



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Universidad del Azuay

Facultad de Ciencias Jurídicas

Escuela de Estudios Internacionales

“Plan de internacionalización de las duchas eléctricas de Acrilo Butadieno Estireno
de la marca cuencana TERMO PLASTIC al mercado de PIURA-PERÚ”

**Tesis previa a la Obtención del Título de Licenciadas en Estudios
Internacionales mención Bilingüe en Comercio Exterior**

Autores:

María Fernanda Alvarez Cordero

Jennifer Ruilova Guzmán

Director: Dra. Claudia Inés Campoverde Cárdenas

Cuenca – Ecuador

2019

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo de graduación a nuestros padres, quienes han sido el motor principal de nuestra vida; a nuestros hermanos/as por haber compartido nuestras alegrías y tristezas.

Gracias, por tanto.

Agradecimiento

Debemos agradecer a una gran cantidad de personas que han compartido con nosotras este largo camino.

Principalmente queremos agradecer a nuestros padres, quienes siempre nos apoyaron y brindaron sus consejos y sabiduría en cada etapa de nuestras vidas. A nuestros abuelos, quienes siempre nos regalaron su amor y cariño.

Queremos también agradecer a todos los docentes de la carrera de Estudios Internacionales de la Universidad del Azuay, quienes con todo el cariño nos transmitieron sus conocimientos y nos motivaron a ser personas de bien y buenas profesionales.

También debemos agradecer a nuestra profesora y directora de tesis, Dra. Claudia Inés Campoverde Cárdenas, quien ha sido un pilar fundamental en la elaboración de nuestro trabajo de titulación.

De manera muy especial, agradecemos al Ing. Juan Alvarez, Gerente General de la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda, al Ing. Antonio Torres, Especialista en Logística Aduanera, al Ing. Luis Salcedo, Especialista Zonal de PRO ECUADOR, y al Ing. Rafael Sánchez, Director Zonal del INEN en el Azuay, personas que dedicaron su tiempo, conocimiento y experiencia para la realización de este trabajo.

Por último, queremos dar las gracias a nuestras amigas, *las gordas*, quienes compartieron con nosotras la gran experiencia de la vida universitaria; sin ustedes la universidad no sería la misma.

Índice de contenidos

| | |
|-----------------------------------------------------------|----------|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO 1: LA EMPRESA JUAN ALVAREZ Cía. Ltda..... | 2 |
| INTRODUCCIÓN..... | 2 |
| IMPORTANCIA DE LA MYPYME EN EL ECUADOR | 3 |
| LA EMPRESA | 6 |
| Reseña histórica | 6 |
| Misión | 7 |
| Visión..... | 7 |
| Objetivo | 7 |
| Valores | 7 |
| ORGANIZACIÓN Y ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA..... | 9 |
| Estructura organizacional | 9 |
| Descripción de las áreas y funciones | 10 |
| CADENA DE VALOR | 14 |
| Recolección y preparación de materia prima..... | 14 |
| Área de deshidratado | 14 |
| Área de inyección del plástico | 14 |
| Área de impresión..... | 14 |
| Bodega de productos en proceso | 14 |
| Área de pre-ensamble | 15 |
| Primera área de control de calidad..... | 15 |
| Área de ensamble..... | 15 |
| Segunda y tercera etapa de control de calidad..... | 15 |
| Área de empaçado..... | 15 |
| Bodega No. 1 de producto terminado | 16 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| INSTALACIONES | 16 |
| Capacidad de producción..... | 16 |
| Flexibilidad de producción | 17 |
| CARACTERÍSTICA DEL PRODUCTO | 17 |
| Descripción del producto | 17 |
| Portafolio de producto | 21 |
| PRODUCTO A EXPORTARSE..... | 22 |
| Partida arancelaria..... | 22 |
| Aranceles | 23 |
| CONCLUSIÓN | 24 |
| CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE LA RUTA PRO ECUADOR PARA EL EXPORTADOR Y DE LA HERRAMIENTA EXPORTA FÁCIL | 25 |
| INTRODUCCIÓN..... | 25 |
| PRO ECUADOR..... | 26 |
| Misión de PRO ECUADOR | 27 |
| Visión de PRO ECUADOR..... | 27 |
| Objetivos de PRO ECUADOR | 27 |
| Ejes de PRO ECUADOR..... | 28 |
| Balcón de Servicios..... | 28 |
| Promoción de Exportaciones..... | 29 |
| Inteligencia Comercial | 29 |
| Área de Inversiones..... | 29 |
| RUTA PRO ECUADOR PARA EL EXPORTADOR..... | 29 |
| Orientación y asesoría..... | 31 |
| Formación y Asistencia | 33 |
| Promoción Comercial | 35 |
| Análisis del nivel de la empresa | 36 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| ANÁLISIS DE LA PARTIDA ARANCELARIA EN TRADE MAP..... | 41 |
| ANALISIS DE LA PARTIDA ARANCELARIA EN MAC MAP..... | 44 |
| EXPORTA FÁCIL..... | 45 |
| Qué es Exporta Fácil..... | 45 |
| Cómo funciona..... | 46 |
| Objetivos de Exporta Fácil..... | 46 |
| Requisitos..... | 47 |
| Modalidades..... | 47 |
| Servicios..... | 48 |
| Entidades que participan en el programa..... | 48 |
| CONCLUSIÓN..... | 51 |
| CAPÍTULO 3: MI PRIMERA CERTIFICACIÓN Y OBTENCIÓN DEL SELLO DE CALIDAD INEN | 53 |
| INTRODUCCIÓN..... | 53 |
| SERVICIO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN..... | 54 |
| Misión..... | 54 |
| Visión..... | 54 |
| MI PRIMERA CERTIFICACIÓN INEN..... | 55 |
| ¿Qué es mi primera certificación INEN?..... | 55 |
| Objetivo de Mi Primera Certificación..... | 55 |
| Alcance de Mi Primera Certificación..... | 55 |
| Ventajas de Mi Primera Certificación..... | 55 |
| Procedimiento para obtener Mi Primera Certificación..... | 56 |
| Uso del certificado de la gestión de micro, pequeñas y medianas empresas..... | 59 |
| Condiciones para la suspensión o retiro de la certificación..... | 60 |
| Derechos y Obligaciones de las organizaciones certificadas por el INEN..... | 61 |
| Opción de obtención del sello de calidad INEN..... | 62 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| CERTIFICADO DE CONFORMIDAD CON SELLO DE CALIDAD INEN..... | 62 |
| Obtención del Certificado..... | 65 |
| Duración del Certificado..... | 67 |
| Vigilancia de la certificación..... | 67 |
| Suspensión o retiro de la certificación..... | 68 |
| Costo..... | 69 |
| MARCA DE CERTIFICACIÓN “SELLO DE CALIDAD INEN”..... | 69 |
| Estructura de la marca de certificación “Sello de Calidad INEN”..... | 70 |
| REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 247..... | 71 |
| Etiqueta informativa de las duchas eléctricas TERMO PLASTIC..... | 72 |
| Ensayos para evaluar la conformidad..... | 76 |
| CONCLUSIÓN..... | 78 |
| CAPÍTULO 4: ESTUDIO DE MERCADO..... | 80 |
| INTRODUCCIÓN..... | 80 |
| DIAGNÓSTICO DE INTERNACIONALIZACIÓN..... | 81 |
| La internacionalización..... | 81 |
| Beneficios de la internacionalización..... | 82 |
| ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO..... | 83 |
| Análisis interno..... | 83 |
| Análisis externo..... | 84 |
| Entorno Demográfico..... | 84 |
| Factor Económico..... | 84 |
| Factor Geográfico..... | 85 |
| SELECCIÓN DE MERCADOS..... | 86 |
| Selección del segmento de mercado..... | 87 |
| Selección de la forma de entrada..... | 88 |
| Condiciones de negociación..... | 88 |

| | |
|--------------------------------------------|------------|
| Incoterms..... | 88 |
| Cotización de exportación | 91 |
| ESTUDIO DE MERCADO..... | 92 |
| PRECIO FINAL EN DESTINO..... | 104 |
| CONCLUSIÓN | 109 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 110 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 112 |
| ANEXOS | 117 |

Índice de Ilustraciones

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Ilustración 1 Estructura organizacional..... | 9 |
| Ilustración 2 Modelos de duchas producidas por Juan Alvarez Cía. Ltda. | 17 |
| Ilustración 3 Componentes de la ducha | 18 |
| Ilustración 4 Componentes de la ducha | 19 |
| Ilustración 5 Panel solar J.A de 100 L | 20 |
| Ilustración 6 Termo tanque eléctrico de 100 L | 20 |
| Ilustración 7 Ruta del exportador..... | 30 |
| Ilustración 8 Etiqueta informativa..... | 39 |
| Ilustración 9 Laboratorio de Juan Alvarez Cía. Ltda..... | 40 |
| Ilustración 10 Lista de exportadores de duchas eléctricas | 42 |
| Ilustración 11 Lista de mercados proveedores de duchas eléctricas a Perú..... | 42 |
| Ilustración 12 Comercio bilateral entre Colombia y Perú..... | 43 |
| Ilustración 13 Comercio bilateral entre Ecuador y Perú | 43 |
| Ilustración 14 Aranceles aplicados por Perú..... | 44 |
| Ilustración 15 Medidas no arancelarias aplicadas por Perú | 45 |
| Ilustración 16 Información general de Exporta Fácil..... | 47 |
| Ilustración 17 Estructura de la marca de certificación "Sello de Calidad INEN" | 70 |
| Ilustración 18 Etiqueta informativa de las duchas eléctricas | 72 |
| Ilustración 19 Ducha TERMO PLASTIC Modelo: Santorini – Código: CD-2020... 75 | |
| Ilustración 20 Ducha eléctrica TERMO PLASTIC | 75 |
| Ilustración 21 Porta funda de la ducha eléctrica modelo Santorini..... | 76 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Ilustración 22 Precio promedio del cilindro de gas de 10kg en Perú..... | 86 |
| Ilustración 23 Temperatura máxima y mínima promedio de Piura..... | 96 |
| Ilustración 24 Medidas impositivas para las mercancías de la subpartida nacional 8516.10.00.00 establecidas para su ingreso al Perú..... | 106 |

Índice de Tablas

| | |
|-------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 1 Número de empresas por tamaño de empresa a nivel nacional | 3 |
| Tabla 2 Proporción del número de empresa por tamaño de empresa | 4 |
| Tabla 3 Número de empresas por tamaño de empresa en el Azuay..... | 5 |
| Tabla 4 Proporción de número de empresa por tamaño en el Azuay..... | 5 |
| Tabla 5 Cantidad de producción por modelo | 16 |
| Tabla 6 Portafolio de productos | 21 |
| Tabla 7 Tipos de tributos que aplica Perú a las importaciones | 23 |
| Tabla 8 Entidades que participan en el programa de Exporta Fácil..... | 48 |
| Tabla 9 Tabla de evaluación in situ..... | 58 |
| Tabla 10 FODA de las duchas eléctricas TERMO PLASTIC | 83 |
| Tabla 11 Características camión 8 toneladas | 105 |
| Tabla 12 Capacidad de envío de cajas | 105 |
| Tabla 13 Tributos a pagar por la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda | 107 |
| Tabla 14 Costo de las duchas eléctrica TERMO PLASTIC | 107 |
| Tabla 15 Resumen del precio | 108 |
| Tabla 16 Precio del producto en destino | 108 |

Índice de Gráficos

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 1 Top of mind de los encuestados con respecto a una marca de ducha eléctrica | 92 |
| Gráfico 2 Competencia de la ducha eléctrica TERMO PLASTIC | 93 |
| Gráfico 3 Método de venta..... | 94 |
| Gráfico 4 Frecuencia de compra | 95 |
| Gráfico 5 Percepción del precio del producto..... | 97 |
| Gráfico 6 Formas de pago a proveedores..... | 97 |
| Gráfico 7 Frecuencia de pagos | 98 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gráfico 8 Posibilidad de distribución de una marca ecuatoriana..... | 99 |
| Gráfico 9 Posibilidad de venta de la ducha TERMO PLASTIC a más de S/70 | 101 |
| Gráfico 10 Conocimiento del producto..... | 102 |
| Gráfico 11 Marcas reconocidas..... | 102 |
| Gráfico 12 Probabilidad de compra | 103 |
| Gráfico 13 Precio estimado de compra | 104 |

Índice de Anexos

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Anexo 1 Título de registro del SIGNO DISTINTIVO TERMO PLASTIC | 117 |
| Anexo 2 Certificado de la gestión de micro, pequeñas, medianas empresas y organizaciones de economía popular y solidaria | 118 |
| Anexo 3 Entrevista a la Cámara de Comercio y Producción de Piura..... | 119 |
| Anexo 4 Entrevista a la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo..... | 121 |
| Anexo 5 Encuesta para los ferreteros de Piura..... | 123 |
| Anexo 6 Fotos en Piura..... | 125 |

Resumen

El Ecuador está compuesto principalmente por micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), siendo éstas un factor importante para el desarrollo y crecimiento económico del país. Muchas de éstas se encuentran en capacidad de expandirse y ofertar sus productos a otros mercados potenciales. Juan Alvarez Cía. Ltda. es una empresa cuencana que se dedica a la producción y comercialización de productos para el calentamiento de agua y ha logrado satisfacer la demanda del mercado local y nacional. En el presente trabajo de titulación se ha determinado que la empresa tiene la capacidad de producción para lograr la internacionalización de su producto, ducha eléctrica, es por ello que se ha buscado introducir su producto al mercado de Piura – Perú, aprovechando varios mecanismos de exportación promocionados por el gobierno ecuatoriano, logrando así consolidar una marca *cuencana* internacionalmente. Para lograr esto se propone realizar un plan de internacionalización de las duchas eléctricas de Acrilo Butadieno Estireno, TERMOPLASTIC, junto al plan se analizarán todos los procesos logísticos, se estudiará la demanda del mercado peruano y se identificará la importancia de obtener distintas certificaciones de calidad en un producto.

Abstract

Ecuador is composed mainly of micro, small and medium enterprises (MSME), which are an important factor for the development and economic growth of the country. Many of these are able to expand and offer their products to other potential markets. Juan Alvarez Cía. Ltda. is a company from Cuenca that is dedicated to the production and commercialization of products for water heating and has managed to satisfy the demand of the local and national market. In the present work it has been determined that the company has the production capacity to achieve the internationalization of its product, electric shower, that is why it has sought to introduce its product to Piura - Peru, taking advantage of several export mechanisms promoted by the Ecuadorian government, thus achieving the consolidation of an international brand. To achieve this, it is proposed to carry out an internationalization plan for the Acrilo Butadieno Estireno electric showers, TERMOPLASTIC. Together with the plan, all the logistics processes will be analyzed, the demand of the Peruvian market will be studied and the importance of obtaining different quality certifications will be identified a product

INTRODUCCIÓN

El gobierno de la República del Ecuador a través de varios programas y entidades, como por ejemplo el Consejo Consultivo Productivo Tributario ha pretendido lograr el desarrollo de las MIPYMES, ya que constituyen el 95% de las empresas ecuatorianas. Se ha planteado el fortalecimiento de este sector empresarial ya que, éste *“genera más del 50% del Producto Interno Bruto (PIB), siendo uno de los principales motores de empleo en el país y que a nivel mundial promueve más de la mitad de plazas de trabajo formales”* (Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones , s.f.). Por esta razón este trabajo de titulación pretende incentivar a las MIPYMES ecuatorianas a internacionalizar sus productos mediante la Ruta PRO ECUADOR o Exporta Fácil, además de motivar a la obtención de certificaciones de calidad como Mi Primera Certificación o Sello de Calidad INEN.

Esta investigación utiliza como modelo práctico a Juan Alvarez Cía. Ltda. ubicada en Cuenca – Ecuador, con más de 30 años de experiencia en el mercado nacional, en la producción y comercialización de productos destinados al calentamiento del agua. A través de los años los productos de la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda se han posicionado en el mercado como una de las mejores opciones al momento de realizar una compra, por lo que se ha logrado satisfacer el mercado nacional, deseando internacionalizar sus productos.

Este trabajo de titulación tiene como objetivo principal diseñar y evaluar el proceso de internacionalización de las duchas eléctricas de Acrilo Butadieno Estireno, TERMOPLASTIC, de Juan Alvarez Cía. Ltda. a Piura, Perú. Analizando a la empresa, las distintas herramientas de exportación, las normas de calidad, el mercado meta, para finalizar con un plan de internacionalización del producto.

Para la obtención de información se analizarán varias fuentes secundarias que incluyen: libros, revistas científicas, papers, artículos de internet, trabajos de grado, entre otros. Además, se utilizarán varias bibliotecas virtuales, como: Ebrary, Ebsco, Scopus, proQuest. Para concluir con la investigación dentro de la parte cuantitativa, la información se obtendrá de: Trade Map, Mac Map, Banco Central del Ecuador, CÍA. Factbook, Instituto Nacional de Estadística y Censos, entre otros.

CAPÍTULO 1: LA EMPRESA JUAN ALVAREZ Cía. Ltda.

INTRODUCCIÓN

Dentro de este capítulo se analizan temas generales con respecto a la importancia y el rol que cumplen las MIPYMES en la economía del país, debido a que representa un 90.5% de las empresas existentes. De igual manera, se presentarán las definiciones de dichas empresas y la situación actual de la empresa, Juan Alvarez Cía. Ltda., con el objetivo de entender de mejor manera el papel que juega la misma en el ámbito económico y productivo del país.

Asimismo, se analizarán las dimensiones filosóficas y operativas de la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda., es decir, se desarrollarán los principales aspectos de ésta como su: historia, misión, visión, valores, objetivos, talento humano, estructura organizacional y descripción de áreas y funciones.

En cuanto a la dimensión operativa, nos enfocaremos en la descripción de las características de la ducha TERMO PLASTIC, su garantía y costos a nivel nacional. De igual manera, se hará un breve resumen sobre el proceso de producción de la misma, con el fin de enfatizar las pruebas de control a las cuales se somete el 100% de las duchas producidas, permitiendo la diferenciación con la competencia. Por otro lado, en cuanto a la empresa se hará la descripción de sus instalaciones y la capacidad productiva.

IMPORTANCIA DE LA MYPYME EN EL ECUADOR

La economía del Ecuador está compuesta principalmente por pequeñas y medianas empresas (PYMES); siendo esto una realidad, y un factor importante para el crecimiento económico del país y el desarrollo de éste, ya que éstas son generadoras de empleo y riqueza. Las PYMES en la actualidad se encuentran en capacidad de expandirse y ofertar sus productos en mercados más grandes. Para el país también es muy importante el fomento de las exportaciones de distintos sectores productivos, ya que con esto se puede lograr un equilibrio en la balanza comercial, lo cual también es un apoyo al cambio de la matriz productiva para intentar dejar de ser un país enfocado en exportar materia prima, cuando podríamos ser un país exportador de productos con valor agregado reconocidos internacionalmente.

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y sus Reglamentos, en el artículo 53 se definen a la: “Micro, Pequeña y Mediana empresa como toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados en cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este código” (Guayasamín & Guayasamín, 2015).

Tabla 1 Número de empresas por tamaño de empresa a nivel nacional

| Número de Empresas por tamaño de Empresa (Nivel Nacional) | | | | | |
|-----------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Tamaño de Empresa | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Microempresa | 671.037 | 744.829 | 774.117 | 774.613 | 763.636 |
| Pequeña empresa | 63.328 | 65.200 | 68.280 | 66.360 | 63.400 |
| Mediana empresa A | 7.130 | 7.683 | 8.206 | 8.331 | 7.703 |
| Mediana empresa B | 4.863 | 5.258 | 5.685 | 5.436 | 5.143 |
| Grande empresa | 3.554 | 3.834 | 4.106 | 4.095 | 3.863 |
| Total | 749.912 | 826.804 | 860.394 | 858.835 | 843.745 |

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016)

Tabla 2 Proporción del número de empresa por tamaño de empresa

| Proporción del número de Empresas por Tamaño de Empresas | | |
|----------------------------------------------------------|-------------------|-------|
| Año | Tamaño | Total |
| 2016 | Grande empresa | 0,5% |
| 2016 | Mediana empresa B | 0,6% |
| 2016 | Mediana empresa A | 0,9% |
| 2016 | Pequeña empresa | 7,5% |
| 2016 | Microempresa | 90,5% |

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016)

De acuerdo a los datos del Directorio de Empresas y Establecimiento 2016 publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), para el presente año en el Ecuador existieron 843.745 empresas. Como se puede observar en la tabla No. 2, de acuerdo a la proporción del número de empresas por su tamaño, en el Ecuador la mayoría de ellas son consideradas microempresas; representando un 90.5% de su total, lo que garantiza la importancia de éstas en la economía del país.

De igual manera, la participación de las pequeñas, medianas, A y B y grandes empresas representan el 7.5%, 1.5% y 0.5%, respectivamente.

Es imperativo mencionar, que el INEC agrupa a las empresas por el número de personas que la conforman y el ingreso anual de las mismas. Por lo tanto, se considera que:

- Mediana empresa: Es aquella unidad productiva que tiene entre 55 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre millón uno (USD 1'000.001,00) y cinco millones (USD 5'000.000,00) dólares de los Estados Unidos de América.
- Pequeña empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil uno (USD 100.001,00) y un millón (USD 1'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.
- Microempresa: Es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil

(USD 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América (Servicio Ecuatoriano de Normalización , 2016).

Tabla 3 Número de empresas por tamaño de empresa en el Azuay

| Número de Empresas por tamaño de Empresa (Azuay) | | | | | |
|--------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Tamaño de Empresa | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Microempresa | 36.477 | 41.143 | 44.850 | 46.374 | 47.269 |
| Pequeña empresa | 3.658 | 3.818 | 3.932 | 3.923 | 3.795 |
| Mediana empresa A | 381 | 430 | 453 | 480 | 432 |
| Mediana empresa B | 288 | 305 | 324 | 300 | 270 |
| Grande empresa | 158 | 187 | 193 | 200 | 189 |
| Total | 40.962 | 45.883 | 49.752 | 51.277 | 51.955 |

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016)

Tabla 4 Proporción de número de empresa por tamaño en el Azuay

| Proporción del número de Empresas por Tamaño (Azuay) | | |
|------------------------------------------------------|-------------------|-------|
| Año | Tamaño | Total |
| 2016 | Grande empresa | 0,4% |
| 2016 | Mediana empresa B | 0,5% |
| 2016 | Mediana empresa A | 0,8% |
| 2016 | Pequeña empresa | 7,3% |
| 2016 | Microempresa | 91,0% |

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016)

Por otro lado, de acuerdo a la tabla No. 3, en la provincia del Azuay se registraron 51.955 empresas en el año 2016. La mayoría de las azuayas son consideradas microempresas, representando un 91%, el 7,3% son pequeñas y 1.3% son medianas.

De acuerdo a la clasificación/agrupación del INEC, en la actualidad, la empresa cuencana Juan Alvarez Cía. Ltda., es considerada “pequeña empresa”, debido a su valor de ventas anuales (mayor de USD 1’000.000,00) y por su unidad productiva (50 trabajadores). Tomando en cuenta los anteriores factores y como dato adicional, de acuerdo a la revista negocio estrategia de éxitos “las 200 empresas más grandes del Austro”, la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda., en el año 2017 se encuentra dentro del ranking 500 empresas más grandes del Azuay, ubicada en el puesto 362 (NGOS AUSTRO, 2017).

LA EMPRESA

Reseña histórica

Hace varios años, exactamente 18, antes de la crisis bancaria, el Ing. Juan Alvarez, actual Gerente General de la empresa; a sus 19 años montó un pequeño taller en el cuarto de servicios del departamento que arrendaba con su madre en aquel entonces. En la misma, fabricó un termo formador de plástico e hizo un microcrédito de 1600 sucres (actualmente USD 13,78) al desaparecido Banco Continental.

Dicho crédito le permitió adquirir ciertos materiales como: taladros, soldadoras y otras herramientas que le ayudaron a fabricar tanto duchas eléctricas como envases de plásticos. Convirtiéndose así en el principio de la actual empresa Juan Alvarez Cía. Ltda, líder en el calentamiento de agua para hogares, hoteles, piscinas e industria en general.

Debido al incremento de la competencia que se generó en el mercado, el Ing. Juan Alvarez tuvo que luchar con el pensamiento cegado de las personas “las duchas eléctricas importadas son las mejores” copando el mercado local y nacional, sin dejar espacio para la comercialización y la venta de las duchas eléctricas marca TERMOPLASTIC.

Sin embargo, la oportunidad de incursionar en el mercado se vio tras, la crisis bancaria entre 1999 y 2000, durante esta época los comercios locales se desabastecieron de productos importados, permitiendo la incorporación de una ducha nacional, dando así a conocer a la población la calidad del producto, gracias a su durabilidad, garantía y eficiencia en el funcionamiento. Con el paso de tiempo, la ducha TERMOPLASTIC se ha convertido en la elección y predilección de la mayoría de los ecuatorianos, permitiendo ocupar el primer lugar en el mercado de toda la Sierra ecuatoriana.

Debido a la calidad del producto, y el aumento de demanda del mismo por parte de la población, la empresa en la actualidad llega a producir alrededor de 5000 duchas mensuales, triplicando la producción de hace 3 años; conllevando a que la empresa

decida y tome medidas para la exportación de la ducha TERMOPLASTIC, inicialmente a Piura– Perú.

Misión

La empresa ecuatoriana, Juan Alvarez Cía. Ltda., brinda soluciones para el calentamiento de agua con distintos productos como: duchas eléctricas, termotanques y paneles solares, con la finalidad de satisfacer todas las necesidades del hogar, negocio, industria y proyectos a nivel nacional.

Visión

La empresa Juan Alvarez Cía. Ltda., está encaminada a ser la empresa más grande de Latinoamérica en el calentamiento de agua, para brindar una relación permanente con los proveedores, empleados y la sociedad en general. Se dirige a alcanzar la certificación necesaria para la exportación de sus productos a nivel internacional.

Objetivo

Su objetivo es dar soluciones eficientes brindando productos de la más alta calidad que superen la expectativa de cada cliente, considerando siempre el respeto al medio ambiente y manteniendo el compromiso con el desarrollo del país.

Valores

La empresa tiene dentro de sus estatutos algunos valores definidos para poder llevar a cabo todas las actividades planteadas y llegar a cumplir todas las metas y objetivos propuestos por los directivos de la misma. Dentro de estos valores se pueden encontrar la verdad, el respeto, la honradez, la calidad, productividad, ética y finalmente la moral.

Talento Humano

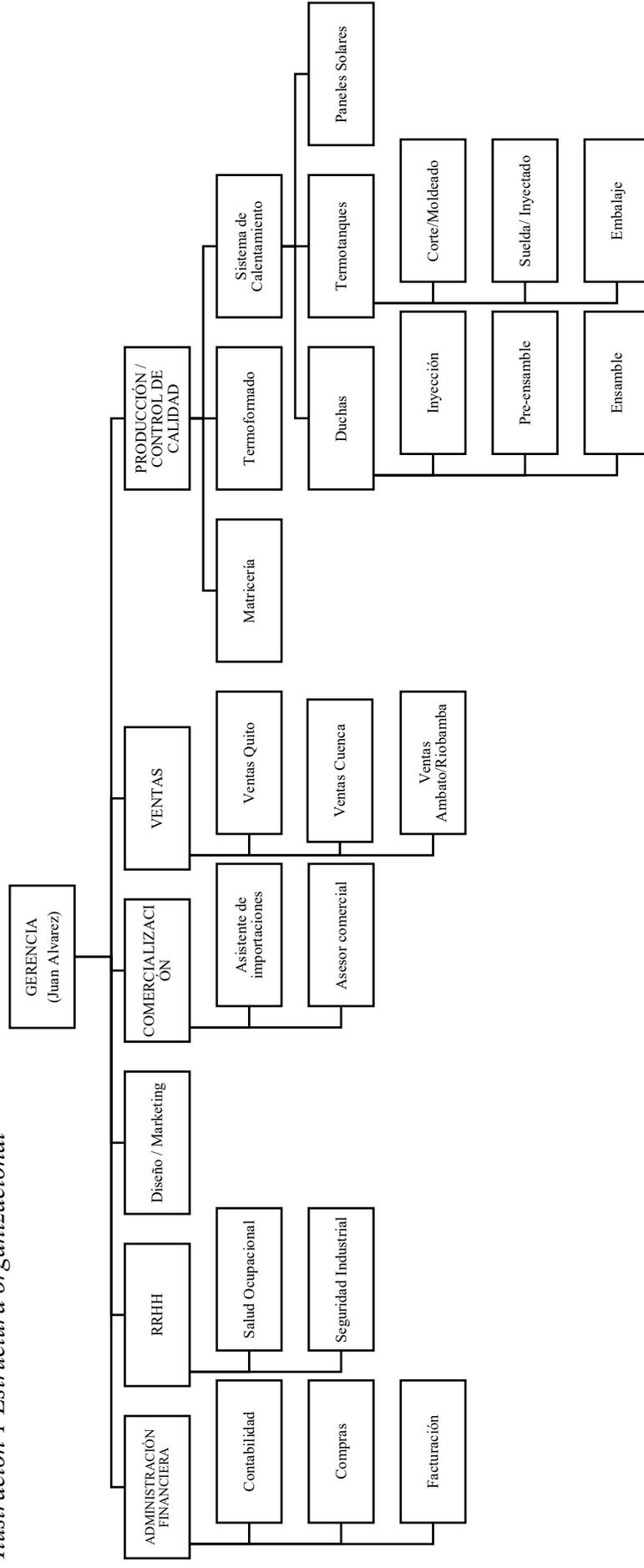
La empresa Juan Alvarez Cía. Ltda., fue creada en 1987, en sus comienzos se dedicó a la producción de duchas eléctricas. Sin embargo, con fines de diversificación, actualmente se encuentra produciendo termo tanques J.A., paneles solares J.A., entre otros.

