

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

Tema: “Estudio de factibilidad para la exportación de tambores de freno de la empresa
FUNDIMETALES DEL NORTE a mercados internacionales”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

AUTOR: Cristian Andrés Gómez Arévalo

TUTOR: MsC. Luis García

TULCÁN - ECUADOR

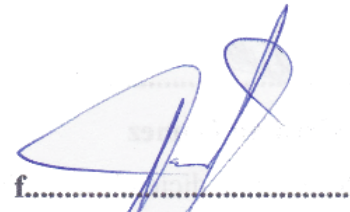
2018

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que el estudiante CRISTIAN ANDRÉS GÓMEZ ARÉVALO con el número de cédula 040192671-2 ha elaborado el trabajo de titulación: “Estudio de factibilidad para la exportación de tambores de freno de la empresa FUNDIMETALES DEL NORTE a mercados internacionales”

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


f.....
Msc. Luis García


f.....
Msc. Edison Caza

Tulcán, 05 de diciembre de 2018

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero/a de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración Y Economía

Yo, Cristian Andrés Gómez Arévalo con cédula de identidad número 040192671-2 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.


f.....

Sr. Cristian Gómez

Tulcán, 05 de diciembre de 2018

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Cristian Andrés Gómez Arévalo declaro ser autor de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Estudio de factibilidad para la exportación de tambores de freno de la empresa FUNDIMETALES DEL NORTE a mercados internacionales” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.


f.....

Sr. Cristian Gómez

Tulcán, 05 de diciembre de 2018

AGRADECIMIENTO

Agradezco a las personas que me han apoyado en mi vida estudiantil iniciando por mis padres y hermanos que han colocado todo su esfuerzo con la finalidad de alcanzar la meta planteada de la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, igualmente a mis estimados docentes y compañeros que conjuntamente en salón de clases desarrollamos temas de suma importancia en mi formación académica, de igual manera a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por brindar la oportunidad de formarme como un ingeniero con los conocimientos necesarios para afrontar el ámbito laboral.

De igual manera a la Empresa Fundamentales del Norte con el Sr. Alirio López como gerente por permitirme cooperar para el desarrollo de la presente investigación; al Ing. Paúl Santacruz y Tnlgo. Víctor Rosero por permitirme adentrarme en el ámbito laboral a través del proceso de prácticas pre profesionales y sus consejos de superación.

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación está dedicado para mi familia, mis padres en especial, por brindarme su apoyo incondicional y su esfuerzo diario que conjuntamente con sus mensajes y consejos de superación he logrado sobresalir adelante recompensando todo su esfuerzo a través de mi dedicación continua, igualmente a mis hermanos que con sus palabras de aliento me han ayudado a seguir adelante y luchar por alcanzar mis metas y hacerme mirar las cosas y situaciones de diferentes maneras, a todas las personas que durante el desarrollo de este trabajo de titulación me guiaron y alentaron a brindar mi esfuerzo permanente para la culminación del mismo obteniendo información valedera y aplicable para ejecutar un proyecto de exportación.

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR	2
AUTORÍA DE TRABAJO	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA	6
ÍNDICE DE TABLAS	11
ÍNDICE DE FIGURAS	14
RESUMEN	15
ABSTRACT.....	16
INTRODUCCIÓN	17
I. PROBLEMA	18
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.3. JUSTIFICACIÓN	19
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	21
1.4.1 Objetivo General	21
1.4.2 Objetivos Específicos.....	21
1.4.3 Preguntas de Investigación.....	21
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	23
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	23
2.2. MARCO TEÓRICO	31
2.2.1 Fundamentación Teórica.....	31
2.2.2 Fundamentación Legal	32
2.2.3 Fundamentación Conceptual.....	32
2.2.3.1 Comercio internacional	33
2.2.3.2 Exportación definitiva.....	33
2.2.3.2 Comercialización	33
2.2.3.3 Estudio de factibilidad	34
2.2.3.4 Estudio de mercado.....	35
2.2.3.5 Inversión.....	35
2.2.3.6 Oferta	35

2.2.3.7 Demanda	35
2.2.3.8 Población.....	36
2.2.3.9 Sistema de freno.....	36
III. METODOLOGÍA	37
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	37
3.1.1. Enfoque.....	37
3.1.2. Tipo de Investigación.....	37
3.2. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER	39
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	40
3.3.1 Definición de variables	40
3.3.2 Operacionalización de variables	41
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	45
3.4.1. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	45
3.4.1.1 Estudio De Mercado.....	45
3.4.1.1.1 Análisis factores externos	45
3.4.1.1.3.1 Características del producto	61
3.4.1.1.3.2 Ficha técnica de tambores de freno.....	62
3.4.1.1.2 Principales países exportadores	63
3.4.1.1.3 Principales países importadores	63
3.4.1.1.2 Análisis POAM.....	66
3.4.1.1.3 Análisis Mercado Producto – Ecuador.....	66
3.4.1.1.3.1 Producción nacional de tambores de freno	66
3.4.1.1.3.2 Características del producto.....	67
3.4.1.1.4 Análisis De Mercado De Perú.....	67
3.4.1.1.4.1 Informe Riesgo país: Perú.....	67
3.4.1.1.4.2 Perfil del consumidor Perú.....	68
3.4.1.1.4.3 Importaciones de Perú.....	71
3.4.1.1.4.4 Exportaciones de Perú.....	72
3.4.1.1.4.5 Producción Nacional de tambores de freno en Perú	73
3.4.1.1.4.6 Precios referenciales de tambores de freno.....	74
3.4.1.1.5 Análisis De Mercado Del Ecuador.....	75
3.4.1.1.5.1 Factores político – legales.....	75

3.4.1.1.5.2 Acuerdos comerciales en los que Ecuador participa.....	75
3.4.1.1.5.3 Balanza comercial.....	76
3.4.1.1.5.4 Factores socio – económicos.....	76
3.4.1.1.5.5 Principales productos exportados 2017.....	77
3.4.1.1.5.6 Principales productos importados 2017.....	77
3.4.1.1.5.7 Exportaciones de tambores de freno.....	78
3.4.1.1.5.8 Principales importaciones de tambores de freno.....	78
3.4.1.1.6 Proyecciones Del Estudio.....	79
3.4.1.1.6.1 Demanda.....	79
3.4.1.1.6.2 Oferta en Perú.....	80
3.4.1.1.6.3 Capacidad de producción de empresa Fundimetales del Norte.....	81
3.4.1.1.6.4 Demanda inicial.....	82
3.4.1.1.6.5 Proyección de la demanda.....	82
3.4.1.1.6.6 Demanda Insatisfecha.....	83
3.4.1.1.6.7 Proyección de costos de producción.....	83
3.4.1.1.7 Proceso logístico.....	84
3.4.1.1.7.1 Información del producto.....	84
3.4.1.1.7.2 Información del embarque.....	85
3.4.1.1.7.3 Cálculo de cubicaje.....	85
3.4.1.1.7.4 Costos en el país exportador.....	87
3.4.1.1.7.5 Costos según INCOTERMS.....	88
3.4.1.1.7.6 Tipo de exportación.....	89
3.4.1.2 ESTUDIO TÉCNICO.....	90
3.4.1.2.1 Localización.....	90
3.4.1.2.2 Ingeniería del proyecto.....	91
3.4.1.2.2.1 Infraestructura.....	91
3.4.1.2.3 Nombre de la empresa.....	91
3.4.1.2.4 Misión.....	91
3.4.1.2.5 Visión.....	92
3.4.1.2.6 Objetivos.....	92
3.4.1.2.7 Estructura organizacional.....	92
3.4.1.2.8 Manual de funciones.....	93

3.4.1.2.9 Mapa de procesos.....	99
3.4.1.2.10 Caracterización de procesos.....	100
3.4.1.2.11 Diagrama de procesos	106
3.4.1.3 ESTUDIO FINANCIERO	107
3.4.1.3.1 Inversión inicial.....	107
3.4.1.3.2 Gastos administrativos	107
3.4.1.3.4 Balance general	108
3.4.1.3.6 Estado de resultados.....	109
3.4.1.3.7 Flujo neto de efectivo.....	109
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	111
4.1. RESULTADOS	111
4.2. DISCUSIÓN	118
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	121
5.1. CONCLUSIONES	121
5.2. RECOMENDACIONES.....	122
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	123
VII. ANEXOS.....	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cálculo de muestra poblacional.....	39
Tabla 2 Operacionalización de variables.....	41
Tabla 3 PIB per cápita	46
Tabla 4 Tipo de cambio	47
Tabla 5 Inflación.....	48
Tabla 6 Tasa de desempleo.....	49
Tabla 7 Balanza de pagos	50
Tabla 8 Población	51
Tabla 9 Edad estructurada.....	52
Tabla 10 Población Económicamente Activa.....	53
Tabla 11 Barreras arancelarias.....	54
Tabla 12 Licencia de importación	55
Tabla 13 Barreras no arancelarias.....	56
Tabla 14 Acuerdos comerciales.....	57
Tabla 15 Gasto público.....	58
Tabla 16 Lenguaje	59
Tabla 17 Normas de cortesía	60
Tabla 18 Localización.....	61
Tabla 19 Ficha técnica - tambor de freno	62
Tabla 20 Usos, composición y elaboración de freno de tambor.....	62
Tabla 21 Países exportadores de productos de la partida 870830	63
Tabla 22 Países importadores de productos de la partida 870830.....	63
Tabla 23 Perfil De Oportunidades Y Amenazas Del Medio	64
Tabla 24 Resumen POAM.....	65
Tabla 27 Riesgo País.....	68
Tabla 28 Mayor actividad de transporte por departamentos de Perú.....	69
Tabla 29 Importaciones de Perú.	71
Tabla 30 Exportaciones de Perú de tambor de freno.....	72
Tabla 31 Precios referenciales	74
Tabla 32 Balanza comercial en millones de dólares.....	76

Tabla 33 Factores socio - económicos.....	76
Tabla 34 Principales productos exportados por Ecuador.....	77
Tabla 35 Principales productos importados por Ecuador	77
Tabla 36 Exportaciones de tambores de freno de Ecuador.....	78
Tabla 37 Principales importaciones de tambores de freno de Ecuador	78
Tabla 38 Porcentaje consumo per cápita	80
Tabla 39 Consumo Nacional Aparente – Oferta en país de destino	81
Tabla 40 Capacidad instalada de la empresa	82
Tabla 41 Proyección de demanda	82
Tabla 42 Demanda insatisfecha	83
Tabla 43 Proyección de costos de producción.....	83
Tabla 44 Proyección costos totales de producción	84
Tabla 45 Información del producto	84
Tabla 46 Información del embarque.....	85
Tabla 47 Cubicaje unidad de carga.....	86
Tabla 48 Cubicaje Pallet	86
Tabla 49 Peso máximo por embarque.....	87
Tabla 50 Costos país exportador.....	87
Tabla 51 Costos Incoterms	89
Tabla 52 Identificación Del Cargo Gerente	93
Tabla 53 Identificación Del Cargo Secretario	94
Tabla 54 Identificación Del Cargo Colaborador Moldeo	95
Tabla 55 Identificación Del Cargo Colaborador Fundición	96
Tabla 56 Identificación Del Cargo Colaborador Maquinado	97
Tabla 57 Identificación Del Cargo Colaborador Almacenamiento	98
Tabla 58 Caracterización Gerencia.....	100
Tabla 59 Caracterización Planificación	101
Tabla 60 Caracterización Negociación cliente	102
Tabla 61 Caracterización Producción.....	103
Tabla 62 Caracterización talento humano	104
Tabla 63 Caracterización Contable.....	105

Tabla 64 Inversión inicial	107
Tabla 65 Financiamiento	107
Tabla 66 Gastos administrativos.....	108
Tabla 67 Balance general.....	108
Tabla 68 Estado de resultados	109
Tabla 69 Flujo neto de efectivo	110
Tabla 70 Indicadores financieros.....	110

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Fundamentación conceptual	32
Figura 2: Comercialización.....	34
Figura 3: Estudio de factibilidad.....	34
Figura 4: Estudio de mercado	35
Figura 5: Fórmula muestra poblacional	38
Figura 6: Venta e inmatriculación de vehículos pesados.....	70
Figura 7: Producción de las industrias de elaborados de metal	73
Figura 8: PEA según ramas de actividad	79
Figura 9: Producción de las industrias del metal	80
Figura 10: Incoterms	88
Figura 11: Localización de la empresa	90
Figura 12: Localización de la empresa	90
Figura 13: Infraestructura de la empresa	91
Figura 14: Estructura organizacional.....	92
Figura 15: Mapa de procesos	99
Figura 16: Diagrama de procesos	106

RESUMEN

Tema: “Estudio de factibilidad para la exportación de tambores de freno de la empresa FUNDIMETALES DEL NORTE a mercados internacionales”

El presente trabajo de titulación de tema “Estudio de factibilidad para la exportación de tambores de freno de la empresa FUNDIMETALES DEL NORTE a mercados internacionales” se enfoca en la selección de un mercado óptimo para la comercialización internacional del producto antes mencionado de acuerdo a la capacidad de la empresa determinando la factibilidad de ejercer dicha actividad comercial identificando la demanda a cubrir en base a la capacidad de producción de la empresa 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 Mercedes Benz que es la más comercializada en Perú, delimitando el mercado se determina a Lima como principal provincia por su actividad de transporte, adicionalmente se obtiene el distrito de Lurín considerado como zona industrial del país por lo cual es necesario el transporte de mercancías desde y hacia el distrito mencionado.

El estudio de factibilidad de acuerdo a la información obtenida, revisada y analizada establece que la exportación hacia el mercado peruano, es factible debido a los acuerdos comerciales que se encuentran vigentes entre Ecuador y Perú, principalmente los de la Comunidad Andina de Naciones que busca la facilitación del comercio internacional entre los países miembros.

En el mercado peruano existe la aceptación de productos genéricos por su relación calidad – costos frente a productos originales, vale recalcar que los tambores de freno al ingresar a mercado peruano bajo la subpartida arancelaria 8708.30.21.00 no pagan tributo Ad Valorem, pero sí otros tributos al comercio exterior como el FODINFA e impuestos locales de Perú y no se aplican ningún tipo de restricción o normas técnicas para la comercialización del producto.

Palabras clave: Exportación, tambores de freno, mercados internacionales, Perú

ABSTRACT

Topic: "Feasibility study for the export of brake drums from FUNDIMETALES DEL NORTE to international markets"

The present work on the subject "Feasibility study for the export of brake drums from the company FUNDIMETALES DEL NORTE to international markets" focuses on the selection of an optimal market for the international commercialization of the product mentioned above according to the capacity of the company determining the feasibility of carrying out this commercial activity and identifying the demand to be covered based on the production capacity of the company and the different social factors, The result is that the Peruvian market is the ideal market for the commercialization of brake drums for buses and trucks Mercedes Benz, which is the most commercialized in Peru. By defining the market, Lima is determined as the main province because of its transportation activity; additionally, the district of Lurin is considered an industrial zone of the country, whereby it is necessary to transport goods from and to the mentioned district.

The feasibility study, based on the information obtained, reviewed and analyzed, establishes that international trade with the destination market of Peru is feasible due to the commercial agreements in force between Ecuador and Peru, mainly those of the Andean Community of Nations, which seeks to facilitate international trade among the member countries.

In the Peruvian market there is acceptance of generic products for their quality - cost ratio compared to original products, it is worth noting that the brake drums when entering the Peruvian market under tariff subheading 8708.30.21.00 do not pay Ad Valorem tax, but other foreign trade taxes such as FODINFA and local taxes in Peru and do not apply any restrictions or technical standards for the marketing of the product.

Keywords: Export, brake drums, international markets, Perú

INTRODUCCIÓN

Los mercados internacionales generan una demanda propicia para la comercialización de productos nacionales, en este caso tambores de freno de la empresa Fundimetales del Norte ubicada en la zona norte del Ecuador, provincia del Carchi, ciudad de Tulcán obteniendo mayores beneficios por la aceptación de acuerdos comerciales que brindan mayor competitividad y facilitación en el comercio internacional generando oportunidades de crecimiento para las empresas que buscan apertura de mercados o crecer en los mercados tanto nacionales como internacionales.

La investigación presenta información de fuentes primarias por la aplicación de una entrevista estructurada al gerente de la empresa Fundamentales del Norte y una encuesta aplicada a la muestra poblacional calculada en base a la población económicamente activa de Perú que se desenvuelven en las ramas de comercio y transporte; así como fuentes de información secundaria donde se recopila información estadística necesaria para el estudio de mercado en especial, complementando el estudio con la parte financiera de la empresa con la finalidad de determinar la factibilidad de comercializar los productos internacionalmente.

Ecuador se caracteriza por ser un país agroexportador, por lo cual he tomado en cuenta la opción de generar una oportunidad de exportar un producto que no es agropecuario ni tampoco petrolero, buscando brindar una oportunidad de crecimiento a la empresa tulcanesa que por varios años y por temores buscan ofertar sus productos solamente en mercados nacionales y locales pero no arriesgan a una posible apertura y aceptación internacional, además que el Gobierno Ecuatoriano mantiene diversidad de incentivos para que pequeñas y medianas empresas incursionen en mercados internacionales a través de la realización de ferias internacionales.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2015) indica que:

“En Carchi se ha desarrollado la industria láctea, en la que se encuentran instaladas pequeñas y medianas industrias como la Floralp S.A., Alpina, Industria Lechera Carchi, Productos Lácteos González e Industria Lechera Gloria. También se encuentra instalada la planta procesadora de aceite para consumo humano y otros productos derivados del aguacate Uyama Farms S.A., En Imbabura se encuentran pequeñas y medianas industrias, dentro de las principales se destacan: la Fábrica de Cementos Lafarge (Otavalo), el Ingenio Azucarero del Norte Compañía de Economía Mixta (IANCEM) (Tababuela–Chota), la envasadora AGIP-GAS (Ibarra), la industria lechera Floralp (Ibarra). Esto evidencia la baja inversión privada en la industria de la zona.”

Con la escasa inversión privada que existe en la Zona 1 comprendida por Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbíos se limita el desarrollo industrial para obtener productos con un valor agregado, sin embargo, el Gobierno Nacional con los aportes que brinda por incrementar la productividad y generación de valor agregado se establece oportunidades para las microempresas y empresas ya establecidas como es el caso de FUNDIMENTALES DEL NORTE la cual tiene un objetivo principal, como menciona López (2018): “Nuestro objetivo es llegar a establecer acuerdos con las ensambladoras nacionales para brindarles nuestros productos de calidad a menores costos por cuestiones de restricciones en las importaciones”. Adicionalmente la empresa ya posee una cobertura con sus productos a nivel nacional disponiendo su matriz en la ciudad de Tulcán y una sucursal en la capital del Ecuador, Quito. Se centra la problemática en que la empresa Fundimetales del Norte, a pesar de mantener tecnología adecuada para la producción de productos de la industria automotriz y la inversión necesaria, presenta un estancamiento en su crecimiento manteniéndose por más de diez años en la producción de productos para consumo nacional. Dicha empresa 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 tambores de freno, sino a una gran diversidad de productos que brindan a la sociedad como discos de freno, arañas de acero,

bocines o manzanas, collarines, estufas de leña, repuestos para maquinaria agrícola, tapas de alcantarillado, rejillas y sumideros de rejillas.

A pesar del escaso apoyo por parte del gobierno, Fundimetales del Norte ha logrado incorporar tecnología de punta en la producción de los tambores de freno como taladros computarizados, hornos a inducción, tornos computarizados, los cuales le permiten ofertar productos de mayor calidad, con mayor precisión y sobre todo a menor costo por la utilización óptima de recursos, los insumos y materia prima que la empresa utiliza en la producción de los tambores de freno, en su mayoría son de producción nacional obteniendo ventaja al adquirirlos a un costo menor que insumos y materia prima importada, en base a lo mencionado se establece la competitividad de la empresa frente a la competencia local que realizan la producción de manera más artesanal.

El escaso conocimiento sobre procesos de exportación y la apertura de posibles mercados internacionales que mantengan una demanda insatisfecha del producto, limitan el crecimiento de la empresa por lo cual se busca brindar a la empresa Fundimetales del Norte información relevante para que pueda realizar la comercialización de sus productos no solamente a nivel nacional, además buscar oportunidades de mercados internacionales mejorando su crecimiento y reconocimiento.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo contribuye el estudio de factibilidad en la exportación de tambores de freno de la empresa FUNDIMETALES DEL NORTE a mercados internacionales?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Ecuador se caracteriza por ser un país agroexportador por la escasa producción de productos procesados que obtengan un valor agregado, de tal manera el tema en estudio permitirá diversificar las exportaciones con un producto terminado de calidad y con valor agregado fomentando la inversión en la ciudad de Tulcán, de manera general en la provincial del Carchi y Ecuador, se considera a la empresa Fundimetales del Norte como un ejemplo de emprendimiento de empresa transformadora de materia prima en producto terminado

incentivando a establecer más empresas productoras que no se relacionen con la agroindustria, sino también, con el uso adecuado de posibles desechos metálicos o plásticos incrementando las plazas de trabajo y generando mayores ingresos al comercializar productos con valor agregado.

La presente investigación busca brindar información a la empresa Fundimetales del Norte indicando si existe la factibilidad de realizar una comercialización internacional de sus productos a un mercado óptimo analizando los diferentes aspectos que se relacionan en la comercialización, de tal manera se evita gastos innecesarios a la empresa al tratar de exportar sus productos sin determinar la oportunidad de apertura de mercado internacional.

La empresa Fundimetales del Norte brinda servicios en la elaboración de partes automotrices, adicionalmente oferta servicios de construcción de otros productos donde el cliente lleva el molde del producto a requerir, por tal motivo se opta tomar en cuenta a la empresa mencionada para realizar el estudio de factibilidad para la exportación de los productos que elabora específicamente tambores de freno porque es su producto estrella, mantiene una mejora continua dentro de la empresa principalmente en tambores de freno que son los productos más demandados en la localidad, buscando apertura en mercados internacionales con la finalidad de aprovechar la producción de la empresa de tambores de freno para buses y camiones de transporte pesado, principalmente, para camiones HINO debido a su alta comercialización en el mercado ecuatoriano y de MERCEDES BENZ debido a la escases que se presenta del producto en referencia en el mercado ecuatoriano y los elevados costos de dicho repuesto original, de tal manera se genera una reactivación económica para la provincia a través de la creación de plazas de trabajo en una ámbito fuera del sector agropecuario y buscando obtener un mayor crecimiento para la empresa y de manera general para el país en el aspecto manufacturero e industrial. Además, se presenta la factibilidad de desarrollar la investigación por motivo que Fundimetales del Norte se encuentra presta a facilitar la información necesaria para cumplir con el objetivo de realizar un estudio de factibilidad con relación a los factores legales, técnicos y financieros que maneja la empresa.

La Universidad Politécnica Estatal del Carchi mantiene un compromiso por el bienestar y desarrollo de la sociedad para lo cual, a través de los estudiantes, se genera conocimiento cubriendo demandas sociales y obteniendo un desarrollo económico con la generación de

nuevas plazas de empleo brindando así un reconocimiento regional para las empresas y la sociedad en general que obtengan beneficios de los trabajos de investigación realizados, en el presente caso se realiza un estudio de factibilidad para exportar tambores de freno, brindando a la empresa productora y a la sociedad en general la información necesaria.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la exportación de tambores de freno de la empresa FUNDIMETALES DEL NORTE.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente el estudio de factibilidad y la exportación a mercados internacionales del producto.
- Identificar un mercado potencial extranjero para la comercialización de tambores de freno de la empresa Fundimetales del Norte.
- Realizar el estudio de mercado, técnico y financiero para internacionalizar los tambores de freno de la empresa Fundimetales del Norte.

1.4.3 Preguntas de Investigación

¿Cuál es la demanda de tambores de freno en los mercados internacionales?

Los tambores de freno se considera un elemento principal del sistema de freno de un vehículo en especial en vehículos de carga pesada por su gran capacidad de resistencia a la calor y duración, de tal manera la demanda de tambores de freno en mercados internacionales se encuentra presente debido al desgaste normal que sufren dichos productos en su uso cotidiano obligando a los propietarios de los vehículos a reemplazar por un repuesto nuevo, sea este original o genérico.

¿Existe ventaja comparativa o ventaja competitiva en la producción y comercialización internacional de tambores de freno?

La ventaja comparativa y competitiva se presenta en todas las actividades que las empresas desarrollan sin importar su área comercial, para la cual deben incorporar y mejorar diferentes

factores como la organización, los procesos productivos, adquisición de materias primas de calidad aspectos fundamentales para establecer una ventaja comparativa y competitiva.

¿Cuáles son los requisitos para la exportación a los mercados internacionales?

Un proceso de exportación de mercancías debe cumplir una serie de pasos para establecer adecuadamente dicho proceso en todos los mercados, hasta el punto de analizar los requisitos para ingresar a otros mercados, sin embargo, el proceso de exportación es más sencillo que al de importación presentándose requisitos como documentos de transporte y acompañamiento que serán declarados en las aduanas del país de origen permitiendo la salida autorizada de los productos.

¿Cuál es el mercado idóneo para la exportación de tambores de freno?

Existe una gran variedad de mercados para la comercialización internacional de tambores de freno, en la presente investigación se procede a analizar el mercado de Perú, Panamá y Colombia los cuales están influenciados por factores políticos, legales, culturales y las barreras arancelarias y no arancelarias para ingresar a dichos mercados.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Autor: Jessica Oña

Año: 2015

Tema:

Diagnóstico y propuesta de reestructuración del área administrativa y comercial de la empresa “Distribuidora Oña” mediante la elaboración de un plan estratégico

Lugar de publicación:

Pontificia Universidad Católica Del Ecuador

Resultados:

Una estructura administrativa y comercial adecuada con la expectativa de que esta produzca efectos positivos en el desempeño empresarial. Además, Distribuidora Oña no aprovecha el comercio electrónico y las redes mediáticas sociales, lo cual limita su interacción con clientes y su potencial crecimiento haciendo uso de la tecnología. Actualmente no existe una producción nacional de partes, piezas y repuestos para el Sistema de Frenos de autos; por lo tanto, la importación de dichos productos resulta necesaria.

Dentro de la administración estratégica, el diagnóstico de las actividades y operaciones internas de una empresa es vital para la salud de una organización empresarial y así obtener ventajas competitivas sobre sus rivales. Este proceso representa una oportunidad para que el gerente y colaboradores de toda la organización (Distribuidora Oña) participen en la determinación del futuro de la empresa. La ventaja competitiva de Distribuidora Oña consiste en que cuenta con un amplio stock de productos siempre disponible para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Relación con investigación:

Se toma en cuenta la organización de la empresa que comercializa este tipo de productos y la parte administrativa que dirige la empresa para identificar posibles mejoras en comparación a la administración de Fundimetales del Norte, adicionalmente ciertas definiciones y subpartidas arancelarias especialmente del sistema de freno, también se hace énfasis en la importación de dar uso adecuado del comercio electrónico y redes sociales para una mayor interacción con los clientes.

Autor: Guanshen Hong Zhang

Año: 2016

Tema:

Plan de negocios para la creación de una empresa ensambladora de pastillas de frenos en Ecuador

Lugar de publicación:

Universidad de las Américas

Resultados:

El proyecto es viable ya que se aprovecha los incentivos del gobierno actual y las barreras al comercio internacional que se están manejando. El gobierno de Ecuador está poniendo en marcha su plan de cambio en la matriz productiva, en donde se está brindando incentivos y facilidades para manufactura de productos elaborados en el país.

