

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito al documento y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca

**ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES PARA LA EXPORTACIÓN DE EQUIPOS DE
REFRIGERACIÓN COMERCIAL POR PARTE DE INDUSTRIAS WONDER S.A.
(SANTANDER COLOMBIA) HACIA EL MERCADO DE ECUADOR**

**LADY CATALINA PINILLA OBREGÓN
LAURA CRISTINA NAVARRO IGLESIAS**

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
BUCARAMANGA
2012**

**ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES PARA LA EXPORTACIÓN DE EQUIPOS DE
REFRIGERACIÓN COMERCIAL DE INDUSTRIAS WONDER S.A. (SANTANDER
COLOMBIA) HACIA EL MERCADO DE ECUADOR**

**LADY CATALINA PINILLA OBREGÓN
LAURA CRISTINA NAVARRO IGLESIAS**

**Monografía para optar al título de:
ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Director:
Dr. Jaime Torres**

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
BUCARAMANGA
2012**

DEDICATORIA

A nuestras familias por su apoyo

Incondicional.

AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan sus sinceros agradecimientos:

A todas las personas que de una u otra forma contribuyeron en la realización de este estudio.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	8
1. ASPECTOS PRELIMINARES.....	9
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	9
1.2 OBJETIVOS.....	19
1.2.1 Objetivo general.	19
1.2.2 Objetivos específicos.	19
1.3 JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE DE LA INVESTIGACION.....	19
1.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN	20
2. MARCO TEÓRICO	21
2.1 ANTECEDENTES	21
3. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	32
3.1 FUENTES Y TÉCNICAS:	32
3.1.1 Procesamiento de la información.....	32
3.1.2 Aplicación y trabajo de campo	32
3.2 INFORMACIÓN DE LA COMPETENCIA	42
3.2.1 Empresas colombianas que exportan hacia Ecuador.	42
3.2.2 Otras empresas importantes en el mercado de ecuador..	54
3.3 EL MERCADO DEL SECTOR EN ECUADOR.....	58
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	60

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Indicadores ventas	12
Tabla 2. Indicadores producción	13
Tabla 3. Inventario bodega producto terminado refrigeración	14
Tabla 4. Inventario bodega producto terminado por mes y referencia	14
Tabla 5. PIB Ecuador	16
Tabla 6. Estimaciones y proyecciones de la población de Ecuador	23
Tabla 7. Estimaciones y proyecciones de la población por área	24
Tabla 8. Exportaciones desde Colombia hacia Ecuador	32
Tabla 9. Exportaciones desde Colombia hacia Ecuador año 2008	33
Tabla 10. Exportaciones desde Colombia hacia Ecuador año 2009	34
Tabla 11. Exportaciones desde Colombia hacia Ecuador año 2010	36
Tabla 12. Exportaciones desde Colombia hacia Ecuador año 2011	37
Tabla 13. Valores totales exportaciones desde Colombia hacia otros países	38
Tabla 14. Aranceles cobrados para la partida arancelaria de interés	39
Tabla 15. Posibles clientes y distribuidores en Ecuador.	39
Tabla 16. Valor Total FOB de las exportaciones de empresas colombianas a Ecuador	42

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Fotografía instalaciones año 1990	10
Figura 2. Fotografía instalaciones año 2011	11
Figura 3. Comportamiento de las Ventas	12
Figura 4. Catálogo de productos hoja 1	17
Figura 5. Catálogo de productos hoja 2	17
Figura 6. Artículo Diario La Republica	18
Figura 7. Población Ecuador principales ciudades	22
Figura 8. Balanza comercial Ecuador	23
Figura 9. Composición de las importaciones de Ecuador	24
Figura 10. Acuerdos comerciales vigentes	26
Figura 11. Gráfico exportaciones desde Colombia hacia Ecuador	33
Figura 12. Valor Total FOB exportaciones desde Colombia a Ecuador	39
Figura 13. Aranceles cobrados para la partida de estudio	42
Figura 14. Empresas colombianas que exportan a Ecuador	43
Figura 15. Imagen pagina web Friomix	43
Figura 16. Imagen productos que ofrece Friomix	44
Figura 17. Imagen pagina web Industrias Haceb	45
Figura 18. Productos que ofrece Industrias Haceb	46
Figura 19. Imagen pagina web Cold Star Ltda.	47
Figura 20. Misión empresa Cold Star Ltda.	47
Figura 21. Productos que ofrece Cold Star Ltda.	47
Figura 22. Principales Clientes de Cold Star Ltda.	48
Figura 23. Imagen pagina web Weston	48
Figura 24. Misión, visión y política de Weston	49
Figura 25. Productos que ofrece Weston	49
Figura 26. Imagen pagina web Martin Kas	50
Figura 27. Clientes Martin Kas	51
Figura 28. Productos que ofrece Martin Kas	51
Figura 29. Imagen pagina web Indufrial	53
Figura 30. Productos que ofrece Indufrial	53
Figura 31. Imagen pagina web Inducol	54
Figura 32. Productos que ofrece Fogel	55
Figura 33. Productos que ofrece Indurama	56
Figura 34. Presentación y productos que ofrece Indurama	57
Figura 35. Presentación web Indurama	58
Figura 36. Producción total de la cadena de producción de línea blanca	59
Figura 37. Proyeccion de ventas de WONDER con base en datos históricos	62

INTRODUCCIÓN

La globalización de la economía, ha sido un factor que ha hecho a las empresas ser más competitivas y optimizar sus procesos, para poder acceder a los mercados internacionales.