Se determina en dos partes el proceso productivo de la ducha TERMOPLASTIC: el primero, la manufactura del producto, es decir el proceso de fabricación del mismo; y el segundo, la distribución del mismo en el mercado nacional. Juan Alvarez Cía. Ltda., cuenta con 54 trabajadores a nivel nacional, de los cuales 16 son administrativos, 32 son de planta y producción, mientras que 6 son vendedores.

ORGANIZACIÓN Y ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Estructura organizacional

Ilustración 1 Estructura organizacional



Fuente: Juan Alvarez Cía. Ltda. Elaborado por: Alvarez - Ruilova

Como se puede observar en el gráfico No. 1, la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda., cuenta con una estructura vertical, ya que en el descenso de la cadena cada área va obteniendo funciones específicas, disminuyendo así el nivel de responsabilidad y autoridad de la gerencia. En la parte superior está el Gerente General de la empresa, se encarga de crear e implementar planes estratégicos para cada área, supervisar el cumplimiento de las actividades y por supuesto de la toma de decisiones.

Descripción de las áreas y funciones

Si bien la empresa se divide en 6 áreas: administración, talento humano, diseño, comercialización, ventas y producción; cada una tiene su respectivo jefe de área que cumplen con funciones y responsabilidades específicas, y estas son:

- **Departamento Administrativo**

Gerente Administrativo

Número de personas que supervisa: 5

Propósito general del cargo: Incrementar las ventas y números de clientes

Actividades

- Buscar estrategias de venta
- Supervisar minuciosamente a los agentes vendedores
- Fomentar promociones
- Manejo del portal SERCOP (Servicio Nacional de Contratación Pública)

Responsabilidades

- Mantener un equipo de ventas totalmente capacitado
- Mantener un portafolio de clientes activo

Asistente Administrativo

Número de personas que supervisa: 2

Propósito general del cargo: Mantener el orden de facturación, proveedores y nómina.

Actividades

- Facturación
- Ventas
- Cobros a clientes
- Pagos a proveedores
- Anticipos
- Compras
- Roles de pago

Responsabilidades

- Cartera actualizada
- Coordinación de pedidos
- Solicitar cotizaciones a diferentes proveedores
- Caja chica

- **Departamento de producción**

Área de Inyección

Número de personas que supervisa: 2

Propósito general del cargo: producción de piezas

Actividades

- Controlar y manejar inyectoras y molinos
- Cambiar moldes de acuerdo a la producción
- Moler el material para la reutilización
- Limpieza y mantenimiento de inyectoras
- Ajuste de programación de moldes
- Mantener calidad en producción

Responsabilidades

- Realizar inyectado de calidad
- Correcto manejo de la máquina
- Usar y supervisar el uso de la EPP (Equipo de Protección Personal)

Bodega

Número de personas que supervisa: 2

Propósito general del cargo: Mantener las bodegas organizadas y abastecer a todas las áreas con el material solicitado.

Actividades

- Corte y elaboración de niquelina para ducha
- Despacho de materiales en proceso
- Despacho de materias primas
- Egresos de EPP (Equipo de Protección Personal)

Responsabilidades

- Despachar un producto de calidad
- Despachar correctamente pedidos
- Usar y supervisar el uso de EPP (Equipo de Protección Personal)

Área de Pre-ensamble

Número de personas que supervisa: 4

Propósito general del cargo: Inspeccionar que todos los procesos sean correctos para un buen funcionamiento interno de la ducha

Actividades

- Recibir diariamente materia prima en proceso
- Armado, quemado y colocado de resistencia eléctricas
- Preparado de diafragma armado
- Supervisar la calidad y procedimiento de cada integrante del área
- Inspeccionar la producción diaria
- Mantener el orden personal
- Coordinar la producción y ejecución semanal con ensamble y bodega

Responsabilidades

- Es responsable de los materiales y herramientas usadas para el pre-ensamble
- Verificar que las piezas sean de excelente calidad
- Mantener al personal trabajando y con tiempo coordinado
- Usar y supervisar el uso de **EPP** (Equipo de Protección Personal)

Área de Ensamble

Número de personas que supervisa: 5

Propósito general del cargo: ensamblado de duchas y supervisión de procesos en el área

Actividades

- Soldado de cable al contacto de la tapa
- Armado de baquelita, tapa y base
- Ensamblado de ducha
- Prueba de fuga y continuidad
- Codificación de la producción de duchas
- Limpiado del producto
- Enfundado, engrapado de la producción
- Supervisar la calidad y procedimientos de cada integrante del área
- Mantener el orden del personal
- Coordinar la producción y ejecución semanal con pre-ensamble y bodega
- Servicio técnico de duchas dentro y fuera de la empresa

Responsabilidades

- Es responsable de los materiales y herramientas usadas para el ensamble
- Cumplir con la producción encomendada
- Verificar que las piezas sean de excelente calidad
- Mantener al personal trabajando y con tiempo coordinado
- Usar y supervisar el uso de **EPP**

CADENA DE VALOR

Recolección y preparación de materia prima

- Revisión y control de la materia prima.
- Ingreso de la materia prima a bodega de almacenamiento de materia prima.

Área de deshidratado

- El deshidratado consiste en quitar la humedad del plástico.

Área de inyección del plástico

- La inyección consiste en fundir el plástico (ABS) para dar la forma según el molde designado pudiendo ser la base, tapa, surtidor, palanca de switch, etc.

Área de impresión

- Se elabora la impresión de la marca TERMOPLASTIC e indicativos correspondientes de la misma (ducha) como: encendido y apagado, caliente y frío, etc.

Es imperativo mencionar que, el ex Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), actual SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES (SENADI), concedió el registro del signo distintivo TERMO-PLASTIC a favor del Ing. Juan Fernando Alvarez, mediante el Trámite No. 83692, del 12 de diciembre de 1997; mismo que venció el 9 de agosto de 2009. Sin embargo, la denominación se renovó mediante el Certificado No. 1454, de 21 de mayo de 2009; el cual tiene como fecha de vencimiento el 9 de agosto de 2019.

Bodega de productos en proceso

- En esta área se encuentra todas las partes y piezas de la ducha para que las mismas puedan pasar al área de pre-ensamble.

Área de pre-ensamble

- En esta etapa se arma toda la parte interna de la ducha como el diafragma, porta níquelina, resistencia, alambre con contactos, paletas de switch, etc.

Primera área de control de calidad

- **Prueba de consumo:** permite comprobar el amperaje y rendimiento de la resistencia¹ de la ducha antes de pasar al área de ensamble.

Área de ensamble

- Es el área donde se unen todas las partes principales de la ducha que salieron de pre-ensamble como: la tapa, base y surtidor.
- **La base:** ya contiene los contactos superiores, los cables (estos se unen con los cables eléctricos de la casa) y palanca de switch.
- **Base:** contiene el diafragma, contactos inferiores, porta resistencia y resistencia.
- **Surtidor:** contiene la válvula de alivio.

Segunda y tercera etapa de control de calidad

- **Prueba de resistencia presión:** a todas las duchas se someten de 30 a 40 psi², para comprobar que no exista fugas de agua.
- **Prueba de sistema automático:** nos permite ver que el encendido y apagado automático de la ducha o calentador funcione correctamente.

Área de empaclado

- En esta área el producto terminado se pone en fundas con su respectivo manual de instrucciones y certificado de garantía.

¹ Resistencia es el dispositivo que calienta el agua, está también se comercializa y se la conoce como Kit de reparación

² PSI: Libra de fuerza por pulgada cuadrada; unidad de presión perteneciente al sistema anglosajón de unidades.

Bodega No. 1 de producto terminado

- En esta bodega se almacenan todas las duchas para que sean distribuidas al mayorista y a la bodega No. 2 localizada en Quito-Ecuador.

Es importante mencionar que el 100% de las duchas, antes de salir a la venta, pasan por las 3 pruebas mencionadas anteriormente bajo un estricto control.

INSTALACIONES

La empresa Juan Alvarez Cía. Ltda está ubicada la calle Paseo de Milchichig y González Suarez (Sector los Eucaliptos). Presenta una superficie 1500 m², con una construcción de 2 plantas de tres pisos aproximadamente, del cual únicamente se utiliza el 30% para el área de producción.

Capacidad de producción

Juan Alvarez Cía. Ltda., en la actualidad tiene una producción de 5000 a 6000 duchas mensuales entre los diferentes modelos (Santorini, Fénix, Geiser, Afrodita, Termal y Vulcano), es importante considerar que el monto de producción es destinado para el consumo local y puede variar dependiendo de los pedidos que se tenga.

Tabla 5 Cantidad de producción por modelo

| MODELO | CANTIDAD |
|-----------|----------|
| Santorini | 2100 |
| Fénix | 1800 |
| Geiser | 2100 |
| Afrodita | 200-300 |
| Termal | 200-300 |
| Vulcano | 200 |

Fuente: Juan Alvarez Cía. Ltda. **Elaborado por:** Alvarez - Ruilova

* La producción del Calentador eléctrico Afrodita y Termal dura entre 3 y 6 meses y la producción del calentador de agua Vulcano es de 200 duchas cada seis meses.

La empresa presenta una producción anual y continua de las duchas, en donde la calidad de cada una es un factor determinante para el proceso productivo. Al día se produce alrededor de 400 duchas y varía según el personal en el área de ensamble.

Flexibilidad de producción

De acuerdo a un estudio elaborado por el Ing. Juan Alvarez; Gerente General de la empresa; para la producción de 5000 a 6000 duchas mensuales se ocupa únicamente el 25% de la capacidad instalada de producción, es decir, actualmente la planta se encuentra produciendo por debajo la capacidad instalada, tomado en cuenta que la producción se divide por días y cada día se trabaja 8 horas.

Si se determina que la flexibilidad de producción que presenta Juan Alvarez Cía. Ltda., es un 80%, tomando en cuenta que se pueden hacer 2 turnos diarios concentrándose únicamente al área productiva, la empresa estaría en capacidad de producir alrededor de 15.000 duchas mensuales, destinadas tanto para el consumo local como para exportar.

CARACTERÍSTICA DEL PRODUCTO

Descripción del producto

Ilustración 2 Modelos de duchas producidas por Juan Alvarez Cía. Ltda.



Fuente: Juan Alvarez Cía. Ltda.

Se puede definir al producto como: un dispositivo eléctrico que calienta el agua de manera automática e inmediata a través de una resistencia (niquelina) al abrir la llave

de agua. Es imperativo mencionar que: los diferentes modelos de duchas y calentadores de agua TERMOPLASTIC pueden ser utilizados en: baños, lavaplatos, salones de belleza (lavado de cabello), entre otros. Las duchas eléctricas son útiles y pueden ser utilizadas en lugares que carecen o están estropeadas las cañerías de agua caliente o en lugares donde sólo existe una cañería de agua fría.

Juan Alvarez Cía. Ltda., ofrece al mercado meta duchas TERMOPLASTIC, las cuales tienen su base, tapa y surtidor constituidos con materiales de muy alta calidad como el de Acrilo Butadieno Estireno³. Por otro lado, para evitar las deformaciones del plástico, las partes eléctricas de la ducha son de cobre con disipadores de calor de bronce y aislamiento térmico de asbesto. Adicionalmente, la ducha cuenta con una válvula de desfogue que la hace única en el mercado tanto nacional como internacional, la cual libera toda presión excesiva que hubiese dentro de la ducha.

Ilustración 3 Componentes de la ducha



Fuente: Juan Alvarez Cía. Ltda.

Es importante destacar y mencionar que la ducha cuenta con empaques para sellar fugas de agua; éstos evitarán en la mayoría de los casos y dependiendo de la tubería posibles fugas de agua, caso contrario tendrá que adicionar cinta-teflón, y un reductor de presión en la entrada de agua que ayudará a estabilizar el caudal y la temperatura del agua. (Juan Alvarez Cía. Ltda., s.f.)

³ El Acrilo Butadieno Estireno o ABS es un termoplástico duro, resistente al calor y a los impactos.

Ilustración 4 Componentes de la ducha



Fuente: Juan Alvarez Cía. Ltda.

Finalmente, los calentadores de agua TERMOPLASTIC, tiene una garantía total de un año y cubre cualquier defecto de fabricación. Dicha garantía consiste en el cambio gratuito del repuesto defectuoso por uno nuevo, más el arreglo de la ducha.

Como establece la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor sección 1.1 EL CONSUMIDOR Art.53 literal j) *todo productor o fabricante deberá otorgar una garantía del servicio o bien, la misma se trata de una “herramienta prístina que tiene el consumidor para buscar la protección de sus derechos y evitar el perjuicio de sus intereses económicos”* (Corporación de Estudios y Publicaciones, 2018). De igual manera, en este literal se señala que el fabricante debe otorgar un producto o servicio que asegure al consumidor la calidad, la seguridad y el buen funcionamiento del mismo; caso contrario, el consumidor puede solicitar la reparación, la sustitución del producto o la devolución de su dinero.

Cumpliendo así lo que se establece en el Capítulo II “DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES” Art. 4, numeral 8. El Consumidor tiene el derecho a:

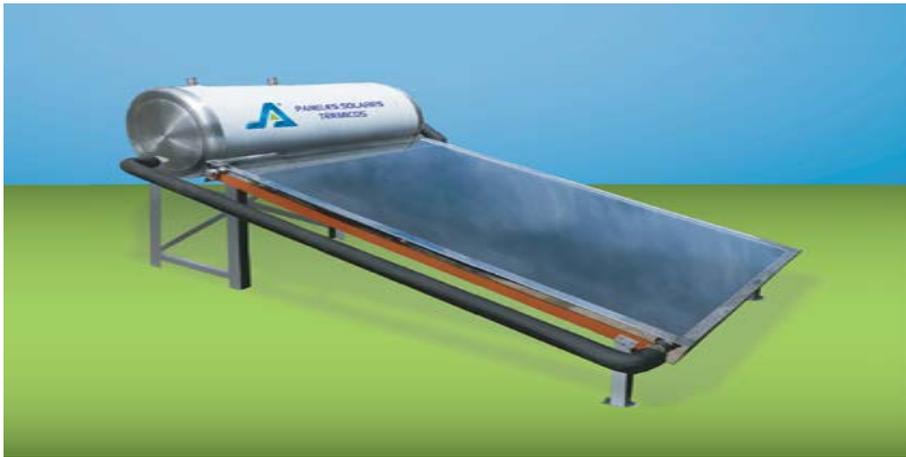
La reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios (Corporación de Estudios y Publicaciones, 2018).

La diferencia de precio que existe entre los productos no está comprendida en el material de producción, ya que están fabricados con ABS; plástico utilizado a nivel mundial por resistencia mecánica y química a altas temperaturas, sino en los accesorios

extras y tamaños de la misma, lo cual influirá en el precio de compra y venta del producto.

Dentro de la cartera de productos de Juan Alvarez Cía. Ltda., figuran los paneles solares J.A., un sistema de calentamiento de agua a través de energía solar térmica para el uso en el hogar, hoteles, piscinas e industrias en general y termo tanques J.A.

Ilustración 5 Panel solar J.A de 100 L



Fuente: Juan Alvarez Cía. Ltda.

Ilustración 6 Termo tanque eléctrico de 100 L



Fuente: Juan Alvarez Cía. Ltda.

Portafolio de producto

La empresa comercializa varios modelos de duchas eléctricas, calentadores para cocina y salón de belleza, así como termo tanque eléctrico y termo tanques, los cuales se encuentran divididos de la siguiente manera:

Tabla 6 Portafolio de productos

| PRODUCTO | MODELO | CÓDIGO | CARACTERÍSTICAS | PRECIO |
|---------------------|---------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <i>Duchas</i> | Santorini | CD-2020 | -Ducha con surtidor grande -Manguera de 3mts -Switch para el cambio de temperatura y doble ventosa | \$17.60 a \$23 |
| | Fénix | CD-680 | -Ducha con surtidor plano del mismo ancho que la Santorini | \$16.26 a \$21 |
| | Geiser | CD-600 | -Ducha con surtidor pequeño | \$13.91 a \$18 |
| | Afrodita | CS-620 | -Recomendable para salones de belleza -Manguera tipo teléfono | \$26.91 a \$34 |
| <i>Calentadores</i> | Termal | D0-975 | -Calentador eléctrico pequeño para cocina con grifería FV | \$46.92 a \$59 |
| | Vulcano | SI-975 | -Calentador eléctrico para cocina con grifería FV. | \$31.15 a \$39 |

Fuente: Juan Alvarez Cía. Ltda. **Elaborado por:** Alvarez – Ruilova

PRODUCTO A EXPORTARSE

El producto a exportarse es la ducha TERMOPLASTIC, diseñada con materiales de la más alta calidad. La cual ofrece el beneficio de gozar de agua caliente, con una instalación sencilla, sin preocuparse de los peligros que causa la inhalación de gases tóxicos, es silenciosa, de bajo consumo eléctrico, únicamente necesita una red de agua fría.

Partida arancelaria

La partida arancelaria sobre la que se trabajará es la 8516.10.00. Según las Notas Explicativas del Sistema Armonizado de la Comunidad Andina, el Capítulo 85 se refiere a “máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión y las partes y accesorios de estos aparatos” (Secretaría General de la Comunidad Andina, 2007).

La partida 8516 ya especifica exactamente a los:

“calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos de inmersión; aparatos eléctricos para calefacción de espacios o suelos; aparatos electro térmicos para el cuidado del cabello (por ejemplo: secadores, rizadores, calientatenacillas) o para secar las manos; planchas eléctricas; los demás aparatos electro térmicos de uso doméstico; resistencias calentadoras, excepto las de la partida 85.45” (Secretaría General de la Comunidad Andina, 2007).

La sub partida 8516.10 se refiere a los: “calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos de inmersión, dentro de este grupo se encuentran diversos aparatos como:

- Los calentadores de agua llamados instantáneos, que elevan rápidamente la temperatura del agua al grado deseado por contacto directo con las fundas que contienen las resistencias.

- Los calentadores de agua de acumulación, incluso a presión, que son depósitos calorífugos que contienen, generalmente colocadas en una funda estanca, resistencias calentadoras sumergidas. En estos aparatos, el agua se calienta progresivamente.
- Los calentadores de agua mixtos, que permiten la combinación del calentamiento eléctrico con otro procedimiento de calentamiento, tal como la calefacción central, principalmente. Estos aparatos suelen tener un termostato que conecta el calentamiento eléctrico cuando el del otro aparato es deficiente.
- Los calentadores de agua de electrodos, en los que por medio de electrodos pasa una corriente alterna a través del agua.
- Los calentadores eléctricos de inmersión que pueden revestir diversas formas según su empleo, se utilizan para el calentamiento por inmersión de materias líquidas, pastosas (distintas a las sólidas) o gaseosas. Estos aparatos se sumergen normalmente en tanques o depósitos. Se utilizan igualmente en cazos, tazas, barreños, etc., provistos a menudo de un mango aislado térmicamente y de un gancho que permite suspenderlos al borde del recipiente.
- Los aparatos eléctricos para producir agua hirviendo” (Secretaría General de la Comunidad Andina, 2007).

Aranceles

Perú aplica algunos gravámenes a distintas mercancías, entre los que podemos encontrar:

Tabla 7 Tipos de tributos que aplica Perú a las importaciones

| Tributo | Tasa |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Ad Valorem | 0% - 7% - 12% según subpartida |
| Derechos Antidumping o compensatorios | Según el producto y país de origen |
| Impuesto general a las ventas | 16% |
| Impuesto de Promoción Municipal | 2% |
| Impuesto Selectivo al Consumo | Tasa variable según subpartida |
| Derechos específicos, correctivos provisionales | |

Fuente: Guía de internacionalización a Perú DHL **Elaborado:** Alvarez – Ruilova

CONCLUSIÓN

La empresa familiar Juan Alvarez Cía. Ltda., ha estado en el mercado local más de 30 años ofreciendo duchas eléctricas de Acrilo Butadieno Estireno. Con el paso de tiempo, la ducha TERMOPLASTIC se ha convertido en la elección y predilección de la mayoría de los ecuatorianos permitiendo ocupar el primer lugar en el mercado de toda la Sierra ecuatoriana. Actualmente cuenta con 54 trabajadores que permiten la producción y distribución de sus 3 productos estrellas (duchas eléctricas, termo tanque y paneles solares).

Es imperativo mencionar que la empresa no compite en el mercado nacional por su precio, debido que a que las duchas TERMO PLASTIC son las más costosas del mercado, más bien el producto compite por su calidad, convirtiéndose en la prioridad para la compañía. Para ofrecer al mercado un producto de calidad, la compañía considera aspectos importantes que son indispensables reconocer nuevamente, y estos son: La ducha es hecha de Acrilo Butadieno Estireno, material conocido por su alta resistencia al calor. Es el único producto que cuenta con una válvula de desfogue, mismo que le hace única en el mercado nacional e internacional y finalmente, el 100% de las duchas pasan por los 3 controles de calidad, garantizando al consumidor un producto confiable.

Sin embargo, la empresa se ha visto limitada en una zona específica la cual con el paso del tiempo imposibilitará aumentar su oferta. Como resultado, al ofertar su producto al exterior se aumentaría la producción del mismo permitiendo ocupar el 100% de la capacidad productiva instalada. Al satisfacer la demanda del mercado nacional, la empresa ha buscado una nueva alternativa, la internalización del producto, cumpliendo los estándares de calidad exigidos por las normas nacionales e internacionales con relación al producto masivo.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE LA RUTA PRO ECUADOR PARA EL EXPORTADOR Y DE LA HERRAMIENTA EXPORTA FÁCIL

INTRODUCCIÓN

Dentro del presente capítulo se analizarán dos programas para el incentivo de exportaciones del Ecuador: La Ruta PRO ECUADOR y Exporta Fácil. Estas herramientas se basan fundamentalmente en el fomento de las exportaciones de productos ecuatorianos tanto tradicionales como no tradicionales.

En la primera parte de este capítulo se desarrollará La Ruta PRO ECUADOR, comenzando con una pequeña introducción de lo que es PRO ECUADOR, su misión, visión, objetivos y los servicios que ofrece; entre los que se destaca la Ruta para el Exportador.

Dicha ruta hace referencia a la semaforización, la cual contiene tres colores: rojo, amarillo, y verde. El color rojo trata sobre la “Orientación y Asesoría” para los emprendedores. La segunda fase es la amarilla, que consiste en la “Formación y Asistencia Técnica” en la que se encuentran los potenciales exportadores. Y la última fase, la verde, es la “Promoción Comercial” ya dedicada específicamente para exportadores.

Por otro lado, Exporta Fácil, herramienta diseñada por Correos del Ecuador, con la creación de un portal web ágil y simplificado que permite a las MIPYMES y a los Artesanos exportar sus productos de manera sencilla. Fomentando así el uso de instrumentos creados por el Gobierno Nacional para el incentivo de las exportaciones.

Por último, se puede decir que el Gobierno Nacional creó la Ruta del Exportador y Exporta Fácil para apoyar a las MIPYMES, artesanos, emprendedores y exportadores ya establecidos, para que sus productos lleguen a distintos mercados internacionales y a que se dinamice el comercio exterior del Ecuador.

PRO ECUADOR

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones:

“Art.95.- Promoción no financiera de exportaciones.- Créase el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras, adscrito al Ministerio rector de la política de comercio exterior, que se estructurará y funcionará según lo que se establezca en el Reglamento.” (Guayasamín & Guayasamín, 2015)

PRO ECUADOR es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, creado por el Ministerio de Comercio Exterior. Este Instituto se encarga de llevar a cabo distintas políticas y normas para lograr la promoción de las exportaciones e inversiones del país; todo el trabajo que realiza PRO ECUADOR pretende promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, del país. Dicho Instituto ofrece distintos servicios que básicamente se resumen en: información sobre comercio exterior, ferias y eventos de promoción comercial; se pueden también mencionar otros servicios que se ofrecen para las personas o instituciones que estén interesadas en convertirse en futuros exportadores, entre éstos se pueden encontrar:

- Asesoría al emprendedor y exportador regular
- Formación y capacitación técnica
- Programas y proyectos para el fortalecimiento del exportador
- Fomento y promoción de comercio justo y sustentable
- Desarrollo de contactos de negocios
- Articulación interinstitucional

PRO ECUADOR cuenta con una red de 7 oficinas en el Ecuador, las cuales tienen como función identificar las necesidades del territorio y lograr mantener contacto directo con los productores y exportadores nacionales. Además cuenta con 31 oficinas internacionales cuya función es investigar y negociar la apertura de mercados que puedan ser beneficiosos para el Ecuador. Para la realización de este trabajo de titulación se obtuvo información de la oficina de PRO ECUADOR en Cuenca, ubicada en la Calle Larga y Av. Huayna-Capac, Edificio de Oficinas del Banco Central, primera planta alta.

Misión de PRO ECUADOR

La misión de PRO ECUADOR trata acerca de la ejecución de las políticas y normas sobre la promoción de las exportaciones e inversiones del Ecuador; logrando así incrementar la diversidad de productos tanto tradicionales como no tradicionales que ofrece el país a distintos mercados, garantizando una inserción en el comercio internacional y lograr cumplir los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.

Visión de PRO ECUADOR

Su visión está dirigida a ser una institución pública ágil, inclusiva y transparente, para que el Ecuador se posicione como un país proveedor de productos y servicios de alta calidad y valor agregado y como destino de distintas inversiones extranjeras que generan encadenamiento productivo y de tecnología.

Objetivos de PRO ECUADOR

Dentro de los Objetivos del Instituto de Promoción de las Exportaciones e Inversiones se encuentran:

- Incrementar las oportunidades de inversión extranjera en el Ecuador, en coordinación con las 28 Oficinas Comerciales en el Exterior.
- Promover la captación de inversiones que generen encadenamientos productivos y tecnológicos mediante la ejecución de eventos de promoción y la asesoría integral a potenciales inversionistas.

Para lograr cumplir sus objetivos y metas PRO ECUADOR mantiene una relación interinstitucional, a nivel internacional con distintas embajadas y consulados; y a nivel local con distintos ministerios como el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC); Ministerio de Coordinación de los Sectores Estratégicos (MICSE), entre otros. Además de distintas cámaras, asociaciones y gremios.

Dentro de la página web de PRO ECUADOR se enumeran los distintos servicios adicionales a los antes mencionados, ofrecidos también por la misma institución, entre los que destacan: la promoción de inversiones públicas o privadas, asistencia a los inversionistas dentro de todas las oficinas comerciales del Ecuador en el exterior, acompañamiento en la visita a Ecuador y elaboración de una agenda detallada, total confidencialidad con la información y relación entre las distintas partes. (Instituto Nacional de Eficiencia Energética y Energías Renovables, s.f.)

Ejes de PRO ECUADOR

Asimismo, PRO ECUADOR maneja cuatro ejes fundamentales que le permiten motivar, fomentar y guiar continuamente a productores y a grandes empresas a una cultura exportadora.

Balcón de Servicios

Es un departamento, en donde inicia el apoyo y trabajo en conjunto con los empresarios y las MIPYMES que están interesados en incursionar en la exportación a mediano o largo plazo. Con el fin de satisfacer las necesidades y dudas de cada uno, este departamento ofrece asesorías en comercio exterior al exportador.

Estas asesorías ofrecen varios servicios especializados e información de primera mano, como: requisitos básicos para ser un exportador, documentos que se necesita para exportar un producto, información sobre barreras arancelarias, no arancelarias, requisitos que el exportador necesita para acceder al mercado, etc. Estos datos sirven para saber si el producto está o no está listo para exportarse y qué exige dicho país.