La producción de pastillas de frenos en el país sería muy ventajosa ya que no existen hasta el día de hoy, empresas de manufactura dedicados a la producción de sistema de freno para vehículos. Lo cual puede contribuir de gran manera a la economía y mercado nacional.

Relación con investigación:

Se establece relación por la factibilidad que existe para elaborar y comercializar este tipo de partes dentro del país generando reconocimiento para la empresa basándose en los incentivos del gobierno, además, se toma en cuenta el plan de marketing que brinda pautas para la comercialización internacional de los tambores de frenos. Vale recalcar y actualizar que actualmente no se encuentra vigente el Plan Nacional del Buen Vivir que buscaba la transformación de la matriz productiva, actualmente rige el Plan Nacional de Desarrollo que busca incrementar la productividad y generación de valor agregado creando incentivos diferenciados al sector productivo.

Autor: Washington Paspuel

Año: 2015

Tema:

Los repuestos chinos para vehículos ganan mercado en el país

Lugar de publicación:

Grupo EL COMERCIO. Revista informativa.

Resultados:

Disminuye ingreso de repuestos originales, las fabricas definidos sus procesos, les resulta muy difícil modificar su etiquetado para colocar los parámetros que exigen en el Instituto Ecuatoriano de Normalización sobre rotulación y elemento mínimos de seguridad. Durante el 2014, el país importó 505 toneladas en frenos y sus partes para autos por un valor de USD 1,7 millones, lo cual fue 5,6% más respecto a las compras del 2013. La falta de repuestos originales se cubre con producto chino, que es de menor calidad según los comercializadores.

José Rodas, gerente general de la importadora JR Spare Parts, una firma que comercializa repuestos para vehículos pesados y comerciales (flotas de buses y camiones), explica que las piezas de ciertas marcas ya no se importan por decisión de los fabricantes.

Relación con investigación:

Empresas nacionales, en este caso Fundimetales del Norte, debe aprovechar la situación que se limita a productos extranjeros ofertando sus productos dentro del mercado nacional, para la cual se toma en cuenta las normas establecidas obteniendo reconocimiento de la marca y a su vez facilitando y cumpliendo posibles normas técnicas al ingresar a mercados internacionales, además brinda una pauta para identificar la competitividad existente tanto en costos como en calidad del producto chino importado, de tal manera ofertar a mercados extranjeros productos de mayor calidad y a un menor costo.

Autor: Kevin Aristega y Anuar Castro

Año: 2017

Tema:

Plan de Exportación de Madera Aserrada de balsa al mercado de Valparaíso – Chile

Lugar de publicación:

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

Resultados:

El proyecto es FACTIBLE, porque los aserradores de balsa de la provincia del Guayas, están en la capacidad de poder responder tanto a la demanda interna como externa, y acogerse a las necesidades de los potenciales clientes. Además de tomar en cuenta la existente demanda por parte del mercado chileno, y el prestigio que tiene esta madera a nivel internacional.

El proyecto es SUSTENTABLE, porque la exportación de madera aserrada de balsa ecuatoriana, es un sector que aún no se encuentra explotado, y esto se debe a que la mayoría de empresas ubicadas en la provincia del Guayas que trabajan con este producto, solo lo comercializan o distribuyen internamente. Es por ello que la elaboración de esta planificación, brinda una oportunidad a aquellos aserradores de madera de balsa de la provincia del Guayas a expandir sus mercados de exportación, hacia el destino propuesto debido a la demanda del mismo.

Relación con investigación:

El estudio de factibilidad abarca una gran variedad de aspectos por lo cual se toma en cuenta el antecedente de Aristega con la finalidad de establecer adecuadamente el proceso de exportación que se debe realizar incorporando temas de negociación como son los INCOTERMS, además de las responsabilidades de vendedor y comprador de acuerdo al término establecido. De igual manera, se relaciona con la investigación porque brinda pautas de suma importancia acerca de requisitos que una empresa o persona debe cumplir previamente a convertirse en un exportador registrado en el sistema Ecuapass y los documentos que debe otorgar con la finalidad de no presentar inconvenientes en el proceso de exportación.

Autor: Pablo Daniel Palacios Duarte

Año: 2016

Tema: El Desempeño Exportador y la Innovación como una Estrategia de Crecimiento para la PYME en México

Lugar de publicación:

Revista mexicana de economía y finanzas, México.

Resultados:

Las principales conclusiones fueron: a) En la medida que aumenta la probabilidad por un efecto innovador "importante" en el empresario la tasa de crecimiento por emplear más trabajadores aumenta y b) como consecuencia del aumento en el crecimiento de ventas, c) es también en esa misma dirección, el aumento del porcentaje del personal bajo un contrato laboral lo que significa una orientación a mantener y conservar una estabilidad competitiva, c) sin embargo, se observa una disminución del porcentaje del personal con estudios superiores, esta última afirmación como resultado posiblemente de aumento del tamaño de la empresa en el incremento de trabajadores. Y también se observó, la disminución de la decisión de los empresarios a elegir sus mercados extranjeros a exportar basado en las condiciones de acceso preferencial que reciben sus productos al ser importados en dichos mercados. De esta manera la especialización internacional de las PYMES exportadoras mexicanas se vincula con el objetivo únicamente de incrementar su demanda de un determinado producto y de igual forma el grado de ocupación productiva ejemplificado con la fuerza laboral empleada.

Relación con investigación:

Se establece relación debido a las ideas de Palacios que indica la innovación y el crecimiento de la PYME mantienen una estrecha influencia, además se toma en cuenta el artículo científico con la finalidad de dar a conocer información relevante a la empresa Fundamentales del Norte sobre la importancia de mantener una innovación en sus procesos de producción y sus productos, de igual manera permite enfocar la investigación en aspectos mencionados con buscando establecer un mayor reconocimiento de la empresa, además, para indicar que se debe mantener una mano de obra calificada y permanente.

Autor: Emma Mendoza Martínez

Año: 2017

Tema: Factores que inciden en el desarrollo de proveedores locales del sector automotriz en Aguascalientes

Lugar de publicación:

Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Guadalajara.

Resultados:

La interacción con empresas extranjeras, con sus estrictas exigencias y requerimientos hacia las empresas mexicanas -visto esto muchas veces como una amplia brecha tecnológica existente entre compañías inversoras y locales- también representa una oportunidad para que las empresas mexicanas desarrollen al máximo su capacidad de producción, sus procesos, la formación y capacitación de sus recursos humanos, como se ha observado en el caso de otros países. A pesar de que la proveeduría mexicana no se encuentra en las condiciones idóneas, no se puede dejar de reconocer que la presencia de empresas japonesas ha generado fuentes de trabajo, un resultado que difícilmente pudiera lograr una empresa mexicana. De la misma manera, los procesos productivos e ingenieriles llevados a cabo en las plantas japonesas ofrecen a los técnicos e ingenieros oportunidades de trabajo que serían impensables en el estado. Entonces, como ya fue mencionado anteriormente, es necesario aprovechar estas condiciones únicas para desarrollar otras áreas de importancia estratégica para el país. Siendo la automotriz una industria tan minuciosa, con tan elevados estándares de calidad, ofrece la oportunidad de que el know-how y las metodologías de la producción permitan la preparación de técnicos, así como de especialistas para incursionar en otras industrias igualmente de alto valor agregado como la médica o la aeronáutica.

Relación con investigación:

Se plantea generar y motivar la inversión extranjera directa por parte del gobierno nacional eliminando varias barreras, con la finalidad de permitir a las PYMES obtener la oportunidad de convertirse en proveedores de grandes empresas dedicadas a la producción y ensamblaje de vehículos logrando obtener un mayor desarrollo y crecimiento de las mismas, además que obliga a las PYMES a obtener certificaciones de calidad para ser tomados en cuenta por las grandes empresas internacionales, motivando a la empresa Fundimetales del Norte a obtener la certificación de calidad internacional planteada en sus visión institucional.

Autor: Rafael Domínguez

Año: 2016

Tema: Ecuador en la trampa de la renta media

Lugar de publicación:

Problemas de desarrollo, Revista latinoamericana de economía, México.

Resultados:

Del análisis de las causas próximas y últimas de la Trampa de la Renta Media en general, y del caso de Ecuador en particular, se deducen una serie de recomendaciones de políticas económicas y reformas estructurales, sobre las cuales existe consenso en la literatura: de políticas económicas con un adecuado mix de incentivos y penalizaciones y priorización de las inversiones públicas que favorezcan el aumento de la productividad total de los factores; fomento de instituciones de alta calidad, incluyendo la creación de burocracias estatales cualificadas, la mejora de la eficiencia del gobierno y el fortalecimiento del sector privado eliminando barreras de entrada, lo cual implica reducir la desigualdad (de recursos, oportunidades e ingresos) como obstáculo a la creación de círculos virtuosos entre la calidad de las instituciones y el desarrollo.

En este sentido, será necesario profundizar los esfuerzos del actual gobierno para avanzar en una redistribución de las oportunidades educativas, junto con reformas en las estructuras de la propiedad de la tierra y el agua, y la eliminación de las barreras de entrada para favorecer la genuina competitividad del sector empresarial, con el fomento de verdaderas empresas innovadoras y no sólo de supervivencia

Relación con investigación:

Se toma en cuenta debido a la escasa inversión en la zona 1 del país comprendida por Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbíos, de tal manera, se fortalece la idea del escaso apoyo por parte de los gobiernos nacionales con las PYMES, por lo cual se busca establecer nuevas oportunidades en mercados internacionales para el crecimiento de la empresa a través del estudio de factibilidad.

Autor: Isabel Torres

Año: 2015

Tema: La exportación discontinua en las Pymes chilenas proveedoras de tecnología (Chilean TIS): hacia la construcción de un modelo emergente

Lugar de publicación:

Fundación Universidad del Norte, revista académica productiva, Colombia.

Resultados:

Un ecosistema de negocios altamente competitivo y sujeto a una alta volatilidad de los mercados globales obliga a las Pymes a privilegiar los mercados locales para sobrevivir, haciendo de la actividad exportadora una posibilidad, pero no su principal énfasis comercial. Lo anterior tiene implicancias en la definición de políticas públicas y en la docencia dado que se hace necesario dar a conocer esta realidad local entre los futuros gestores de empresas y emprendedores, y a la vez en el mundo de las asesorías, lo que abre un campo inexplorado de apoyo en la gestión de las Pymes para potenciar su crecimiento y mayor compromiso con la actividad internacional. Por lo tanto, de acuerdo con la proposición de investigación planteada, esta se encuentra validada en los resultados obtenidos.

Lo interesante de los resultados es que muestran que aun siendo empresas con recursos y capabilities para exportar, que tienen un producto/servicio interesante y competitivo en los mercados internacionales, presentan un escaso compromiso con la actividad. Es decir, dichos recursos no son lo suficientemente bien abordados por las empresas para sacar mayor partido a lo que tienen, y se quedan con la percepción de riesgo y dificultad, cuando en sí dichas dificultades han sido traspasadas, pero no obstante no se espera mejorar, invertir más recursos o perseverar.

Relación con investigación:

La relación existente se presente en que la empresa Fundamentales del Norte, independiente del resultado de la investigación, no debe dejar de proveer al mercado nacional a pesar de presentar precios competitivos en mercados extranjeros, debido a que los mercados internacionales son variantes, de tal manera permitirle a la empresa emerger en el mercado nacional sin correr el riesgo de perder inversiones en mercados internacionales, sin embargo, buscar mejorar en sus procesos de producción y elaboración de productos con calidad certificada que posteriormente le facilitaran el ingreso a mercados internacionales.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1 Fundamentación Teórica

Se relaciona la teoría de la ventaja comparativa propuesta por David Ricardo en 1817 en su obra Principios de Economía Política y tributación, la cual hace referencia a que un país se especializará en aquello en lo que sea más eficiente, aunque un país no tenga ventaja absoluta al producir algún bien, podrá especializarse en aquellas mercancías en las que encuentre una ventaja comparativa mayor y poder participar finalmente en el mercado internacional. Debido a que la empresa Fundimetales del Norte aprovecha los desperdicios metálicos que se producen dentro de la ciudad comúnmente denominados como “chatarra” se obtiene una ventaja comparativa a través del coste de oportunidad que se le presenta disminuyendo los costos de transporte de la materia prima necesaria para la elaboración de los tambores de freno que incorpora un vehículo, vale recalcar que la empresa utiliza insumos de calidad para obtener un producto final de calidad. Además, la empresa se ha especializado incorporando tecnología de punta y organizando adecuadamente el proceso de producción de los tambores de freno con la finalidad de aprovechar recursos al máximo posible y brindar productos terminados de calidad para lo cual mantienen planos establecidos de las medidas exactas de los tambores de freno y la composición precisa para brindar un producto de calidad a un menor costo, de esta forma cumple con la especialización en un producto y comercializarlo en los mercados.

La teoría competitiva de Porter M. se basa en que existe ventaja en algún aspecto que posee una empresa ante otras empresas del mismo sector o mercado, y que le permite tener un mejor desempeño que dichas empresas y, por tanto, una posición competitiva en dicho sector o mercado. De tal manera la diferenciación del producto frente a la competencia se establece como un fuerte para la empresa Fundimetales del Norte ya que obtiene un rendimiento superior sobre sus productos debido a la selección de materiales con que se elaboran, además de una personalización ya que prestan el servicio de elaboración de los tambores de acuerdo a los requerimientos del cliente cumpliendo con normas de calidad. Igualmente, la empresa ha incorporado tecnología de punta en sus maquinarias y una capacitación adecuada a sus

colaboradores para el manejo adecuado de dichas maquinarias lo cual le permite obtener un mejor desarrollo frente a la competencia y una disminución de costos al aprovechar recursos.

La Nueva Teoría del Comercio Internacional propuesta por Krugman P. relacionada a las economías de escala, es decir, a mayor producción menor será el costo de producción, la empresa FUNDIMETALES DEL NORTE dispone mantiene una capacidad de producción elevada debido a que en su portafolio de productos brindan a la sociedad una gran variedad, además, la materia prima utilizada en la producción de los productos, en su mayor parte es elaborada de una manera masiva tomando en cuenta los diferentes pedidos aceptados en la empresa y los contratos establecidos logrando así aplicar una economía de escala, disminuyendo sus costos de producción aprovechando adecuadamente su capacidad de producción.

2.2.2 Fundamentación Legal

De acuerdo al Anexo 3 y 4 se establece la fundamentación legal del proyecto de investigación tomando en cuentas las diferentes reglamentaciones y aportaciones que ofertan las diferentes entidades naciones como internacionales a través de documentos aprobados que buscan el desarrollo de las sociedades y la facilitación del libre comercio entre los países generando oportunidades de apertura mercados internacionales cumpliendo normas y requisitos pre-establecidos.

2.2.3 Fundamentación Conceptual

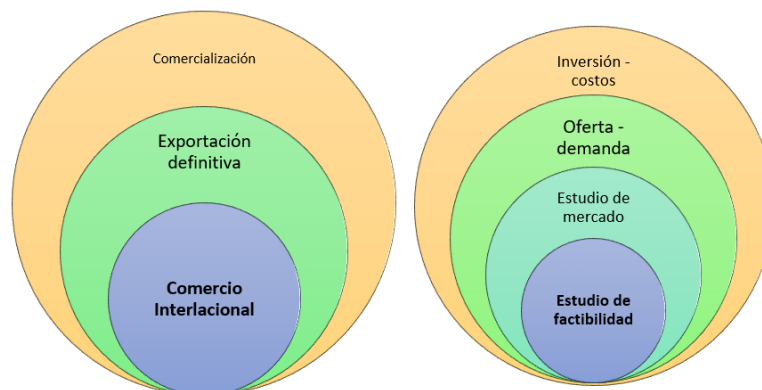


Figura 1: Fundamentación conceptual
Fuente: Investigación

2.2.3.1 Comercio internacional

Mendoza S. (2015) con relación al comercio internacional menciona:

“La importancia que tienen las relaciones internacionales en el campo comercial, político o cultural ha alcanzado, a nivel mundial, un profundo significado, a tal grado que no se puede hablar tan sólo intercambio de bienes sino de programas de integración. Comercio internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países.”

El intercambio comercial de bienes o servicios por una divisa genera un mayor crecimiento de las economías de los países especialmente de aquellos que brindar un mayor valor agregado a través de la transformación de materia prima en un producto terminado, de tal manera diferentes organismos internacionales buscan la facilitación del comercio internacional con la aplicación de estrategias que generen una mayor integración entre países obteniendo una mayor competitividad y la facilitación de procesos comerciales complementados por acuerdos internacionales que permiten la apertura de nuevos mercados internacionales y el reconocimiento de empresas y productos nacionales.

2.2.3.2 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.”(COPCI, 2010, p. 57)

El régimen de exportación definitiva es la principal base para realizar una comercialización internacional, para la venta del producto nacional a países extranjeros cumpliendo los requisitos establecidos para tal actividad.

2.2.3.2 Comercialización

“Es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final, existiendo canales de comercialización que utilizará la empresa, para vender el producto y los mecanismos de promoción a utilizar. Así mismo deben

existir políticas de comercialización que guiaran las negociaciones.”(Choquehuayta, 2017, p.4)



Figura 2: Comercialización
Fuente: Arqueros (2009)

Comercialización es la actividad en la que se realiza intercambio de bienes o servicios por una unidad monetaria, brinda beneficios económicos para los vendedores y productores de bienes o servicios de calidad a través del uso adecuado de políticas que promuevan y alienten al usuario a adquirir el bien o servicio.

2.2.3.3 Estudio de factibilidad

“El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.”(Escareno, 2015)

El estudio de factibilidad permite el análisis de diferentes factores que se relacionan con un proyecto a ponerse en marcha para determinar si es posible o no ejecutarlo dando a conocer los beneficios o perjuicios que se pueda obtener.



Figura 3: Estudio de factibilidad
Fuente: Márquez (2014)

2.2.3.4 Estudio de mercado

“Tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique, bajo ciertas condiciones, la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios en un espacio de tiempo.”(Choquehuayta, 2017, p.1)



Figura 4: Estudio de mercado
Fuente: Lorenzo (2017)

El estudio 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.

2.2.3.5 Inversión

“Cualquier instrumento en el que se depositan fondos con la expectativa de que genere ingresos positivos y/o conserve o incremente su valor.”(Gitman , 2009, p.3)

La inversión es el proceso mediante el cual se inyecta ciertos fondos sobre un proyecto o actividad lícita con la finalidad de obtener una rentabilidad o ingresos en base a los fondos depositados sin presentar perjuicios a la sociedad.

2.2.3.6 Oferta

“La oferta es la cantidad de un producto que por fabricación nacional e importación llega al mercado, de acuerdo con los precios vigentes.”(Choquehuayta, 2017, p.3)

La oferta es la cantidad de productos que se producen o se comercializan en un determinado lugar de estudio, los cuales cubren el mercado sea en su totalidad o parcialmente.

2.2.3.7 Demanda

“La demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir. Casi todos los seres humanos del planeta demandan un bien o un servicio”(Navarro, 2008, p.1)

Indica la necesidad de una localidad sobre un producto o servicio en específico los cuales buscan adquirir para dar cumplimiento o satisfacción a sus deseos de realizar una determinada actividad con el bien o servicio.

2.2.3.8 Población

“La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación.”(Arias, 2012, p,81)

La población se considera un aspecto fundamental en la elaboración de un estudio de mercado debido a que representa la cantidad de elementos con características iguales que afecta al comportamiento de consumo sobre un producto delimitado en el objetivo de la investigación.

2.2.3.9 Sistema de freno

Tovar (2013) indica con relación a un sistema de frenos los siguiente:

“El sistema de frenos está diseñado para que a través del funcionamiento de sus componentes se pueda detener el vehículo a voluntad del conductor. La base del funcionamiento del sistema principal de frenos es la transmisión de fuerza a través de un fluido que amplía la presión ejercida por el conductor, para conseguir detener el coche con el mínimo esfuerzo posible.”

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

Se realiza la presente investigación con un enfoque cuantitativo el cual permite analizar datos cuantificables y estadísticas acerca de producción, exportaciones e importaciones de tambores de freno en el mercado de destino a establecer de acuerdo al perfil de oportunidades y amenazas, además, se recopilará y revisará información relacionada a la parte de la oferta de tambores de freno desde la ciudad de Tulcán para establecer un estimado de la demanda a dar cobertura en el mercado de destino, igualmente para detallar los costos que implicarán el ejercicio de comercio exterior.

El enfoque cualitativo se utiliza con la finalidad de aplicar encuestas y entrevista a las partes involucradas con la finalidad de obtener información detallada del producto que elabora la empresa Fundamentales del Norte y la preferencia que mantienen los consumidores del país de destino sobre los tambores de freno, de igual manera, brindará información relevante sobre el tipo de los tambores de freno que requieren en el mercado de destino, relacionando con la información de la posible competencia en el mercado de destino. Se tomará en cuenta la marca de vehículos de transporte pesado logrando delimitar el producto específico a exportar.

3.1.2. Tipo de Investigación

La investigación documental es la principal modalidad a utilizarse, permite el fundamento teórico para el desarrollo de la presente investigación incrementando y aclarando los diferentes términos técnicos que se utilizarán, además de la interpretación de información obtenida de fuentes primarias y secundarias de los posibles mercados de destino

Investigación de campo se la aplicará al momento de trabajar conjuntamente con la empresa colaboradora, en este caso Fundimetales del Norte para analizar información de oferta y demanda que dicha empresa maneje, igualmente los costos de ventas que sean facilitados por parte de la empresa y demás detalles necesarios para el desarrollo de la investigación,

especialmente para el desarrollo del aspecto técnico y financiero de la investigación los cuales permitirán establecer la factibilidad de ejecutar el proyecto.

Es una investigación descriptiva, se buscan obtener e interpretar la información más relevante dentro del tema a investigar, de esta manera analizar la situación actual de la ciudad ofertante para determinar la factibilidad de exportar los tambores producidos por la empresa colaboradora, además de brindar las características que manejan los productos terminados.

La investigación explicativa permitirá dar a conocer a la empresa Fundimetales del Norte, el mercado y forma de negociar más idónea en el aspecto internacional tomando en cuenta los mayores beneficios para la empresa y disminuyendo los riesgos y costos de aventurar en un mercado sin tener la experiencia ni la información necesaria.

En base a la operacionalización de variables se estableció en Cuestionario No. 1 que consta en anexos con la finalidad de aplicarlo a la muestra a obtener de la población que se encuentra involucrada en el sector de transporte y comercio del país de destino óptimo de acuerdo al Perfil de oportunidades y amenazas. Por lo tanto: “La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (Arias, 2012, p,83)

La muestra de una población seleccionada con características en común, en el desarrollo de la investigación, permite inferenciar o generalizar resultados con un margen de error conocido para lo cual se utiliza la técnica conocida como muestreo; en la presente investigación se utiliza un muestreo intencional que según Arias (2012) menciona: “En este caso los elementos son escogidos con base en criterios o juicios preestablecidos por el investigador.”, debido a que se limita la población a las personas que desarrollen actividades relacionadas con comercialización y transporte.

Para el cálculo de la muestra poblacional, Arias (2012) indica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z_c^2 \cdot S^2}{N \cdot e^2 + Z_c^2 \cdot S^2}$$

Figura 5: Fórmula muestra poblacional
Fuente: Arias (2012).

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Total de elementos que integran la población

z_e^2 = Nivel de significancia de acuerdo al nivel de confianza

S^2 = Desviación estándar

e^2 = Error muestral o nivel de error

Con la aclaración mencionada se procede a realizar el cálculo de la muestra, tomando en cuenta la población económicamente activa de Perú involucradas en el sector de transporte y comercialización con una totalidad de 4'326741 personas de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística e Informática como se puede observar en la Ilustración No. 7 que se enfoca en la Población Económicamente Activa según sus ramas de actividades, estableciendo de la siguiente manera:

Tabla 1 *Cálculo de muestra poblacional*

MUESTRA POBLACIONAL		
POBLACIÓN DEL PROYECTO	4326741	4326741
NIVEL DE CONFIANZA	95%	94%
NIVEL DE SIGNIFICANCIA	1,96	1,881
DESVIACIÓN ESTÁNDAR	0,5	0,5
NIVEL DE ERROR	0,05	0,06
TAMAÑO DE LA MUESTRA	384	246

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

Como se puede evidenciar se trabaja con dos niveles de confianza y error, seleccionando la opción de 384 personas a ser encuestadas debido a que existe una precisión más elevada en la obtención de las respuestas representando información más precisa para los resultados de la investigación.

3.2. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

La exportación de tambores de frenos de la empresa Fundimetales del Norte, brinda desarrollo y mejora los niveles económicos a la empresa fortalecido a través de la realización del estudio de factibilidad.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.3.1 Definición de variables

Estudio de factibilidad. – Según Martínez (2016), menciona que el estudio de factibilidad: “Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.” Por lo tanto, permite a las empresas analizar factores de su entorno con la finalidad de determinar si un proyecto resulta conveniente incorporarlo y ponerlo en marcha debido a que se dará uso de los recursos de la empresa, dentro del estudio de factibilidad a realizarse se involucra un estudio de mercado con el objetivo de determinar un mercado exterior idóneo para el producto, el estudio técnico que abarca aspectos relacionados con la empresa y el producto a comercializarse y finalmente un estudio financiero que indica si la empresa se encuentra en la posibilidad de solventar la ejecución del proyecto; Para obtener la información necesaria para el estudio de factibilidad se dará uso de una entrevista aplicada al gerente de la Empresa Fundamentales del Norte y una encuesta dirigida a los consumidores potenciales del país de destino óptimo.

Exportación. – “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.”(COPCI, 2010, p. 57). Por lo tanto la exportación se enfoca en vender un producto nacional hacia un mercado extranjero cumpliendo todos los requisitos técnicos y legales correspondientes, para lo cual se realiza un estudio acerca del entorno que posee el posible país de destino manteniendo una relación con los aspectos políticos, sociales y culturales, de igual manera de la posible oferta que puede manejar la empresa en estudio, además las características de los tambores de frenos y costos de producción de los mismos serán descritas de acuerdo a la información obtenida de la encuesta aplicada al gerente.

3.3.2 Operacionalización de variables

Tabla 2 Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEM	INSTRUMENTO	INFORMANTE
Estudio de factibilidad	Estudio de mercado	Oferta	¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones? ¿Cuál es la competencia internacional? ¿Existe producción local?	Fichas	Páginas oficiales del gobierno, internet: archivos, sitios web.
		Demanda	¿Qué países son los principales exportadores de los tambores de freno? ¿Qué países son los principales importadores de los tambores de freno? ¿Cuál es la demanda insatisfecha?	Fichas	Páginas oficiales del gobierno, internet: archivos, sitios web.
		Precio	¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino?	Fichas	Internet: archivos, sitios web.
		Factores socio – económicos mercado destino	¿Cuál es la situación del PIB en Perú, Panamá y Colombia? ¿Cuál es el índice de inflación en Perú, Panamá y Colombia? ¿Cuál es la población de Perú, Panamá y Colombia? ¿Cómo está estructurada la población de Perú, Panamá y Colombia?	Fichas	Páginas oficiales del gobierno, internet: archivos, sitios web.

