considerando que existe una demanda fija de consumo de energía eléctrica de \$650.00.

La falta de conocimiento y cultura tributaria por parte de la empresa Fundimetales del Norte, en el contexto de comercio exterior recae en desconocimiento por parte de la empresa, en la existencia de organismos de control contra la defraudación aduanera y tributaria. Caza (2019) afirma:

El estado, a través del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) tiene por objeto: facilitar el comercio exterior y ejercer el control de la entrada y salida de mercancías, unidades de carga y medios de transporte por las fronteras y zonas aduaneras de la República, así como a quienes efectúen actividades directa o indirectamente relacionadas con el tráfico internacional de mercancías, determinar y recaudar las obligaciones tributarias por efecto de la importación y exportación de mercancías, conforme los sistemas previstos en el Código Tributario; resolver los reclamos, recursos, peticiones y consultas de los interesados; prevenir, perseguir y sancionar las infracciones aduaneras; y en general, las atribuciones que le son propias a las Administraciones Aduaneras en la normativa adoptada por el Ecuador en los Convenios Internacionales, le corresponde además ejecutar la política aduanera y expedir las normas para su aplicación.

Los organismos internacionales para contrarrestar esta problemática han expedido instrumentos jurídicos de aplicación en todos los países adherentes, con la finalidad de mejorar los controles con la aplicación de los Sistemas de Gestión de Riesgo, para evitar cuellos de botella en los diferentes controles fronterizos, facilitar el comercio internacional y garantizar la seguridad de la cadena logística en estas operaciones. (p.9)

Y finalmente los caminos de segundo orden o la informalidad por los cuales emigran mercancías de la empresa Fundimetales del Norte de Tulcán. Caza (2019) afirma:

En el intercambio internacional de mercancías por carretera, una de las principales problemáticas es precisamente el desconocimiento de la normativa y de la Potestad Aduanera, lo que hace que un número considerable de la población de la provincia del Carchi transgreda la norma sin pensar en que las sanciones a las que está sujeto y que se encuentran tipificadas en el Código Orgánico Integral Penal (COIP). (p.11)

La importancia de la función de control que ejerce la Aduana se pone de manifiesto al comprobarse que el fraude aduanero por excelencia y el más

severamente sancionado lo constituyen los delitos contra la Administración Aduanera, principalmente el Contrabando y la Receptación Aduanera, el bien jurídico que éste tutela, es precisamente la función de control sobre el tráfico internacional de mercaderías que se encomienda al Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (Caza, 2019, p.10)

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los mercados internacionales que permitirán el incremento en la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Ecuador es un país productor de bienes industrializados, de tal manera el tema en estudio es considerado conveniente, permitirá la comercialización de un producto de calidad e industrializado producido en la ciudad de Tulcán, con proyecciones a mercados internacionales. La empresa Fundimetales del Norte, obtiene su materia prima como el hierro a recicladores locales como también a grandes proveedores nacionales, con el fin de elaborar productos automotrices de la línea de frenos de forma sostenible en el proceso productivo, siendo responsables en el ciclo de vida del producto, teniendo la cualidad única que su producto pueda ser diferenciado en factores como precio que es protegiendo los costos, innovación implementando tecnología en el cambio de procesos productivos y diferenciación en la parte ambiental social, esto último considerado como un valor agregado, siendo una industria pionera en la utilización de materias primas nacionales, buscando así, el reconocimiento del sector automotriz del mercado local e internacional.

Pro-Ecuador – Oficina Regional Zona 1, indica que. “La Zona 1 se destaca por su gran diversidad de productos, existe empresas que se están ajustando al proceso de industrialización para el cambio de la Matriz Productiva” (p.2). Tal es el caso del sector productivo automotriz de la provincia de Carchi, muestra la evolución de las exportaciones de la zona en el periodo 2009-2014 del sector productivo automotriz, en un trasantepenúltima posición con 148,80 toneladas, incluyendo el sector del metal mecánico con un peso 32,52 toneladas. Indican que el Carchi supera en

valores cuantitativos a las demás provincias que conforman la Zona 1, tomando el año 2014 con un valor FOB inicial de \$71.536,56, con un 80% de participación superior a las demás provincias de la Zona 1.

La presente investigación buscará una relevancia empresarial, que servirá para futuras investigaciones. Los resultados de la investigación serán de gran provecho para la empresa, del avance diacrónico del programa de investigación será la transmisión de información objetiva a la empresa Fundimetales del Norte, con el hito de encontrar oportunidades de mercados internacionales y su comercialización de su producto disco de freno a un mercado internacional, analizando diferentes aspectos que se relacionan en la comercialización, e incluso la aplicación de diferentes acuerdos comerciales regionales que Ecuador se encuentra incluido, como por mencionar, en el no pago de tributos arancelarios como consecuente de la presentación de un certificado de origen. La proyección tiene un alcance positivo dentro del contexto empresarial de tal manera se evita gastos innecesarios al tratar de exportar su producto.

La empresa Fundimetales del Norte pone a disposición la elaboración de partes automotrices, por lo cual se realizará el análisis de los mercados internacionales analizando la productividad de la empresa, en búsqueda de mercados internacionales para la comercialización de productos que elabora, específicamente discos de frenos.

A pesar del escaso apoyo por parte del gobierno con políticas públicas, Fundimetales del Norte, ha logrado incorporar tecnología de punta en la producción de discos de freno, es así que, en su producción usa máquina CNC para mejoras de producción que es un centro de mecanizado, al igual que tornos y taladros computarizados, los cuales le permiten ofertar productos de mayor calidad, dicha empresa careciendo de información necesaria de nuevos mercados como de una comercialización internacional limita su comercialización internacional. La materia prima como el hierro que la empresa utiliza en la producción de los discos de freno, son nacionales, a costos bajos a diferencia de insumos importados, en base a lo mencionado se establece la competitividad de la empresa frente empresas importadores de discos de frenos.

La empresa Fundimetales del Norte se homologa bajo el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación "ICONTEC", existe la norma para fabricación de

tambores y discos de freno, un punto muy importante que como empresa, es que no han dejado de invertir en lo que es hornos a inducción y tornos numéricos que son maquinas que están a la vanguardia con el resto de países, por lo cual si no existe una norma INEN no se puede abrir a mercados grandes, la norma es un documento referencial al cual se acogen, cumplen y se certifican y hay un reglamento es cuando la norma sube al rango de reglamento de debe de cumplir de manera obligatoria, en este caso de Fundimetales busca una norma para acogerse tener una certificación y poder entrar al mercado, hay casos que existen empresas o incluso personas que crean reglamentos para monopolizar un producto.

Como empresa Fundimetales del Norte, busca explotar el tema del porcentaje nacional que deben de cumplir los importadores y ensambladores industriales.

El poco conocimiento en procesos de comercialización, apertura de mercados internacionales y de tratados que Ecuador esta adherido a la Comunidad Andina, limitan el crecimiento y a la internacionalización de la empresa, por lo cual se buscara brindar a la empresa Fundimetales del Norte de Tulcán, información relevante para que pueda realizar la comercialización internacional de su producto, además buscará oportunidades de mercados internacionales, mejorando su crecimiento y reconocimiento internacional, que bien podría hacer uso del certificado de origen que tendría un beneficio directo para el importador de discos de freno, para el no pago de derechos arancelarios que recaen en la sub-partida arancelaria, en el mercado meta, al ser considerado como mercancía comunitaria, dentro de los países que conforman la CAN.

Se podrá conocer en mayor medida el comportamiento de las dos variables, con su estrecha relación al producto, mismo que cumple con una demanda satisfecha a nivel nacional, se pretende que los resultados del desarrollo de la investigación, ayude al ingreso de mercados internacionales, con la finalidad de aprovechar la producción de la empresa de discos de freno para vehículos livianos, principalmente por su alta comercialización en el mercado local y nacional, la producción no es solo para satisfacer el mercado de repuestos sino que puede servir para la utilización en el ensamblaje de vehículos como componente, de tal manera busca obtener un mayor crecimiento para la empresa y de manera en general para el país en el aspecto manufacturero e industrial.

Además, se presenta la investigación sincrónica a partir de la identificación del objeto de estudio, por motivo que Fundimetales del Norte se encuentra presta a facilitar la información necesaria para cumplir con el objetivo de analizar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de discos de freno con relación a los factores de legales, técnicos y financieros que maneja la empresa.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del norte de la ciudad de Tulcán

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las oportunidades de mercados internacionales y la comercialización del producto.
- Diagnosticar la oferta y la demanda para la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte.
- Realizar el estudio de mercado para comercializar discos de la empresa Fundimetales del Norte hacia los mercados internacionales

1.4.3. Preguntas de Investigación

1. ¿Cuáles son mercados internacionales óptimos para la comercialización de discos de freno?
2. ¿Cómo evaluar bajo indicadores los mercados?
3. ¿Qué tratados favorecen a una buena negociación comercial?
4. ¿Qué normas de calidad deben considerar al posicionar un producto en el mercado?
5. ¿Cuál es la oferta del producto para la exportación?
6. ¿Cuáles son los países demandantes de discos de freno?
7. ¿Cuál es el mercado idóneo para la exportación de discos de freno?
8. ¿Cuál es la mejor estrategia de mercado para la internacionalización del producto?
9. ¿Cuáles es la estrategia de comercialización a mercados internacionales?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para el progreso de la presente investigación se ha tomado en cuenta los siguientes antecedentes investigativos, que serán de ayuda para la contextualización del estudio, en particular, está estructurada de artículos científicos y tesis relacionados con las dos variables de estudio:

Como primer antecedente se presenta el "*Plan de negocio para la creación de la Comercializadora Madi S.A.S dedicada a la exportación y comercialización de campanas y discos de frenos de automotores*", de la universidad de La Salle de Colombia y escrita por Paula Andrea Martínez Díaz en el año 2017, cuyos objetivos planteados al inicio de la investigación fueron Comercializar y posicionar en el mercado internacional de autopartes y principales marcas de productoras nacionales de campanas y discos para freno colombianas, llegando a la conclusión de que el sector tiene potencial en distintos mercados internacionales y que además se han creado varias organizaciones e incentivos para promover la exportación de éstos productos, además, con la comercializadora se busca posicionar la marca a través de su servicio integral, y por ende solucionar el problema de muchas productoras que radica en la falta de stock en determinadas ocasiones, es así como la creación de alianzas con distintos proveedores les permitirá tener un alto stock ofreciendo siempre una pronta y confiable respuesta a los clientes.

Con lo señalado, se considera que este antecedente se relaciona con la presente investigación, al ser Colombia una economía similar a la de Ecuador y además al ser los dos países miembros de la CAN, se puede tener claro las potencialidades de las empresas productoras de discos de freno y las bondades que los mercados internacionales ofrecen para este tipo de empresas.

Como segundo antecedente investigativos se encuentra "*Estudio de factibilidad para la exportación de tambores de freno de la empresa FUNDIMETALES DEL NORTE a mercados internacionales*", escrito en el año 2018 por Cristian Andrés Gómez Arévalo de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, este trabajo se enfoca en búsqueda y la selección de un mercado óptimo para la comercialización

internacional del producto, claro está partiendo del conocimiento de la capacidad de producción de la empresa, se determina además la demanda del producto en los mercados internacionales y los diferentes factores sociales, políticos y económicos que rigen en los países, teniendo como resultado el mercado peruano como mercado idóneo para la comercialización de tambores de freno para buses y camiones.

Esta investigación es un buen antecedente investigativo, que será tomado como referencia importante al momento de construir la discusión.

Como tercer antecedente investigativo se presenta el *“Plan de importación y comercialización para la empresa automotriz Ausay de material de fricción y sistemas de freno, para vehículos pesados de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo”*, escrito por Erika Valeria Méndez Daquilema en el año 2018 para la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, quien, a diferencia de los antecedentes anteriores, propone un plan de factibilidad para la importación del producto en cuestión, en el mercado nacional no se cuenta con una amplia variedad del mismo. La autora escoge el país proveedor, el fabricante y posteriormente explica los pasos para la importación y posterior comercialización, incluso para la aplicación de un plan de marketing.

Este antecedente es muy relevante para tomar en cuenta, no siempre es factible exportar un producto, hay que mirar su potencial oferta para el mercado nacional y la exportable y si no es la adecuada es mejor importarlo, tal como se lo demuestra en este trabajo, una importación también es excelente para una empresa.

Como cuarto antecedente referencial se toma en cuenta la publicación *“Estrategia para establecer un sistema de comercialización directa en red en PYMES ecuatorianas del sector automotriz de la industria de repuestos de Quito”*, de autoría de Lascano y Hidalgo, tesis de posgrado 2017, en la Universidad Simón Bolívar cuyo objetivo general es dar a conocer el estado del sector automotriz, que producen repuestos a nivel nacional y de la ciudad de Quito. Aplicando una metodología cualitativa para identificar el estado del mercado automotriz y la apertura a nuevos métodos de comercialización, mediante entrevistas con representantes de empresas y se realizó encuestas a público segmentado para determinar la demanda de las partes y piezas que más utilizan”. Identificando como palabra clave “Mercado”. Llega a la conclusión de que ha realizado con éxito el enfoque y la adaptación de

un nuevo canal de distribución para las empresas industrializadas del sector Pymes de repuestos en Quito con el sistema de comercialización directa en red.

Con lo mencionado se considera la relación de la variable comercialización establece una conexión en el contexto que enmarca la comercialización nacional y el mercado y asimilar que factores incurren en la comercialización directa de red, tomando en cuenta los factores que van a determinar un mercado meta

Como quinto antecedente investigativo está el *"Análisis de economía circular para la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán y la comercialización Internacional"*, realizado por Lady Mishell Piarpuezán Buesaquillo de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi en el año 2021, en la cual se presenta el diagnóstico situacional de la empresa para conocer de manera más específica el área donde realiza el proceso productivo y qué estrategias emplea para promocionar sus productos en las redes sociales, internet y las políticas industriales, sectoriales existentes en el mercado; de igual manera se analizó las cinco fuerzas de Michael Porter para identificar cual es el perfil de la competencia y la productividad; de igual manera, se realizó el análisis financiero donde se llegó a determinar la sustentabilidad del proyecto por medio del uso de evaluadores financieros como el TIR y VAN que sirvieron para identificar si la empresa tiene la rentabilidad para poder invertir y comercializar internacionalmente sus productos.

Esta investigación se relaciona de manera directa con la empresa, primero es de la misma empresa a la cual se está estudiando y segundo, el análisis situacional de la misma es muy importante para la presente investigación, y finalmente ayudará a la hora de construir la discusión.

Como sexta investigación referencial *"Estudio sobre la caracterización y fortalecimiento de los procesos comerciales de las Mipymes de la zona 1 del Ecuador"*, de los autores Brucil, Lara y Saráuz, el artículo científico publicado 2017, en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, con el objetivo general de caracterizar al sector MIPYMES y determinar su situación actual. Aplicando una metodología de tipo exploratoria, la misma sigue los principios generalmente aceptados, en materia de investigación cuantitativa. Llega a la conclusión de que el desarrollo del proyecto de investigación "POTENCIA" se logró caracterizar 1917 MIPYMES de toda la Zona 1 del Ecuador, cuyos resultados se han puesto a disposición de las autoridades para la toma de decisiones correspondientes.

La relación con la comercialización sobre productos considerados dentro de la matriz productiva que engloba a las Mipymes recae en gran aportación para poder asimilar si por medio de un proyecto institucional se puede capacitar a la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán, incentivando así el estudio del proyecto de titulación en curso, en función de unos de sus objetivos planteados.

Como séptima investigación referencial titulada "*La Normativa andina el desarrollo del intercambio comercial en la zona de integración fronteriza*". de los autores Gutiérrez, Realpe y Ruíz, artículo científico publicado 2017, en la UPEC, con el objetivo general de alcanzar un desarrollo integral, equilibrado y autónomo, mediante la integración andina que la proyectan hacia Suramérica y América Latina en un contexto internacional. Usando una metodología común, para determinar indicadores de vulnerabilidad macroeconómica, fiscal y externa tomando en consideración las particularidades de cada economía andina. Llegando a la conclusión de que los empresarios en la actualidad aplican mecanismos o estrategias para incrementar la competitividad como es el caso de la disminución de costos logísticos dinamizando las operaciones marítimas y casi poco en el sector terrestre que no beneficia a la economía de la provincia del Carchi.

Es de gran ayuda como aporte literario porque Ecuador es parte de la CAN y por ende empresa Fundimetales del Norte logre obtener el certificado de origen, para que así este producto sea comercializado en mercados internacionales geográficamente limitados por la CAN, este documento es de gran ayuda para la empresa produce un producto con 94% de materia prima ecuatoriana y más aún si esta marca una ventaja comparativa al ser un gran pionero en el reciclaje del acero.

2.2. MARCO TEÓRICO

El trabajo de investigación se centró en las teorías de: ventaja comparativa de David Ricardo, ventaja competitiva de Michael Porter, y la nueva teoría del comercio internacional de Paul Krugman, a continuación, se explica las razones por las cuales se las utiliza.

2.2.1. Fundamentación Teórica

La teoría comparativa de David Ricardo (citada en Hill, 2015) menciona:

La ventaja comparativa es conveniente que un país se especialice en los bienes que produce con mayor eficiencia y compre a otros países lo que produce menos eficientemente, aunque esto signifique comprar a otros países bienes que él mismo podría producir con más eficiencia. (p.160)

La relación de esta teoría en cuanto a esta investigación es la elaboración de productos industrializados, por lo que este principio fomenta a que la producción se especialice, para posteriormente comercializar los bienes a un mercado internacional, marcando aspectos inherentes a la producción de discos de frenos, con insumos y materia prima nacionales, y su producción se realizara con bajos costos.

La empresa Fundimetales del Norte, utiliza hierro reciclado provenientes de la ciudad de Tulcán y de las grandes empresas de recicladoras de la ciudad de Guayaquil, lo cual obtiene una ventaja comparativa a través del reciclaje, ahorrando el costo de importación de la materia prima necesaria para la elaboración discos de frenos, es importante recalcar que la empresa utiliza materia prima e insumos como ferroaleaciones de calidad. La empresa estando en el mercado nacional le ha permitido innovar con la implementación de centro de mecanizado que es horno CNC para mejoras de producción. Su mano de obra está conformada por personal cualificado, para llevar a cabo un proceso de producción de discos de frenos de manera eficiente y eficaz, es decir la maximización de recursos y brindar productos terminados de calidad.

En la parte medioambiental la empresa Fundimetales del Norte, cuenta con registro y licencia ambiental identificando como una de las pocas fundidoras en contar con este tipo de certificación de responsabilidad ambiental, incluso se está comprando materia prima a instituciones descentralizadas por alrededor de 8 toneladas por medio de la chatarrización.

En el tema de innovación la empresa anteriormente usaba un horno cubilote que usaba carbón coque, por lo cual se implementó de un filtro para absorber todos los gases mismo que tiene la función de limpiarlos y purificarlos, incluso cambió el tema de fundición a un horno de inducción CNC utilizando electricidad, eliminando contaminación y emisión de gases, mejorando la parte ambiental.

Con respecto a la Ventaja Competitiva de Porter, se pretende determinar por qué algunas naciones prosperan y otras fracasan en la competencia internacional (citada en Hill 2015) indica que:

Porter, plantea que cuatro atributos generales de una nación definen el entorno en que compiten las empresas locales, y que esos atributos promueven u obstaculizan la creación de una ventaja competitiva:

- Dotación de factores. Situación de un país en cuanto a factores de producción, como trabajadores capacitados o la infraestructura necesaria para competir en una industria.
- Condiciones de la demanda. Características de la demanda interna del producto o servicio.
- Sectores afines y de apoyo. Presencia o falta de proveedores y empresas afines competitivas en el plano internacional.
- Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. Condiciones que determinan cómo se crean, organizan y manejan las empresas, así como el carácter de la rivalidad nacional. (p. 174)

Un producto de alta calidad permite aplicar una estrategia de diferenciación, estableciendo una misión y visión al sistema de calidad en relación cliente, de tal manera la calidad como una ventaja competitiva, como también el liderazgo en costos y a la diferenciación. Un sistema calidad es cuando se entiende al mercado y la empresa entiende al mercado, Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán, al considerarla calidad como una ventaja competitiva, traerá un efecto positivo en las ventas, ingresos y las utilidades, la empresa tiene una estructura propia, capital propio y un capital financiado.

En el mismo campo de la calidad, el producto de Fundimetales del Norte es de mayor calidad que los importados desde China y el tema de durabilidad no tienen comparación, el respaldo del producto es la tecnología que están utilizando, en el horno de inducción asegura la composición y con los tornos mecanizados aseguran precisión, lo idóneo es buscar que la calidad y durabilidad se transforme en una norma INEN, que respalde esta producción de alta tecnología, y normas ISO 9011 2015, de gestión de calidad, misma que trata sobre los registro de documentación, descripción de procesos, seguridad industrial, equipos de trabajo, la parte ambiental, el manejo de químicos y el manejo de electricidad.

Por otro lado, la Nueva Teoría del Comercio Internacional de Paul Krugman. (citada en Hill, 2015) indica:

Que un país puede dominar en la exportación de un bien tan sólo porque una o más de sus empresas lo produjeron primero. Como logran economías de escala, quienes actúan primero en un sector económico ponen sobre el mercado mundial un cerrojo que desalienta la entrada de otros. La capacidad de quienes actúan primero de aprovechar el incremento de los rendimientos levanta una barrera a la entrada. (p. 172)

La empresa Fundimetales del Norte tiene una gran demanda local y nacional, es así que Ecuador puede dominar las exportaciones de discos de freno, la empresa Fundimetales del Norte es una empresa que lo produce primero y es un bien industrializado, por lo cual realiza una fundición de alrededor de 42.5 toneladas al mes de hierro fundido, mismas que 35 a 40 toneladas están vendidas en el mismo periodo y en stock sobran 5 toneladas, logrando una economía a escala, el horno es para fundir las 24 horas al día y los tornos pueden trabajar tres turnos en pedidos de todas las referencias, en el tema de los discos de freno, se maneja cantidades más elevadas entre 60 y 70 unidades moldeadas para aprovechar la programación de los tornos, actuando primeros en la sector económico automotriz, la empresa tiene la capacidad de actuar primero gracias a su matriz productiva aprovechando estratégicamente su rendimiento.

2.2.2. Fundamentación Legal

De acuerdo con la pirámide de Kelsen, el proyecto de investigación aplica un método escalar jerárquico, para estructurar la fundamentación legal.

Tomando las aportaciones necesarias de las diferentes leyes, reglamentos y organismos nacionales, para justificar dentro del contexto nacional la apertura de mercados internacionales como también la comercialización de mercancías, mismas que contemplan el cumplimiento de normas, reglamentos y requisitos. Es así como se tomará los principales artículos de la Constitución del 2008 de Ecuador con relación a la exportación, como también las leyes y normas que establecen en el COPCI.

En el título VI Régimen de Desarrollo, Capítulo Cuarto Soberanía Económica Sección primera Sistema Económico y Política Económica, menciona el artículo 284 de la Constitución de la República del Ecuador: "La política económica tendrá los siguientes objetivos: Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional"; de conformidad con lo dispuesto en el artículo 306.- "El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal", en concordancia con el artículo que manifiesta : "425.- El orden jerárquico de aplicación de las normas será el siguiente: La Constitución; los tratados y convenios internacionales; las leyes orgánicas; las leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los decretos y reglamentos; las ordenanzas; los acuerdos y las resoluciones; y los demás actos y decisiones de los poderes públicos"

Bajo este contexto del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones "COPCI" expresa en el artículo 4: "Fines. - La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines, o): Fomentar y diversificar las exportaciones, p): Facilitar las operaciones de comercio exterior y q): Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley, por consiguiente, el artículo 93 Fomento a la exportación determina "El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno, en concordancia con el artículo 104 Principios fundamentales menciona "A más de los establecidos en la Constitución de la República, serán principios fundamentales de esta normativa los siguientes atribuciones a): Facilitación al Comercio Exterior, b): Control aduanero, c): Cooperación e intercambio de información, d): Buena fe y e): Publicidad; de conformidad con el artículo 154 "Exportación definitiva. - Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y

en las demás normas aplicables”, en concordancia al artículo 234 “Tecnología más limpia. - Las empresas, en el transcurso de la sustitución de tecnologías, deberán adoptar medidas para alcanzar procesos de producción más limpia como, por ejemplo: el literal a): Utilizar materias primas no tóxicas, no peligrosas y de bajo impacto ambiental”.

Por otra parte, el Reglamento al COPCI, expresa en el artículo 158” Exportación Definitiva. Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente. “Sólo se podrán exportar aquellas mercancías que estén amparadas en una Declaración Aduanera de Exportación o Declaración Aduanera Simplificada debidamente transmitida o presentada ante la Autoridad Aduanera”.

2.2.3. Fundamentación Conceptual

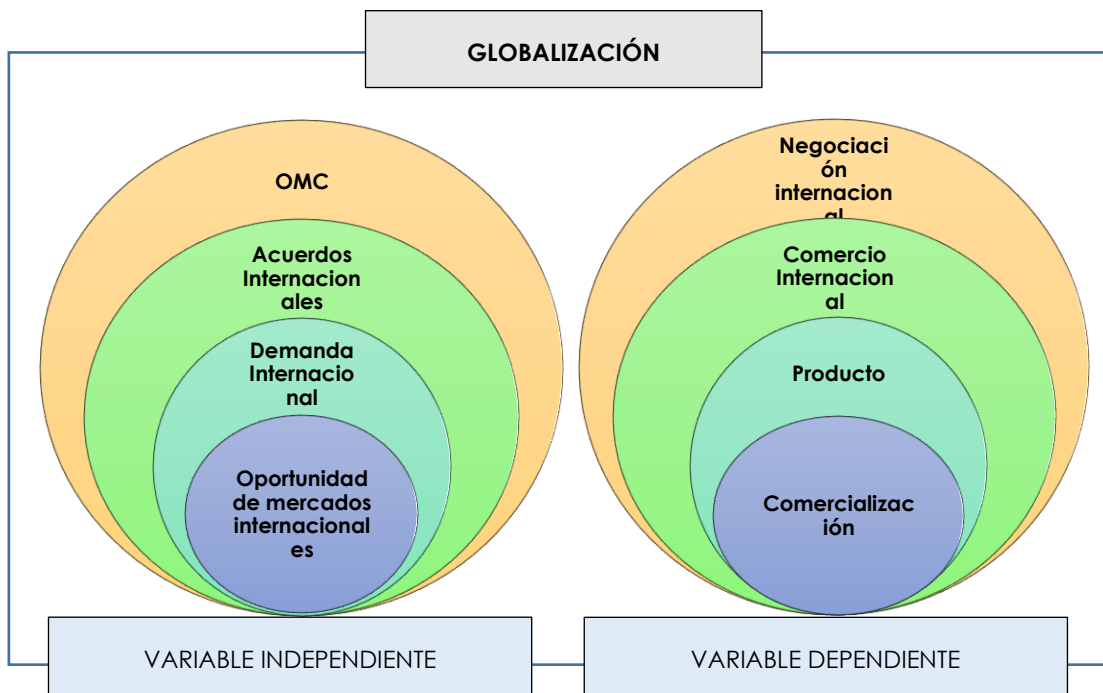


Figura 1. Fundamentación Conceptual

Globalización

“Es un fenómeno basado en el aumento continuo de las interconexiones entre los diferentes países, culturas y sociedades, a la vez es un proceso económico, social, político, tecnológico, cultural y ambiental que llevan consigo una serie de cambios y tendencias”(Raffino, 2019, párr. 1).

La globalización es un proceso histórico de integración mundial que ha logrado interconectar a todos los habitantes del planeta, lo que ha hecho que el mundo sea una aldea global, lo que genera que cada individuo se convierta en un consumidor cada vez más exigente, creativo, innovador y con esto por supuesto el incremento del flujo comercial mundial, dando paso a una mayor inversión de capitales, mayor número de bloques regionales, acuerdos comerciales, tratados de libre comercio, etc.

La interacción entre países ha permitido que las empresas sean cada vez más partícipes del desarrollo de sus ciudades y naciones a través del intercambio de bienes y servicios, además ha promovido la competitividad para ofrecer un producto de calidad en todos los sentidos a los usuarios del mundo.

Oportunidad de mercados internacionales

El principal objetivo de la internacionalización de una empresa es crecer y expandir sus operaciones, dado que las ventajas que proporciona en la economía global actual son mayores oportunidades para el crecimiento y la diversificación del mercado, generar más ingresos, reducir costos, competir por nuevas ventas y reclutar nuevos talentos. Sin embargo, pese al creciente número de empresas que se expanden, todavía hay muchos negocios que no han podido ingresar a los mercados internacionales.

Mercados internacionales

Mercado internacional es más grande que el mercado nacional de una empresa, por lo que exportar es casi siempre una forma de incrementar su base de ingresos y utilidades. Al expandir el tamaño del mercado, la exportación permite que una compañía logre economías de escala y reduzca así sus costos por unidad. Aquellas

que no exportan con frecuencia pierden oportunidades significativas de crecimiento y reducción de costos. (Hill, 2015, p.510)

Es fundamental conocer objetivamente, la identificación de mercado al momento de ingresar a nivel internacional, y más conocer cuando es el momento indicado y de que magnitud de una empresa quiere ser participe a nuevos mercados, conociendo las demandas de los consumidores de diferentes países, tomando en cuenta que los factores de culturales como de idiomas influyen en la elección de posibles oportunidades de mercados.