De igual manera, este departamento brinda información a nivel estadístico, sobre los principales países que están demandando un producto, asimismo, para saber cuáles son los principales competidores.

Promoción de Exportaciones

En esta unidad PRO ECUADOR cuenta con un grupo estimado de 14 especialistas sectoriales según el sector productivo, estas personas son los responsables de gestionar conjuntamente con el sector exportador las actividades de promoción comercial internacional. Para promocionar las exportaciones se realizan varias actividades como: ferias o ruedas de negocios nacionales e internacionales, misiones comerciales internacionales y misiones comerciales inversas, que constituyen en la visita de importadores internacionales a empresas ecuatorianas que estén listas para recibirlos y negociar con ellos.

Inteligencia Comercial

Es un área técnica que se encarga de levantar todos los estudios de mercado y de productos, hacer fichas técnicas de comercio exterior, analizar información estadística sobre los productos ecuatorianos que están siendo demandados en el mercado internacional, analizar perfiles logísticos, etc.

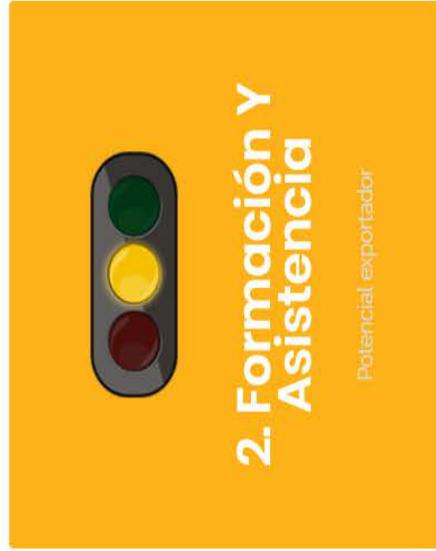
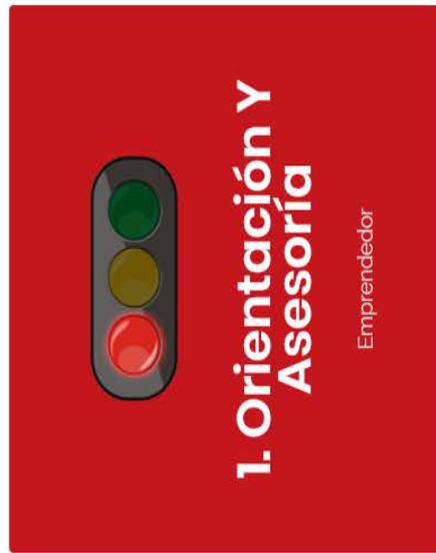
Área de Inversiones

Esta área se encarga de traer inversionistas extranjeros para incursionar proyectos de carácter público-privado.

RUTA PRO ECUADOR PARA EL EXPORTADOR

Actualmente, muchas de las empresas que están en la capacidad para expandirse buscan asesoría, ayuda necesaria y alcanzable de entidades especializadas para asegurar el éxito de sus importaciones. De esta forma, se ha optado por incentivar a las MIPYMES y a los empresarios que deseen exportar, el uso de una nueva herramienta denominada “Ruta del Exportador”. Ésta tiene como objetivo impulsar a las empresas ecuatorianas a buscar nuevos mercados tanto nacionales como internacionales.

Ilustración 7 Ruta del exportador



- Asesoría y acompañamiento inicial en comercio exterior.
- Capacitaciones introductorias.
- Guías informativas.
- Exporta fácil.
- Asistencia especializada para Actores de la Economía Popular y Solidaria y Comercio Justo.

- ☆ Test del Potencial Exportador.
- ☆ Capacitaciones específicas.
- ☆ Asesoría para fortalecimiento y adecuación de la oferta exportable.
- ☆ Proyectos e Información Especializada para Adaptación Producto – Mercado.
- ☆ Eventos de Negocios Nacionales.
- ☆ Los exportadores esporádicos pueden acceder a los servicios de la fase de Orientación y Asesoría de la Ruta PRO ECUADOR.

- Asesoría especializada.
- Articulación interinstitucional.
- Desarrollo de contactos de negocios.
- Eventos de promoción comercial
- Los exportadores regulares pueden acceder a los servicios de la fase Formación y Asistencia Técnica de la Ruta PRO ECUADOR.

Fuente: Página Web Oficial de PRO ECUADOR <https://www.proecuador.gob.ec/ruta-del-exportador/>

Por un lado, la Ruta PRO ECUADOR

“utiliza una metodología de semaforización de servicios que consiste en ubicar a los usuarios en colores rojo, amarillo y verde. El semáforo rojo aplica para las empresas en nivel de emprendedor, el semáforo amarillo aplica para las empresas en nivel de potencial exportador y semáforo verde aplica para las empresas exportadoras. Todos los niveles reciben servicios diferenciados a su capacidad y para lograr el paso de un nivel a otro es necesario cumplir ciertos criterios. Por ejemplo, para cambiar de amarillo a verde se aplica el test del potencial exportador, cuyo resultado permite definir en qué debe mejorar o desarrollar la empresa” (PRO ECUADOR, s.f.).

Por otro, esta metodología de semaforización evalúa a cada empresa con el objetivo de ubicarla en un nivel de la Ruta, ya sea rojo, amarillo o verde. A continuación se detalla una reseña sobre cada nivel de la Ruta.

Orientación y asesoría



Este nivel está representado por el color rojo, puntualmente está dirigido y orientado a emprendedores que tienen la idea de un producto o los mismos todavía no son aptos para la exportación. Por otro lado, los empresarios deben contar con un RUC (Registro Único del Contribuyente) pero no poseen el conocimiento sobre temas de comercio exterior. Por lo tanto, este usuario necesita orientación y asesoría.

Asimismo, los futuros exportadores necesitarán ayuda en los puntos que establece este nivel, como: asesoría y acompañamiento inicial en comercio exterior y capacitaciones introductorias. En estos dos parámetros las empresas obtienen y conocen información

sobre las restricciones en los mercados extranjeros y los requisitos para ser exportador; que son:

1. Contar con el RUC otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI), indicando la actividad económica que va a desarrollar.
2. Obtener el certificado de firma digital o Token, mismo que se puede obtener en el Registro Civil o Security Data.
3. Registrarse como exportador en Ecuapass, en el portal el empresario podrá: actualizar su información en la base de datos, crear un usuario y contraseña, aceptar las políticas de uso y registrar la firma electrónica. (Guía para el exportador)

De igual manera, los empresarios tendrán acceso a las guías informativas y boletines de mercado, mismos que se encuentran publicados en la página web de PRO ECUADOR. Estos manuales brindan información útil que ayuda en el proceso de exportación; por ejemplo, normas de etiquetado, información de certificaciones, requisitos del exportador, etc.

Por otro lado, en este nivel también se brinda asesoría sobre la herramienta Exporta Fácil, misma que formaliza y facilita el envío de distintos productos al exterior. Finalmente, otro punto a considerar en este nivel es la Asistencia especializada para Actores de la Economía Popular y Solidaria (EPS) y Comercio Justo.

Es imperativo mencionar, que desde el 2011 a través del Art.1 de la Ley de Economía Popular y Solidaria (LOEPS) se reconoce que la Economía Popular y Solidaria (EPS), es *“una forma de organización económica en la que sus integrantes, ya sea individual y colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios mediante relaciones basadas en solidaridad, cooperación y reciprocidad, situando al ser humano como sujeto y fin de su actividad”* (SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, 2018).

Asimismo, de acuerdo al Art. 4 de la LOEPS se establece que los actores de la EPS se guían y trabajan en base a los siguientes principios: La relación de trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales; el comercio justo y consumo ético y responsable, equidad de género; la responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; entre otros (SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, 2018).

Por otro lado, el comercio justo es un sistema comercial que promueve otro tipo de comercio, mismo que se basa y se fundamenta en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad. De acuerdo a la definición de la Organización Mundial de Comercio Justo o conocido como WFTO, por sus siglas en inglés, el comercio justo “*contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos, especialmente en del Sur*” (WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION, 2016).

Al ser una asociación comercial, que busca el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza, de acuerdo a la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ); plataforma española que agrupa a 27 organizaciones vinculadas a comercio justo; el mismo está regulado por 4 principios que van desde temas laborales, sociales, hasta ambientales, siendo éstos:

- *Condiciones laborales y salarios adecuados*
- *No explotación laboral infantil*
- *Igualdad entre hombres y mujeres*
- *Respeto al medioambiente* (Cordinadora Estatal de Comercio Justo, s.f.)

Formación y Asistencia



Este nivel está representado por el color amarillo, en esta etapa se encuentra el potencial exportador o aquella empresa que cumple con ciertos requisitos, siendo éstos: un producto 100% formal, mayor experiencia y madurez comercial y sus productos ya se han comercializado a nivel nacional, pero han considerado incursionar en la exportación.

Siendo este el caso, los exportadores acceden a más servicios y beneficios que ofrece PRO ECUADOR, es decir ya no solo se favorecen de las capacitaciones de la fase de Orientación y Asesoría (nivel rojo), sino también de capacitaciones específicas orientadas a la exportación para el fortalecimiento y adecuación de la oferta exportable.

Igualmente, la entidad vincula a la MIPYMES en proyectos, donde reciben información especializada para la adaptación del producto en el mercado más adecuado, como: rediseño de producto acorde al mercado de destino, realización de una tienda virtual o diseño de sitio web, coaching al exportador, diseño o mejoras de empaques. Estas herramientas ayudan y permiten afianzar al exportador incrementando la aceptación de los productos a exportarse.

Anualmente PRO ECUADOR tiene un calendario donde conjuntamente con otras entidades públicas y privadas realizan capacitaciones, con la intención de que los empresarios pongan en práctica lo aprendido en los talleres prácticos. Por ejemplo, trabajan con el Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones (MCEI) para el tema de Certificación de origen o con la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) para temas de certificaciones fitosanitarias o Notificaciones sanitarias.

Cuando las empresas buscan estos servicios, PRO ECUADOR las visita y aplica el Test del Potencial Exportador, en éste los especialistas recopilan información, miden los conocimientos de comercio exterior, y analizan la imagen corporativa y el desarrollo productivo de la empresa. En base a estos puntos, en cuanto al nivel de la empresa, los especialistas dan un valor a la empresa y le categorizan en qué nivel se encuentra. Para la promoción, la entidad ayuda a: identificar la partida arancelaria del producto, analizar el mercado y su competencia, etc.

Finalmente, a las empresas que implementen las observaciones y sugerencias se les categoriza en una subcategoría que se considera Amarilla AA. Es decir, estas empresas ya pueden participar en eventos de promoción nacionales como son la Macrorueda de Negocios (evento multisectorial) o ferias como la de Aroma (actividad enfocada para cacao café y sus elaborados).

En esta subcategoría la entidad recomienda que las empresas realicen una lista de precios en términos de negociación internacional (INCOTERMS), que cumplan con ciertas normas de Calidad INEN (Servicio Ecuatoriano de Normalización) e identifique requisitos específicos de acuerdo al producto, debido a que los mercados internacionales pueden pedir certificaciones de conformidad.

El certificado de conformidad consiste en que el INEN o cualquier otro organismo que regule el tema de calidad, emita un certificado en el cual confirme que el producto cumple con la normativa y especificaciones técnicas que pide el mercado de destino.

Promoción Comercial



El tercer nivel, identificado con el color verde, corresponde a los exportadores y aquellas empresas 100% formadas en temas de exportación, con larga trayectoria en el mundo de la exportación o empresas que buscan conocer nuevas estrategias para diversificar su mercado. Precisamente por su formación podrán acceder directamente a: actividades e información comercial internacional, ferias o misiones internacionales o rueda de negocios, mismos que dependen y son de acuerdo al sector productivo.

Cuando las empresas deciden acceder a una feria o a distintas misiones comerciales, las mismas tienen que estar registradas en la base de datos del sistema, para que posteriormente puedan recibir una convocatoria, la cual confirma su participación en la feria o misión; asimismo, deben llenar un formulario de inscripción.

En cuanto a la participación en ferias, el Comité de selección de empresas informa la aceptación de acuerdo a la evaluación y calificación de cada empresa. Antes de realizar el viaje, el representante de la MIPYME debe asistir a una reunión para recibir instrucciones y puedan preparar cada detalle pendiente o necesario. En la feria, los participantes cuentan con su propio stand, mismo que les permite promocionar su producto y desarrollar nuevos contactos de negocio.

En cuanto a la participación de una empresa en la misión comercial, una vez aceptada, la MIPYME debe llenar una acta de compromiso y debe cumplir con todas las actividades de la agenda establecida por la Oficina Comercial y Coordinador Sectorial. Posteriormente, luego de realizar las distintas actividades, se debe evaluar el servicio obtenido mediante el formulario de evaluación de misión.

En cuanto a los costos para poder asistir a una feria o misión, las empresas deben cubrir ciertos gastos como: vuelos, hospedaje y alimentación. Los costos relacionados con los eventos cubre PRO ECUADOR.

Finalmente, los exportadores pueden acceder a todos los servicios de la fase de Formación y Asistencia Técnica de la Ruta PRO ECUADOR.

Análisis del nivel de la empresa

Una vez analizado cada nivel de la Ruta del exportador, el Ing. Luis Salcedo, encargado de PRO ECUADOR en la ciudad de Cuenca, nos comentó que la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda. se encuentra en el color amarillo de la Ruta, es decir, es considerada como Potencial exportadora, debido a que la empresa tiene: un producto 100% formal, grado de madurez y experiencia en la comercialización del producto a nivel nacional.

Sin embargo, la empresa debería tomar en cuenta otros requisitos para llegar a ser una empresa exportadora. Entre estos la compañía debe considerar los 12 criterios de evaluación del test potencial de exportador, mismos debería cumplir una vez analizado cada punto del mismo. Estos son:

1. *La empresa cuenta con Registro de Operador de Comercio Exterior en ECUAPASS y conoce sobre elaboración y emisión de documentos de soporte y acompañamiento a través del mismo (DAE, DJO, CO, Certificados varios).*
2. *Según la naturaleza del producto, el mismo cuenta con certificación fitosanitaria, registro sanitario, certificación zoosanitaria, etc.*
3. *La empresa conoce y sabe estructurar los precios de exportación de sus productos (FOB, CIF, DDP, etc.) (Considerar que los Incoterms son especificados en la factura comercial como en los diferentes instrumentos de pago).*
4. *La empresa cuenta con suficiente capacidad de producción/ cosecha para satisfacer las demandas de mercado. (diario, semanal, mensual).
Según la naturaleza de su producto, especificar la unidad de medida: unidades, kilogramos, toneladas.*
5. *La empresa cuenta con un abastecimiento de materias primas que le permitan asegurar el volumen de producción (Materias primas importada o nacional).
Indicar periodos de abastecimiento (diario, semanal, mensual).*
6. *Conoce la empresa las normas de envase, embalaje, etiquetado, regulaciones extranjeras, estándares de calidad de los mercados externos.*
7. *La empresa cuenta con recursos o materiales de promoción comercial (Sitio web, marca, folletos, tarjeta de presentación, etc.) en idioma manejado en el mercado de destino.*
8. *La empresa cuenta con certificaciones internacionales relacionadas con Gestión de Calidad, Procesos, Salud y Seguridad Ocupacional, normas*

ambientales como GMP, Global GAP, HACCP, ISO 9000/14000/26000, TAG4919, CE-marking, SA-800, OSHAS 1800, entre otras.

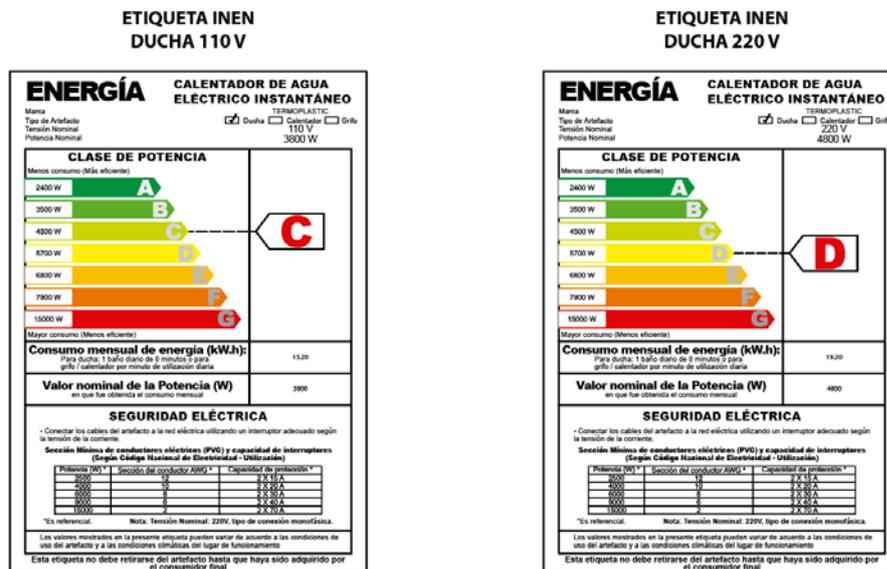
- 9. La empresa cuenta con fichas técnicas de productos que desea exportar.*
- 10. La empresa cuenta con una / varias personas dedicadas al servicio al cliente que manejen el idioma del mercado objeto.*
- 11. La empresa cuenta con equipos que le permiten optimizar recursos y asegurar la calidad del producto.*
- 12. La empresa puede variar sus horarios en su proceso de producción a fines de garantizar una entrega oportuna de sus productos.*

Si bien PRO ECUADOR no ha realizado el test del potencial exportador en la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda., se han analizado los puntos antes mencionados con las autoridades de la empresa, para así poder identificar los requisitos que aún no se han cumplido para llegar a ser una empresa exportadora. En virtud de lo expuesto, se concluye que:

1. Juan Alvarez Cía. Ltda. cuenta con la firma electrónica y actualmente está registrada en el ECUAPASS como importadores y exportadores. Importadores, debido a la maquinaria que se debe importar para la elaboración de las duchas eléctricas TERMOPLASTIC. Exportadores, hace años atrás ya pensaron en la exportación de sus productos, sin embargo, primero se decidió satisfacer el mercado nacional, especialmente la región Sierra.
2. De acuerdo a la naturaleza del producto; ducha eléctrica, éste no amerita poseer ningún tipo de certificación sanitaria o fitosanitaria.
3. El personal conoce y sabe de los *Incoterms*, sin embargo, no se ha desarrollado los costos de ventas en base a los mismos, debido a que no se había analizado un mercado específico.

4. La empresa posee maquinaria de alta tecnología, la cual permite garantizar la capacidad de producción. Como se mencionó en el anterior capítulo, la empresa ocupa únicamente el 25% de su capacidad instalada. Diariamente, la empresa produce alrededor de 200 duchas eléctricas.
5. Asimismo, la empresa no tiene problema en el abastecimiento de materia prima. Debido a que actualmente, para cubrir la demanda del mercado nacional cuenta con un stock que abastece para 4 meses más. Pero si se llegara a necesitar mayor cantidad de materia prima, se aumentarían las compras mensuales y trimestrales.
6. En cuanto a las normas de embalaje, la empresa no tiene conocimiento del mismo. Por otro lado, en etiquetado se ha aumentado el cumplimiento de la normativa INEN RTE 247, misma que se desarrollará y profundizará en el siguiente capítulo.

Ilustración 8 Etiqueta informativa



Fuente: Juan Alvarez Cía. Ltda

7. La compañía cuenta con varios materiales de producción comercial, como: página web (<http://www.juanalvarez.com.ec/>), la cual es manejada en 2 idiomas, español e inglés y próximamente se implementará en alemán. En cuanto a redes sociales, la compañía utiliza Facebook, la cual se encuentra

como: *Juan Alvarez Cía. Ltda.* Finalmente, cuenta con su propio catálogo en línea y en físico.

8. La fábrica actualmente no cuenta con certificaciones internacionales, pero su objetivo es obtenerlas para poder acceder a ciertos mercados mundiales y crear más confianza con el consumidor.
9. En el catálogo se encuentran desarrolladas las fichas técnicas del producto, en cuanto, material del producto, consumo e instalación del mismo.
10. La compañía cuenta con un personal especializado que maneja el idioma del mercado objeto.
11. La fábrica cuenta con varios equipos que permiten asegurar la calidad de su producto, si bien la empresa posee maquinaria de alta tecnología, también cuenta con su propio laboratorio en donde se analizan y realizan pruebas de resistencia, rendimiento y consumo de la ducha eléctrica, garantizando la calidad de la misma. Es imperativo recordar, que el 100% de las duchas, antes de salir a la venta pasan por 3 controles (Prueba de consumo, resistencia de presión y sistema automático de calidad).

Ilustración 9 Laboratorio de Juan Alvarez Cía. Ltda



12. Dentro de la empresa sí pueden variar los horarios del proceso de producción, si bien la misma cuenta con 1 turno de trabajo de 8 horas, se podría aumentar a 2 turnos de producción de 8 horas, de esta manera utilizaremos un 90% de la capacidad instalada.

Por otro lado, entre los planes de la empresa se desea lograr estar en fase Amarillo AA, para ello y de acuerdo a las recomendaciones del Ing. Luis Salcedo, la fábrica debería realizar algunos estudios de factibilidad de mercados, cotizar con distintos agentes de transportes, analizar la competencia en el mercado al que se desea ingresar (Piura), analizar barreras arancelarias y no arancelarias, las cuales se pueden ver en Trade Map y Mac Map, y por último un análisis de costos para determinar qué tan competitivo es el producto (Duchas eléctricas TERMOPLASTIC) en el mercado escogido y poder especificar un precio final.

ANÁLISIS DE LA PARTIDA ARANCELARIA EN TRADE MAP

Trade Map es una herramienta desarrollada para facilitar las distintas investigaciones de mercados que las personas deseen realizar. Se basa en el monitoreo constante del desempeño comercial de cada país y de productos específicos; permitiendo así que cada investigador conozca si es que tiene alguna ventaja competitiva o comparativa, además se pueden identificar algunos mercados potenciales.

El primer análisis que se realizó en esta plataforma, fue de los países que exportan calentadores eléctricos de agua a todo el mundo; teniendo como resultado que China es el principal exportador de dicho producto, seguido de México, Italia, Estados Unidos de América, Alemania, Bélgica, Egipto, Malasia, Reino Unido y Países Bajos.

Ilustración 10 Lista de exportadores de duchas eléctricas

Producto: 851610 Calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos ...

| SAI | Exportadores | valor exportada en 2013 | valor exportada en 2014 | valor exportada en 2015 | valor exportada en 2016 | valor exportada en 2017* |
|---------------------------|--------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Mundo | | 2.183.378 | 2.407.648 | 2.144.948 | 2.107.698 | 2.321.208 |
| China | | 398.956 | 441.558 | 317.723 | 347.089 | 345.951 |
| México | | 196.432 | 261.057 | 310.878 | 246.078 | 259.443 |
| Italia | | 216.810 | 228.099 | 183.118 | 183.579 | 212.579 |
| Estados Unidos de América | | 159.539 | 200.044 | 205.698 | 171.630 | 192.590 |
| Alemania | | 206.053 | 196.341 | 178.862 | 164.617 | 187.977 |
| Débilica | | 86.883 | 87.995 | 88.260 | 97.885 | 101.760 |
| Egipto | | 71.909 | 71.300 | 64.658 | 75.110 | 83.074 |
| Malasia | | 52.404 | 64.437 | 54.920 | 49.422 | 75.995 |
| Reino Unido | | 56.773 | 65.433 | 64.552 | 61.250 | 64.765 |
| Países Bajos | | 46.026 | 46.386 | 44.925 | 49.627 | 58.156 |

Fuente: Trade Map

El segundo análisis realizado dentro de esta plataforma, ha sido el de la partida 851610. Tomando en cuenta las importaciones de Perú desde el año 2013 hasta el 2017, se pudo observar que en total dicho país importó \$ 51.705 miles de dólares de calentadores eléctricos de agua, teniendo un promedio anual de compras de \$10.341. Además se identificaron que los principales países proveedores de este producto son: Brasil, China, Tailandia, Israel, Bulgaria, Italia, Egipto, Colombia, Estados Unidos de América y Malasia.

Ilustración 11 Lista de mercados proveedores de duchas eléctricas a Perú

Producto: 851610 Calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos ...

| Exportadores | Valor importada en 2013 | Valor importada en 2014 | Valor importada en 2015 | Valor importada en 2016 | Valor importada en 2017* |
|---------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Mundo | 10.521 | 11.686 | 10.195 | 9.850 | 9.453 |
| Brasil | 3.611 | 3.494 | 3.221 | 2.963 | 3.545 |
| China | 5.478 | 5.378 | 4.102 | 3.223 | 3.389 |
| Tailandia | 1 | 2 | 2 | 433 | 584 |
| Israel | 283 | 1.067 | 1.070 | 1.292 | 367 |
| Bulgaria | 0 | 377 | 326 | 430 | 331 |
| Italia | 36 | 429 | 456 | 313 | 281 |
| Egipto | 20 | 0 | 0 | 155 | 264 |
| Colombia | 306 | 324 | 289 | 254 | 248 |
| Estados Unidos de América | 392 | 321 | 342 | 478 | 213 |
| Malasia | 139 | 86 | 201 | 86 | 76 |

Fuente: Trade Map

En un tercer y último análisis, se realizó una comparación entre las exportaciones de Colombia y Ecuador (miembros de la Comunidad Andina de Naciones) de la partida 851610 a Perú, con lo que se pudo observar que Colombia a pesar de no exportar grandes cantidades, forma parte de los 10 principales proveedores de calentadores eléctricos de agua; exportando en el 2017 \$245 mil dólares americanos. Mientras que el Ecuador únicamente exportó \$2 mil dólares americanos. Con esta cifra se puede deducir que Colombia es uno de nuestros competidores más directos en la exportación de este producto, ya que goza de las mismas preferencias arancelarias que el Ecuador por ser miembros de la Comunidad Andina de Naciones, teniendo Colombia también la ventaja de tener una moneda propia y poder negociar en mejores términos y condiciones.

Ilustración 12 Comercio bilateral entre Colombia y Perú

| Código del producto | Descripción del producto | Colombia exporta hacia Perú | | | Colombia exporta hacia el mundo | | |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------|---------------|---------------------------------|---------------|---------------|
| | | Valor en 2015 | Valor en 2016 | Valor en 2017 | Valor en 2015 | Valor en 2016 | Valor en 2017 |
| 8516100000 | Calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos... | 236 | 252 | 245 | 1 066 | 605 | 815 |

Fuente: Trade Map

Ilustración 13 Comercio bilateral entre Ecuador y Perú

| Código del producto | Descripción del producto | Ecuador exporta hacia Perú | | | Ecuador exporta hacia el mundo | | |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------|---------------|--------------------------------|---------------|---------------|
| | | Valor en 2015 | Valor en 2016 | Valor en 2017 | Valor en 2015 | Valor en 2016 | Valor en 2017 |
| 8516100000 | Calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos... | 0 | 0 | 2 | 32 | 45 | 35 |

Fuente: Trade Map

ANALISIS DE LA PARTIDA ARANCELARIA EN MAC MAP

Market Access Map es una herramienta gratuita diseñada para ayudar a los exportadores, y a distintas instituciones comerciales a obtener información sobre aranceles aduaneros, preferencias arancelarias, contingentes arancelarios, remedios comerciales, reglas y certificados de origen, aranceles consolidados de los miembros de la OMC, medidas no arancelarias y flujos comerciales.

Se realizó el análisis de la partida 851610 en esta plataforma, para identificar las medidas arancelarias y no arancelarias que se deben cumplir para exportar los calentadores eléctricos de agua al Perú. Obteniendo como resultado que para exportar dicho producto se aplica el régimen de Nación Más Favorecida (MFN) dando un arancel *Ad Valorem* con una tarifa del 6% para el resto de países, pero, por ser parte de la CAN existen preferencias arancelarias del 0% para Ecuador. Sin embargo, no se obtuvo ningún registro dentro de la búsqueda acerca de medidas No Arancelarias.