		<p>¿Cuál es la política económica en Perú, Panamá y Colombia?</p> <p>¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (Acuerdos Comerciales) en Perú, Panamá y Colombia?</p>	Fichas	Páginas oficiales del gobierno, internet: archivos, sitios web.
		<p>¿Existen barreras arancelarias para la importación de tambores de freno en Perú, Panamá y Colombia?</p> <p>¿Existen barreras no arancelarias para la importación de tambores de freno en Perú, Panamá y Colombia?</p> <p>¿Cuál es el sistema de envase, empaque y embalaje requerido para comercializar el producto en Perú, Panamá y Colombia?</p>	Fichas	Páginas oficiales del gobierno, internet: archivos, sitios web.
		<p>¿Cuál es el perfil del consumidor en Perú?</p> <p>¿Cuáles son los potenciales consumidores?</p>	Fichas	Páginas oficiales del gobierno, internet: archivos, sitios web.
Estudio financiero	Ejercicio contable	<p>¿Cuál es el monto de inversión?</p> <p>¿Cuál es la máxima rentabilidad económica?</p>	Entrevista	Gerente Fundimetales del Norte

Exportación	Estudio técnico	Localización	¿Dispone capacidad para ampliar su planta?	Entrevista	Gerente Fundimetales del Norte
	Entorno	Producto, aspecto político/legal	¿Existen barreras arancelarias para la exportación de frenos de tambor?	Fichas	Páginas oficiales del gobierno, internet: archivos, sitios web.
			¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de frenos de tambor?		
			¿Cuál es la balanza comercial del Ecuador?		
	Entorno	Factores socio – económico	¿Cuál es la situación económica actual de Ecuador?	Fichas	Páginas oficiales del gobierno, internet: archivos, sitios web.
			¿Cuál es la situación actual del sector ofertante?		
	Producto	Características del producto	¿Cuál son las características del producto?	Entrevista	Gerente Fundimetales del Norte
			¿Cuáles son los proveedores del sector?		
			Costos de producción		
Producto	Oferta exportable	¿Cuál es la producción actual del	Fichas, Entrevista		

sector?

¿Dispone mayor capacidad para la
elaboración de producto?

Páginas oficiales del
gobierno, internet:
archivos, sitios
web.
Gerente Fundimetales
del Norte

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

Se utiliza un estudio poblacional o no experimental debido a que se establece trabajar con la población del país resultante como óptimo de acuerdo a la matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio tomando en cuenta una estratificación de acuerdo a la población económicamente activa y el rango de edad de 25 a 54 años de edad considerados como las personas que se encuentran en la capacidad de generar ingresos a través de la prestación de servicios o elaboración de productos, además se selecciona la población económicamente activa del sector de comercio y transporte que son los posibles consumidores de los tambores de freno.

3.4.1. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

3.4.1.1 Estudio De Mercado

3.4.1.1.1 Análisis factores externos

Tabla 3 PIB per cápita

FACTORES SOCIOECONÓMICOS

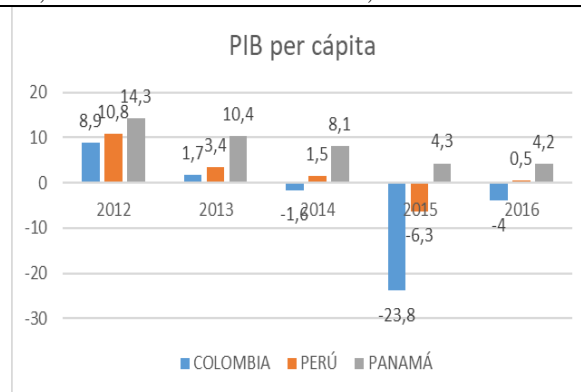
PIB per cápita. – “cápita es una medida de la riqueza producida y disponible en promedio por habitante;(…). El PIB per cápita se expresa para lograr la comparabilidad internacional en dólares de igual poder adquisitivo”(Romo,2004, pg.1)

El producto interno bruto per cápita permite evaluar la capacidad de adquisición de las personas en base a la riqueza producida en el país indicando el desarrollo económico que posee brindando a sus ciudadanos un mayor bienestar y comodidad.

INDICADOR	AÑO	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ	
PIB CÁPITA	PER	2016	5803\$ Variación anual: -4,0%	6204\$ Variación anual: 0,5%	13680\$ Variación anual: 4,2%
		2015	6048\$ Variación anual: -23,8%	6174\$ Variación anual: -6,3%	13134\$ Variación anual: 4,3%
		2014	7938\$ Variación anual: -1,6%	6592\$ Variación anual: 1,5%	12594\$ Variación anual: 8,1%
		2013	8068\$ Variación anual: 1,7%	6492\$ Variación anual: 3,4%	11649\$ Variación anual: 10,4%
		2012	7931\$ Variación anual: 8,9%	6280\$ Variación anual: 10,8%	10549\$ Variación anual: 14,3%

Análisis

Colombia ha presentado una gran variación en su PIB per cápita relacionados a los diferentes conflictos internos del país como el paro agrario frenando las demás producciones por el estancamiento del transporte, en el caso de Perú se ha presentado una variación positiva para el 2016, sin embargo para el 2015 presentó un déficit de -6,3% limitando la capacidad de adquisición de sus habitantes, el mejor de los casos se encuentra Panamá porque mantiene un superávit colocándose en la mejor posición de distribución de riqueza para sus ciudadanos y aumentando el bienestar para los mismos por el aumento en su capacidad de adquisición.



Fuente: <https://www.datosmacro.com> (2018)

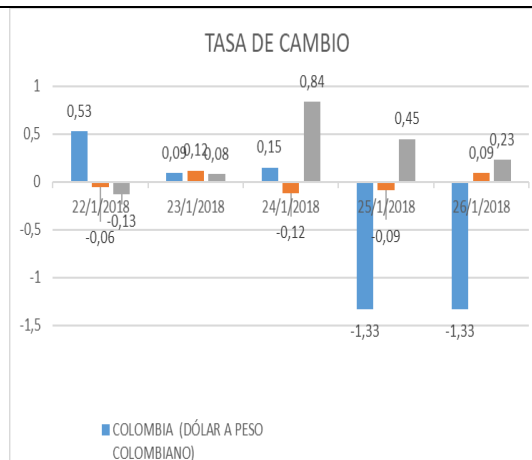
Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 4 Tipo de cambio

FACTORES SOCIOECONÓMICOS					
Tipo de cambio. – “Es la relación entre el valor de una divisa y otra, es decir, nos indica cuantas monedas de una divisa se necesitan para obtener una unidad de otra.”(Jiménez, 2017)					
El tipo de cambio permite determinar la cantidad de divisa que dispone un país y se relacionará con otro país que puede manejar la misma o diferente divisa afectando a los procesos de comercialización.					
INDICADOR	FECHA	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ	
TIPO DE CAMBIO	06/07/2018	2783,13 colombianos Variación: -1,33%	pesos 3,2120 soles Variación: 0,09%	1,2436 euros Variación: 0,23%	
	05/07/2018	2820,53 colombianos Variación: -1,33%	pesos 3,2090 soles Variación: -0,09%	1,2407 euros Variación: 0,45%	
	04/07/2018	2858,50 colombianos Variación: 0,15%	pesos 3,2120 soles Variación: -0,12%	1,2352 euros Variación: 0,84%	
	03/07/2018	2854,20 colombianos Variación: 0,09%	pesos 3,2160 soles Variación: 0,12%	1,2249 euros Variación: 0,08%	
	02/07/2018	2851,75 colombianos Variación: 0,53%	pesos 3,2120 soles Variación: -0,06%	1,2239 euros Variación: -0,13%	

Análisis

La tasa de cambio de divisas es un aspecto importante en el momento de generar competitividad al ingresar a mercados internacionales, en este caso la variación negativa que presenta el peso colombiano beneficiaría a la empresa nacional logrando ingresar al mercado con un menor precio, en el caso de los soles presenta una variación estable por lo que no generaría una gran relevancia en la rentabilidad pero si en el precio al que ingresa el producto al mercado peruano y finalmente Panamá maneja la misma divisa de Ecuador resultando más conveniente trabajar con dicho país.



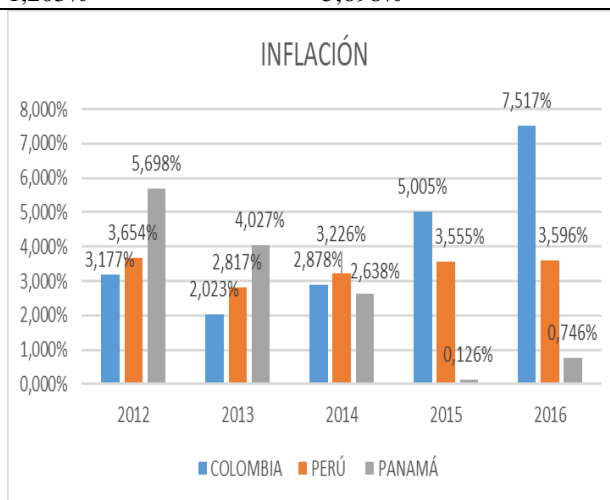
Fuente: <https://www.datosmacro.com> (2018)
Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 5 Inflación

FACTORES SOCIOECONÓMICOS				
Inflación. – “un proceso de suba continuada en el nivel general de precios de la economía”(Ponce, 2017)				
La inflación determina la capacidad adquisitiva de las personas relacionada estrechamente con el incremento de los precios de una manera continua basada principalmente en productos de la canasta básica.				
INDICADOR	FECHA	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ
INFLACIÓN	2016	7,517%	2,879%	0,746%
	2015	5,005%	2,608%	0,126%
	2014	2,878%	2,566%	2,638%
	2013	2,023%	1,078%	4,027%
	2012	3,177%	1,203%	5,698%

Análisis

Colombia presenta una disminución en la capacidad adquisitiva debido al incremento considerable de la inflación igualmente Perú presenta un bajo incremento pero sus valores porcentuales se encuentran sobre los 2 puntos, sin embargo, Panamá al considerarse como una zona franca en la cual existe una mayor circulación de divisas y los tratados comerciales que permiten un decremento en los precios de sus productos presenta una inflación de menos de 1% permitiendo a sus ciudadanos disponer de un gran poder adquisitivo de bienes y servicios mejorando su bienestar presentando una estabilidad inflacionaria fomentando las inversiones extranjeras.



Fuente: <https://datos.bancomundial.org> (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 6 Tasa de desempleo

FACTORES SOCIOECONÓMICOS

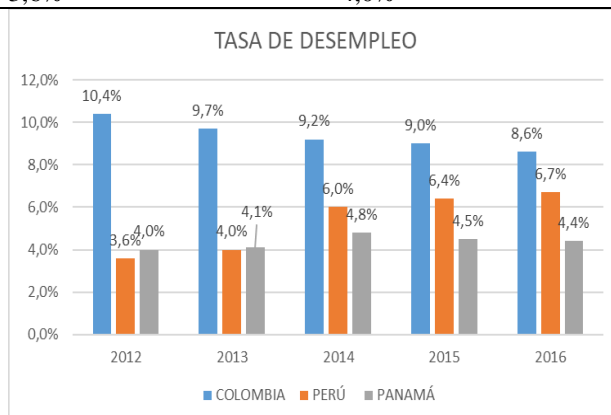
Tasa de desempleo. – “La tasa de desempleo, también conocida como tasa de paro, mide el nivel de desocupación en relación a la población activa. En otras palabras, es la parte de la población que estando en edad, condiciones y disposición de trabajar -población activa- no tiene puesto de trabajo.”(Economipedia, 2015)

La tasa de desempleo mide el porcentaje de personas de la Población Económicamente Activa (PEA) que no dispone de un lugar de trabajo para generar recursos y tener la capacidad adquirir bienes y servicios.

INDICADOR	FECHA	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ
TASA DE DESEMPLEO	2016	8,6%	6,7%	4,4%
	2015	9,0%	6,4%	4,5%
	2014	9,2%	6,0%	4,8%
	2013	9,7%	4,0%	4,1%
	2012	10,4%	3,6%	4,0%

Análisis

Colombia presenta una tasa de desempleo alta con relación a los países en referencia, sin embargo ha obtenido un decremento en su tasa indicando que se están generando mayores plazas de trabajo permitiendo a las personas obtener una capacidad adquisitiva, en el caso de Perú no es conveniente debido a que presenta un incremento disminuyendo el bienestar de sus ciudadanos, se puede inferenciar la eliminación de lugares de trabajo, en el caso de Panamá dispone una tasa variable pero más baja que Colombia y Perú, por lo tanto tiene una mayor plaza de trabajos y sus costos de producción se mantienen debido a la demanda de dichas plazas.



Fuente: <https://datos.bancomundial.org> (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 7 Balanza de pagos

FACTORES SOCIOECONÓMICOS

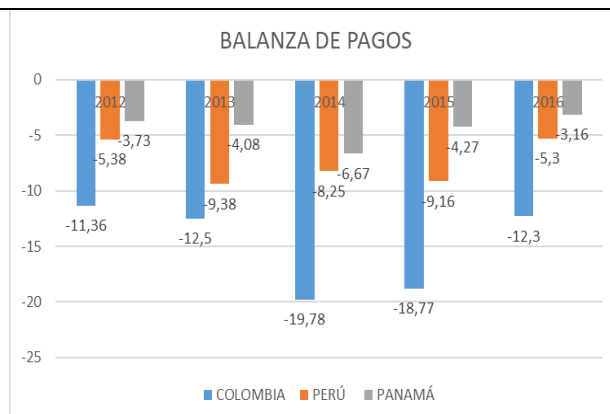
Balanza de pagos. – “La Balanza de Pagos de un país es un documento contable en el que se registran las transacciones económicas entre los residentes de ese país y el resto del mundo.”(Pérez, 2010)

La balanza de pagos establece una relación y seguimiento de las operaciones comerciales que realizan las personas en un periodo de tiempo y se encuentra conformada por cuenta corriente, cuenta de capital y financiera

INDICADOR	FECHA	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ
BALANZA DE PAGOS	2016	-12,305 millones \$	mil -5,303 mil millones \$	-3,16 mil millones \$
	2015	-18,777 millones \$	mil -9,169 mil millones \$	-4,274 mil millones \$
	2014	-19,783 millones \$	mil -8,925 mil millones \$	-6,677 mil millones \$
	2013	-12,502 millones \$	mil -9,388 mil millones \$	-4,084 mil millones \$
	2012	-11,366 millones \$	mil -5,388 mil millones \$	-3,735 mil millones \$

Análisis

Con relación a la balanza de pagos Panamá maneja de una manera adecuada su balanza de pagos tratando de equilibrar los gastos que tiene con relación a los ingresos que genera, en cambio Colombia y Perú presentan una balanza de pagos con déficit que duplican los valores de Panamá indicando que no disponen una estrategia política que busque invertir dicha situación desincentivando la posible inversión extranjera y las actividades comerciales con los mismos.



Fuente: <https://datos.bancomundial.org> (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 8 Población

FACTORES DEMOGRÁFICOS

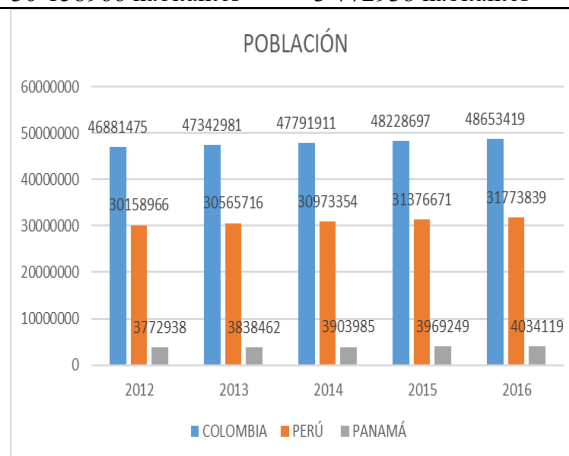
Población. – “La voz población alude a la cantidad, crecimiento, estructura y localización de las personas y a las variables demográficas que determinan lo anterior (fecundidad, mortalidad y migración.”(Rodríguez et al, 2011)

La población es el conjunto de personas que residen dentro de un lugar geográfico determinado tomando en cuenta diferentes variables que afectan el incremento o decremento de la misma los cuales son censados de manera constante permitiendo contabilizar el desarrollo de la población.

INDICADOR	FECHA	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ
POBLACIÓN	2016	48'653419 habitantes	31'773839 habitantes	4'034119 habitantes
	2015	48'228697 habitantes	31'376671 habitantes	3'969249 habitantes
	2014	47'791911 habitantes	30'973354 habitantes	3'903985 habitantes
	2013	47'342981 habitantes	30'565716 habitantes	3'838462 habitantes
	2012	46'881475 habitantes	30'158966 habitantes	3'772938 habitantes

Análisis

Los tres mercados en estudio presentan un incremento en su población, sin embargo Colombia al presentar un número completamente elevado en su población deberá manejar políticas algo más estrictas para mantener el bienestar de sus ciudadanos lo que resulta complicado por la cantidad de personas y las diferentes perspectivas que cada uno de ellos tiene, Perú maneja una situación similar y en cuanto a Panamá resulta más sencillo manejar un número sumamente menor como es de 4 millones de habitantes pudiendo dar uso de políticas por periodos de tiempo más prolongados manteniendo el bienestar de sus ciudadanos.



Fuente: <https://datos.bancomundial.org> (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 9 Edad estructurada

FACTORES DEMOGRÁFICOS

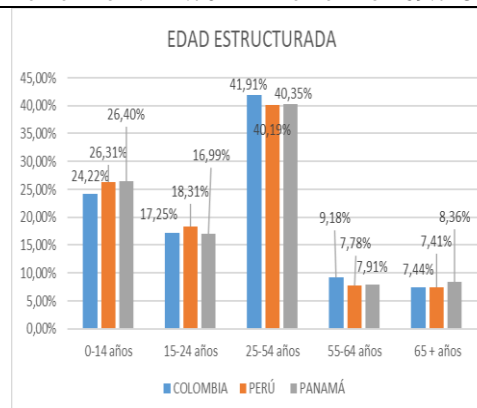
Edad estructurada. – “Distribución relativa de la población según grandes grupos de edad. Se expresa en porcentajes.”(CEPAL, 2009)

La estratificación por edades o edad estructurada permite a los gobernantes tomar decisiones de acuerdo a como se encuentre su población buscando inversiones adecuadas.

INDICADOR	EDAD	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ
ESTRUCTURA POR EDAD	0-14 años	24.22%	26.31%	26.4%
		Masculino 5.917.425 Femenino 5.634.516	Masculino 4.155.672 Femenino 4.009.888	Masculino 505.711 Femenino 484.980
	15-24 años	17.25%	18.31%	16.99%
		Masculino 4.191.033 Femenino 4.038.314	Masculino 2.847.460 Femenino 2.835.727	Masculino 324.897 Femenino 312.729
	25-54 años	41.91%	40.19%	40.35%
		Masculino 9.918.698 Femenino 10.071.419	Masculino 5.985.354 Femenino 6.487.232	Masculino 766.747 Femenino 747.472
	55-64 años	9.18%	7.78%	7.91%
		Masculino 2.059.712 Femenino 2.318.320	Hombre 1.168.533 Mujer 1.247.299	Masculino 147.069 Femenino 149.706
	65 años y más	7.44%	7.41%	8.36%
		Masculino 1.480.966 Femenino 2.068.121	Masculino 1.086.790 Femenino 1.212.701	Masculino 144.086 Femenino 169.745

Análisis

De acuerdo a la estratificación por edades, los tres países presentan un valor porcentual similar, Colombia presta un aproximado de 2 puntos sobre Perú y Panamá lo que permite establecer que existe una mayor cantidad de personas que se encuentran en las capacidades para prestar servicios y obtener una producción, Panamá al tener una menor población presenta una menor cantidad de personas pero pueden obtener una mayor capacitación para ser una mano de obra calificada certificando procesos de producción.



Fuente: <https://www.cia.gov> (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 10 Población Económicamente Activa

FACTORES DEMOGRÁFICOS

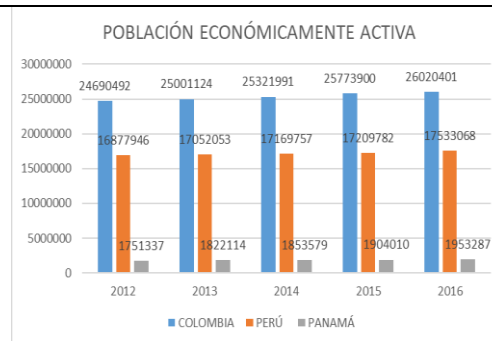
Población económicamente activa. – “Comprende todas las personas mayores de cierta edad especificada que satisfagan las condiciones necesarias para su inclusión entre las personas empedadas o desempleadas.”(Glejberman, 2012)

La población económicamente activa permite desarrollar la situación económica de los países debido a la capacidad de producción que generan buscando la comercialización de los mismo además de recibir un incentivo por dicha actividad mejorando su calidad de vida.

INDICADOR	FECHA	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ
POBLACIÓN	2016	26020401 habitantes	16197110 habitantes	1953287 habitantes
	2015	25773900 habitantes	15919247 habitantes	1904010 habitantes
ECONÓMICAMENTE	2014	25321991 habitantes	15796828 habitantes	1853579 habitantes
	2013	25001124 habitantes	15682858 habitantes	1822114 habitantes
ACTIVA	2012	24690492 habitantes	15542731 habitantes	1751337 habitantes

Análisis

Los valores de la población indicados anteriormente están clasificados para personas mayores de 15 años y de acuerdo a las políticas de cada país se establecen condiciones para que una persona pueda optar un trabajo remunerado legalmente, los tres países han presentado una disminución en la población económicamente activa indicando que posiblemente se han eliminado plazas de trabajo por políticas fiscales y el entorno en el que se desarrollan los países.



Fuente: <https://datos.bancomundial.org> (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 11 Barreras arancelarias

POLITICA COMERCIAL			
Barreras arancelarias. – “son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías.”(Faican, 2011)			
Las barreras arancelarias son tasas aplicadas a los procesos de importación con el fin de controlar la competitividad de los productos nacionales con relación a los productos extranjeros			
INDICADOR	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ
	Régimen arancelario	Régimen arancelario	Régimen arancelario
	Tasas de Naciones Más Favorecidas (NMF)	Tasas de Naciones Más Favorecidas (NMF)	Tasas de Naciones Más Favorecidas (NMF)
	Preferencia Arancelaria Regional (Aladi: AR. PAR4) para Ecuador: 7,20%	Impuesto de promoción municipal: 2%	Preferencia Arancelaria Regional (Aladi: AR. PAR4) para Ecuador: 3,60%
	Value Added Tax (Impuesto al valor agregado): 19%	Value Added Tax (Impuesto al valor agregado): 16%	Value Added Tax (Impuesto al valor agregado): 18%
BARRERAS ARANCELARIAS	Nomenclatura original del Régimen NMF	Nomenclatura original del Régimen NMF	Nomenclatura original del Régimen NMF
	Nivel del código SA: 6 significa subpartidas	Nivel del código SA: 6 significa subpartidas	Nivel del código SA: 6 significa subpartidas
	Código normalizado basado en la versión indicada del S.A.: 870830	Código normalizado basado en la versión indicada del S.A.: 87083021	Código normalizado basado en la versión indicada del S.A.: 870830
	Arancel NMF aplicado Promedio de los Derechos AV: 10,00 %	Arancel NMF aplicado Promedio de los Derechos AV: 0,00 %	Arancel NMF aplicado Promedio de los Derechos AV: 5,00 %

Fuente: <http://www.macmap.org> (2018)
Elaborado por: Cristian Gómez

Análisis

De acuerdo a los derechos arancelarios establecidos por los países en estudio, se establece que Colombia, Perú y Panamá brindan los beneficios de Tasas de Naciones Más Favorecidas, sin embargo, se toma en cuenta que Colombia y Panamá establecen un arancel del 10 y 5% respectivamente deduciendo que protegen la industria nacional incrementando el precio de los productos que ingresan bajo la partida arancelario 870830

Tabla 12 *Licencia de importación*

POLITICA COMERCIAL			
Licencias de importación. – “Las licencias de importación son un procedimiento administrativo por el cual se presenta una solicitud para la introducción al territorio aduanero de una mercadería que se vaya a importar.”(Cuellar, 2009)			
Las licencias de importación son cupos que se asignan a ciertas personas naturales o jurídicas permitiéndoles importar los productos asignados en las licencias con la finalidad de controlar el producto extranjero que ingresa al país que no sobrepase y afecte a la producción nacional.			
INDICADOR	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ
	Autorizaciones previas	Autorizaciones previas	Autorizaciones previas
	Licencia para uso especificado publicado mediante Decreto N° 1573 de 31/VII/02. Ministerio de Comercio Exterior. Modificado por Decreto N° 3307/06.	No registra información	No registra información
LICENCIAS DE IMPORTACIÓN	Otras formalidades, no especificadas en otra parte, publicado mediante Resolución N° 388 de 9/09/09. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que indica las descripciones mínimas de las mercancías.		

Análisis

Colombia maneja sistemas de importación para los tambores de freno con la finalidad de proteger la industria nacional, lo que no sucede en Perú y Panamá facilitando la actividad comercial e indicando que puede existir una baja producción del producto y una demanda insatisfecha del mercado.

Fuente: <http://www.macmap.org> (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 13 Barreras no arancelarias

POLITICA COMERCIAL			
Barreras no arancelarias. – “Las barreras no arancelarias son las disposiciones del gobierno que obstaculizan el libre ingreso de mercancías a un país. Consisten en requisitos o reglas para que un producto o servicio pueda entrar.”(Bautista, 2014)			
Las barreas no arancelarias son requisitos técnicos que deben cumplir los productos que se desean ingresar a mercados internacionales con la finalidad de brindar productos de calidad y seguros para la sociedad.			
INDICADOR	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ
BARRERAS NO ARANCELARIAS	Requisitos de calidad, embalaje y etiquetado Certificación de conformidad Establecidos mediante Resolución N° 4983 de 13/XII/11. Ministro de Comercio, Industria y Turismo.	Medidas no especificadas en otra parte. (aplica a productos re manufacturados) Establecido mediante Decreto Supremo N° 058 de 7/X/03. MTC. Modificado por Decretos Supremos Nos. 014/04; 017/05 MTC.	Toda persona que exporte a Panamá debe presentar: a) La factura comercial original; b) El conocimiento de embarque (guía aérea, carta de porte, conocimiento de embarque marítimo negociable, conocimiento multimodal, etc., según el caso); y, c) El permiso respectivo en los casos de importación restringida. d) Cuando la calidad o la raza sea la causa determinante del aforo, deberán acompañarse también del documento que prueba esa circunstancia, expedido por autoridad competente del país de origen.
Análisis			
Colombia con la finalidad de proteger su industria y limitar las importaciones de los tambores de freno establece requisitos de calidad, embalaje y etiquetado del producto, además de una certificación de conformidad para verificar lo mencionado, logrando disminuir el ingreso del producto, en cuanto a Perú y Panamá no establecen barreras no arancelarias facilitando el proceso de comercialización internacional e ingreso a dichos mercados.			

Fuente: <http://www.macmap.org> (2018)
 Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 14 *Acuerdos comerciales*

POLITICA ECONÓMICA

Acuerdos comerciales. – “Los acuerdos son un contrato que proveen un conjunto de reglas aplicables a sus miembros que: entregan estabilidad y credibilidad a las políticas internas, reducen los costos de transacción propios de las relaciones económicas internacionales, estimulan la transparencia ya que obligan a los países a entregar información acerca de sus políticas comerciales”(Saez, s.f.)

Un acuerdo comercial es una manera de fomentar integración entre los países miembros del mismo buscando la facilitación y cooperación internacional en actividades de comercio internacional fomentando la comercialización entre los países obteniendo un desarrollo mutuo.