Demanda Internacional

La demanda refleja la capacidad económica de poder adquirir un producto, del cual se genera una necesidad capaz de ser satisfecha, así como también se tiene la capacidad de pago de su precio determinado y en un lugar establecido. Baca (2010) establece que:

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (p.15)

Teniendo en cuenta el concepto anteriormente definido, conocer la demanda de los discos de freno, permite establecer si en verdad es factible que la empresa ingrese con el producto a mercados internacionales, por esto que se debe realizar un estudio de demanda de mercado, donde se establezca información general que ayude a tomar una decisión que sea beneficiosa para el negocio.

Diversificación de mercados

Se entiende por este término al intercambio de satisfactores de acuerdo con el precio que se considera justo a su valor. Toda economía, por más cerrada que se manifieste, necesita del comercio para lograr tener una estabilidad mayor entre la gente de la población, permitiendo que la calidad de vida mejore con el tiempo y las situaciones

que se presenten por medio de los comercios e inversiones tanto extranjeras como nacionales. (UNID, 2019, p. 3)

El éxito de un negocio depende de como prospere en el tiempo, es por esto que empresa Fundimetales del Norte no debe conformarse con mantener los mismo productos siempre, ante esto surge la estrategia de diversificación que permite crear nuevos productos industrializados y proporcionar un gran impulso a la imagen de la empresa, lo que se puede utilizarse para protegerse de otras empresas competidoras, importadores y clientes.

Acuerdos Internacionales

Permiten el acceso a nuevos mercados, hacen que las industrias sean más competitivas y por ende dependan menos de subsidios gubernamentales, aumenten el PIB e inciten a inversiones extranjeras directas, lo que hace que las empresas locales tengan capital para expandirse e impulsen sus productos en el mercado, finalmente con estos acuerdos el clima empresarial se vuelve más dinámico y se convierten en excelentes competidores globales.

Acuerdo de Facilitación al Comercio

Según la Organización Mundial de Comercio (2020) afirma que: "La aplicación del AFC abre grandes posibilidades de reducir los costos del comercio y, con ello, impulsar los intercambios entre los países y aumentar los ingresos mundiales" (p.1).

La finalidad del nuevo Acuerdo de Facilitación al Comercio "AFC" de la OMC es agilizar el movimiento, el levante y el despacho de aduana de las mercancías, incluidas las mercancías en tránsito. Actualmente, los importadores y exportadores afrontan costos significativos asociados a unos procedimientos de control y despacho ineficientes de la aduana y otras autoridades en frontera, a unas formalidades en frontera y unos requisitos de documentación innecesarios, y a unos derechos y cargas administrativos opacos, factores todos ellos que pueden suponer importantes gastos económicos improductivos para el comercio internacional. (Organización Mundial del Comercio, 2016, p. 4)

Organización Mundial del Comercio (OMC)

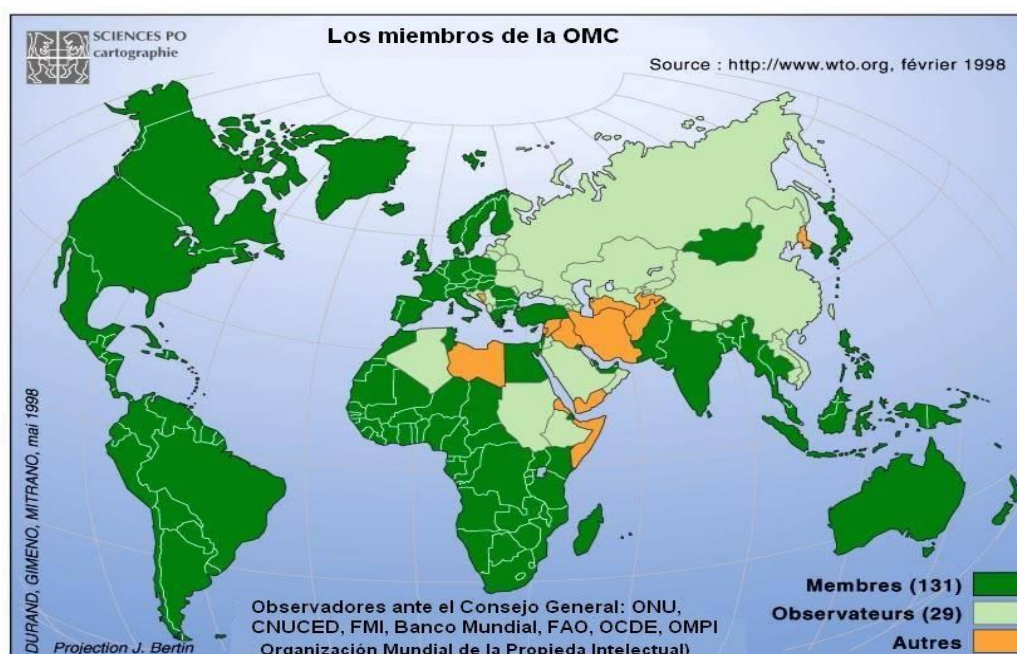


Figura 2. Países Miembros y Países Observadores de la OMC
Fuente: Organización Mundial del Comercio (2022)

Es una de las instituciones que forma parte del sistema multilateral del comercio y es el máximo organismo en el mundo que rige las políticas en cuanto a comercio internacional se refiere, su objetivo principal es garantizar que todos y cada uno de los intercambios comerciales sean realizados de una forma fluida y libre. Esta organización promueve la apertura comercial, la integración regional, el apoyo a países poco desarrollados, la protección al medio ambiente y por supuesto administra el sistema mundial de las normas comerciales y de crea foros para el desarrollo de negociaciones que tienen que ver con la negociación y firma de acuerdos comerciales.

Organización Mundial del Comercio (OMC), (2019) menciona que los principios fundamentales siguen siendo la apertura de las fronteras, la garantía de la nación más favorecida y del trato no discriminatorio entre los miembros. La apertura de los mercados nacionales al comercio internacional fomentará y favorecerá el desarrollo sostenible, mejorará el bienestar de las personas. (p.5)

Es importante también señalar que la OMC promueve el desarrollo sostenible y la protección y preservación del medio ambiente como otros de sus objetivos fundamentales y, (OMC, 2019) indica que, aunque no existe ningún acuerdo

específico que trate del medio ambiente, los Miembros pueden adoptar, en el marco de las normas de la OMC, medidas relacionadas con el comercio que tengan por objeto proteger el medio ambiente, siempre que se cumpla una serie de condiciones para evitar el uso indebido de esas medidas con fines proteccionistas. La OMC contribuye a la protección y preservación del medio ambiente mediante su objetivo de apertura del comercio, sus normas y su mecanismo de observancia, la labor realizada en diferentes órganos y sus esfuerzos constantes en el marco del Programa de Doha para el Desarrollo. En el Programa de Doha se incluyen negociaciones específicas sobre el comercio y el medio ambiente, y se asignan algunas tareas al Comité de Comercio y Medio Ambiente en sesión ordinaria.

Comercialización

Comercialización simple de bienes y servicios por otros bienes y servicios, los intercambios compensados evolucionaron hasta convertirse en varias actividades que se dividen en cinco categorías: trueque, compra mutua, compra de compensación, comercio con terceros, compensación o compra a cambio. Muchos intercambios compensados implican no sólo un acuerdo sino elementos de dos o más tipos de convenio. (Hill, 2015, p.524)

La comercialización, enmarcando primeramente la forma de distribución en punto de ventas establecidos dentro de mercados internacionales, de tal manera que sean demandados por los consumidores, de ahí parte de la empresa hace para que un producto sea conocido dentro de un entorno manejado por gustos y preferencias de consumidores, incluso aplicando estrategias para la segmentación, posicionamiento y target.

Producto

Son aquellos de los que existe una alta oferta en el mercado, por lo que siempre existirá una alternativa de proveedor. El precio es el parámetro esencial a la hora de la elección del artículo. Su importancia en el desarrollo del producto o servicio que ofrece la empresa es elevada. (Gómez, 20113, p.59)

Para el estudio de esta investigación se considera al producto como un bien tangible que puede ser objeto de movilización y de obtención de utilidades por producir dicho

bien, mismo que está bajo observación de la aduana en caso de salida o de ingreso, considerado como mercancía objetos de pagos de Ad Valoren de pendiendo de cada nación.

Oferta exportable

Es la capacidad que tiene un país o empresa de ofrecer un producto nacional a los mercados internacionales, por lo cual se requiere como condición necesaria, contar con un producto o servicio que cumpla con todos los estándares internacionales de calidad y satisfacción al cliente, para que este pueda competir en dichos mercados. (Toala, Mendoza-Briones, Vincés y Moreira-L, 2019, p. 73)

El estudio de la oferta exportable ayudara a tener en datos reales cual es la capacidad de producción de dicho bien, para considerar una producción a escala que conlleve a la participación de mercados internacionales, cumpliendo primeramente con la demanda nacional y partiendo de esta primicia para poder ser competitivos en mercados de países regionales o mundiales.

Comercio Internacional

(Hurresta, C, 2012) con lo relacionado al comercio internacional:

Se define como el conjunto de transacciones comerciales realizadas entre privados, residentes en distintos países. A diferencia del comercio interior, donde las transacciones comerciales se efectúan dentro de un espacio económico, monetario y jurídico relativamente homogéneo, las transacciones comerciales internacionales se realizan entre operadores comerciales privados situados en diferentes ordenamientos jurídicos y con acentuadas diferencias económicas y sociales.

El comercio internacional implica la venta de bienes y servicios a residentes de otros países (exportaciones) y la compra de bienes y servicios de residentes en otros países (importaciones)

Negociación Internacional

“Es un proceso en el que intervienen dos partes que intentan el acercamiento de posiciones conseguir una situación aceptable de forma que les permita desarrollar una relación. Cuando la negociación es internacional, las partes negociadoras pertenecen a distintos países” (García, 2015, p. 11).

Además, es importante indicar que, el proceso de negociación internacional es muy amplio, iniciando desde el contacto con el proveedor ubicado en algún lugar del mundo, en este caso Fundimetales del Norte, que se encuentra ubicada en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi. Una buena negociación internacional brindara resultados positivos para ambas partes, es decir una negociación ganar – ganar, los dos participantes pueden alcanzar objetivos, resolver problemas y concretar relaciones duraderas.

Estudio de Mercado

Con relación a la contextualización de estudio de mercado Fres R (2013) menciona:

La investigación de mercados consiste en la recopilación, registro y análisis sistemático de datos acerca de los problemas relacionados con la comercialización de bienes y servicios. Los investigadores de mercados emplean numerosas escalas, instrumentos, procedimientos, conceptos y técnicas para reunir información, a fin de que la investigación de mercados ayude a descubrir fortalezas y debilidades fundamentales. Las actividades de investigación de mercados apoyan las funciones de negocio más importantes de una organización. Las organizaciones que cuentan con excelentes habilidades de investigación de mercados cuentan con una fortaleza definitiva al momento de implementar estrategias genéricas. (p. 107)

La investigación de mercado facilita la determinación del segmento de mercado más idóneo para poder comercializar productos, tomando en cuenta la oferta y demanda que se maneje en el lugar específico de estudio y sobre todo las necesidades de las personas, aprovechando dicha circunstancia para finiquitar el mercado con el cual se trabajará.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

Enfoque Mixto

Los análisis cualitativo y cuantitativo describe características, además dará paso a la utilización de instrumentos de investigación para poder cuantificar la oferta que existe en la empresa Fundimetales del Norte y la demanda en otro país.

Enfoque Cuantitativo

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Afirma:

Enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

El enfoque cuantitativo (que representa, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no “brincar” o eludir pasos.³ El orden es riguroso, aunque desde luego, redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones. (p.4)

Mediante herramientas de estadística se estudia la oferta y demanda, dentro de datos de exportación, con un enfoque deductivo para realizar las proyecciones que determinaran a la comprobación de la hipótesis y su comportamiento. Va a medir las variables, determinando la población bajo qué tipo de muestro, con un documento validado como es la entrevista estructurada.

Enfoque Cualitativo

Enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. Hernández *et al.* (2014) afirma:

El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio. (p.7)

Se analizará, por medio de encuestas, entrevistas bajo un método deductivo de un grupo focal mediante realidad subjetiva del fenómeno de estudio. La idea para defender esta contextualizada en la exploración del comportamiento, la selección de la muestra se pretende determinar por el contexto de las necesidades.

3.1.2. Tipo de Investigación

Dependiendo al alcance resultan de la revisión de la literatura y de la perspectiva del estudio dependen de los objetivos del investigador para combinar los elementos en el estudio Descriptivos, consideran al fenómeno estudiado y sus componentes miden conceptos y definen variables.

3.1.2.1. Investigación Descriptiva

Se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio. (Bernal A, 2000) afirma:

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden

medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (p. 80)

Trata de especificar las propiedades de un producto, y porque se puede describir un mercado, como también porque van a ser consumidos estos productos, trata de la información por medio de fuentes secundarias, para saber cómo enviarlo a un mercado internacional.

Esta investigación es adecuada, por lo que se realizará una investigación eficiente se analizará la forma de comercialización de discos de frenos para poder describir cada una de estas situaciones de forma clara.

3.1.2.2. Investigación Correlacional

Dependiendo al alcance para determinar la fundamentación teórica, "La investigación correlacional tiene como propósito mostrar o examinar relaciones entre variables o sus resultados, pero ninguna explica que una sea la causa de la otra" (Bernal A, 2000, pág. 111).

Este tipo de estudio tiene como finalidad la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. Para evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, en los estudios correlacionales primero se mide cada una de éstas, y después se cuantifican, analizan y establecen las vinculaciones, en otras palabras, evalúan con la mayor exactitud que sea posible, el grado de vinculación entre dos o más variables, pudiéndose incluir varios pares de evaluaciones de esta naturaleza en una sola investigación (comúnmente se incluye más de una correlación). (Hernández *et al.* 2014. p. 93,94)

La aplicación de este tipo de investigación es porque la comercialización depende de los mercados, si no existe un mercado no existiría la comercialización, es decir que si existe mercados en el mundo que consumen discos de freno, alcanzando la idea a defender

3.1.2.4. Investigación Explicativa

"Cuando el investigador se plantea como objetivos estudiar el porqué de las cosas, hechos, fenómenos o situaciones donde se analizan causas y efectos de la relación entre variables." (Bernal A, 2000, pág. 113).

Se mide con fuentes de herramientas primarias como encuesta y entrevista, para dar respuestas a cuáles verdaderamente son las causas del fenómeno de estudio, de cuáles son las causas que está provocando este fenómeno o si la propuesta de comercialización es factible o no.

Las investigaciones orientadas a analizar las estrategias o factores de éxito o fracaso de una empresa o sector económico.

3.2. IDEA A DEFENDER

La determinación de las oportunidades de mercados internacionales incide en la comercialización de discos de la empresa Fundimetales del norte de la ciudad de Tulcán.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable dependiente: Comercialización

Variable independiente: Oportunidades de mercados internacionales

3.3.1. Variable dependiente: Comercialización

Definir variable:

Para que exista una comercialización se debe aplicar una estrategia de ingreso a países internacionales teniendo en cuenta los métodos básicos de entrada: ¿A qué mercados extranjeros?, Momento de entrada y Escala de entrada y compromisos estratégicos esta última debe ser capaz de apropiarse de significativas ventajas que apuntalarán su posición en el largo plazo en el mercado, lo cual permitirá que el producto bajo estándares de calidad y formalidades de ingresos requeridos pueda ser comercializado a un mercado óptimo.

3.3.2. Variable independiente: Oportunidades de mercados internacionales

Definir variable:

Se la considera independiente porque las oportunidades de mercados internacionales, conlleva el establecimiento de acuerdos comerciales y la interacción de la empresa con personas y organizaciones en las diferentes culturas

analizando las diferencias culturales y políticas de cada nación con llevan experimentar numerosos mercados donde se pueda enviar un producto y posicionar.

3.3.3. Operacionalización de variables

Tabla 1 Variable independiente: Oportunidades de mercados internacionales

OPERALIZACIÓN DE VARIABLES					
VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTO	TÉCNICA	INSTRUMENTO
OPORTUNIDADES DE MERCADOS INTERNACIONALES	DEMANDA INTERNACIONAL	Requerimientos del mercado	<p>¿Cuáles son las fuerzas del mercado respecto a un bien o servicio?</p> <p>¿Cuál es la posibilidad de participación del producto para atender parte de la demanda?</p>	Datos Secundarios	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.
	ACUERDOS INTERNACIONALES	Acuerdos Comerciales Factores Legales (medidas arancelarias, no arancelarias)	<p>¿Existe acuerdos comerciales con los países demandantes del producto?</p> <p>¿Cuáles son los beneficios de los acuerdos comerciales con los países demandantes?</p> <p>¿Existen barreras arancelarias para la importación de discos de freno?</p>		
		Normas	<p>¿Qué tipo de normas exigen los países demandantes para la importación de discos de frenos?</p> <p>¿Cuáles son las normas de origen que debe cumplir el producto para su comercialización internacional?</p>	Datos Secundarios	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.
	OMC	Comercio y el medio ambiente,	<p>¿Existe políticas de protección al medioambiente con la comercialización internacional del producto?</p> <p>¿Cuál es la situación actual del sistema multilateral del comercio?</p>		
		Apertura comercial	<p>¿Los intercambios comerciales son realizados de una forma fluida y libre?</p> <p>¿Cuál es la Política nacional e internacional frente a las Exportaciones del producto?</p>		

Tabla 2 Variable dependiente: Comercialización

OPERALIZACIÓN DE VARIABLES					
VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTO	TÉCNICA	INSTRUMENTO
COMERCIALIZACIÓN	PRODUCTO	Características del producto	¿Qué son los Discos de freno?, ¿para qué sirven?, son considerados partes o piezas?	Observación	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.
		Segmentación de mercado	¿Cuáles son los países de mayor demanda para la comercialización del producto?		
			¿Cuáles son los países de mayor producción de discos de frenos?		
	Estudio Financiero	¿Cuáles son los principales competidores respecto a la comercialización de discos de freno?			
		¿Cuál es la situación financiera de la empresa?			
		¿Cuál es la inversión que la empresa puede realizar para poner en marcha el presente proyecto?			
COMERCIO INTERNACIONAL	Transacciones comerciales	¿Cuál es la capacidad de endeudamiento de la empresa para poner en marcha el presente proyecto?			
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL	Internacionalización	¿Cuál es la situación de la balanza comercial ecuatoriana de los últimos 5 años respecto al producto discos de frenos?	Observación	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	
		¿Cuál es la situación de la balanza comercial Ecuador – países demandantes respecto al producto discos de frenos?			
		¿Cuál es la situación de la balanza comercial Ecuador – Mundo respecto al producto discos de frenos?			
¿Cuál es la mejor estrategia para el ingreso del producto a mercados internacionales?	Observación	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.			
¿Es beneficioso para la empresa, la internacionalización de los discos de freno?					
¿Cuáles son las ventajas de la internacionalización de la empresa?					
¿Cuál es el mejor canal de distribución para el producto en el mercado internacional?					

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Método Analítico

Hernández *et al.* (2014) con lo referente al método analítico menciona. "Puede ser sobre los datos originales (datos directos) o puede requerir de su transformación. La diversidad de posibilidades de análisis es considerable en los métodos mixtos, además de las alternativas conocidas que ofrecen la estadística y el análisis temático" (p.474). dentro del mismo contexto afirma. "La investigación cuantitativa un proceso recolector y analítico de datos con pocos márgenes de error, la producción de datos estadísticos permite controlar la generación de respuestas y obtener resultados positivos, si cuenta con recomendaciones para mejorar los trabajos cuantificables". (Hernández *et al.* 2014, pg.150)

Se va a utilizar bases de interacción de información de datos reales de exportaciones y datos de empresas de años tomados para la relevancia de la información del proyecto de estudio.

3.4.2. Método Inductivo

Hernández *et al.* (2014) menciona:

El proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general. Es decir, procede caso por caso, dato por dato, hasta llegar a una perspectiva más general. Un estudio cualitativo-inductivo, el investigador entrevista a una persona, analiza los datos que obtuvo y saca conclusiones; posteriormente, entrevista a otra persona, analiza esta nueva información y revisa sus resultados y conclusiones; del mismo modo, efectúa y analiza más entrevistas para comprender el fenómeno que estudia. (p.8)

Se utilizará este método para realizar este tipo de investigación se inicia de una de una investigación diacrónica mediante una línea de tiempo, buscando antecedentes sobre las oportunidades de mercados internacionales de discos de freno mismo que respaldan el trabajo ayudándonos así a la nueva idea a defender y poder llegar al objetivo planteado.

3.4.3. Método Deductivo

Hernández *et al* (2114). "Dentro del enfoque deductivo-cuantitativo, las hipótesis se contrastan con la realidad para aceptarse o rechazarse en un contexto determinado" (p. 112). "Esta aproximación se vale de la lógica o razonamiento deductivo, que comienza con la teoría, y de ésta se derivan expresiones lógicas denominadas "hipótesis" que el investigador somete a prueba" (Hernández *et al.* 2014 p.6).

El enfoque cuantitativo y en el paradigma deductivo. Se basan en hipótesis preestablecidas, miden variables y su aplicación debe sujetarse al diseño concebido con antelación; al desarrollarse, el investigador está centrado en la validez, el rigor y el control de la situación de investigación. (Hernández *et al.* 2014i, pg. 150)

Se utilizará el método deductivo siendo característico del enfoque cuantitativo planteado en el proyecto de investigación, para poder medir las variables y su aplicación de la situación de la investigación

3.4.4. Técnicas e instrumentos de investigación

Encuesta

Se basan en preguntas que pueden ser cerradas o abiertas Hernández, *et al.* (2114) "Las encuestas de opinión son consideradas como un diseño o método., por medios electrónicos como correos o páginas web, en grupo" (p.159).

Donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población. Estas variables se miden y se analizan con pruebas estadísticas en una muestra, de la que se presupone que ésta es probabilística y que todos los elementos de la población tienen una misma probabilidad de ser elegidos. (Hernández, *et al.* 2114, p. 117)

Las encuestas, en los que se pretende generalizar los resultados a una población. La característica de este tipo de muestras es que todos los elementos de la población al inicio tienen la misma probabilidad de ser elegidos. Así, los elementos muestrales tendrán valores muy aproximados a los valores de la población, las mediciones y análisis del subconjunto serán estimaciones muy precisas del conjunto mayor. Tal precisión depende del error de muestreo, llamado también error estándar.

Entrevista

Hernández *et al.* (2014) menciona. "Las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes, se revisará de una entrevista es el personal cara a cara" (p.233).

Las entrevistas son individuales, aunque podrían aplicarse a un grupo pequeño (si ésta fuera la unidad de análisis). Es decir, el cuestionario lo responden entre todos sus miembros o parte de ellos (por ejemplo, cuestionarios para parejas o una familia, o un área de una empresa). Las entrevistas se plantean como un contexto en el cual pueden ser administrados los cuestionarios, las preguntas con varias categorías de respuesta, y cuando el entrevistado sólo tiene que elegir una, llega a ocurrir que el orden en que se presentan dichas opciones afecta las respuestas de los participantes. (Hernández *et al.* 2014, p. 235)

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Dentro de las herramientas estadísticas que se utilizaran en la investigación se han considerado, ah Trade-Map proporciona datos de los últimos 5 años de los cuales se puede recopilar información objetiva de investigación diacrónica.

En una investigación no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos, dicha investigación es un parteaguas de varios estudios cuantitativos, como las encuestas de opinión, los estudios ex post-facto retrospectivos y prospectivos, analizando si aporta evidencia en favor o en contra de su hipótesis, en cantidades elevadas, medias y bajas de oferta y demanda de discos de frenos, así como a que países no lo están exportando e incluso importando, por estos determinantes se mediría la calidad de consumo, que lleve a cabo sus comparaciones y establecería el efecto del consumo. (Hernández *et al.* 2010, p. 153)

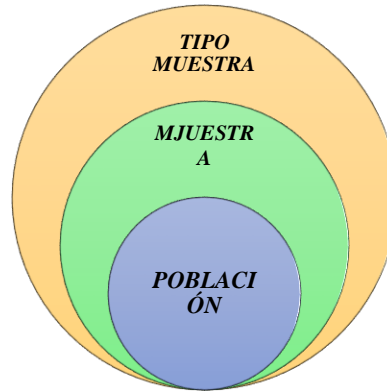


Figura 3. Estudios Poblacionales o No Experimentales

Se utilizará el método de estudio de Población o No Experimentales, para definir el Universo y macro de muestreo, se estimará siguiendo los criterios de la estadística:

Se definirá primeramente el "Universo", para delimitar los límites espaciales, temporales.

3.5.1. Población

En segundo lugar la "Población" que se denota en el posible país importador de discos de freno, que son parámetros resultantes de los análisis de matrices como es la de POAM y PESTEL a nivel macro con factores económicos, sociales, tecnológicos y legales, Por otra, para poder determinar el país meta , seleccionando una población económicamente activa del sector de comercio y transporte que son los posibles consumidores de los discos de freno, analizando la cultura organizacional en dimensiones internas de Hofstede.

En la investigación no experimental se eligieron personas con diferentes niveles de consumo, los cuales se generaron por muchas causas, pero no por la manipulación intencional y previa, en un estudio no experimental los individuos ya pertenecían a un grupo o nivel determinado de la variable independiente por autoselección, no experimental es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido, Las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención o influencia directa, y dichas relaciones se observan tal como se han dado en su contexto natural. (Hernández *et al.* 2014, p. 154)

3.5.2. Muestra

La muestra es la empresa Fundimetales del Norte, por lo tanto, para definir la muestra de tipo estadística se usará el tipo estadística inferencial, que describe los parámetros del muestreo (nivel de confianza, error aceptado, la variancia de la muestra), que recabará y analizar información que pueda ser interrelacionada

En cuanto a las técnicas se usará la técnica de recolección de datos cualitativos, que no es más que el uso de un cuestionario para recopilar hechos, opiniones y actitudes; se trata de la forma más popular de recopilar datos primarios. las entrevistas en línea y los paneles en internet, que por pandemia son de gran ayuda académica, que será contextualizada por medio del factor porcentual para verificar que opinan los encuestados sobre el producto ofertado que son los discos de freno, en posibles mercados internacionales Como también se usará la técnica de recolección de datos cuantificados para poder determinar si la producción de discos de frenos puede satisfacer el volumen de demanda del posible mercado meta.

3.5.3. Tipo de muestra

Por consiguiente, para definir el tipo de muestra, se trabajará sobre los objetivos de la investigación que se deben de reflejarse en tamaño de la "Muestra", se usara un método de muestreo aleatorio simple, estratificado, en conglomerados. Para determinar el tipo de muestro se usará, de tipo estadística aplicada, mismo que determine la oferta nacional de discos de freno, como la demanda en los posibles países importadores, de la mano de análisis de factores externos de mercado que engloben factores macro como, sociales, políticos, demográficos e incluso la cultura de política comercial y la cultura organizacional que ayuden a la comercialización como también en la de oportunidades de mercados internacionales.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Para la realización de la investigación se desarrolla un estudio de mercado dando cumplimiento con lo establecido en el objetivo general que es analizar las oportunidades de mercados internacionales, aplicando una matriz POAM, para segmentar el país, usando bases de datos robustas en información como la es Trade-map, el primer factor a consideración es los países más demandantes de discos de freno, luego se analiza la nación más favorecida valorando si su porcentaje arancelario es bajo por lo menos inferior al 5%, y por último se analiza el nivel porcentual de participación de cada país frente al total del mundo de las importaciones. Por otra parte para la continuidad del estudio se aplica matriz PESTEL, en el cual se analiza factores socioeconómicos, para poder determinar el mercado más idóneo o como resultado de la valoración al mercado meta. Y para la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán, se analiza los acuerdos comerciales, barreras arancelarias, como también las estrategias de entradas a nuevos mercados, y finalmente en el contexto nacional se analiza las normas técnicas para la estandarización de un producto, incluso se analiza a la empresa bajo un valor empresarial, con un sistema de evaluación de calidad en cada uno de sus niveles administrativos y de producción.

4.1.1. ESTUDIO DE MERCADO

Tabla 3 Nomenclatura y características de la subpartida 8708.30.25.00

Discos de Freno			
ADM DE NOMENCLATURA Y CARACTERÍSTICAS DE MERCANCÍAS			
Merceología: Es la disciplina que estudia las mercancías, atendiendo a obtención, estructura y proceso de elaboración, así como a su función o diseño, teniendo como propósito, poder clasificarlas en la Nomenclatura internacional en el comercio de estas.			
Tipo de elemento	Subpartida NACIONAL(ARIAN)	Descripción del elemento	---DISCOS
Subpartida	8708.30.25.00	Código de unidad física	NUMERO DE UNIDADES
Regímenes de Exportación	Exportación definitiva	Requiere información de vehículo	NO
Código Suplementario	0	Elemento tácito	NO
Código Complementario	0	Fecha de Fin de Vigencia	

Fecha de inicio de Vigencia	01/09/2017	Tratamiento de mercadería	[GENERAL]
Código de producto de sistema Andino de franja de precio		Código de norma (Base legal)	20170920
Naturaleza primaria de Mercancía	GENERAL	Código de norma Base Legal	RESOLUCION N°020-2017 EL PLENO DEL COMEX
Versión de nomenclatura	6		
Tipo de norma	RESOLUCION		
Comentarios de apertura	Decreto ejecutivo 592, R.O. 191, 15/10/2007prohibida importación a consumo en estado usado, res. 184 comexi - resolución N° 020-2017 el pleno del comex, adoptada en sesión del 15 de junio de 2017 y en vigencia a partir del 01 de septiembre de 2017 sin perjuicio de su publicación en registro oficial		

Fuente: <https://www.aduana.gob.ec/consulta-de-clasificacion-arancelaria/> (2022)

Se analiza una merceología ordenada y científica de las mercancías que son objeto de comercio internacional, caracterizando el uso más frecuente de la nomenclatura de designación y codificación de mercancías del Ecuador.