Ilustración 14 Aranceles aplicados por Perú

Aranceles aplicados por Perú

Producto: 851610 - Calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos de inmersión
Socio: Ecuador
Fuente de datos: ITC (MAcMap)
Año: 2017
Nomenclatura: HS Rev.2017
Metodología EAV: EAV basado en los Perfiles arancelarios en el mundo (PAM)

[Nueva búsqueda](#) [Modificar búsqueda](#)

| Código del producto | Descripción del producto | Régimen arancelario | Arancel aplicado (como reportado) | Arancel aplicado (convertido) | Arancel equivalente ad valorem total |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| 8516100000 | Calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos de inmersión; aparatos eléctricos para calefacción de espacios o suelos; aparatos electrotrmicos para el cuidado del cabello (por ejemplo secadores rizadoros calientatenacillas) o para secar las manos; planchas eléctricas; los demás aparatos electrotrmicos de uso doméstico; resistencias calentadoras excepto las de la partida 85.45; Calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos de inmersión | MFN duties (Applied) | 6.00% | 6.00% | 6.00% |
| 8516100000 | Calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos de inmersión; aparatos eléctricos para calefacción de espacios o suelos; aparatos electrotrmicos para el cuidado del cabello (por ejemplo secadores rizadoros calientatenacillas) o para secar las manos; planchas eléctricas; los demás aparatos electrotrmicos de uso doméstico; resistencias calentadoras excepto las de la partida 85.45; Calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos de inmersión | Preferential tariff for CAN countries | 0% | 0% | 0% |

[Nueva búsqueda](#) [Modificar búsqueda](#)

Tamaño de la página: 50 Página 1 de 1, elementos 1 a 2 de 2.

Fuente: Mac Map

Ilustración 15 Medidas no arancelarias aplicadas por Perú

The screenshot shows the ITC Market Access Map interface. At the top left is the ITC logo and the text 'MARKET ACCESS MAP Mejorando la transparencia en el comercio internacional y el acceso a mercados'. On the right, it indicates 'Sesión iniciada por RUILOVA, Ms. Jennifer' and 'Cerrar sesión' with a 'Spanish' language dropdown. A navigation bar contains links for 'Búsqueda rápida', 'Análisis avanzado', 'Descarga de datos', 'Análisis de país', 'Opciones', 'Materiales de apoyo', and 'Otras herramientas del ITC'. Below this, a breadcrumb trail reads 'Inicio > Búsqueda rápida > Encontrar medidas no arancelarias > Results'. The main content area is titled 'Encontrar medidas no arancelarias' with a sub-header 'Paso 2/3'. It features two buttons: 'Nueva búsqueda' and 'Modificar búsqueda'. A search input field contains the text '0516100000 - Calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantá...'. Below the search field, the message 'No hay registros disponibles' is displayed. At the bottom of the search area, there are two more buttons: 'Nueva búsqueda' and 'Modificar búsqueda'.

Fuente: Mac Map

EXPORTA FÁCIL

Exporta Fácil, es un programa impulsado por algunas instituciones del Estado (mencionadas en el punto 2.6.7), que tiene como objeto fundamental que las MIPYMES y los artesanos logren mejorar su competitividad incrementando sus exportaciones a nuevos mercados.

Qué es Exporta Fácil

Exporta Fácil es una herramienta de exportación creada dentro de un Programa del Gobierno Nacional del Ecuador. Ésta puede ser utilizada por MIPYMES y productores de artesanías. Ésta se basa en un sistema de exportaciones ágil, sencillo y económico de envíos postales a través de Correos del Ecuador.

Cómo funciona

Exporta Fácil permite exportar uno o varios paquetes con mercancía de hasta 30 kilos cada uno, cuyo valor FOB⁴ no supere los \$ 5,000 dólares, acompañados de una Declaración Aduanera Simplificada (DAS⁵). Se cuenta con rastreo del envío, además se debe contratar un seguro obligatorio después de los \$50,00.

Objetivos de Exporta Fácil

Este programa fue creado con varios objetivos, los que se listan a continuación:

- Crear un portal web con un servicio ágil, económico y simplificado integrando varias plataformas informáticas de distintas entidades que también intervienen en el proceso de exportación como: Ministerio de Industrias y Productividad, Correos del Ecuador, y Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, este sistema facilitará a las MIPYMES y a los artesanos del Ecuador a realizar su exportación desde cualquier punto del país en el cual existan oficinas del operador público Correos del Ecuador.
- Fomentar la inclusión de MIPYMES y Artesanos en los mercados internacionales, contribuyendo a la competitividad de los productos ecuatorianos.
- Brindar servicios institucionales como Gobierno Nacional que generen valor agregado al Exporta Fácil, como capacitaciones, asistencias técnicas en uso de la herramienta, en comercio exterior, en búsqueda de mercados internacionales (Ministerio de Industrias y Productividad, s.f.).

⁴ FOB: (Free On Board): Incoterm “franco a bordo”.

⁵ DAE: Declaración Aduanera de Exportación – DAS: Declaración Aduanera Simplificada. Son documentos electrónicos que contienen los datos de las exportaciones, son firmadas electrónicamente. Una DAE se realiza cuando se desea realizar la exportación junto con los documentos de acompañamiento y soporte. La DAS para exportaciones es un documento electrónico para la realización de exportaciones bajo los regímenes de excepción “Tráfico Postal” y “Mensajería Acelerada o Courier”.

Requisitos

Existen distintos requisitos que deben cumplir las MIPYMES y las personas que deseen acceder a este servicio como:

- Tener RUC
- Registrarse en el portal www.exportafacil.gob.ec con su RUC
- Llenar la Declaración Aduanera Simplificada DAS
- Factura
- Lista de empaque en cada caja
- Dependiendo de la mercancía se obtendrán los permisos o documentos de acompañamiento que se requieran para la desaduanización en el país de destino (Ministerio de Industrias y Productividad, s.f.).

Modalidades

Para satisfacer las necesidades de los exportadores de Exporta Fácil existen dos tipos de envíos:

- Servicio Exporta Fácil – EMS: es el servicio postal más rápido dado por medios físicos y tiene un trato expreso.
- Servicio Exporta Fácil – CERTIFICADO: en este servicio se le asigna un código de barras al paquete enviado para tener un rastreo adecuado, éste tiene un trato estándar.

Ilustración 16 Información general de Exporta Fácil

| | | Exporta Fácil | |
|------------------------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------|----------|
| | | CERTIFICADO | EMS |
| Forma de Entrega | | En lugar de destino | |
| Dimensiones máximas | | Altura 1.05 X Ancho 1.05 X Profundidad 1.05 (metros) | |
| Peso Máximo | Pequeño Paquete | 2 Kg. | 30 Kg. * |
| | Encomienda Postal | 30 Kg. * | |
| Rastreo y Seguimiento | | Mediante página web | |
| Seguro | | Sí | |
| Cobertura | | 192 países a nivel mundial, según convenio UPU (Unión Postal Universal) | |
| Trato | | Estándar | Expreso |

**Dependerá del país de destino, verifique Pesos permitidos por país*

| TIEMPOS DE ARRIBO | | | |
|-------------------|------------------------------------------|--------------|-------------|
| Zonas | Cobertura | Días hábiles | |
| | | EMS | CERTIFICADO |
| Zona 1 | Pacto Andino y resto de Sudamérica | 15 | 20 |
| Zona 2 | EEUU, México, Guyanas y Surinam | 10 | 17 |
| Zona 3 | Canadá, Centroamérica e islas de América | 15 | 17 |
| Zona 4 | Europa | 9 | 10 |
| Zona 5 | Asia | 9 | 10 |
| Zona 6 | Resto del Mundo | 9 | 15 |

| País | Días hábiles | |
|---------------|--------------|-------------|
| | EMS | CERTIFICADO |
| Australia | 15 a 20 | 20 a 25 |
| Nueva Zelanda | | |
| Bulgaria | | |
| Qatar | | |

* Considerar una vez que arribe al país de destino de 2 a 3 días hábiles estimados por el proceso de desaduanización el cual depende de cada país.
* Considerar que estos tiempos pueden variar en temporadas altas.

Fuente: Página WEB de Exporta Fácil

Servicios

Dentro de los servicios de Exporta Fácil se pueden encontrar:

- Asesoría Productiva del Ministerio de Industrias y Productividad: se diseñan algunos proyectos y programas que ayudan a que se promueva la “producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo” (Exporta Fácil , s.f.).
- Asesoría al Exportador de PRO ECUADOR: este Instituto ofrece servicios especializados en cuanto a información sobre comercio exterior, promoción comercial según el nivel en el que se encuentra cada empresa después de realizar el test de potencial exportador.
- Eventos y capacitaciones: la página web de Exporta Fácil pone a disposición de los usuarios un calendario con los distintos eventos y capacitaciones que ofrecen.
- Atención al Usuario de Correos del Ecuador: es la entidad encargada de ser el operador postal designado, además de ser el que se encarga de promover y ofrecer esta herramienta en su plataforma.

Entidades que participan en el programa

Tabla 8 Entidades que participan en el programa de Exporta Fácil

| |
|---------------------------------------------------------------|
| Ministerio de Industrias y Productividad |
| Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información |
| Empresa Pública Correos del Ecuador CDE EP |
| Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA E |
| Instituto de Promoción de Exportaciones PRO ECUADOR |

| |
|------------------------------------------|
| Instituto de Patrimonio Cultural INPC |
| Dirección Nacional de Antinarcóticos DNA |
| Servicio de Rentas Internas SRI |
| Agencia Nacional Postal |

Fuente: Ministerio de Industrias y Producción

Después de haber analizado las dos herramientas, se realizaron algunas entrevistas tanto al Centro Interamericano de Artes Populares (CIDAP), a la Ing. Lucía Vintimilla encargada de apoyar en el programa Exporta Fácil en el Azuay, como al Ing. Luis Salcedo de las Oficinas de PRO ECUADOR en Cuenca.

En lo referente al tema de Exporta Fácil, comenta que la acogida de esta herramienta ha sido positiva en la provincia del Azuay; especialmente para artesanos y MIPYMES que desean exportar sus productos al exterior. Se mencionó que los productos que más se exportan bajo este régimen desde Cuenca son: los sombreros de paja toquilla (Panamá Hats), artesanías, y cintas para sombreros. Una de las razones principales para que se utilice Exporta Fácil es la simplicidad del proceso y de los documentos que se necesitan, además del apoyo de distintas entidades públicas como: el MIPRO, Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones y PRO ECUADOR, se tiene una base de datos conjunta para la facilitación de trámites. Otro tema importante que se tocó fue el cómo apoya Correos del Ecuador EP, a las personas que deciden exportar con Exporta Fácil, éstas son las capacitaciones brindadas por esta institución periódicamente.

Como aspectos negativos del servicio, se mencionaron únicamente el que se piden repetidamente algunos documentos en el país de destino de la mercancía; el peso y la cantidad máxima de exportación no son considerados como problemas al momento de exportar con este programa, ya que se cumplen con las exigencias de las aerolíneas y principalmente los productos que se exportan con este servicio no superan el límite permitido tanto en peso, como en dinero. Como comentario general de la utilización de este servicio, la Ing. Vintimilla mencionó que se ha dado un incremento en las

exportaciones de la provincia, ya que las personas que lo utilizan recalcan el bajo costo que tiene tanto para el exportador como para el importador, además que el producto una vez en el país de destino llega directamente a manos del importador, sin que este deba realizar el proceso de desaduanización. Finalmente, el número aproximado de artesanos y/o MIPYMES que utilizan Exporta Fácil son 40 en el Azuay; no se pudo tener un número exacto, ya que, las estadísticas reales se manejan a través del MIPRO y son a nivel nacional. Como dato adicional se obtuvo que éstas exportan cada dos meses aproximadamente.

Se realizó una entrevista en el CIDAP, porque se deseaba conocer si los artesanos que son apoyados por esta institución han logrado exportar mediante Exporta Fácil o la Ruta para el Exportador de PRO ECUADOR. El resultado que se obtuvo fue que el CIDAP participa en las ruedas de negocios y ferias internacionales organizadas por PRO ECUADOR, dando como resultado que muchos artesanos se pongan en contacto con clientes potenciales y logren exportar su producto. Se mencionó que una vez que se obtiene el cliente, los artesanos tienen que comenzar todo el proceso para convertirse en exportador; es ahí en donde interviene el Instituto de Promoción de Exportaciones, ya que, éste mediante la semaforización de la ruta empieza a capacitar y a ayudar a los artesanos a volverse potenciales exportadores.

En la entrevista de PRO ECUADOR el Ing. Luis Salcedo, comentó que son varias las empresas, MIPYMES, y artesanos que llegan a su oficina en busca de asesoría para la exportación. Sin embargo, como el proceso que sigue la Ruta para el Exportador no es sencillo, muchos desisten en el camino. Se mencionó que muchas de las empresas que no llegan a completar la ruta, acceden a los servicios de Exporta Fácil, ya que éstos no conllevan ningún trámite extenso, ni costoso. Ya que, cabe recalcar que para utilizar la Ruta PRO ECUADOR, se debe hacer mucha inversión y capacitación dentro de la empresa. La empresa Juan Alvarez Cía. Ltda, es capaz de utilizar la Ruta para el Exportador ya que su producto ya está consolidado, ya tiene varios años establecidos en el mercado, por lo que ya no significa una gran inversión, y se convierte en un proceso más sencillo.

CONCLUSIÓN

Se puede concluir que las dos herramientas creadas por las entidades públicas correspondientes, tienen como único fin el promover y diversificar las exportaciones del Ecuador, lograr abrir mercados internacionales en donde los productos tradicionales y no tradicionales producidos en el país.

La Ruta PRO ECUADOR para el Exportador, creada por el Instituto de Promoción de Exportaciones (PRO ECUADOR) es la encargada de apoyar a los potenciales exportadores a lograr la internacionalización de sus productos con varias capacitaciones, ayuda especializada la cual se realiza por etapas.

Etapa roja, “Orientación y Asesoría” se aplica para emprendedores, se brindan capacitaciones sobre comercio exterior, entre los temas se priorizan las exportaciones, en las que se puede encontrar información sobre las ventajas y restricciones de los distintos mercados. La segunda etapa es la de “Formación y Asistencia Técnica”, etapa amarilla. Ésta ya va dirigida a los potenciales exportadores, personas o empresas que ya tienen productos formados; se determinan que son potenciales exportadores después de realizar un test. Las distintas capacitaciones que se ofrecen en esta etapa son ya específicamente sobre las exportaciones, para lograr que ya se logre una consolidación del exportador como tal. La etapa verde, denominada “Promoción Comercial”, se basa en la promoción de los productos a exportarse en distintas ferias internacionales, misiones comerciales o ruedas de negocios; dando así a conocer internacionalmente éstos.

Por último, Exporta Fácil es una herramienta que puede ser utilizada por MIPYMES y artesanos que deseen exportar sus productos de manera ágil y sencilla, únicamente realizando una Declaración Aduanera Simplificada (DAS), el paquete se envía a través de Correos del Ecuador (CDE) y se lo puede rastrear.

Se puede concluir, que ambas herramientas son indicadas para personas que están queriendo incursionar en el comercio exterior, internacionalizando sus productos. Exporta Fácil, conlleva un proceso más sencillo que la Ruta PRO ECUADOR, sin embargo las dos pueden ser utilizadas por cualquier persona. En cuanto a la empresa

Juan Alvarez Cía. Ltda., la Ruta para el Exportador es la mejor opción para incursionar en el comercio exterior, ya que al encontrarnos en fase Amarillo, se vuelve más sencillo este proceso, sin embargo lo que espera la empresa es llegar a ser Amarillo AA, para así poder participar en las distintas ruedas y ferias de negocios ofrecidas por PRO ECUADOR; de igual manera se seguirán participando en todas las capacitaciones dictadas por la misma Institución. En cuanto a la utilización de la herramienta Exporta Fácil del Correos del Ecuador, no es una opción para esta empresa ya que por el peso del producto que se piensa exportar (Ducha Eléctrica TERMOPLASTIC) no cumple con los requisitos para poder utilizar esta herramienta.

Con las entrevistas realizadas se pudo observar que ambos programas son muy buenos para la promoción de exportaciones, sin embargo, cada producto tiene su herramienta más adecuada. Exporta Fácil, ayuda de manera más beneficiosa a los artesanos y MIPYMES que comercializan artículos pequeños; mientras que la Ruta del Exportador puede ser utilizada de mejor manera por empresas, MIPYMES ya establecidas que se dediquen a la comercialización de artículos más grandes, que no puedan acogerse a la herramienta de Correos del Ecuador EP, además que éstas ya deben contar con los requisitos de PRO ECUADOR para llegar a ser exportadores potenciales.

CAPÍTULO 3: MI PRIMERA CERTIFICACIÓN Y OBTENCIÓN DEL SELLO DE CALIDAD INEN

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las empresas constantemente buscan dinamizar sus procesos y alcanzar el desarrollo económico mediante programas y políticas que le permitan gestionar y mejorar la calidad de sus procesos y productos. Por esta razón, el Servicio Nacional de Normalización INEN ha motivado y logrado que las empresas ecuatorianas busquen implementar ciertos requisitos para que su producción sea certificada, logrando posicionarse en el mercado nacional e internacional.

Uno de los programas que nace por iniciativa del Servicio Nacional de Normalización es Mi Primera Certificación, la cual incentiva a los empresarios ecuatorianos de micro, pequeñas y medianas empresas a cumplir con todos los requisitos que promueven el bienestar laboral tanto de los altos funcionarios como de los empleados, creando productos con excelente calidad, para así obtener una ventaja competitiva ante empresas que no certifican sus productos o servicios.

Dentro de este capítulo se analizará este certificado más a profundidad, pudiendo determinar así sus pros y contras, para así establecer la posibilidad de que la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda. obtenga dicha certificación.

Además se estudiarán todos los procesos para obtener el Certificado de conformidad con el Sello de Calidad INEN y hacer uso de la Marca de Certificación. Estas certificaciones avalan que las empresas cumplen con todas las exigencias y requisitos que establecen los reglamentos técnicos ecuatorianos vigentes.

Finalmente, se mencionará y realizará un análisis del Reglamento Técnico vigente que las duchas TERMO PLASTIC deben cumplir de manera permanente para la obtención de las certificaciones mencionadas anteriormente.

SERVICIO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN

Los inicios del INEN se remontan a los años 70, exactamente el 28 de agosto de 1970, fecha en que se crea mediante Decreto Supremo el Instituto Ecuatoriano de Normalización, con el fin de ser la entidad encargada de llevar a cabo todas las Normas Técnicas Ecuatorianas, para así lograr satisfacer necesidades locales y permitir que el comercio nacional e internacional sea sencillo.

Misión

Dentro de la misión de esta entidad se encuentra que el Sistema Ecuatoriano de Calidad se fortalezca a través de procesos de “normalización, reglamentación técnica, evaluación de la conformidad y metrología” (Servicio Ecuatoriano de Normalización , s.f.), para así lograr cumplir con las necesidades y exigencias de la sociedad ecuatoriana.

Visión

La visión planteada por el Servicio Nacional de Normalización, pretende que todos los procesos de normalización, reglamentación técnica y evaluación de la conformidad y metrología sean de excelente calidad, para así lograr una garantía total de los derechos ciudadanos relacionados con la “seguridad, protección de la vida y salud humana, animal y vegetal; preservación del medio ambiente, protección del consumidor; promoviendo e incentivando la cultura de la calidad, contribuyendo a la productividad, competitividad y generación de empleo” (Servicio Ecuatoriano de Normalización , s.f.).

MI PRIMERA CERTIFICACIÓN INEN

¿Qué es mi primera certificación INEN?

Mi primera certificación es una certificación otorgada por el INEN a micro, pequeñas y medianas empresas, misma que nace con el interés de que los productos de las empresas que obtengan este certificado sean más competitivos y productivos, para así lograr que se mejore la calidad de la gestión empresarial, cumpliendo siempre con todos los requisitos, normas o reglamentos técnicos ecuatorianos.

Objetivo de Mi Primera Certificación

Este tipo de certificación pretende que las empresas empiecen a tener un sistema de gestión implementado, permitiéndoles comenzar a crecer formalmente; es decir, que cumplan la parte legal, que la parte interna de la empresa cumpla con recursos humanos, capacitación del equipo, que tenga procesos de manufactura controlados y que estos procesos se hagan con calidad.

Alcance de Mi Primera Certificación

Se puede aplicar esta certificación a micro, pequeñas y medianas empresas que se dediquen a la fabricación de productos manufacturados que cumplan con los requisitos, normas o reglamentos técnicos ecuatorianos impuestos por el INEN. Pueden solicitar Mi Primera Certificación empresas manufactureras que ya cuenten con un producto y procesos controlados y empresas de servicios para que se logre atender al consumidor de manera clara, precisa y correcta.

Ventajas de Mi Primera Certificación

Existen algunas ventajas que mencionó la Ing. Cecilia Valdivieso, Ex Coordinadora Zonal del INEN, entre las cuales nos destacó las siguientes:

- Crecimiento formal de las empresas que obtienen la certificación
- Apertura del mercado local, nacional e internacional

- Fabricación de productos acatados a las normas, requisitos o reglamentos técnicos ecuatorianos del INEN
- Se evitan desperdicios en las fábricas, ya que midiendo todo se puede controlar, logrando así incrementar las ganancias y disminuir las pérdidas

Procedimiento para obtener Mi Primera Certificación

Para obtener el certificado de gestión de micro, pequeñas y medianas empresas se debe seguir un conjunto de requisitos para posteriormente continuar con todo el procedimiento.

Los requisitos son:

- a. Requisitos Legales
- b. Gestión Financiera
- c. Gestión de Recursos Humanos
- d. Servicio al Cliente
- e. Gestión de Compras
- f. Control de la Producción
- g. Calidad del Producto
- h. Conservación y Entrega del Producto
- i. Innovación y Emprendimiento
- j. Salud y Seguridad

Una vez cumplidos todos los requisitos, continúa el proceso para obtener Mi Primera Certificación, cuyos pasos son los siguientes:

A. Solicitud para la certificación: lo primero que se debe hacer para obtener el certificado es presentar una solicitud escrita dirigida al Director (a) Ejecutivo (a) o al Director Técnico de Validación y Certificación (DTVC) en la que se debe especificar la siguiente información:

- i. Nombre de la organización
- ii. Dirección completa del establecimiento

- iii. Actividad productiva
- iv. Producto y Marca comercial

Junto con la solicitud se deben adjuntar algunos documentos, tales como:

- i. Registros o documentos que evidencien la calificación como micro, pequeñas, o medianas empresas
- ii. Registro Único del Contribuyente (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), según el caso.
- iii. Documentación que demuestre la constitución legal de la organización

B. Revisión de la solicitud: El Director Técnico de Validación y Certificación (DTVC) o el personal que sea competente se encarga de revisar la solicitud y la documentación, para asegurarse de que la organización haya presentado la suficiente documentación para poder continuar con el proceso de certificación.

C. Evaluación *in situ* de la organización: Después de verificar la viabilidad de la organización, se evalúa a la institución *in situ* para verificar el cumplimiento con los requisitos de certificación.

- i. **Selección y designación de evaluadores:** El DTVC asigna a los evaluadores del INEN que realizarán la evaluación.
- ii. **Evaluación *in situ*:** el evaluador realizará su trabajo aplicando una lista de verificación desarrollada por la Dirección de Verificación y Certificación (DVC) para micro, pequeñas y medianas empresas.

Tabla 9 Tabla de evaluación in situ

| EVALUACIÓN | CALIFICACIÓN | DESCRIPCIÓN |
|------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NULA | 0 | La organización no ha desarrollado ninguna acción para cumplir con el requisito o conoce el requisito. |
| BUENA | 1 | La organización no cumple completamente con el requisito, sin embargo mantiene mecanismo adecuados en el proceso de implementación. |
| MUY BUENA | 3 | La organización cumple con los requisitos y mantiene mecanismos efectivos para asegurar el cumplimiento del requisito. |

Fuente: Resolución 2016 – 022

Los resultados de esta evaluación se comunican formalmente al representante legal de la organización. Para que la empresa pueda alcanzar la certificación debe por lo menos alcanzar un mínimo del 80% del cumplimiento de los requisitos. Si es que la empresa tuviera que hacer cambios o modificaciones, éstos se tendrán que comunicar al INEN y su personal técnico verificará su implementación.

- iii. **Proceso de revisión de cumplimiento de los requisitos de certificación:** los evaluadores emitirán un informe con la información correspondiente al cumplimiento de los requisitos de la organización solicitante. Otra persona de la DVC, que no haya participado en el proceso de evaluación deberá revisar que todos los requisitos se encuentren en orden para continuar con el proceso de certificación.
- iv. **Toma de decisión sobre la certificación:** de esta actividad se encarga el DTVC y parte del personal técnico que no haya participado en la evaluación. Si es que todo está correcto se emitirá el “Certificado de la gestión de micro, pequeñas y medianas empresas” con una validez de tres años, sujeta a renovación después de someterse a una nueva visita e inspección, si todo es correcto, ésta tiene una duración de tres años nuevamente. Se niega la certificación, cuando la organización no cumple con todos los requisitos, esta negación

es informada mediante un oficio notificándole la decisión de no otorgar la certificación y los incumplimientos detectados.

- v. **Emisión del certificado y convenio:** Cuando la otorgación del certificado es positiva, se elaboran los siguientes documentos:
- Certificado de la gestión de micro, pequeñas y medianas empresas
 - Convenio para el uso del certificado de la gestión de micro, pequeñas y medianas empresas

Uso del certificado de la gestión de micro, pequeñas y medianas empresas

Una vez que se obtiene el certificado, la organización deberá cumplir con algunas disposiciones, las cuales se indican a continuación:

- La referencia a organización certificada puede aparecer en documentos informativos, comerciales o publicidad de la organización o en páginas web y otros documentos de publicidad de la organización.
- No podrá marcar ningún tipo de referencia a su condición de organización certificada en los productos que elabora, en la publicidad y/o en los catálogos referentes al producto.
- No podrá marcar su condición de organización certificada en reportes técnicos, informes de ensayo o certificados de sus productos.
- No puede en ningún caso transferir el Certificado de la gestión de micro, pequeñas y medianas empresas a terceros. Si la organización vende sus instalaciones y marca comercial de sus productos a otra organización, automáticamente el certificado queda cancelado.

- Cumplir permanentemente las disposiciones establecidas en el Convenio para la utilización del Certificado y este procedimiento.
- No puede utilizar el certificado en cualquier situación que pueda dar lugar a una interpretación incorrecta del alcance del certificado o que pueda inducir a considerar que los productos que elaboran son productos certificados por el INEN (Director Ejecutivo del Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2016).

Condiciones para la suspensión o retiro de la certificación

- a) **Suspensión:** por incurrir en las siguientes causas el INEN podrá suspender hasta por 6 meses el Certificado de la gestión de micro, pequeñas y medianas empresas.
- i. Por solicitud del representante legal de la organización certificada.
 - ii. La organización presenta incumplimientos sucesivos con los requisitos del procedimiento.
 - iii. Cuando no se comunica por escrito al INEN que se han realizado cambios jurídicos en la organización, razón social y/o traslado de instalaciones.
 - iv. Se impida u obstaculice el trabajo de los evaluadores del INEN.
 - v. Cuando no se pague el valor de las tarifas correspondientes a los servicios que presta el INEN.
 - vi. Por disposición del Director Ejecutivo del INEN.

Dicha suspensión se retirará cuando se haya cumplido el plazo y los incumplimientos que originaron la medida se hayan enmendados, seguido de un informe favorable de la DVC.

b) Retiro: esta condición se da cuando:

- i.** Solicitud del representante legal de la organización certificada.
- ii.** La organización presenta incumplimientos sucesivos con los requisitos del procedimiento, o no ha levantado una suspensión en los tiempos establecidos por el INEN.
- iii.** Cuando las actividades productivas sean interrumpidas por 6 meses consecutivos.
- iv.** Por disolución de la organización.
- v.** Por infracciones que perjudican al consumidor o que constituya competencia desleal.
- vi.** Uso y aplicación indebida del Certificado de la gestión de micro, pequeñas y medianas empresas.

Derechos y Obligaciones de las organizaciones certificadas por el INEN

a) Derechos:

- i.** Confidencialidad en la información proporcionada al INEN.
- ii.** Solicitar al INEN ciertos servicios como calibración de los equipos, aparatos e instrumentos de inspección, medición y ensayo.
- iii.** Disponer de los servicios técnicos de los laboratorios del INEN.
- iv.** Que el contenido de los informes generados por las evaluaciones sean conocidos por la organización.
- v.** Voluntariamente solicitar la suspensión temporal (6 meses) de la Certificación.
- vi.** Voluntariamente solicitar el retiro de la Certificación.

b) Obligaciones:

- i.** Cumplir permanentemente con las disposiciones establecidas en el Convenio para la utilización del certificado.
- ii.** Utilizar el certificado conforme a las disposiciones establecidas en la ley.
- iii.** Facilitar a los evaluadores del INEN los documentos necesarios.
- iv.** Informar oportunamente las modificaciones que se realicen dentro de la empresa.
- v.** Conservar los registros actualizados.
- vi.** Pagar los valores y tarifas correspondientes.