Teniendo en cuenta los anteriores aspectos, a través de este estudio se realiza un análisis de las oportunidades que puede tener INDUSTRIAS WONDER, para la exportación de equipos de refrigeración comercial hacia el mercado de Ecuador, para lo cual se evalúa la evolución que ha tenido esta empresa y los factores determinantes con que cuenta la empresa para poder intervenir en los mercados internacionales.

1. ASPECTOS PRELIMINARES

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En los últimos años las empresas han visto la necesidad de ser más competitivas y mejorar aspectos de precio, calidad y servicio para diferenciarse frente a la competencia; lo anterior ha llevado a que las organizaciones en Colombia estén en búsqueda de nuevas oportunidades de mercado para atraer clientes y aumentar su campo de acción a nivel global.

INDUSTRIAS WONDER S.A. es una empresa con experiencia de 36 años en el sector de manufactura de equipos de refrigeración comerciales y domésticos, ubicada en la zona industrial del Área Metropolitana de Bucaramanga. Esta empresa enfoca su producción en factores diferenciadores en el diseño de sus productos logrando equipos de refrigeración comercial con un menor consumo de energía y variedad de referencias para adaptarse a las necesidades del consumidor final.

Nace en el año de 1968 con una carpintería de nombre MADERCO, ubicada al norte de Bucaramanga en la vía que conduce a Ríonegro donde se fabricaban muebles para el hogar. Con el fin de comercializar los productos, en el año 1974 se adecuó un local ubicado en la Calle 36 # 16 esquina que recibió el nombre de SERGO (Almacén de Muebles y Electrodomésticos) donde además de vender la marca INDUSTRIAS WONDER se hacían negocios con otras marcas; debido a la acogida, con el tiempo se fueron abriendo otros puntos de venta de SERGO en diferentes lugares de la ciudad y del país.

En 1981 en un lote localizado en la zona industrial de Chimitá, se puso en marcha la construcción de la fábrica con el fin de trasladar MADERCO e iniciar el negocio de Refrigeración Comercial.

Figura 1. Fotografía instalaciones año 1990



Fuente: INDUSTRIAS WONDER S. A.

La empresa creció considerablemente durante principios de los años 90's pero cuando comenzó la crisis en el país, INDUSTRIAS WONDER S.A. se vio directamente afectada y fue necesario disminuir la producción y cerrar los puntos de venta de SERGO los cuales fueron adquiridos por diferentes sociedades a nivel nacional, dejando únicamente en Bucaramanga el local ubicado en la Calle 36 # 24 esquina donde en el año 2000 inició FRÍO & CALOR EU. Sociedad en alianza con WONDER con el fin de comercializar sus productos en la ciudad.

FRÍO & CALOR EU. Inicialmente estaba enfocada a equipos y repuestos de calefacción y enfriamiento, luego se agregó la venta de muebles y electrodomésticos con el fin de mantener la idea de comercialización que manejaba anteriormente SERGO. Actualmente la Sociedad de FRÍO & CALOR S.A. cuenta con almacenes en Bucaramanga (Cañaveral, Cra 27 # 35 Esquina), Barrancabermeja, Valledupar y Yopal.

Actualmente la marca WONDER es producida por dos empresas independientes: Fabricamos S.A. (Manufactura de Colchones y Muebles) e INDUSTRIAS WONDER S.A. (Manufactura de equipos de Refrigeración comercial).

Figura 2. Fotografía instalaciones año 2011



Fuente: INDUSTRIAS WONDER

La marca INDUSTRIAS WONDER tiene un cubrimiento en gran parte del territorio nacional con almacenes pertenecientes a sociedades en Aguachica, Arauca, Barrancabermeja, Barbosa, Barranquilla, Bogotá, Bosconia, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Cereté, Ciénaga, Codazzi, Cúcuta, Duitama, El Banco, Fonseca, Fundación, Medellín, Montería, Ocaña, Planeta Rica, Riohacha, Sahagún, Santa Marta, Saravena, Sincelejo, Sogamoso, Tame, Tierra Alta, Tunja, Valledupar, Villavicencio, Yopal.

Durante los últimos años se ha detectado un crecimiento de la empresa INDUSTRIAS WONDER S.A. en el mercado nacional con las siguientes cifras: 2006 a 2007 creció 63%, 2007 a 2008 creció 16%, 2008 a 2009 decreció 8%, 2009 a 2010 creció 8%. El crecimiento negativo presentado entre los años 2008 y 2009 obedece a la crisis económica mundial.