INDICADOR	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ
ACUERDOS COMERCIALES	Acuerdo de Cartagena (Comunidad Andina) Decisión 416 de la Comisión de la Comunidad Andina	Acuerdo de Cartagena (Comunidad Andina) Decisión 416 de la Comisión de la Comunidad Andina	Acuerdo Regional - Apertura de Mercados AR-AM No. 2
	Acuerdo de Complementación Económica No. 59 MERCOSUR CAN	Acuerdo de Complementación Económica No. 59 MERCOSUR CAN	Acuerdo Regional Relativo a la Preferencia Arancelaria Regional AR.PAR. No. 4

Análisis

Los acuerdos comerciales buscan facilitar e incentivar la comercialización internacional, para lo cual Colombia y Perú que conjuntamente con Ecuador pertenecen a la Comunidad Andina de Naciones (CAN) que establece diferentes beneficios como el de establecer la presentación de un certificado de origen para la suspensión de derechos arancelarios específicamente ad valorem, en cuanto a Panamá se presenta los acuerdos regionales en este caso de la Asociación Latinoamericana de Integración, los cuales en este caso dan una mayor facilidad con la eliminación total de gravámenes y demás restricciones.

Fuente: <http://www.macmap.org> (2018)
Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 15 Gasto público

POLÍTICA ECONÓMICA

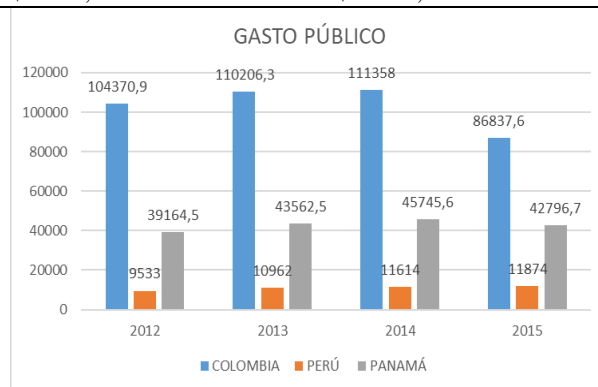
Gasto Público. – “Es el que realiza el sector público en un período determinado. Incluye todo el gasto fiscal, más todos los gastos de las empresas fiscales y semifiscales con administración autónoma del Gobierno central. El gasto público se destina a bienes de consumo público y a bienes de capital, inversión pública.”(Banrep, 2018)

El gasto público es uno de los principales indicadores que fomentan el desarrollo del país debido a que son las políticas que toman los gobiernos nacionales que van direccionados a la inversión en factores estratégicos de los países como la infraestructura o gastos en cuestión de salud velando por el bienestar de la sociedad.

INDICADOR	FECHA	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ
GASTO PÚBLICO	2016			\$41.001,1 M
	2015	\$86837,6 M	\$11874,0 M	\$42796,7 M
	2014	\$111358,0 M	\$11614,0 M	\$45745,6 M
	2013	\$110206,3 M	\$10962,0 M	\$43562,5 M
	2012	\$104370,9 M	\$ 9533,0 M	\$39164,5 M

Análisis

El gasto público permite a la sociedad mantener un bienestar a través de una mejor calidad de vida obtenida mediante la producción y aprovechamiento de la infraestructura generada por dicho gasto, sin embargo, se debe tomar en cuenta el tamaño del país por ende el gasto será mayor, en este caso se puede establecer que Panamá mantiene un gasto alto en relación a su tamaño, en el caso de Colombia ha disminuido limitando el mejoramiento del país y por ende el bienestar social.



Fuente: <https://datos.bancomundial.org> (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 16 *Lenguaje*

FACTORES CULTURALES

Lenguaje. – “Es el conjunto de señales o signos que sirven para comunicar algo. Conjunto de sonidos articulados con los cuales el hombre manifiesta lo que piensa o siente.”(Soberanes, 2013)

Lenguaje es la manera de comunicarse exitosamente a través del uso de diferentes idiomas, signos, gestos entre las personas con la finalidad de transmitir un mensaje.

INDICADOR	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ
LENGUAJE	Lengua oficial es el español	Lengua oficial es el español	Lengua oficial es el español, quechua y aymara.

Análisis

Al pertenecer a Latinoamérica se tiene la oportunidad de manejar la misma lengua, en este caso el español, en su mayoría, permitiendo facilitar la comunicación y las negociaciones con los países en estudio a excepción de Perú que también maneja lo que es el quechua y aymara nativos de la región.

Fuente: <http://www.macmap.org> (2018)
Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 17 Normas de cortesía

FACTORES CULTURALES			
Normas de cortesía. – “las normas de cortesía son una de las características más importantes que debemos tener los seres humanos para mantener la buena convivencia y el respeto entre todos, por eso se les llama también palabras mágicas porque te ayudan a crear grandes amistades.”(Romero, 2011)			
Las normas de cortesía permiten la buena interacción y entendimiento con otras culturas evitando malos entendidos por acciones que se realice desconociendo el significado, igualmente para entablar una buena relación de negocios.			
INDICADOR	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ
NORMAS DE CORTESÍA	<p>Programar sus citas con dos o tres semanas de anticipación.</p> <p>Usted deberá llegar puntual, sin embargo, es muy probable que sus colegas colombianos no lo hagan y lleguen 15 0 20 minutos tarde.</p> <p>Es de buena educación mantener contacto visual mientras conversa.</p>	<p>El lenguaje del peruano es muy cortés. Cuando se solicita algo, se suele agregar al comienzo o al final de la oración la frase: “Por favor”.</p> <p>A las personas mayores es recomendable tratarlas de “Usted”, a no ser que esta le otorgue la confianza de tratarla de “tú”.</p>	<p>La forma de saludo es el apretón de manos seguido de la expresión “Buenos días”, “Buenas tardes” o simplemente “Buenas”</p> <p>Un retraso de hasta media hora se considera normal. No se debe mostrar extrañeza ni enfado por ésta flexibilidad en los horarios.</p>

Análisis

Al ser países cercanos y mantener diferentes culturas Colombia y Perú manejan gran similitud de normas de cortesía con relación a los ecuatorianos, sin embargo, es recomendable prepararse en este tema debido a la importancia que damos al exponer o negociar con las personas de los otros países, en cuanto a Panamá no existe inconveniente por la cuestión de retrasos, pero en toda situación preferible estar a la hora acordada.

Fuente: <http://www.codetaragua.gob.ve> (2018); Prochile (2015); <https://www.elanbiz.org/> (2018)
Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 18 Localización

FACTORES GEOGRÁFICOS			
Localización. – “Se refiere al lugar exacto en que se encuentra un punto o territorio en la superficie terrestre según un sistema de coordenadas geográficas. Las coordenadas geográficas son un conjunto de líneas imaginarias que nos permiten ubicar con precisión un punto cualquiera en la superficie terrestre.”(Orellana, 2015)			
La localización hace referencia al sitio geográfico exacto donde se encuentra cierto objeto, personas y en este caso país permitiendo identificar la cercanía entre los mismos y sus superficies.			
INDICADOR	COLOMBIA	PERÚ	PANAMÁ
Localización	Situada en América del Sur, tiene una superficie de 1.141.749 Km ²	Situada en América del Sur, tiene una superficie de 1.285.220 Km ²	Situada en América Central, tiene una superficie de 75.420 Km ²

Análisis

De acuerdo a la localización de los países en estudio se puede obtener una ventaja competitiva con Colombia y Perú por la cercanía reduciendo costos especialmente de transporte.

Fuente: <https://www.datosmacro.com> (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.3.1 Características del producto

Uno de los principales sistemas de seguridad del vehículo es su capacidad de frenado para lo cual intervienen diferentes elementos, uno de ellos el tambor de freno utilizado principalmente en vehículos de carga pesada por su gran capacidad de duración; López (2018) menciona “Se fabrica en fundición gris perlítica con grafito esferoidal, material que se ha impuesto por su elevada resistencia al desgaste y menor costo de fabricación y que absorbe bien el calor producido por el rozamiento en el frenado.” De esta forma se oferta productos de calidad, que cumplan con su objetivo de prestar una adecuada frenada manteniendo una larga duración por sus materiales en el que se encuentra elaborado, brindando a los clientes seguridad en su vida al momento de buscar detener el medio de transporte que incorpore dichos productos.


3.4.1.1.3.2 Ficha técnica de tambores de freno

Tabla 19 *Ficha técnica - tambor de freno*

Nombre Comercial:	Tambor de freno
Partida arancelaria:	8708.30.21.00.
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 Regional 87083021	- - Los demás:
Subpartida Nacional 8708302100	- - - Tambores
Descripción TNAN 8708302100-0000-0000	- - - Tambores

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador; Arancel del Ecuador 2018
Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 20 *Usos, composición y elaboración de freno de tambor*

Usos		
Producto utilizado en proceso de ensamblaje de un sistema de freno especialmente de vehículos de carga pesada con la finalidad de disminuir la velocidad del vehículo a través de la fricción con demás elementos del sistema de freno.		
Composición del tambor de freno		
	Hierro	94%
	Carbono	3,3%
	Silicio	2,1%
	Otros	0,6%
Proceso de elaboración		
El proceso consta de 4 pasos fundamentales los cuales son: moldeo en el cual se prepara el diseño del tambor adecuando las medidas exactas de acuerdo a la referencia del vehículo, fundición que consiste en la preparación de materia prima fundida para la elaboración en moldes de los tambores de freno, maquinado consta de la perforación, sección de torno y horno, pintura, finalmente la actividad de almacenamiento o venta.		

Fuente: López (2018)
Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.2 Principales países exportadores

Tabla 21 Países exportadores de productos de la partida 870830

Exportadores	2013	2014	2015	2016	2017
China	4246801	4794241	4701343	4672479	4957535
Alemania	4702880	4771906	4246283	4370915	4702853
Estados Unidos de América	2619943	2748929	2910413	2965756	2992061
México	1547446	1806411	1984535	2064606	2323626
Italia	2038814	2099160	1858668	2000828	2135692
República Checa	1614814	1686343	1603336	1809558	1929416
Japón	1806264	1580917	1343005	1475523	1618607
Polonia	1088393	1183507	1125421	1276583	1520108
Francia	1580762	1518642	1230918	1248229	1264141
España	1101329	1017422	937119	974633	1009890

Fuente: <https://www.trademap.org> (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.3 Principales países importadores

Tabla 22 Países importadores de productos de la partida 870830

Importadores	2013	2014	2015	2016	2017
Estados Unidos de América	4461382	5002067	5250526	5071127	5152740
Alemania	3870641	4050364	3427186	3507532	3737315
México	1676501	1822462	1852360	1709145	1907186
Canadá	1601692	1719558	1784744	1797814	1754593
Francia	1665705	1658987	1354789	1384410	1419438
Reino Unido	1270803	1313731	1255206	1284428	1306685
República Checa	1095267	1157406	1037692	1146242	1255911
China	1125656	1142968	931714	960091	1080438
Italia	815652	858216	858013	954233	981750
Polonia	680102	767713	720764	843811	932352

Fuente: <https://www.trademap.org> (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

VALORACIÓN AMENAZA Y OPORTUNIDAD
BAJO = 1, MEDIO = 2, ALTO = 3

Tabla 23 Perfil De Oportunidades Y Amenazas Del Medio

PAIS	COLOMBIA				PERÚ				PANAMÁ			
FACTORES	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
PIB PER CÁPITA		0	BAJO	1		0	BAJO	1	MEDIO	2		0
TIPO DE CAMBIO	MEDIO	2		0	BAJO	1		0		0	BAJO	1
INFLACIÓN		0	MEDIO	2	BAJO	1		0	ALTO	3		0
TASA DE DESEMPLEO	BAJO	1		0	BAJO	1		0	MEDIO	2		0
BALANZA DE PAGOS		0	BAJO	1		0	BAJO	1	BAJO	1		0
	SUMA	3	SUMA	4	SUMA	3	SUMA	2	SUMA	8	SUMA	1
	PROMEDIO	0,6	PROMEDIO	0,8	PROMEDIO	0,6	PROMEDIO	0,4	PROMEDIO	1,6	PROMEDIO	0,2
FACTORES DEMOGRÁFICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
POBLACIÓN	BAJO	1		0	BAJO	1		0			MEDIO	2
EDAD ESTRUCTURADA	MEDIO	2		0	MEDIO	2		0		0	BAJO	1
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	BAJO	1		0	BAJO	1		0		0	BAJO	1
	SUMA	4	SUMA	0	SUMA	4	SUMA	0	SUMA	1	SUMA	4
	PROMEDIO	1,3	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1,3	PROMEDIO	0	PROMEDIO	0,3	PROMEDIO	1,33
FACTORES POLÍTICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
BARRERAS ARANCELARIAS		0	MEDIO	2	ALTO	3		0		0	BAJO	1
LICENCIAS DE IMPORTACIÓN		0	ALTO	3	MEDIO	2		0	MEDIO	2		0
BARRERAS NO ARANCELARIAS		0	MEDIO	2		0	BAJO	1	MEDIO	2		0
ACUERDOS COMERCIALES	MEDIO	2		0	MEDIO	2		0	ALTO	3		0
GASTO PÚBLICO		0	MEDIO	2		0	BAJO	1	MEDIO	2		
	SUMA	2	SUMA	9	SUMA	7	SUMA	2	SUMA	9	SUMA	1
	PROMEDIO	0,4	PROMEDIO	1,8	PROMEDIO	1,4	PROMEDIO	0,4	PROMEDIO	1,8	PROMEDIO	0,2

FACTORES CULTURALES	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
LENGUAJE	ALTA	3		0	ALTA	3		0	ALTA	3		0
NORMAS DE CORTESÍA	MEDIO	2		0	MEDIO	2		0	MEDIO	2		0
	SUMA	5	SUMA	0	SUMA	5	SUMA	0	SUMA	5	SUMA	0
	PROMEDIO	2,5	PROMEDIO	0,0	PROMEDIO	2,5	PROMEDIO	0,0	PROMEDIO	2,5	PROMEDIO	0,0
FACTORES GEOGRÁFICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
LOCALIZACIÓN	ALTO	3		0	ALTO	3		0			MEDIO	22
	SUMA	3	SUMA	0	SUMA	3	SUMA	0	SUMA	0	SUMA	2
	PROMEDIO	3,0	PROMEDIO	0,0	PROMEDIO	3,0	PROMEDIO	0,0	PROMEDIO	0,0	PROMEDIO	2,0

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 24 Resumen POAM

RESUMEN POAM							
	COLOMBIA		PERÚ		PANAMÁ		
	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS		0,6	0,8	0,6	0,4	1,6	0,2
FACTORES DEMOGRÁFICOS		1,3	0	1,3	0	0,0	1,33
FACTORES POLÍTICOS		0,4	1,8	1,4	0,4	1,8	0,2
FACTORES CULTURALES		2,5	0,0	2,5	0,0	2,5	0,0
FACTORES GEOGRÁFICOS		3,0	0,0	3,0	0,0	0,0	2,0
SUMA		7,83	2,60	8,83	0,80	5,90	3,73
PROMEDIO		1,57	0,52	1,77	0,16	1,18	0,75
		1,05		1,61		0,43	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.2 Análisis POAM

El PIB per cápita de Perú presenta un incremento bajo, pero considerado adecuado para el bienestar de los ciudadanos permitiendo un valor de \$ 6204 los cuales influyen directamente en la calidad de vida que obtiene el peruano y su poder adquisitivo, adicionalmente la tasa de cambio presenta variaciones sumamente bajas logrando establecer una estrategia con la cual obtener un mayor provecho y competitividad al ofertar el producto en el mercado.

Dentro de los factores demográficos Perú posee un número alto de habitantes permitiendo de esta forma obtener una población económicamente activa mayor y relacionando directamente con la estructura por edad que serían los comprendidos entre los 25 y 54 años de edad, potenciales compradores que pueden ejercer actividades usando camiones o similares los cuales pueden necesitar de los tambores de freno para su arreglo.

En el factor político comercial los acuerdos comerciales ejercen un importante papel en el ámbito de facilitación del comercio internacional ya que muchos de ellos liberan parcial o completamente los tributos o barreras arancelarias del producto al ingresar a mercado extranjero generando precios bajos y una mayor competitividad en el mercado.

De esta manera se identifica a Perú como el mercado más adecuado para la comercialización internacional fundamentado en su estabilidad económica y política, además de la cercanía entre los dos países con lo cual se puede disminuir costos de transporte y conjuntamente aprovechar los acuerdos comerciales para la liberación de tributos adicionalmente la oportunidad de ingresar al país sin la presentación de requisitos previos, eligiendo a Perú como el país para la negociación, sin dejar de lado las posibilidades de entablar negociaciones con el mercado de Panamá y Colombia.

3.4.1.1.3 Análisis Mercado Producto – Ecuador

3.4.1.1.3.1 Producción nacional de tambores de freno

La producción nacional de tambores de freno se encuentra limitada debido a la escasa investigación que se presta a este sector, disminuyendo las posibilidades de establecer grandes productoras de tambores de freno, sin embargo, en Ecuador existen micro empresas que se han aventurado en el mercado fabricando tambores genéricos a costos menores de los productos

originales y que constantemente buscan mejorar su producto para incentivar la compra de los mismos.

3.4.1.1.3.2 Características del producto

Uno de los principales sistemas de seguridad del vehículo es su capacidad de frenado para lo cual intervienen diferentes elementos, uno de ellos el tambor de freno utilizado principalmente en vehículos de carga pesada por su gran capacidad de duración; López (2018) menciona “Se fabrica en fundición gris perlítica con grafito esférico, material que se ha impuesto por su elevada resistencia al desgaste y menor costo de fabricación y que absorbe bien el calor producido por el rozamiento en el frenado.” De esta forma se oferta productos de calidad, que cumplan con su objetivo de prestar una adecuada frenada manteniendo una larga duración por sus materiales en el que se encuentra elaborado, brindando a los clientes seguridad en su vida al momento de buscar detener el medio de transporte que incorpore dichos productos.

3.4.1.1.4 Análisis De Mercado De Perú

3.4.1.1.4.1 Informe Riesgo país: Perú

“El riesgo país es un indicador que mide la probabilidad de que un país incumpla el pago de su deuda. Tal evaluación se deriva de su situación y desempeño fiscal, macroeconómico, externo y también político, pues esos factores definen sus perspectivas de captar inversiones, crecer, mejorar sus ingresos y por ende incrementar su capacidad de pago.”(Desarrollo Peruano, 2018)

Tabla 25 Riesgo País

AMÉRICA LATINA	
RIESGO PAIS EMBI	
Puntos básicos (Pbs) al 11 de Enero del 2018	
País	Riesgo (Pbs)
1 Panamá	103
2 Chile	113
3 Perú	122
4 Uruguay	137
5 Colombia	164
6 Brasil	215
7 México	241
8 Rep. Dominicana	258
9 El Salvador	358
10 Argentina	363
11 Ecuador	453
12 Venezuela	4925

Fuente: Desarrollo Peruano (2018)
Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.4.2 Perfil del consumidor Perú

El consumidor peruano de acuerdo al sitio web Gestión cita la información elaborada por BBVA Research, el cual menciona que el consumidor peruano es exigente y racional, le importa la calidad, compra impulsivamente; presenta gran importancia para las promociones, a pesar de exigir calidad manejan y cuidan su bolsillo además de ser un consumidor informado, busca proximidad y conveniencia manteniendo una alta participación del canal tradicional de comercialización, maneja una preferencia por los retails que cuentan con programas de fidelización.

Con la finalidad de delimitar el mercado objetivo de la investigación se toma en cuenta la siguiente tabla:

Tabla 26 Mayor actividad de transporte por departamentos de Perú

TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO, CORREO Y MENSAJERÍA: VALOR AGREGADO BRUTO POR AÑOS, SEGÚN DEPARTAMENTOS				
VALORES A PRECIOS CONSTANTES DE 2007 (MILES DE SOLES)				
DEPARTAMENTOS	2012	2013	2014	2015
AMAZONAS	101326	107617	109971	114776
ANCASH	544091	576339	597436	618776
APURÍMAC	65347	68008	69423	71562
AREQUIPA	1195565	1255836	1283975	1355049
AYACUCHO	163887	173667	180167	186548
CAJAMARCA	350280	371042	379024	389804
CUSCO	718611	774069	799939	839687
HUANCAVELICA	60509	63905	66138	68785
HUÁNUCO	295534	308643	313475	326820
ICA	838770	884447	915787	952465
JUNÍN	766616	806393	834882	863109
LA LIBERTAD	1145100	1204141	1227730	1273786
LAMBAYEQUE	760377	805300	821910	848617
LIMA	12849709	13809955	14116026	14753222
LORETO	368221	380448	394265	408353
MADRE DE DIOS	90837	96200	98182	101386
MOQUEGUA	148218	154662	157848	162697
PASCO	96768	102639	103946	108235
PIURA	1170414	1244555	1276279	1323777
PUNO	605155	637549	656569	680284
SAN MARTÍN	131146	138450	142386	148231
TACNA	404069	426847	442353	455748
TUMBES	124320	131023	135030	140414
UCAYALI	157094	165205	169259	176869
VALOR AGREGADO BRUTO	23151964	24687000	25292000	26369000

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (s.f.)

Elaborado por: Cristian Gómez

De tal manera se determina a Lima como la principal provincia de Perú que utiliza el servicio de transporte terrestre debido a que se le considera como el departamento industrial de Perú en especial por la construcción del parque Industrial en Lurín, el Grupo RPP (2014) indica: “Según especialistas, dos factores fundamentales para ello son: la cercanía a Lima, debido a la carretera Panamericana Sur, y la importancia de su zona de influencia, donde viven más de 600 mil habitantes y que ya cuenta con los servicios y comercios propios de una ciudad.”

La principal actividad económica dentro de Lurín es el ensamble de vehículos para la venta a todos los departamentos de Perú reforzando la actividad del transporte como eje fundamental para el crecimiento de Lima.

Adicionalmente se establece la mayor marca de vehículos para transporte pesado como son camiones, buses y tracto camiones en Perú, para lo cual se toma en cuenta la siguiente ilustración:



Figura 6: Venta e inmatriculación de vehículos pesados

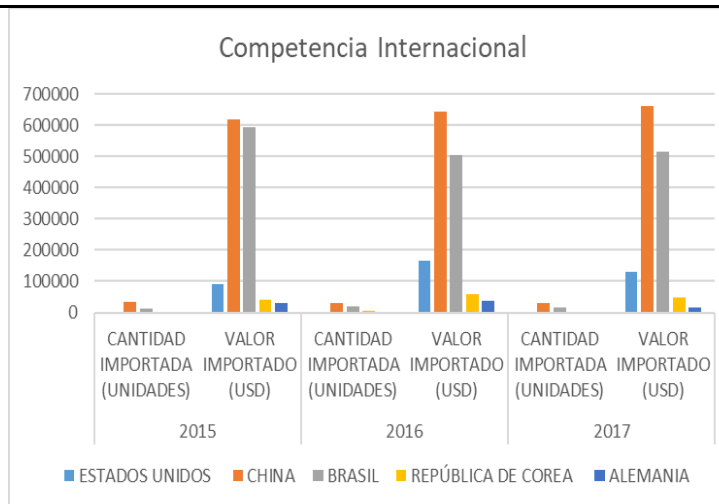
Fuente: Asociación Automotriz del Perú (2018)

3.4.1.1.4.3 Importaciones de Perú.

Tabla 27 Importaciones de Perú.

PAIS PROVEEDOR	2015		2016		2017	
	CANTIDAD IMPORTADA (UNIDADES)	VALOR IMPORTADO (USD)	CANTIDAD IMPORTADA (UNIDADES)	VALOR IMPORTADO (USD)	CANTIDAD IMPORTADA (UNIDADES)	VALOR IMPORTADO (USD)
ESTADOS UNIDOS	421	91569,53	1445	165283,75	932	130016,51
CHINA	34318	617743,29	28902	645310,05	29478	660666,40
BRASIL	12977	594132,63	18146	503513,98	17848	513900,64
REPÚBLICA DE COREA	1758	42600,53	4035	58725,85	2676	47527,10
ALEMANIA	395	28740,35	426	37429,17	143	17078,38

Dentro de las importaciones que realiza Perú, su principal proveedor de los productos bajo la subpartida 87083021 referente a tambores de freno se encuentra China cubriendo un 46% del mercado peruano en los años en referencia, seguido de Brasil con el 38% y los demás países lo restante obteniendo como dato relevante los pocos socios que le ofertan los tambores de freno.



Fuente: <https://www.cobusecuador.ec/> (2018); <https://www.trademap.org/> (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.4.4 Exportaciones de Perú

Tabla 28 Exportaciones de Perú de tambor de freno

PAIS DESTINO	2015		2016		2017	
	CANTIDAD EXPORTADA (UNIDADES)	VALOR EXPORTADO (USD)	CANTIDAD EXPORTADA (UNIDADES)	VALOR EXPORTADO (USD)	CANTIDAD EXPORTADA (UNIDADES)	VALOR EXPORTADO (USD)
ESTADOS UNIDOS	0	0,00	0	0,00	5	715,00
BOLIVIA	0	0,00	0	0,00	6	643,42
CHILE	0	0,00	0	0,00	0	0,00
COLOMBIA	0	0,00	0	0,00	0	0,00
GUYANA	0	0,00	0	0,00	14	954,09

Fuente: <https://www.cobusecuador.ec/> (2018); <https://www.trademap.org> (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.4.5 Producción Nacional de tambores de freno en Perú

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística e Informática, Perú no registra ningún tipo de producción de tambores de freno para la comercialización como se corrobora en la siguiente ilustración:

15.12 PRODUCCIÓN DE LAS INDUSTRIAS DE ELABORADOS DE METAL, MAQUINARIA Y EQUIPO, Y MAQUINARIA Y APARATOS ELÉCTRICOS, Y VEHÍCULOS

CIIU	Producto	Unidad de Medida	2007	2008 P/	2009 P/	2010 P/	2011 P/	2012 P/
28	Elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo							
█ 281	Fabricación de productos metálicos para uso estructural							
	Plancha de acero inoxidable	kg	4 300 438	10 896 378	5 601 567	9 396 287	4 830 246	4 715 856
	Bobinas de acero	kg	21 937 436	26 455 551	27 691 660	32 789 286	36 347 789	38 729 787
█ 289	Fabricación de otros productos elaborados de metal							
	Alambres diversos	kg	73 419 300	81 939 486	70 927 043	93 982 156	99 928 343	123 721 427
	Hojalata electrolítica	t	89 635	95 481	85 567	91 115	111 533	112 200
	Planchas y bobinas de acero inoxidable	kg	7 468 445	8 681 768	8 341 337	9 483 253	8 721 419	10 601 340
31	Maquinaria y aparatos eléctricos							
█ 311	Fabricación de motores, generadores y transformadores eléctricos							
	Transformadores trifásicos	unidades	826	935	819	750	1 130	1 426
	Grupos electrógenos	unidades	1 436	1 421	1 170	1 903	1 514	1 609
█ 312	Fabricación de aparatos de distribución y control de la energía eléctrica							
	Tableros de distribución	unidades	5 415	4 964	4 297	6 119	6 897	24 461
█ 314	Fabricación de acumuladores y de pilas y baterías primarias							
	Baterías 6 v., 12 v.	miles	655 981	754 285	654 104	664 703	701 679	684 343

CIIU = Clasificación Industrial Internacional Uniforme.

kg = kilogramo t = tonelada métrica.

Figura 7: Producción de las industrias de elaborados de metal

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018)

3.4.1.1.4.6 Precios referenciales de tambores de freno

Se toma en cuenta precios referenciales de la competencia que ofertan tambores de freno comprendidos en la partida arancelaria 8708.30.21.00, como se indica en la siguiente tabla.