Opción de obtención del sello de calidad INEN

Todas las organizaciones que logran obtener el Certificado de la gestión de micro, pequeñas y medianas empresas, tienen la capacidad para iniciar el proceso de obtención de Sello de Calidad INEN para sus productos. Cuando la empresa decide optar por este proceso deben seguir las disposiciones establecidas en el Instructivo de obtención y/o renovación del Sello de Calidad INEN, publicado en la página web del INEN

CERTIFICADO DE CONFORMIDAD CON SELLO DE CALIDAD INEN

El Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN mediante la adopción y aplicación de reglamentos técnicos, impulsa a los productores ecuatorianos así como a los importadores el cumplimiento de ciertas normas técnicas aplicables a cada producto. El objetivo de este Reglamento Técnico es controlar la calidad de un producto, satisfaciendo las necesidades locales y facilitando el comercio nacional e internacional.

La calidad de un producto es un factor que determina la competitividad de éste y de la empresa que lo produce, tanto en el mercado nacional como internacional, proporcionando de una manera directa la confianza de los clientes y consumidores.

Para ello, el INEN mediante el Instructivo⁶ para la obtención y renovación de Certificado de Conformidad con Sello⁷ de Calidad INEN, expidió el procedimiento para dicha certificación de conformidad para productos fabricados en el Ecuador.

Las empresas manufactureras interesadas en obtener el Certificado de Conformidad con Sello de Calidad INEN para su producto, con el afán de mejorar su competitividad y suplir la demanda del mercado con productos nacionales deben cumplir con los siguientes requisitos:

- **Calidad del producto**

El sistema de gestión de calidad consiste en que el producto que se va a certificar cumpla permanentemente con los requisitos establecidos en el documento normativo de referencia vigente. En el caso de la Empresa Juan Alvarez Cía. Ltda., su producto (duchas eléctricas TERMO-PLASTIC) deben cumplir con el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 247 “seguridad y eficiencia energética para calentadores de agua eléctricos instantáneos sin acumulación de agua”.

El personal técnico autorizado del INEN verificará el cumplimiento de este requisito mediante auditorías a la calidad del producto.

De igual manera, si el producto no cumple con los requisitos establecidos en dichos Reglamentos Técnicos de referencia, el INEN notificará por escrito al representante legal de la empresa dichos incumplimientos detectados. Posteriormente, la compañía debe implementar las correcciones y acciones respectivas, si los técnicos del INEN detectan que no se corrigieron las infracciones, se da por terminado el proceso y se notificará a la empresa la finalización del proceso de certificación.

⁶ El Instructivo establece los requisitos que se deben cumplir para la obtención y renovación del Certificado de Conformidad con Sello de Calidad INEN para un producto.

⁷ Es el reconocimiento oficial que otorga el INEN a un producto que se fabrica bajo un sistema de calidad aprobado por el INEN y cumple permanentemente con los requisitos establecidos en el Documento Normativo de Referencia; este esquema de certificación se plasma mediante el Sello de Calidad INEN que se marca en el producto que se ha obtenido (Servicio Ecuatoriano de Normalización, s.f.).

Se debe mencionar que, la empresa puede reiniciar el proceso para la obtención del Certificado de Conformidad con Sello de Calidad, presentando una nueva solicitud de certificación. La misma deberá adjuntar la documentación necesaria que permita evidenciar las correcciones implementadas. Por otro lado, si se detecta un nuevo incumplimiento en el producto, se da por terminado el proceso de certificación definitivamente, siendo éste notificado a la empresa.

- **Sistema de gestión de Calidad**

Con cualquiera de las siguientes opciones la empresa puede certificar que mantiene un sistema de gestión de calidad.

- *Sistema de gestión de calidad de conformidad con los requisitos establecidos en la NTE ISO 9001⁸. Sistema de Gestión de la Calidad. Requisitos, en los elementos relacionados con la fabricación del producto.*
- *Sistema de gestión de conformidad con la NTE INEN 2537⁹. Sistema de gestión integral para las micro, pequeña y mediana empresa.*
- *Buenas Prácticas de Manufactura- BPM*
- *Sistema de gestión de conformidad con la Norma ISO 22000. Sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos. Requisito para cualquier organización en la cadena alimentaria o similares, desde los agricultores o ganaderos, procesadores, transporte, hasta punto de venta (Servicio Ecuatoriano de Normalización , 2017).*

⁸ Esta norma es una adopción de la norma Internacional ISO 9001. *Sistema de gestión de la calidad-Requisitos*. La ISO 9001 es una norma de sistema de gestión de calidad reconocida internacionalmente, la misma proporciona la infraestructura, procedimientos, procesos y recursos necesarios para ayudar a las organizaciones a controlar y mejorar su rendimiento y conducirles hacia la eficiencia, servicio al cliente y excelencia en el producto (Lloyd´s Register, 2018).

⁹ Esta norma tiene como objetivo incrementar el nivel de formalidad, rendimientos económicos, ventas, competitividad de las MYPIMES para contribuir al desarrollo del país, mediante la creación, implementación y revisión de un Sistema de Gestión Integral.

Obtención del Certificado

El proceso de obtención del Certificado de Conformidad con Calidad INEN para un producto empieza con la presentación de una solicitud dirigida al Director(a) Ejecutivo(a) del INEN o al Director Técnico de Validación y Certificación (DTVC) por parte de la persona natural o jurídica interesada en la obtención de dicha certificación. .

Dicha solicitud se encuentra en la página oficial del INEN; www.normalizacion.gob.ec.

Si la solicitud o los documentos solicitados no contienen toda la información necesaria, se informará por escrito al solicitante, quien deberá realizar las correcciones pertinentes.

El personal técnico del INEN revisa cada solicitud y verifica que las mismas tengan la suficiente información sobre el producto y el fabricante para continuar con el procedimiento de obtención del certificado. De igual manera, los auditores analizan si la compañía posee todos los medios para realizar cada proceso de la evaluación respectiva, y se determina el alcance de la certificación.

Una vez revisados los documentos, y si la empresa cumple con los criterios de dicha solicitud, el DTVC o su delegado realiza una evaluación inicial de la empresa. Después de ejecutar la evaluación se emite un informe en el cual se verifica que:

- a. La empresa tenga un laboratorio de ensayo, mismo que le permita realizar todos los ensayos respectivos que establece el documento normativo. Caso contrario, si la compañía no cuenta con un laboratorio, la misma debe tener un acceso a un laboratorio externo. La empresa cuencana, Juan Alvarez Cía. Ltda., cuenta con su propio laboratorio de ensayos para sus productos: Termotanques J.A., Paneles Solares J.A. y duchas eléctricas TERMO-PLASTIC.

- b. Todos los instrumentos de medición y ensayo de la fábrica y laboratorio debe tener un registro de calibración o verificación.
- c. De igual manera, la empresa debe mantener un registro de cada inspección y ensayos del producto.
- d. La compañía debe tener todos los documentos legales solicitados como: registro de la marca de producto, nombramiento, constitución de la empresa, cédula y certificado de votación del representante legal. Estos documentos puede ser una fiel copia de los documentos originales.

Si la empresa solicitante cuenta y cumple con cada requisito mencionado anteriormente, la autoridad competente emite un informe de evaluación favorable, si la misma no cumple con dichos requisitos, el INEN notificará a la fábrica para que puedan realizar los cambios y correcciones respectivas.

Posteriormente, cuando se considere necesario, auditores¹⁰ del INEN, realizarán un estudio de la calidad del producto previa a la certificación, los mismos tienen el deber de realizar éste en base a los instructivos establecidos en el documento normativo de referencia, con el propósito de verificar y comprobar que se cumple con los respectivos lineamientos.

Los resultados obtenidos por los auditores especializados serán notificados formalmente al representante legal de la compañía. De la misma manera, si el producto no cumple con alguno de los requisitos de su normativa, el INEN notificará al representante legal para que implemente las correcciones respectivas y necesarias. Una vez corregidos los incumplimientos, la compañía debe comunicar al INEN los cambios realizados por la misma. Nuevamente, los auditores verifican dichas correcciones, si los funcionarios detectan los mismos incumplimientos se da por terminado el proceso, mismo que se notificará a la empresa.

¹⁰ Los auditores son designados por el DTVC o por su delegado.

Es importante considerar, que la empresa solicitante debe mantener un sistema de gestión de calidad, para comprobar el INEN realizará una auditoria cada 2 años a partir de la certificación inicial.

El informe emitido por los auditores más la documentación de soporte solicitada permitirá que el Director de Validación y Certificación tome una decisión, misma que debe ser registrada en el informe de evaluación.

Si la decisión es favorable:

El director de Validación y Certificación, dispone de la elaboración de los siguientes documentos: Certificado de Conformidad con Sello de Calidad INEN, Convenio y Resolución para la utilización del Certificado¹¹ y Marca de Conformidad “Sello de Calidad INEN”¹² de acuerdo al alcance definido en el informe de la evaluación correspondiente (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2015).

Duración del Certificado

El Certificado de Conformidad con Sello Calidad INEN tendrá validez de 3 años, y podrá ser renovada por el mismo periodo. Para la renovación se necesita realizar un informe favorable y dirigido a la Dirección Técnica de Validación y Certificación. En cuanto al Convenio para la utilización del Certificado de Conformidad “Sello de calidad INEN”, es un documento legal en el que se detallan los derechos y obligaciones de las partes, de igual manera, el mismo contiene: el producto certificado, la marca comercial y el documento normativo de referencia.

Vigilancia de la certificación

Una vez obtenido el Certificado de Conformidad con Sello Calidad INEN, el INEN para comprobar la calidad del producto realizarán tres auditorías anuales por los

¹¹ El Convenio debe estar firmado por el Representante Legal de la empresa o su delegado y el Director Ejecutivo del INEN o por su delegado.

¹² Símbolo aprobado por el INEN para ser utilizado por un producto certificado, que garantiza que el producto cumple permanentemente con requisitos especificados en una Norma Técnica de Referencia (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2015).

primeros tres años y dos auditorías anuales en las renovaciones del certificado. Del mismo modo, hará una evaluación con respecto al sistema de gestión de calidad de la empresa.

El INEN para comprobar el cumplimiento de los requisitos del producto, tomará muestras del mismo, ya sea en la empresa o en el mercado, para realizar sus respectivas pruebas. Si el fabricante no cumple con los requisitos establecidos en el documento normativo de referencia, el INEN tiene el deber de enviar un oficio al representante legal de la empresa notificándole los incumplimientos. La fábrica tiene que corregir e implementar las correcciones en el menor tiempo posible. Posteriormente, debe comunicar al INEN dichos cambios realizados.

Por otro lado, si la empresa no realiza las acciones correspondientes o las mismas son ineficaces, el INEN suspenderá el certificado por 6 meses, de igual manera se informará al representante legal. Durante el tiempo de suspensión, el INEN realizará auditorías extraordinarias, las cuales consisten en verificar las correcciones o modificaciones que la empresa realizó luego de notificarles el incumplimiento del producto en base a la normativa de referencia. De igual forma, después de esta auditoría, el especialista debe realizar un informe y enviar al DTVC, si la empresa no ha realizado los cambios necesarios el INEN procederá a retirar definitivamente el Sello de Calidad INEN.

Finalmente, si la empresa requiere ampliar o reducir el alcance de la certificación, el representante legal de la compañía deberá presentar una solicitud, notificando el nuevo alcance¹³ o sus razones por las cuales quiera ampliar o reducir. La solicitud debe estar dirigida al Director Ejecutivo del INEN o al Director Técnico de Validación y Certificación.

Suspensión o retiro de la certificación

La suspensión del Certificado de conformidad con Sello de Calidad INEN se podrá dar por las mismas razones de retiro o suspensión del certificado de la gestión de micro,

¹³ El alcance consiste en cambiar o incorporar nuevas marcas comerciales, modelos, tipos o clases del producto que obtuvo el Certificado de Conformidad con Sello de Calidad INEN.

pequeñas y medianas empresas (Mi Primera Certificación) mencionados anteriormente.

Cuando se retira el Certificado de Conformidad con Sello Calidad INEN a la empresa, la misma pierde el derecho de comercializar un producto en el cual exhiba que fabrica productos certificados por el INEN, de igual manera el titular debe devolver todos los documentos originales emitidos por la organización relacionados con el proceso de certificación.

Costo

Una vez realizada la solicitud para la obtención de la certificación, la empresa tiene la obligación de cancelar toda factura, ya sea por: ensayos, auditorías a la calidad del producto sistema de gestión de la calidad, movilización o viáticos si fuese necesario; emitida por el Servicios Ecuatoriano de Normalización. El listado de tarifas por servicio se encuentra en la página del INEN.

MARCA DE CERTIFICACIÓN “SELLO DE CALIDAD INEN”

Además de cumplir con todos los requisitos de la normativa de referencia vigente y una vez aprobados por el INEN el Certificado de Conformidad con el Sello de Calidad INEN, las empresas pueden hacer uso de la Marca de certificación o conformidad “Sello de Calidad INEN”¹⁴ en los productos certificados. Es importante recordar, que El Certificado de Conformidad con Sello Calidad INEN tiene una validez de 3 años, y podrá ser renovada por el mismo periodo, por lo tanto, la Marca de Certificación tiene la misma vigencia.

La marca de certificación debe estar colocada en la etiqueta, envase o embalaje del producto. Caso contrario, si el producto no tiene un espacio suficiente para el uso de la marca de certificación, la misma puede ir con otra información que acompañe al producto (manuales o catálogos referentes).

¹⁴ Símbolo aprobado por el INEN para ser utilizado por un producto certificado, que garantiza que el mismo cumple con todos los requisitos de la Norma Técnica vigente de Referencia.

Estructura de la marca de certificación “Sello de Calidad INEN”

Ilustración 17 Estructura de la marca de certificación "Sello de Calidad INEN"



Fuente: (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2015)

El logotipo de la marca de certificación debe ser desarrollado en base a las coordenadas cromáticas que establece el Procedimiento para el uso de la marca de Certificación “Sello de Calidad INEN”. De igual manera, el logotipo puede ser utilizado en escalas de grises.

En el procedimiento para el uso de la marca de certificación “Sello de Calidad INEN” también se especifica que, las dimensiones de la marca de certificación, no tienen un tamaño en específico. Solo se requiere que el mismo sea legible, conserve las proporciones originales, no debe ser utilizada en un fondo que impida la lectura y no está permitido su uso como marca de agua.

En dicho procedimiento también se detalla y se recalca que el sello de Calidad INEN solo se puede utilizar en el producto o productos que se haya certificado, caso contrario se puede notificar la suspensión o cancelación del mismo.

Por otro lado, si la empresa no puede usar el símbolo del Sello de Calidad INEN debido a modificaciones tecnológicas en el proceso o costos, los productos pueden utilizar las siguientes frases:

- “*Producto con Sello de Calidad INEN Norma XXX*”
- “*Sello de Calidad INEN NTE INEN XXX*”

- “*Producto certificado con Sello de Calidad INEN*” (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2015).

REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 247

Para obtener el Certificado de Conformidad con Sello Calidad INEN para las duchas eléctricas TERMO PLASTIC, además del uso de la Marca de conformidad “Sello de Calidad INEN”, la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda., debe cumplir con todos los requisitos establecidos en el Reglamento Técnico ecuatoriano RTE INEN 247 “Seguridad y eficiencia para calentadores de agua eléctricos instantáneos sin acumulación de agua”. Este Reglamento establece los parámetros de seguridad y eficiencia que deben seguir todas las duchas eléctricas con el fin de prevenir riesgos en las personas y evitar prácticas que puedan inducir error al fabricar los productos.

Dentro del Reglamento Técnico ecuatoriano RTE INEN 247, como parte de los requisitos del producto, en el numeral 5.2, se menciona que los calentadores de agua eléctricos instantáneos sin acumulación deben cumplir con todos los requisitos de eficiencia energética que establece dicho Reglamento.

Para calcular la eficiencia energética de la ducha TERMO PLASTIC se utilizó la siguiente ecuación:

$$\eta = \frac{Q \times 418000 \times (T_s - T_e)}{U \times I}$$

Dónde:

η es la eficiencia energética, en porcentaje,

Q es el flujo de agua, en litros por segundo,

T_s es la temperatura de salida del agua, en grados Celsius,

T_e es la temperatura de entrada del agua, en grados Celsius,

U es la tensión eléctrica medida, en voltios,

I es la corriente eléctrica, en amperios.

Mediante esta fórmula se pudo obtener que la ducha TERMO PLASTIC tuvo un porcentaje mayor a 95% de eficiencia energética que cumple con lo establecido en dicha norma. Para que una ducha eléctrica sea considerada eficiente la misma debe tener un valor superior a 95%.

De igual manera, la Norma Técnica RTE INEN 274, que es de carácter obligatoria para la certificación de las duchas eléctricas, establece los requisitos de rotulado que debe cumplir la ducha TERMO PLASTIC para que se comercialice en el país. Uno de los requisitos que establece dicha norma y cumplió el producto de la compañía Juan Alvarez Cía. Ltda, es que la ducha presenta una etiqueta informativa sobre el desempeño energético.

Etiqueta informativa de las duchas eléctricas TERMO PLASTIC

Ilustración 18 Etiqueta informativa de las duchas eléctricas

| ENERGÍA | | CALENTADOR DE AGUA ELÉCTRICO INSTANTÁNEO | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Marca | | TERMOPLASTIC | |
| Tipo de Artefacto | | <input checked="" type="checkbox"/> Ducha | <input type="checkbox"/> Calentador <input type="checkbox"/> Grifo |
| Tensión Nominal | | 110 V | |
| Potencia Nominal | | 3800 W | |
| CLASE DE POTENCIA | | | |
| Menos consumo (Más eficiente) | | | |
| 2400 W | | A | |
| 3500 W | | B | |
| 4500 W | | C | |
| 5700 W | | D | |
| 6800 W | | E | |
| 7900 W | | F | |
| 15000 W | | G | |
| Mayor consumo (Menos eficiente) | | | |
| Consumo mensual de energía (kWh): | | 15.20 | |
| Para ducha: 1 baño diario de 8 minutos o para grifo / calentador por minuto de utilización diaria | | | |
| Valor nominal de la Potencia (W) | | 3800 | |
| en que fue obtenida el consumo mensual | | | |
| SEGURIDAD ELÉCTRICA | | | |
| * Conectar los cables del artefacto a la red eléctrica utilizando un interruptor adecuado según la tensión de la corriente. | | | |
| Sección Mínima de conductores eléctricos (PVC) y capacidad de interruptores (Según Código Nacional de Electricidad - Utilización) | | | |
| Potencia (W) * | Sección del conductor AWG * | Capacidad de protección * | |
| 2500 | 12 | 2 X 15 A | |
| 4000 | 10 | 2 X 20 A | |
| 6000 | 8 | 2 X 30 A | |
| 9000 | 6 | 2 X 40 A | |
| 15000 | 2 | 2 X 70 A | |
| *Es referencial. Nota: Tensión Nominal: 220V, tipo de conexión monofásica. | | | |
| Los valores mostrados en la presente etiqueta pueden variar de acuerdo a las condiciones de uso del artefacto y a las condiciones climáticas del lugar de funcionamiento | | | |
| Esta etiqueta no debe retirarse del artefacto hasta que haya sido adquirido por el consumidor final | | | |

Fuente: Juan Alvarez Cía. Ltda

Como se puede observar en la imagen, la etiqueta informativa debe tener las siguientes leyendas:

1. Una leyenda que diga “Energía”.

2. Una leyenda que diga “CALENTADOR DE AGUA ELÉCTRICA INSTANTÁNEO”.
3. Una leyenda que diga “marca”, “tipos de artefacto”, “Tensión Nominal (V)” y Potencia Nominal (W).
4. Una leyenda que diga “Clase de potencia”, en esta se encuentra los diferentes rangos para la clasificación de los equipos de acuerdo a la potencia nominal del producto.

El Reglamento Técnico establece la siguiente tabla, en la cual se puede observar la Clase de potencia y Potencia Nominal (P).

• **Clases de Potencia**

| Clase de potencia | Potencia nominal (P) |
|--------------------------|-------------------------------------------|
| A | $P \leq 2400 \text{ W}$ |
| B | $2400 \text{ W} < P \leq 3500 \text{ W}$ |
| C | $3500 \text{ W} < P \leq 4600 \text{ W}$ |
| D | $4600 \text{ W} < P \leq 5700 \text{ W}$ |
| E | $5700 \text{ W} < P \leq 6800 \text{ W}$ |
| F | $6800 \text{ W} < P \leq 7900 \text{ W}$ |
| G | $7900 \text{ W} < P \leq 15000 \text{ W}$ |

Fuente: Resolución No. 16 046 del Ministerio de Industria y Productividad.

La ducha eléctrica TERMO PLASTIC tiene una potencia nominal 3800 (W), por lo tanto, de acuerdo a la tabla, las duchas eléctricas de la empresa se encuentran en la categoría C, debido a que se están dentro de rango $3500 \text{ W} < P \leq 4600 \text{ W}$.

5. Una leyenda que diga “Consumo mensual de energía (kWh)”.

Para sacar el consumo mensual de la ducha eléctrica se consideró la siguiente fórmula con el siguiente dato.

$$\text{CONSUMO MENSUAL} = \frac{\text{Potencia (W)} * \text{horas de uso por día} * \text{días uso al mes}}{1000}$$

$$\text{CONSUMO MENSUAL} = \frac{3800 * 0.13333 * 30}{1000}$$

$$\text{CONSUMO MENSUAL} = 15.199 \text{ kWh}$$

Para ducha: 1 baño diario de 8 minutos

Aplicando la fórmula se pudo concluir que el consumo mensual de cada ducha eléctrica TERMO PLASTIC es de 15.20 kWh, tomando en cuenta 1 baño diario de 8 minutos.

6. Una leyenda que diga “Valor nominal de la potencia eléctrica”.
7. Una leyenda que diga “Seguridad eléctrica”.

En el Reglamento Técnico RTE INEN 247, se encuentra predeterminado el cuadro de esta leyenda.

8. Una leyenda que diga: “*los valores mostrados en la presente etiqueta pueden variar de acuerdo a las condiciones de uso del artefacto y a las condiciones climáticas del lugar de funcionamiento*” (Director Ejecutivo del Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2016).
9. Una leyenda que diga: “*Esta etiqueta no debe retirarse del artefacto hasta que haya sido adquirido por el consumidor final*” (Director Ejecutivo del Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2016).

Finalmente, para cumplir con los requisitos del rotulado, el producto a obtener el Certificado de conformidad con “Sello Calidad INEN”, también debe tener la siguiente información.

1. Modelo y número de serie.
2. Nombre o marca del fabricante.
3. País de origen.

Esta información se puede verificar de la siguiente manera:

Ilustración 19 Ducha TERMO PLASTIC Modelo: Santorini – Código: CD-2020



Fuente: Juan Alvarez Cía. Ltda

Cada ducha eléctrica o calentador de agua TERMO PLASCTIC tiene un sello adhesivo en el cual tiene la siguiente información: serie, código, modelo, voltaje y watiaje.

Ilustración 20 Ducha eléctrica TERMO PLASTIC



Fuente: Juan Alvarez Cía. Ltda.

De igual manera, cada ducha eléctrica o calentador de agua TERMO PLASTIC tiene tampografiado su respectiva marca y garantía, garantizando el punto dos anteriormente mencionado.

Ilustración 21 Porta funda de la ducha eléctrica modelo Santorini



Fuente: Juan Alvarez Cía. Ltda.

Finalmente, cada ducha contiene una porta funda, en la cual se puede observar la siguiente información: La parte reversa del mismo contiene: el certificado de garantía, servicios técnicos autorizados en todo el país, modelo de la ducha, el material con el cual la ducha está fabricada, páginas web y números telefónicos de la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda.

Por otro lado, la parte anversa de la porta funda contiene: la marca del producto, el año garantía, voltaje de la ducha y una imagen en la que dice “Producto orgullosamente ecuatoriano” determinando el país de origen del mismo y cumpliendo con el punto 3 anteriormente mencionado.

Ensayos para evaluar la conformidad

Para realizar el ensayo que establece el Reglamento Técnico RTE INEN 247, la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda. contó con su propio laboratorio permitiendo obtener los resultados anteriormente mencionados.

En los ensayos se analizó el consumo de energía eléctrica. Tomando en cuenta que, en el Ecuador únicamente permite la comercialización de calentadores de agua eléctricos instantáneos sin acumulación de agua que presenten un valor de eficiencia energética superior a 95 %.

De igual manera, es importante considerar las instalaciones hidráulicas y eléctricas del laboratorio. Por otro lado, el laboratorio cuenta con todos los instrumentos de medición que solicita dicha norma. Estos instrumentos permiten la realización del ensayo y miden:

- La intensidad de la corriente
- Tiempo
- Temperatura
- Tensión eléctrica
- Flujo
- Condiciones ambientales

Todos los instrumentos no pueden pasar los rangos que establece la norma RTE INEN 274, mismo que se encuentra en la Resolución No. 16 046.

CONCLUSIÓN

Es muy sencillo identificar las facilidades que el Servicio Ecuatoriano de Normalización ofrece para que las micro, pequeñas y medianas empresas logren crear productos con una calidad única. La empresa Juan Alvarez Cía. Ltda. tomó la decisión de obtener Mi Primera Certificación, considerando todos los beneficios que una certificación de tan alto nivel podría otorgar a sus productos.

Este proceso se inició a mediados del mes de septiembre de 2018; se tuvieron 2 visitas, la primera por parte de la Ex Coordinadora Zonal del INEN, la Ing. Cecilia Valdivieso; esta visita tuvo por objeto informar sobre todo el procedimiento y orientar a los altos funcionarios sobre los objetivos, procesos y beneficios que Mi Primera Certificación. En la segunda visita, realizada por evaluadores del INEN, se obtuvieron algunas sugerencias entre las cuales están: que se realice un documento y portafolio donde se dé por sentado como se están cumpliendo todos los requisitos que se piden para obtener esta certificación; que se realizara una clasificación por distintos criterios de proveedores de materia prima, para que el INEN pueda determinar la procedencia de la materia prima, la última sugerencia que se dio fue la de crear un registro de producción, especificando las pruebas de control de las duchas. Todas éstas fueron tomadas en cuenta y los evaluadores del INEN verificaron la ejecución de sus sugerencias. Actualmente se informó a Juan Alvarez Cía. Ltda. que se ha aprobado la solicitud para ser acreedores a esta certificación, por lo que la empresa se encuentra esperando la entrega del mismo.

El Certificado de Conformidad con Sello de Calidad INEN se entrega con el propósito de garantizar que los productos de fabricación ecuatoriana cumplen permanentemente con los requisitos establecidos en el documento normativo de referencia vigente. De igual manera éste establece todos los pasos que debe seguir cada empresa para obtener, otorgar, mantener, renovar o retirar la certificación para los productos.

Por otro lado, una vez que la empresa obtiene el Certificado de Conformidad con Sello de Calidad INEN, la misma puede hacer uso de la Marca de Conformidad “Sello de Calidad INEN”, la cual es el símbolo que permite que los consumidores reconozcan

que el producto que van a adquirir cumple con cada requisito establecido en el documento normativo, garantizando su seguridad.

Al buscar obtener el Certificado de Conformidad con Sello de Calidad INEN y hacer uso de la Marca de Conformidad “Sello de Calidad INEN”, la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda, ha hecho ciertos cambios en su producto permitiendo mejorar continuamente con cada proceso. Uno de los cambios implementados por la compañía fue la adhesión de la etiqueta informativa sobre el desempeño energético de la ducha. Al implementar ésta la empresa tuvo que realizar varios ensayos en el cual se comprueba y certifica que el consumo mensual del producto es de 15.20 kWh. Además, la empresa tuvo que calcular la eficiencia energética de la ducha TERMO PLASTIC, garantizando que la misma es un producto totalmente eficiente.

Al realizar todos los ensayos anteriormente mencionados, la empresa ha mejorado continuamente con cada proceso de fabricación con los objetivos de: incrementar el prestigio del producto, satisfacer al cliente generando confianza en las duchas TERMO PLASTIC, y mejorar la competitividad y la imagen de Juan Alvarez Cía. Ltda., la cual busca expandirse a mercados internacionales. De igual manera, la fábrica se compromete al cumplimiento permanente de los requisitos establecidos en el Reglamento Técnico ecuatoriano RTE INEN 247 y en el Reglamento RTE INEN 110 para sus productos como: los termotanques eléctricos JA.

CAPÍTULO 4: ESTUDIO DE MERCADO

INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo se desarrollará el Plan de Internacionalización de la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda. a la ciudad de Piura-Perú. El objetivo de este capítulo es determinar a través de un estudio de mercado la viabilidad de la exportación de las duchas eléctricas. Es imperativo mencionar que, el estudio ayudará a la empresa cuencana a conocer el comportamiento del mercado peruano y la aceptación del producto a exportarse.