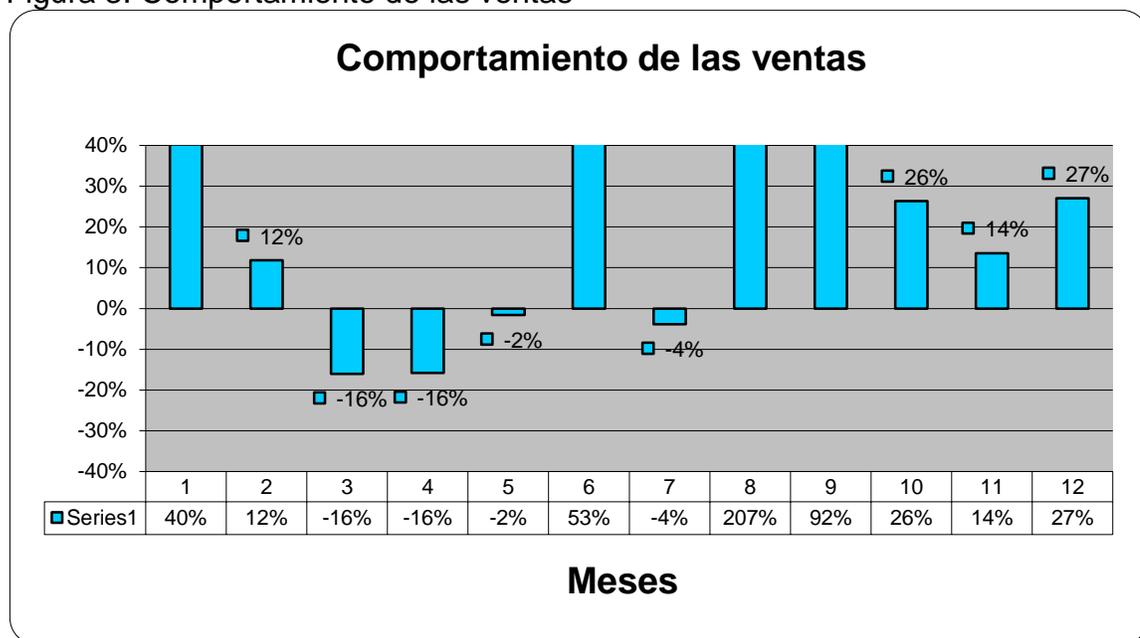
A continuación se presentan datos del comportamiento de las ventas de refrigeración del año 2011 respecto al año 2010: (Ver tabla 1)

Tabla 1. Indicadores de Ventas

MES	PERIODO ACTUAL 2011	PERIODO ANTERIOR 2010	Indicador
ENERO	243.692.027	173.742.268	40%
FEBRERO	281.864.099	252.093.810	12%
MARZO	335.111.680	399.196.417	-16%
ABRIL	257.623.924	306.088.579	-16%
MAYO	281.879.597	286.401.224	-2%
JUNIO	353.782.438	230.844.046	53%
JULIO	282.319.431	293.601.410	-4%
AGOSTO	441.815.272	143.814.910	207%
SEPTIEMBRE	395.555.901	206.513.944	92%
OCTUBRE	288.911.270	228.655.467	26%
NOVIEMBRE	304.291.609	267.937.823	14%
DICIEMBRE	349.862.067	275.348.814	27%
TOTAL	3.816.709.315	3.064.238.712	25%

Fuente: INDUSTRIAS WONDER

Figura 3. Comportamiento de las ventas



Fuente: INDUSTRIAS WONDER

A continuación se reflejan los datos de producción de equipos de refrigeración mes a mes del año 2011

Tabla 2. Indicadores producción año 2011

Mes	Pdn planeada en unds	Pdn realizada en unds	% CUMPLIMIENTO EN UDS	VALORES EN \$ DE PRODUCCION		% CUMPLIMIENTO EN \$
				Pdn planeada en \$	Pdn realizada en \$	
ENERO	90	40	44,44%	\$ 229.390.681	\$ 110.009.000	47,96%
FEBRERO	136	116	85,29%	\$ 344.086.022	\$ 277.082.000	80,53%
MARZO	60	80	133,33%	\$ 372.759.857	\$ 291.759.000	78,27%
ABRIL	150	160	106,67%	\$ 329.749.104	\$ 359.745.000	109,10%
MAYO	190	170	89,47%	\$ 372.759.857	\$ 364.990.000	97,92%
JUNIO	130	90	69,23%	\$ 344.086.022	\$ 287.210.000	83,47%
JULIO	185	120	64,86%	\$ 344.086.022	\$ 314.270.000	91,33%
AGOSTO	180	170	94,44%	\$ 372.759.857	\$ 375.620.000	100,77%
SEPTIEMBRE	180	128	71,11%	\$ 372.759.857	\$ 378.385.000	101,51%
OCTUBRE	185	144	77,84%	\$ 358.422.939	\$ 365.171.000	101,88%
NOVIEMBRE	180	135	75,00%	\$ 344.086.022	\$ 308.270.000	89,59%
DICIEMBRE	100	165	165,00%	\$ 215.053.763	\$ 273.700.000	127,27%
	1766	1518	85,96%	4.000.000.000	3.706.211.000	92,66%

Fuente: INDUSTRIAS WONDER

La planta de producción de refrigeración está adecuada para manejar dos líneas de producción en serie, una para producción de botelleros y congeladores y otra línea para producción de vitrinas exhibidoras. Con turnos de 8 horas se tiene una capacidad instalada para 150 unidades de botelleros o congeladores y 150 unidades de vitrinas exhibidoras por mes.