Tabla 4 Clasificación arancelaria subpartida nacional 8708302500

Ficha técnica de discos de freno

En las consideraciones generales de la Resolución 020, 2017, menciona. "Los dos primeros identifican el Capítulo; al tener cuatro dígitos se denomina Partida; con seis dígitos subpartida del Sistema Armonizado y los ocho dígitos conforman la subpartida NANDINA".

Para la interpretación del sistema armonizado de la CAN en la Regla 6: La clasificación de mercancías en las subpartidas de una misma partida está determinada legalmente por los textos de estas subpartidas y de las notas de subpartidas, así como, mutatis mutandis, por las Reglas anteriores. Solo pueden compararse subpartidas del mismo nivel. (COMEX 2017, p.18)

Nombre Comercial:	Discos de freno
Partida arancelaria:	8708.30.25.00
Sección XVII:	MATERIAL DE TRANSPORTE
Capítulo 87:	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios
Partida Sistema Armonizado 8708:	Partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas 87.01 a 87.05.
Subpartida arancelaria 8708.30	- Frenos y servofrenos; sus partes: B29
Subpartida Regional 87083025	- - - Discos
Subpartida Nacional 8708302500	- - - Discos

Fuente: (COMEX,2017, pag.344)

Se analiza la correcta clasificación arancelaria de los discos de freno, es decir el nombre comercial y demás características para ser considerada como mercancía comunitaria, la determinación de esta ficha técnica es para plasmar la merceología del producto seleccionado 8708302500 “discos de freno”, mismo producto en busca de oportunidades de mercados internacionales.

Lista de países importadores para el producto 870830 | exportado por Ecuador, valor miles USD

Tabla 5 Mercados importadores para el producto 870830 exportado por Ecuador en miles de USD

Importadores	Valor exportado 2016	Valor exportado 2017	Valor exportado 2018	Valor exportado 2019	Valor exportado 2020	Valor FOB
Bélgica	0.000	4.000	0.000	5.000	30.000	39.000
Perú	5.000	1.000	11.000	4.000	18.000	39.000
EE. UU.	37.000	14.000	76.000	17.000	17.000	161.000
Países Bajos	0.000	0.000	0.000	0.000	9.000	9.000
Panamá	0.000	0.000	5.000	10.000	5.000	20.000
Bolivia	1.000	29.000	0.000	0.000	0.000	30.000
Brasil	0.000	3.000	0.000	0.000	0.000	3.000
Colombia	20.000	2.000	28.000	0.000	0.000	50.000
Total/Mundo	83.000	59.000	134.000	61.000	78.000	

Fuente: <https://www.trademap.org> (2022)

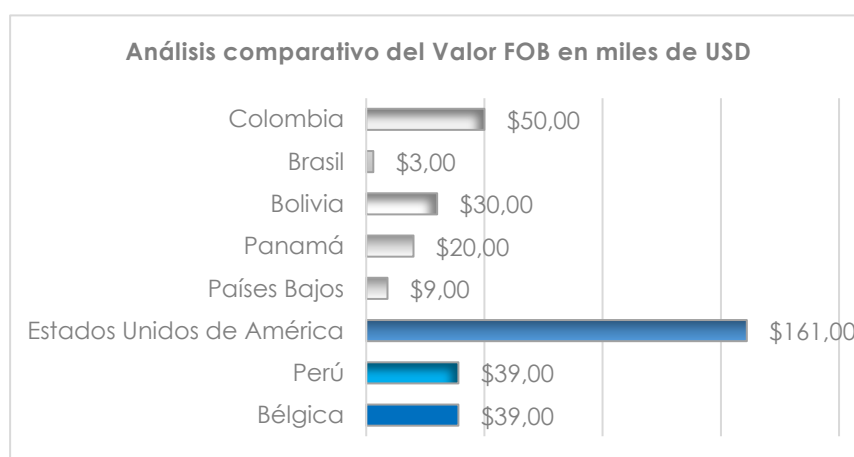


Figura 4. Análisis comparativo del Valor FOB en miles de USD
Fuente: <https://www.trademap.org> (2022)

Para segmentar el país como se representa en la tabla 5, se analiza la demanda que tiene cada uno de los países estudiados con el total del valor FOB, a pesar de la pandemia del COVID 19, en el 2020 su demanda fue mayor con respecto a los años anteriores, por otra parte se ejecuta un análisis horizontal de un periodo con relación entre la participación de importaciones en valor FOB en miles de dólares con respecto al total del valor FOB dentro de los últimos cinco años con sobre un producto exportado por Ecuador, se determina que de los ocho países, el país más consumidor a nivel mundial es EEUU con un valor FOB de \$161000 dólares americanos que son consecuentes de la participación de este país con relación a las importaciones del total de los últimos cinco años, Bélgica como segundo mayor consumidor, importa el producto 87083025 dentro del periodo 2016-2020, con un valor de \$39000 dólares americanos, al igual que Bélgica con mayor participación es Perú con un valor de \$39000 dólares americanos, este país es de gran oportunidad se encuentra conectado geográficamente y más Ecuador y Perú están adheridos a la CAN, tratando a este producto como mercancía comunitaria, y por ultimo esta. Las exportaciones de Ecuador representan el 0% de las exportaciones mundiales de este producto, su ranking en las exportaciones mundiales es 87.

Tabla 6 Arancel de la subpartida 870830

Top 8	Importadores	Arancel
1	Bélgica	0%
2	Perú	0%
3	EE. UU.	5%
4	Países Bajos	0%
5	Panamá	1,8%
6	Bolivia	10%
7	Brasil	14%
8	Colombia	3.3%

Fuente: <https://www.wto.org/indexsp.htm>(2022)

En la tabla 6 hace referencia al porcentaje arancelario conocida como Ad valoren, que recae en la sub-partida arancelaria. Del top de 8 de los países que importan el producto seleccionado 870830 exportado por Ecuador, se identifica países que cobran nacionalmente cero por ciento de Ad Valoren, siendo estos atractivos para

la elección como mercado meta, por otra parte se acoge como mercado más óptimo a los países que forman parte de la CAN como los son Perú, Colombia y Bolivia, considerando como una oportunidad de mercado internacional, Ecuador podrá exportar el producto seleccionado 8708302500 a precios más bajos siendo competitivo en relación a precios de productos no de productos importados de otras naciones y que son vendidos en estos mercados, este indicador de la tarifa arancelaria sirve para determinar cuál de este top 8 de países importadores de este producto sea el más óptimo para realizar el estudio de mercado.

Tabla 7 Participación porcentual de los países frente al total del mundo

Análisis vertical con respecto al total, por el cual se determina la participación porcentual de los países en base al total del valor en miles \$, con relación a todos los países importadores de los últimos 5 años.

Importadores	Valor exportado 2016	Valor exportado 2017	Valor exportado 2018	Valor exportado 2019	Valor exportado 2020	Participación de los países en relación con el total del mundo
Bélgica	0.000	4.000	0.000	5.000	30.000	11%
Perú	5.000	1.000	11.000	4.000	18.000	9%
EE. UU.	37.000	14.000	76.000	17.000	17.000	35%
Países Bajos	0.000	0.000	0.000	0.000	9.000	2%
Panamá	0.000	0.000	5.000	10.000	5.000	5%
Bolivia	1.000	29.000	0.000	0.000	0.000	10%
Brasil	0.000	3.000	0.000	0.000	0.000	1%
Colombia	20.000	2.000	28.000	0.000	0.000	10%
Total/Mundo	83.000	59.000	134.000	61.000	78.000	

Fuente: <https://www.trademap.org> (2022)

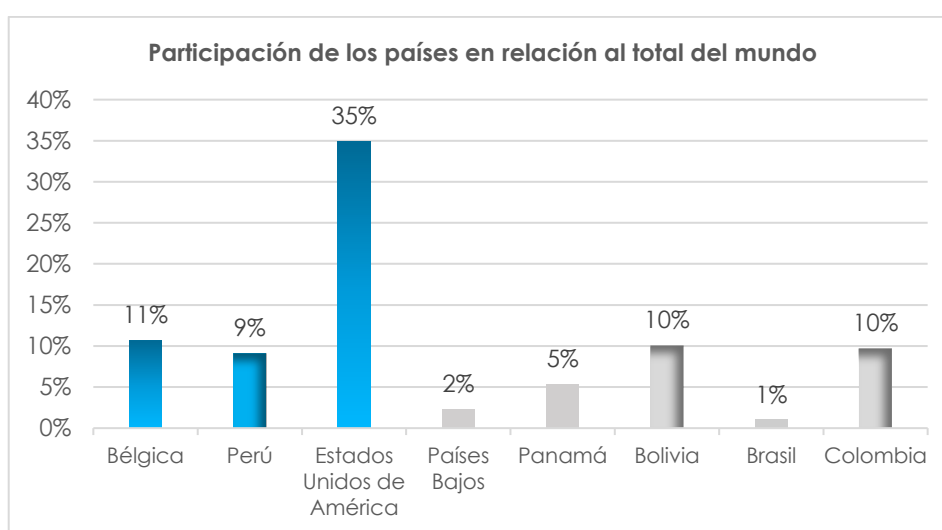


Figura 5. Participación de los países en relación con el total del mundo

Fuente: <https://www.trademap.org> (2022)

En esta tabla se ha calculado el nivel de participación porcentual que tiene cada país en relación al total del mundo, este indicador se toma en cuenta para caracterizar cual del top 8 de los países analizados tiene la mayor demanda en las importaciones del producto seleccionado 870830 que exporta Ecuador, este indicador por medio de este análisis vertical se obtiene que EEUU es el posee mayor porcentaje, esto se deduce porque es el primer país de destino de las exportaciones de Ecuador, por otra parte Colombia y Bolivia se mantienen con un 10% y lo sigue Perú con un 9%, gracias a estos resultados se determina que entre estos países existen relaciones comerciales y más aún se determina que están adheridos acuerdos comerciales regionales dando positivo para la posible elección del mercado meta internacional.

Tabla 8 Análisis POAM para selección de los países en estudio

Top 8	Importadores	Total (FOB), miles (5 años)	Arancel	Nivel de participación
1	Bélgica	39.00	0%	11%
2	Perú	39.00	0%	9%
3	EE. UU.	161.00	5%	3.5%
4	Colombia	50.00	3.3%	10%
5	Panamá	20.00	1,8%	5%
6	Países Bajos	9.00	0%	2%
7	Bolivia	30.00	10%	10%
8	Brasil	3.00	14%	1%

Fuente: <https://www.trademap.org> (2022)

La tabla 8 hace una valoración sobre los de indicadores de análisis a estudiar en la matriz POAM, analiza la posición comercial de un país en particular, para seleccionar y segmentar el país meta internacional, a partir de bases de datos robustas en información como la es Trade-map, el primer factor a consideración es los países más demandantes de discos de freno, luego se analiza la nación más favorecida valorando si su porcentaje arancelario es bajo por lo menos inferior al 5%, y por último se analiza el nivel porcentual de participación de cada país frente al total del mundo de las importaciones.

Países demandantes y ofertantes

Lista de importadores para el producto: 870830 Frenos y servofrenos y sus partes, para tractores, vehículos automotores para el transporte de diez o más personas, automóviles y demás vehículos automotores diseñados principalmente para el transporte de personas, vehículos automotores para el transporte de mercancías y para fines especiales vehículos de motor

Tabla 9 Importadores de la subpartida 870830 en el mundo

Importadores	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020	Valor importado en 2021	Total, Valor FOB \$	Tasa de Crecimiento 2017-2021	Promedio de participación %
EE. UU.	5077587	5691761	5760291	5048217	6094784	27672640	5.42%	11%
Alemania	3712709	3780225	3477427	3046349	3598247	17614957	-0.12%	7%
México	1907186	2132277	2198987	1866639		8105089	-25.05%	3%
Canadá	1755719	1661748	1543843	1211464	1229954	7402728	-8.11%	3%
China	1080438	1215058	1282791	1188641		4766928	-22.33%	2%
Francia	1424472	1567352	1378822	1143508	1361187	6875341	-0.01%	3%
Reino Unido	1309820	1438063	1324703	996750	1228180	6297516	0.09%	3%
Polonia	932352	1067518	1031505	870406		3901781	-26,12%	1%
Italia	982558	1082799	981273	806443		3853073	-29,25%	1%
Mundo	30324306	32535868	31348287	27131312	20155969	141495742		

Fuente: <https://www.trademap.org> (2022)

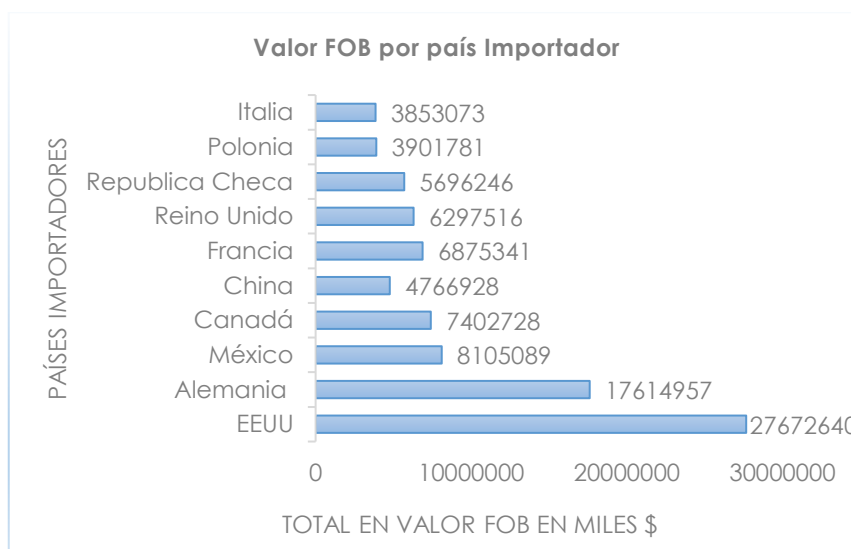


Figura 6. Valor FOB de importadores, de la subpartida 870830

Fuente: <https://www.trademap.org> (2022)

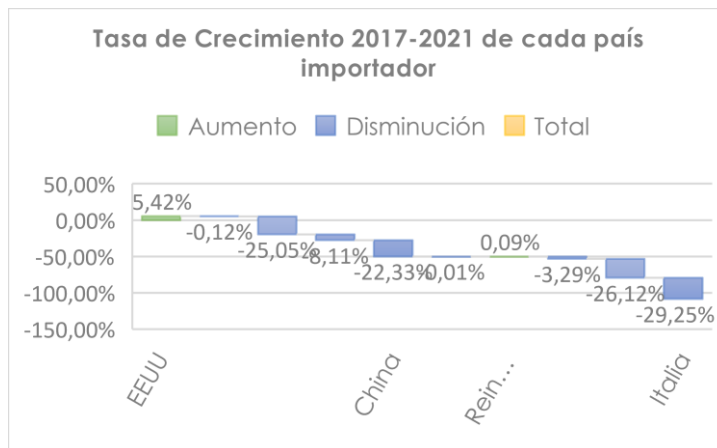


Figura 7. Tasa de crecimiento 2017-2021
Fuente: <https://www.trademap.org> (2022)

Dentro de la figura 7, es el análisis del coeficiente de apertura comercial (Tasa de crecimiento 2017-2021 por país importador de la subpartida 870830). Se aplica el análisis del periodo actual horizontal donde determina la participación que tiene cada uno de estos países en el mercado, caracterizando si hubo un crecimiento o un decrecimiento anual, por lo cual se determina una comparación entre los países con el total que tengo en el mundo

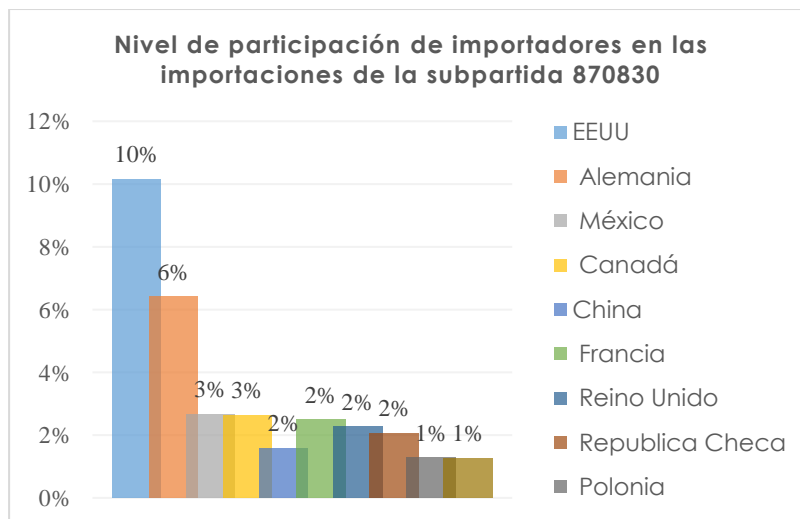


Figura 8. Nivel de participación porcentual
Fuente: <https://www.trademap.org> (2022)

Dentro de la figura 8 se contextualiza un análisis vertical con respecto al total, por el cual se determina la participación porcentual de los países en base al total del valor en miles \$, con relación a todos los países importadores de los últimos 5 años.

Tabla 10 Arancel medio estimado aplicado por país

Top	Importadores	Arancel medio (estimado) aplicado por el país (%)
1	Estados Unidos	2.5%
2	Alemania	10%
3	México	10%
4	Canadá	6%
5	China	6%
6	Francia	10%
7	Reino Unido	4%
8	Republica Checa	3.8%
9	Polonia	15%
10	Italia	10%

Fuente: <https://www.trademap.org> (2022)

Principales países exportadores de discos de freno para el mundo

En miles de dólares estadounidenses, el producto: 870830 Frenos y servofrenos y sus partes, para tractores, vehículos automotores para el transporte de diez o más personas, automóviles y demás vehículos automotores diseñados principalmente para el transporte de personas, vehículos automotores para el transporte de mercancías y para fines especiales vehículos de motor.

Tabla 11 Exportadores del producto 870830

Exportadores	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021	Total, Valor FOB \$	Tasa de Crecimiento 2017-2021	PROMEDIO DE PARTICIPACIÓN %
China	4957535	5633703	5476242	4943457		21010937	-24.72%	7%
Alemania	4714807	4888225	4584131	3821207	4759994	22768364	1.35%	9%
México	2323626	2776201	3027204	2757663		10884694	-20.10%	3%
EE. UU.	2996426	3070769	2826471	2141419	2222880	13257965	-6.48%	5%
Italia	2134437	2297513	2136677	1809117		8377744	-28.67%	3%
Japón	1618298	1707286	1668870	1500359	1788340	8283153	3.09%	3%
Polinia	1520108	1806780	1782084	1481836		6590808	-24.84%	2%
República Checa	1957806	1849458	1633975	1347139	1398780	8187158	-7.73%	3%
Francia	1269530	1357210	1237716	1057009	1206733	6128198	-0.58%	2%
España	1019156	1017334	941281	848846	1037255	4863872	1.18%	2%
Mundo	31806314	34291886	32684310	27802735	15969431	142554676		

Fuente: <https://www.trademap.org> (2022)

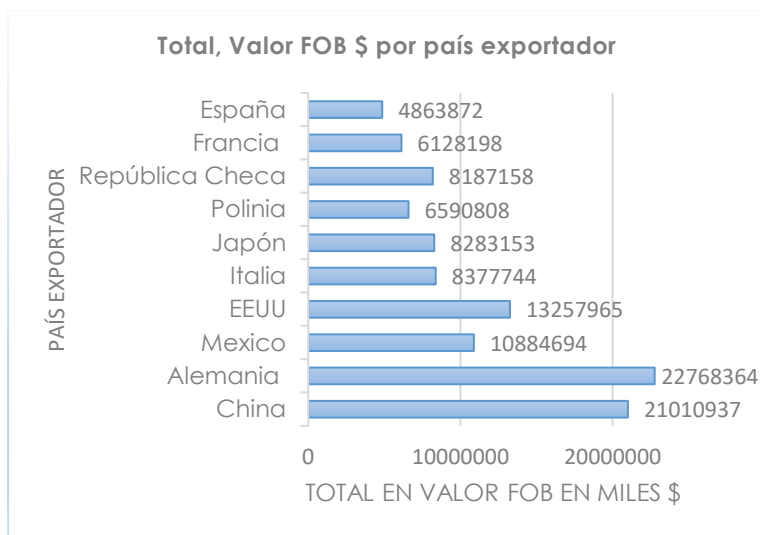


Figura 9. Total, valor FOB de cada país exportador.
Fuente: <https://www.trademap.org> (2022)

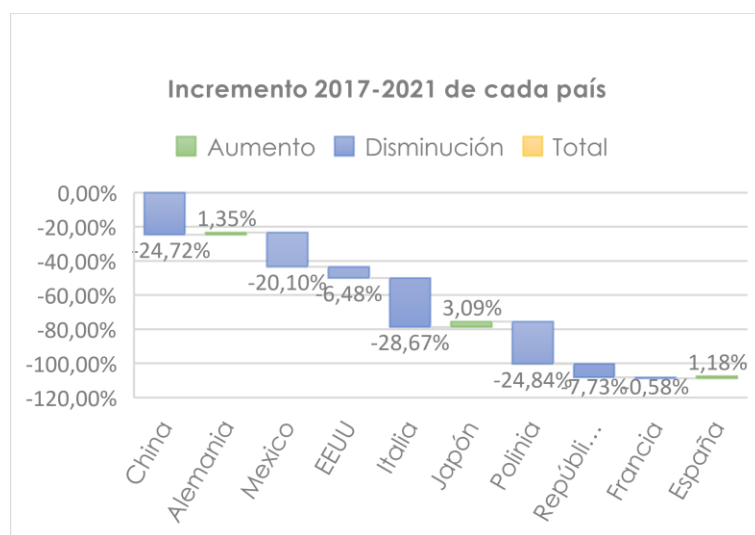


Figura 10. Incremento 2017 – 2021 de cada país exportador.
Fuente: <https://www.trademap.org> (2022)

Análisis del periodo actual horizontal, es para poder buscar la participación que tiene cada uno de estos países en el mercado, caracterizando si hubo un crecimiento o un decrecimiento anual, por lo cual se determina una comparación entre los países con el total que tengo en el mundo.

Análisis vertical con respecto al total, es la participación porcentual de los países en base al total del valor de todos los países exportadores de los últimos 5 años.

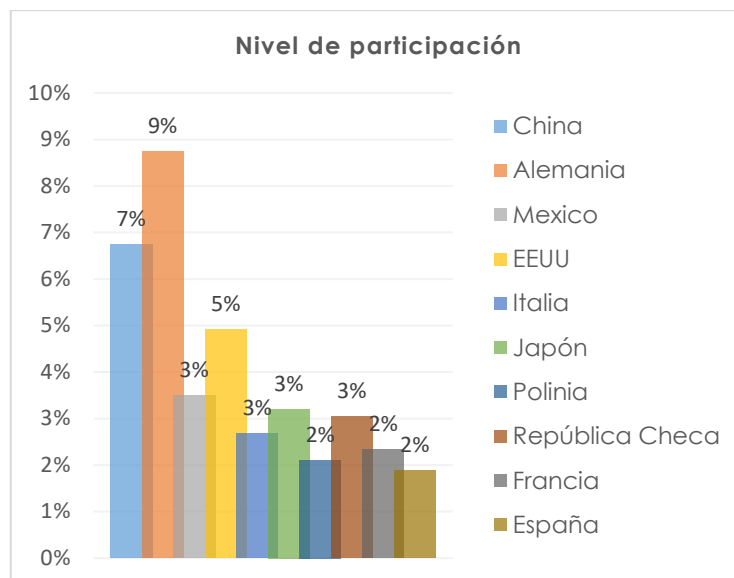


Figura 11. Participación porcentual
Fuente: <https://www.trademap.org> (2022)

Para la empresa la principal competencia son las importaciones desde China, es así como a nivel nacional es la única empresa que fabrica este tipo de piezas automotrices a de frenos bajo esta tecnología. Por otro lado, una ventaja es que no hay competencia nacional directa, si existe una en Cañar pero relativamente no es competencia como lo es las empresas de Colombia, esto pasa en este país agremiaron el tema de fundición y sacaron norma ICONTEC relacionado a la fabricación de discos y tambores de freno, por mencionar frente a una competencia en mecanizado están Talleres Días, Fundidora Bogotá, Grupo JCR Fundiciones & Del valle METALCAST, Industrias Galber SAS, Fundiciones UNIVERSO que tienen más de 40 años en el mercado, y algo muy importante que ellos han logrado como

Con la información revisada anteriormente en función de la participación de las exportaciones de los productos de la subpartida arancelaria 8708.30.25.00 se procede a realizar el análisis de los factores demográficos, económicos y políticos de los países que presentan mayores oportunidades para la exportación y comercialización de estos productos para con estos datos construir la matriz POAM y definir el mercado objetivo. Estos países son Bélgica, Perú y Estados Unidos.

Factores Económicos del Ecuador

El Banco Central del Ecuador prevé que el Producto Interno Bruto (PIB) en 2021 registre un crecimiento interanual de 3,55% (USD 68.661 millones en valores constantes año base 2007), una recuperación frente a la contracción de 7,75% de 2020. Esta actualización refleja un mayor crecimiento del PIB en comparación al 2,8% proyectado en mayo del presente año. (Banco Central de Ecuador, 2021)

Tabla 12 Factores Económicos del Ecuador

INDICADORES	2017	2018	2019	2020	2021
PIB (millones \$)	92.542	91.122	96.572	87.125	89.75
PIB Per Cápita (millones \$)	5.516	5.353	5.593	4.976	5.017
Tasa de inflación (%)	0.41	-0.22	0.26	-0.9	1.9
Tasa de desempleo (%)	3.84	3.53	3.4	4.1	5.2
Población	16,777,000	17,023,000	17,268,000	17,511,000	17,888,474
Índice de competitividad	55.86	55.85	55.74		

Fuente: Banco Central del Ecuador (2022), Banco Mundial (2022)

Los datos presentados en la tabla anterior reflejan el estado económico del Ecuador, en el que se evidencia un incremento del PIB en el año 2021 así como también un incremento en la tasa de inflación anual llegando a un valor porcentual del 1.9%, por otro lado, la tasa de desempleo tiene un notorio crecimiento siendo del 5.2% para el año 2021.

Diagnóstico de los mercados de destino

A continuación, se procede a realizar el análisis del entorno macroeconómico de Bélgica, Perú y los Estados Unidos, por medio de factores demográficos, económicos, políticos, legales y culturales para determinar mediante la matriz del Perfil de Oportunidades y Amenazas la mejor alternativa de mercado para la internacionalización de los discos de freno de la industria Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán.

4.1.2. FACTORES SOCIALES

Los factores demográficos de los países seleccionados Para el análisis de la matriz POAM se analizará los factores sociales la misma que permitirá conocer el estudio demográfico de los tres países.

Tabla 13 Población Total (en Millones)

INDICADOR	ESTADOS UNIDOS	BÉLGICA	PERÚ
Población Total	331,893,745	11,587,882	33,359,416
Población económicamente activa	165,530,225	5,217,353	16,456,809
Tasa de desempleo	3.89%	5.36%	5.8%

Fuente: INDEXMUNDI, Banco Mundial

Estados Unidos cuenta con el mayor número de habitantes a diferencia de Perú que sería el segundo país con mayor número de habitantes y tercer país es Bélgica, de esta forma Estados Unidos será el país con mayor probabilidad de clientes potenciales en la compra del producto.

Tabla 14 Perfil de Consumidor EE. UU periodo 2017-2021

Perfil de Consumidor	ESTADOS UNIDOS				
	2017	2018	2019	2020	2021
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	1	1	1	1	1
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	13.245,22	126.715,39	12.988.662,67	173.51625,21	238.39333,94
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	2.9%	2,20%	3,80%	6%	10%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	40, 525	41,22	39,52	39,41	38,91

Fuente: Santander Trade

El perfil del consumidor de Estados Unidos en lo que respecta a los gastos de hogar muestra un crecimiento anual legando al 10%, así como también los gastos de consumo de hogares per cápita ha decrecido en el año 2021 no obstante el

mercado estadounidense sigue siendo un país atractivo considerando el gasto de consumos de hogares per cápita.

Tabla 15 Perfil de Consumidor Bélgica periodo 2017-2021

Perfil de Consumidor	BÉLGICA				
	2017	2018	2019	2020	2021
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	632,115	629,231	598,213	585,951	569
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	1,00%	1,00%	-11,02%	-15%	-21%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	15,049	15,102	13,013	12,352	11,334

Fuente: Santander Trade

Para el caso de Bélgica el perfil del consumidor demuestra que no es un mercado muy atractivo puesto que en los tres últimos años tuvo una contracción dentro de sus valores, el gasto de los hogares per cápita tiende a decrecer por consiguiente se puede inferir que el país de Bélgica es poco favorable para la adquisición de productos.