Tabla 29 Precios referenciales



Tambor de freno para camión VOLVO original

Precio: \$ 590,55



Tambor de freno para camión Mercedes Benz genérico

Precio: \$ 339,50



Tambor de freno para camión MITSUBISHI genérico

Precio: \$ 117,00

Fuente: <https://implementos.com.pe/> (2018); www.volvotrucks.pe (2018); <http://swift.pe>(2018)
Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.5 Análisis De Mercado Del Ecuador

3.4.1.1.5.1 Factores político – legales

El Estado ecuatoriano mantiene una organización para el manejo y control del país y las políticas implantadas buscando el desarrollo más óptimo aprovechando los recursos nacionales e incentivando la transformación de la matriz productiva, para lo cual se componen del Poder Ejecutivo, Poder Legislativo, Poder Judicial, Poder Electoral y el Poder de Transparencia y Control Social.

Sandoval (2011), menciona los siguientes puntos relevantes de la situación político legal del país:

- La inestabilidad política del Ecuador no ha permitido un desarrollo sostenido del aparato productivo nacional,
- No se garantiza la seguridad jurídica por incumplimiento de la ley orgánica de aduanas.
- La responsabilidad del Servicio de Rentas Internas que se ha vuelto más estricto en los procedimientos de recaudación de impuestos.
- La Corporación Aduanera Ecuatoriana busca su responsabilidad social en la nueva reforma mediante el uso de la mercadería abandonada.
- Incertidumbre por el futuro Económico del Ecuador, reducción de competencias y concentración de funciones del estado

3.4.1.1.5.2 Acuerdos comerciales en los que Ecuador participa

- Miembros de la OMC
- Comunidad Andina
- Unión Europea
- Acuerdo Regional -Apertura de Mercados AR-AM No. 2
- Acuerdo Regional Relativo a la Preferencia Arancelaria Regional AR.PAR. No. 4
- Acuerdo de Complementación Económica No. 59 MERCOSUR – CAN

Los acuerdos comerciales permiten a Ecuador establecer y obtener grandes ventajas en el ámbito comercial y competitivo, debido a la cooperación existente entre los países estableciendo acuerdos comerciales que permitan el cumplimiento de las respectivas normas establecidas con la finalidad en la mayoría de los casos eliminar las barreras arancelarias o

tributos al comercio exterior de una manera parcial o total presentando los respectivos documentos que certifiquen la originalidad de los productos.

3.4.1.1.5.3 Balanza comercial

Tabla 30 Balanza comercial en millones de dólares

AÑO	2014	2015	2016	2017
EXPORTACIONES	22036,4	15661,3	13778,4	15721,4
IMPORTACIONES	21886,6	17585,5	12576,6	15534,6
SALDO	149,8	-1924,2	1201,8	186,8

Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.5.4 Factores socio – económicos

Tabla 31 Factores socio - económicos

Población	16,290,913 (julio de 2017 est)
Crecimiento poblacional	1.28% (2017 est.)
Capital	Quito
Principales ciudades	Guayaquil, Quito, Cuenca, Santo Domingo, Ambato, Portoviejo, Machala, Duran, Manta, Riobamba, Loja, Esmeraldas, Ibarra, Quevedo, Milagro, Babahoyo, Santa Elena.
PIB	\$ 188.5 mil millones (2017 est.)
Crecimiento PIB	0.2% (2017 est.)
PIB per cápita	\$ 11,200 (2017 est.)
Riesgo País	453 puntos al 11 de enero de 2018
Tasa de variación PIB Trimestral	
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	6,5%
Servicios	59,7%
Industria manufacturera	33,8%
Moneda oficial	Dólar americano
Tasa de inflación anual	0,7%
Salario unificado nominal	386,00 usd (febrero 2018)
Reservas internacionales	\$ 3,935 mil millones (31 de diciembre de 2017 est.)
Exportaciones no petroleras	\$ 18,34 mil millones

Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.5.5 Principales productos exportados 2017

Tabla 32 Principales productos exportados por Ecuador

Subpartida	Descripción	TM (Peso Neto)	Valor exportado
110101	PETRÓLEO CRUDO	18.950.246,6	6.189,8
110201	BANANO	6.413.733,4	2.957,6
110202	DERIVADOS DE PETRÓLEO	2.365.440,5	723,8
110301	OTRAS MADERAS	547.975,6	238,6
110401	CAMARONES	437.982,7	3.037,9
110402	EXTRACTOS Y ACEITES VEGETALES	333.830,4	273,9
110501	CACAO	284.211,1	588,4
110502	ENLATADOS DE PESCADO	271.819,3	1.171,5
110599	PLÁTANO	159.515,9	77,0
110701	FLORES NATURALES	159.007,6	881,5
111001	ELABORADOS DE BANANO	143.238,5	142,4
111099	OTRAS MANUFACTURAS DE METALES	137.766,4	310,6

Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.5.6 Principales productos importados 2017

Tabla 33 Principales productos importados por Ecuador

Subpartida	Descripción	TM (Peso Neto)	Valor importado
2710192131	Aceites pesados -----Con un contenido de azufre menor o igual a 50	2.423.638,8	1.196,4
2707501000	Nafta disolvente	1.879.228,3	1.117,7
2304000000	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (soya), incluso molidos o en «pellets».	845.613,7	295,2
1001190000	Trigo y morcajo -- Los demás	710.800,0	173,5
2711120000	Propano	642.625,5	319,6
2710191900	Aceite de petróleo ----Los demás	621.990,6	257,1
1001991000	Los demás trigos	419.882,9	76,0
2713110000	Coque de petróleo -- Sin calcinar	318.008,4	20,7
2520100000	Yeso natural; anhidrita	316.586,0	3,7
3102101000	Con un porcentaje de nitrógeno superior o igual a 45% pero inferior o igual a 46% en peso (calidad fertilizante)	246.911,5	59,5

Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.5.7 Exportaciones de tambores de freno

Tabla 34 Exportaciones de tambores de freno de Ecuador

Subpartida	Descripción	País Destino	2014		2015		2016		2017	
			TM (Peso Neto)	FOB	TM (Peso Neto)	FOB	TM (Peso Neto)	FOB	TM (Peso Neto)	FOB
TOTALES:			0,0	1,3	0,7	6,8	1,8	1,9	0,3	0,9
8708302100	Tambores	BÉLGICA	-	-	-	-	-	-	0,0	0,5
8708302100	Tambores	BANGLADESH	-	-	0,3	3,6	-	-	-	-
8708302100	Tambores	BOLIVIA, ESTADO PLURINACIONAL DE	-	-	-	-	1,5	0,3	0,3	0,4
8708302100	Tambores	ESPAÑA	-	-	-	-	0,1	0,1	-	-
8708302100	Tambores	ESTADOS UNIDOS	0,0	1,3	0,4	3,2	0,1	1,5	-	-

Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.5.8 Principales importaciones de tambores de freno

Tabla 35 Principales importaciones de tambores de freno de Ecuador

Subpartida	Descripción	País Origen	2014	2015	2016	2017
			FOB	FOB	FOB	FOB
TOTALES:			3.384,9	3.325,8	2.388,0	2.997,2
8708302100	Tambores	BÉLGICA	-	30,5	87,0	117,3
8708302100	Tambores	BRASIL	424,9	428,7	474,7	491,2
8708302100	Tambores	CHINA	1.135,7	1.023,5	866,2	1.086,5
8708302100	Tambores	COLOMBIA	597,4	272,6	58,5	95,4
8708302100	Tambores	ALEMANIA	21,2	28,8	18,8	37,5
8708302100	Tambores	JAPÓN	491,8	122,6	166,5	146,3
8708302100	Tambores	COREA (SUR), REPÚBLICA DE	497,8	1.001,0	446,5	690,5
8708302100	Tambores	TAILANDIA	4,7	41,9	32,4	38,9
8708302100	Tambores	TURQUÍA	9,5	156,2	47,5	47,2
8708302100	Tambores	ESTADOS UNIDOS	132,7	148,2	109,5	162,9

Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.6 Proyecciones Del Estudio

3.4.1.1.6.1 Demanda

Datos generales:

- Población económicamente activa de Perú para el año 2016: 16'197110 personas.
- Población económicamente activa, según las ramas de actividad:

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA, SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD (Miles de personas)

Ramas de actividad/ Ámbito geográfico	2012	2013	2014	2015	2016
Total	15 542,7	15 682,9	15 796,8	15 919,2	16 197,1
Agricultura, Pesca y Minería	4 041,3	4 054,2	4 113,9	4 283,2	4 292,6
Manufactura	1 625,5	1 588,0	1 506,4	1 501,7	1 541,7
Construcción	918,0	975,7	1 014,4	1 043,6	997,3
Comercio	2 938,0	3 008,3	3 007,1	2 889,7	2 965,0
Transportes y Comunicaciones	1 190,2	1 205,7	1 270,0	1 314,6	1 361,7
Otros servicios 1/	4 829,7	4 851,0	4 885,0	4 886,5	5 038,8

1/ Otros Servicios lo componen las ramas de actividad de Electricidad, Administración Pública, Defensa, Planes de Seg. Social, Hoteles y Restaurantes, Inmobiliarias y Alquileres, Enseñanza, Gas y Agua, Intermediación Financiera, actividades de Servicios Sociales y de Salud, otras activ. de serv. Comunitarias, sociales y personales y hogares privados con servicio doméstico.

Figura 8: PEA según ramas de actividad

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, (2018)

Del total de la población económicamente activa el 8,41% se dedica a la actividad de transportes y comunicaciones que incluye servicio de carga y pasajeros es decir 1'361717 personas en todo Perú y el 18,31% de la PEA se dedica a actividades de comercio donde es necesario el transporte de sus productos desde el proveedor hasta el punto de venta con un total de 2'965025 de personas, obteniendo como población económicamente activa del sector una totalidad de 4'326741 de personas.

- Vida útil de un tambor de freno: 100000 kilómetros promedio
- Recorrido diario de un camión de carga: 500 kilómetros promedio
- Recorrido anual de un camión de carga en días laborables (240 días): 120000 kilómetros promedio
- Incremento sector automotor pesados: de acuerdo a la “Ilustración 6: Venta e inmatriculación de vehículos pesados” se puede establecer que el crecimiento

promedio del sector automotor pesado en el periodo enero – abril del 2015 al 2018 es:
6,73%

- Consumo per cápita promedio: 6 unidades anuales.
- Porcentaje de Consumo per cápita: consumo nacional aparente / Población de Perú.

Tabla 36 Porcentaje consumo per cápita

C.PC=	CNA
C.PC=	$\frac{51052}{16197110}$
C.PC=	0,3152%

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.6.2 Oferta en Perú

“El Consumo Nacional Aparente es una forma de medir la cantidad de producto de que dispone un país para su consumo.” (SAGARPA, 2017). Por lo tanto, se establece que la oferta existe en Perú de tambores de freno es igual al consumo nacional aparente establecida en 51052 unidades. Adicionalmente, Perú no presenta producción de tambores de conforme la siguiente ilustración:

15.12 PRODUCCIÓN DE LAS INDUSTRIAS DE ELABORADOS DE METAL, MAQUINARIA Y EQUIPO, Y MAQUINARIA Y APARATOS ELÉCTRICOS, Y VEHÍCULOS

CIU	Unidad de Medida	2007	2008 P/	2009 P/	2010 P/	2011 P/	2012 P/
28	Elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo						
281	Fabricación de productos metálicos para uso estructural						
	Plancha de acero inoxidable	kg	4 300 438	10 896 378	5 601 567	9 396 287	4 830 246
	Bobinas de acero	kg	21 937 436	26 455 551	27 691 660	32 789 286	36 347 789
289	Fabricación de otros productos elaborados de metal						
	Alambres diversos	kg	73 419 300	81 939 486	70 927 043	93 982 156	99 928 343
	Hojalata electrolítica	t	89 635	95 481	85 567	91 115	111 533
	Planchas y bobinas de acero inoxidable	kg	7 468 445	8 681 768	8 341 337	9 483 253	8 721 419
31	Maquinaria y aparatos eléctricos						
311	Fabricación de motores, generadores y transformadores eléctricos						
	Transformadores trifásicos	unidades	826	935	819	750	1 130
	Grupos electrógenos	unidades	1 436	1 421	1 170	1 903	1 514
312	Fabricación de aparatos de distribución y control de la energía eléctrica						
	Tableros de distribución	unidades	5 415	4 964	4 297	6 119	6 897
314	Fabricación de acumuladores y de pilas y baterías primarias						
	Baterías 6 v., 12 v.	miles	655 981	754 285	654 104	664 703	701 679

CIU = Clasificación Industrial Internacional Uniforme.
kg = kilogramo t = tonelada métrica.

Figura 9: Producción de las industrias del metal

Fuente: Ministerio de la Producción - Viceministerio de MYPE e Industria (2018)

Consumo nacional aparente:

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

Tabla 37 Consumo Nacional Aparente – Oferta en país de destino

AÑOS	Exportaciones (-)	Importaciones (+)	Producción nacional (+)	Consumo Nacional Aparente
	Unidades	Unidades	Unidades	Unidades
2016	0	52954	0	52933
2017	25	51077	0	51052
2018	41	51752	0	51710
2020	111	53128	0	53016
2022	301	54540	0	54239
TOTAL	730	419584	31	418855

Fuente: <https://www.cobusecuador.ec/home> (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

$CNA = \text{OFERTA DEL PAIS.}$

3.4.1.1.6.3 Capacidad de producción de empresa Fundimetales del Norte

De acuerdo a la entrevista realiza al señor Alirio López, Gerente de la empresa Fundimetales del Norte supo manifestar que la capacidad de producción mensual de la empresa Fundimetales del Norte es de 99 tambores de freno para vehículos de transporte pesado Mercedes Benz, de tal manera que se establece la producción anual en 1185 unidades comerciales, recalcando que la empresa dispone de mayor capacidad de producción, pero se limita a esta cantidad por el motivo de disminuir riesgos. A continuación, se establece la respectiva proyección de la capacidad de producción anual de la empresa de acuerdo al crecimiento del sector automotor pesado de Perú obteniendo los siguientes resultados como se indican a continuación:

Tabla 38 Capacidad instalada de la empresa

AÑO	PROYECCIÓN OFERTA ANUAL EN UNIDADES
2017	1188
2018	1268
2019	1353
2020	1444
2021	1542

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.6.4 Demanda inicial

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

Demanda inicial= (4'326741*0,3152%)*6

Demanda inicial= 81825 unidades

3.4.1.1.6.5 Proyección de la demanda

Tomando en cuenta que la demanda inicial es de 81825 unidades anuales se procede a establecer la respectiva proyección en base al crecimiento de la población económicamente activa del sector establecida en 1,4319% de acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú, resultando de la siguiente manera:

Tabla 39 Proyección de demanda

AÑO	DEMANDA ANUAL EN UNIDADES
2017	81825
2018	82997
2019	84185
2020	85391
2021	86613
2022	87854

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.6.6 Demanda Insatisfecha

Una vez obtenido las respectivas proyecciones de la demanda anual en unidades y de la oferta anual en unidades se procede a establecer la demanda insatisfecha que resulta de la diferencia entre la demanda y oferta, de igual manera en la siguiente tabla se indica los valores obtenidos y se relaciona con la proyección de la producción anual de la empresa Fundimetales del Norte con la finalidad de establecer el porcentaje de cobertura de la demanda insatisfecha.

Tabla 40 Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA EN UNIDADES	OFERTA EN UNIDADES	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE DE COBERTURA
2017	81825	51052	30773	3,86%
2018	82997	51710	31286	4,05%
2019	84185	52368	31818	4,25%
2020	85391	53016	32374	4,46%
2021	86613	53646	32967	4,68%
2022	87854	54239	33615	4,89%

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.6.7 Proyección de costos de producción

En base a la información recopilada en la entrevista al gerente de la empresa Fundimetales del Norte se logra establecer los costos de producción de los tambores de freno de la siguiente manera:

Tabla 41 Proyección de costos de producción

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Materia Prima	96000	2	192000	194150,40	196324,88	198523,72	200747,19	202995,56
Fundición								
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: López, A. (2018)
Elaborado por: Cristian Gómez

Una vez determinado el costo de producción relacionada a materia prima, insumos y empaques se procede a determinar el costo total de producción añadiendo el costo de personal operativo y los costos indirectos de fabricación, obteniendo un valor Ex Work de 183,32 dólares americanos por tambor para vehículos pesados Mercedes Benz, los costos obtenidos se proyectan a 5 años tomando en cuenta que la inflación de Ecuador se establece en 1,12%:

Tabla 42 Proyección costos totales de producción

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
COSTO DE PRODUCCIÓN	200832,00	203081,32	205355,83	207655,81	209981,56	212333,35
PERSONAL OPERATIVO	23295,87	25524,77	26275,20	27047,69	27842,89	28661,47
COSTOS INDIRECTOS	1032,00	1043,56	1055,25	1067,07	1079,02	1091,10
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	225159,87	229649,65	232686,27	235770,57	238903,47	242085,93
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO	189,53	191,65	193,80	195,97	198,16	200,38

Fuente: López, A. (2018)

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.7 Proceso logístico

3.4.1.1.7.1 Información del producto

Tomando en cuenta el país de destino, Perú, vale detallar la información del producto en base a su subpartida arancelaria y unidad comercial manejada en los países involucrados en el ejercicio de comercio exterior.

Tabla 43 Información del producto

INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	
Nombre técnico o comercial	TAMBOR DE FRENO
Partida arancelaria en el país exportador	8708.30.21.00
Partida arancelaria en el país importador	8708.30.21.00
Unidad comercial de venta	Unidades
Divisa de negociación	Dólar – USD
Valor ex-work de la unidad comercial	189,98

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.7.2 Información del embarque

En este apartado se describe el país de origen y destino, la cantidad de unidades comerciales a exportarse por embarque a realizarse de manera trimestral utilizando un vehículo de carga pesada de 2 ejes con una capacidad de carga de 10 toneladas, el embalaje de los productos son pallets a los cuales se les podría incorporar una película plástica como empaque.

Tabla 44 Información del embarque

INFORMACIÓN DEL EMBARQUE	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Tulcán
País de destino	Perú
Ciudad de punto de destino	Lima
N° de unidades comerciales por embarque	99
Valor inicial del embarque (EXW)	18105,32
Tipo de embalaje	Pallet
Tipo de unidad de carga	Camión de 2 ejes
N° total de unidades de carga	1
N° total de envíos al año	12



Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.7.3 Cálculo de cubicaje

El cubicaje involucra directamente las medidas de cada producto, debido a que no utiliza un empaque, las medidas de los pallets por motivo de ser el embalaje de los tambores de freno, y finalmente las medidas de la unidad de carga, a continuación, se detalla cada una de ellas:


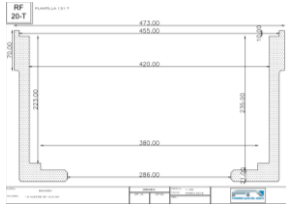
Tabla 45 Cubicaje unidad de carga

UNIDAD DE CARGA (CAMION DE 10 TN)		EMPAQUE (PALLET 120*100 CM)		CUBICAJE
				
LARGO mts.	5,9	LARGO mts.	1,2	5
ALTO mts.	2,1	ALTO mts.	1,6	1
ANCHO mts	2,3	ANCHO mts	1	2
CAPACIDAD TOTAL UNIDAD DE CARGA				14

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

La unidad de carga tiene una capacidad máxima de transportar 14 pallets, sin embargo, no se utiliza su capacidad máxima, a continuación, se realiza el cubicaje en los pallets de acuerdo a lo expuesto en la siguiente Tabla.

Tabla 46 Cubicaje Pallet

CUBICAJE EN PALLET		MEDIDA DE TAMBOR		CUBICAJE
				
LARGO mts.	1,2	LARGO mts.	0,473	2
ALTO mts.	1	ALTO mts.	0,235	4
ANCHO mts	1	ANCHO mts	0,473	2
CAPACIDAD TOTAL EMBALAJE				16

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

De esta manera, se establece que el embalaje a utilizar puede abarcar 16 tambores de freno, estableciendo este valor de acuerdo a la recomendación realizada por la empresa Fundimetales del Norte de no apilar más de 4 unidades por sus grandes dimensiones y peso.

Relacionando la unidad de carga con los embalajes a utilizar se tiene como resultado un peso de 7776 kilogramos, lo cual no sobrepasa la capacidad máxima de la unidad de carga:

Tabla 47 *Peso máximo por embarque*

UNIDADES POR EMBARQUE	99
UNIDADES POR EMPAQUE	16
EMPAQUES POR EMBARQUE	7
PESO UNITARIO DE TAMBOR	81
TOTAL PESO POR EMPAQUE	1296
TOTAL PESO DE EMBARQUE	9072

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.1.7.4 Costos en el país exportador

Con la finalidad de establecer los costos en el país de exportación se toma en cuenta los INCOTERMS 2010 establecidos por la Cámara de Comercio Internacional los cuales buscan establecer obligaciones y responsabilidades en contratos de compra – venta internacionales entre las partes involucradas facilitando procesos de negociaciones internacionales y brindando una mayor seguridad a las partes que intervienen en la celebración del contrato y a las mercancías a las cuales se hace referencia en cada negociación.

En el caso de la empresa Fundimetales del Norte, y de manera general, se recomienda establecer una negociación hasta los límites del país al que pertenece la empresa con la finalidad de disminuir riesgos si las empresas no poseen experiencia en mercados internacionales, con lo mencionado se procede a establecer los costos generados para la empresa en el caso de llegar a manejar una negociación bajo un INCOTERM FCA que hace referencia a franco transportista en lugar convenido. Por lo tanto, los costos a generarse se obtienen de la siguiente manera:

Tabla 48 *Costos país exportador*

INCOTERMS	TOTAL ENVÍO	VALOR ANUAL 2017
EXW	18105,32	217263,87
Embalaje	98	168,00
Manipulación local X	20	240,00
Transporte interno	600	7200,00
Manipuleo Embarque	50	600,00
Agentes	217	2604,00
Documentación	62,55	750,60
FCA	19068,87	228826,47

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

Se adjunta un gráfico representativo con la finalidad de observar las responsabilidades del vendedor y comprador de acuerdo a cada INCOTERMS:

TITULOS Incoterm / Coste	Salida fábrica	Transporte principal no pagado por el vendedor				Transporte principal pagado por el vendedor				Gastos de envío asumidos por el vendedor hasta el destino		
		EXW	FCA	FAS	FOB	CFR	CIF	CPT	CIP	DAT	DAP	DDP
Embalaje	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Carga en fábrica	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Antes de la entrega de la mercancía al transportista	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Aduana exportación	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Manutención al partir	C	C	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Transporte principal	C	C	C	C	V	V	V	V	V	V	V	V
Seguro de transporte	C	C	C	C	C	V	C	V	V*	V	V	V
Manutención al llegar	C	C	C	C	C	C	C	C	V	V	V	V
Aduana importación	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V
Al finalizar la ruta	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V
Descarga fábrica	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V

Figura 10: Incoterms

Fuente: Banco Santander S.A. (2018)

3.4.1.1.7.5 Costos según INCOTERMS

Como se mencionó anteriormente, se realiza el estudio en un término de negociación FCA (Free Carrier...named place) con la finalidad de disminuir los riesgos para la empresa, sin embargo, se realiza el estudio de los costos que se involucran en relación a todos los Incoterms como se detalla a continuación:

Tabla 49 Costos Incoterms

INCOTERMS	TOTAL ENVÍO	VALOR ANUAL 2017
EXW	18763,32	225159,87
Embalaje	98,00	1176,00
Manipulación local X	20,00	240,00
Transporte interno	600,00	7200,00
Manipuleo Embarque	50,00	600,00
Agentes	217,00	2604,00
Documentación	62,55	750,60
FCA	19810,87	237730,47
Flete internacional	150,00	1800,00
CPT	19960,87	239530,47
Seguro Internacional	349,32	4191,78
CIP	20310,19	243722,26
Gastos portuarios	0,00	0,00
Manipuleo desembarque	50,00	600,00
DAT	20360,19	244322,26
Almacenamiento temporal	150,00	1800,00
Documentacion	20,00	240,00
Agentes	200,00	2400,00
Transporte interno	1500,00	18000,00
DAP	22230,19	266762,26
Tributos al comercio	396,22	4754,61
Ad Valorem 0%	0,00	0,00
Impuesto general de ventas 16%	3233,13	38797,61
Impuesto promoción municipal 2%	396,22	4754,61
DDP	22626,41	271516,86
Costo unitario	229,09	2749,11
Precio de venta al público (25%)	286,37	3436,39
Costo unitario FCA	200,59	2407,02
Precio de venta al público (25%) FCA	250,73	3008,78

*Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez*

3.4.1.1.7.6 Tipo de exportación

Como ya se mencionó se recomienda establecer una negociación en término FCA, sin embargo, de acuerdo a la información obtenida de la aplicación de la encuesta que consta en el Anexo 4, la muestra poblacional indica que prefiere adquirir el producto en una sucursal de la empresa en el mercado de destino por lo que se convertiría en una exportación directa debido

a que el vendedor controla la actividad exportadora, la negociación, comercialización y distribución en el mercado de destino.

Sin embargo, también se puede utilizar una exportación indirecta a través del uso de intermediarios residentes u originarios del mercado peruano los cuales ya tienen conocimiento del mercado objetivo en el mercado, disminuyendo riesgos para la empresa, perdiendo poder de negociación y control sobre el mercado y producto.

3.4.1.2 ESTUDIO TÉCNICO

3.4.1.2.1 Localización

La empresa Fundamentales del Norte se encuentra ubicada en la provincia del Carchi, en el sector centro este de la ciudad de Tulcán, su ubicación se encuentra determinada en este lugar debido a la posible problemática que puede tener la empresa de acuerdo a su infraestructura y capacidad de almacenamiento de materia prima.



Figura 11: Localización de la empresa

Fuente: <http://www.fundimetalesdelnorte.com/index.php/contacto>



Figura 12: Localización de la empresa

Fuente: <http://www.fundimetalesdelnorte.com/index.php/contacto>

3.4.1.2.2 Ingeniería del proyecto

3.4.1.2.2.1 Infraestructura

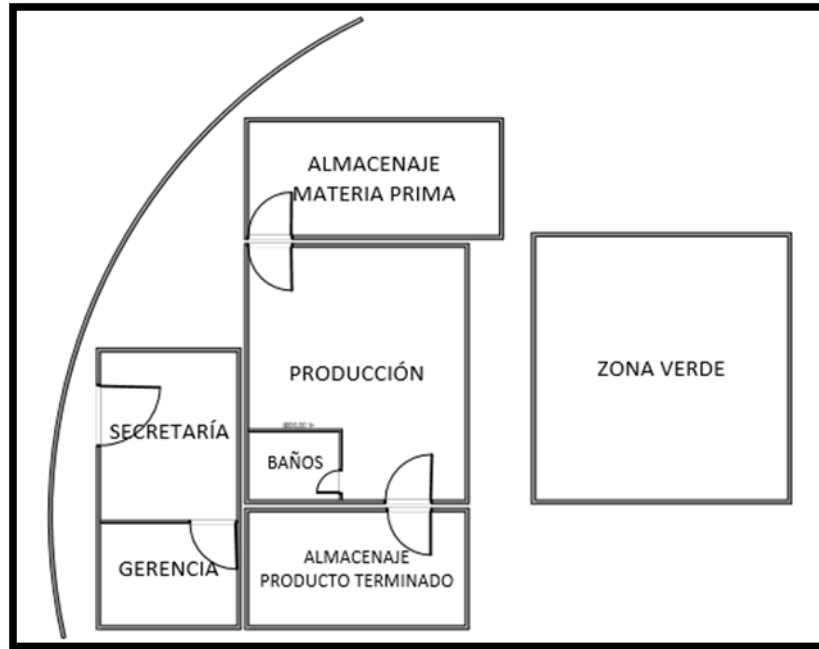


Figura 13: Infraestructura de la empresa

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.2.3 Nombre de la empresa

Para el desarrollo de la investigación se trabaja conjuntamente con la empresa “FUNDIMETALES DEL NORTE” que dispone una larga trayectoria en el mercado, la cual está conformada primordialmente de manera familiar buscando la mejora continua en sus procesos de producción con la finalidad de ofertar productos de mayor calidad y al menor costo posible.