Además de este estudio, se analizan todos los procesos para la exportación del producto, incluyendo un análisis interno, externo, la selección de mercado, segmento y forma de entrada, el posible precio de exportación, así como el entorno en donde se desenvolverá el producto. Dentro del análisis interno, se determinan las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del producto: ducha eléctrica marca TERMO PLASTIC. De igual manera, antes de realizar el estudio de mercado, se consideraron ciertos factores, los cuales motivan a la empresa a maximizar la producción de duchas eléctricas, permitiendo estudiar a la ciudad de Piura como un mercado potencial para la empresa.

Para realizar este estudio de mercado, realizamos un viaje desde Cuenca – Ecuador a Piura – Perú. En esta ciudad permanecemos 5 días, en los cuales visitamos algunas entidades reconocidas en materia de comercio exterior, además de otras direcciones que apoyaron de distinta manera a esta investigación. El propósito específico del viaje, fue el conocer el mercado de destino y el cómo la gente reacciona a las duchas TERMO PLASTIC. Se realizaron 2 encuestas, una a propietarios de ferreterías de las distintas zonas visitadas y la otra a posibles consumidores finales del producto. Con estas encuestas logramos determinar el impacto de nuestro producto en Piura, y la forma en la que llegaríamos al mercado de la mejor manera.

DIAGNÓSTICO DE INTERNACIONALIZACIÓN

Antes de empezar a redactar sobre la internacionalización del producto escogido, se hará referencia a la exportación y lo que ésta conlleva.

Dentro del Ecuador, una exportación puede ser realizada tanto por un ecuatoriano como por un extranjero residente en el Ecuador, este trámite también lo puede realizar cualquier persona natural o jurídica. Para ser exportador se deben cumplir algunos requisitos, como:

- Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC), éste es otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) y en él se detalla la actividad económica que se realiza.
- Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, éste se puede obtener en el Registro Civil o en Security Data.
- En el Ecuapass se debe realizar un registro como exportador. Dentro de este registro se podrá: actualizar la información personal en la base de datos, crear usuario y contraseña, aceptar algunas políticas de uso, y registrar la firma electrónica.

La internacionalización

La decisión de una empresa de internacionalizarse o internacionalizar uno de sus productos, nace de algunas necesidades, como las de acceder a nuevos mercados en el exterior para que pueda existir una diversificación, o como es el caso de la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda. de comenzar a explotar de manera total su capacidad productiva. Para que una empresa acceda a este proceso, debe considerar varios temas como: “los costos de producción, mano de obra, materia prima, rentas y la ventaja comparativa de los países, además de las teorías de costos de transacción” (García, 2013).

Beneficios de la internacionalización

Como ya se mencionó anteriormente existen varios beneficios que trae consigo la internacionalización, como:

- Que no solo se dependa del mercado global, sino que los productos puedan ser enviados a otros mercados.
- Que se utilice el 100% de la capacidad productiva de la empresa, ya que el mercado local ya está establecido.
- Obtener y desarrollar nueva tecnología de punta, para que optimice la producción.
- El aprovechar las ventajas de los acuerdos comerciales firmados entre países para las preferencias arancelarias.
- Se accede a mercados que tienen más potencial.
- Existe una menor vulnerabilidad en caso de crisis en el país de origen.
(PRO MÉXICO Inversión y Comercio , n.d.)

ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO

Análisis interno

Tabla 10 FODA de las duchas eléctricas TERMO PLASTIC

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Fortaleza</p> <ul style="list-style-type: none"> • 30 años de experiencia en el mercado • Calidad del producto • Amplia cartera de clientes • Conocimiento técnico • Producto más vendido en la Sierra ecuatoriana • Producto tiene completo stock de repuestos • Servicio técnico inmediato • 1 año de garantía • Contamos con departamentos de publicidad, diseño y matricería • El producto no depende de un distribuidor, las empresa cuenta con sus propios vendedores | <p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • El producto es el más costoso del mercado. • No existe innovación en el diseño de la ducha. • La empresa no es importadora directa de materia prima, depende de varios proveedores • Falta de participación en ferias |
| <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al ser el producto más vendido en la Sierra ecuatoriana, la empresa expande sus ventas en otras regiones como: la Costa. • Al cumplir con todas las normas correspondientes que certifican la calidad del producto, se puede exportar el producto a otros mercados • Venta del producto por internet | <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia con sistemas alternativos como el calefón a gas. • Incremento de competidores, ingreso de nuevas marcas como: FV, Tramontina, Safiro, Irma, etc. • Los precios de la competencia son más bajos • Al no ser importadores directos, es alta la posibilidad de desabastecimiento de materia prima. |

Fuente: Juan Alvarez Cía. Ltda. **Elaborado por:** Alvarez – Ruilova

Análisis externo

Entorno Demográfico

Según estudios realizados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, se estima que la población total de Perú en el 2017 fue de aproximadamente 31.237.385 de habitantes, encontrándose en el puesto número 43 de la tabla de población mundial; existen varios grupos étnicos en el país, predominando los mestizos con el 60.2% de la población, seguidos por los amerindios, blancos, descendientes africanos, y otros. Dentro de la pirámide poblacional se identificó que la mayor cantidad de la población se concentra en los rangos de 25 a 54 años. (Central Intelligence Agency, 2018). Por otro lado, Piura, es una ciudad que cuenta con aproximadamente 1.856.809 habitantes, se dice que alberga al 6% de la población nacional. Su densidad poblacional es de 50.1 habitantes por kilómetro cuadrado. El 74% de los habitantes de Piura viven en la zona urbana (Piura Perú. Org , n.d.).

Factor Económico

Varios estudios señalan que entre los años 2009 al 2013 la economía peruana se encontraba en un auge, ya que crecía aproximadamente al 5.6% anual, manteniendo un tipo de cambio estable y una inflación relativamente baja; este momento se dio gracias a los altos precios de exportación de metales y minerales. Sin embargo, para los años 2014 al 2017 se produjo una disminución en el crecimiento, ya que el mercado devaluó los precios de dichos productos. Entre los datos que se destacan podemos mencionar que Perú tiene:

Paridad de poder adquisitiva de \$424.4 billones

PIB: \$215.2 billones

PIB Per Cápita: \$13.300 (Central Intelligence Agency, 2018)

La economía peruana es la economía número 51 en el mundo, por su volumen de PIB; tenía para el año 2016 una deuda pública “4 3.063 millones de euros, con una deuda del 24,38% del PIB. Su deuda per cápita es de 1.368€ euros por habitante” (Datos Macro, n.d.).

Piura por su lado basa su economía en la industria petrolera, la cual se ha venido desarrollando desde el siglo XIX. El sector agropecuario de Piura también es importante ya que poseen “114 126 unidades agropecuarias (UA) con 1 218 320 ha” (Piura Perú. Org , n.d.), estas hectáreas las dedican a la crianza de animales. La minería en Piura se da en una zona llamada Bayóvar, ya que es un lugar con grandes yacimientos de fosfatos, utilizados en la elaboración de fertilizantes. Por último, Piura por ser una ciudad costera tiene el privilegio de ser un puerto pesquero también, contando con una gran distribución de especies marinas.

Factor Geográfico

El vecino país Perú, se encuentra ubicado en la parte occidental de América del Sur, limita con Ecuador, Colombia, Chile, Brasil y Bolivia. Tiene una superficie de 1.285.215 km². Se encuentra catalogado como el tercer país más grande de Latinoamérica. Este país cuenta con un 59% de selva, 30% de sierra y 11% de costa; el clima varía dependiendo la zona, por ejemplo, en la selva el clima es húmedo y tropical, en la sierra es seco y templado, y en la costa es soleado todo el año.

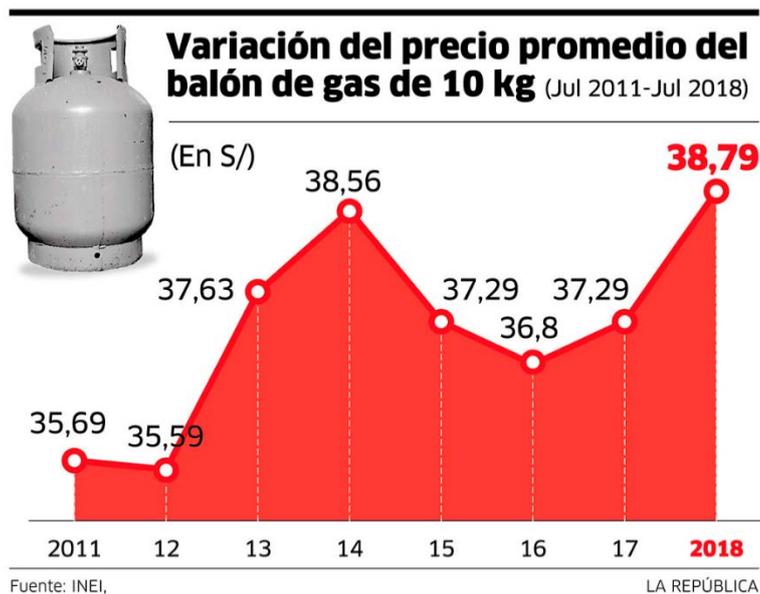
El departamento de Piura, se encuentra en la costa norte del Perú. Entre sus límites fronterizos se encuentra Tumbes y Ecuador al norte, Cajamarca y Ecuador al este, Lambayeque al sur y con el Océano Pacífico al oeste. Tiene una altitud entre los 2.0 msnm y los 3 mil 960 msnm. La superficie de este departamento de 35.892 km² y como ya se mencionó anteriormente, posee un gran número de habitantes. El departamento de Piura se encuentra dividido en provincias, las cuales son las siguientes: Piura, Ayabaca, Huancabamba, Morropón, Sechura, Paita, Sullana, Talara. Dichas provincias se dividen en 65 distritos (Instituto Nacional de Estadística e Informática , 2018). Este departamento al estar situado en la costa, posee un clima cálido durante todo el año, con una temperatura promedio de 26° C.

SELECCIÓN DE MERCADOS

Al momento de elegir el destino de Piura – Perú, para los productos de la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda. se tuvo que considerar algunos aspectos, los cuales determinan a Piura una oportunidad para la empresa.

Una de las razones para escoger Perú como mercado meta, fue debido al precio del gas en el país. De acuerdo al INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática), el precio promedio del balón gas doméstico de 10 kilos o cilindro de gas licuado de petróleo envasado (GPL E) hasta julio de 2018 fue de S/ 38,79, es decir USD 11,50.

Ilustración 22 Precio promedio del cilindro de gas de 10kg en Perú



Fuente (Bessombes, 2018)

Por otro lado, de acuerdo al presidente del Organismo Peruano de Consumidores y Usuarios (Opecu) Héctor Plate, en Piura desde el 25 de abril del 2018 el precio del cilindro de gas de 10 kilos, se comercializa hasta S/ 45,40, es decir USD 13,40. De igual manera Plate señaló:

“En Piura más del 50% de locales venden el balón de gas entre S/ 40 y S/ 45,45 siendo casi un 80% de marca Solgas, que, además, es la más cara de la región norteña” (GESTIÓN , 2018)

Para tener una idea, es imperativo mencionar que, en el Ecuador el precio del tanque de gas doméstico subsidiado de 14 kilos en los depósitos es de USD 1,60. Sin embargo, los carros repartidores comercializan el producto a USD 2,50, este incremento es debido a los gastos de transporte.

Como se puede observar, el costo del tanque de gas en Perú ha causado que más y más personas opten por usar productos de consumo eléctrico, convirtiéndose así una oportunidad para la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda., con sus productos duchas eléctricas.

Por otra parte, otro factor que determinó en la elección de Piura – Perú como mercado meta, son las similitudes que tiene con el Ecuador como: el idioma y cultura.

De acuerdo con los resultados definitivos del Censo Nacional 2017 Piura del INEI, el 98,36% de la población manifestó que su idioma oficial es el castellano (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA , 2018). Convirtiéndose en una ventaja para las duchas eléctricas TERMO PLASTIC, debido a que la información del porta funda y manuales son adaptables a este mercado y no existe la necesidad de hacer cambios o alteraciones a los mismos, debido a que es de fácil entendimiento dicha información.

Otro de los factores de suma importancia para considerar a Piura como un mercado potencial es su cercanía al Ecuador, especialmente con Cuenca, ya que la distancia entre Cuenca y Piura es de 479.1 km aproximadamente. Llegar a Piura desde Ecuador, fluctúa entre 8 horas 30 minutos aproximadamente, sin contar el tiempo en frontera. Al ser una distancia corta con respecto a otros países o ciudades los gastos logísticos disminuyen. Finalmente, la capacidad de consumo fue otro factor a considerar.

Selección del segmento de mercado

La empresa Juan Alvarez Cía. Ltda. ha determinado que el segmento de mercado al que va a dirigirse son específicamente las ferreterías de la zona. Ya que éstas son las que se encargan de que el producto rote por toda la ciudad. Se escogieron las

ferreterías, ya que al momento de analizar el mercado, se encontró que las personas acuden a éstas para conseguir los instrumentos que necesiten para su hogar.

Selección de la forma de entrada

Después de un análisis exhaustivo en la ciudad de Piura, se considera que la mejor forma de entrada del producto sería Importador – Distribuidor. Esta decisión se tomó ya que al intentar distribuir un nuevo producto en una ciudad relativamente pequeña, la mayoría de las distancias que se recorren son cortas y un distribuidor, de preferencia peruano, sería capaz de llegar al mayor número de ferreterías posibles, logrando abarcar un gran territorio. Al existir varios asentamientos urbanos, éstos se sienten apartados, sin embargo, el distribuidor escogido deberá abarcar todas éstas zonas, las cuales son numerosas (20).

Condiciones de negociación

Incoterms

Se los conoce como términos de negociación internacional o Incoterms, son los encargados de ayudar tanto a vendedores como compradores a identificar el grado de responsabilidad de la mercancía que se está vendiendo. Existen 11¹⁵ Incoterms dictados por la Cámara de Internacional de Comercio en París, éstos no son de uso obligatorio pero sí son de uso común en el comercio internacional. La última actualización que existe de éstos fueron dictados en el año 2010. Éstos se dividen en 4 grupos, dependiendo del punto de transmisión de responsabilidad de la mercancía.

a) GRUPO E:

- a. EXW: EX WORK, único término de negociación internacional en donde el vendedor es responsable únicamente de la mercancía y el resto de las responsabilidades pasa a manos del comprador. El vendedor únicamente debe generar documentos de exportación, embalaje y

¹⁵ A continuación se enumeran 12 Incoterms, sin embargo, el DDU fue suprimido en el 2000, por lo que no aparece en la lista de los Incoterms 2010.

algunos otros servicios. Todos los riesgos son transferidos al comprador.

- b) GRUPO F: este grupo se diferencia de los otros ya que se da en transporte marítimo y los otros (aéreo, terrestre y ferroviario).
 - a. FCA: Free Carrier / Libre Transportista, el vendedor es responsable de la mercancía hasta que ésta llegue a la empresa de transporte del comprador en una ubicación determinada. El vendedor se encarga de emitir los documentos, del empaque, flete, hasta el lugar acordado, y transporte hasta el puerto local.
 - b. FAS: Free Along Ship / Franco al costado del buque: Incoterm marítimo, a más de los servicios anteriores, el vendedor es responsable de la mercancía hasta dejarle en el costado del buque. El riesgo es transmitido al comprador desde que la mercancía está al costado del buque.
 - c. FOB: Free on board / Franco a Bordo: en este Incoterm la responsabilidad del vendedor llega hasta que la mercancía se encuentra sobre el buque dentro del puerto designado.
- c) GRUPO C: en este grupo se ofrecen servicios adicionales y el vendedor tiene un mayor número de responsabilidades
 - a. CFR: Cost and Freight / Costo y Flete: es un Incoterm específicamente marítimo. Todos los costos corren por cuenta del vendedor, incluyendo flete desde la fábrica hasta el destino final, aduana, gastos de exportación. Se entrega la mercancía a bordo del buque.
 - b. CIF: Cost, Insurance and Freight / Costo, Seguro y Flete: de igual manera es marítimo y el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque. Los gastos de transporte tanto nacional como internacional, seguro mínimo, trámites de exportación corren por parte del vendedor.

- c. CPT: Carriage Paid To / Transporte Pagado Hasta, el vendedor entrega la mercancía al porteador o persona designada en un lugar acordado. El vendedor debe contratar y pagar los costos de transporte hasta el lugar establecido en el contrato.
 - d. CIP: Carriage and Insurance Paid To / Transporte y Seguro Pagado Hasta, el vendedor se encarga de entregar la mercancía a un transportista designado por él, cubre los gastos de transporte necesarios para que la mercancía llegue al lugar de destino, éste además debe contratar seguro.
- d) GRUPO D: es el más completo, dentro de este grupo el vendedor se hace cargo de los costos que se generen de transporte, además se asumen los riesgos que pudiera sufrir la mercancía durante su transporte.
- a. DAT: Delivered at Terminal / Entrega en Terminal convenido, el vendedor entrega la mercancía descargada del medio de transporte, se realiza todo el proceso hasta llegar al terminal. El vendedor asume los costos de transporte, seguro (no obligatorio). La responsabilidad de éste termina hasta el descargue de la mercancía en terminal.
 - b. DAP: Delivered at Point / Entrega en lugar de destino convenido, el vendedor entrega la mercancía pero no descarga, únicamente llega al lugar de destino convenido. Sigue los mismos procesos del DAT, excluyendo el de descarga. El vendedor se hace cargo del transporte y el seguro (no obligatorio). Se deja la mercancía lista para el descargue ya en manos del comprador.
 - c. DDP: Delivered Duty Paid / Entrega con Derechos Pagados, el vendedor entrega la mercancía cuando ésta está despachada para la importación y lista para descargar en un lugar de destino acordado. Este Incoterm es el de máxima responsabilidad para el vendedor, ya que cubre con todos los gastos incluyendo transporte, seguro, gastos de

importación y exportación, entre otros. El comprador únicamente se encarga de pagar por la mercancía.

- d. DDU: Delivered Duty Unpaid / Entrega con Derechos No Pagados, el vendedor cumple su obligación cuando la mercancía ha sido puesta en el país de importación. El vendedor asume todos los gastos y riesgos de transportar la mercancía y las formalidades aduaneras.

Cotización de exportación

La cotización de exportación consiste en un documento donde se establecen los derechos y obligaciones de ambas partes de las negociaciones; es decir, del exportador e importador. Este documento contiene:

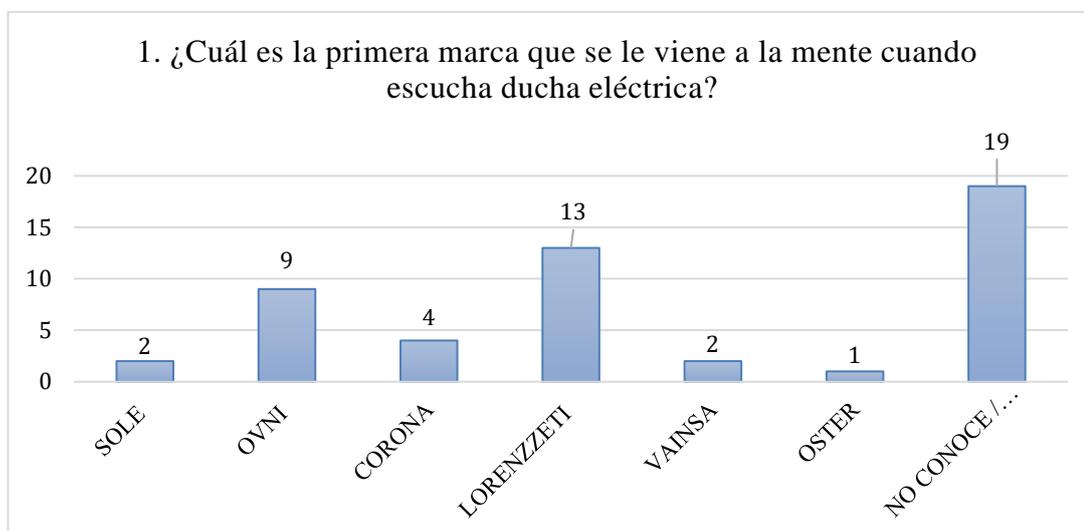
- Objeto: Dentro de esta parte se especifican las características del producto
- Formas de Pago: Se establecen las cláusulas de pago, dependiendo la modalidad que se ha escogido.
- Producto y Embalaje: En esta categoría se especifica el tipo de embalaje que se utilizará en el producto.
- Entrega de la mercancía: Este es uno de los puntos más importantes, ya que se especifica la fecha y el punto de entrega exacto dependiendo del tipo de Incoterm que se haya escogido. (Siati Group, s.f.)

ESTUDIO DE MERCADO

Para saber con exactitud si el mercado de Piura – Perú está dispuesto a aceptar el producto ducha eléctrica TERMO PLASTIC, que ofrece la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda., fue necesario realizar un estudio de mercado ¹⁶ con el objetivo de determinar si la fábrica tiene una demanda que no ha sido satisfecha en su totalidad. El estudio empezó, al encuestar lugares en los que se determinó la posibilidad de ubicar el producto (ducha eléctrica), estos fueron: ferreterías, 50 en su totalidad, de diferentes sectores de Piura, que fueron: la zona céntrica y sus asentamientos.

La metodología de preguntas utilizadas en las encuestas fueron de respuesta breve, debido a que 8 de las 9 preguntas fueron cerradas. De igual manera, se hizo preguntas abiertas, cuando se vio la necesidad de conocer la competencia y las razones por las cuales estarían o no dispuestos a distribuir una ducha eléctrica ecuatoriana. Finalmente, la investigación de mercado, reflejo lo siguiente:

Gráfico 1 Top of mind de los encuestados con respecto a una marca de ducha eléctrica

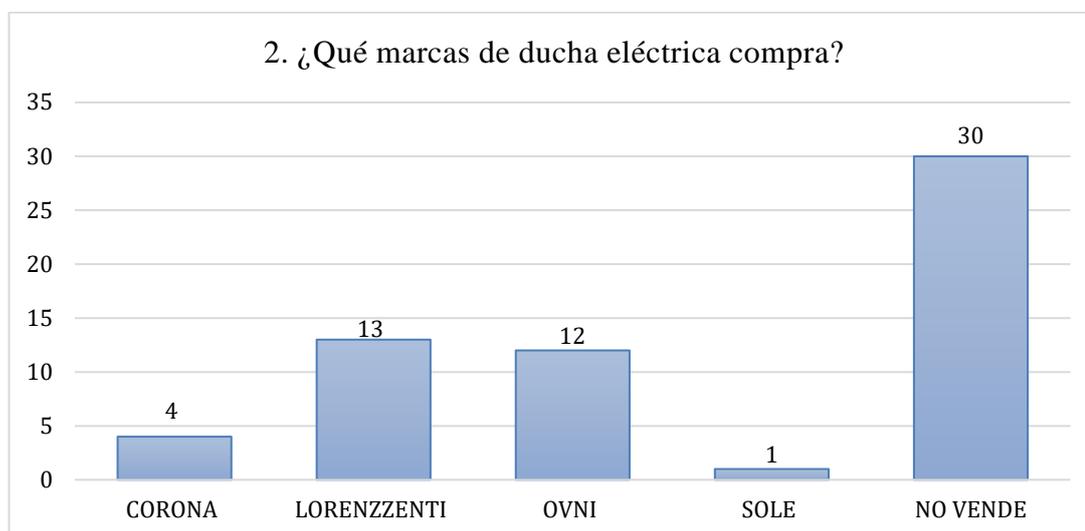


¹⁶ “Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica” (Thompson, s.f.).

Para determinar en qué posición esta la competencia de la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda. se consideró analizar cuál es el TOP of mind¹⁷ de los encuestados con respecto a una marca de ducha eléctrica, con el objetivo de comprobar cuáles son las marcas demandadas por el mercado y por lo tanto tienen mayor probabilidad de compra.

De los 50 ferreteros encuestados se encontró que las duchas eléctricas de marca Lorenzetti y ONVI son muy conocidas en el mercado de Piura. Sin embargo, también se pudo observar que 38%, es decir 19 encuestados no conoce una ducha eléctrica o no sabe un nombre en específico, convirtiendo en una desventaja y ventaja para la empresa.

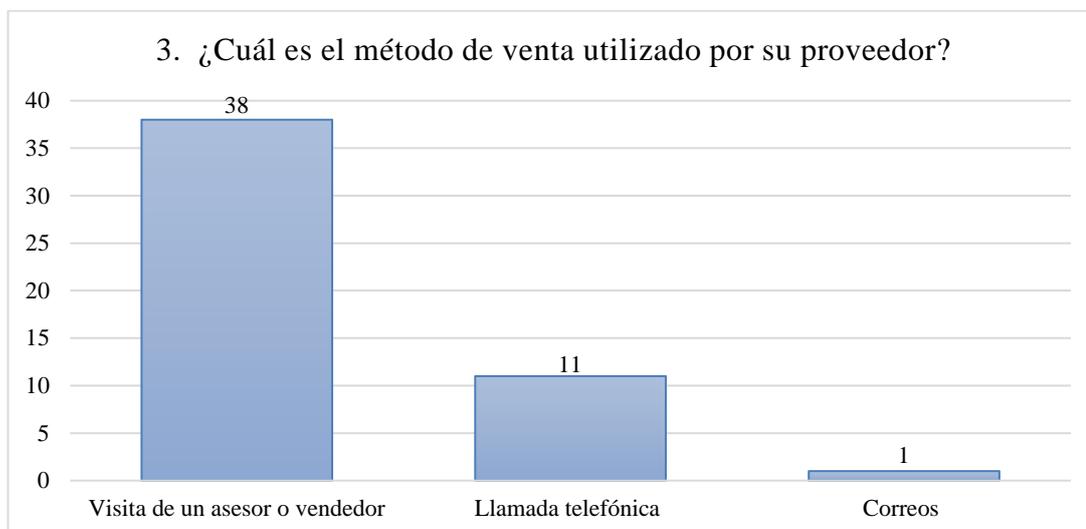
Gráfico 2 Competencia de la ducha eléctrica TERMO PLASTIC



Por otro lado, se pudo observar que el 50% de los encuestados no compra duchas eléctricas para la venta, y 42% de los mismos compran duchas eléctricas marca Lorenzetti y Ovni, convirtiéndose en la competencia directa de la empresa a nivel nacional e internacional.

¹⁷ Aquella marca que ocupa una posición privilegiada en la memoria del público, siendo la primera que el individuo entrevistado recuerde, de manera espontánea, al ser interrogado acerca de una categoría determinada (Zorraquino, s.f.).

Gráfico 3 Método de venta



De los 50 ferreteros, 38 respondieron que el método de venta utilizado por sus proveedores es la visita de un asesor o vendedor al menos una vez al mes, debido a que los vendedores mediante su presencia refuerzan o anulan la idea de un producto. Si bien 11 respondieron la llamada telefónica como un método de ventas, el mismo es debido a la larga relación entre vendedor y cliente.

Según su criterio. A la hora de hacer una compra, ¿Cuál es la importancia que usted le da en los siguientes aspectos?

| Aspectos | Muy importante | Importante | Regular | Poco importante | Nada importante |
|---------------------|----------------|------------|---------|-----------------|-----------------|
| Calidad | 25 | 23 | 2 | 0 | 0 |
| Precio | 22 | 24 | 4 | 0 | 0 |
| Garantía | 22 | 23 | 3 | 2 | 0 |
| Stock de repuestos | 20 | 19 | 9 | 2 | 0 |
| Servicio Técnico | 6 | 16 | 10 | 17 | 1 |
| Diseño | 14 | 22 | 11 | 3 | 0 |
| Durabilidad | 21 | 27 | 2 | 0 | 0 |
| Marca | 8 | 19 | 8 | 13 | 2 |
| País de procedencia | 1 | 12 | 15 | 13 | 9 |

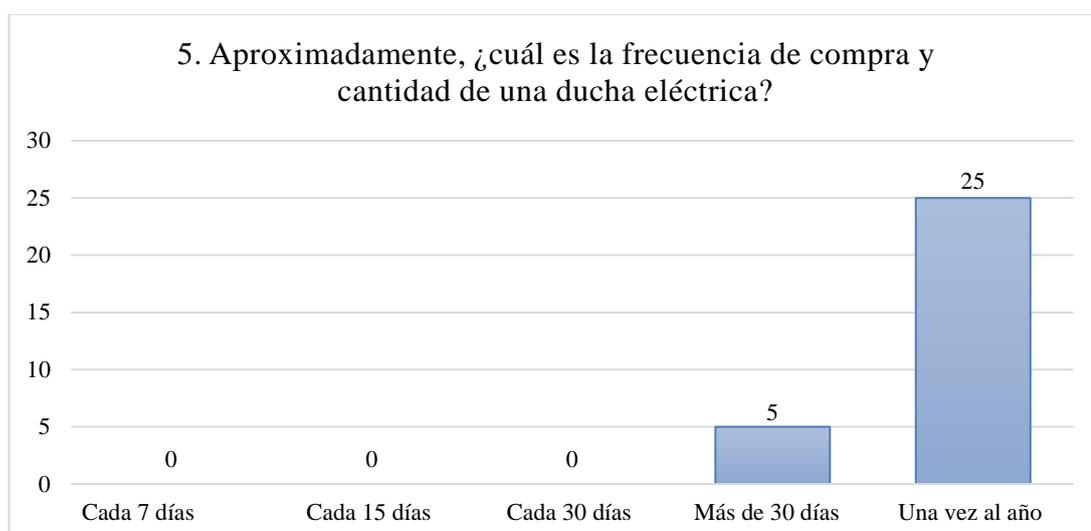
Como se puede observar en la tabla que antecede, la calidad, precio, garantía y durabilidad son criterios importantes a la hora de hacer la compra de una ducha eléctrica. Criterios que la ducha TERMO PLASTIC si cumple. Si bien el producto es el más costoso en el mercado nacional e incluso internacional, el precio no fue un factor negativo a la misma, debido a su calidad y durabilidad (10 años).