Tabla 16 Perfil de Consumidor Perú periodo 2017-2021

Perfil de Consumidor	PERÚ				
	2017	2018	2019	2020	2021
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	0.62	0.62	0.61	0.61	0.60
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	752,015	759,422	668,296	642,858	600,999
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	1.70%	1.00%	-12.00%	-17%	-24%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	16,069	16,112	14,113	13,475	12,497

Fuente: Santander Trade

En el análisis del perfil del consumidor de Perú indica que la actividad en el mercado no es tan favorable a causa de la disminución del gasto de hogares que es del -24% a comparación con el país de Estados Unidos y Bélgica.

Tabla 17 Tasa de empleo por sector económico EE. UU, Bélgica y Perú año 2021

Actividad Económica por Sector	Porcentaje PIB Sectorial		
	Agricultura	Industria	Servicios
Estados Unidos de América	1.36%	19.91%	78.74%
Bélgica	1.30%	18.60%	80.10%
Perú	6.7%	30.60%	54.4%

Fuente: Santander Trade




Según los datos obtenidos en la plataforma Santander Trade sobre la tasa de empleo por sector y por país Perú tiene un alto porcentaje dentro de la industria que presenta el 30.6% considerándose una oportunidad para poder comercializar los discos de freno esto supone la utilización de vehículos en la fase de transporte de mercaderías y materias primas para el sector industrial. Por otro lado EE. UU representa el 78,74 % del empleo total en la actividad económica del sector de servicios.

4.1.2. Factores políticos

En la siguiente tabla se presenta un análisis el cual se basa en los indicadores como acuerdo comercial, balanza comercial, barreras arancelarias y no arancelarias

4.1.2.1. Acuerdo comercial

Tabla 18 Acuerdos Comerciales EE. UU, Bélgica, Perú

	Estados Unidos	Bélgica	Perú
Países			
Acuerdos Comerciales	-Los acuerdos bilaterales permitirán la expansión en ambos países en los siguientes promover las oportunidades laborales y el crecimiento económico. -(NMF) ofrece acceso libre de impuestos de varios productos para los países de las naciones más favorecidas	-Sistema General de preferencias arancelarias (SGP), son tarifas preferenciales para los países (NMF) de tal manera que incentiva al desarrollo sostenible, al pertenecer a la Unión Europea las preferencias tienen una gama amplia de productos con bajo arancel.	-Convenio de Aceleración y Profundización del Libre Comercio entre Ecuador y Perú, que estableció el arancel cero para el intercambio bilateral. Acuerdos de la Comunidad Andina de Naciones

Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores

En los acuerdos comerciales, los tres países cuentan con el sistema de la Nación Más Favorecida (NMF) que permite el ingreso los productos con arancel preferencial para el caso de los productos de la partida 8708.30.25.00

Ecuador en un país en vías de desarrollo perteneciente a la Organización Mundial de Comercio (OMC) en la cual le permite obtener acuerdos más claros y justos con el fin de priorizar las mercancías mediante los acuerdos multilaterales y bilaterales como son la protección de las salvaguardias, normas de origen, antidumping entre otros, llevando así a conseguir un beneficio económico y comercial donde tenga una fijación arancelaria de los productos que estén dentro del acuerdo.

4.1.2.2. Balanza Comercial

La balanza comercial es un indicador que permite verificar las exportaciones e importaciones de un país, es decir se toma en cuenta los bienes y servicios que ingresen y salgan de los mercados. Por lo tanto, determina el déficit o superávit dentro de las transacciones o movimientos comerciales.

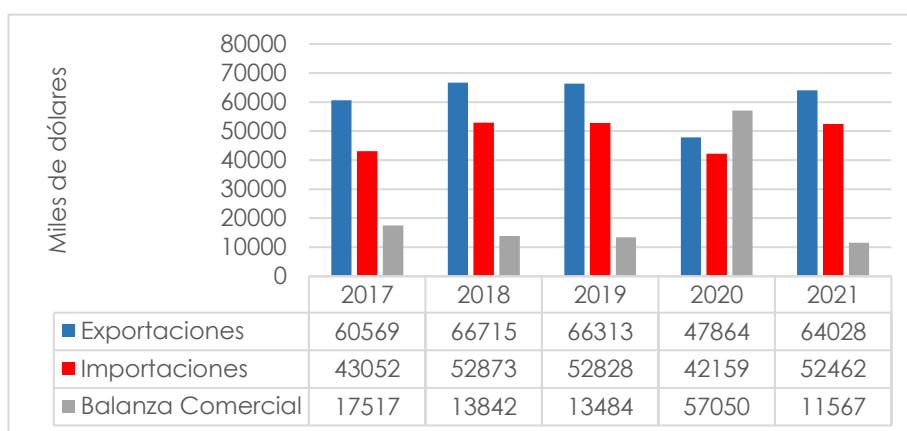


Figura 12. Balanza Comercial Ecuador – EE. UU periodo 2017-2021

Fuente: Banco Central del Ecuador

Según datos obtenidos a través de la plataforma del Banco Central del Ecuador se presenta la gráfica 11 de la balanza comercial en el periodo 2017 al 2021 entre Ecuador y Estados Unidos la cual permite analizar que Ecuador mantiene un superávit dentro de las exportaciones para el año 2021, pese que los dos últimos años se enfrentó a una crisis sanitaria de COVID-19.

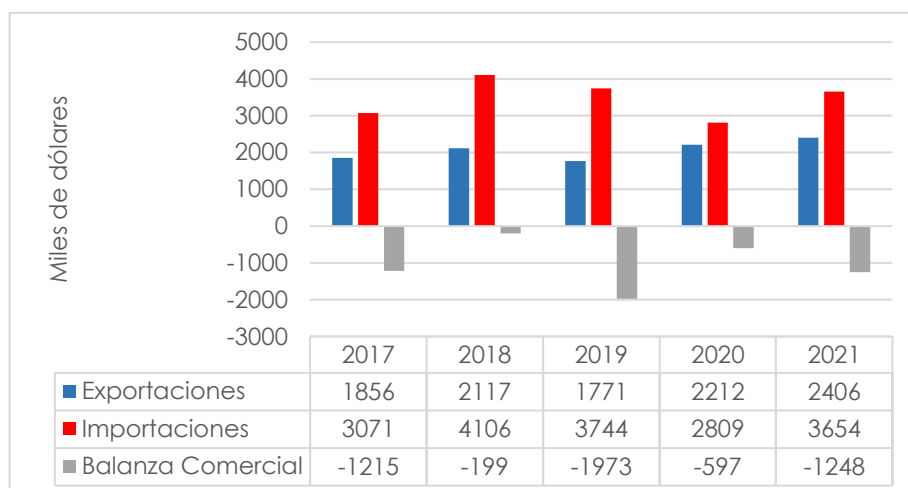


Figura 13. Balanza Comercial Ecuador – Bélgica periodo 2017-2021

Fuente: Banco Central del Ecuador

En la gráfica 13 se muestra la relación comercial entre Ecuador y Bélgica que presenta los siguientes resultados no muy favorable para Ecuador a comparación con la balanza comercial de Bélgica puesto que las importaciones superan las exportaciones en los cinco años de estudio, es decir que las transacciones y movimientos comarcales benefician en gran parte al país de Bélgica.

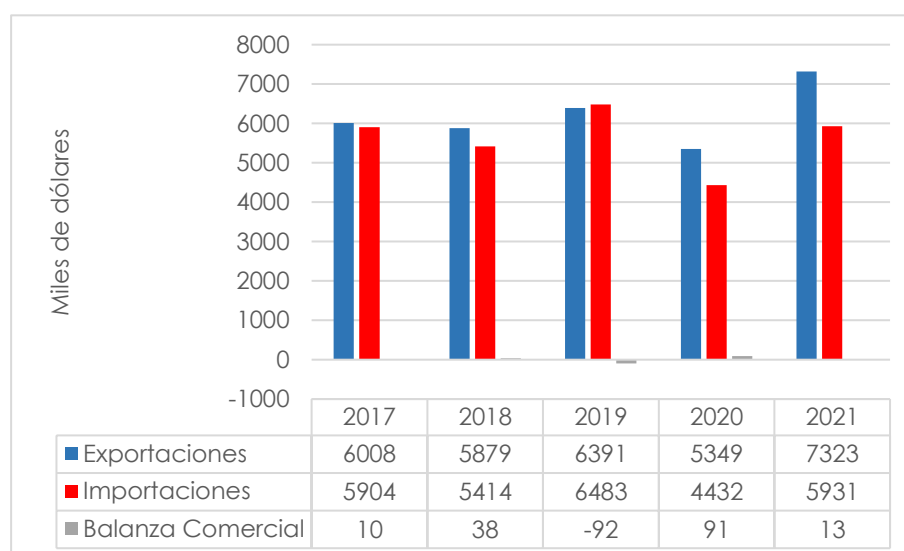


Figura 14. Balanza Comercial Ecuador – Perú periodo 2017-2021

Fuente: Banco Central del Ecuador

En la gráfica 14 de la balanza comercial entre Ecuador y Perú, las exportaciones tienen un saldo comercial positivo para el país ecuatoriano solo en el 2019 presenta

un déficit, las compras son menores que las ventas y dentro de la balanza comercial Ecuador mantiene un saldo positivo en cada año.

Finalmente, la relación comercial que tiene Ecuador con cada uno de los países presenta resultados favorables dentro de las exportaciones a excepción de Bélgica, con una diferencia mínima Estados Unidos siendo el mayor comprador de mercancías ecuatorianas.

4.1.2.3. Barreras Arancelarias de los Discos de Freno

Según Pro-Ecuador:

Tabla 19 Barreras Arancelarias para los Discos de freno

Barreras Arancelarias		Código del Producto 8708.30.25	
Discos de Freno	Denominación comercial régimen	Los aranceles aplicados	Ad Valorem total
Estados Unidos de América	Los derechos NMF (Aplicada)		
	Sistema general de preferencias arancelarias (SGP)	2.50%	2.50%
Bélgica	Los derechos NMF (Aplicada)		
	Sistema general de preferencias arancelarias (SGP)	00.00.%	00.00%
Perú	Los derechos NMF (Aplicada)		
	Convenio bilateral de arancel cero	00.00%	0.00%

Fuente: Mac Map 2022/Pro-Ecuador

En la tabla 19 se caracteriza las barreras arancelarias por país de estudio es así como en el sistema de clasificación arancelaria del país destino (Estados Unidos) la subpartida específica es 8708.30.25.00 correspondiente a "Discos". Se aplica arancel de 2,50% y Ad Valorem de 2,50% acorde a la Nación Más Favorecida (NMF), en Bélgica Se aplica arancel de 00,00% y Ad Valorem de 00,00% acorde a la Nación Más Favorecida (NMF), y en el caso de Perú el producto "Discos" cuya partida arancelaria es 8708.30.25.00, su arancel de ingreso es de 0% siempre que cumpla con el Certificado de Origen, acorde a lo establecido por países que conforman la CAN

4.1.2.4. Barreras No Arancelarias de los Discos de Freno

Según Pro-Ecuador (2022) afirma:

Para el ingreso de la subpartida 8708.30.25.00 "Discos" hacia alguno de los tres mercados (Estados Unidos, Bélgica, Perú) se debe cumplir con ciertos requisitos regulatorios del producto; listados a continuación:

REQUISITOS GENERALES

- Requisito de etiquetado
- Requisito de embalaje
- Requisito de calidad, seguridad o rendimiento del producto
- Requisito de certificación

Posteriormente se mencionan los requisitos reglamentarios que exige cada país específicamente para el ingreso de los discos de freno:

Tabla 20 Barreras No Arancelarias para los Discos de freno

Barreras No Arancelarias	Código del Producto 8708.30.25
Discos de Freno	REQUISITOS REGLAMENTARIOS
EE. UU	Remedios comerciales: EE. UU. no aplica ningún remedio comercial al producto Discos de Freno.
Bélgica	Obstáculos Técnicos Medidas OTC,nep:
Perú	Utilización por empresas dedicadas a actividades productivas; los bins deben contar con garantía de fábrica similar a de una mecánica nueva, los motores, partes, piezas y repuestos

Fuente: Mac Map 2022/ Pro-Ecuador (2022)

En la tabla 20 se analiza las barreras no arancelarias de (Estados Unidos, Bélgica, Perú) en estudio, de los cuales EE. UU. es el país con menor requisitos para ingresar a este mercado el producto discos de freno, por lo tanto EE. UU. siendo el país con mejores oportunidades, para Bélgica y Perú además de los requisitos generales tienen obstáculos técnicos.

4.1.3. Factores económicos

A continuación, se muestra cada uno de los factores económicos correspondientes a cada uno de los países seleccionados, esto permitirá realizar un análisis estadístico

por país sobre el estado financiero para esta se estableció indicadores que permitan medir la capacidad competitiva en relación con su productividad.

Tabla 21 Factores Económicos Estados Unidos

Indicadores	2017	2018	2019	2020	2021	Tasa de crecimiento
PIB (miles de millones de USD).	21.372,60	20.893,75	22.939,58	24.796,08	25.938,16	4%
PIB anual %.	2,3%	3,4%	5,6%	4%	2,6%	2%
PIB per cápita (USD)	65.052	63.358	69.375	74.725	77.881	4%
PIB Saldo publica %.	-6,1%	-10,7%	-8,8%	-8,3%	-7,1%	3%
Tasa de Inflación %	1,8	1,2	4,3	3,5	2,7	8%
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB).	-2,2	-2,9	-3,5	-3,5	-3,3	8%

Fuente: Santander Trade

Estados Unidos dentro del PIB tiene un crecimiento del 4%, por otro lado, el PIB per cápita tiene un aumento en cada año por lo que presenta un alto nivel de vida y las personas están en condiciones de adquirir dicho producto. De esta manera la tasa de inflación presenta una variación en cada año siendo que no presenta un aspecto negativo. Estados Unidos se encuentra mejor competitivamente en términos económicos a diferencia de Bélgica y Perú que tienen un PIB per cápita bajo

Tabla 22 Factores Económicos Bélgica

Indicadores	2017	2018	2019	2020	2021	Tasa de crecimiento
PIB (miles de millones de USD)	445.050	460.092	478.239	456.732	506.205	3%
PIB anual %	1,60%	1,80%	2,10%	-5,70%	6,20%	31%
PIB per cápita (USD)	39.130	40.260	41.630	39.560	43.680	2%
PIB Saldo publica %	102,00%	99,80%	97,70%	112,80%	108,20%	1%
Tasa de Inflación %	2,13%	2,05%	1,44%	0,74%	2,44%	3%
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	14,99%	102,86%	104,18%	106,26%	106,70%	48%

Fuente: Santander Trade

En la tabla se puede determinar que Bélgica presenta un PIB anula negativo para el año 2020. Entorno al PIB per cápita presenta una variación mínima dentro de sus valores para cada año con una tasa de crecimiento del 2% por lo que no presenta una amenaza para poder ingresar un producto al mercado tomando en cuenta que la tasa de inflación se mantiene bajo y estable lo cual permite generar confianza para la inversión dentro de este país

Tabla 23 Factores Económicos Perú

Indicadores	2017	2018	2019	2020	2021
PIB (miles de millones de USD)	189,995	190,925	206,267	180,087	189,177
PIB anual %	2.5	4.0	2.2	-11	13.3
PIB per cápita (USD)	5,970	6,049	6,419	5,520	5,695
Tasa de Inflación %	3.0	1.5	2.3	2.0	4.3
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)			-0.9	0.8	0.4

Fuente: Santander Trade

Finalmente, dentro de los factores económicos para Perú evidencian para el año 2021 un ligero crecimiento con respecto al año 2020, así mismo la inflación alcanza un valor máximo en este último año con un valor del 4.3% teniendo un PIB per cápita de \$5,695 dólares americanos en el 2021.

4.1.4. Perfil de oportunidades y amenazas de la matriz POAM

Dentro de los indicadores de la matriz POAM y factores externos de la matriz PESTEL los países seleccionando se determinará cada uno de los factores tomado en cuenta, asignado en la matriz POAN la puntuación de la siguiente manera, 3 puntos = alto; 2 punto = medio; 1 punto= bajo. De tal manera que al finalizar se obtenga un resultado de la puntuación más alta, es decir el país de destino que sea más factible.

Tabla 24 Perfil de Oportunidades y Amenazas de la matriz POAM

	MATRIZ POAM											
	ESTADOS UNIDOS				BÉLGICA				PERÚ			
	Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		amenaza	
FACTORES SOCIALES	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos
Población Económicamente Activa	Alto	3			Medio	2			Alto	3		
Perfil de Consumidor	Alto	3			Medio	2			Medio	3		
Tasa de empleo	Alto	3			Medio	2			Medio	3		
	Suma	9	Suma	0	Suma	6	Suma	0	Suma	9	Suma	0
	Promedio	3	Promedio	0	Promedio	2	Promedio	0	Promedio	3	Promedio	0
FACTORES POLÍTICOS	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos
Acuerdos Comerciales	Bajo	1			Bajo	1			Bajo	1		
Balanza Comercial	Alto	3			Medio	2			Medio	2		
Barreras arancelarias			Medio	2			Medio	2			Medio	2
Barreras no arancelarias			Bajo	1			Bajo	1			Bajo	1
Tarifa arancelaria	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
	Suma	7	Suma	3	Suma	6	Suma	3	Suma	6	Suma	3
	Promedio	1,4	Promedio	0,6	Promedio	1,2	Promedio	0,6	Promedio	1,2	Promedio	0,6
FACTORES ECONÓMICOS	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos
Producto Interno Bruto	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
PIB anual	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
PIB per cápita	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Tasa de desempleo			Bajo	1			Medio	2			Bajo	1
Tasa de Inflación			Bajo	1			bajo	1			Bajo	1
Exportación	Alto	3			Medio	2			Medio	2		
Importación			Bajo	1			Bajo	1			Bajo	1
Balanza de transacciones corrientes	Alto	3			Medio	2			Medio	2		

Suma	15	Suma	3	Suma	13	Suma	4	Suma	13	Suma	3
Promedio	1,88	Promedio	0,38	Promedio	1,625	Promedio	0,67	Promedio	1,63	Promedio	0,38

Resultado matriz POAM

Tabla 25 Ponderación de la matriz POAM del estudio de los países

	ESTADOS UNIDOS		BÉLGICA		PERÚ	
	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
Factores Sociales	3	0	2	0	3	0
Factores Políticos	1,4	0,6	1,2	0,6	1,2	0,6
Factores Económicos	1,88	0,38	1,63	0,67	1,63	0,38
Suma	6,28	0,98	4,83	1,27	5,83	0,98
Promedio	2,09	0,33	1,61	0,42	1,94	0,33
Calificación	1,76		1,19		1,61	

Una vez realizado la valoración de la matriz POAM, de cada uno de los factores, se determina la mayor puntuación que es de 1,76 correspondiente al país de Estado Unidos. En este sentido se determina la factibilidad de exportación de los productos de la partida 8708.30.25.00 para ser comercializados en ese mercado, cada factor refleja buenos resultados tomando en cuenta que Estados Unidos tiene una población extensa, también mantiene una calidad de vida, un PIB que está en constante crecimiento para cada año, razón por el cual es un país potencia a nivel mundial y la mayoría de los productos exportados desde el Ecuador están

Relación con el Medio ambiente/Habitante	0,3	3	0,9	0,3	2	0,6	0,3	2	0,6
Explotación de recursos Naturales	0,4	3	1,2	0,4	2	0,8	0,4	2	0,8
Infraestructura Gris "Urbana"	0,3	2	0,6	0,3	3	0,9	0,3	2	0,6
TOTAL			2,7			2,3			2
Fuerza Política									
Política Comercial	0,3	4	1,2	0,3	3	0,9	0,3	3	0,9
Política Estado	0,4	4	1,6	0,4	2	0,8	0,4	3	1,2
Política internacional	0,3	3	0,9	0,3	3	0,9	0,3	2	0,6
TOTAL			3,7			2,6			2,7
Política Legal									
Poder Judicial	0,3	3	0,9	0,3	2	0,6	0,3	1	0,3
Poder Legislativo	0,5	3	1,5	0,5	2	1	0,5	1	0,5
Poder Ejecutivo	0,4	3	1,2	0,4	2	0,8	0,4	1	0,4
TOTAL			3,6			2,4			1,2
Poder Tecnológico									
Ciencia y Tecnología	0,4	4	1,6	0,4	2	0,8	0,4	2	0,8
Desarrollo Innovación	0,3	4	1,2	0,3	2	0,6	0,3	4	1,2
Infraestructura científica y Tecnológica	0,3	4	1,2	0,3	3	0,9	0,3	2	0,6
TOTAL			4			2,3			2,6
Fuerza Competitiva									
Exportaciones	0,4	1	0,4	0,4	2	0,8	0,4	4	1,6
Importaciones	0,4	4	1,6	0,4	3	1,2	0,4	3	1,2
Proteccionismo	0,2	1	0,2	0,2	1	0,2	1	1	1
TOTAL			2,2			2,2			3,8
CALIFICACIÓN POR NIVEL DE ATRACTIVIDAD		EE. UU.	23		BÉLGICA	15,8		PERÚ	18,5

4.1.6. Cultura organizacional

Además, la empresa Fundimetales del Norte analiza las dimensiones culturales Hofstede entre EE. UU., Bélgica y Perú, al investigar comportamientos interculturales de liderazgo. Proporciona información adicional para ayudar a identificar y manejar diferencias culturales.

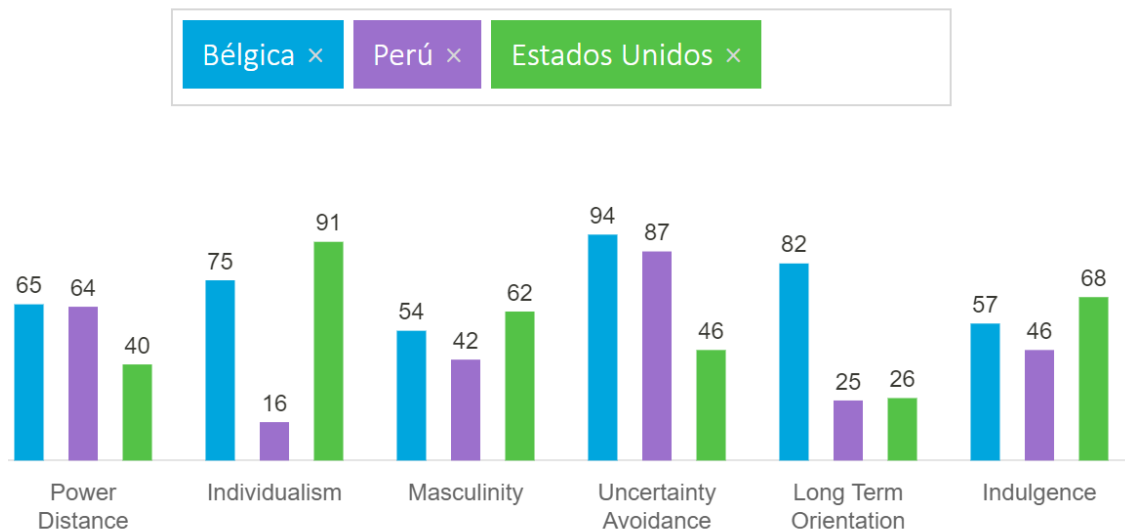


Figura 15. Cultura organizacional

Fuente: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/belgium,peru,the-usa/>

En la figura 15, contextualiza un análisis vertical para Estados Unidos, donde obtiene una puntuación bastante baja en Distancia del poder (40), como una de las culturas más individualistas. En Masculinidad es alto (62), se puede ver en los patrones de comportamiento típicos de los estadounidenses, por otro lado, en la dimensión Evitación de la incertidumbre obtiene una puntuación inferior a la media con una puntuación baja de (46). Estados Unidos obtiene un puntaje normativo en la Orientación a largo plazo con un puntaje bajo (26), son propensos a analizar nueva información para comprobar si es cierta y se puntúa como una sociedad Indulgente (68) en la sexta dimensión.

Tabla 27 Dimensiones culturales Hofstede - EE. UU.

ESTADOS UNIDOS					
Distancia de poder	Individualismo	Masculinidad	Evitación de la incertidumbre	Orientación a largo plazo	Indulgencia
Esta dimensión trata del hecho de que todos los individuos en las sociedades no son iguales y expresa la actitud de la cultura hacia estas desigualdades de poder entre personas	Esta dimensión aborda el grado de interdependencia que una sociedad mantiene entre sus miembros	El tema fundamental aquí es qué motiva a las personas, querer ser el mejor (Masculino) o gustar lo que haces (Femenino).	Tiene que ver con la forma en que una sociedad se enfrenta al hecho de que el futuro nunca se puede conocer	Describe cómo cada sociedad tiene que mantener algunos vínculos con su propio pasado mientras enfrenta los desafíos del presente y del futuro	Define como la medida en que las personas tratan de controlar sus deseos e impulsos
Para los estadounidenses la distancia de poder se define como la medida en que los miembros menos poderosos de las instituciones y organizaciones dentro de un país esperan y aceptan que el poder se distribuya de manera desigual. Tiene que ver con que la desigualdad de una sociedad es avalada tanto por los seguidores como por los líderes	La premisa americana de "libertad y justicia para todos", Esto se evidencia igualdad de derechos en todos los aspectos de la sociedad y el gobierno estadounidense	Los estadounidenses, por así decirlo, todos muestran su impulso masculino individualmente. Los estadounidenses tenderán a exhibir y hablar libremente sobre sus "éxitos" y logros en la vida. Los estadounidenses "viven para trabajar" para poder obtener ingresos monetarios. recompensas y, como consecuencia, alcanzar un estatus más alto en función de lo bueno que uno pueda ser	Los estadounidenses tienden a ser más tolerantes con las ideas u opiniones de cualquier persona y permiten la libertad de expresión. Al mismo tiempo, los estadounidenses no requieren muchas reglas y son menos expresivos emocionalmente	Los estadounidenses son propensos a analizar nueva información para comprobar si es cierta. Por lo tanto, la cultura no hace que la mayoría de los estadounidenses sean pragmáticos	Trabaja duro y juega duro. la adicción a las drogas en Estados Unidos es más alta que en muchos otros países ricos. Es una sociedad mojigata, pero incluso algunos conocidos teleevangelistas parecen ser inmorales

Fuente: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/belgium,peru,the-usa/>

Tabla 28 Dimensiones culturales Hofstede – Bélgica.

BÉLGICA					
Distancia de poder	Individualismo	Masculinidad	Evitación de la incertidumbre	Orientación a largo plazo	Indulgencia
Medida en que los miembros menos poderosos de las instituciones y organizaciones dentro de un país esperan y aceptan que el poder se distribuya de manera desigual.	Esta dimensión aborda el grado de interdependencia que una sociedad mantiene entre sus miembros	El tema fundamental aquí es qué motiva a las personas, querer ser el mejor (Masculino) o gustar lo que haces (Femenino).	La medida en que los miembros de una cultura se sienten amenazados por situaciones ambiguas o desconocidas y han creado creencias e instituciones que intentan evitarlas	Describe cómo cada sociedad tiene que mantener algunos vínculos con su propio pasado mientras enfrenta los desafíos del presente y del futuro	Define como la medida en que las personas tratan de controlar sus deseos e impulsos
Bélgica es una sociedad en la que se aceptan las desigualdades. La jerarquía es necesaria si no existencial; los superiores pueden tener privilegios ya menudos son inaccesibles. El poder está centralizado en Bélgica.	Esto significa que los belgas favorecen las opiniones individuales y privadas, cuidándose a sí mismos y a su familia inmediata en lugar de pertenecer a un grupo. En el ámbito laboral, las relaciones laborales son contractuales, la atención se centra en la tarea y se favorece la autonomía.	Esto podría significar que el proceso de decisión puede ser más lento, ya que se considera cada punto de vista para que se pueda lograr el consenso. Los belgas se esfuerzan por llegar a un compromiso, ganar una discusión es generalmente menos importante que lograr un acuerdo mutuo	Las enseñanzas para los belgas son más deductivas. En la estructura de gestión, las reglas y la seguridad son bienvenidas y, si faltan, crean estrés. Por lo tanto, se favorece la planificación y se agradece cierto nivel de experiencia, cuando, por otro lado, las políticas de cambio se consideran estresantes.	Para los belgas tiene sociedades con una orientación pragmática, la gente cree que la verdad depende mucho de la situación, el contexto y el tiempo. Muestran una habilidad para adaptar fácilmente las tradiciones a las condiciones cambiantes, una fuerte propensión a ahorrar e invertir, economía y perseverancia en el logro de resultados.	Los belgas generalmente muestran una voluntad de realizar sus impulsos y deseos con respecto a disfrutar de la vida y divertirse. Poseen una actitud positiva y tienen tendencia al optimismo. Además, dan mayor importancia al tiempo libre, hacen lo que les da la gana y gastan el dinero como les apetece.

Fuente: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/belgium,peru,the-usa/>

Tabla 29 Dimensiones culturales Hofstede – Perú.