3.4.1.2.4 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 nuestros compradores.”

3.4.1.2.5 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 a nuestra empresa un personal altamente calificado.”

3.4.1.2.6 Objetivos

- Brindar productos de calidad con la respectiva puntualidad ofertada al cliente
- Realizar procesos de elaboración de manera eficiente y eficaz
- Fomentar la lealtad de cliente brindando una adecuada y personalizada atención

3.4.1.2.7 Estructura organizacional

La empresa Fundimetales del Norte al ser una microempresa posee una estructura básica pero eficiente para la puesta en marcha de sus operaciones.

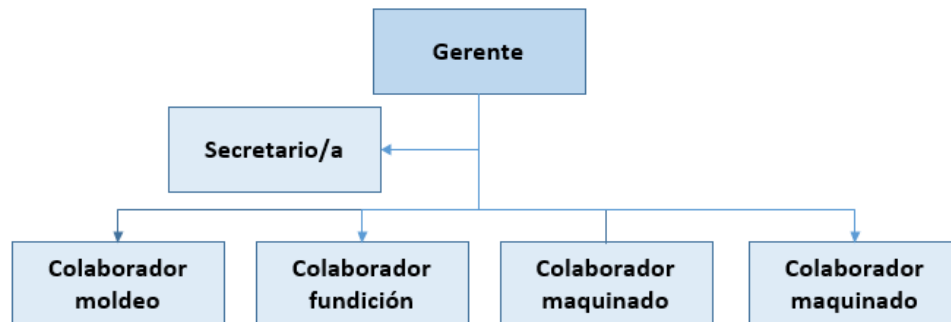


Figura 14: Estructura organizacional

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.2.8 Manual de funciones

Tabla 50 Identificación Del Cargo Gerente

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	GERENTE
Tipo	Directivo
Dependencia	---
Número de cargos	Uno
Cargos a los que supervisa	<ul style="list-style-type: none">• Supervisor almacenamiento• Supervisor producción• Supervisor despacho
PROPÓSITO PRINCIPAL	
Cumplir con los reglamentos que maneja la empresa Fundimetales del Norte	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none">1. Alcanzar objetivos y metas de la empresa2. Cumplimiento de misión y visión de la empresa3. Planear, organizar y dirigir las actividades administrativas y operativas de la empresa4. Revisión y mejoramiento de procesos de la empresa	
REQUISITOS DE ESTUDIOS Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Título en administración de empresas	Deberá acreditar por lo menos tres años de experiencia en el campo de administración de empresas
Título de postgrado en administración de empresas, cadena de suministro, similares	

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 51 *Identificación Del Cargo Secretario*

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	SECRETARIO
Tipo	Directivo
Dependencia	---
Número de cargos	Uno
Cargos a los que supervisa	
PROPÓSITO PRINCIPAL	
Cumplir con los reglamentos que maneja la empresa Fundimetales del Norte	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
1. Alcanzar objetivos y metas de la empresa	
2. Cumplimiento de misión y visión de la empresa	
3. Registro de actividades de la empresa y trabajadores	
REQUISITOS DE ESTUDIOS Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Título en administración de empresas	Deberá acreditar por lo menos un año de experiencia en el
Bachiller	campo de administración de empresas

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 52 Identificación Del Cargo Colaborador Moldeo

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	COLABORADOR MOLDEO
Tipo	Operativo
Dependencia	Gerencia
Número de cargos	Uno
Cargos a los que supervisa	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores
PROPÓSITO PRINCIPAL	
Cumplir con los reglamentos que maneja la empresa Fundimetales del Norte	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Alcanzar objetivos y metas de la empresa 2. Planear, organizar y dirigir las actividades de moldeo de productos 3. Revisión de planos finales de productos 4. Asignación de insumos para proceso de producción 	
REQUISITOS DE ESTUDIOS Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Título en mecánica automotriz	Deberá acreditar por lo menos un año de experiencia en el campo del manejo de repuestos de vehículos y manejo de sistemas básicos de computación.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 53 Identificación Del Cargo Colaborador Fundición

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	COLABORADOR FUNDICIÓN
Tipo	Operativo
Dependencia	Gerencia
Número de cargos	Uno
Cargos a los que supervisa	Colaboradores
PROPÓSITO PRINCIPAL	
Cumplir con los reglamentos que maneja la empresa Fundimetales del Norte	
Controlar los procesos de producción de la empresa que cumplan los estándares de calidad establecidos	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Alcanzar objetivos y metas de la empresa 2. Planear, organizar y dirigir las actividades de producción 3. Revisión de calidad en el proceso de elaboración 4. Revisión de calidad en productos elaborados 5. Aprovechamiento máximo de insumos facilitados 	
REQUISITOS DE ESTUDIOS Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Título en administración de empresas, sistemas de gestión de calidad	Deberá acreditar por lo menos dos años de experiencia en el campo del manejo de producción industrial

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 54 *Identificación Del Cargo Colaborador Maquinado*

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	COLABORADOR MAQUINADO
Tipo	Operativo
Dependencia	Gerencia
Número de cargos	Uno
Cargos a los que supervisa	<ul style="list-style-type: none">• Colaboradores
PROPÓSITO PRINCIPAL	
Cumplir con los reglamentos que maneja la empresa Fundimetales del Norte	
Controlar los pedidos y prepara los productos adecuadamente de acuerdo a la solicitud del cliente	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
1. Alcanzar objetivos y metas de la empresa	
2. Planear, organizar y dirigir las actividades de preparación de productos terminados	
REQUISITOS DE ESTUDIOS Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Título en mecánica industrial	Deberá acreditar por lo menos dos años de experiencia en el campo del manejo de maquinaria industrial como tornos, hornos, etc.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 55 Identificación Del Cargo Colaborador Almacenamiento

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	COLABORADOR ALMACENAMIENTO
Tipo	Operativo
Dependencia	Gerente
Número de cargos	Uno
Cargos a los que supervisa	Colaboradores
PROPÓSITO PRINCIPAL	
Cumplir con los reglamentos que maneja la empresa Fundimetales del Norte	
Ejercer las actividades de la empresa como almacenamiento, venta y entrega de productos	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
1. Alcanzar objetivos y metas de la empresa	
2. Realizar las actividades de almacenamiento de productos de acuerdo a las referencias de los mismos	
3. Entrega de productos terminados y vendidos al cliente final o transportadora	
REQUISITOS DE ESTUDIOS Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Título en logística.	Deberá acreditar por lo menos un año de experiencia en operaciones de almacenamiento y ventas

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.2.9 Mapa de procesos

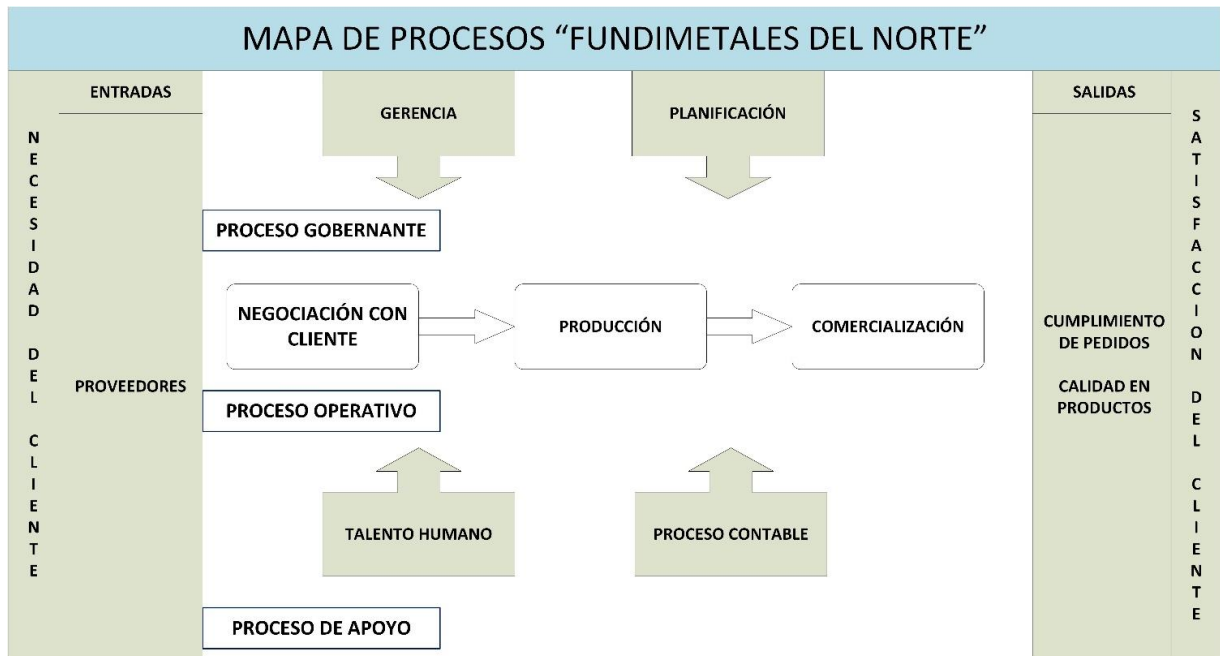


Figura 15: Mapa de procesos

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.2.10 Caracterización de procesos

Tabla 56 *Caracterización Gerencia*

CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS			
MACROPROCESO: Dirección estratégica			
DESCRIPCIÓN			
Es un proceso continuo de toma de decisiones, decidiendo por adelantado qué hacer, cómo hacerlo, cuándo hacerlo y quién lo va a hacer			
PROCESO: Gerencia			
DESCRIPCIÓN			
Permite la correcta toma de decisiones en base a los factores que se relacionan con la empresa			
OBJETIVO:	Realizar una evaluación de la situación de la empresa		
ALCANCE:	Generar acciones en base a la toma de decisiones que beneficien a la empresa		
LÍDER DEL PROCESO:		GERENTE	
Número	SUBPROCESO	RESPONSABLE	ÁREA
1.	Establecer las finalidad y las misiones generales de la empresa.	Gerente	Administrativa
2.	Realizar un análisis externo de la empresa (amenazas y oportunidades del entorno competitivo).	Gerente	Administrativa
3.	Realizar un análisis interno para ver los puntos fuertes y débiles de la empresa, para determinar su posición competitiva.	Gerente	Administrativa

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 57 Caracterización Planificación

CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS			
MACROPROCESO: Dirección estratégica			
DESCRIPCIÓN			
Es un proceso continuo de toma de decisiones, decidiendo por adelantado qué hacer, cómo hacerlo, cuándo hacerlo y quién lo va a hacer			
PROCESO: Planificación			
DESCRIPCIÓN			
Controla, organiza, evalúa y mejora los procesos administrativos y productivos de la empresa			
OBJETIVO:	Evaluar factores de la empresa		
ALCANCE:	Toma de decisiones adecuada		
LÍDER DEL PROCESO:	GERENTE Y ACCIONISTAS		
Número	SUBPROCESO	RESPONSABLE	ÁREA
1.	Planificar actividades de mejora en la empresa	Gerente	Administrativa
2.	Controlar procesos de la empresa	Gerente	Administrativa
3.	Realizar un análisis interno para ver los puntos fuertes y débiles de la empresa, para determinar su posición competitiva.	Gerente	Administrativa

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 58 Caracterización Negociación cliente

CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS			
MACROPROCESO: Operativo			
DESCRIPCIÓN			
Es un proceso continuo de toma de decisiones, decidiendo por adelantado qué hacer, cómo hacerlo, cuándo hacerlo y quién lo va a hacer			
PROCESO: Negociación con cliente			
DESCRIPCIÓN			
Determina la solicitud del pedido del cliente y precios de los productos			
OBJETIVO:	Dar recepción al pedido del cliente de acuerdo a sus necesidades		
ALCANCE:	Generar el pedido al área de producción		
LÍDER DEL PROCESO:		SECRETARIO	
Número	SUBPROCESO	RESPONSABLE	ÁREA
1.	Recepción y atención del pedido del cliente	Secretario/a	Administrativa
2.	Generar y solicitar pedido a departamento de producción	Secretario/a	Administrativa
3.	Registrar actividades de la empresa y horarios de ingreso y salida de colaboradores	Secretario/a	Administrativa

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 59 Caracterización Producción

CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS			
MACROPROCESO: Operativo			
DESCRIPCIÓN			
Es un proceso encargado de la preparación, transformación de materia prima y la elaboración de productos de acuerdo a la solicitud del cliente			
PROCESO: Producción			
DESCRIPCIÓN			
Elabora el producto para la venta de manera general o de acuerdo a las especificaciones y requerimientos del cliente			
OBJETIVO:	Transformar la materia prima en un producto terminado optimizando costos y tiempo		
ALCANCE:	Fabricar productos de calidad que satisfagan la necesidad del cliente		
LÍDER DEL PROCESO:	SUPERVISOR ALMACENAMIENTO Y DE PRODUCCIÓN		
Número	SUBPROCESO	RESPONSABLE	ÁREA
1.	Recepción de materia prima	Colaboradores	Operativa
2.	Preparación de materia prima	Colaboradores	Operativa
3.	Elaboración del producto de acuerdo a lo solicitado	Colaboradores	Operativa
4.	Acabados del producto	Colaboradores	Operativa

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 60 Caracterización talento humano

CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS			
MACROPROCESO: APOYO			
DESCRIPCIÓN			
Procesos complementarios que cooperan en el adecuado funcionamiento de la empresas.			
PROCESO: Talento Humano			
DESCRIPCIÓN			
Determinar la capacidad de los nuevos trabajadores que cumplan los requisitos establecidos para desarrollarse en su lugar de trabajo			
OBJETIVO:	Selección idónea de nuevo personal que aumente la competitividad de la empresa		
ALCANCE:	Mantener personal calificado		
LÍDER DEL PROCESO:	ACCIONISTAS Y GERENTE		
Número	SUBPROCESO	RESPONSABLE	ÁREA
1.	Selección de nuevo personal	Gerente	Administrativa
2.	Capacitación de personal constante	Gerente	Administrativa

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

Tabla 61 *Caracterización Contable*

CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS			
MACROPROCESO: APOYO			
DESCRIPCIÓN			
Procesos complementarios que cooperan en el adecuado funcionamiento de la empresas.			
PROCESO: Contable			
DESCRIPCIÓN			
Generar estados financieros adecuadamente con la cooperación de un contador			
OBJETIVO:	Obtención del rendimiento de la empresa en periodos de tiempo constante		
ALCANCE:	Toma de decisiones de acuerdo a estados de resultados		
LÍDER DEL PROCESO:		GERENTE	
Número	SUBPROCESO	RESPONSABLE	ÁREA
1.	Elaboración de estados financieros	Secretario/a	Administrativa
2.	Toma de decisiones oportunas	Secretario/a	Administrativa

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.2.11 Diagrama de procesos

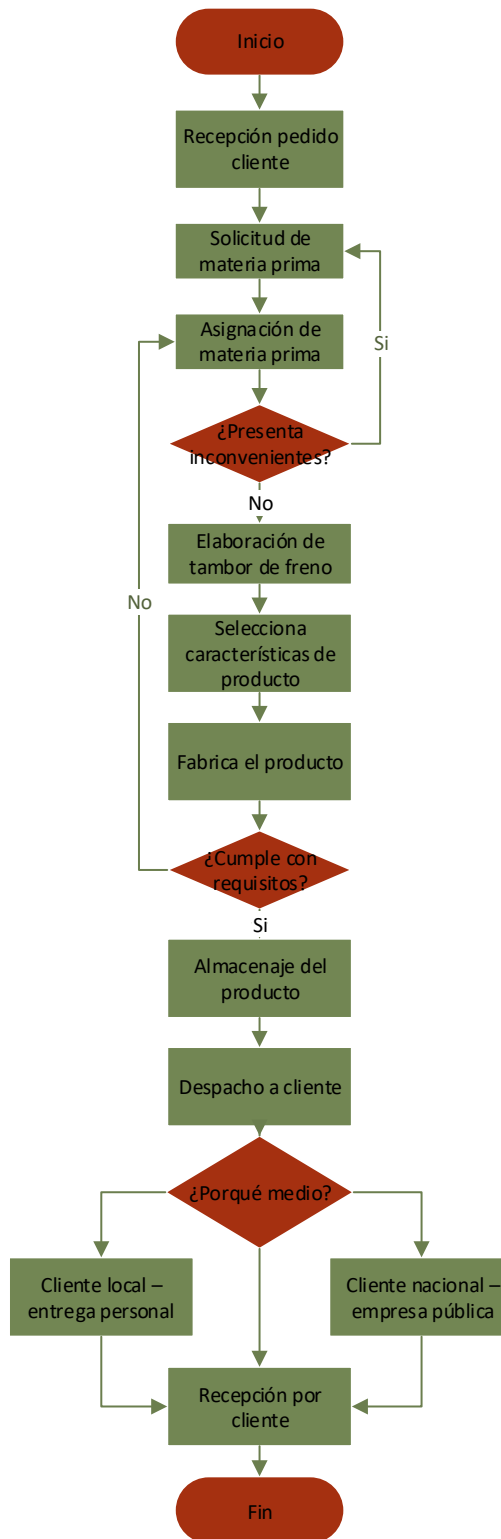


Figura 16: Diagrama de procesos

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.3 ESTUDIO FINANCIERO

3.4.1.3.1 Inversión inicial

La inversión inicial se encuentra conformada por inversión fija como es infraestructura, maquinaria y equipos, muebles y enseres; por inversión diferida o todos los gastos para poner en marcha la empresa y el capital de trabajo aproximándose a una totalidad de 102278,16 dólares

Tabla 62 *Inversión inicial*

INVERSIÓN INICIAL	
INVERSIÓN FIJA	70230
INVERSIÓN DIFERIDA	10500
CAPITAL DE TRABAJO	21548,16
TOTAL	102278,16

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

De la inversión inicial del proyecto, por fuente de la empresa, se conoce que maneja un capital financiado de 100000 dólares presentado la participación de la siguiente manera:

Tabla 63 *Financiamiento*

FINANCIAMIENTO		
DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
CAPITAL PROPIO	2278,16	2%
CAPITAL FINANCIADO	100000,00	98%
TOTAL	102278,16	100%

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.3.2 Gastos administrativos

Los gastos administrativos son los más considerados en los proyectos debido a su importancia para la funcionalidad adecuada de la empresa, los cuales pueden incluir sueldos, servicios básicos y suministros, para su proyección de igual manera se toma en cuenta la inflación anual de Ecuador.

Tabla 64 Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS							
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	2017	2018	2019	2020	2021	2022
SUELDOS (Anexo 7)		18577,60	20323,78	20921,30	21536,39	22169,56	22821,34
SERVICIOS BÁSICOS	92	1104,00	1116,36	1128,87	1141,51	1154,30	1167,22
SUMINISTROS DE ASEO	25,1	301,20	304,57	307,98	311,43	314,92	318,45
ÚTILES DE OFICINA	70,05	840,60	850,01	859,53	869,16	878,90	888,74
MOVILIDAD	50	600,00	606,72	613,52	620,39	627,33	634,36
TOTAL		21423,40	23201,45	23831,20	24478,88	25145,01	25830,12

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.3.4 Balance general

El balance general es un estado financiero donde indica el estado actual de la empresa, como menciona Castro (2015): “dar a conocer (...) si la operación de la empresa se ha llevado de la manera correcta, si los recursos se han administrado eficientemente y si los resultados de estos procesos son óptimos o son deficientes.” Para la investigación actual se presenta los siguientes valores:

Tabla 65 Balance general

Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	21.548	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	21.548	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios – Infraestructura	35.500	Préstamos Bancarios	100.000
Maquinaria y Equipo	32.000	Total Pasivos Largo Plazo	100.000
Muebles y Enseres	850		
Equipo de Computo	1.880		
Total Activos Fijos	70.230	Total Pasivos	100.000
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	10.500	Capital Social	2.278
Total Activos Diferidos	10.500	Total Patrimonio	2.278
Total Activos	102.278	Total Pasivo + Patrimonio	102.278

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.3.6 Estado de resultados

El estado de resultados es un estado financiero que permite determinar la utilidad neta anual de la empresa tomando en cuenta las ventas y reduciendo todos los costos y gastos que se generan en la empresa para la producción de los tambores de freno. El precio tomado en cuenta se presenta en valor FCA.

Tabla 66 Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
Ingresos Operacionales	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	297163,09	320714,38	346132,20	373564,48	403170,87
Cantidad	1185	1265	1350	1441	1538
Precio	250,73	253,54	256,38	259,25	262,15
(-) Costo de Productos Vendidos	225159,87	229649,65	232686,27	235770,57	238903,47
(=) Utilidad Bruta en Ventas	72003,22	91064,73	113445,93	137793,91	164267,40
(-) Gastos Operacionales	33418	35330,3939	36095,9872	36881,0299	37686,0597
Gastos Administrativos	21423,4	23201,4544	23831,2035	24478,8807	25145,0064
Gastos de Ventas	840	849,408	858,92137	868,541289	878,268951
Gastos de Comercio Exterior	11154,60	11279,53	11405,86	11533,61	11662,78
Utilidad Operacional	38585,22	55734,34	77349,94	100912,88	126581,34
(-) Gastos Financieros	9736,13	8632,18	7410,09	6057,21	4559,56
(=) Utilidad Neta Antes de Impuestos	28849,09	47102,16	69939,85	94855,67	122021,78
15% Participación Trabajadores	4327,36	7065,32465	10490,9782	14228,3503	18303,2673
Utilidad Antes de Impuesto Renta	24521,73	40036,84	59448,88	80627,32	103718,51
22% Impuesto a la Renta	5394,78019	8808,10473	13078,7528	17738,01	22818,0733
(=) Utilidad NETA	19126,95	31228,73	46370,12	62889,31	80900,44

Fuente: Código del Trabajo Art. 97, Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno Art. 37
Elaborado por: Cristian Gómez

3.4.1.3.7 Flujo neto de efectivo

De acuerdo a lo que menciona Lanzagorta (2014): “El flujo neto de efectivo es un término de contabilidad que describe los movimientos de efectivo (ingresos y gastos) en un periodo determinado.” De tal modo que se puede determinar que en el ejercicio se obtiene ganancia y crecimiento en el patrimonio de la empresa Fundimetales del Norte.

Tabla 67 Flujo neto de efectivo

Flujo Neto de Efectivo						
Ingresos Operacionales	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		297163,09	320714,38	346132,20	373564,48	403170,87
Cantidad		1185	1265	1350	1441	1538
Precio		250,73	253,54	256,38	259,25	262,15
(-) Costo de Productos Vendidos		225159,87	229649,65	232686,27	235770,57	238903,47
(=) Utilidad Bruta en Ventas		72003,22	91064,73	113445,93	137793,91	164267,40
(-) Gastos Operacionales		33418,00	35330,39	36095,99	36881,03	37686,06
Gastos Administrativos		21423,40	23201,45	23831,20	24478,88	25145,01
Gastos de Ventas		840,00	849,41	858,92	868,54	878,27
Gastos de Comercio Exterior		11154,60	11279,53	11405,86	11533,61	11662,78
Utilidad Operacional		38585,22	55734,34	77349,94	100912,88	126581,34
(-) Gastos Financieros		9736,13	8632,18	7410,09	6057,21	4559,56
(=) Utilidad Neta Antes de Impuestos		28849,09	47102,16	69939,85	94855,67	122021,78
(-) 15% Participación Trabajadores		4327,36	7065,32	10490,98	14228,35	18303,27
Utilidad Antes de Impuesto Renta		24521,73	40036,84	59448,88	80627,32	103718,51
22% Impuesto a la Renta		5394,78	8808,10	13078,75	17738,01	22818,07
(=) Utilidad NETA		19126,95	31228,73	46370,12	62889,31	80900,44
(-) Capital		10315,74	11419,69	12641,78	13994,66	15492,31
(+) Depreciación		5386,67	5386,67	5386,67	4760,00	4760,00
(+) Amortización		2100,00	2100,00	2100,00	2100,00	2100,00
Flujo Neto de Efectivo	102278,16	16297,87	27295,71	41215,01	55754,65	72268,13

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristian Gómez

Complementando el estudio financiero se tiene los siguientes indicadores:

Tabla 68 Indicadores financieros

AÑO	FLUJO	FACTOR ACTUALIZACION	FLUJOS DESCONTADOS
0	-102278,16		
1	16.297,87	0,863	14072,23
2	27.295,71	0,746	20349,73
3	41.215,01	0,644	26530,90
4	55.754,65	0,556	30989,16
5	72.268,13	0,480	34682,29
		SUMATORIA F.E	126624,32
		INVERSION INICIAL	-102278,16
		VAN	\$ 142.422,64
		TIR	23%
		IR	\$ 1,39

De la tabla anterior, principalmente se tiene el Índice de rentabilidad que es mayor a 1 por tal motivo se procede a aceptar el proyecto debido a que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia aproximada de 39 centavos de dólar, se complementa con la tasa interna de retorno establecida en 23% que es mucho mayor sobre las tasas que entidades financieras manejan y finalmente con el Valor actual neto fortaleciendo la decisión de ejecutar el proyecto.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

En el estudio de mercado se obtiene como resultado el mercado peruano como más adecuado para la comercialización internacional de acuerdo al Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio que se puede observar en la Tabla 24: Resumen POAM, para lo cual se califica factores socioeconómicos, demográficos, políticos, culturales y geográficos.

En los factores socioeconómicos se estudia el Producto Interno Bruto per cápita, tipo de cambio con relación a las divisas utilizadas entre mercados, tasa de inflación, tasa de desempleo y balanza de pagos de los países tomados en cuenta para el estudio como son: Colombia, Perú y Panamá

Dentro de los factores políticos de los países en estudio se hace relevancia a barreras arancelarias, barreras no arancelarias, licencias de importación, los acuerdos comerciales a los que pertenecen los países y Ecuador, finalmente se revisa el gasto público que mantienen con la finalidad de determinar el bienestar que mantiene la población.

El lenguaje y las normas de cortesía son los aspectos tomados en cuenta abarcados en el factor cultural con la finalidad de determinar la diferencia cultural y el idioma a utilizar entre los países; finalmente, se revisa la localización de los países frente a Ecuador evaluando su cercanía para transportar el producto a su destino final.

Adicionalmente, se obtiene que en el mercado peruano la marca que mayor manejo del mercado tiene es Mercedes Benz, seguido de Mitsubishi, permitiendo limitar que los tambores de freno a exportar serían para camiones Mercedes Benz, vale recalcar que Perú, de acuerdo al

Instituto Nacional de Estadística e Informática, no registra ningún tipo de producción de tambores de freno.

La producción nacional ecuatoriana de éste producto se encuentre limitada debido a la escasa motivación para el crecimiento de este sector, sin embargo, la empresa Fundimetales del Norte busca establecerse como principal proveedor en el mercado ecuatoriano, con una gran capacidad de producción de 70 toneladas de materia prima para su transformación en productos terminados.