De igual manera, a pesar que la garantía es un factor determinante a la hora de comprar un producto, la ducha TERMO PLASTIC sería la única en el mercado de Piura en dar una garantía, misma que tiene una duración de un año.

Por otro lado, la marca del producto también es un factor importante al momento de comprar, debido a que una marca conocida se vende más rápido, por ende tiene mayor rotación. La ducha TERMO PLASTIC al ser un producto nuevo en el mercado, tendría varios desafíos al ingresar al mercado.

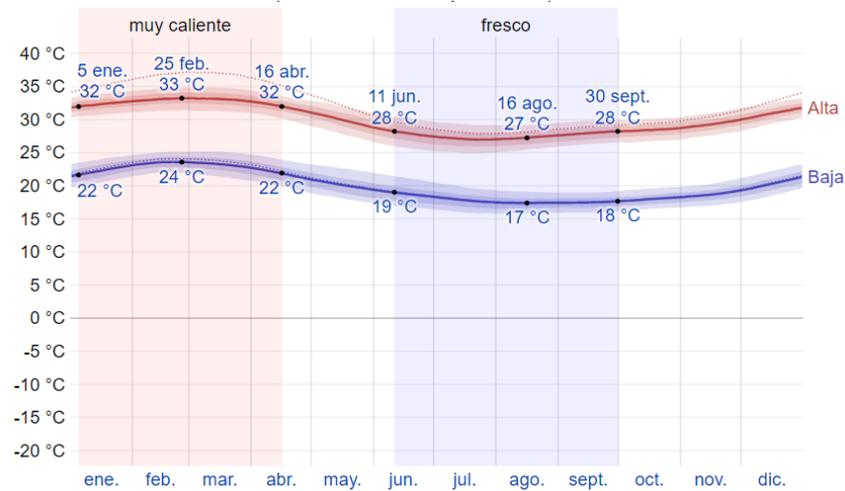
Finalmente, el país de procedencia es un criterio a tomar en cuenta a pesar que no sea un factor negativo para la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda. debido a que la mayoría de los comerciantes consideran que un producto no es de calidad por su país de procedencia sino por la durabilidad del mismo. Sin embargo, se pudo determinar que Brasil y China son los competidores directos de la empresa ecuatoriana.

Gráfico 4 Frecuencia de compra



Es imperativo mencionar que, de acuerdo a los 30 ferreteros que venden un producto como la ducha eléctrica, su frecuencia de compra es de una vez al año. La falta de rotación del producto es debido a un factor climático.

Ilustración 23 Temperatura máxima y mínima promedio de Piura

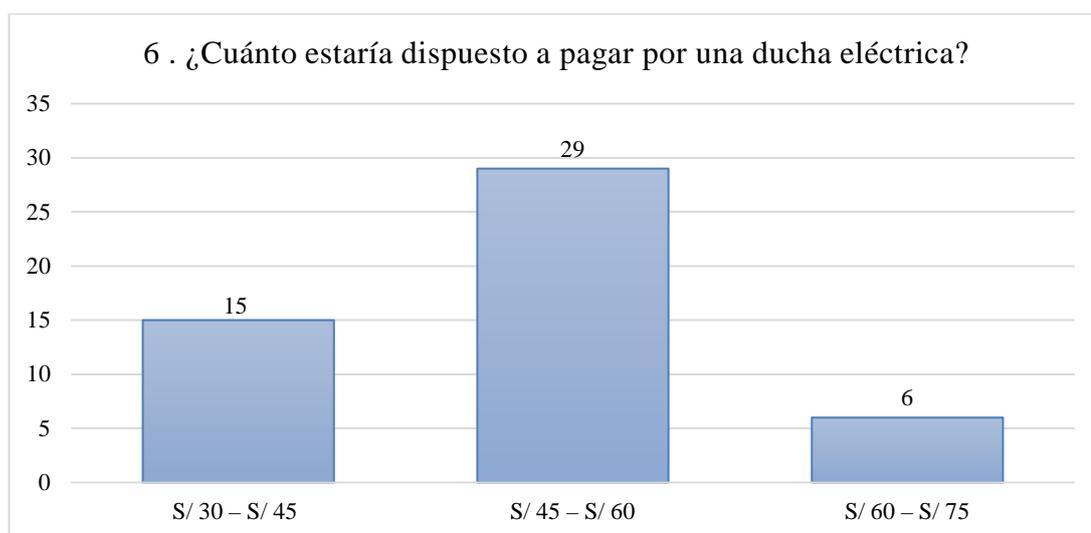


La temperatura máxima (línea roja) y la temperatura mínima (línea azul) promedio diaria con las bandas de los percentiles 25° a 75°, y 10° a 90°. Las líneas delgadas punteadas son las temperaturas promedio percibidas correspondientes.

Fuente: (Weather Spark, s.f.)

Como se puede observar en la imagen 23, Piura es una ciudad calurosa. Por lo tanto, no existe la necesidad de un producto como las duchas eléctricas. Sin embargo, entre los meses de junio y septiembre la rotación de una ducha eléctrica puede ser factible, según los ferreteros. Por lo tanto, la cantidad de compra promedio de acuerdo a los ferreteros por año es de 70 a 100 unidades y este puede cambiar de acuerdo a su stock.

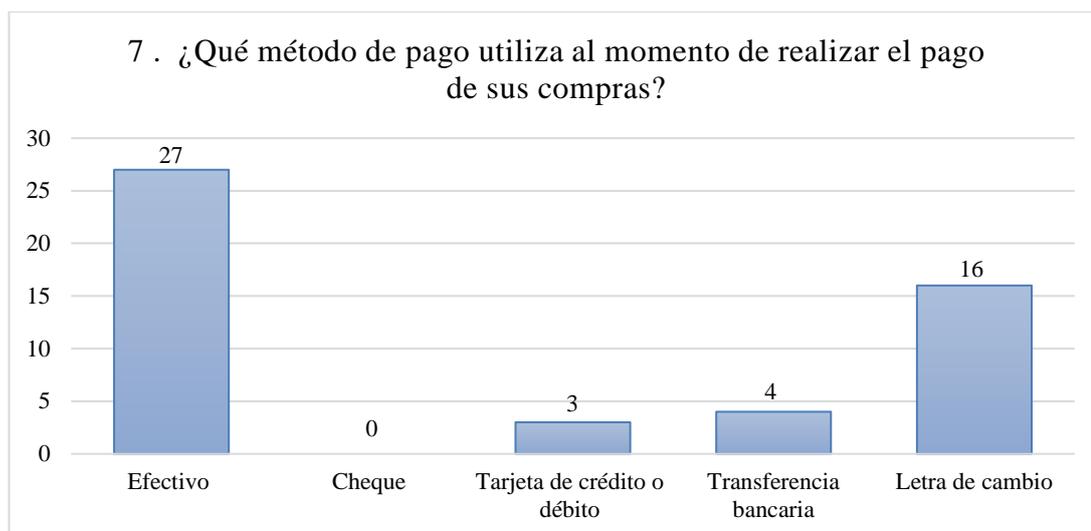
Gráfico 5 Percepción del precio del producto



De acuerdo a los 50 encuestados, el 30% de los ferreteros pagarían por una ducha eléctrica entre S/30- S/45 (USD 8,84 – 13,50). EL 58% están dispuestos a pagar entre S/45 – S/60, es decir, entre 11.79 – 17.69 dólares americanos y el 12% restante pagaría entre S/ 60 – S/75 (USD 17,69 – 20,64).

Esta pregunta es una referencia para la empresa Juan Alvarez. Cía. Ltda. al momento de determinar el precio de su producto.

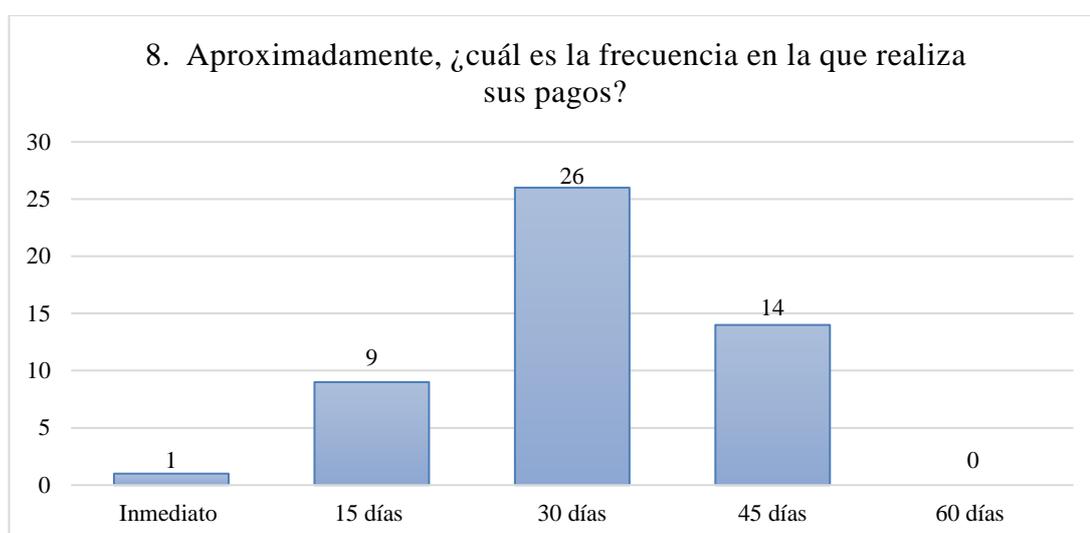
Gráfico 6 Formas de pago a proveedores



El 54% de las transacciones se hace con dinero en efectivo, convirtiéndose en el pago más utilizado. Las letras de cambio¹⁸ suponen un 32% de los pagos, entre las transferencias bancarias y las tarjetas de crédito un 14% y los cheques un 0%, según las encuestas realizadas a 50 ferreteros en la ciudad de Piura.

A pesar que las letras de cambio ocupen un lugar destacado como método de pago en Piura, su importancia no es igual a la que tiene en Ecuador.

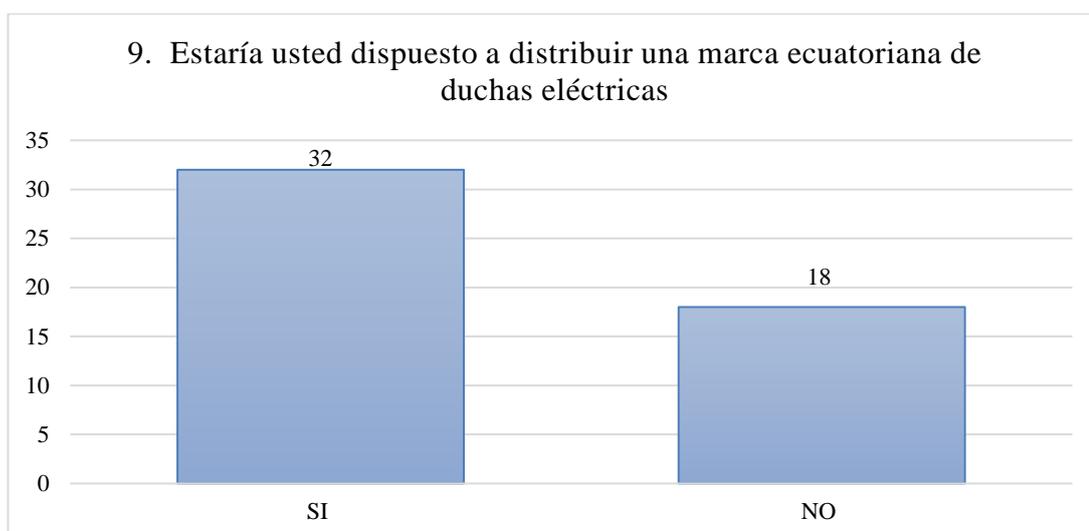
Gráfico 7 Frecuencia de pagos



Con esta pregunta se indica el número de días (en promedio) que se tardan en pagar los posibles clientes, dependiendo de varios factores como: el tiempo de las letras, el monto de la compra, entre otros. Esta pregunta nos dio una breve idea de cómo se manejan las compras en esta ciudad, y cómo podríamos hacer negocios con estas personas.

¹⁸ Documento mercantil por el que una persona, acreedora de la deuda, emite a otra persona, deudor, el pago de una determinada cantidad de dinero, en una fecha determinada o de vencimiento (iAbogado Servicios Jurídicos SLU, s.f.)

Gráfico 8 Posibilidad de distribución de una marca ecuatoriana



Si bien 19 personas no conocían un producto como la ducha eléctrica, al momento de explicar qué es y cómo funciona el producto, los resultados en la pregunta final cambiaron. El 64% de los ferreteros estarían dispuestos a comprar una ducha eléctrica ecuatoriana, mientras que el 36% mantienen su decisión de no comprar un producto como una ducha eléctrica.

De los encuestados que están dispuestos a comprar un producto como la ducha eléctrica, tuvieron las siguientes razones:

- Para tener más variedad de productos
- Temporada (fría)
- Garantía
- Precio accesible
- Durabilidad
- Innovación.

Asimismo, las personas estaban dispuestos a comprar el producto después que esté un tiempo en el mercado y la empresa dé charlas informativas.

Por otro lado, las personas que no estaban dispuestas a comprar una ducha eléctrica ecuatoriana, fue debido a ciertas razones, que son:

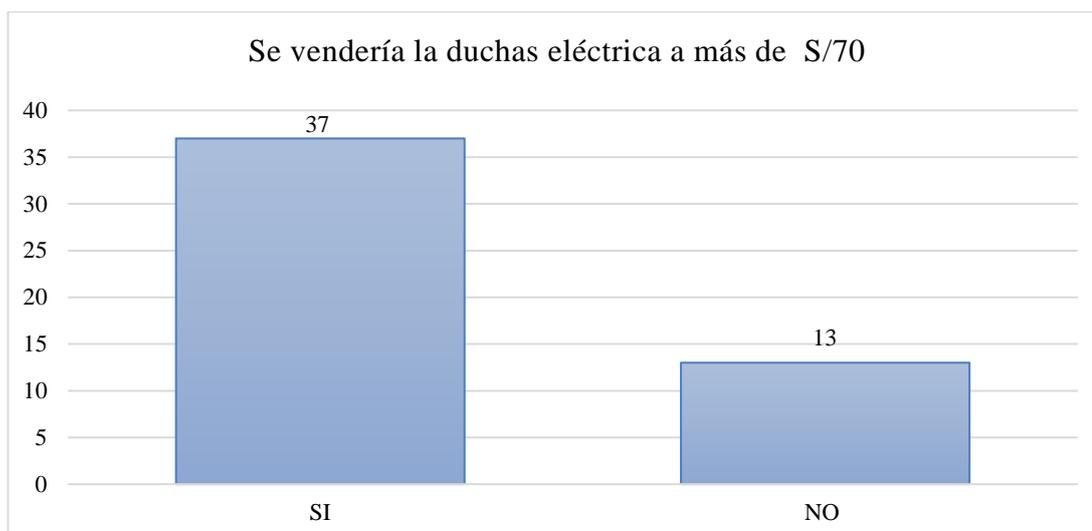
- No hay demanda en el mercado
- Es producto nuevo
- Clima
- Costumbre
- Competencia
- No vende / no conoce el producto.

Después de la encuesta, a cada ferretero se le entregó una ducha eléctrica TERMO PLASTIC modelo Santorini y de acuerdo a su percepción cada uno dio un precio con respecto a lo que ve del producto (empaque, color, tamaño, diseño). Los resultados fueron los siguientes:

| Precio en S/ | Cantidad |
|---------------------|-----------------|
| 25 | 2 |
| 30 | 3 |
| 35 | 4 |
| 40 | 9 |
| 45 | 2 |
| 50 | 15 |
| 55 | 3 |
| 60 | 6 |
| 65 | 1 |
| 70 | 1 |
| 90 | 3 |
| 100 | 1 |
| TOTAL | 50 |
| PROMEDIO | 50.2 |

De acuerdo al punto de vista de los ferreteros, el precio promedio del producto es de S/50.2, considerando que es precio de venta al público. Posteriormente, el Ing. Juan Alvarez explicó y mencionó a cada ferretero las características del producto como: el material, garantía, control de calidad, repuestos, vida útil, entre otros, con el propósito de preguntar si el producto se pudiera vender o vendieran el mismo a S/70. Los resultados son:

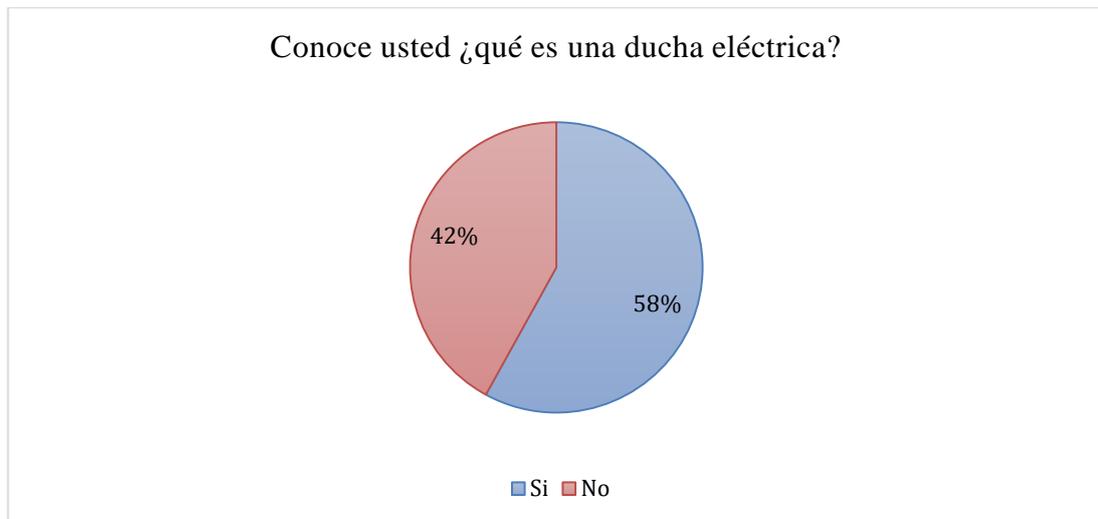
Gráfico 9 Posibilidad de venta de la ducha TERMO PLASTIC a más de S/70



En cuanto al precio de la ducha eléctrica, 37 personas de las 50 encuestadas, es decir el 74% de las personas encuestadas consideran que el producto marca TERMO PLASTIC sí se vendiera a más de S/ 70. El 26% restante, 13 personas, consideró que el producto no se pudiera vender al precio mencionado anteriormente, debido a que es una marca nueva y el costo es elevado.

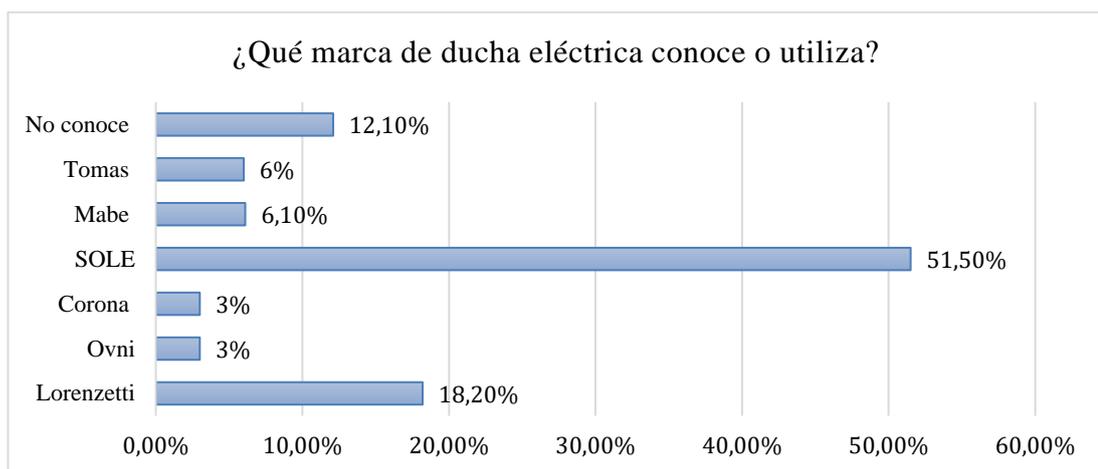
Además de la encuesta realizada a los ferreteros, se encuestó a 50 personas en el Centro Comercial Real Plaza Piura. El objeto de esta encuesta fue el identificar si las personas conocían acerca del producto y si estaban dispuestos a comprarlo. El cuestionario consistía en 4 preguntas, las cuales se enumerarán a continuación:

Gráfico 10 Conocimiento del producto



Esta pregunta nos permitió identificar el conocimiento de las personas acerca del producto que se pretende introducir a Pirua, Perú (duchas eléctricas). El resultado de esta pregunta fue, que el 58% de las personas sí conocen los productos, y el 42% no lo conoce. El hecho de que la mayoría de las personas sí conozcan acerca de las duchas eléctricas es una ventaja ya que, así no se necesita hacer una completa introducción del producto al mercado.

Gráfico 11 Marcas reconocidas



Esta pregunta fue respondida únicamente por las personas que sí conocían lo que era una ducha eléctrica. Fácilmente se identificó que la mayoría de las personas, el 51,5% conoce la marca SOLE, la cual tiene un gran prestigio en el mercado peruano. Con

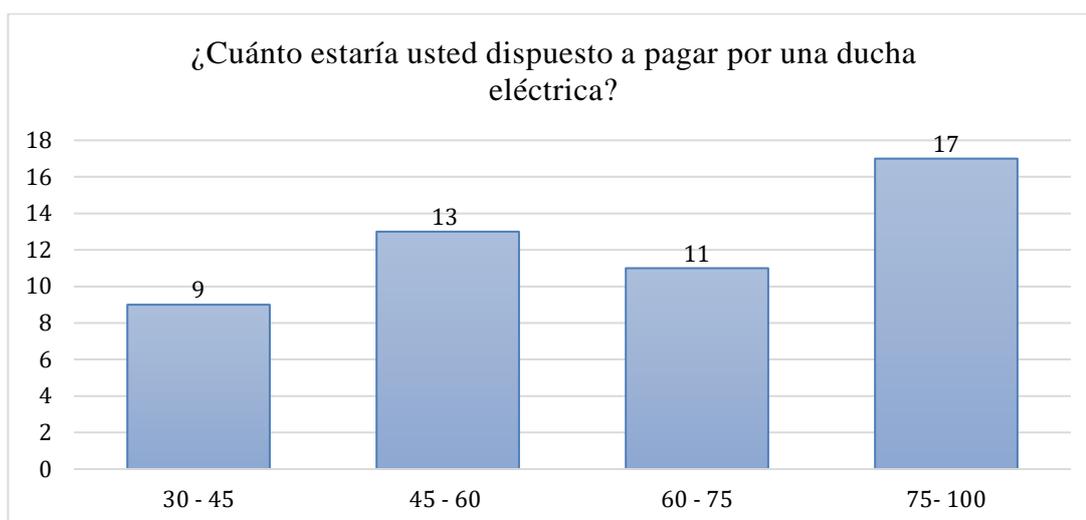
esta pregunta se logró identificar que SOLE llegaría a ser uno de los principales competidores de TERMO PLASTIC.

Gráfico 12 Probabilidad de compra



Luego de una breve explicación acerca de lo que es una ducha eléctrica y su funcionamiento, se preguntó si comprarían una ducha eléctrica ecuatoriana, el resultado fue que el 52% de los encuestados si lo hiciera, ya que entre sus opiniones destacaban que el país de procedencia no es importante. El 22% respondió que No, debido a que por el clima de la ciudad y su capacidad económica no es un producto que por necesidad deberían tener. Y por último el 26% de los encuestados establecieron que tal vez comprarían la ducha dependiendo de varios factores como: temporada de frío, precio, calidad, garantía, entre otros.

Gráfico 13 Precio estimado de compra



Para finalizar, se preguntó cuánto estarían las personas dispuestas a pagar por una ducha eléctrica y la mayor respuesta fue S/ 75,00 a 100,00. Con este precio se pudo observar que nuestro producto si podría venderse adecuadamente, ya que dentro del rango de precios determinado, se encuentra el precio final de las duchas TERMO PLASTIC.

PRECIO FINAL EN DESTINO

Después de realizar el estudio de mercado y conocer los precios de la competencia, la compañía ha estructurado los precios de exportación de su producto, ducha eléctrica. La empresa ha considerado el Incoterm DDU (*Delivered Duty Paid*), el cual significa que el vendedor se encarga de todos los costes y riesgos de la mercancía hasta llegar al lugar acordado con el distribuidor. Es decir, la empresa se encarga de ciertos requisitos, que son: transporte interno y externo, empaquetado y embalaje, seguro, trámites aduaneros (pago aranceles), y gastos de entrada y salida, por lo tanto el vendedor tiene obligaciones máximas con el comprador.

Para fijar el precio del producto de acuerdo al Incoterm anteriormente mencionado, la empresa consideró los siguientes datos e información:

En primer lugar, se consideró la cantidad de duchas a exportar en un camión de 8 toneladas. En la caja mencionada entran 20 unidades de duchas eléctricas y el peso total de cada una es de 11.20 kilogramos.



La caja tiene impresa la marca del producto, el nombre de la empresa, su logo oficial y características generales como: direcciones, e-mail, teléfonos. De igual manera, existen espacios para poner el código del producto, cantidad, peso e información general del cliente.

Tabla 11 Características camión 8 toneladas

| CAMIÓN 8 ton | |
|--------------|-----------|
| CU.M. | PESO (Kg) |
| 34.56 | 8,000.00 |

Fuente: Alvarez – Ruilova

Tabla 12 Capacidad de envío de cajas

| DIMENSIONES UNITARIAS | | | | | CAPACIDAD DE ENVÍO | |
|-----------------------|-------|-------|-------|-----------|--------------------|---------------|
| LARGO | ANCHO | ALTO | PESO | DIMENSIÓN | CAMIÓN 8 ton | |
| cm | cm | cm | Kg | M3 | CU.M. | PESO |
| 63.00 | 25.00 | 29.00 | 11.20 | 0.05 | 756.65 | 714.29 |

Fuente: Alvarez – Ruilova

Como se puede observar en la tabla 12, de acuerdo al peso de cada caja (11.20kg), la cantidad de cajas a exportar en un camión de 8 toneladas es de 714 unidades, por lo tanto, la cantidad total de duchas a exportar es de 14 280 unidades.

Por otro lado, con la partida 8516.10.00.00, ingresamos a SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria) o al link <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>, en donde aparece un cuadro, en el cual se detallan

todos los impuestos¹⁹ y derechos²⁰ arancelarios vigentes correspondientes a la partida arancelaria.

Ilustración 24 Medidas impositivas para las mercancías de la subpartida nacional 8516.10.00.00 establecidas para su ingreso al Perú

MEDIDAS IMPOSITIVAS PARA LAS MERCANCÍAS DE LA SUBPARTIDA NACIONAL [8516.10.00.00](#) ESTABLECIDAS PARA SU INGRESO AL PAIS

TIPO DE PRODUCTO: LEY 29666-IGV 20.02.11

| Gravámenes Vigentes | Valor |
|---------------------------------|-------|
| Ad / Valorem | 6% |
| Impuesto Selectivo al Consumo | 0% |
| Impuesto General a las Ventas | 16% |
| Impuesto de Promoción Municipal | 2% |
| Derecho Especificos | N.A. |
| Derecho Antidumping | N.A. |
| Seguro | 1.75% |
| Sobretasa | 0% |
| Unidad de Medida: | U |

N.A.: No es aplicable para esta subpartida

Fuente: (SUNAT, 2018)

Considerando todas las medidas impositivas establecidas por el país peruano, se realizó el siguiente cuadro. Tomando en cuenta que el derecho AD- Valorem es 0%, gracias a las preferencias arancelarias que existen entre el Ecuador y Perú por pertenecer a la Comunidad Andina.