PERÚ					
Distancia de poder	Individualismo	Masculinidad	Evitación de la incertidumbre	Orientación a largo plazo	Indulgencia
<p>Los miembros menos poderosos de las instituciones y organizaciones dentro de un país esperan y aceptan que el poder se distribuya de manera desigual.</p>	<p>Esta dimensión aborda el grado de interdependencia que una sociedad mantiene entre sus miembros.</p>	<p>El tema fundamental aquí es qué motiva a las personas, querer ser el mejor (Masculino) o gustar lo que haces (Femenino).</p>	<p>Los miembros de una cultura se sienten amenazados por situaciones desconocidas y han creado creencias e intentan evitarlas.</p>	<p>Describe cómo cada sociedad tiene que mantener algunos vínculos con su propio pasado mientras enfrenta los desafíos del presente y del futuro.</p>	<p>Define como la medida en que las personas tratan de controlar sus deseos e impulsos.</p>
<p>Del mismo modo, hay mayores proporciones de personal de supervisión y diferencias salariales. Los subordinados aún perciben a los superiores como de difícil acceso y no confían en ellos. Los superiores consideran a los subordinados como de un tipo diferente y piden respeto, especialmente si estos últimos son de origen negro o indígena.</p>	<p>Perú es muy colectivista aquí la gente encuentra atractivas las grandes empresas y que, particularmente entre los trabajadores de cuello azul, la implicación con la empresa es moral y no calculadora. En general aspiran al conformismo y prefieren tener seguridad a tener autonomía en su puesto.</p>	<p>Perú es una sociedad bastante Femenina. Este rasgo ha sido fuente de muchos choques culturales y malentendidos los lugareños eran distantes o francamente perezosos. Su preferencia por los contactos humanos y la familia sobre el reconocimiento o la riqueza, y el papel marginal otorgado al trabajo por grandes sectores de la población</p>	<p>Estas sociedades muestran una fuerte necesidad de reglas y sistemas legales elaborados para estructurar la vida. Sin embargo, la necesidad del individuo de obedecer estas leyes es débil. La corrupción está muy extendida, el mercado negro es considerable y, en general, verás una profunda división entre el "pays réel" y el "pays légal"</p>	<p>Las personas en tales sociedades tienen una gran preocupación por establecer la Verdad absoluta; son normativos en su pensamiento. Muestran un gran respeto por las tradiciones, una propensión relativamente pequeña a ahorrar para el futuro y un enfoque en lograr resultados rápidos.</p>	<p>Un desafío al que se enfrenta la humanidad, ahora y en el pasado, es el grado de socialización de los niños pequeños. Sin socialización no nos convertimos en "humanos".</p>

Fuente: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/belgium,peru,the-usa/>

4.1.7. Segmentación del Mercado Estadounidense

Una vez elegido a Estados Unidos como país destino, es necesario analizar en estado al cual se dirigirán las exportaciones de los discos de freno de la industria “Fundimetales” de la ciudad de Tulcán, para esto mediante la utilización de la herramienta digital Google trends precisando la ubicación geográfica en la que se realizan el mayor número de búsquedas en internet del producto discos de freno.

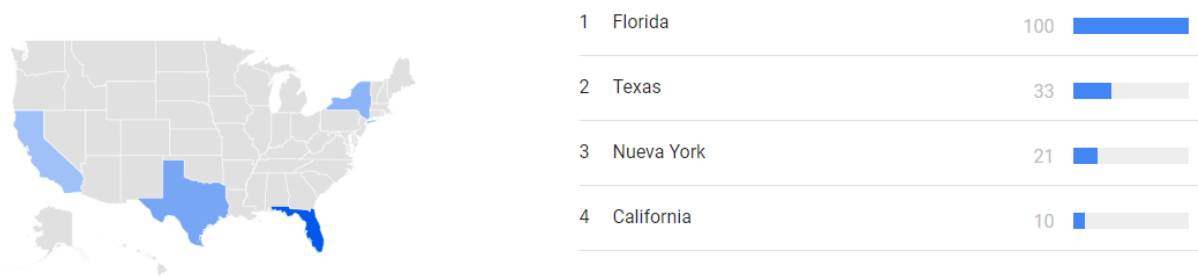


Figura 16. Selección del mercado objetivo
Fuente: Google trends (2022)

Con la utilización de este motor de búsqueda se determina que el estado de la Florida es la ubicación geográfica en la que se realiza mayoritariamente la búsqueda de este producto, en este sentido analizar las condiciones socioeconómicas de este estado para fortalecer el estudio de mercado.

Población de la Florida

En la siguiente tabla se presenta la población total del Estado de la Florida desde el año 2017 al 2021

Tabla 30 Población total de la Florida periodo 2017 – 2020

	2017	2018	2019	2020
FLORIDA	20,977,089	21,254,926	21,492,056	21,733,312

Fuente: Datos macró

Economía de la Florida

La economía de la Florida se basa en actividades relacionadas con el turismo, agricultura, los servicios financieros y el comercio internacional se constituye en la puerta de entrada y salida de productos al país por el océano Atlántico, representando aproximadamente el 71% de las exportaciones a América Latina y el Caribe. Adicionalmente se presentan algunos datos económicos relevantes de este Estado.

Tabla 31 Datos económicos Estado de Florida

PIB anual (millones de usd)	1,061,603
PIB Per Cápita (millones de usd)	48,847
Tasa de desempleo	2.7%

Fuente: Datos macró

Son muy *informales*. Tienden a tratar a la gente como iguales, incluso cuando existan grandes diferencias en edad o en condición social.

- Son *directos*. No hablan con rodeos. Para algunos extranjeros, esto puede parecer brusco o incluso grosero.
- Son *competitivos*. Algunos extranjeros consideran que los estadounidenses son autoritarios o dominantes.
- Son *triunfadores*. Les gusta estar al tanto de sus resultados, ya sea en el trabajo o en un juego. Enfatizan los logros.
- Son *independientes e individualistas*. Valoran mucho la libertad y piensan que los individuos pueden forjar y controlar su propio destino.
- Son *inquisitivos*. Hacen muchas preguntas, incluso de alguien que acaban de conocer.

Algunas pueden parecer vagas ("¿qué tal?") o personales ("¿a qué se dedica?").

- *No les gusta el silencio*. Prefieren hablar sobre el clima que permanecer en silencio.
- *Valoran la puntualidad*. Llevan el registro de sus citas y viven de acuerdo con horarios y relojes.
- *Valoran la limpieza*. Algunas veces parecen obsesionados con bañarse, eliminar los olores corporales y utilizar ropa limpia.

Figura 17. ¿Cómo son los estadounidenses?

Fuente: Basado en M. Ernest (ed.), Predeparture Orientation Handbook

4.1.8. Estudio Técnico

Para ello se consideran aspectos como características del producto a ser exportado, equipos para el procesamiento, materia prima, ubicación de la planta, esquema organizacional y procesos.

Consumo nacional aparente:

- $CNA = \text{Producción nacional} + \text{Importaciones} - \text{Exportaciones}$

Tabla 32 Consumo Nacional Aparente – Oferta en Estados Unidos

	Exportaciones (-)	Importaciones (+)	Producción nacional (+)	Consumo Nacional Aparente
AÑOS	Unidades	Unidades	Unidades	Unidades
2017	0	52954	0	52933
2018	25	51077	0	51052
2019	41	51752	0	51710
2020	111	53128	0	53016
2021	301	54540	0	54239
TOTAL	730	419584	0	419548

Fuente: cobus (2022)

CNA = OFERTA DEL PAIS.

4.1.8.1. Capacidad de producción de empresa Fundimetales del Norte

La empresa funde alrededor de 40 a 45 toneladas al mes de hierro fundido, y de las 45 toneladas por lo menos de 35 a 40 toneladas están vendidas y en stock sobran 5 toneladas. EL horno es para fundir todo el día, los tornos pueden trabajar tres turnos, los pedidos de todas las referencias, el tema de los discos de freno se maneja cantidades más elevadas entre 60 y 70 unidades, moldeadas para que aprovechar la programación de los tornos optimizando tiempo

A continuación, se establece la respetiva proyección de la capacidad de producción anual de la empresa de acuerdo con el crecimiento del sector automotor del Estado de Florida obteniendo los siguientes resultados como se indican a continuación:

Tabla 33 Capacidad instalada de la empresa

AÑO	OFERTA ANUAL EN UNIDADES
2017	51420
2018	51800
2019	52410
2020	53256
2021	54026

Fuente: cobus (2022)

Demanda inicial

La demanda inicial del mercado estadounidense se establece de acuerdo con la población económicamente activa del transporte y comercio por el porcentaje anual de consumo del producto y por el consumo per cápita del producto, dando como resultado lo siguiente:

$$\text{Demanda inicial} = (4'326741 * 0,3152\%) * 6$$

$$\text{Demanda inicial} = 81825 \text{ unidades}$$

Demanda del producto

Según los datos históricos recuperados del análisis de fuentes secundarias se presenta la demanda anual en unidades de los productos de la subpartida 8708.30.25.00, la misma que se presenta a continuación

Tabla 34 Proyección de demanda

AÑO	DEMANDA ANUAL EN UNIDADES
2017	82345
2018	83154
2019	84987
2020	86260
2021	87624

Fuente: Investigación

Demanda Insatisfecha

Se procede a determinar la demanda insatisfecha, para lo cual se realiza la diferencia entre los datos obtenidos de la demanda y la oferta anual, de esta forma se obtiene el porcentaje de cobertura de la demanda insatisfecha.

Tabla 35 Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA EN UNIDADES	OFERTA EN UNIDADES	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE DE COBERTURA
2017	82345	51420	30925	3,86%
2018	83154	51800	31354	4,05%
2019	84987	52410	32577	4,25%
2020	86260	53256	33004	4,46%
2021	87624	54026	33598	4,68%

Fuente: Investigación

Proyección de costos de producción

En base a la información recopilada de fuentes primarias se logra determinar los costos de producción de los discos de freno de la siguiente manera:

Tabla 36 Proyección de costos de producción

DETALLE	CANTIDAD	V.UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Materia prima Fundición	96000	2	192000	194150,40	196324,88	198523,72	200747,19	202995,56
Envase	1188	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Etiquetas	1188	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Empaque (pallets)	84	98	8232	8324,20	8417,43	8511,70	8607,04	8703,43
Insumos		50	600	606,72	613,52	620,39	627,33	634,36
COSTO DE PRODUCCIÓN			169,05	160,16	151,75	143,77	136,21	129,05

Fuente: Cristian Gómez. (2018)

4.1.8.2. Ubicación de la Empresa



Figura 18. Ubicación de la Empresa ciudad de Tulcán
Fuente: Google maps (2022)

La ubicación de la empresa Fundimetales del Norte, tomando en cuenta sus dos plantas operativas, la matriz se destaca por su área comercial y de maquinado y torneado de los productos que realiza la empresa.

4.1.8.3. Logo de la Empresa

Fundimetales del Norte se dedica a la fundición de Hierro gris, cobre y aluminio en diferentes tipos de aleaciones, fabricación de tapas de alcantarillado, sumideros, partes de maquinaria agrícola, tambores, manzanas, arañas, espejos para frenos de automotores en todas las marcas y modelos, buscando siempre la seguridad y bienestar de nuestros clientes siempre buscando nuevas estrategias de mejora continua tanto en procesos como en diseño y producción de nuevos productos y servicios.




Figura 19. Logo de la Empresa FM

Fuente: <https://www.fundimetalesdelnorte.com/> (2022)

4.1.8.4. Características del producto

Tabla 37 Composición y elaboración de discos de freno

Composición y elaboración del disco de freno													
Composición del tambor de freno													
En usos frecuentes de la normativa Cerón (2014), afirma. "En la normativa de origen, para la elaboración del anexo que refleja de manera específica, el tratamiento que debe una mercancía para que se considere originaria y así hacerse merecedora de un tratamiento arancelario preferencial" (p. 3)													
	<table border="0"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Materiales</th> <th style="text-align: left;">Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1_ Hierro</td> <td>94%</td> </tr> <tr> <td>2_Carbono</td> <td>3.30%</td> </tr> <tr> <td>3_Silicio</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>4_Ferroalaciones</td> <td>0.70%</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">TOTAL</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table>	Materiales	Porcentaje	1_ Hierro	94%	2_Carbono	3.30%	3_Silicio	2%	4_Ferroalaciones	0.70%	TOTAL	100%
Materiales	Porcentaje												
1_ Hierro	94%												
2_Carbono	3.30%												
3_Silicio	2%												
4_Ferroalaciones	0.70%												
TOTAL	100%												

Fuente: López J (2022)

Proceso de elaboración

En la producción entran dos áreas, la primera de "Fundición y Moldeo", para llevar a cabo la producción de los discos de freno, entran en cada uno de los puestos estratégicos, como lo son primero hornero, pasa al siguiente puesto Vaciado, que es donde se vierte los materiales y finalmente el puesto de pesar, que es poner objetos pesados sobre los moldes para que no mueva la mezcla, esto sería dando el cumplimiento a la primera área de producción. La segunda área se llama "Maquinado y Torneado", esta última área comprende de Torneado, Fresado, Taladrado y la última que es la Pintura y acabado de los discos de freno.

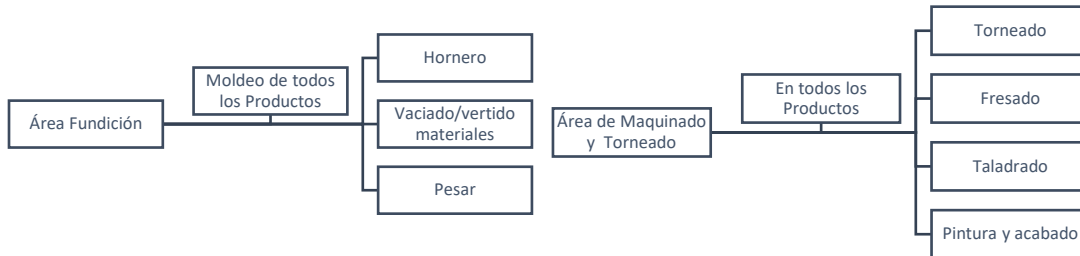


Figura 20. Esquema del proceso de producción

Se analiza la composición y la elaboración de los discos de freno para sintetizar el proceso de producción en cada una de sus etapas y caracterizar su composición del uso de materias primas para la elaboración de los discos de freno.

Empaque

En el empaque primario está conformado por un empaque plástico, mismo que contiene al disco de freno, el tamaño del empaque plástico depende de las referencias individual de cada disco de freno por referencia a contener, como esta en contacto directo con los discos de freno tiene la función de proteger al producto y dando mayor presencia comercial al momento de exponer al comprador, útil para este tipo de producto.



Figura 21. Empaque plástico transparente- Spartan Industrial de 18" x 24
Fuente: Amazon (2022)

Por otro lado, el embalaje secundario del producto para exportación se implementará una caja de cartón biodegradable cumpliendo con la responsabilidad con el medio ambiente, este contendrá los empaques primarios, con el objetivo de poder ser apilados de forma más segura para su trasportación.

Tabla 38 Características del embalaje

Características del embalaje	
Empaque	Caja
Material	Cartón de canal doble (resiste hasta 25 kg)
Medidas	45 cm ancho, 40 cm largo y 15 cm alto
Color	Marrón
Cantidad	1188 bolsas de producto por cada caja máster (35 kg)

Fuente: Amazon (2022)

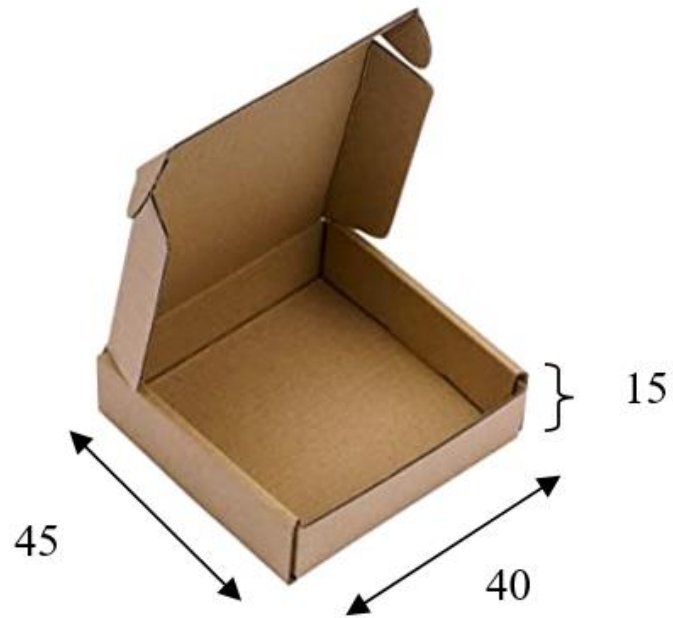


Figura 22. Caja de cartón empleada como empaque secundario
Fuente: Amazon (2022)

Para el apilamiento y transporte dentro de la unidad de carga se usa pallets de tipo americano, mismas referencias más usadas a la hora de exportar cuyas medidas son 100 cm de ancho, 120 cm de largo y 13,1 cm de alto



Figura 23. Pallet americano 100 de ancho, 120 cm de largo y 13,1 cm de alto
Fuente: Amazon (2022)

Tabla 39 Cubicaje/Unitarización de la carga

Unitarización de la Carga					
Ítems		Alto	Largo	Ancho	Unidad medida
Empaque	primario	10	18	24	cm
(empaque plástico)					
Empaque	secundario	15	40	45	cm
(caja)					
Pallets		13,1	120	100	cm
Contenedor	de 40	259	1219	244	cm
(externo)					
Contenedor	de 40	239,3	1202,5	235,2	cm
(interno)					

Para realizar el cálculo de cuantas cajas deben ubicarse en una fila del pallet, se divide el área del pallet (ap) entre en área de la caja (ac).

Tabla 40 Fórmula para el cálculo de la carga

Fórmula General	
Ap: medida del pallet	
Ac. Medida de la caja	$\frac{A_p}{A_c} = \frac{120 \times 100}{40 \times 45}$
Resultado	7 cajas

Con el resulta del cálculo de la carga, objetivamente se puede apilar 7 cajas por cada fija, con este principio el contenedor dispone de un alto de 2,393 m X 12,025 m X 2,352 m, que equivale a un volumen de 67,7 m³, determinado que se puede cargar 66 cajas por pallet con un peso de 396 kg por cada unidad de embalaje. Permitiendo que dentro del contenedor podrán ser transportados 18 pallets con una unitarización de 1188 discos con su respectiva etiquetado y empaque primario con un peso de 7128 kg dentro de la unidad de carga, lo cual no sobrepasa la capacidad máxima de la unidad de carga

Tabla 41 Características del embarque

CARACTERÍSTICAS DEL EMBARQUE		
UNIDAD DE CARGA	1	30.480 kg
UNIDADES POR EMBALAJE	18	Pallets
UNIDADES POR EMPAQUE	66	Cajas x pallets
TOTAL, UNIDADES DE EMBARQUE	1188	Discos de freno
PESO POR EMBALAJE	396	Kg x pallets
PESO NETO DE EMBARQUE	7128	Kg x unidad de carga

Tabla 42 Contenedor convencional para carga seca de 40°

Contenedor convencional para carga seca de 40°

Es totalmente cerrado y protege de las condiciones climatológicas. Se encarga a través de la puerta frontal. SE utiliza para contienen cualquier carga seca normal como bolas, pallets, cajas y tambores



CONTENEDOR		40°	40° High Cube
Tara	kg	3750	3940
Carga Max.	kg	28750	28560
Max. Peso bruto	kg	32500	32500
Medidas intermedias	Largo	m	12.032
	Ancho	m	2.352
	Alto	m	2.393
Apertura puerta	Largo	m	2.340
	Ancho	m	2.280
Capacidad cúbica	m	67.7	76.3

Fuente: Investigación

4.1.8.5. Incoterm DDP (Derechos pagados (Delivered Duty Paid)) aplicado para la negociación comercial de discos de freno, Ecuador con EE. UU.

Tabla 43 Concepto Incoterms®

Concepto Incoterms®
Los INCOTERMS son “el conjunto de reglas internacionales, regidas por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compra-venta internacional”

Fuente: (Castellanos, 2015, p. 312).

Tabla 44 Reglas de oro de los Incoterms

Mercancía	Referencia	Manifiesta
La entrega de las mercancías	Incoterms 2020	Matiza en el Derecho Mercantil, en la práctica se utiliza para indicar dónde el riesgo de pérdida o daños causados a la mercancía se transmite de la empresa vendedora a la compradora

Fuente: García, O. (2014). Guía Práctica de los Incoterms 2010

Tabla 45 Aspectos más relevantes de la entrega de mercancía

Aspectos:	INCOTERMS
Obligación de Entrega	La obligación relativa a la aceptación de la entrega de las mercaderías no implica la conformidad de las mercaderías
Forma de la entrega	Consiste en ponerla en poder y posesión del comprador, el comprador hace la recepción, que consiste en aceptar la mercadería y hacerse cargo de ella
Momento temporal de Entrega	En la nueva revisión de los Incoterms 2020, en los términos de la familia "F" se puntualiza que si no se notifica el momento entonces será al final del plazo acordado.

Este aspecto está en sintonía con las diferentes reglas jurídicas vigentes en esta materia, tanto la Convención de Viena de 1980

Operación de Entrega

Hace referencia al aspecto crucial del lugar de la entrega de la mercadería vendida o "punto conocido", Los Incoterms de las familias "E", "F" y "D" establecen el lugar designado en el que tiene lugar la, Sin embargo, en los Incoterms® de la familia "C" el lugar designado no coincide con el lugar de entrega. La entrega se realiza cuando la mercadería está en poder del porteador del modo especificado y no cuando llega al lugar de destino, que se corresponde con el lugar hasta donde el vendedor asume los costes del transporte

Fuente: ICC, (2019). INCOTERMS® 2020

Tabla 46 Transferencia de Riesgo

+ La transferencia de riesgo	INCOTERMS
Price Risk	Los Incoterms® no sólo regulan el lugar de entrega sino también el momento de la transmisión del riesgo, la transmisión del riesgo se ocupa de delimitar el momento en que la responsabilidad por la pérdida o deterioro de las mercaderías pasa de la esfera del vendedor a la del comprador
	Los Incoterms®, asocian la transmisión del riesgo a condiciones reales y objetivas, relacionadas con el momento en que el vendedor pierde el control sobre la mercadería
Aproximación Comparativa	Las reglas Incoterms® estipulan que su transmisión puede ocurrir incluso antes de la entrega, si el comprador no la acepta según lo convenido, o si omite dar las instrucciones (con respecto al momento del embarque y/o lugar de entrega), necesarios para que el vendedor pueda cumplir su obligación de entregar las mercancías
En el ámbito de las notificaciones	En la mayoría de los Incoterms® si el comprador no da el aviso de conformidad con la notificación al vendedor (B10), debe correr con todos los riesgos desde la fecha acordada.

Fuente: ICC, (2019). INCOTERMS® 2020

Tabla 47 ¿Qué es y cuándo se utiliza? Incoterm 2020 DDP:

Incoterm 2020 DDP: ¿Qué es y cuándo se utiliza?	
Obligaciones generales).	
A1	El vendedor debe proporcionar la mercancía y su factura comercial cualquier evidencia de conformidad, como un certificado de origen
B1	Comprador está obligado a cubrir el precio de la mercancía según lo establecido en el contrato de venta
Entrega	
El vendedor asuma casi toda la responsabilidad de poner la mercancía a disposición del comprador en el lugar de destino acordado, no así de descargarla del medio de transporte que llega	
A2	La entrega debe hacerse en la fecha acordada o dentro del período tiempo acordado Hay que considerar que el lugar de destino siempre será el local del comprador el comprador podría designar el sitio de una nueva fábrica en construcción para su cliente. También podría ser la terminal de contenedores en el país de destino o en otro lugar
B2	También podría ser la terminal de contenedores en el país de destino o en otro lugar Es obligación del comprador recibir la entrega cuando la mercancía ha sido entregada
Transferencia de riesgo	
A3	El vendedor asume todos los riesgos de pérdida o daño en la mercancía hasta que se haya entregado en el lugar de destino siempre será el local del comprador
B3	Los riesgos de pérdida o daño de la mercancía una vez que el vendedor la haya entregado tal
Transporte	
Obligado a organizar o contratar el transporte al lugar de destino designado debe saber del comprador si hay un punto específico en el lugar de entrega al que deben transportarse las mercancías.	
A4	El vendedor quien asume el costo de cualquier almacenamiento debido a demoras en el despacho de importación
B4	No está obligado con el vendedor de concertar un contrato de transporte.
Seguro	
A5	El vendedor no está obligado con el comprador a asegurar los bienes.
B5	El comprador no tiene la obligación del vendedor de asegurar los bienes
Entrega / Transporte / Documento	
<i>(Documento de entrega / transporte)</i>	
A6	Asumiendo los costos, debe proporcionar al comprador, documento dependerá de lo acordado en el contrato, y podría ser simplemente un recibo que el comprador debe firmar cualquier documento que necesite para hacerse cargo de la mercancía.
B6	Es la de aceptar el documento proporcionado ya que realidad no participa en el proceso de transporte
Despacho de importación / Importación	
<i>Despacho de exportación / importación</i>	
A7	El vendedor debe, asumiendo los riesgos y los gastos, realizar todos los trámites de despacho de exportación requeridos por el país de exportación.

	Incluyen licencias o permisos, autorizaciones de seguridad para la exportación; así como la inspección de pre-envío (Liquidación de exportación / importación)
B7	Comprador ayudara ah vendedor, obtener cualquier documento o información con la exportación requeridas por el país de exportación El comprador también debe ayudar a conseguir otras formalidades requeridas por cualquier país de tránsito y el país de importación.
	Comprobación / Embalaje / Mercado
	<i>Comprobación / Embalaje / Mercado)</i>
A8	Vendedor asume los costos, operación de verificación El vendedor también debe empaquetar los bienes Vendedor debe tener en cuenta el transporte de la mercancía y empaquetar correctamente, a menos que se haya acordado en su contrato <i>Comprobación / Embalaje / Mercado</i>
B8	Sin embargo, puede haber excepciones previamente acordadas, como cuando el comprador le proporciona al vendedor etiquetas, logotipos o similares.
	Asignación de costos
A9/B9	Vendedor debe pagar todos los costos desde que la mercancía es recibida hasta el momento en que se entregaron, incluyendo todas las formalidades de importación, como pueden ser el IVA
	Avisos
A10	El vendedor debe notificar cualquier información necesaria para recibir la mercancía. Si las partes acuerdan en el contrato el comprador debe notificar al vendedor con suficiente antelación sobre cuándo y el punto dentro del lugar de destino donde se requiere la entrega de la mercancía
B10	El contrato generalmente detallará el tiempo de antelación con que se debe notificar, lo cual puede variar según la modalidad de transporte

Fuente: ICC, (2019). INCOTERMS® 2020

Tabla 48 Medios de pago vinculado al Incoterms 2020 "DDP"

Los INCOTERMS ® 2020 y los medios de pago		
Para cualquier forma de pago		
DDP	Transferencia, Remesa Simple, Remesa Documentaria Y Crédito Documentario (CD)	En este INCOTERMS ® el vendedor se compromete a entregar la mercancía en el país de destino, desaduanada, por lo que la entrega de la misma no se puede vincular a ningún documento comercial ya que estos son necesario para las formalidades aduaneras de importación, que van a cargo del vendedor.