Para el cálculo de la demanda en el mercado peruano se toma en cuenta la población económicamente activa del sector de transporte y comercio, que conjuntamente, se establece en una totalidad de 4'326741 personas, se establece un consumo promedio de 6 tambores anuales per cápita variando de acuerdo al uso del vehículo y factores como el peso que transporte y las rutas que recorren.

La oferta dentro de Perú para tambores de freno se establece con relación al consumo nacional aparente estableciéndose en 51052 unidades disponibles para su comercialización; la oferta por parte de la empresa Fundimetales del Norte se basa en su capacidad promedio de producción estableciendo en 99 unidades de manera mensual y ofertando al año una totalidad de 1188 tambores de freno brindando un porcentaje de cobertura de 4,05% con relación a la demanda inicial establecida en base al producto de la PEA del sector, porcentaje de consumo per cápita y el consumo per cápita obteniendo como resultado 81825 unidades lo cual se proyecta con relación al crecimiento del sector automotor pesado que es de 6,73%.

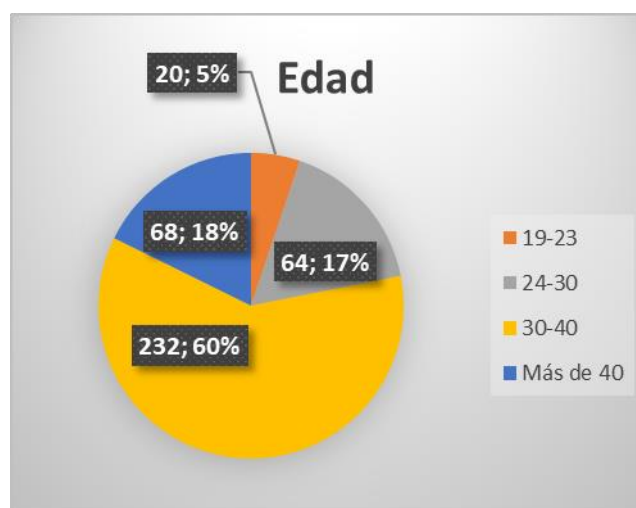
En el estudio técnico de la empresa Fundimetales del Norte se basa principalmente en el mapa de procesos establecido en la Ilustración 15, para lo cual indica que se maneja un proceso adecuado para la satisfacción del cliente tomando en cuenta que se maneja un proceso de transformación de materia prima en producto terminado de acuerdo a las solicitudes del cliente, lo cual se fortalece con el acampamiento de procesos gobernantes y de apoyo, generando el cumplimiento de pedidos y calidad en sus productos terminados.

El proceso logístico para la venta de los tambores se establece en término de negociación FCA con un valor de 250,14 dólares el cual incluye una rentabilidad del 25%, disminuyendo las responsabilidades y riesgos de la empresa, y trabajando con un valor Ex – Work de 189,53 dólares por tambor de freno comercializado y declarado para fines de aduana bajo la posición arancelaria 8708.30.21.00 que hace referencia a este producto directamente; para el transporte interno del producto se utiliza pallets con un cubicaje de 16 unidades por pallet y una total de 86 tambores por embarque en vehículo pesado de dos ejes con una capacidad de carga de 10 toneladas con un peso total de la carga de 7776 kilogramos aproximadamente.

En el estudio financiero, se toma en cuenta la inversión inicial de la empresa establecida en 102020,16 dólares, de lo cual el 98% de capital es financiado con Banco Pichincha a un plazo de 7 años, adicionalmente, se toma en cuenta los costos de producción que involucra al personal operativos y costos indirectos con un valor de 189,53 dólares por tambor de freno; en la tabla 70 se evidencia los indicadores financieros como es el VAN con un valor de 142422,64 dólares, la TIR en 23% que sobrepasa las tasas activas de entidades financieras y el Índice de rentabilidad que indica que por cada dólar invertido en el proyecto se genera una ganancia de 41 centavos, convirtiendo al proyecto en factible financieramente.

En relación a la encuesta aplicada a la población muestral se obtiene los siguientes resultados para los ítems aplicados:

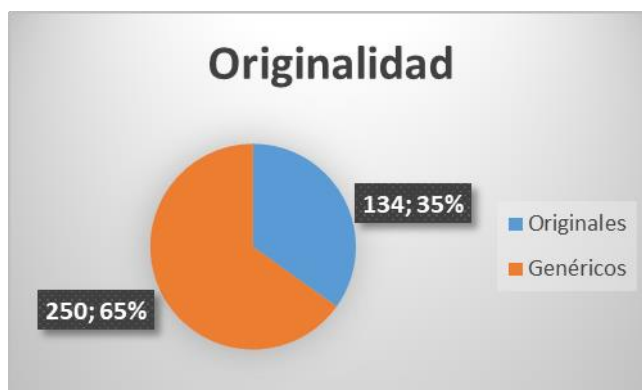
1) Edad



Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

De la población muestral obtenida se determina que las personas involucradas en el comercio y transporte mantienen una edad de 30 a 40 años con el 60%, seguido de las personas que tienen más de 40 años de edad con el 18%, el 17% con personas de 24 a 30 años y los jóvenes ocupando un 5%, indicando que las personas mantienen una gran experiencia laboral.

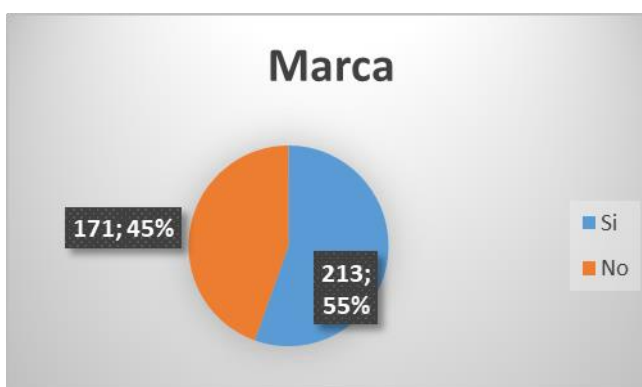
2) Al adquirir repuestos (tambores de freno) para su vehículo prefiere



Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

Existe una gran aceptación de repuestos genéricos, sin embargo, el 35% de la población encuestada prefiere los repuestos originales principalmente por motivos de confianza con el repuesto, el repuesto genérico tiene una aceptación del 65% infiriendo que se debe a los precios más bajos con relación al original.

3) Usted, ¿considera la marca del producto al momento de la compra?

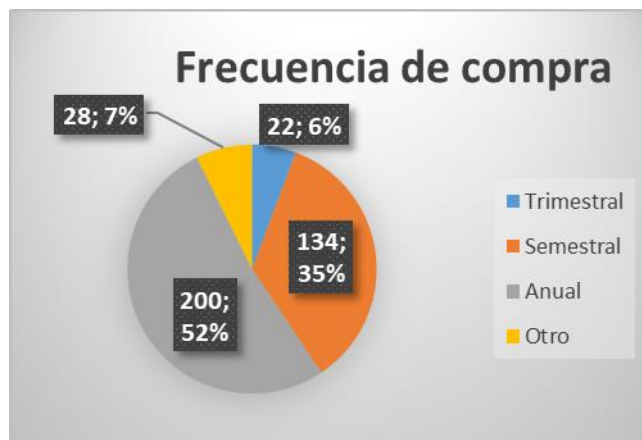


Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

Existe una escasa diferencia entre la selección de marcas, el 55% de las personas a pesar que posiblemente adquieren productos genéricos, toman en cuenta la marca del mismo ya que les

puede ofertar una mayor calidad en el producto generando un ahorro a largo plazo, y el 45% indica que le es indiferente la marca en el momento de adquirir sus tambores de freno.

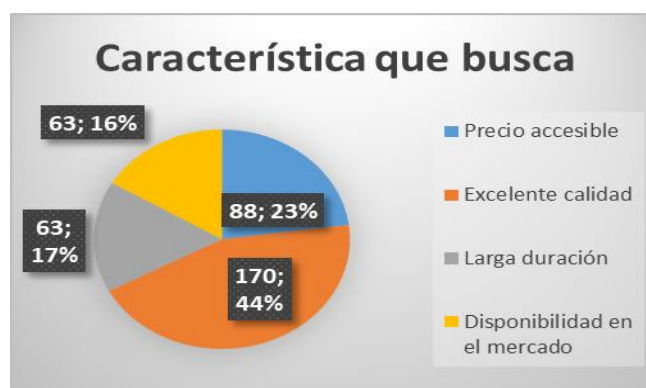
4) ¿Con qué frecuencia adquiere un tambor de freno para su vehículo



Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

La frecuencia de compra permite establecer que tan rápido se desgasta el tambor de freno en los vehículos de transporte pesado, sobre todo en los vehículos de transporte público debido a la mayor fricción que se genera por las rutas dentro de la ciudad, el 52% de la población indica que realiza el cambio de manera anual, el 35% de manera semestral ayudando estos resultados a establecer un posible número de envíos del producto.

5) Cuando usted compra repuestos para su vehículo (tambores de freno), ¿Qué es lo más importante que busca?



Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

Al momento de adquirir un tambor de freno la población encuestada indica que la principal característica a tomar en cuenta es la excelente calidad con un 44% debido a que los tambores de mayor calidad realizan su labor de detener el vehículo de una manera más eficiente, a su

vez relacionan que el precio sea accesible y tenga una larga duración con 23 y 17% respectivamente, pero la disponibilidad en el mercado no le dan gran importancia a pesar de indicar que seleccionan productos según la marca.

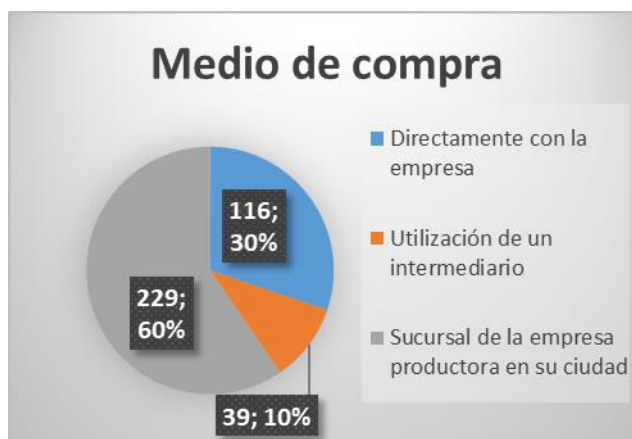
6) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un tambor de freno para camión? (de acuerdo al precio varía la calidad).



Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

La mayoría de la población prefiere un producto intermedio, es decir, que les brinde comodidad en el precio y una excelente calidad y duración con un 62%, seguido y por motivos de situación económica del país prefieren optar por productos de menor calidad a menor precio con el 30%, sin tomar en cuenta que a largo plazo les resulta con mayores pérdidas económicas y finalmente con el 8% de la población encuestada prefieren productos más costosos de mayor calidad pero su beneficio a largo plazo es más rentable.

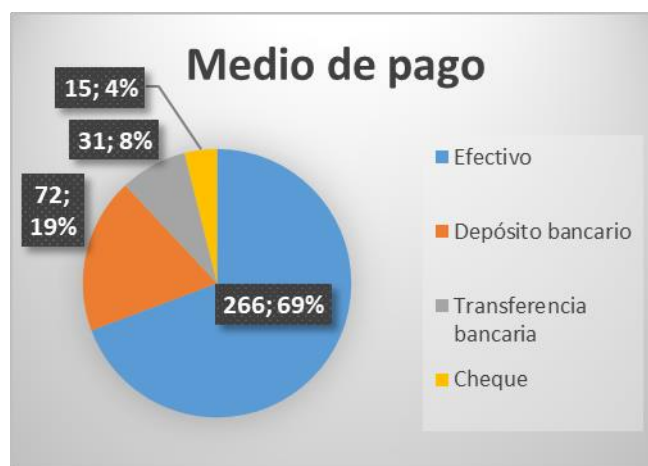
7) ¿Por cuál medio le gustaría adquirir su producto?



Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

Un factor importante a tomar en cuenta es la plaza para oferta el producto, el 60% de la población prefiere adquirir el producto en una sucursal de la empresa Fundimetales del Norte logrando observar los tambores de freno antes de la compra generándoles mayor confianza, el 30% de las personas prefieren realizarlo directamente con la empresa con la finalidad de no aumentar los costos de venta y el 10 % indica utilizar un intermediario que se encargue de disponer del producto en el mercado peruano.

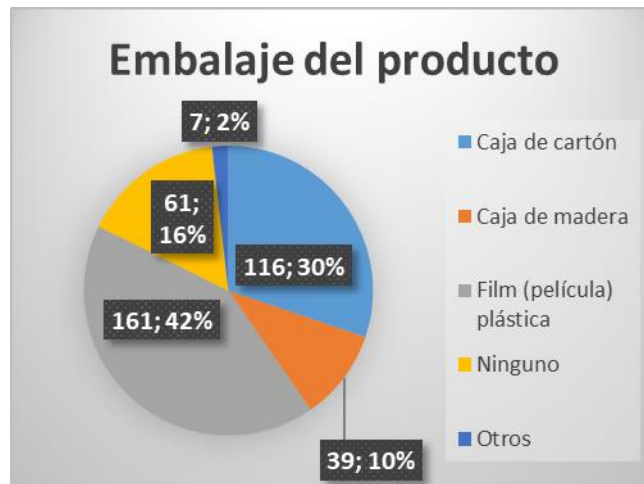
8) ¿A través de qué medios prefiere cancelar la compra de sus productos?



Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

Tomando en cuenta que la población prefiere realizar su compra en una sucursal de la empresa productora, se reafirma con el medio de pago, el 69% de la población prefiere cancelar su producto en efectivo y recibirlo en ese mismo instante, por motivos de seguridad a trasladar dinero en efectivo el 19% de los encuestados prefieren realizar el pago por un depósito bancario y debido a la cultura el 8% utiliza medio digitales y el 4% da utilización a cheques.

9) Al adquirir un tambor de freno, ¿Qué tipo embalaje prefiere para el transporte de su producto?



Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

La empresa Fundamentales del Norte se encuentra presta a incorporar un embalaje adecuado para el transporte y venta de los tambores de frenos, la población encuestada prefiere que el producto use una película plástica sobre todo para cubrir al producto frente a factores ambientales con un 42%, a continuación se tiene el 30% de personas que prefieren caja de cartón, el 16% prefieren no dar uso de embalaje disminuyendo costos, el 10% prefiere caja de madera que aumentaría el costo y peso y el 7,2% mencionan otros como el uso de espuma Flex reciclada.

4.2. DISCUSIÓN

En base a los hallazgos encontrados en la investigación se procede a la aceptación de la hipótesis o idea a defender planteada como es: La exportación de tambores de frenos de la empresa Fundimetales del Norte, brinda desarrollo y mejora los niveles económicos a la empresa fortalecido a través de la realización del estudio de factibilidad. Debido a que, si existe la factibilidad de la comercialización del producto ecuatoriano elaborado en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi a mercados internacionales, tomando en cuenta los resultados de la investigación entre las opciones de mercados establecidas se selecciona el mercado peruano por las diferentes oportunidades evidenciadas en el estudio de mercado, además logrando establecer el lugar geográfico para la comercialización de los tambores de freno como es la provincia de Lima y la ciudad de Lurín por el motivo que se encuentra establecida y considerada como la zona industrial más grande de Perú enfocada principalmente al ensamblaje de vehículos por lo que es necesario el uso de transporte pesado y transporte público en la zona.

La empresa Fundimetales del Norte busca un mayor crecimiento para consolidarse en los mercados internacionales teniendo en cuenta que financieramente hablando la empresa tiene la capacidad de crecer de acuerdo a su capacidad máxima de producción, lo cual guarda relación con lo que sostiene Escobar (2016): “Es imperativo que se disminuyan las importaciones y se fortalezca la industria nacional autopartista para disminuir la dependencia existente en las importaciones de repuestos.” De tal manera, que Fundimetales del Norte se puede convertir en uno de los proveedores principales del mercado ecuatoriano que brinde repuestos de calidad a costos bajos con relación a productos importados, pero con el apoyo del Gobierno Nacional de limitar las importaciones de repuestos especialmente chinos, buscando aportar al cambio de la matriz productiva y diversificando la capacidad de exportación de Ecuador.

De manera similar a lo que menciona Hong (2016): “los consumidores de pastillas de freno (...) la industria automotriz va creciendo día a día, lo cual permite generar nuevas ideas de negocio entonces se vuelve una idea muy rentable ya que se debe cambiar constantemente dependiendo del uso para seguridad del usuario”, coincidiendo con los resultados de la presente investigación que el consumo per cápita anual promedio de los tambores de freno se establece en 6 unidades que depende de diferentes factores los cuales presentaran un desgaste más continuo obligando a los propietarios de vehículos a adquirir productos nuevos especialmente genéricos por su bajo costo frente a productos originales, además se aporta que el crecimiento del sector automotor pesado se establece en 6,73% asegurando que la demanda del producto incrementará con relación a este valor.

Hong (2016) indica: “la durabilidad de estos productos es importante ya que es molesto cambiar a cada rato las pastillas de frenos y también requiere gastos adicionales como el tiempo y las retribuciones al trabajo de quien lo cambie”, de manera similar la empresa Fundimetales del Norte piensa en la comodidad del cliente ofertando tambores de freno a bajos costos, con materia prima de calidad y sobre todo con una duración adecuada establecida aproximadamente 100000 kilómetros de vida útil de sus productos. El producto nacional mantendrá una mayor acogida en el mercado local e internacional al ganar un reconocimiento a través de la apertura de mercados.

Se encuentra relación a lo que menciona Hong (2016): “La oportunidad de negocio se presenta ya que se puede aprovechar la materia prima dentro del entorno para obtener un producto terminado dentro del país, y así aprovechar las ventajas que se presentan como mejorar la

calidad del producto, reducir costos y aumentar la satisfacción del cliente”. De tal manera que la empresa Fundamentales del Norte utiliza en su mayor parte material nacional para la producción de tambores de freno logrando ingresar a mercados internacionales con precios competitivos como se evidencia en la tabla 29: Precios referenciales, que un tambor de freno genérico para camión Mercedes Benz que es la marca más comercializada y que acapara el mercado peruano cuesta 329,50 dólares, en cambio el tambor de freno de la empresa en estudio cancelando los derechos arancelarios e impuestos locales alcanza un valor aproximado de 250 dólares en FCA y en DDP 286 dólares

Vale recalcar, en la presente investigación se toma en cuenta solamente la población económicamente activa del sector de transporte y comercio a las cuales se pueden incluir otros sectores que puedan mantener relación con el consumo de tambores de freno obteniendo como resultado una mayor demanda insatisfecha generando una oportunidad de comercializar mayor cantidad de tambores de freno hacia Perú.

La empresa Fundamentales del Norte se ha planteado obtener una certificación ISO 16949, la cual hace referencia a la calidad en el sector automotriz, esta norma ha sido amparada por la propia industria de la Automoción, por lo que se ha convertido en un requisito de los fabricantes de vehículos más importantes del sector brindando a las empresas la facilidad de establecer contratos internacionales como proveedores de productos de calidad que brinden la máxima seguridad a los usuarios y clientes, se enfoca en el compromiso de la dirección de la empresa, la comunicación con el cliente, medición de indicadores claves.

La empresa Fundimetales del Norte no produce solamente tambores de freno, por lo cual, en el estudio financiero se puede prorratear los gastos logrando una disminución en el costo de producción del producto obteniendo una mayor competitividad en los mercados internacionales frente a otros productos similares, además parte del capital financiado ya se encuentra cancelado algunas cuotas disminuyendo su valor e incrementando su porcentaje de capital propio presentando menos egresos para la empresa.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a la población muestral se detalla que la frecuencia de compra de un tambor de freno es mayormente de manera anual y semestral, por lo cual se ha tomado en cuenta realizar envíos de tambores de frenos de manera mensual o trimestral con la finalidad de exportar la capacidad instalada de la empresa que es de 1185 unidades anuales, sin embargo, se puede aumentar o disminuir el número de envíos de

acuerdo a las solicitudes de los clientes, además se podría establecer una sucursal de la empresa en el mercado de destino ya que las personas prefieren realizar la compra directamente con la empresa o en su sucursal y sobre todo que optan por cancelar sus productos en efectivo.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El país más adecuado para la comercialización de tambores de freno de la empresa Fundimetales del Norte es Perú entre las tres opciones tomadas en cuenta como es Colombia y Panamá, aportando que Perú pertenece actualmente a la Comunidad Andina de Naciones la cual busca la facilitación del comercio exterior, de esta manera tanto Ecuador como Perú se rigen bajo normas supranacionales similares, además se selecciona Perú por la facilitación de exportar a dicho mercado ya que no mantiene un tributo Ad Valorem de 0%, no requiere de licencias de importación, se maneja la misma posición arancelaria y el impuesto al valor agregado de 16% es menor frente a Colombia de 19% y Panamá de 18%, obteniendo una mayor competitividad al ingresar al mercado peruano, además que Perú no presenta ninguna norma técnica para Certificados de conformidad en tambores de freno, solamente aplica a productos re manufacturados en su mayoría.
- Perú es uno de los países de América Latina con menor puntaje en el riesgo país frente a Colombia y muy cerca de Panamá por lo que se puede obtener una inversión extranjera para la creación de la sucursal de la empresa en el mercado de destino.
- La empresa Fundamentales del Norte dispone de gran producción de materia prima para la transformación en productos terminados de calidad teniendo como capacidad máxima 70 toneladas mensuales aproximadamente, de las cuales actualmente solo produce entre 35 y 50 toneladas y 8 de ellas están destinadas a la producción de tambores de freno para buses y camiones Mercedes Benz se toma en cuenta dicha marca porque es la más comercializada en el mercado de destino.
- Es posible ejecutar el proyecto de exportar a Perú tambores de freno, presenta un Valor actual neto de 142422,64 dólares, una TIR de 23% que está sobre las tasas activas de

entidades financieras por lo cual se aprovecha adecuadamente el financiamiento y un IR de 39 centavos por cada dólar invertido en el proyecto.

- En términos de negociación, resulta más conveniente establecer en término FCA debido a inexistencia de experiencia que dispone la empresa en mercados internacionales reduciendo costos y riesgos.
- De acuerdo a la encuesta aplicada a la PEA del sector, se establece que es necesario la implementación de un retail en el mercado de destino por parte de la empresa Fundamentales del Norte con la finalidad de brindar una atención más personalizada y atender los requerimientos del consumidor peruano.

5.2. RECOMENDACIONES

- Realizar un estudio más a fondo y específico en la producción nacional de Perú en las industrias de elaborados de metal debido a que se presenta escasos productos de origen peruano.
- Aprovechar al máximo las características de los tambores de freno de la empresa Fundamentales del Norte con la finalidad de establecer un plan de marketing que permita ingresar al mercado y ganar reconocimiento de manera más óptima.
- Tomar en cuenta la unidad de carga a utilizar para el transporte interno obteniendo una mayor rentabilidad sin desperdiciar espacio ni generando costos innecesarios.
- Utilizar pallets reciclados con la finalidad de disminuir los costos del producto tomando en cuenta que los tambores de freno son productos de una excelente dureza siendo poco susceptibles a daños en el manipuleo y transporte al mercado de destino.
- A la empresa Fundamentales del Norte, le resultaría conveniente incorporar una sucursal en el mercado de destino con lo cual podrá manejar el proceso de exportación y negociación internacional de una manera óptima logrando obtener mayores beneficios económicos y sobre el manejo del mercado, además de dar apertura a las solicitudes de los posibles clientes que prefieren una comercialización tradicional, es decir, frente a frente.
- Investigar acerca de los costos a generarse y los requisitos a cumplir para incorporar una sucursal en el mercado peruano.

- Enfocarse en la obtención de norma ISO 16949 con la finalidad de comercializar productos internacionalmente certificados de excelente calidad y un proceso adecuado de elaboración facilitando el ingreso a mercados internacionales.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Central de Inteligencia, (2018), revisado en: <https://www.cia.gov/>
- AMYCOS, (2012), Me pregunto, ¿qué es... el comercio internacional, revisado en: <http://amycos.org/admcms/wp-content/uploads/2012/04/162783EA-215E-95CD-86A4E3301F66E7A0.pdf>, recuperado el 30 de enero de 2018.
- Arias, F. (2012), El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica, Caracas, Venezuela: EDITORIAL EPISTEME, C.A.
- Aristega, K. et al. (2017), Plan de Exportación de Madera Aserrada de balsa al mercado de Valparaíso – Chile, Guayaquil – Ecuador.
- Arqueros , A. (2009). Exportación de la fresa . Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos82/exportacion-fresa/exportacion-fresa2.shtml>
- ASAMBLEA NACIONAL, (2010), Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones, Quito: Lexis.
- ASAMBLEA NACIONAL. (2008). Constitución Política de la República del Ecuador
- ASAMBLEA NACIONAL. (2010). Condigo Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones. Quito: LEXIS.
- Asociación Automotriz del Perú, (2018), Venta e Inmatriculación de Vehículos Nuevos 2018, revisado en: http://aap.org.pe/estadisticas/ventas_inmatriculaciones_vehiculos_nuevos/inm-2018/, recuperado el 12 de junio de 2018.
- ASOCIACION DE EMPRESAS AUTOMOTRICES DEL ECUADOR. (2017). AUTOMOTIVE SECTOR in figures. QUITO.
- Banco Central del Ecuador, (2018), revisado en: <https://www.bce.fin.ec/>
- Banco de la República – Colombia, (2018) ¿Qué es gasto público?, revisado en: <http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-gasto-p-blico>, recuperado el 25 de febrero de 2018.
- Banco Mundial, (2018), Datos. Revisado en: <https://datos.bancomundial.org>

Banco Santander S.A., (2018), INCOTERMS 2010, revisado en: <https://es.portal.santandertrade.com/banca/incoterms-2010>, recuperado el 04 de agosto de 2018

Bautista, J. (2014), Barreras No Arancelarias, revisado en: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/barreras-no-arancelarias>, recuperado el 20 de febrero de 2018.

BBVA Research, (s.f.), Conozca el perfil del consumidor peruano y las oportunidades del retail en el país, revisado en: <https://gestion.pe/economia/conozca-perfil-consumidor-peruano-oportunidades-retail-pais-118931?foto=10>, recuperado el 26 de febrero de 2018.

Castro, J. (2015), ¿Qué es el balance general y cuáles son sus objetivos?, revisado en: <http://blog.corponet.com.mx/que-es-el-balance-general-y-cuales-son-sus-objetivos>, recuperado el 16 de julio de 2018.

CEPAL, (2009), Estructura por edad, revisado en: https://celade.cepal.org/redatam/pryesp/cairo/WebHelp/Metalatina/estructura_por_edad.htm, recuperado el 15 de febrero de 2017

Cerón, D. (s.f.), Aspectos Políticos de Ecuador, revisado en: <https://es.scribd.com/document/178837029/Aspectos-Politicos-de-Ecuador>, recuperado el 26 de febrero de 2018.

Choquehuayta, S. (2017). Componentes del estudio de factibilidad de un proyecto. Recuperado el 14 de Marzo de 2017, de http://www.academia.edu/9684413/COMPONENTES_DEL_ESTUDIO_DE_FACTIBILIDAD_DE_UN_PROYECTO

CobusGroup, (2018), revisado en: <https://www.cobusecuador.ec/>

Comisión de legislación y codificación, (2004), Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno – LORTI.

Comisión de legislación y codificación, (2005), Código del Trabajo. Quito: Lexis

Consejo de Desarrollo Económico, tecnológico y de exportación del Estado Aragua, (2018), revisado en: <http://www.codetaragua.gob.ve/archivos/File/Colombia.pdf>, recuperado el 25 de febrero de 2018.