Actualmente trabaja una sola línea de producción con un turno de 8 horas al día; lo anterior debido a que el número de unidades a producir al mes no justifica la utilización de la otra línea de producción instalada y ya se está manejando un inventario de producto terminado en la planta de refrigeración de aproximadamente 500 millones de pesos para abastecimiento a nivel nacional (Tabla 3. Inventario Bodega Producto terminado refrigeración y Tabla 4. Inventario Bodega Producto terminado refrigeración mes por referencia).

Tabla 3. Inventario Bodega Producto terminado refrigeración

Fecha	Inventario	Ventas	Inventario Disponible
01/01/2011	1.145.589.200	275.348.814	870.240.386
01/02/2011	1.215.817.700	243.692.027	972.125.673
01/03/2011	1.267.293.200	281.864.099	985.429.101
01/04/2011	1.295.087.600	335.111.680	959.975.920
01/05/2011	870.897.524	257.623.924	613.273.600
01/06/2011	556.298.172	281.879.597	274.418.575
01/07/2011	524.003.934	353.782.438	170.221.496
01/08/2011	545.112.343	282.319.431	262.792.912
01/09/2011	904.264.800	441.815.272	462.449.528
01/10/2011	891.484.000	395.555.901	495.928.099
01/11/2011	842.341.800	288.911.270	553.430.530
01/12/2011	511.361.693	304.291.609	207.070.084
01/01/2012	487.541.897	349.862.067	137.679.830

Fuente: INDUSTRIAS WONDER

La empresa cuenta con la capacidad instalada para incrementar la producción, por lo que se ha tomado la decisión de buscar nuevos mercados que requieran equipos de refrigeración en un país como Ecuador. En la siguiente tabla se muestra el inventario de producto terminado 2012. (Ver tabla).

Tabla 4. Inventario de bodega producto terminado

FECHA DE GENERACIÓN 2012-02-24 REPORTE DE Inventario Bodega Producto terminado refrigeración						
Cod. Producto	Producto	Bodega	Saldo Actual	Unidad	Costo Promedio	Valor
AI-21EC CRISTAL	VITRINA ACERO INOXIDABLE CRISTAL	264	17	UNIDAD ES	1,569,455	26,680,738
AI-21EC PLUS	VITRINA EN ACERO INOXIDABLE DE	264	1	UNIDAD ES	1,235,718	1,235,718
AI-21EC12B PLUS	VITRINA EN ACERO INOXIDABLE CON 12 BANDEJAS	264	9	UNIDAD ES	1,536,720	13,830,476
AI-30EC CRISTAL	VITRINA PANORÁMICA HORIZONTAL EXHIBIDORA DE CARNES	264	13	UNIDAD ES	2,003,313	26,043,073
AI-30EC PLUS	VITRINA EN ACERO INOXIDABLE PA	264	2	UNIDAD ES	1,802,319	3,604,639
AI-30EC18B PLUS	VITRINA ACERO INOXIDABLE CON 1	264	1	UNIDAD ES	2,128,871	2,128,871
CRISTAL INOX-22	VITRINA EXHIBIDORA CARNES VIDR	264	16	UNIDAD ES	2,082,239	33,315,820
CRISTAL INOX-30	VITRINA EXHIBIDORA CARNES VIDRIO CURVO	264	10	UNIDAD ES	2,408,065	24,080,650
REPOSTE RA-22	VITRINA EXPOSITORA POSTRES VID	264	2	UNIDAD ES	1,721,823	3,443,645