Fuente: ICC, (2019). INCOTERMS® 2020

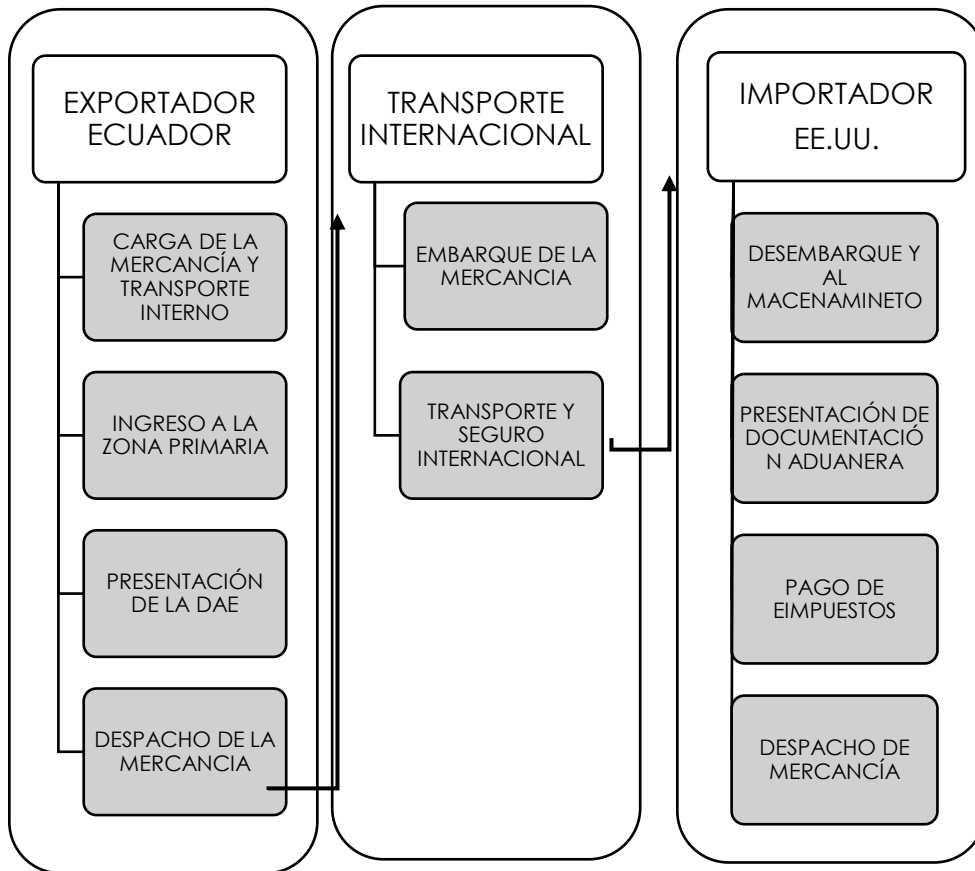


Figura 24. DFI, negociación del incoterm DDP

Tabla 49 Asunción de Costes y Riesgos por parte del Exportador DDP

ASUNCIÓN DE COSTES Y RIESGOS POR EL EXPORTADOR "VENDEDOR" Y COMPRADOR "IMPORTADOR"										
MERCANCIA PREPARADA PARA LA VENTA	CARGA EN INSTALACIONES EXPORTADOR	TRANSPORTE INTERNO EN ORIGEN	DESPACHO DE EXPORTACIÓN	MANIPULACIÓN CARGA EN ORIGEN	TRANSPORTE INTERNACIONAL PRINCIPAL	SEGURO	DESCARGA EN DESTINO	DESPACHO DE IMPORTACIÓN	TRANSPORTE INTERIOR DESTINO	DESCARGA A DESTINO FINAL
DDP	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*(2)

- Cualquier modo de transporte
- *+(1) Asunción de costes, pero no de riesgo
- *+(2) Según lo que acuerden exportador e importador y lugar específico de entrega

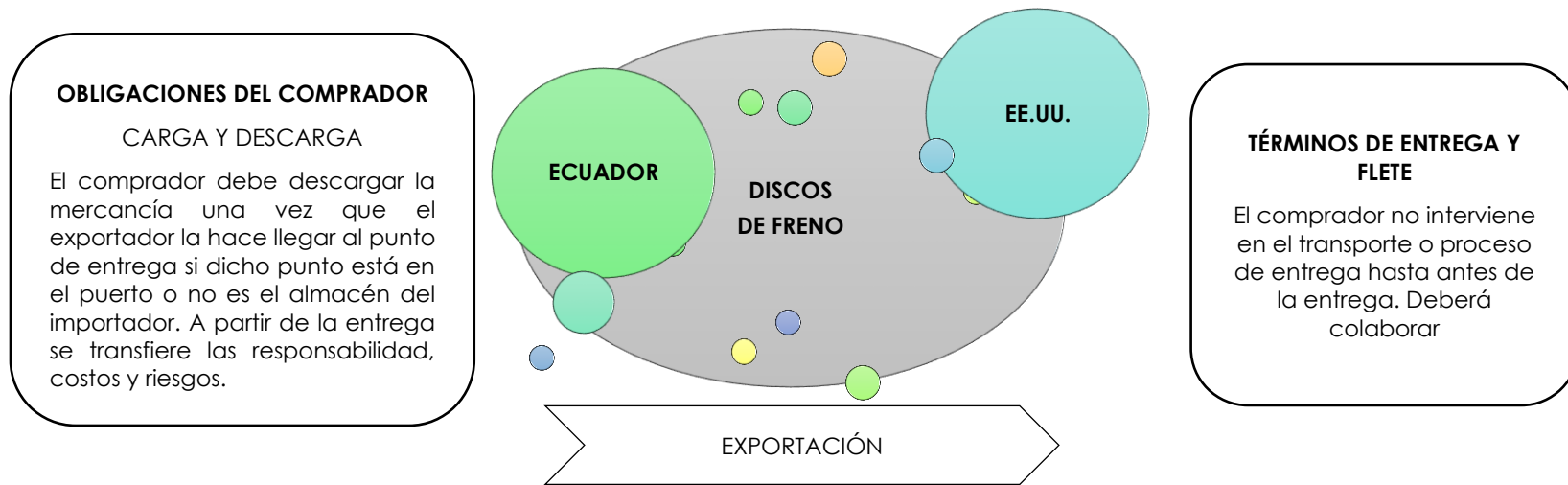


Tabla 50 Negociación DDP-Ecuador- Estados Unidos.

Datos del Exportador	
Incoferms®	DDP
Exportación:	Se exportará 1188 (discos de freno) a EE. UU Fundimetales del Norte
Dirección de la Empresa	CARCHI / TULCÁN/ Av. Brasil y Panamá TELEFONO: 2962017 / 0979230282

Fuente: Investigación

Tabla 51 Datos del producto, cantidad precio FOB.

Exportación de Discos de Freno				
Producto	UNIDADES	Características de Producto	Precio referencial \$ por unidad	FOB U\$S
DISCOS DE FRENO	1188	unidad	189.53	\$ 225,161.64
				Valor de la mercancía

Tabla 52 Descripción de la partida arancelaria

POSICION ARANCELARIA	8708.30.25.00
DESCRIPCION POSICIÓN	- - - Discos
DESCRIPCION DEL DESPACHO	Partes y accesorios de vehículos automóviles
REGIMEN	EXPORTACIÓN DEFINITIVA

Fuente: Investigación

Tabla 53 Datos de exportación año 2022 por parte de Fundimetales del Norte

EMPRESA/ RAZON SOCIAL	FUNDIMETALES DEL NORTE
RUC	0401563812001
CONSIGNATARIO	MAXFELCHLIN AG
POSICION ARANCELARIA	8708.30.25.00
DESCRIPCION POSICION	- - - Discos
DESCRIPCION DEL DESPACHO	PARTES Y ACCESORIOS DE VEHÍCULOS AUTOMÓVILES
REFRENDO	04620214000577794
REGIMEN	EXPORTACION DEFINITIVA
CODIGO DOCUMENTO TRANSPORTE	CEC2016SUDU0118
ADUANA	GUAYAQUIL
PUERTO EMBARQUE	NLRM-ROTTERDAM
VIA TRANSPORTE	MARITIMO
FOB U\$\$	225,161.64
KGS NETO	7128.00
UNIDADES	1188.00
TIPO UNIDAD	KILOGRAMO BRUTO
PRECIO UNITARIO U\$\$	189.53.00
MONEDA	DOL
EMBARCADOR	PANCHI MOYA MARIO ENRIQUE
ESTADO MERCADERIA	NUEVO
PAIS DESTINO	EE.UU.
NAVE	CAP DOUKATO
AGENCIA TRANSPORTE	02909074-HAMBURG SÜD ECUADOR S.A.
EMPRESA TRANSPORTE	02909074-HAMBURG SÜD ECUADOR S.A.
ESTADO DE DECLARACION	SALIDA AUTORIZADA
TIPO AFORO	AFORO DOCUMENTAL
ACTIVIDAD PRINCIPAL DEL EXPORTADOR	9993-OTROS
DIRECCION DEL EXPORTADOR	CARCHI / TULCÁN/ Av. Brasil y Panamá
DIRECCION DEL CONSIGNATARIO	BAHNHOFSTRASSE 63 CH 6430

Fuente: Base de datos tomada de Cobus-Grup (202

Tabla 54 Costos de Incoterms®

MATRIZ DE COSTOS DE DDP DISCOS DE FRENO			
Concepto Costos Exportación		Marítimo	
		Costo total	Tiempo (días)
PAÍS EXPORTADOR	Valor EXW	219116,39	
	Empaque	1069,2	
	Embalaje Pallet	2494,8	
	Documentación	11,25	
	Transporte interno (hasta el punto de embarque)	900	2
	Agentes (desaduanamiento para la exportación)	300	
	Bancos	1050	
	Administración	80	
	VALOR FCA	225021,64	
	Manipulación e inspecciones	55	
VALOR FAS	225076,64		
Operador portuario (cargue y estiba)	85		
Valor FOB	225161,64		
T. INTERNACIONAL	Transporte internacional	5000	21
	Valor CFR	230161,64	
	Valor CIF	230491,27	
	Operador portuario (cargue y estiba)	100	
	Manipulación e inspecciones	132	
Valor DPU	230723,27		
PAÍS IMPORTADOR	Transporte interno (hasta el local país de destino)	1500	1
	Valor DAP	232223,27	
	Documentación	200	
	Aduana (impuestos)	11258,082	
	Agentes (desaduanamiento para la importación)	1500	
	VALOR DDP	245181,352	
	Costo Unitario	206,3816094	
	Margen de ganancia 30% por unidad	61,91448283	
Precio de venta al público	268,2960923		

Fuente: Investigación.

4.1.8.6. Instructivo de sistemas para el registro de manifiesto de exportación-marítimo (MEN)

INSTRUCTIVO DE SISTEMAS PARA EL REGISTRO DE MANIFIESTO DE EXPORTACIÓN-MARÍTIMO (MEN)

SENAE -ISEE-2-2-017-V3

OBJETIVO

Describir de manera secuencial las tareas a realizar para el uso adecuado del registro del Manifiesto de Exportación Marítimo (MEM) a través del sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, denominado Ecuapass, opción Manifiesto Marítimo - MEM

ALCANCE

Está dirigido a líneas navieras, agentes de carga internacional y consolidadores de carga.

RESPONSABILIDAD

1.1. La aplicación, cumplimiento y realización de lo descrito en el presente documento, es responsabilidad de las líneas navieras, agentes de carga internacional y consolidadores de carga.

1.2. La realización de mejoramiento, cambios solicitados y gestionados al presente documento por los distritos, le corresponde a la Dirección Nacional de Mejora Continua y Tecnologías de la Información para su aprobación y difusión. (SENAE, 2014, pg. 4)

CONSIDERACIONES GENERALES

1.3. Con el objeto de que se apliquen los términos de manera correcta, se entiende lo siguiente:

1.3.1 Usuario: Líneas navieras, agentes de carga internacional y consolidadores de carga.

1.3.2. MEM: Manifiesto de Exportación Marítimo.

1.3.3. Transportista: Aquel autorizado por el organismo competente de su país de origen, para ejecutar o hace ejecutar el transporte de mercancías.

1.3.4. Consolidador de carga: Operador distinto del porteador, que transporta carga en forma agrupada, bajo su nombre y responsabilidad, destinada a uno o más consignatarios finales, debidamente autorizado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Según el Art. 2, literal u) del Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

1.3.5. Bill of Lading: Conocimiento de embarque.

1.3.6. MRN-Manifest Reference Number: Número de referencia del manifiesto de carga.

1.3.7. MSN-Número Secuencial de Máster: Número secuencial del número de documento de transporte máster que registra la línea naviera en el sistema informático "Ecuapass"

1.3.8. HSN-Número Secuencial de House: Número secuencial del Documento de transporte House que registra la consolidadora de carga en el sistema informático "Ecuapass".

1.3.9. Número de Carga: Identificación de las mercancías conformado por el MRN + MSN +HSN.

1.3.10. Documento de Transporte House: (House Bill of Lading HBL) Conocimiento Marítimo expedido por un transitario para un envío de grupaje / consolidado marítimo

1.3.11. Documento de Transporte Mater.- (Máster Bill of Lading - MBL) Conocimiento Marítimo con un transitario en origen como embarcador (shipper) y otro transitario en destino como Consignatario (consignee). Este documento es expedido por la línea naviera. Un MBL ampara "x" número de Documentos de Transporte House (HBL) y materializa el acuerdo de voluntades entre un Operador de Transporte y un usuario de su servicio, por el cual el primero se compromete a transportar la carga desde un determinado lugar de origen hasta el destino final que se le indique a

cambio de un flete. Según el Art. 1, literal dd) del Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

1.3.12. No. de Secuencia (H-B/L): Número secuencial para el documento de transporte hijo (HSN: House B/L Sequence No).

1.3.13. Carga suelta. - Bienes individuales que por su tamaño o naturaleza no son transportados en unidades de carga y que se manipulan y embarcan como unidades separadas, o que, como consecuencia de una desconsolidación, adquieren este estado.

1.3.14. Carga y descarga: La mercancía que provenga del exterior, por cualquier vía, debe estar expresamente descrita en el manifiesto de carga.

1.4 Para efecto de funcionalidad, se deben considerar los siguientes criterios:

1.4.1. Se debe ingresar información en todos los campos obligatorios, los cuales se encuentran marcados con un asterisco de color rojo (*); caso contrario el sistema no permite continuar con las acciones del registro, modificación o guardado temporal de información.

1.4.2. En la transmisión del documento electrónico MEM, si el exportador ha transmitido varias DAE con tipo de carga "Carga Contenerizada" a un mismo país de destino, y si las mismas son transportadas en el mismo medio de transporte, la línea naviera, agente de carga internacional, consolidador de carga o transportista terrestre

4.1.8.7. Estrategias de ingreso a mercados internacionales.

Una empresa busca internacionalizarse con el objetivo de ampliar sus mercados satisfaciendo las necesidades de las personas consiguiendo una ventaja competitiva sobre las demás, generando de esta forma mayores ingresos aportando a la economía de los países.

Características específicas de la Negociación de la empresa y del producto de exportación.

Para Hill C (2015.) con lo referente a Decisiones básicas de entrada, se contextualiza bajo los siguientes cuestionamientos;

¿A QUÉ MERCADOS EXTRANJEROS?	MOMENTO DE ENTRADA	ESCALA DE ENTRADA Y COMPROMISOS ESTRATÉGICOS
<ul style="list-style-type: none"> • Observamos que el atractivo de un país como un mercado potencial para un negocio internacional depende del equilibrio de los beneficios, costos y riesgos asociados al practicar negocios en ese país. • Observamos que el atractivo de un país como un mercado potencial para un negocio internacional depende del equilibrio de los beneficios, costos y riesgos asociados al practicar negocios en ese país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Considerar el momento de entrada, la entrada temprana en un mercado se conocen como ventajas del que actúa primero o ventajas del pionero. Una segunda ventaja es la capacidad de construir un volumen de ventas en ese país y descender por la curva de experiencia, tomando ventaja sobre los rivales • Puede haber desventajas asociadas al ingreso en un mercado desventajas del que actúa primero, pueden dar lugar a costos pioneros 	<ul style="list-style-type: none"> • La entrada en un mercado de gran escala significa una entrada rápida, entrada implica recursos significativos • No todas las empresas cuentan con los recursos necesarios para ingresar en gran escala, e incluso algunas grandes empresas prefieren entrar en los mercados extranjeros en pequeña escala y crecer lentamente, junto con su familiarización con el mercado.

Figura 25. Características específicas
Fuente: Investigación

4.1.8.8. Formas de ingreso a mercados internacionales.

Estrategia para la exportación de los discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte hacia los mercados internacionales

Por medio del análisis de las formas de ingreso a mercados internacionales se determina que la empresa Fundimetales del Norte realice de forma directa la exportación de los discos de freno, debido a que de esta manera tendrán un mayor control de sus operaciones como el reconocimiento de los consumidores del mercado de norteamericano, específicamente en el Estado de Florida, maximizando las ganancias de las operaciones de internacionalización pudiendo complementar las mismas con la incorporación de nuevos productos.

Hay tres tipos de requisitos que realmente se cumplen dentro del mercado nacional e internacional, el primer requisito es cumplir con toda la normativa nacional, para un producto de esta categoría, en primera instancia la norma INEN, como también una ISO 22000 o 9001 dentro del tema documental, cuando se va a realizar una exportación a nivel internacional el mercado pide cumplir también con los requisitos del país importador y finalmente los requisitos de compra.

Para la exportación, la forma correcta de llevar a cabo es con un aliado estratégico para poder comercializar los productos en otro país o la opción de

expandir en el mercado estadounidense como Fundimetales EE. UU. para sobre guardar la marca, por lo que se pudo evidenciar en EE. UU. gracias a los estudios realizados se compite directamente con productos del país de origen, donde se genera la competencia más equitativa

Con la visión de tener ese mercado de ambas naciones, dependerá mucho de los contactos y donde se va a tener la incidencia y para esto la mejor forma es haciendo la visita técnica con potenciales compradores o con potenciales distribuidores. El estadounidense le gusta la venta a precios nacionalizados y para eso la mejor opción sería la constitución de la empresa en dicha nación, esto se lleva a cabo con una persona de suma confianza que tenga la visa americana que es el representante legal, más un agente de aduana de EE. UU.

4.2.8.9. Aplicación de Exportación como forma de ingreso básico de la empresa Fundimetales del Norte de la Zona 1

De acuerdo con Hill (2015) las formas de ingreso a mercados internacionales son:

Exportación Directa:

Se refiere a las exportaciones que se las realiza sin intermediarios es decir la empresa se pone en contacto directo con el mercado al que quiere ingresar.

Tabla 55 Ventajas-Desventajas de la mecánica de la exportación

Ventajas	Desventajas
Capacidad de realizar las economías de locación y curva de experiencia	Altos costos de transporte. Barreras arancelarias. Problemas con los agentes de mercado local.

Fuente: Negocios Internacionales: (Hill, C. 2015, pg. 263).

Muchas industrias inician su expansión mundial como exportadoras y después adoptan otra forma de abastecer al mercado extranjero:

Una vez que la empresa decide entrar en un mercado extranjero, la pregunta que sigue es con relación a la mejor manera de hacerlo. Las empresas utilizan seis formas básicas para entrar en los mercados extranjeros: exportación, proyectos “llave en mano”, licenciamientos, franquicias, empresas conjuntas o joint ventures con alguna compañía del país anfitrión y establecimiento de subsidiarias de propiedad absoluta en el país anfitrión. Cada forma tiene ventajas y desventajas. La alta gerencia necesita conocerlas con todo cuidado (Hill, C. 2015, pg. 263).

La exportación tiene aspectos. En primer lugar, evita los costos propios del establecimiento de operaciones de fabricación en el país anfitrión. En segundo lugar, la exportación contribuye a que las empresas logren economías de localización basadas en la curva de experiencia.

Al exportar el producto discos de freno en una ubicación centralizada “EE. UU.”, y comercializarlo a otros mercados nacionales, la empresa puede construir sustanciales economías de escala a partir de su volumen de ventas mundiales.

4.2.8.10. Aplicación de Subsidiarias con propiedad absoluta, como forma de ingreso básico de la empresa Fundimetales del norte de la zona 1

Subsidiarias con propiedad absoluta:

La manera de ingreso de este tipo de entrada puede ser de dos maneras desde cero o con la adquisición de una empresa que ya este establecida en el mercado.

Tabla 56 Ventajas-Desventajas de la Subsidiarias con propiedad absoluta

		VENTAJAS		DESVENTAJAS	
Cuando	la	Una subsidiaria de	Puede requerirse si	Método	más
ventaja		propiedad	una empresa	costoso	de
competitiva	de	absoluta a la	intenta construir	abastecer	un
una empresa	se	empresa da un	economías de	mercado	
basa en	la	fuerte control	localización o de		
competencia		sobre las	curva de		
tecnológica,	una	operaciones en	experiencia		
subsidiaria	de	los diferentes	(como las		
propiedad		países. Esto es	empresas que		

<p>absoluta suele ser la forma preferida de entrada, porque reduce el riesgo de perder el control sobre esa competencia</p>	<p>necesario para participar en el mercado con una coordinación estratégica global (es decir, utilizar los ingresos de un país para respaldar los ataques competitivos en otro)</p>	<p>adoptan estrategias mundiales y transnacionales). Una subsidiaria da a la empresa 100% de la participación en los ingresos generados en el mercado extranjero</p>
---	---	--

Fuente: Negocios Internacionales: (Hill, C. 2015, pg. 263).

Establecer una subsidiaria de propiedad absoluta en el país de ingreso por parte de Fundimetales del Norte, para administrar el marketing local, las ventas y el servicio. Al hacerlo, la empresa ejerce un fuerte control sobre el marketing y ventas en el país, mientras aprovecha las ventajas de costo desprendidas de la fabricación de un producto en una sola ubicación o en ciertas ubicaciones escogidas.

En una subsidiaria con propiedad absoluta, la empresa posee 100% del capital. Hay dos formas de establecer, Fundimetales del Norte para entrar en el mercado Estadunidense inician su expansión mundial como exportadoras y después adoptan otra forma de ingreso la subsidiaria con propiedad absolutas, abasteciendo al mercado extranjero y ahí viendo esa oportunidad adquirir una empresa establecida más que tratar de construir una operación desde sus cimientos.

Fuerzas de mercado

Por otro lado, Fundimetales del Norte analiza las fuerzas de mercado cuando las Oferta/Producción son intensas, y cuando el indicador Demanda/Consumidor, potencial del producto o servicio.

Tabla 57 Fuerzas de mercado, cuando la oferta \uparrow el precio \uparrow

FUERZAS DE MERCADO			
Oferta/Producción			
Mercado "Industrial Partes y accesorios de vehículos automóviles"			
Producto	Marca	Cuando la oferta \uparrow	El precio \uparrow
Discos de Freno	FM (Fundimetales del Norte)	Varias marcas de discos de freno con las mismas características y precio	El precio del disco de freno tiende a bajar

Fuente: Investigación

Tabla 58 Fuerzas de mercado, cuando la oferta \downarrow el precio \uparrow

FUERZAS DE MERCADO			
Oferta/Producción			
Mercado "Industrial Partes y accesorios de vehículos automóviles"			
Producto	Marca	Cuando la oferta \downarrow	El precio \uparrow
Discos de Freno	FM (Fundimetales del Norte)	1_ No hay lealtad de mercado. 2_ Hay que reaccionar a los precios del competidor.	El precio del disco de freno tiende a subir

Fuente: Investigación

Tabla 59 Fuerzas de mercado, cuando la demanda \uparrow el precio \uparrow

FUERZAS DE MERCADO			
Demanda/consumidor potencial del producto o servicio.			
Mercado "Industrial Partes y accesorios de vehículos automóviles"			
Producto	Marca	Cuando la oferta \uparrow	El precio \uparrow
Discos de Freno	FM (Fundimetales del Norte)	Cuando las personas tienden a comprar más discos de freno.	El precio de este tipo de industrialización sube por: Prestigio e imagen

Fuente: Investigación

Tabla 60 Fuerzas de mercado, cuando la demanda ↓ el precio ↓

FUERZAS DE MERCADO			
Demanda/consumidor potencial del producto o servicio.			
Mercado "Industrial Partes y accesorios de vehículos automóviles"			
Producto	Marca	Cuando la demanda ↓	El precio ↓
Discos de Freno	FM (Fundimetales del Norte)	Cuando la gente no adquiere estos productos dentro del mercado	El precio de este tipo de industria baja porque la tecnología es cambiante y siempre está en constante cambios. Búsqueda del producto más barato

Fuente: Investigación

4.1.9. Estudio Financiero

Se presenta a continuación el estudio financiero que sustenta la inversión para la operación de internacionalización de los discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán.

Tabla 61 Estado de Resultados - Con Financiamiento

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Cantidad de producto (unidades)	1188	1268	1353	1444	1542	160000
Precio	189.53	191.65	193.80	195.97	198.16	3.25
Ventas	225161.64	243012.2	262211.4	282980.68	305562.72	520000
Costo de producción	117298.9	127544.8	137791.3	148038.2	158285.7	168533.7
Utilidad Bruta en Ventas	107862.7	115467.4	124420.1	134942.5	147277.0	351466.3
Gastos Administrativos	44383.2	48821.5	53703.7	59074.0	64981.4	71479.6
Gastos de Exportación (Ventas)	1008.0	1108.8	1219.7	1341.6	1475.8	1623.4
Gastos Operacionales	45391.2	49930.3	54923.4	60415.7	66457.3	73103.0
Utilidad Operacional	62471.5	65537.0	69496.8	74526.8	80819.8	278363.3
Interés Bancario	0	0	0	4910.7	4358.3	3868.0
Gastos Financieros	0.0	0.0	0.0	4910.7	4358.3	3868.0

- 15% Particip. Trabajadores	9370.7	9830.6	10424.5	11179.0	12123.0	41754.5
Utilidad antes de impuesto	53100.8	55706.5	59072.3	58437.0	64338.6	232740.9
25% Impuesto a la Renta	13275.2	13926.6	14768.1	14609.3	16084.6	58185.2
Utilidad neta después de impuesto	39825.6	41779.9	44304.2	43827.8	48253.9	174555.7

Tabla 62 Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento

Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Utilidad Neta	39825.6	41779.9	44304.2	43827.8	48253.9	174555.7
+ Depreciaciones	0.0	528.0	528.0	528.0	547.0	547.0
+ Amortizaciones	0.0	440.0	440.0	440.0	440.0	440.0
Liquidación del Proyecto						
Recuperación Capital de Operación						
Total, Entradas	39825.57	42747.85	45272.1982	44795.8	49240.9	175542.7
Salidas de Efectivo	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Inversión Inicial	90000.0					
Amortización de la Deuda	0.0	0.0	0.0	4910.7	4358.3	3868.0
Reposición de Activos						
Total, Salidas	90000.0	0.0	0.0	4910.7	4358.3	3868.0
Flujo de Efectivo Neto	-50174.4	42747.9	45272.2	39885.1	44882.7	171674.7

Tabla 63 VAN del proyecto

Año	Flujo de Efectivo Neto	Tasa de descuento	FE cada Periodo
0	-50174.4		
1	42747.9	0.1	38861.7
2	45272.2	0.1	37415.0
3	39885.1	0.1	29966.2
4	44882.7	0.1	30655.5
5	171674.7	0.1	106596.5
Inversión inicial			90000.0
VAN del proyecto			153494.9

Tabla 64 Tasa interna de retorno TIR

INVERSION	-90000
Flujos	38861.7
	37415.0
	29966.2
	30655.5
	106596.5
TIR	37%

El análisis financiero permite determinar mediante índices contables la factibilidad de la operación de internacionalización de los productos de la partida arancelaria 8708.30.25.00 que para una inversión inicial de 90000 misma que corresponde al 40% de recursos propios y 60% de recursos financiados, establece un valor actual neto (VAN) de 15,3494.9usd con una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 37%

4.2. DISCUSIÓN

El análisis de los mercados internacionales que se presentan en la presente investigación, permiten determinar la factibilidad de la exportación de los discos de freno considerados en la partida arancelaria 8708.30.25.00, específicamente los discos de freno, siendo el mercado más idóneo para la exportación de este producto originario de la ciudad de Tulcán el Estado de Florida en los estados Unidos, mismo que al compararse mediante la matriz POAM con los países de Perú y Bélgica, resultó ser el que brinda mejores potencialidades para que la comercialización del producto sea efectiva.

Por otro lado, el análisis financiero permite confirmar que la operación de internacionalización de este producto es factible, debido a que los indicadores financieros de este estudio presentan valores favorables para el endeudamiento y el oportuno retorno de la inversión, constituyéndose de esta forma en un negocio rentable que genera ingresos a la empresa permitiendo su expansión y crecimiento sostenible en el tiempo.

Adicionalmente hay que señalar que este trabajo de investigación se complementa con los antecedentes investigativos y permite generar futuras investigaciones que busquen impulsar el desarrollo de negocios industriales con miras a posicionar sus productos en mercados internacionales, como para este caso, las comercializaciones de los discos de freno producidos localmente encuentran en el exterior mercados en los que se pueden posicionar adecuadamente.

Finalmente, la calidad de los productos ofertados por la empresa Fundimetales del Norte, permitirán la consolidación y fidelización de los clientes en el extranjero, lo que permitirá que esta empresa crezca en la producción de productos relacionados con repuestos automotrices permitiendo la generación de más fuentes de trabajo en la provincia del Carchi.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Respecto a la valoración de la matriz POAM, se determinó que la mayor puntuación es de 1,76 correspondiente a Estado Unidos, lo cual representa en la factibilidad de exportación de los productos de la partida 8708.30.25.00 para ser comercializados en ese mercado, cada factor refleja buenos resultados tomando en cuenta que este país tiene una población extensa, mantiene una alta calidad de vida y un PIB que está en constante crecimiento para cada año.
- Se pudo determinar que el estado de la Florida es la ubicación geográfica óptima, respecto a su economía, la cual se basa en actividades relacionadas con el turismo, agricultura, los servicios financieros y el comercio internacional se constituye en la puerta de entrada y salida de productos al país por el océano Atlántico, representando aproximadamente el 71% de las exportaciones a América Latina y el Caribe. Adicionalmente se presentan algunos datos económicos relevantes de este Estado.
- Respecto a la lista de países importadores para el producto 870830| exportado por Ecuador, valor miles USD y dentro de los últimos cinco años, se determina que, de los ocho países, el país más consumidor a nivel mundial es Bélgica, importa el producto 87083025, dentro del periodo 2016-2020, con un valor de \$39000 dólares americanos, el siguiente con mayor participación es Perú con un valor de \$39000 dólares americanos.
- El Banco Central del Ecuador prevé que el Producto Interno Bruto (PIB) en 2021 registre un crecimiento interanual de 3,55% (USD 68.661 millones en valores constantes año base 2007), una recuperación frente a la contracción de 7,75% de 2020. Esta actualización refleja un mayor crecimiento del PIB en comparación al 2,8% proyectado en mayo del presente año.

5.2. RECOMENDACIONES

- El estado, deberá seguir impulsando proyectos que fomenten el desarrollo económico del sector automotriz, el cual atraviesa varios desafíos a nivel mundial y más aún en el comercio internacional.
- Se recomienda aprovechar al máximo las características de los discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán, con la finalidad de establecer un programa que permita adquirir reconocimiento a nivel nacional e internacional.
- Se recomienda tener en cuenta la sensibilidad del proyecto, considerando posibles escenarios de riesgo que sin duda alguna ayudaran a tomar decisiones alternativas.
- Se recomienda establecer alianzas estratégicas con las diferentes empresas que permitan disminuir los costos del producto, tomando en cuenta la calidad y dureza de los discos de freno.
- Buscar el sello verde incluido en la etiqueta del producto se busca trabajar con responsabilidad ambiental, con la visión de buscar que las piezas sean elaboradas con un proceso amigable para el medio ambiente.
- En la parte de medioambiente hay que promocionar mucho en las redes sociales y la página web para que los posibles compradores vean esto como muy positivo al momento de manejar una negociación en el tema de portafolio o presentación del catálogo, se usa energías alternativas
- Se debería trabaja es con el Viceministerio de Industrias formando un nexo con la Subsecretaria de Normalización y acreditación de calidad, existiendo una normalización INEN se podría homologar con EE.UU., mismo que tiene una institución de normalización, la empresa al tener una orientación de exportación se factura y por ende existen ventas, el objetivo es que marquen en amarillo AA, para que entre a promoción comercial y sobre todo esta categorización ayudara a ingresar a EE.UU. en ayuda con la oficina comercial que existe en Estados Unidos.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bernal A, A. (2000). Metodología de la Investigación para la Administración y Economía. Bogota D.C: Pearson Educación de Colombia.