Cuellar, C. (2009), Licencias de Importación, ¿qué son? y ¿para qué sirven?, revisado en: <https://asesoramientocomex.wordpress.com/2009/09/26/asesoramiento-dirigido-a/>, recuperado el 20 de febrero de 2018.

Datosmacro, (2018), revisado en: <https://www.datosmacro.com>

Desarrollo Peruano (2018), El Perú en el Ranking Latinoamericano: Riesgo País (A Enero del 2018), revisado en: http://desarrolloperuano.blogspot.com/2018/01/el-peru-en-el-ranking-latinoamericano_13.html, recuperado el 25 de febrero de 2018.

DiarioUno, (2017), Isuzu es la marca más vendida en el sector de camiones, revisado en: <http://diariouno.pe/isuzu-es-la-marca-mas-vendida-en-el-sector-de-camiones/>, recuperado el 11 de junio de 2018.

Economipedia, (2015), Tasa de desempleo, revisado en: <http://economipedia.com/definiciones/tasa-de-desempleo-paro.html>, recuperado el 31 de enero de 2018.

El Comercio, (2016), Crecimiento del sector automotriz sería de 10% en el 2017, revisado en: <https://elcomercio.pe/economia/peru/crecimiento-sector-automotriz-seria-10-2017-230274>, recuperado el 27 de febrero de 2018.

Escareno, E. (03 de Febrero de 2015). Estructura y componentes de un estudio de factibilidad. Recuperado el 14 de Marzo de 2017, de <https://prezi.com/fznlhauypsfa/estructura-y-componentes-de-un-estudio-de-factibilidad/>

Escobar, C. (2016), Estudio analítico de la oferta local de autopartes requeridas en procesos de mantenimiento preventivo para vehículos livianos que se encuentran ubicados en el Ecuador, Quito.

European and Latin American Business Services, (2018), Ficha ELANBiz: Viaje de Negocios al Perú, España.

Faican, A. (2011), ¿Qué son barreras arancelarias?, revisado en: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/forum/topics/qu-son-barreras-arancelarias>, recuperado el 19 de febrero de 2018.

Fundimetales del Norte, (s.f.), Productos, revisado en: <http://www.fundimetalesdelnorte.com/index.php/productos>, recuperado el 26 de febrero de 2018.

Gitman, L. (2009). Fundamentos de inversiones. México: Pearson Educación.

Glejberman, D. (2012), Conceptos y definiciones: Población Económicamente Activa Empleo, revisado en: <http://recap.itcilo.org/es/documentos/files-imt2/es/dg5>, recuperado el 01 de febrero de 2018.

Grupo RPP, (2014), La primera ciudad industrial del Perú se construirá en Lurín y será así, revisado en: <http://rpp.pe/lima/actualidad/la-primera-ciudad-industrial-del-peru-se-construira-en-lurin-y-sera-asi-noticia-958066>, recuperado el 11 de junio de 2018.

Hong, G. (2016). Plan de negocios para la creación de una empresa ensambladora de pastillas de frenos en Ecuador. Quito – Ecuador.

Instituto Nacional de Estadística e Informática, (s.f). revisado en: <https://www.inei.gob.pe/>

Iñamagua, R. et al. (2013). Estudio de factibilidad para la creación de una sucursal del comercial “Moto Repuesto Mary” y servicio técnico en el cantón Simón Bolívar. Milagro – Ecuador.

Jiménez, D. (2017). Tipo de cambio, revisado en: <http://economipedia.com/definiciones/tipo-de-cambio.html>, recuperado el 15 de febrero de 2017.

Lanzagorta, J. (2014), Controla tu flujo neto de efectivo, revisado en: <https://planeatusfinanzas.com/controla-tu-flujo-neto-de-efectivo/>, recuperado el 16 de julio de 2018.

Lorenzo, M. (15 de Febrero de 2017). El estudio de mercado y el análisis DAFO. Obtenido de <http://colibris.es/blog/estudio-mercado-analisis-dafo/>

Market Access Map, (2018), revisado en: <http://www.macmap.org>

Márquez, D. (5 de Mayo de 2014). Sistemas II ejercicios de estudio de factibilidad. Recuperado el 14 de Marzo de 2017, de <http://dianaiupsm.blogspot.com/2014/05/sistemas-ii-ejercicios-de-estudio-de.htm>

Martínez, R. (2016), Factibilidad de proyecto, revisado en: <https://es.slideshare.net/rafaelmartinezzarate1/factibilidad-de-proyecto>, recuperado el 30 de enero de 2018.

Mendoza, S. et al (2015). La Importancia del Comercio Internacional en Latinoamérica. Recuperado el 09 de noviembre de 2017, de <http://www20.iadb.org/intal/catalogo/PE/2015/15148.pdf>

Ministerio de la Producción, (2018), Producción de las industrias de elaborados de metal.

Navarro, J. (29 de octubre de 2008). ¿Qué es la oferta y la demanda? Recuperado el 14 de abril de 2017, de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>

Observatorio Demográfico número 7 (abril 2009), División de Población de la CEPAL (<http://www.cepal.org/celade>).

Oña, J. (2015). Diagnóstico y propuesta de reestructuración del área administrativa y comercial de la empresa “Distribuidora Oña” mediante la elaboración de un plan estratégico, Quito – Ecuador.

Orellana, M. (2015), Localización geográfica 2 relativa y absoluta, revisado en: <https://www.slideshare.net/MiguelOrellanaGuerra/localizacin-geografica-2-relativa-y-absoluta>, recuperado el 25 de febrero de 2018.

Paspuel, W. (2015). Los repuestos chinos para vehículos ganan mercado en el país. Recuperado el 14 de abril de 2017, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/repuestos-chinos-vehiculos-mercado-ecuador.html>

Pérez, L. (2010), 4. balanza de pagos, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Ponce, B. (2017). Inflación, revisado en: <https://issuu.com/baironponce/docs/inflacion>, recuperado el 15 de febrero de 2017.

Prochile, (2015), Cómo hacer negocios con Panamá, Oficina Comercial Panamá, Panamá. Pág. 14.

Ricardo, D. (1817), On the principles of Political Economy, and taxation. España: Ediciones Pirámide, Edición en español.

Rodríguez, J. et al, (2011), Población, territorio y desarrollo sostenible, CELADE, Chile.

Romero, Y. (2011), ¿Qué son las normas de cortesía?, revisado en: <https://yamiletjrg.wordpress.com/2011/12/08/que-son-las-normas-de-cortesia/>, recuperado el 25 de febrero de 2018.

Romo, H. (2004), Regreso hacia una economía humana: el indicador de desarrollo humano, revisado en: <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/61/4/RCE4.pdf>, recuperado el 30 de enero de 2018.

Saez, S. (s.f.) El papel de los acuerdos comerciales en el comercio, CEPAL, Santiago de Chile.

SAGARPA. (2017), Estimación del consuno nacional aparente, México. Revisado en: <https://www.sagarpa.gob.mx/ganaderia/Estadisticas/Lists/Estadsticas/Attachments/5/Estimaci>

%C3%B3n%20del%20Consumo%20Nacional%20Aparente%201990-2005%20Huevo%20para%20plato.pdf, recuperado el 25 de marzo de 2018.

SENPLADES. (2015). Agenda zonal ZONA 1 - NORTE

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, (2018), Arancel del Ecuador, revisado en; <https://www.aduana.gob.ec/>

Soberanes, L. (2013), Lenguaje, lengua y habla, revisado en: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa3/Lenguaje,%20Lengua%20y%20Habla.pdf, recuperado el 25 de febrero de 2018.

Tovar, E. (2013), Sistema de frenos y turbo, revisado en: <https://prezi.com/puofng-z7jcj/sistema-de-frenos-y-turbo/>, recuperado el 15 de julio de 2018

Trademap, (2018), revisado en: <https://www.trademap.org/>

VII. ANEXOS

Anexo 1 Solicitud a empresa para autorización a ejecutar el proyecto

Tulcán, 09 de mayo de 2017

SEÑORES FUNDIMETALES DEL NORTE

Sr. Alirio López
Gerente de Fundimetales del Norte
Presente

Yo **Cristian Andrés Gómez Arévalo**, con C.I.: **040192671-2**, estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, me encuentro desarrollando el proyecto de titulación para la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, para lo cual he tomado en cuenta los productos (tambor de frenos) que su prestigiosa empresa elabora, por tal motivo solicito a usted de la manera más cordial me permita trabajar conjuntamente con su empresa facilitándome toda la información pertinente y que sea necesaria en el desarrollo del proyecto mencionado.

Por su cordial atención agradezco anticipadamente.

Atentamente,



Sr. Cristian Andrés Gómez Arévalo

C.I.: 040192671-2

**FUNDIMETALES
DEL NORTE**

Jose Alirio Lopez Martinez
PROPIETARIO

CC 0401-00012001 Telf

TULCAN ECUADOR

Recibido por:

10- mayo- 2017.

JSC Alirio Lopez Martinez

Anexo 2 Oficio aceptación empresa Fundimetales del Norte



**FUNDIMETALES DEL
NORTE**

DEDICADOS A LA METALURGIA
DESDE 1996

Av. Brasil y Panamá (Vía al Aeropuerto)
Tulcán.

Teléfonos: 0999388020 (Tulcán) - 0988346701
(Quito).

Tulcán, 12 de mayo de 2017

Cristian Andrés Gómez Arévalo

Presente. -

Cordial Saludo

Yo, José Alirio López Martínez, con cédula de ciudadanía 040156381-2, autorizo a usted desarrollar su trabajo de titulación para que obtenga su título en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi comprometiéndome a mi empresa y colaboradores a facilitarle la información verídica y pertinente según lo necesite.

Atentamente:

Jose Alirio Lopez M.

Gerente

Sr. Alirio López

**FUNDIMETALES
DEL NORTE**

Jose Alirio Lopez Martinez
PROPIETARIO

TEL: 0999388020

Tel:

TULCAN, ECUADOR

Anexo 3 *Fundamentación legal*

Constitución Política de la República del Ecuador

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Art. 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.

Art. 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.

Organización Mundial del Comercio

Los Acuerdos de la OMC abarcan las mercancías, los servicios y la propiedad intelectual. En ellos se establecen los principios de la liberalización, así como las excepciones permitidas. Incluyen los compromisos contraídos por los distintos países de reducir los aranceles aduaneros y otros obstáculos al comercio y de abrir y mantener abiertos los mercados de servicios. Establecen procedimientos para la solución de diferencias. Esos Acuerdos no son estáticos; son de vez en cuando objeto de nuevas negociaciones, y pueden añadirse al conjunto nuevos acuerdos.

Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

Acuerdo sobre facilitación del comercio:

Artículo 8: Cooperación entre los organismos que intervienen en la frontera. - Cada Miembro se asegurará de que sus autoridades y organismos encargados de los controles en frontera y los procedimientos relacionados con la importación, la exportación y el tránsito de mercancías cooperen entre sí y coordinen sus actividades para facilitar el comercio.

Acuerdo General sobre el comercio de servicios

Artículo II: Trato de la nación más favorecida.- cada Miembro otorgará inmediata e incondicionalmente a los servicios y a los proveedores de servicios de cualquier otro Miembro un trato no menos favorable que el que conceda a los servicios similares y a los proveedores de servicios similares de cualquier otro país.

Objetivos:

- Acelerar el crecimiento y la generación de empleo laboral para los habitantes de los Países Miembros.
- Disminuir la vulnerabilidad externa y mejorar la posición de los Países Miembros en el contexto económico internacional.

Decisión 770: Facilitación del Comercio en materia aduanera en la Comunidad Andina

Artículo 1.- El Plan Estratégico de la Comunidad Andina sobre Facilitación del Comercio en Materia Aduanera tiene por finalidad responder a la necesidad de plantear nuevas iniciativas en el ámbito aduanero comunitario andino, las cuales contribuyan a facilitar el comercio entre sus Países Miembros y con terceros países; en concordancia con las líneas de acción de la Comunidad Andina y del marco normativo internacional sobre la materia.

Artículo 4.- El Plan Estratégico de la Comunidad Andina sobre Facilitación del Comercio en materia aduanera tendrá como Misión Comunitaria, el fortalecer las capacidades de los servicios aduaneros y coordinar la generación e implementación de normativa, procesos y mecanismos armonizados, orientados a facilitar el comercio de mercancías en la región, para contribuir al desarrollo de los Países Miembros

Decisión 399: Transporte internacional de mercancías por carretera

Artículo 2.- La presente Decisión establece las condiciones para la prestación del servicio de transporte internacional de mercancías por carretera entre los Países Miembros del Acuerdo de Cartagena, con el objeto de liberalizar su oferta.

Artículo 4.- Los Países Miembros acuerdan homologar las autorizaciones y los documentos de transporte y eliminar toda medida restrictiva que afecte o pueda afectar las operaciones de transporte internacional.

Artículo 75.- El transporte internacional de mercancías por carretera debe estar amparado por una CPIC, la cual será suscrita por el remitente y el transportista autorizado o por sus representantes o agentes.

Artículo 122.- El remitente está obligado a proporcionar al transportista

	<p>autorizado la información necesaria que debe ser consignada en la CPIC.</p>
	<p>Art. 4.- Fines. - La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco eficiente; o. Fomentar y diversificar las exportaciones; p. Facilitar las operaciones de comercio exterior <p>Art. 93.- Fomento a la exportación. - 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</p>
<p>Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones</p>	<p>Art. 104.- Principios Fundamentales. - A más de los establecidos en la Constitución de la República, serán principios fundamentales de esta normativa los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Facilitación al Comercio Exterior b. Control aduanero c. Cooperación e intercambio de información d. Buena fe e. Publicidad
<p>Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones</p>	<p>Art. 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.</p>
<p>Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria</p>	<p>Art. 132.- Medidas de fomento.- El Estado establecerá las siguientes medidas de fomento a favor de las personas y organizaciones amparadas por esta Ley: 1. Contratación Pública.- El ente rector del sistema nacional de contratación pública de forma obligatoria implementará en los procedimientos de contratación pública establecidos en la Ley de la materia, márgenes de preferencia a favor de las personas y organizaciones regidas por esta Ley</p>

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

Anexo 4 *Fundamentación legal Plan Nacional de Desarrollo*

**Plan Nacional de
Desarrollo 2017 –
2021 – Toda una vida**

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas

- Garantizar el acceso al trabajo digno y la seguridad social de todas las personas.
- Promover el uso y el disfrute de un hábitat seguro, que permita el acceso equitativo a los espacios públicos con enfoque inclusivo.

Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización

- Canalizar los recursos económicos hacia el sector productivo, promoviendo fuentes alternativas de financiamiento y la inversión a largo plazo, con articulación entre la banca pública, el sector financiero privado y el sector financiero popular y solidario.
- Fortalecer el sistema de dolarización, promoviendo un mayor ingreso neto de divisas; fomentando la oferta exportable no petrolera
- Incentivar la inversión privada nacional y extranjera de largo plazo, generadora de empleo y transferencia tecnológica, intensiva en componente nacional y con producción limpia

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad

para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria

Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación.

Promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, la protección de la propiedad intelectual.

Fuente: Plan Nacional de desarrollo (2017)

Elaborado por: Cristian Gómez

Anexo 5 Entrevista a Gerente de Empresa Fundimetales del Norte



UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL,

INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

Entrevista dirigida al Gerente de la empresa “Fundimetales del Norte”

OBJETIVO: Diagnosticar la factibilidad de la producción y comercialización internacional de los tambores de freno elaborados por la empresa Fundimetales del Norte ubicada en la ciudad de Tulcán – Carchi – Ecuador.

NOTA: La información proporcionada será utilizada estrictamente con FINES ACADÉMICOS.

Nombre del representante legal: Sr. Alirio López.

Fecha de la entrevista: 04 de julio de 2018

1. ¿Cuál es el principal objetivo de la empresa?

Nuestro objetivo es llegar a establecer acuerdos con las ensambladoras nacionales para brindarles nuestros productos de calidad a menores costos por cuestiones de restricciones en las importaciones”. Adicionalmente la empresa ya posee una cobertura con sus productos a nivel nacional disponiendo su matriz en la ciudad de Tulcán y una sucursal en la capital del Ecuador, Quito.

2. ¿Cuáles son los activos fijos que posee la empresa Fundimetales del Norte para la elaboración de los tambores de freno?

La totalidad de activos fijos que maneja actualmente se establece en 700000 dólares.

3. ¿Cuáles fueron los gastos de constitución de la empresa?

La empresa se inició como una persona natural, obteniendo inicialmente el RUC, permisos de funcionamiento y licencias ambientales correspondientes llegando a alcanzar una totalidad de 12000 dólares.

4. ¿En la actualidad la empresa mantiene capital propio o algún tipo de financiamiento?

La empresa actualmente maneja un capital propio de 300000 dólares en inventario, adicionalmente se mantiene un financiamiento con Banco Pichincha de 100000 dólares por 7 años, acreditado en el mes de febrero de 2018

5. ¿Cómo es el proceso de elaboración de los tambores de freno?

El proceso consta de 4 pasos fundamentales los cuales son: moldeo, fundición, maquinado y almacenamiento o venta.

6. ¿Cuáles considera usted que son las características principales de su producto?

Las características a destacar del producto son excelente calidad en materia prima por lo tanto en el producto terminado, precisión en la elaboración y medidas del producto, excelente presentación y representatividad.

7. En términos normales de uso, ¿Cuál es la vida útil del producto?

Existen diferentes factores a considerar para estimar la vida útil del producto, pero se puede establecer en un promedio de 100000 kilómetros de recorrido debido al desgaste normal existente entre los componentes de frenado.

8. ¿Cuál es la composición material de los tambores de freno?

La composición material de los tambores se maneja tres componentes principales como son: hierro en un 94%, carbono en un 3,3% y silicio con un 2,1% y lo restante de 0,6% se complementa con otros minerales.

9. ¿Cuál es el costo de producción de los tambores de freno para camiones Mercedes Benz?

Los costos de producción de los tambores de freno se los estima por kilogramo de materia prima producida que se establece en 2,00 dólares por kilogramo.

10. ¿Cuáles son los costos de materia prima que utiliza para la elaboración?

El costo de solamente la materia prima para obtener la materia prima procesada o fundición se establece en 1,75 dólares por kilo.

11. ¿Cuáles son los costos de mano de obra que emplea para la elaboración?

La empresa mantiene una totalidad de 24 colaboradores para cubrir los salarios de ellos se maneja mensualmente 11500 dólares.

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

Los costos que se generar para la elaboración de los tambores de freno de Mercedes Benz en maquinaria y herramienta son de 1000 dólares.

13. ¿Cuáles son los costos indirectos de fabricación de su producto?

Los costos indirectos de fabricación como servicios básicos, embalajes y demás se establece en 2000 dólares.

14. ¿Qué tipo de envase, empaque y embalaje utiliza la empresa para el transporte de sus productos al cliente final?

El principal empaque que se utiliza para el transporte de los productos terminados es la estiba, en la cual se agrupa los tambores máximo 16 unidades por estiba y son sujetos con zunchos adecuados para soportar el peso de los tambores.

15. ¿Cuáles son sus proveedores de materia prima?

Se mantiene 4 proveedores principales de materia prima como son:

- De hierro: Erick Terán, ubicado en la ciudad de Guayaquil – Ecuador.
- De aleaciones: Quintalec, ubicado en la ciudad de Quito – Ecuador.
- De bentonitas (arenas): Bentocol, ubicado en la ciudad de Bogotá – Colombia.
- De carbón coke: Carbocoque S.A., ubicado en la ciudad de Cali – Colombia.

16. ¿Cuántos colaboradores intervienen en el proceso de producción del producto?

Intervienen 2 colaboradores directos en el proceso de producción del tambor y 10 colaboradores indirectos en el proceso de fundición de materia prima.

17. ¿Cuántos colaboradores se encargan de preparar el producto para el transporte?

Para la preparación del despacho del producto se encarga un solo colaborador debidamente capacitado.

18. ¿Cuál es el precio al cual empresa oferta los tambores de freno?

De acuerdo a lo mencionado anteriormente un tambor de freno para camiones o buses Mercedes Benz se encuentra con un peso de 81 kg, dando un precio total de 210 dólares con una rentabilidad del 30%

19. ¿Cuál es la rentabilidad económica promedio por cada tambor vendido?

La rentabilidad promedio que maneja la empresa en la venta de los productos varía entre un 25% y 30%

20. ¿Cuál es su producción mensual promedio de los tambores de freno para camiones Mercedes Benz?

De la producción total de materia prima para la elaboración de los productos se establece en 8 toneladas, y cada tambor utiliza 81 kilogramos de materia prima dando como resultado una producción mensual de 99 tambores de freno para camiones y buses Mercedes Benz

21. ¿Cuál es la máxima capacidad de producción para la elaboración del producto?

La capacidad máxima de producción de la empresa para tambores de freno, obteniendo compradores potenciales se aproxima a 35 o 40 toneladas de materia prima para la elaboración de los mismos que actualmente se aproxima al 20% de la producción de la empresa debido a la gran diversidad de productos que se oferta, adicional se puede producir una totalidad de 70 toneladas de materia prima fundida.

22. ¿Cuál es el peso promedio de un tambor de freno para camión de servicio público y transporte pesado?

El peso promedio para este tipo de tambores se establece en 81 kilogramos por tambor.

23. ¿Qué respaldo otorga la empresa al momento de vender su producto?

La empresa otorga la respectiva factura de venta con lo cual se otorga al cliente una garantía de 6 meses del producto.

24. ¿Usted facilita el certificado de origen de su producto?

Si x

No ¿Por qué? _____

25. ¿En qué término conoce las leyes y normas técnicas para la comercialización internacional de su producto?

Alto _____

Medio x

Bajo _____

26. ¿En qué medida conoce usted el procedimiento logístico para la exportación de su producto?

Alto _____

Medio _____

Bajo x

27. ¿Cuáles son las formas de cobro que la empresa utiliza?

Para las ventas la empresa utiliza un vendedor directo, y en las formas de pago se maneja transferencias bancarias, cheques y efectivo.

28. ¿La empresa está dispuesta a preparar el producto (envase) de acuerdo a lo que solicita el cliente?

Para el mercado nacional no existe una exigencia en el envase del producto, pero si existe una solicitud por parte de los clientes se acondicionaría el producto de acuerdo a la necesidad.

Anexo 6 *Cuestionario preferencias consumo tambores de freno*

ENCUESTA PREFERENCIA CONSUMO TAMBORES DE FRENO

Buenos días /tardes, la presente encuesta tiene como finalidad determinar las tendencias y preferencias del consumidor en el mercado de los tambores de freno de camiones. Por favor, dedique unos minutos a completar esta pequeña encuesta, la información proporcionada será utilizada con fines netamente académicos.

1) Edad

- a. 19-23
- b. 24-30
- c. 30-40
- d. Más de 40

2) Al adquirir repuestos (tambores de freno) para su vehículo prefiere:

- a. Originales
- b. Genéricos

3) Usted ¿considera la marca del producto al momento de la compra?

- a. Si
- b. No

4) ¿Con qué frecuencia adquiere un tambor de freno para su vehículo?

- a. Trimestral
- b. Semestral
- c. Anual
- d. Otro. ¿Cuál? _____

5) Cuando usted compra repuestos para su vehículo (tambores de freno), ¿qué es lo más importante que busca?

- a. Precio accesible
- b. Excelente calidad
- c. Larga duración
- d. Disponibilidad

- 6) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un tambor de freno para camión? (de acuerdo al precio varía la calidad).**
- a. \$200 - \$220
 - b. \$220 – \$240
 - c. \$260 - \$280
- 7) ¿Por cuál medio le gustaría adquirir su producto?**
- a. Directamente con la empresa
 - b. Utilización de un intermediario
 - c. Sucursal de la empresa productora en su ciudad
- 8) ¿A través de qué medios prefiere cancelar la compra de sus productos?**
- a. Efectivo
 - b. Depósito bancario
 - c. Transferencia bancaria
 - d. Cheque
- 9) Al adquirir un tambor de freno, ¿Qué tipo embalaje prefiere para el transporte de su producto?**
- a. Caja de cartón
 - b. Caja de madera
 - c. Film plástico
 - d. Otro. ¿Cuál? _____

Anexo 7 Rol de pagos anuales administrativos

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

GERENTE

DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021	2022
SUELDO BÁSICO	9600,00	9882,24	10172,78	10471,86	10779,73	11096,65
APT. PATRONAL	1070,40	1101,87	1134,26	1167,61	1201,94	1237,28
FONDO DE RESERVA		800,00	823,52	847,73	872,65	898,31
VACACIONES	400,00	411,76	423,87	436,33	449,16	462,36
DÉCIMO TERCERO	800,00	823,52	847,73	872,65	898,31	924,72
DÉCIMO CUARTO	386,00	397,35	409,03	421,06	433,43	446,18
TOTAL	12256,40	13416,74	13811,19	14217,24	14635,23	15065,50

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

SECRETARIO/A

DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021	2022
SUELDO BÁSICO	4800,00	4941,12	5086,39	5235,93	5389,87	5548,33
APT. PATRONAL	535,20	550,93	567,13	583,81	600,97	618,64
FONDO DE RESERVA		400,00	411,76	423,87	436,33	449,16
VACACIONES	200,00	205,88	211,93	218,16	224,58	231,18
DÉCIMO TERCERO	400,00	411,76	423,87	436,33	449,16	462,36
DÉCIMO CUARTO	386,00	397,35	409,03	421,06	433,43	446,18
TOTAL	6321,20	6907,04	7110,11	7319,15	7534,33	7755,84

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

Anexo 8 Rol de pagos anuales operativos

MANO DE OBRA DIRECTA PRODUCCIÓN

OPERARIOS 4

DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021	2022
SUELDO BÁSICO	18528,00	19072,72	19633,46	20210,69	20804,88	21416,54
APT. PATRONAL	2065,87	2126,61	2189,13	2253,49	2319,74	2387,94
FONDO DE RESERVA		1544,00	1589,39	1636,12	1684,22	1733,74
VACACIONES	772,00	794,70	818,06	842,11	866,87	892,36
DÉCIMO TERCERO	386,00	397,35	409,03	421,06	433,43	446,18
DÉCIMO CUARTO	1544,00	1589,39	1636,12	1684,22	1733,74	1784,71
TOTAL	23295,87	25524,77	26275,20	27047,69	27842,89	28661,47

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristian Gómez

Anexo 9: Evidencia fotográfica de tambores de la empresa Fundimetales del Norte





UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: CRISTIAN ANDRÉS GÓMEZ ARÉVALO CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401926712
NIVEL/PARALELO: EGRESADO PERIODO ACADÉMICO: OCT. 2017 - FEB. 2018

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE TAMBORES DE FRENO DE LA EMPRESA FUNDIMETALES DEL NORTE A MERCADOS INTERNACIONALES".

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. GERMÁN GEORING RUIZ RIVADENEIRA
LECTOR: MSC. JOSÉ EDISON CAZA GUEVARA
ASESOR: MSC. LUIS RAMIRO GARCÍA REVELO

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 3 AULA: 8
FECHA: 20 de noviembre del 2018
HORA: 16H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,40
2) Trabajo escrito 2,40
Nota final de PRE DEFENSA 7,80

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el 20 de noviembre del 2018

MSC. GERMÁN GEORING RUIZ RIVADENEIRA
PRESIDENTE

MSC. LUIS RAMIRO GARCÍA REVELO
TUTOR

MSC. JOSÉ EDISON CAZA GUEVARA
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