Cod. Producto	Producto	Bodega	Saldo Actual	Unidad	Costo Promedio	Valor
REPOSTE RA-22 AI	VITRINA EXPOSITORA POSTRES ACERO INOX	264	1	UNIDAD ES	1,717,493	1,717,493
WB-260 FORTE	BOTELLERO 260 BOT CUBIERTA ACE	264	18	UNIDAD ES	472,220	8,499,951
WB-400-2 FORTE	BOTELLERO 400 BOT DOB CUBETERO	264	123	UNIDAD ES	608,044	74,789,394
WB-600-2 FORTE	ENFRIADOR 600 BOT DOB CUBETERO	264	20	UNIDAD ES	812,608	16,252,152
WC-250C AI	CONGELADOR 250LTS PUERTA COFRE	264	4	UNIDAD ES	517,325	2,069,302
WC-370CV	CONGELADOR COFRE TAPA VID	264	3	UNIDAD ES	713,090	2,139,271
WC-540C	CONGELADOR 540 LITROS (20 PC)P	264	3	UNIDAD ES	962,688	2,888,065
WC-540C AI	CONGELADOR 540LTS PUERTA COFRE	264	1	UNIDAD ES	856,054	856,054
WPH-17D	VITRINA HORIZONTAL 17 PIES	264	19	UNIDAD ES	1,057,660	20,095,548
WPH-17D AIC	VITRINA PANORAMICA HORIZONTAL 17 PIES DUPLEX ACERO INOX CARNE	264	2	UNIDAD ES	1,298,566	2,597,132
WPH-20D	VITRINA PANOR HOR DUPLEX 20 PI	264	16	UNIDAD ES	1,170,539	18,728,624
WPH-20D AI	VITRINA DUPLEX ACERO 20 PIES Y	264	18	UNIDAD ES	1,325,975	23,867,559
WPH-20D AIC	WONDER PANORAMICA HORIZONTAL DUPLEX ACERO INOXIDABLE CARNES	264	7	UNIDAD ES	1,376,013	9,632,094
WPH-21R CRISTAL	VITRINA PANORAMICA HORIZONTAL 21 PIES REPOSTERA CRISTAL	264	7	UNIDAD ES	1,521,779	10,652,454
WPH-23D PENTA	VITRINA HORIZONTAL 23 PIES CON CASILLERO	264	16	UNIDAD ES	1,301,701	20,827,215
WPH-30D	VITRINA PANOR DUPLEX 30 PIES Y	264	9	UNIDAD ES	1,525,371	13,728,343
WPH-30D AIC	WONDER PANORAMICA HORIZONTAL DUPLEX ACERO INOXIDABLE CARNES	264	8	UNIDAD ES	1,608,089	12,864,709
WPH-30E PLUS	VITRINA EXHIBIDORA HORIZONTAL	264	1	UNIDAD ES	1,138,002	1,138,002
WPH-30R CRISTAL	VITRINA PANORAMICA HORIZONTAL 30 PIES REPOSTERA CRISTAL	264	9	UNIDAD ES	1,773,699	15,963,294
WPH-38D PENTA	VITRINA PANOR DUPLEX 30 CASIL	264	3	UNIDAD ES	1,729,569	5,188,708
WPH-42ED PLUS	VITRINA EXHIBIDORA HORIZONTAL	264	3	UNIDAD ES	2,173,903	6,521,708
WPH-SOBREME SA	VITRINA REFRIGERADA DE SOBREME	264	5	UNIDAD ES	1,158,602	5,793,010
WPV-1100	VITRINA VERTICAL DOBLE PUERTA	264	14	UNIDAD ES	1,781,421	24,939,897
WPV-87 MED	VITRINA MEDICA	264	2	UNIDAD ES	825,399	1,650,798

Cod. Producto	Producto	Bodega	Saldo Actual	Unidad	Costo Promedio	Valor
WPVC-1100 AI	VITRINA PANORAMICA VERTICAL CONGELADORA PUERTA VIDRIO 1100 Litros	264	2	UNIDADES	2,427,151	4,854,303
WVC-550 AI	WONDER VITRINA CONGELADORA 550 LITROS ACERO INOXIDABLE	264	8	UNIDADES	1,343,709	10,749,672
			393			453,368,382