Hurresta, C, C. (2012). Comercio Internacional. México: RED TERCER MILENIO S.C.

Bruno (2020). Impacto de COVID-19 en la industria automotriz, El Coronavirus tendrá un efecto directo en los ingresos de 2020 de las empresas del sector. Recuperado el 7 de septiembre de 2021 de:

<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ar/pdf/2020/impacto-de-covid-19-en-el-sector-automotriz.pdf>

Organización Internacional del Trabajo OIT, (2020). La COVID-19 y la industria automotriz. Recuperado el 7 de septiembre de 2021 de https://www.ilo.org/sector/Resources/publications/WCMS_744619/lang-es/index.htm

OIT, (2020). Nota informativa sectorial de la OIT, La COVID-19 y la industria automotriz y el comercio. Recuperado el 7 de septiembre de 2021 de https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/sect_automotriz.pdf

CEPAL (2020). La crisis golpea una estructura productiva y empresarial con debilidades acumuladas por décadas. Recuperado el 7 de septiembre de 2021 de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438_es.pdf

UNCTAD, (2020). Informe sobre el comercio y el desarrollo 2020 de la pandemia mundial a la prosperidad para todos: evitar otra década perdida. Recuperado el 7 de septiembre de 2021 de https://unctad.org/system/files/official-document/tdr2020_es.pdf

Hill, C. (2015). *Negocios Internacionales. Cómo competir en el mercado global*. McGraw – Hill, México.

PROECUADOR, (2019). ANÁLISIS DE EVOLUCIÓN DE EXPORTACIONES REGIÓN 1 – ECUADOR 2009 – 2014 (ENE/OCT) INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES PRO ECUADOR – OFICINA REGIONAL ZONA. Recuperado 14 de Junio de 2021 de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/609-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1917-1-10-20180801%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/609-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1917-1-10-20180801%20(1).pdf)

Fredrickson, B. L. (2004, 7 de marzo). Cultivando emociones positivas para tener una mejor salud. *Prevención y Tratamiento*. Recuperado el 20 de noviembre de 2007 de <http://www.journal/prevencion/volumen3//salud.a004tn.html>

Encalada, R. (2021, 10 de mayo). Los superalimentos como tendencia del mercado: Un análisis de las oportunidades para las empresas exportadoras. Recuperado el 15 de Julio de 2021 de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1627-Texto%20del%20art%C3%ADculo-8536-1-10-20210510.pdf>

Ulloa, Fajardo, Gonzáles y Solórzano, (2021, 10 de mayo). Estrategias post COVID-19: Desafíos para las empresas exportadoras de productos tradicionales. Recuperado el 15 de julio de 2021 de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1636-Texto%20del%20art%C3%ADculo-8539-1-10-20210510.pdf>

Lascano y Hidalgo (2017 30 de agosto). Estrategia para establecer un sistema de comercialización directa en red en PYMES ecuatorianas del sector automotriz de la industria de repuestos de Quito. Recuperado el 17 de Julio de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6163/1/T2590-MBA-Lascano-Estrategia.pdf>

Brucil, Lara y Saráuz, (2017, 15 de agosto). Estudio sobre la caracterización y fortalecimiento de los procesos comerciales de las MIPYMES de la zona 1 del Ecuador. Recuperado el 17 de Julio de 2021 de <https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/comercionegocio/article/view/453/481>

Gutiérrez, Realpe y Ruíz (2017). LA Normativa andina y el desarrollo del intercambio comercial en la zona de integración fronteriza. Recuperado el 18 de Julio de 2021 de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/422-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1440-1-10-20180713.pdf>

Gómez et al (2017). Tendencias de las exportaciones de cacao ecuatoriano 2013 – 2015. Recuperado el 24 de agosto del 2021 de http://world_business.espe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/07/11.34-Tendencias-de-las-exportaciones-de-cacao-ecuatoriano-2013-2015.pdf

Andrade y Ontiveros (2019). Producción y comercializadora de grano de cacao en la vereda chajal del municipio de San Andrés de Tumaco, departamento de Nariño Recuperado el 24 de agosto del 2021 de:

<https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/visionempresarial/article/view/1019/2074>

ICC, (2019). INCOTERMS® 2020 by the International Chamber of Commerce (ICC). Barcelona

García, O. (2014). Guía Práctica de los Incoterms 2010. Global Marketing Strategies, S.L., - 2 Edición. Madrid

David Ricardo, (2005) Economía Internacional Análisis y Perspectivas. Recuperado el 19/07/20221 de: <https://viceacademico.unmsm.edu.pe/wp-content/uploads/2020/10/Revista-economia-a%C3%B1o1-numero-01.pdf#page=52>

Parada Daza, J. R. (2005). Enfoque teórico de Finanzas y su influencia en la revista" Economía y administración. *Economía y administración*, (64), 7-31.

Porter M, (2015). Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Recuperado el 19/07/2021 de; https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=_n0dDAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=definicion+de+la+teoria+de+Porter+M.+&ots=aukOEP9Ke-&sig=K68BU7tWhRFWmdBjCLmiiVz2tXQ#v=onepage&q&f=false

DAVID, FRED R, (2013). Conceptos de administración estratégica PEARSON EDUCACIÓN, México, 2013

Nadal A (2010). EL CONCEPTO DE MERCADO. Recuperado el 7 de septiembre de 2021 de http://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos_final/450trabajo.pdf
Gómez, 2013. p.59. Gestión Logística y comercial. McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L. Aravaca (Madrid).

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill. 6 ed. México D.F. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Caza, E. (2019). EL DESAFÍO DEL DESARROLLO DE LAS FRONTERAS. Gestión de riesgo en el control aduanero y la facilitación al comercio en la zona de frontera Tulcán – Ipiales. Editorial: ©Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Tulcán – Carchi – Ecuador

Organización mundial del Comercio (2020). La función de Análisis Arancelario en Línea de la OMC. Recuperado el 24/03/2022;

<https://tao.wto.org/welcome.aspx?ReturnUrl=%2f%3fui%3d3&ui=3>

Organización mundial del Comercio (2020). La función de Análisis Arancelario en Línea de la OMC. Recuperado el 24/03/2022;

<https://tao.wto.org/welcome.aspx?ReturnUrl=%2f%3fui%3d3&ui=3>

Trade-Map (2020). Arancel promedio (estimado) aplicado por el país (%). . Recuperado el 24/03/2022;

https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c870830%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c1

Española, R. (5 de 10 de 2020). <https://internacionalmente.com/>. Obtenido de [internacionalmente.com/incoterms-2020/#%EF%B8%8F_Guia_rapida_de_Incoterms_2020_\(grafica\)_-_Descarga_gratuita](https://internacionalmente.com/incoterms-2020/#%EF%B8%8F_Guia_rapida_de_Incoterms_2020_(grafica)_-_Descarga_gratuita)

Regulación o procedimiento que expide la resolución, reglamento, instructivo o manual 2014. No. del documento. Recuperado el 10/09/2022 de https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a3_mar_2015_SENAE-ISEE-2-3-017-V3.pdf

VII. ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

ESTUDIANTE:	ONTANEDA YAPUD LENIN ANDRES	CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401729769
PERIODO ACADÉMICO:	2022B		
PRESIDENTE TRIBUNAL	MSC. Realpe Delgado Beatriz	DOCENTE TUTOR:	MSC. Araujo Guerrón Eddy Santiago
DOCENTE:	MSC. Moreno Vallejo Jaime		
TEMA DEL TIC:	"Oportunidades de Mercados Internacionales para la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán"		
No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	9,00	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9,00	
3	METODOLOGÍA	9,00	
4	RESULTADOS	9,00	
5	DISCUSIÓN	9,00	
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	9,00	
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	9,00	
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	9,00	REVISAR LA ORTOGRAFÍA DENTRO DEL DOCUMENTO , APLICACIÓN NORMAS APA

Obteniendo una nota de: 9,00 Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el viernes, 7 de octubre de 2022


MSC. Realpe Delgado Beatriz
PRESIDENTE TRIBUNAL


MSC. Araujo Guerrón Eddy Santiago
DOCENTE TUTOR


MSC. Moreno Vallejo Jaime
DOCENTE

Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Lenin Andres Ontaneda Yapud				
DATE: 7 de noviembre de 2022				
TOPIC: <i>"Oportunidades de Mercados Internacionales para la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán."</i>				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1 Vera Játiva Edwin Andrés, 5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	TOTAL 9		



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE
CENTER**

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Lenin Andres Ontaneda Yapud

Fecha de recepción del abstract: 7 de noviembre de 2022

Fecha de entrega del informe: 7 de noviembre de 2022

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Ing. Edison Peñañiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

Anexo 3. Solicitud a empresa para la autorización a realizar proyecto



Oficio N° UPEC-FCIIAEE-2022-169-Of
Tulcán, 25 de marzo de 2022

Asunto: Solicitud de información para desarrollar Trabajo de Integración Curricular – ONTANEDA (CE)

Señor
José López Martínez
GERENTE DE FUNDIMENTALES DEL NORTE
Presente

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo de quienes conformamos la comunidad universitaria de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi UPEC, a la vez que le deseamos éxitos en las funciones que usted acertadamente desempeña.

Por medio del presente me permito solicitar de la manera más cordial se autorice a ONTANEDA YAPUD LENIN ANDRÉS portador de la cédula de ciudadanía N° 0401729769 estudiantes de séptimo nivel de la carrera de Comercio Exterior; a realizar entrevistas y obtener información que le permita desarrollar el Trabajo de Integración Curricular denominado "Oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán". En virtud de lo antes mencionado me permito indicar que la información obtenida se utilizará con fines estrictamente académicos.

Por la atención que se digne dar al presente, reciba mis agradecimientos.

Atentamente,

 JAIRO RICARDO
CHAVEZ ROSERO -
0400316482

Msc. Jairo Chávez

**DECANO DE LA FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

"Educamos para transformar el mundo"



Sandra P.
25/03/2022

(06) 2980837 - 2984435

Calle Antisana y Av. Universitaria

info@upec.edu.ec

www.upec.edu.ec

Anexo 4. Oficio de aceptación empresa Fundimetales del Norte



Fabricamos discos y tambores para frenos de automotores en todas las marcas y modelos,
Manzanas, arañas y repuestos para maquinaria agrícola.
Servicios de fundición en: Hierro, Aluminio, Bronce, Cobre, etc.
FABRICAMOS TODA CLASE DE ADAPTACIONES

Tulcán, 23 de marzo de 2022

Lenin Andres Ontaneda Yapud

Presente. -

Cordial Saludo


Yo, José Alirio López Martínez, con cédula de ciudadanía 040156381-2, dando respuesta al oficio N° Upec-FCIAEE-2022-169- Of, autorizo a usted desarrollar su trabajo de titulación para que obtenga su título en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi comprometiendo a mi empresa y colaboradores a facilitarle la información verídica y pertinente según lo necesite.

Atentamente:

Jose Alirio Lopez H.

Gerente

Sr. Alirio López


FUNDIMETALES DEL NORTE
RUC 0401563812001
Jose Alirio López Martínez
GERENTE
TULCAN ECUADOR

DIRECCION:
AV. BRASIL Y PANAMA

TELF: 2962017
TULCAN- ECUADOR

Anexo 5. Entrevista a gerente de empresa Fundimetales del Norte



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

ENTREVISTA APLICADA A AL GERENTE DE LA EMPRESA "FUNDIMETALES DEL NORTE"
DE LA CIUDAD DE TULCÁN

Proyecto de investigación: "Oportunidades de Mercados Internacionales para la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán"

OBJETIVO: Recolectar y analizar información técnica y financiera de la empresa Fundimetales del Norte ubicada en la ciudad de Tulcán – Carchi – Ecuador, en busca del análisis de oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de discos de freno.

Nombre de la Empresa: Fundimetales del Norte
Dirección: Av. Brasil y Panamá
Representante Legal: Sr. Alirio López.
Fecha de la entrevista: jueves 03 de marzo del 2022

RESOLUCIÓN DE CUESTIONARIO

Información Estratégica

1. ¿Cuál es la misión y visión de la empresa?

Misión; Fundimetales del Norte ofrece a la industria automotriz servicios de fundición, producción, y reconstrucción de piezas automotrices, en donde la primera línea es la fabricación de discos y tambores (campanas) de freno mecanizado, contando con tecnología de punta como son los tornos CNC (Computer Numerical Control), centros de mecanizado entre otros, disponiendo de personal capacitado, buscando siempre la seguridad y bienestar de los compradores.

Visión; Dentro de los próximos 5 años Fundimetales del Norte busca posicionarse a nivel nacional como proveedor principal de repuestos automotrices en todas las marcas y modelos, obtener en un 70% la planta tecnificada, colocando en marcha la norma ISO-16949 e integrando personal altamente calificado.

2. ¿Cuáles son los valores de la empresa?

Valores: Respeto, honestidad, transparencia y compromiso

Principios; Efectividad, puntualidad, calidad, lealtad, objetividad y tolerancia.

3. ¿Con qué tipo de apoyo económico cuenta para poner en producción (apoyo económico del estado o privado)?

Como empresa privada directamente con créditos, el último préstamo se generó con una entidad del estado "BanEcuador", por el tema de la reactivación economía y la visitas tanto como el viceministro, el ministerio de producción alcalde y gobernado, mediante esas visitas se pudo gestionar que BanEcuador genere un préstamo con el cual fue utilizado para comprar una maquina CNC para mejoras de producción que es un centro de mecanizado.

Información Admirativa:

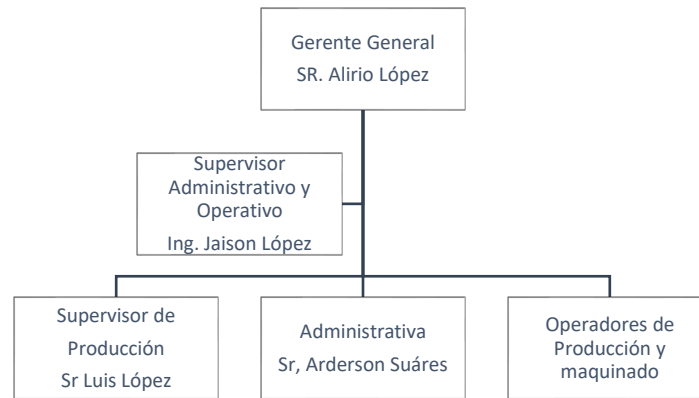
4. Estructura Legal. ¿Cómo se encuentra constituida la empresa?

La empresa está registrada como "Persona Natural", ante el SRI

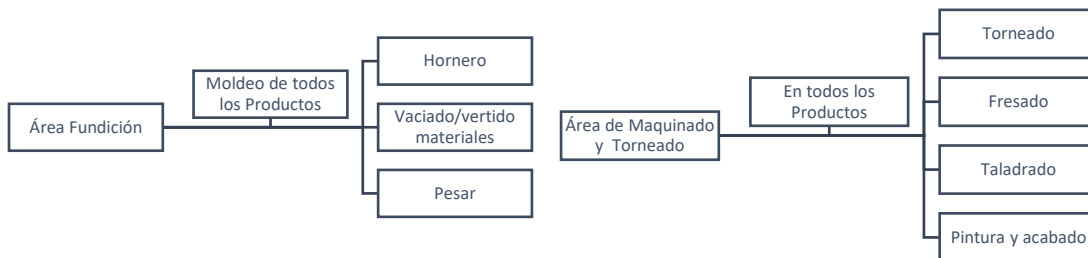
5. Socios. ¿Cuántas personas se conforman como socios, y qué participación tendrán dentro de la empresa?

La empresa es 100% del Sr. Aliro López

6. Organigrama. ¿Cuál es la representación gráfica de cómo está estructurada, como está constituida la empresa?, sirve para entender áreas tiene la empresa, y el vínculo de cada uno de los integrantes.



7. Funciones y Responsabilidades. ¿Cuáles son los distintos cargos de la empresa?



8. Desde el punto de vista de la comercialización y el análisis de mercado. ¿La empresa cuenta con información sobre lo que sucede en el mercado, tanto de los clientes como con la competencia?

Si No X

Los precios se basan bajo la competencia misma que es internacional, considerando datos de cuantos repuestos ingresaron en un periodo, determinando que hay mucho mercado por cubrir, la competencia se caracteriza por personas importadores de este producto más no de fabricantes de discos de freno.

9. El producto desde la perspectiva de mercado. ¿Es considerando los discos de freno como algo que está destinado a satisfacer una necesidad determinada?

Si X No

Es una necesidad inmediata por cuando por el desgaste es de prioridad el cambio inmediato no existe otra opción.

10. Desde la perspectiva del comercio exterior. ¿La empresa conoce de la existencia de sistemas de preferencias arancelarias, tasas y mecanismos de comercialización de discos de freno?

Solamente por fuentes secundarias

11. ¿La empresa conoce las leyes y normas técnicas para la comercialización internacional de su producto?

Si No X

12. ¿Conoce usted el procedimiento logístico para la exportación de su producto discos de freno?

SI No X

No. la intención siempre ha existido al mercado de Perú más que al de Colombia, en Colombia primeramente los salarios son bajos, y por ende sus productos son más baratos, por otra parte, en Colombia ha incursionado más en el tema de la fundición que Perú y Ecuador, esto determina que en Colombia el tema de a la fundición está muy explotado.

Información técnica:

13. ¿Cuál es la descripción del proceso de producción de discos de freno?

En la producción entran dos áreas, la primera de "Fundición y Moldeo", para llevar a cabo la producción de los discos de freno, entran en cada uno de los puestos estratégicos, como lo son primero hornero, pasa al siguiente puesto Vaciado, que es donde se vierte los materiales y finalmente el puesto de pesar, que es poner objetos pesados sobre los moldes para que no mueva la mezcla, esto sería dando el cumplimiento a la primera área de producción. La segunda área se llama "Maquinado y Torneado", esta última área comprende de Torneado, Fresado, Taladrado y la última que es la Pintura y acabado de los discos de freno.

14. ¿Qué características principales tiene el producto "Discos de freno"?

La principal característica es el acabado y la parte técnica, se usa normas internacionales, llamada E-Colombia la cual se trabaja para que los productos se asemejen o lleguen a esta norma, buscando que Icontec Ecuador, buscando normalice a la empresa.

15. ¿Cuál es la capacidad de los equipos en relación con el diseño de la planta?
La empresa funde alrededor de 40 a 45 toneladas al mes de hierro fundido, y de las 45 toneladas por lo menos de 35 a 40 toneladas están vendidas y en stock sobran 5 toneladas. EL horno es para fundir todo el día, los tornos pueden trabajar tres turnos, los pedidos de todas las referencias, el tema de los discos de freno se maneja cantidades más elevadas entre 60 y 70 unidades, moldeadas para que aprovechar la programación de los tornos optimizando tiempo

16. ¿Cuáles son las especificaciones de los discos de freno (materia prima, insumos, normas ISO e INEN, estándares)?

La aplicación de estándares en la composición química de material tanto en carbono como en silicio, como lo más específico que está en las normas, se ahí se adiciona el cobre para darle una mejor durabilidad y resistencia al producto, además en la parte de Maquinado los discos de freno se utilizan un proceso de rectificado para que las piezas no tengan ningún tipo de desequilibrio en los vehículos.

Sobre el costo de producción:

17. ¿Para la fabricación cuáles son los costos de materia prima que usa?

En producción sin mecanizar \$ 1,76 x Klg

Producción mecanizada \$ 2, 20 x klg

18. ¿En la mano de obra que emplea cuál es su costo?

40% de precio x kilo

29. ¿Cuáles son los costos de maquinaria y herramientas involucradas en la elaboración?

100000 de dólares

20. ¿Cuáles son los costos indirectos de fabricación de discos de freno?

Transporte por pieza \$3 vehículo (GH de 2 ejes)

Arriendo de almacene \$7000 mensuales

Servicios básicos

21. ¿Qué tipo de empaque y transporte utiliza la empresa para su producto discos de freno?

Empaques plásticos

22. ¿Para qué marca específica de vehículos livianos fabrica los discos de freno la empresa Fundimetales del norte?

Para el sector de los taxis "Aveo, Nissan Sentra b13", dirigidos a vehículos que ya están saliendo del mercado

Mano de obra:

23. ¿Cuáles son sus proveedores de materia prima?

En El tema aleaciones Quintal-Ecuador.

En el tema del hierro chatarrerías grandes de Guayaquil, y locamente en volúmenes las mecánicas y personas particulares que trabajan en a la recolección de hierro.

24. ¿Cuál es el precio al cual empresa oferta los discos de freno?

Desentendiendo de la referencia, el disco de freno más económico al mayor de \$9, y el disco más caro que sería el disco de freno para un bus está en \$70.

25. ¿Cuál es la rentabilidad económica promedio por cada disco de freno vendido?

20-25% al mayor

40% al precio al público final por unidad vendida

26. ¿Cuál es su producción mensual promedio de los discos de freno para vehículos livianos, para satisfacer la demanda local y nacional?

De 45 toneladas mensuales, 5 toneladas son de discos de freno.

27. ¿Cuál es el peso promedio de un disco de freno para vehículos liviano y sedan?

Promedio de vehículos livianos del Aveo con un peso de 5kg y 6 kg, y hay otros que pesan 3,4 y los discos de buses pesas 20 y 25kg

Información ambiental:

28. ¿La empresa cuenta con normas mínimas de calidad y sanitarias (permisos) que necesitan las empresas para comercializar su producto, como certificación ambiental y conciencia social?

1. La empresa tiene licencia ambiental en el tema de fundición.

2. Registro ambiental en el tema de mecanizado.

29. ¿El producto discos de freno tiene certificado de origen?

Si NO X

Anexo 6. Solicitud a Pro-Ecuador- Especialista de la zona 1

Tulcán, 21/03/2022

**Señores del Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones
(ProEcuador)**

SR.
Ing. Oscar Alejandro Ruano Orellana
Especialista Zonal (Zona 1)
Presente

Yo **Lenin Andres Ontaneda Yapud**, con C.I.: 040172976-9, estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, me encuentro desarrollando el proyecto de titulación para la obtención del título de Licenciado en Comercio Exterior, para lo cual he tomado en cuenta al Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones (ProEcuador), para realizar un levantamiento de información técnica, por lo cual me dirijo a usted de la manera más cordial, **me facilite información pertinente sobre datos técnicos para la obtención del certificado de origen**, misma que será necesaria en el desarrollo del proyecto mencionado.

Por su cordial atención agradezco anticipadamente.

Atentamente,



Sr. Lenin Andres Ontaneda Yapud

C.I.: 0401729769

Recibido: Oscar Alejandro Ruano Orellana



21/03/2022

15:14

NOTA: La información proporcionada será utilizada estrictamente con FINES ACADÉMICAS



Anexo 7. Entrevista aplicada Especialista de la Zona 1 Pro-Ecuador



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

ENTREVISTA APLICADA AL Ing. Oscar Alejandro Ruano Orellana, Especialista Zonal (Zona 1).

Proyecto de investigación: "Oportunidades de Mercados Internacionales para la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán"

OBJETIVO: Verificar información técnica para la obtención del certificado de origen, en busca del análisis de oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de discos de freno.

Nombre de la institución: Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones (ProEcuador)
Dirección: Av. Sucre y los Álamos. Barrio el Bosque
Dirigido: Ing. Oscar Alejandro Ruano Orellana
Fecha de la entrevista: 21/03/2022

CUESTIONARIO

Información técnica:

0- 1. ¿Cuál es el proceso para la obtención de un certificado de origen a un producto industrializado? 0. DIO

2. ¿Puede ser considerado como mercancía comunitaria los discos de freno? ✓

3. ¿Cuáles son las especificaciones (materia prima, insumos, normas ISO e INEC, estándares, mano de obra), que se consideran para obtener un certificado de origen? >

4. ¿Cuáles son los costos de la obtención del certificado de origen? CPJ

5. ¿Cuáles son los beneficios de obtener un certificado de origen? ✓ 0% Arancel

6. ¿En el pago aranceles en la exportación, que porcentaje tiene de participación la aplicación de un certificado de origen? 0% //

Datos del Entrevistado

Nombre: Oscar Ruano Orellana Cédula: 04100997346 Firma: [Firma]

Entrevistador: Cédula: Firma:

**PRO ECUADOR**
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES
ZONA 1

NOTA: La información proporcionada será utilizada estrictamente con FINES ACADÉMICAS

Anexo 8. Entrevista aplicada al Ing. Oscar Alejandro Ruano Orellana, Especialista Zonal (Zona 1).



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

ENTREVISTA APLICADA AL Ing. Oscar Alejandro Ruano Orellana, Especialista Zonal (Zona 1).

Proyecto de investigación: "Oportunidades de Mercados Internacionales para la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán"

OBJETIVO: Verificar información técnica para la obtención del certificado de origen, en busca del análisis de oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de discos de freno.

Nombre de la institución: Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro-Ecuador)

Dirección: Av. Sucre y los Álamos. Barrio el Bosque

Dirigido: Ing. Oscar Alejandro Ruano Orellana

Fecha de la entrevista: 21/03/2022

CUESTIONARIO

Información técnica:

1. ¿Cuál es el proceso para la obtención de un certificado de origen aun producto industrializado?

Dentro de la comunidad Andina de naciones , primeramente realizando el levantamiento de un ficha técnica del producto que usted quiere certificar, a que me refiero con esto, por ejemplo un tambor o un disco de freno, dentro de la ficha técnica hacer una trazabilidad de la situación de los productos de materias primas, la mayoría el acero el aluminio el hierro son productos en momento de la fundición que se hacen en la fábrica fundidora son productos que están sometidos a un tema de reingeniería y la mayoría ya se los consideraría como un producto nacional, por el hecho de fundición ecuatoriana producto ecuatoriano, entonces dentro de esta primera certificación y dentro de la trazabilidad, es un producto totalmente obtenido dentro de del estado ecuatoriano, la certificación de origen generalmente da componentes de mezcla, se tiene que calcular en determinación de material de los componentes y de la mano de obra, dentro de la declaración juramentada de origen que es el primer paso en base a la ficha técnica hace paso de la producción, en el caso de los discos de freno seria la fundición del producto de ahí proviene primeramente el componente total del metal y ese metal lo somete a ciertos cortes y va a una fresadora va un torno va a un proceso productivo, el servicio del torno el nacional por lo tanto sea el disco de freno es totalmente obtenido todo esto se consideraría un producto de criterio de origen A, en conclusión lo primero elemento que se debe desarrollar es la declaración juramentada de origen a través de la ficha técnica.

Por mencionar si se confecciona una media que es de alpaca se tiene que calcular es en determinación del material de los componentes y de la mano de obra, si alpaca es peruana pero como está dentro de la comunidad andina de naciones, se lo considera también como un producto nacional producido dentro de la CAN, ahí el porcentaje de mezcla es más alto que el del material extranjero, no pasa con la fibra bambú, esta fibra es importada totalmente de

la India, pero la mano de obra y los hilos, el elastano y la mezcla con algodón hace que tenga un mayor porcentaje, este se eleva a un 60% nacional ya un 40% extranjero y a esto aún se lo considera como un producto obtenido, para que sirva esto para exportar a la unión europea o para exportar a los países que están dentro de la comunidad andina de naciones, se aplica a los tambores como también a los discos de freno

2. ¿Puede ser considerado como mercancía comunitaria los discos de freno?
Si X / No

Con la descripción de "Totalmente obtenido dentro del criterio A"

3. ¿Cuáles son las especificaciones (materia prima, insumos, normas ISO e INEC, estándares, mano de obra), que se consideran para obtener un certificado de origen?

En la declaración juramentada de origen principalmente para la elaboración del certificado de origen, la DJO es lo principal, de ahí nace todo, en la DJO va partida arancelaria, la ficha técnica comparativa proceso por proceso, lo que hace la fundición caracterizando que el metal el hierro es del Ecuador, más insumos lo que es el servicio en sí del desarrollo en la fresadora y en el torno, por otra parte aquí no se consideran lo que es las normas ISO e INEN porque esto al final estas normas son para aumentar la calidad del producto, como conclusión es de tener conocimiento de la ficha técnica la materia prima de los insumos, estándares tampoco porque sería dentro de la norma para darle echo en Ecuador, pero si la mano de obra eso sí se lo calcula en el VAN con respecto al proceso productivo, todo esto te dice que el producto es totalmente en criterio A totalmente obtenido, y con esto puedes llegar a obtener 0 de desgravación arancelaria a la exportación en los países de la comunidad andina de naciones Bolivia, Perú y Colombia.

La maquinaria se considera como servicio o mano de obra el conocimiento el silicio si es importado, muy importante en el momento de la fundición el hierro se convierte en acero por los procesos productivos ahí ya se debe considerar al acero como materia prima.

4. ¿Cuáles son los costos de la obtención del certificado de origen?

El costo aproximado de un certificado de origen esta en \$11.25 ctvs., quien puede certificar y te otorga la certificación de origen aquí en el Carchi es Cámara de pequeña industria del Carchi quien es el organismo que revisa la declaración juramentada de origen. Quien hace parte de una inspección y esa inspección es un acuerdo entre las partes donde el técnico verifica de forma física. Por otra parte, quien aprueba a la cámara de la pequeña industria para que pueda emitir los certificados es el Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca.