¹⁹ **Impuesto Selectivo al Consumo – ISC:** impuesto indirecto a determinados bienes, como por ejemplo: bebidas alcohólicas, cigarrillos y combustible. Este impuesto busca desincentivar el consumo de producto que generen problemas en el orden individual social y medioambiental.

Impuesto General a las Ventas –IGV: este tributo grava a la importación de todos los bienes, salvo las excepciones previstas en la normativa que la regula. Tasa impositiva:16%

Impuesto de Promoción Municipal –IPM: es un tributo nacional a favor de las municipalidades. Tasa impositiva 2% (SUNAT, 2016).

²⁰ **Derechos AD – Valorem:** impuestos establecido en el Arancel de Aduanas a las mercancías que ingresan al territorio. De acuerdo a la subpartida nacional se clasifican en 4 niveles: 0%, 4%, 6% o 11%.

Derechos específicos: tributo dirigido a la importaciones de productos agropecuarios, como: arroz, maíz amarillo, leche, azúcar. Su tasa varía de acuerdo al producto.

Derecho antidumping: impuesto aplicado a determinados productos cuyos precios dumping causen o puedan causar daños en la producción peruana (SUNAT, 2016).

Tabla 13 Tributos a pagar por la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda

TRIBUTOS

| | Valor | Ducha eléctrica |
|-------------------------------------|--------------|------------------------|
| FOB | | 193,091.00 |
| FLETE | | 750.00 |
| SEGURO | 0.30% | 581.52 |
| TOTAL CIP | | 194,422.52 |
| ADVALOREM | 0% | - |
| IMPUESTO PROMOCIÓN MUNICIPAL | 2% | 3,888.45 |
| SALVAGUARDIA | 0% | - |
| ICE | 0% | - |
| IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS (IGV) | 16% | 31,729.76 |
| TRIBUTOS | | 35,618.21 |

Fuente: Alvarez – Ruilova

Para realizar las siguientes tablas, coste del producto y resumen del precio, se consideró precios que cotizó la empresa Impoex, ubicada en las calles Catalina Aldaz N33-120 y Portugal. Edificio La Recoleta Piso 9 oficina 96 en Quito – Ecuador.

De igual manera, se tomó en cuenta que el costo de producción de la ducha eléctrica es de \$13.50.

Tabla 14 Costo de las duchas eléctrica TERMO PLASTIC

| COSTO EN ORIGEN | COSTO | VALOR |
|-----------------------------------------------|---------------|--------------|
| TRAMITES ADUANEROS / AGENCIA DE CARGA ECUADOR | 220.00 | |
| ESTIBAJE (HORA HOMBRE) | 36.00 | |
| TRANSPORTE INTERNO | - | |
| SEGURO INTERNO | - | |
| BODEGAJE Y HANDLING | 25.00 | |
| IMPREVISTOS | 30.00 | |
| TOTAL | 311.00 | |

| COSTO EN DESTINO | | | |
|-------------------------------|------------------|-------|-----|
| FLETE INTERNACIONAL | 750.00 | | |
| SEGURO INTERNACIONAL | 581.52 | 0.30% | CPT |
| TRAMITES ADUANERO DESTINO | 150.00 | | |
| HANDLING DESTINO | 300.00 | | |
| ARANCELES & IMPUESTOS DESTINO | 35,618.21 | | |
| TRANSPORTE INTERNO DESTINO | - | | |
| TOTAL | 37,399.73 | | |

Fuente: Alvarez - Ruilova

Tabla 15 Resumen del precio

| NOMBRE DEL PRODUCTO | VALOR UNI | CANTIDAD/ UNIDADES | UNIDAD | EXW | FOB | CFR | CIP | DDU | DDP |
|---------------------|-----------|--------------------|--------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| DUCHAS ELÉCTRICAS | 13.50 | 14,280.00 | Kg | 192,780.00 | 193,091.00 | 193,841.00 | 194,422.52 | 194,872.52 | 230,490.73 |
| TOTAL | | 14,280.00 | | 192,780.00 | 193,091.00 | 193,841.00 | 194,422.52 | 194,872.52 | 230,490.73 |

Fuente: Alvarez - Ruilova

DDP UNI 16.14

INCREMENTO 16.6%

Finalmente, una vez analizados todos los costos necesarios para la exportación del producto, se concluye que el precio tentativo DDP del mismo es de \$16.14, es decir S/ 49.96.

Tabla 16 Precio del producto en destino

| PRECIO DEL PRODUCTO | | |
|---------------------|-----------|-----------------|
| USD | NUEVO SOL | CLIENTE |
| \$ 16.14 | S/ 49.96 | DISTRIBUIDOR |
| \$ 19.37 | S/ 63.92 | FERRETERIA |
| \$ 23.24 | S/ 76.69 | COSUMIDOR FINAL |

Fuente: Alvarez-Ruilova

Para considerar todos los precios de los canales de distribución se realizó la tabla # 16, en donde cada distribuidor tiene un 20% de ganancia, llegando al precio final de \$23.24 o S/76.69.

CONCLUSIÓN

Dentro de este capítulo el estudio de mercado realizado nos sirvió para recopilar datos relevantes acerca del producto a exportar y a los términos de venta y negociación en los que se puede trabajar y en base a los resultados obtenidos considerar la mejor opción para la empresa ecuatoriana Juan Alvarez Cía. Ltda. Mediante este análisis se definió la inexistencia de un mercado potencial para las duchas eléctricas en Piura, debido a las siguientes razones:

Perú cuenta con 20 asentamientos humanos, sectores en los cuales las personas y los ferreteros no conocían del producto a exportar, es decir, la ducha eléctrica.

Debido al factor climático, no existe la demanda, ni necesidad de dicho producto, ya que la gente prefiere ducharse en agua fría para refrescarse. Por lo tanto, la oferta de producto por parte de los ferreteros es muy reducida.

Dentro de las ferreterías las duchas eléctricas marca Lorenzetti son las que más se ofrecen, dada su trayectoria, tiempo en el mercado y precio; convirtiéndose en la competencia directa de la empresa.

Después de los resultados obtenidos, se llegó a la conclusión de que la ducha eléctrica TERMO PLASTIC es una de las más costosas del mercado ecuatoriano, por ende, va a ingresar en el mercado peruano con un alto precio. Sin embargo, pueden tener una alta competitividad en dicho mercado, por sus características y garantía.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez realizado el estudio de la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda. y la posibilidad de ésta de internacionalizar su producto, se concluye que la empresa posee una planta con alta tecnología, sin embargo, ésta sólo utiliza el 25% de la capacidad instalada para la distribución de su producto a nivel nacional. Por lo tanto, la empresa puede aprovechar mejor su capacidad de producción para entrar a un nuevo mercado internacional sin ningún problema.

Después de haber concluido el plan de internacionalización de las duchas eléctricas TERMO PLASTIC de la marca cuencana Juan Alvarez Cía. Ltda, podemos concluir que todos los mecanismos promotores de exportación generados por el gobierno ecuatoriano son muy buenos y factibles para todas las MIPYMES que tengan la capacidad de producción para exportar.

Al momento de analizar la Ruta PRO ECUADOR para el exportador y la herramienta Exporta Fácil para realizar la exportación de nuestro producto, nos dimos cuenta que como empresa, Juan Alvarez Cía. Ltda puede utilizar únicamente la Ruta PRO ECUADOR, ya que después de un análisis exhaustivo por parte de PRO ECUADOR, se nos comunicó que la empresa se encuentra en Fase Amarilla, en la cual están las empresas que son potenciales exportadoras, ya que el producto ya está formado y listo para empezar la promoción del mismo en distintas ferias internacionales.

Por otro lado, la herramienta Exporta Fácil va destinada a otro tipo de productos, esta podría ser más útil para los artesanos y MIPYMES que producen y comercializan productos más pequeños. Juan Alvarez Cía. Ltda. no podría utilizar esta herramienta ya que no cumple con los límites de tamaño y peso.

De igual manera se llegó a la conclusión que cuando una empresa toma la decisión de certificarse, sus productos obtienen más valor. La empresa Juan Alvarez Cía. Ltda. inició en el mes de septiembre del 2018 el proceso para obtener Mi Primera Certificación, dentro de éste se realizaron dos visitas por parte de los funcionarios del INEN. Después del informe final, se notificó a la empresa indicando que se ha obtenido

la certificación, esperando a futuro próximo poder obtener el Certificado de Conformidad con Sello de Calidad INEN.

En cuanto a la parte final del trabajo de titulación, de acuerdo a los datos recabados por el estudio de mercado, se llegó a la conclusión que Piura – Perú no es un mercado apto para una exportación continua de duchas eléctricas TERMO PLASTIC, por varias razones: la ciudad de Piura cuenta con una gran cantidad de asentamientos humanos, donde sus habitantes no conocen lo que es una ducha eléctrica, ni sus usos, el factor clima también es negativo para el estudio, ya que la mayoría del tiempo la temperatura de la ciudad oscila entre los 17°C y 35 °C, por lo que las personas prefieren ducharse en agua fría, por último la competencia del mercado también influye, porque existen marcas de duchas eléctricas y calentadores de agua que ya están muy consolidados en la mentalidad de los peruanos. Por esta razón se podría llegar a exportar pequeñas cantidades de producto a Piura únicamente en la temporada de frío, los cuales son 3 meses al año.

Por otra parte, entre las recomendaciones que podemos dar a la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda. es, realizar estudios similares en otras ciudades importantes del país como: Lima o Cajamarca, en donde la necesidad de agua caliente es un hecho, debido al clima existente en la zona.

Al ser Piura un mercado no potencial para la empresa, puede aún llegar a existir la posibilidad de exportar el producto, ducha eléctrica al país, generando mediante publicidad y marketing informativo un nuevo hábito en la ciudad, el cual consistiría en que la ciudadanía sienta el verdadero placer de bañarse con agua temperada.

De igual manera, se recomienda que la empresa continúe con el proceso para la obtención del Sello de Calidad INEN o Certificado de Conformidad INEN, debido a que éstas permiten comprobar que la empresa está distribuyendo al mercado ecuatoriano un producto de calidad, beneficiando con esto a la fábrica y a los consumidores.

BIBLIOGRAFÍA

- Bessombes, C. (9 de Agosto de 2018). *Precio del balón de gas doméstico se puede reducir en más de S/ 10*. Obtenido de La República: <https://larepublica.pe/economia/1294447-precio-balon-gas-domestico-reducir-s-10>
- Central Intelligence Agency. (25 de Octubre de 2018). *Central Intelligence Agency* . Recuperado el 8 de Noviembre de 2018, de The World Factbook: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/pe.html>
- Cordinadora Estatal de Comercio Justo. (s.f.). *Qué es el comercio justo*. Recuperado el 25 de agosto de 2018, de comerciojusto: <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/>
- Corporación de Estudios y Publicaciones. (2018). *LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, LEGISLACIÓN CONEXA, CONCORDANCIAS*. Quito. Recuperado el 27 de Agosto de 2018
- Datos Macro. (s.f.). *Datos Macro*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2018, de <https://datosmacro.expansion.com/paises/peru>
- DHL. (s.f.). *Guía de internacionalización a Perú*.
- Director Ejecutivo del Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2016). *Servicio Ecuatoriano de Normalización*. Obtenido de Resolución 022 - 2016.
- Director Ejecutivo del Servicio Ecuatoriano de Normalización. (27 de Enero de 2016). *Servicio Ecuatoriano de Normalización* . Obtenido de Resolución No. 16 046.
- Econ. Victor Zabala. (Septiembre de 2016). Especial PYMES 2016. *Revista Ekos - Especial PYMES 2016(269)*, 128. Recuperado el 11 de Julio de 2017, de <https://issuu.com/ekosnegocios/docs/269>
- Exporta Fácil . (s.f.). *Exporta Fácil*. Obtenido de http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=17&Itemid=121

- García, K. M. (2013). *Internalización de las empresas en los mercados globales*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2018, de Universidad Militar de Nueva Granada : <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/11281/RodriguezGarciaKatyMadeliny2013.pdf;jsessionid=37E0A34E4F1DEEFCEB7BAD72A517114B?sequence=1>
- GESTIÓN . (26 de Abril de 2018). *Opecu: usuarios pagan hasta 80% más por balones de gas*. Obtenido de gestion.pe: <https://gestion.pe/economia/opecu-usuarios-pagan-hasta-80-mas-balones-gas-232400>
- Guayasamín, F., & Guayasamín, W. (2015). *Correlación entre el Código Orgánico de la Producción, Comercio, e Inversiones y sus Reglamentos* . Quito: Edarsi Editores.
- iAbogado Servicios Jurídicos SLU. (s.f.). *La letra de cambio, el cheque y el pagaré*. Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de iabogado: <http://iabogado.com/guia-legal/su-empresa/la-letra-de-cambio-el-cheque-y-el-pagare>
- Instituto Nacional de Eficiencia Energética y Energías Renovables . (s.f.). *Ecuador, el centro de grandes oportunidades de inversiones*. Obtenido de Promoción de exportaciones: https://www.iner.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/05/9_PROEcuador_Promoci%C3%B3n-de-inversiones_Renato_Pavon.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática . (2018). *Resultados Definitivos de los Censos Nacionales 2017*. Lima, Perú.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA . (2018). *Resultados Definitivos de los Censos Nacionales 2017, PIURA*. Lima.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f.). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, I. (2016). *Directorio de Empresas*. Recuperado el 1 de Agosto de 2018, de Ecuador en cifras: <http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendo>

c.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true

Juan Alvarez Cía. Ltda. (s.f.). *Catálogo Online de Juan Alvarez Cía. Ltda.* Obtenido de Juan Alvarez Cía. Ltda.: <http://www.juanalvarez.com.ec/>

Lloyd's Register. (2018). *ISO 9001 Sistemas de Gestión de la Calidad*. Recuperado el 1 de Octubre de 2018, de Irqa: <http://www.lrq.es/certificaciones/iso-9001-norma-calidad/>

Market Access Map. (s.f.). *Market Access Map*. Obtenido de <http://www.macmap.org/>

Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones . (s.f.). *95% de empresas en Ecuador son MiPymes*. Recuperado el 26 de Diciembre de 2018, de Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones : <https://www.comercioexterior.gob.ec/95-de-empresas-en-ecuador-son-mypimes/>

Ministerio de Industrias y Productividad. (s.f.). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Obtenido de Ministerio de Industrias y Productividad

NGOS AUSTRO. (2017). Las 200 empresas más grandel del Austro. *Negocios estrategias de éxito*, 26.

Piura Perú. Org . (s.f.). *Piura Perú. Org* . Recuperado el 8 de Noviembre de 2018, de <http://www.piuraperu.org/poblacion.html>

PRO ECUADOR. (s.f.). *Ruta del exportador*. Obtenido de PRO ECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/ruta-del-exportador/>

PRO MÉXICO Inversión y Comercio . (s.f.). *PRO MÉXICO Inversión y Comercio* . Recuperado el 5 de Noviembre de 2018, de <http://www.promexico.mx/es/mx/definicion-de-internacionalizacion>

Secretaría General de la Comunidad Andina. (2007). *Versión única en español de las notas explicativas del sistema armonizado (VUENESA)*.

Servicio Ecuatoriano de Normalización . (26 de Septiembre de 2016). Resolución No. 2016-022. Quito .

Servicio Ecuatoriano de Normalización . (2017). *INSTRUCTIVO PARA LA OBTENCIÓN Y RENOVACIÓN DEL CERTIFICADO DE CONFORMIDAD CON SELLO DE CALIDAD INEN*.

Servicio Ecuatoriano de Normalización . (s.f.). *Servicio Ecuatoriano de Normalización* . Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/mision-y-valores-institucionales/>

Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2015). *PROCEDIMIENTO PARA EL USO DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN "SELLO DE CALIDAD INEN"*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2018

Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2015). *PROCEDIMIENTO PARA LA CERTIFICACIÓN DE CONFORMIDAD CON SELLO DE CALIDAD INEN*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2018

Siat Group. (s.f.). *¿Qué son INCOTERMS?* Obtenido de Siati Group: <http://www.siatigroup.com/preguntas/importaciones/que-son-incoterms>

SUNAT. (2016). *Tributos que gravan la importación*. Obtenido de SUNAT: <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/pagosgarantias/index.html>

SUNAT. (2018). *TRATAMIENTO ARANCELARIO POR SUBPARTIDA NACIONAL*. Obtenido de aduanet: http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informai/tra_ar.htm

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA. (2018). *Conoce que es la Economía Popular y Solidaria (EPS)*. Recuperado el 18 de Agosto de 2018, de seps: <http://www.seps.gob.ec/noticia?conoce-la-eps>

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA. (2018). *Qué es la Economía Popular y Solidaria (EPS)*. Recuperado el 18 de Agosto de 2018, de seps: <http://www.seps.gob.ec/noticia?que-es-la-economia-popular-y-solidaria-eps->

Thompson, I. (s.f.). *El Estudio de Mercado*. Obtenido de promonegocios: <https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>

Trade Map . (s.f.). *Trade Map* . Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Weather Spark. (s.f.). *El clima promedio en Piura*. Obtenido de weatherspark:
<https://es.weatherspark.com/y/18257/Clima-promedio-en-Piura-Perú-durante-todo-el-año>

WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION. (2016). *Comercio justo ¿Qué es?*
Recuperado el 25 de Agosto de 2018, de Wfto: <http://wfto-la.org/comercio-justo/que-es/>

Zorraquino, M. (s.f.). *¿Qué es top of mind?* Obtenido de zorraquino:
<https://www.zorraquino.com/diccionario/branding/que-es-top-of-mind.html>

ANEXOS

Anexo 1 Título de registro del SIGNO DISTINTIVO TERMO PLASTIC


INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL
IEPI
DIRECCION NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

TITULO No. DNPI-1461-99-IEPI

LA DIRECCION NACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, Vista la solicitud de registro como Marca de Fábrica, Trámite No. 83692, del 12 de diciembre de 1997, habiendo cumplido con todos los requisitos de ley, RESUELVE REGISTRAR dicha marca por el tiempo de DIEZ AÑOS, contados a partir de la presente fecha, de acuerdo con los datos siguientes:

SIGNO DISTINTIVO : TERMO-PLASTIC

TITULAR : JUAN FERNANDO ALVAREZ ASTUDILLO

DOMICILIO : GRAN COLOMBIA
CUENCA-ECUADOR

NACIONALIDAD : Ecuatoriana

REPRESENTANTE LEGAL :

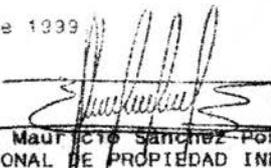
APODERADO :

FECHA DE VENCIMIENTO : 9 de agosto de 2009

PRODUCTOS : Duchas eléctricas y todos los productos de la Clase Internacional Nº 11.

DESCRIPCION DE LA MARCA: Consiste en la denominación TERMO-PLASTIC, escrita en letras mayúsculas de Imp. S. S. A., todas las reservas que sobre ella se hacen.

Quito, 9 de agosto de 1999


Dr. Mauricio Sánchez-Porco
DIRECTOR NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL (E)



RENOVACION (MP)

Denominación: TERMO-PLASTIC
Registro No. 1461, de 9 de agosto de 1999
Solicitud No. 67542, de 6 de mayo de 2009
Certificado No. 1454, de 21 de mayo de 2009
Fecha de vencimiento: 9 de agosto de 2019
GM

Anexo 2 Certificado de la gestión de micro, pequeñas, medianas empresas y organizaciones de economía popular y solidaria



SERVICIO
ECUATORIANO DE
NORMALIZACIÓN

N° DVC-GMPME-2018-054

CERTIFICADO

DE LA GESTIÓN DE MICRO, PEQUEÑAS, MEDIANAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

OTORGADO A:

JUAN ÁLVAREZ CÍA. LTDA.

Por haber cumplido los requisitos establecidos en la RESOLUCIÓN INEN N° 2018 - 007
"CERTIFICACIÓN DE LA GESTIÓN DE MICRO, PEQUEÑAS, MEDIANAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA.

Fecha de emisión: 2018-10-05
Fecha de vencimiento: 2021-01-05

Ing. Elizabeth Guerra.
DIRECTORA EJECUTIVA (E)
SERVICIO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN INEN



Esta certificación esta sujeta a que la empresa cumple con los requisitos de la resolución INEN N° 2018 - 007, tiene validez de 3 años desde la fecha de emisión.

Entrevista a: Lic. Jorge García Feria, Jefe de Comercio Exterior

1. Para ser socio de la Cámara, ¿cuáles son los requerimientos?

Para ser socios de la Cámara de Comercio y Producción de Piura no existen requisitos, sino un proceso que se debe seguir.

- 1) Llenar una solicitud de inscripción
- 2) Remitir la solicitud al Departamento de Relaciones Públicas, esto puede ser personalmente, vía fax o por correo electrónico
- 3) Esperar una respuesta formal a la solicitud; la cual se emite después de una evaluación del Comité Evaluador
- 4) Cancelar la primera cuota mensual asignada conforme a la categoría que haya sido fijada a la empresa

2. ¿Cuáles son los servicios que ofrece la Cámara de Comercio a sus socios?

Los servicios que ofrece esta institución son varios, entre ellos podemos encontrar:

- 1) Asesoría
- 2) Capacitación
- 3) Información
- 4) Venta y Visado de Certificados de Origen
- 5) Oficina Virtual de Certificados de Origen
- 6) Registro de Protestos y Moras
- 7) Protestos en Línea
- 8) Reportes Infocorp
- 9) Centro de Conciliación y Arbitraje Nacional e Internacional
- 10) Uso de Instalaciones (varios ambientes)

3. ¿Qué relación tiene la Cámara de Comercio de Piura con la Cámara de Comercio de Cuenca?

En unas dos o tres oportunidades se han tenido visitas de representantes de la Cámara, pero no se tiene un estrecho vínculo, ni se realizan convenios para que se dé un apoyo internacional entre empresas cuencanas y piuranas.

4. ¿Cómo se contacta con inversionistas directos a través de la Cámara?

No se tiene un directorio de ferreterías. Existe un directorio de 500 empresas, sin embargo, son muy pocas, por no decir nulas las ferreterías que se han afiliado a la Cámara de Comercio de Piura.

5. Considera factible la exportación de duchas eléctricas desde el Ecuador hacia Piura

Sí, es posible. Se debe crear la necesidad, y analizar qué tan factible es, ya que por las características, es un producto con un costo representativo, pero su utilidad lo amerita, ya que comparando con otros productos no ofrece lo mismo de las duchas ecuatorianas.

6. ¿Cómo es el apoyo de la Cámara de Comercio a productos internacionales que van a ingresar en territorio peruano?

Básicamente el apoyo que ofrece la Cámara de Comercio, es el de dar a conocer los distintos productos de los miembros a otros por medio de talleres informáticos, a través de un correo electrónico empresarial se envían cadenas de información de distintos productos, además se pueden realizar reuniones con los socios para lanzar un nuevo producto al mercado, y por último de manera mensual se envía a cada socio un sobre de manila con folletos e información de las empresas.

Entrevista a: Consuelo Ugarte, Directora de Comercio Exterior y Ricardo Curisca, Especialista en Comercio Exterior.

1. Al ingresar al Mercado de Piura, la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda puede acceder a una lista de inversionistas para considerar los potenciales clientes, a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo.

Yo creo que sí, pero más que con nosotros va a ser con la Cámara de Comercio y Producción, debido a que la empresa no es una fábrica que sea de nuestro público, en especial en este momento, nosotros estamos trabajando en base a las cooperativas y sucesiones, que son los bananeros o productores de mango, todos los que sean de agricultura que son nuestro potencial, pero eso no quita. A través de ellos podemos promocionar su producto. Por decir, mañana tenemos una pasantía; 30 bananeros de una zona de alto Piura se reúnen. Nosotros podremos aprovechar ciertos espacios de la reunión para que ustedes puedan promover lo suyo.

Cuando tú hablas de inversionista, es quien va a tener a cargo la distribución del producto, eso es más fácil con la Cámara, y no son muchos. También lo que les recomiendo es participar en las ferias binacionales entre Perú – Ecuador, por ejemplo, este año se hizo la rueda de Negocios en junio aquí en Piura y en septiembre en Loja, y estas negociaciones se hacen cada año.

Lo que les recomiendo es visitar el Ministerio de Energía y Minas, para ver la legislación y la normativa que necesita el producto para la importación del mismo.

2. Existe algún tipo de apoyo por parte de DIRCETUR para los productores internacionales.

Sí, no tanto del DIRCETUR, sino del Estado, a través de sus ferias comerciales, misiones comerciales, etc. Lo que sí, con DIRCETUR hay muchísima articulación con la Cámara de Comercio, con el sector privado.

3. Existe algún tipo de cooperación entre DIRCETUR y el Ministerio de Comercio Exterior del Ecuador

Como Dirección Regional no, a ya que ésta se encarga únicamente de los asuntos internos; mientras que los Ministerios se encargan de resolver problemáticas internacionales, y existe una cooperación más cercana entre éstos.

4. En cuanto a inversión, ¿cómo son las relaciones entre los dos países?

No existe inversión ecuatoriana en Piura, las inversiones más fuertes son de Chile y de Estados Unidos en el sector de agro y pesca. En cuanto al sector comercial, usualmente bajan los ecuatorianos buscando servicios turísticos, gastronómicos y en algunos casos servicios médicos.

5. Considera factible la exportación de duchas eléctricas desde el Ecuador hacia Piura

Yo creo que sí, pero habría que ver si cumple con los reglamentos técnicos energéticos. Sin embargo, por condiciones climáticas y de hábito no se considera que la ducha eléctrica tenga un movimiento muy alto. Sin embargo con el nuevo reglamento de Agencias de Viajes y Turismo DS 004-2016-MINCETUR la necesidad del producto va creciendo.

ENCUESTAS

Encuesta acerca de la factibilidad de exportación de las Duchas TERMOPLASTIC de la empresa Juan Alvarez Cía. Ltda. de Cuenca – Ecuador a Piura – Perú

La empresa ecuatoriana Juan Alvarez Cía. Ltda. se encarga de brindar soluciones para el calentamiento de agua con distintos productos como: duchas eléctricas, termotanques y paneles solares, con la finalidad de satisfacer todas las necesidades del hogar, negocio e industria general a nivel nacional. La presente encuesta se realiza con la finalidad de determinar si la empresa cuencana puede introducir al mercado peruano su producto; ducha eléctrica TERMO PLASTIC. Con la información que se obtenga de esta encuesta, se determinará si Piura es un mercado potencial para la empresa.

1. ¿Cuál es la primera marca que se le viene a la mente cuando escucha ducha eléctrica?

2. ¿Qué marcas de ducha eléctrica compra? (Seleccione 1 sola opción).

- Corona
- Lorenzetti
- OVNI
- SOLE
- Otra _____

3. ¿Cuál es el método de venta utilizado por su proveedor?

- Visita de un asesor o vendedor
- Llamada telefónica
- Correos

4. Marque con una X en cada casilla, según su criterio. A la hora hacer una compra, ¿Cuál es la importancia que usted le dá a los siguientes aspectos?

| Aspectos | Muy importante | Importante | Regular | Poco importante | Nada importante |
|---------------------|----------------|------------|---------|-----------------|-----------------|
| Precio | | | | | |
| Diseño/ embalaje | | | | | |
| Calidad | | | | | |
| Garantía | | | | | |
| Durabilidad | | | | | |
| Marca | | | | | |
| Rentabilidad | | | | | |
| Stock de repuestos | | | | | |
| Servicio Técnico | | | | | |
| País de procedencia | | | | | |

5. Aproximadamente, ¿cuál es la frecuencia de compra y cantidad de una ducha eléctrica?

- Cada 7 días **Cantidad -----**
- Cada 15 días
- Cada 30 días
- Más de 30 días

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una ducha eléctrica?

- S/ 30 – S/ 45
- S/ 45 – S/ 60
- S/ 60 – S/ 75

7. ¿Qué método de pago utiliza al momento de realizar sus compras?

- Efectivo
- Cheque
- Tarjeta de crédito o débito
- Transferencia bancaria

8. Aproximadamente, ¿cuál es la frecuencia en la que realiza sus pagos?

- 15 días
- 30 días
- 45 días
- 60 días

9. Estaría usted dispuesto a distribuir una marca ecuatoriana de duchas eléctricas

SI _____

NO _____

¿Por qué?:

Anexo 6 Fotos en Piura