Fuente: INDUSTRIAS WONDER

Tabla 5. Inventario Bodega Producto terminado refrigeración mes por referencia

FECHA DE GENERACIÓN 2012-02-24 REPORTE DE Inventario Bodega Producto terminado refrigeración						
Cod. Producto	Producto	Bodega	Saldo Actual	Unidad	Costo Promedio	Valor
-21EC CRISTAL	VITRINA ACERO INOXIDABLE CRISTAL	264	17	UNIDADES	1,669,466	28,680,738
-21EC PLUS	VITRINA EN ACERO INOXIDABLE DE	264	1	UNIDADES	1,236,718	1,236,718
-21EC12B PLUS	VITRINA EN ACERO INOXIDABLE CON 12 BANDEJAS	264	9	UNIDADES	1,630,720	13,830,478
-30EC CRISTAL	VITRINA PANORAMICA HORIZONTAL EXHIBIDORA DE CARNES	264	13	UNIDADES	2,003,313	26,043,073
-30EC PLUS	VITRINA EN ACERO INOXIDABLE PA	264	2	UNIDADES	1,802,319	3,604,639
-30EC18B PLUS	VITRINA ACERO INOXIDABLE CON 1	264	1	UNIDADES	2,128,871	2,128,871
CRISTAL INOX-22	VITRINA EXHIBIDORA CARNES VIDR	264	16	UNIDADES	2,082,239	33,315,820
CRISTAL INOX-30	VITRINA EXHIBIDORA CARNES VIDRIO CURVO	264	10	UNIDADES	2,408,066	24,080,660
EPOSTERA-22	VITRINA EXPOSITORA POSTRES VID	264	2	UNIDADES	1,721,823	3,443,646
EPOSTERA-22 AI	VITRINA EXPOSITORA POSTRES ACERO INOX	264	1	UNIDADES	1,717,493	1,717,493
B-260 FORTE	BOTELLERO 260 BOT CUBIERTA ACE	264	18	UNIDADES	472,220	8,499,961
B-400-2 FORTE	BOTELLERO 400 BOT DOB CUBETERO	264	123	UNIDADES	608,044	74,789,394
B-600-2 FORTE	ENFRIADOR 600 BOT DOB CUBETERO	264	20	UNIDADES	812,808	16,256,162
C-250C AI	CONGELADOR 250LTS PUERTA COFRE	264	4	UNIDADES	517,326	2,069,302
C-370CV	CONGELADOR COFRE TAPA VID	264	3	UNIDADES	713,090	2,139,271
C-540C	CONGELADOR 540 LITROS (20 FC)P	264	3	UNIDADES	962,688	2,888,066
C-540C AI	CONGELADOR 540LTS PUERTA COFRE	264	1	UNIDADES	856,054	856,054
PH-17D	VITRINA HORIZONTAL 17 PIES	264	19	UNIDADES	1,057,660	20,096,548
PH-17D AIC	VITRINA PANORAMICA HORIZONTAL 17 PIES DUPLEX ACERO INOX CARNE	264	2	UNIDADES	1,298,566	2,597,132
PH-20D	VITRINA PANOR HOR DUPLEX 20 PI	264	16	UNIDADES	1,170,539	18,728,624
PH-20D AI	VITRINA DUPLEX ACERO 20 PIES Y	264	18	UNIDADES	1,325,975	23,867,669
PH-20D AIC	WONDER PANORAMICA HORIZONTAL DUPLEX ACERO INOXIDABLE CARNES	264	7	UNIDADES	1,376,013	9,632,094
PH-21R CRISTAL	VITRINA PANORAMICA HORIZONTAL 21 PIES REPOSTERA CRISTAL	264	7	UNIDADES	1,521,779	10,652,454
PH-23D PENTA	VITRINA HORIZONTAL 23 PIES CON CASILLERO	264	16	UNIDADES	1,301,701	20,827,215
PH-30D	VITRINA PANOR DUPLEX 30 PIES Y	264	9	UNIDADES	1,525,371	13,728,343
PH-30D AIC	WONDER PANORAMICA HORIZONTAL DUPLEX ACERO INOXIDABLE CARNES	264	8	UNIDADES	1,608,089	12,864,709
PH-30E PLUS	VITRINA EXHIBIDORA HORIZONTAL	264	1	UNIDADES	1,138,002	1,138,002
PH-30R CRISTAL	VITRINA PANORAMICA HORIZONTAL 30 PIES REPOSTERA CRISTAL	264	9	UNIDADES	1,773,699	15,963,294
PH-38D PENTA	VITRINA PANOR DUPLEX 30 CASIL	264	3	UNIDADES	1,729,569	5,188,708
PH-42ED PLUS	VITRINA EXHIBIDORA HORIZONTAL	264	3	UNIDADES	2,173,903	6,521,708
PH-SOBRENESA	VITRINA REFRIGERADA DE SOBREM	264	5	UNIDADES	1,158,602	5,793,010
PV-1100	VITRINA VERTICAL DOBLE PUERTA	264	14	UNIDADES	1,781,421	24,938,897
PV-87 MED	VITRINA MEDICA	264	2	UNIDADES	825,399	1,650,798
PVC-1100 AI	VITRINA PANORAMICA VERTICAL CONGELADORA PUERTA VIDRIO 1100 Litros	264	2	UNIDADES	2,427,151	4,854,303
VC-550 AI	WONDER VITRINA CONGELADORA 550 LITROS ACERO INOXIDABLE	264	8	UNIDADES	1,343,709	10,749,672
			393			453,368,382

Fuente: INDUSTRIAS WONDER

A continuación se presenta el catálogo de productos de INDUSTRIAS WONDER S.A.:

Figura 4. Catálogo de productos Hoja 1



Fuente: INDUSTRIAS WONDER

Figura 5. Catálogo de productos Hoja 2



Fuente: INDUSTRIAS WONDER

La empresa ofrece gran variedad de productos diseñados para cumplir con las necesidades actuales de los diferentes consumidores, desde vitrinas exhibidoras horizontales para refrigeración de productos en las tiendas, micromercados y autoservicios, hasta equipos de refrigeración especializados en manejo de carnes y medicamentos.

Actualmente se tiene la certificación Icontec ISO 9001:2008



Para INDUSTRIAS WONDER S.A. es fundamental la elaboración del plan estratégico anual, el cual deja ver claramente los objetivos de expansión y crecimiento, en la región es pionera en la producción y comercialización de equipos de refrigeración comercial, tal como se evidencia en el siguiente artículo publicado:

Figura 6. Artículo Diario La Republica

SANTANDER: TIERRA DE PROGRESO

LA REPUBLICA - JUNES 19 DE DICIEMBRE DE 2011 P3

COMERCIO. LA EMPRESA SANTANDEREANA ABRIRÁ TIENDAS EN MÁS DE OCHO CIUDADES

2012 será un año clave para los planes de expansión de Wonder

BUCARAMANGA. Con 12 líneas de colchones, 14 electrodomésticos de enfriamiento y seis variedades de muebles, la empresa santandereana Wonder ha hecho presencia en el mercado con diseños y producción de calidad y tecnología.

Entre los diferentes productos que ofrece se encuentran espumas y muebles metálicos y de madera, orientados a la preservación del medio ambiente, pues el consumo de energía es menor.

Reinaldo Serrano, presidente de Wonder, expresa que en 2011 se presentaron ciertas dificultades, pero que con el esfuerzo y trabajo de los empleados, la firma cierra un año satisfactorio en cuanto a la producción y las comercializaciones.

En la actualidad, la empresa Wonder tiene 35 centros de servicio en diferentes ciudades y municipios del país, y según las directivas de la empresa, se espera abrir más almacenes en otras regiones, con el propósito de seguir creciendo en ventas y, de ese modo, expandirse en el mercado nacional.