Importante con lo que se va a mencionar terceros países EEUU Canadá, Suiza, UE, y los países nórdicos en el EPTA, la única que te da los certificados de origen es a través del Viceministerio de Comercio Exterior, pero CAN, ALADI Y MERCOSUR, te puede dar la Cámara de Pequeña industria, FEDEXPORT, Cámara de comercio de Quito.

5. ¿Cuáles son los beneficios de obtener un certificado de origen?

Al importador netamente porque existe una desgravación arancelaria a 0 cuando el producto es totalmente obtenido

El producto que usted va entregar, va se la declaración juramentada de origen para sacar el certificado de origen el mismo que servirá para desarrollar una exportación, el certificado de origen es un documento para poder exportar, más no es un certificado que potencia el tema industrial de la empresa, por ejemplo una norma de calidad INEN una ISO 22000, 9001 están ayudan a su empresa a que tengan mayor potencial de competir con las empresas que no lo tienen, lo que usted está llevando a cabo es en fomentar la exportación y que es una ventaja que la empresa este registrada como exportadora y tenga un certificado de origen, listo para exportar esto lo internacionaliza más rápido, pero que mejor que esta empresa tenga una certificación de calidad, inclusive hay certificados en el tema de la reingeniería con la materia prima hay certificados de responsabilidad ambiental y del medio ambiente (environment), el certificado que se busca es esta investigación es netamente para que se lleve a cabo un trámite caracterizada en una exportación, en la cual el usuario final que es el importador puede desgravar aranceles, lo otro es un diferenciador o un plus. El ejercicio recae en que la empresa este registra a por medio del token

como exportador, registro en la DJO, para la internacionalización como alianza estratégica para la empresa FN del norte sería la Oficina comercial que se tiene en Lima-Perú, para llevar muestras para enviar el producto a realizar análisis, hacer un trabajo netamente de venta, en Perú tiene que acoplar los tipos de requisitos nacionales, internacionales y del cliente, incluso hay que homologar el producto va a enfrentarse a un tema de revisión del estado el cual regula el tema de medidas, el tema de fundición y de procesos productivos

6. ¿En el pago aranceles en la exportación, que porcentaje tiene de participación la aplicación de un certificado de origen?

En el tema de un producto totalmente elaborado el arancel puede ser totalmente 0%, pero más no los otros impuestos que generalmente son el IVA, como por mencionar el IVA en Colombia depende del proceso del tema industrial, hay algunas que tomar en cuenta en la liquidación, pero al importador le beneficia podría tener un producto con precio competitivo porque el arancel es cero

Anexo 9. Visita Técnica a empresa Fundimetales del Norte, por parte de Pro-Ecuador



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Visita técnica denominada "Textexportador_Pro-Ecuador", aplicada a Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán, direccionada por el Ing. Oscar Alejandro Ruano Orellana, Especialista Zonal (Zona 1) y el MSc. David Aguilar, director del Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro-Ecuador).

Proyecto de investigación: "Oportunidades de Mercados Internacionales para la comercialización de discos de freno de la empresa Fundimetales del Norte de la ciudad de Tulcán"

Objetivo: Asesorar a los emprendedores de la Zona 1. Carchi, Imbabura, Esmeraldas y Sucumbíos en el sector metalmeccánico del área de fundición de la zona norte del país.

Justificación: Se definen estrategias para desarrollar exportaciones a futuro y se entregan fichas de estudio de mercado, considerando a la Mipymes para visitas de compradores internacionales.

Nombre de la institución: Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro-Ecuador)

Dirección: Av. Sucre y los Álamos. Barrio el Bosque

Direccionado por: Ing. Oscar Alejandro Ruano Orellana y Msc. David Aguilar.

Fecha de la visita técnica: 29/08/2022

Empresa: Fundimetales del Norte

Dirección: Av. Brasil y Panamá

Representante Legal: Sr. Alirio López.

Desarrollo

En la visita técnica se caracterizan varios actores para poder contextualizar el escenario de la reunión, por ese motivo se caracterizará cada intervención con el nombre y lo dicho en la reunión, misma que tiene como objetivo obtener información relevante y necesaria en el proyecto de investigación.

-Ing. Jeison López-, afirma que: Es importante recalcar que en el 2019 se realizó una visita al país del Perú, con la intención de ver el mercado, con eso llegó la pandemia y lastimosamente llegó la pandemia y todo quedó paralizado, en este mercado Peruano existe exigencias como empaquetado, membretado incluso el tema de la normalización INEN para poder exportar los productos de Fundimetales del Norte, la empresa busca que tantos requerimientos debe tener listo bajo la ayuda de la Pro-Ecuador, para poder exportar al vecino país.

A lo antes mencionado el

-Msc. David Aguilar-, director del Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro-Ecuador), afirma: El ministerio pide validar información con respecto de que les está debiendo el Estado a la empresa, a lo referido en donde tienen las mayores travas para poder crecer.

-Ruano O (2022)-, menciona: Al momento de generar una importación si es parte de la Junta de artesanos, están aceptos del pago de importes en maquinarias adquiridas fuera del país, incluso en el tema de contratación personal se liberan del pago de decimos a los trabajadores. Primero hay que elegir el lugar o la ciudad por lo que sería Lima es así como busca un lugar en frontera de Tumbes.

-López J (2022)-. Cuando sale del proceso de fundición y llegan a la siguiente planta a ser mecanizados y todo ese desperdicio del mecanizado se lo vuelve a fundir, esto se concluye que la empresa no tiene fuga de chatarra o viruta como se la llama por cuanto pieza que sale mal, misma que se vuelve a fundir.

En el área de mecanizado son de control alfanumérico, también en el área de fundición tiene la empresa hornos, estancados en el área de moldeo.

-Msc. David Aguilar-, Es muy importante en lo financiero, se puede decir que, en el área de gestión social, se trabaja con asociaciones, donde existen problemáticas con los oficiales de negocios, ellos al igual que la empresa privada tienen metas, a lo dicho estas metas no son tan exigidas como como en la empresa privada, esto genera que muchos de los oficiales de negocios lleguen a la conclusión de que muchos de estos proyectos no generan confianza, hay otra situación que como banco del estado existen tasas de interés más bajas a diferencia de la banca privada, esto genera que todo mundo quiera tener acceso a estas tasas, y al ser la tasa de interés más baja el riesgo de pago el más alto, esto quiere decir que si existen tasas de interés bajas y no me pagan, tengo que cubrir con la tasa del interés de los que si me están pagando, es por eso que cuando van a gestionar un préstamo en una cooperativa es más rápido pero ¿A cómo me cobran? los intereses son del 20%, 18% y la más baja es al 15%, a lo diferente que en Ban Ecuador el más bajo es al 11%, se determina que en la gestión de un crédito cantonal es hasta \$20.000, provincial es de hasta \$50.000, zonal aprueba hasta \$200.00 y si la gestión de un préstamo es mayor al de un zonal, entra a un comité nacional para su aprobación.

Evidencias de la visita técnica por parte de Pro-Ecuador a Fundimetales



Anexo 10. Plantilla Final - Test Potencial Exportador - Fundimetales del Norte.

FORMULARIO DE REGISTRO PARA LOS SERVICIOS DE ASESORIA CON PROECUADOR	
1.- Perfil Exportador	
Escoja el tipo de Organización que es:	Productor
2. Nombre y Actividad del Usuario	
Escoja el tipo de personería:	Persona Natural
Razón Social:	LOPEZ MARTINEZ JOSE ALIRIO
Nombre Comercial:	FUNDI METALES DEL NORTE
# RUC:	0401563812001
Fecha de Inicio de Actividades:	29/03/2004
Actividad Económica Principal:	PRODUCCIÓN DE ALEACIONES DE: ALUMINIO; PLOMO, ZINC, ESTAÑO, COBRE, CROMO, MANGANESO, NIQUEL, ETCÉTERA.
Indique a qué Cámara / Asociación / Gremio pertenece:	JUNTA NACIONAL DE ARTESANOS/MIPRO
NOTA: Adjuntar Copia del RUC, Certificados de Lista Blanca (SRI, SuperClas, IESS)	
3. Información de Contacto	
Nombre del Representante Legal:	Jeison López
Teléfono celular / fijo:	2962017 / 0979230282
email:	fundimetalesdelnorte@hotmail.com
Genero:	Masculino
Nombre del Responsable por Ventas / Exportaciones:	Jeison López
Teléfono celular / fijo:	2962017 / 0979230282
email:	fundimetalesdelnorte@hotmail.com
Genero:	Masculino
Provincia:	Carchi
Cantón / Ciudad:	Tulcán / Tulcán
Dirección Domicilio Comercial:	Av. Brasil y Panamá (Tulcan)
Dirección Establecimiento Productivo / Planta / Operaciones:	Sector la Aduana/AV Guatemala/ calle S/N
URL website:	http://www.fundimetalesdelnorte.com/
Enlace redes sociales:	fb.Fundimetales del Norte
URL Tienda en Línea / E-commerce:	no tengo
4. Sector Económico	
Indique el sector económico al cual pertenece	Metalmecánico
5. Oferta Exportable	
Su Proceso Productivo es?:	Industrial
Detalle del Producto / Servicio que desea exportar:	Discos y Tambores de frenos
Partida Arancelaria aplicable al Producto / Servicio:	8708.30.25.00/8708.30.21.00
Describa la Propuesta de Valor o diferenciadores de su Producto / Servicio:	Productos industrializado de forma sostenible de la línea de freno con durabilidad y alta calidad
Indique el nombre de Marca de Producto / Servicio:	"FN" Fundimerales del norte
La Marca esta Registrada en el SENADI?:	No
Tiene interés en trabajar con Marca Blanca?:	No
Formato de presentación por SKU (cajas, fundas, unidades, etc.):	Unidades
Número de unidades de SKU por cada Empaque Master:	1
Medida o formato para la exportación del Producto:	Peso (Tm, Kilos, Libras, etc)
Precio de venta unitario por SKU al Exportador:	son varios productos y precios
Cual es la estacionalidad de su producción / pedidos?:	continua todo el año
Cual es el tiempo de vida útil del Producto / Servicio?:	Definido por el uso y ocupación del mismo
Indique cuales son sus 3 mercados internacionales de interés:	
Mercado 1:	EEUU
Mercado 2:	PERÚ
Mercado 3:	PANAMA
Cuenta Registro de Operador de Comercio Exterior ECUAPASS?:	No

SKU: Referencia único de un producto

NOTA: Adjuntar copia del Registro de Exportador en caso afirmativo
 NOTA: Adjuntar imágenes de la Instalaciones de Bodegas o áreas de Producción (Finca, maquinarias, equipos de computo, etc)
 NOTA: En caso de no disponer de Planta Propia, adjuntar copia de contrato de maquila, convenio de compra / venta o de Representación de marca
 NOTA: Adjuntar copia de Registro de Marca, Imagen, Logo, Slogan etc, en el SENADI en caso afirmativo
 NOTA: Adjuntar copia de brochure, catalogo, ficha técnica, tarjeta de presentación, etc
 NOTA: Adjuntar copia de Matriz de precios al exportador en las principales INCOTERM (EXW, FB, CIF, etc)

6. Esquema de Ventas de Exportaciones

Indique cómo se realizan sus Exportaciones:

7. Requisitos Básicos / Sistemas de Gestión / Certificaciones que posee actualmente la empresa

Registro de Exportador de Chatarra (sólo Chatarra Ferrosa y No Ferrosa)	No	Requisito 1
Ninguno - N/A	No	Requisito 2
Ninguno - N/A	No	Requisito 3
Ninguno - N/A	No	Requisito 4 / Sistema de Gestion
ISO 9001 - Calidad	No	Sistema de Gestión
Otros Requisitos / Sistemas (detallar)	No	Sistema de Gestión

Detalle de otros Requisitos / Sistemas de Gestión:

NOTA: Adjuntar copias de certificados, representaciones o documentos de respados

8. Indicadores de Actividad

Indicador	Unidad	Año 2018	Año 2019	Año 2020
a.- Volumen de Producción (TMs, Kgs, Cajas, Litros, etc)	TMS	3.500,0	4.000,0	4.500,0
b.- Ventas Locales	USD	165.000,0	170.000,0	136.000,0
c1.- Ventas de Exportación	USD	0,0	0,0	10.884,0
c2.- Principal INCOTERM usado en exportación (FOB, CIF, CFR, etc)		FOB	FOB	EXWORK
c3.- Indique los principales destinos de Exportación en dichos años				PANAMA
d.- Costo promedio Producción (USD por unidad de produccion)	Dólares por TMS	2,00	2,00	2,00
e.- Personal empleado	# Trabajadores	1	1	1
f.- Monto de Activos Totales	USD	30.000,0	30.000,0	30.000,0
g.- Monto de Patrimonio Neto (Activos Totales - Pasivos Totales)	USD	10.000,0	10.000,0	10.000,0

NOTA: Adjuntar Formulario 101 del SRI de los años descrito
 NOTA: Adjuntar reporte de Nomina del IESS de los años descritos

9. Indique las principales fuentes de financiamiento que le permitiran invertir para cumplir con los requerimientos de clientes internacionales, así como adecuar su infraestructura o producto / servicio para la exportación

Fuente de Financiamiento 1:	Nuevos aportes de capital de los Socios
Fuente de Financiamiento 2:	Acceso a créditos de Entidades Financieras
Fuente de Financiamiento 3:	Recursos de Inversionistas / Prestamistas
En caso de otras fuente no listada, indique cual:	

10. Nombre las Instituciones o Proyectos en los que haya o esté participando en los siguientes ámbitos

Desarrollo de Producto / Servicio:	
Modelo de Negocio:	
Fondo de capital de riesgo:	
Incubadoras / Aceleradoras de Empresas:	
Mejora de la capacidad productiva:	
Implementación de Sistemas de Gestión de Calidad:	
Promoción de Exportaciones / Ferias, etc:	
Otros (Indicar Instituciones):	

NOTA: Adjuntar documentos de respados

11. Clasifique el tamaño de su Empresa en función de los siguientes criterios (cumpla al menos 2 de 3 criterios)

Indique el tamaño de su empresa:

Clasificación	Ventas Anuales (USD)	Personal empleado (#)	Monto de Activos (USD)
Microempresas:	< 300K	1 - 9	< 100K
Pequeña:	300K - 1MM	10 - 49	100K - 750K
Mediana A:	1MM - 2MM	50 - 99	750K - 2MM
Mediana B:	2MM - 5MM	100 - 199	2MM - 4MM
Grande:	> 5MM	> 200	> 4MM

Nota: MM corresponde a Millones de USD

TEST DE AUTODIAGNOSTICO DEL POTENCIAL EXPORTADOR

En las secciones que lo disponga, favor revisar previamente el vínculo **Anexos Relacionados** para poder dar respuesta a las preguntas descritas

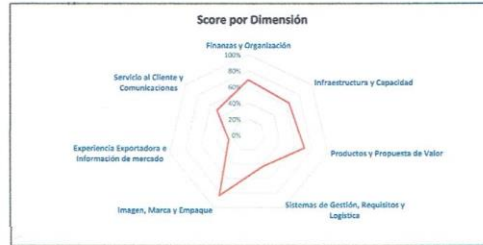
#	Dimensión	Aspecto	Autoevaluación	Observaciones
1	Finanzas y Organización	¿Su organización cuenta con recursos o fuentes de financiamiento en relación con su escala actual, para invertir en modificaciones del proceso, producto, empaque, etc para satisfacer los requerimientos de los clientes del exterior?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto
2		¿Su organización cuenta con recursos o fuentes de financiamiento en relación a su escala actual para invertir en las actividades de mercadeo y promoción internacional (viajes, ferias, envío de muestras o folletería, etc)?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto
3		¿La Gerencia / Propietarios de su organización está comprometida en dedicar personal y tiempo para desarrollar su mercado de exportación?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto
4		¿Su Organización ha recibido servicios de apoyo o participado en proyectos de mejora organizacional o promoción de exportaciones anteriormente?	No cumplimos	Ingreso Correcto
5		¿Su Organización cuenta con una estructura organizacional, organigrama, manuales de procesos, políticas, procedimientos y funciones documentados?	Cumplimos parcialmente	Ingreso Correcto
6		¿Su Organización cuenta con un Plan Estratégico o Plan de Negocios que defina claramente objetivos, indicadores y metas a alcanzar para este y los próximos años?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto
7		¿Su Organización conoce o tiene experiencia en la elaboración y emisión de documentos de soporte y acompañamiento a través del Portal ECUAPASS (DAE, D/O, CO, etc)?	No cumplimos	Ingreso Correcto
8		¿Su Organización se encuentra al día en sus obligaciones con los diferentes Entes de Control (SRI, IESS, SuperCias, Municipio, etc)?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto
1	Infraestructura y Capacidad	¿Su Organización cuenta actualmente con capacidad productiva (Terreno, Planta, Bodegas, Equipos, Software, etc) o puede ampliar o subcontratar la misma para atender adecuadamente las nuevas órdenes del mercado de exportación?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto
2		¿Su Organización cuenta con personal especialista, técnico, operativo o de campo calificados, que permitan incrementar la producción para el mercado internacional de interés?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto
3		¿Su Organización dispone de proveedores o socios que le aseguren el abastecimiento de Insumos, Materia Prima, Recursos o Infraestructura adicionales y de calidad para atender los nuevos pedidos de clientes de exportación?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto
4		¿Su Organización tiene la capacidad para formular o desarrollar nuevos productos / servicios en base a los requerimientos específicos del mercado internacional de interés?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto
5		¿Su Organización tiene un Área, Departamento o personal calificado y con experiencia para gestionar todo el ciclo del proceso de exportación o Comercio Exterior?	No cumplimos	Ingreso Correcto
6		¿Su Organización cuenta con personal de mercadeo y ventas que maneje el inglés o el idioma nativo del mercado internacional de interés?	Cumplimos parcialmente	Ingreso Correcto
7		¿Su Organización tiene conocimiento general o asistencia legal para la elaboración de contratos para delimitar las acciones, riesgos, pagos y responsabilidades entre las partes en toda la operación de exportación?	No cumplimos	Ingreso Correcto
1		¿Su Producto / Servicio tiene definida una Propuesta de Valor claramente diferenciada (precio, calidad, innovación, imagen, etc) y defendible respecto a sus competidores locales o internacionales?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto
2		¿Su Producto / Servicio es el resultado de un proceso de investigación, diseño y desarrollo propio llevados a cabo en su Organización o apoyados con socios como: universidades, centros de emprendimiento, tesis, etc?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto

3	Productos y Propuesta de Valor	¿Su Producto / Servicio cumplen con los estándares internacionales de calidad, inocuidad, seguridad o legalidad requeridos para el mercado de exportación de interés?	No cumplimos	Ingreso Correcto	
4		¿Su Organización conoce los costos internos de producción, costos de empaque o costos logísticos para el proceso de exportación hacia el mercado internacional de interés?	Cumplimos parcialmente	Ingreso Correcto	
5		¿Su Organización tiene potencial para la reducción de sus costos de producción, empaque o logística en caso de ser necesario para ser más competitivo en el mercado internacional de interés?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto	
6		¿Tiene definida una Matriz de Precios en base a los INCOTERM (EXW, FOB, CIF, CFR, etc) o condiciones comerciales y logísticas más aplicable para su Producto / Servicio en los mercados de interés?	Cumplimos parcialmente	Ingreso Correcto	
7		¿Su Organización está en capacidad de realizar envíos de Muestras sin valor comercial o DEMOS a potenciales clientes en los mercados internacionales de interés?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto	
1		¿Su Organización posee Sistemas de Gestión de la Calidad, Certificaciones, Normas Técnicas, etc, adecuados para su Producto / Servicio (Ej: ISO 9001, HACCP, BPM, BRC, Orgánicos, etc)?	Cumplimos parcialmente	Ingreso Correcto	
2		¿Su Organización posee Certificación de Comercio Justo, Comercio Seguro, Responsabilidad Social, etc (Ej: FairTrade, BASC, etc)?	Cumplimos parcialmente	Ingreso Correcto	
3	Sistemas de Gestión, Requisitos y Logística	¿Puede cumplir con los Requisitos Comerciales exigidos por el mercado seleccionado (certificaciones de calidad, normas técnicas, códigos de conducta, impacto ambiental, normas de etiquetado)?	Cumplimos parcialmente	Ingreso Correcto	
4		¿Puede cumplir con los Requisitos Legales y de aduana exigidos para sus Productos / Servicio en el mercado de interés (tratamiento arancelario, impuestos internos, acuerdos comerciales, etc)?	Cumplimos parcialmente	Ingreso Correcto	
5		¿Tiene identificado proveedores logísticos o canales de distribución que le aseguren costos competitivos y garanticen la carga para la transportación a los mercados de interés?	No cumplimos	Ingreso Correcto	
6		¿Conoce la Logística de transporte internacional tales como principales puertos y aeropuertos del país destino, rutas, frecuencias y tarifas de transporte, etc?	No cumplimos	Ingreso Correcto	
7		¿Su Organización emprende continuamente proyectos de mejora de la calidad, reducción de costos u optimización de recursos?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto	
1		Imagen, Marca y Empaque	¿Su Organización cuenta con una imagen corporativa establecida que se usa para la comunicación organizacional y comercial?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto
2			¿Su Organización tiene material promocional definido y adecuado para el mercado de interés (Ej.: brochures, catálogos, tarjetas de presentación)?	Cumplimos parcialmente	Ingreso Correcto
3	¿Su Producto / Servicio dispone de un nombre, logo, logotipo, isologo o imagotipo independiente del nombre de la Empresa y preferiblemente registrado en el SENADI?		Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto	
4	¿Tiene documentada la Ficha Técnica de su Producto / Servicio?		Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto	
5	¿Su Producto / Servicio cumple con los requisitos de envase, embalaje y etiquetado requeridos para su exportación a los mercados de interés?		Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto	
6	¿Su Producto / Servicio se asocia con los intereses de los consumidores internacionales tales como: economía circular, reciclaje, estilo de vida, bienestar, eficiencia, reducción de costos, facilidad de uso, amigable con el planeta, etc?		Cumplimos parcialmente	Ingreso Correcto	
1		¿Su Organización ha realizado ventas de exportación durante los últimos 3 años?	No cumplimos	Ingreso Correcto	

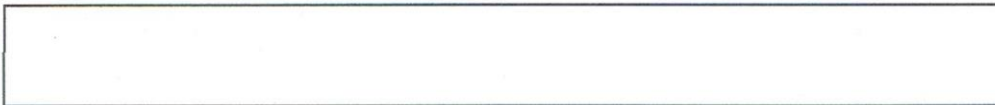
2	Experiencia Exportadora e Información de mercado	¿Su Organización cuenta con un Plan de o Estrategia actualizada de exportación para el o los mercados internacionales de interés?	No cumplimos	Ingreso Correcto
3		¿Su Organización cuenta con estadísticas de consumo, perfil del consumidor o hábitos de compra de su producto / servicio en los mercados internacionales de interés?	No cumplimos	Ingreso Correcto
4		¿Su Organización conoce cuales son los principales competidores de su producto / servicio en los mercados internacionales de interés?	No cumplimos	Ingreso Correcto
5		¿Su Organización conoce o ha usado los medios de pago comúnmente utilizados en el comercio exterior (por ejemplo, carta de crédito)?	Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto
6		¿Su Organización cuenta con una agenda de participación en actividades de promoción comercial internacional (ferias, misiones comerciales, agendas y ruedas de negocios)?	Cumplimos parcialmente	Ingreso Correcto
7		¿Su Organización ha identificado los canales de comercialización de su Producto / Servicio a los mercados internacionales de interés?	Cumplimos parcialmente	Ingreso Correcto
8		¿Su Organización dispone de contactos comerciales (brokers, importadores, distribuidores o clientes) en los mercados de interés?	No cumplimos	Ingreso Correcto
1		Servicio al Cliente y Comunicaciones	¿Su Organización cuenta con un sitio web, redes sociales o e-commerce configurado con el idioma nativo para los clientes en los mercados internacionales de interés?	Cumplimos parcialmente
2	¿Sus canales de comunicación incluyen al menos: email, teléfono fijo y celular, zoom, whatsapps, telegram u otros para facilitar el contacto omnicanal con sus clientes?		Cumplimos totalmente	Ingreso Correcto
3	¿Su organización cuenta registros sistematizados o software especializado (CRM) para controlar las diferentes fases en la relación comercial con los clientes Internacionales?		No cumplimos	Ingreso Correcto
4	¿Su Organización dispone de procedimientos de atención a las quejas o aplicación de garantías en caso de reclamos de parte de los clientes del mercado internacional?		Cumplimos parcialmente	Ingreso Correcto
5	¿Su Organización dispone del personal con dominio del inglés o del idioma adecuado para asegurar la comunicación y atención con sus clientes en los mercados de interés?		Cumplimos parcialmente	Ingreso Correcto
6	Si su Organización recibe hoy una orden de compra del exterior ¿tiene control sobre todas las variables que le aseguren poder procesar y entregar el pedido a tiempo y completo?		Cumplimos parcialmente	Ingreso Correcto
49				

REPORTE DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EXPORTADOR

Nombre de la Empresa: **LOPEZ MARTINEZ JOSE ALIRIO** Fecha de evaluación: Evaluador:



Evaluación general de Potencial Exportador



Plan de Servicios y acompañamiento con PROECUADOR

Nivel de madurez del Usuario		PORTAFOLIO DE SERVICIOS PROECUADOR																					
Actor que brinda el Servicio		Sin Registro	Usuario de Madurez Baja				Usuario de Madurez Potencial				Usuario AA												
Dimensión	Aspecto	Puntuación	PORTAL	RÁLCÓN DE SERVICIOS				RÁLCÓN SERV / CONVENIOS / OTRAS				INTELIG. COMERCIAL / SECTORIALISTAS / OCE'S											
			Inicio, Estado y renovación digital (Formulario de Registro y List de Usuarios)	Asesoría y orientación a emprendedores	Programa de Capacitaciones (Presencial y Virtual)	Articulación Institucional (MIPYME, ASESORÍA / ASESORAMIENTO, ASESORÍA INSTITUCIONAL)	Articulación Institucional (MIPYME, ASESORÍA / ASESORAMIENTO, ASESORÍA INSTITUCIONAL)	Articulación Institucional (MIPYME, ASESORÍA / ASESORAMIENTO, ASESORÍA INSTITUCIONAL)	Articulación Institucional (MIPYME, ASESORÍA / ASESORAMIENTO, ASESORÍA INSTITUCIONAL)	Articulación Institucional (MIPYME, ASESORÍA / ASESORAMIENTO, ASESORÍA INSTITUCIONAL)	Programa de Asesoría de Empresas (Consultas, Asesorías)	Programa de Asesoría de Empresas (Consultas, Asesorías)	Programa de Asesoría de Empresas (Consultas, Asesorías)	Programa de Asesoría de Empresas (Consultas, Asesorías)	Encuentros Comerciales Virtuales (Solo Usuarios AA)	Encuentros Comerciales Virtuales (Solo Usuarios AA)	Encuentros Comerciales Virtuales (Solo Usuarios AA)	Encuentros Comerciales Virtuales (Solo Usuarios AA)					
Finanzas y Organización	¿Su organización cuenta con recursos o	1,0																					
	¿Su organización cuenta con recursos o	1,0																					
	¿La Gerencia / Propietarios de su	1,0																					
	¿Su Organización ha recibido servicios de	0,0																					
	¿Su Organización cuenta con una estructura	0,5																					
Infraestructura y Capacidad	¿Su Organización cuenta con un Plan	1,0																					
	¿Su Organización conoce o tiene	0,0																					
	¿Su Organización se encuentra al día en sus	1,0																					
	¿Su Organización cuenta con capacidad	1,0																					
	¿Su Organización cuenta con personal	1,0																					
Productos y Propuesta de Valor	¿Su Organización dispone de proveedores o	1,0																					
	¿Su Organización tiene la capacidad para	1,0																					
	¿Su Organización tiene un Área,	0,0																					
	¿Su Organización cuenta con personal de	0,5																					
	¿Su Organización tiene conocimiento	0,0																					
Sistemas de Gestión, Requisitos y Logística	¿Su Producto / Servicio tiene definida una	1,0																					
	¿Su Producto / Servicio es el resultado de un	1,0																					
	¿Su Producto / Servicio cumplen con los	0,0																					
	¿Su Organización conoce los costos internos	0,5																					
	¿Su Organización tiene potencial para la	1,0																					
Imagen, Marca y Empaque	¿Tiene definida una Matriz de Precios en	0,5																					
	¿Su Organización está en capacidad de	1,0																					
	¿Su Organización posee Sistemas de Gestión	0,5																					
	¿Su Organización posee Certificación de	0,5																					
	¿Puede cumplir con los Requisitos	0,5																					
Experiencia Exportadora e Información de mercado	¿Puede cumplir con los Requisitos Legales y	0,5																					
	¿Tiene identificado proveedores logísticos	0,0																					
	¿Conoce la Logística de transporte	0,0																					
	¿Su Organización emprende continuamente	1,0																					
	¿Su Organización cuenta con una Imagen	1,0																					
Servicio al Cliente y Comunicaciones	¿Su Organización tiene material	0,5																					
	¿Su Producto / Servicio dispone de un	1,0																					
	¿Tiene documentada la Ficha Técnica de su	1,0																					
	¿Su Producto / Servicio cumple con los	1,0																					
	¿Su Producto / Servicio se asocia con los	0,5																					

Anexo 11. Flujograma Marítimo De La Transmisión De Carga Electrónico