CORTESÍA

Con 36 años de labores, Wonder se ha constituido como la empresa de colchones y electrodomésticos más importante de Santander.

La visión de la empresa la ha llevado a conquistar mercados internacionales como Venezuela y Ecuador, donde las exportaciones le generan una rentabilidad superior a 10%.

Según Serrano, la clave de Wonder es que es una organización que se reinventa permanentemente y de manera rápida, y eso crecimiento acelerado le permite ir en el mismo sentido de las tendencias internacionales, en los productos que comercializa.

En 36 años de producción, la firma ha avanzado con tecnología de punta en las líneas de espumas, somiers, colchones y refrigeradores. De estos últimos, Wonder cuenta con 67 modelos cerrados, horizontales y verticales, botelleros, congeladores, vitrinas especiales para carnes, postres y línea médica, lo que permite una mejor capacidad de acuerdo a las especificaciones de los clientes y con las condiciones impuestas por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, en acero.

Serrano asegura que los procedimientos de certificación de calidad de los productos son la materia prima de la empresa, y se constituyen en un factor diferenciador de la firma santandereana, frente a la competencia internacional y a la del mercado doméstico.

En las cinco ciudades en las que Wonder comercializa sus productos, la compañía especializa el personal de los puntos de venta para que se asesore a los clientes, capte mejor sus necesidades y así pueda vender un producto cuyo precio y calidad corresponda a las exigencias de los usuarios y la tendencia del mercado.

MÁS CALIDAD EN LA PRODUCCIÓN, EL OBJETIVO DEL 2012

Según Reinaldo Serrano, presidente de Wonder, 2012 será el año para mejorar y ampliar el cubrimiento nacional, pues proyecta la construcción de otro establecimiento comercial en Bucaramanga. Sin embargo, lo principal será ofrecer una mejor calidad en sus productos y en la atención a los clientes. De igual forma, se espera abrir almacenes en Mompos, Magangué, Medellín, Cali, y un segundo punto de venta en Bogotá, entre otras ciudades del país. A finales de febrero de 2012, la firma prevé inaugurar un Wonder Center en Barranquilla con productos como colchones y electrodomésticos de enfriamiento, lo que continúa con los planes de expansión de la compañía.



REINALDO SERRANO
PRESIDENTE DE WONDER

"WONDER SE REINVENTA DE FORMA PERMANENTE PARA ATENDER EL RÁPIDO CRECIMIENTO DEL MERCADO LOCAL".

Fuente: Diario de La Republica

1.1.1 Formulación del problema. Teniendo en cuenta el planteamiento del problema, surgen los siguientes interrogantes.

- ¿Cuáles son las preferencias de compra de los usuarios de equipos de refrigeración comercial en el mercado objeto de estudio?
- ¿Cuál es el nicho de mercado para el cual está dirigido el producto que fabrica INDUSTRIAS WONDER S.A.?
- ¿Cuáles son las estrategias para tener acceso de los equipos de refrigeración comercial al mercado objeto de estudio?

1.2 OBJETIVOS

Los siguientes objetivos son los que orientan esta investigación:

1.2.1 Objetivo general. Analizar las oportunidades para la exportación de equipos de refrigeración comercial por parte de INDUSTRIAS WONDER S.A. (Santander, Colombia) hacia el mercado de Ecuador.

1.2.2 Objetivos específicos. Teniendo en cuenta el objetivo general, a continuación se desglosan los siguientes objetivos específicos.

- Analizar las tendencias del mercado para la compra de equipos de refrigeración comercial en Ecuador.
- Evaluar las ventajas y desventajas de incursionar en el mercado de la refrigeración en el país objeto del estudio para la empresa INDUSTRIAS WONDER S.A.
- Identificar las estrategias que requiere la empresa para su incursión en el mercado de refrigeración comercial en el mercado objeto de estudio.
- Medir el potencial del mercado objeto de estudio.

1.3 JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Tomando como punto de partida el posicionamiento e imagen con que cuenta INDUSTRIAS WONDER, en el mercado local y nacional, en el segmento equipos de refrigeración, se considera pertinente aprovechar esta fortaleza, para desarrollar una investigación de mercado y a través de la información obtenida, entender mejor la dinámica del segmento de mercado que se pretende intervenir, en lo que respecta a demanda, oferta, competencia, nivel de aceptación que podrían tener los productos en el mercado Ecuatoriano.

Lo anterior si se tiene en cuenta que para que la empresa pueda tomar una decisión en lo referente a incursionar en nuevos segmentos de mercado a nivel internacional, debe contar además de lo enunciado anteriormente con toda la información que se requiere de este nuevo mercado, por lo tanto se debe investigar para poder analizar comportamientos y conductas de compra (razones para adquirir o rechazar un producto), perfil del cliente potencial.

Por lo tanto, es importante para la empresa contar con este estudio, con el fin de poder evaluar la viabilidad que puede tener para su incursión en el mercado de refrigeración comercial en el mercado objeto de estudio.

Lo anterior, teniendo en cuenta la capacidad instalada en la planta de producción de INDUSTRIAS WONDER S.A. la cual se encuentra subutilizada para la demanda local de equipos de refrigeración comercial, se requiere identificar nuevos mercados para ofrecer los productos fabricados por la empresa para exportarlos hacia Ecuador.

1.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta es una investigación de tipo exploratoria que busca identificar las preferencias de los usuarios de equipos de refrigeración comercial en Ecuador.

Se realiza con base en fuentes secundarias (información existente producida con fines diferentes al propósito de la investigación), este tipo de investigación es concluyente ya que no es necesario indagar en fuentes primarias, teniendo en cuenta que los datos obtenidos de los análisis de otras fuentes arrojan las respuestas buscadas. De este modo se obtienen datos exactos sobre el mercado los cuales permiten hacer proyecciones requeridas por la empresa.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

Ecuador es un país que se ubica en la parte noreste de América del sur, su extensión es de 256,70 km², con una población de 15 millones de personas. Dentro de sus principales productos de exportación se encuentra el banano, seguido de flores, camarones y cacao.

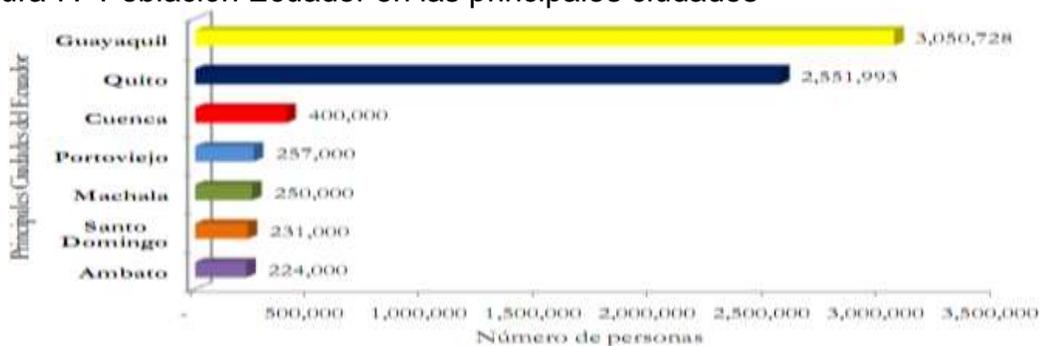
Políticamente, Ecuador es un estado constitucional republicano, que se divide político administrativamente en 24 provincias; las cuales se dividen en cantones y estos a su vez en urbanas o rurales

Debido a la presencia de la cordillera de los Andes, y según la influencia del mar, el país se encuentra dividido climatológicamente en diversos sectores, además a causa de su ubicación ecuatorial, cada zona presenta dos estaciones definidas como húmeda y seca o también conocidas como invierno y verano. La temperatura oscila entre 6° y 33° según la época en que se encuentre. La temperatura promedio de Quito es 14°C, Guayaquil 29°C, Cuenca 21°C, Portoviejo 25°C, Machala 26°C, Santo Domingo 21°C y Ambato 21°C.

El 91% de su población es católica, el 7% está compuesta por protestantes y un 2% se compone de diversas denominaciones (cristianos, musulmanes, ortodoxos y judíos entre otros).

En el periodo comprendido entre 1998 y 2002, el país atraviesa por una crisis económica por el fenómeno de la dolarización, la cual provocó que el sucre se devaluara y desapareciera y que por ende el país adaptara el dólar como su moneda legal. (Ver figura).

Figura 7. Población Ecuador en las principales ciudades



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

El PIB de Ecuador se incrementó en 1,7% en el tercer trimestre de 2011, con respecto al trimestre del año anterior.

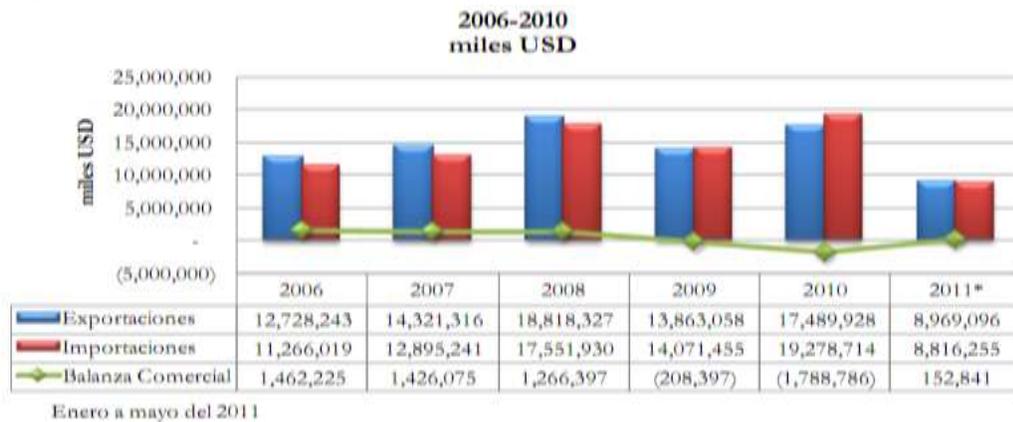
Tabla 5. PIB Ecuador

AÑO 2011	COLOMBIA	ECUADOR	VARIACIÓN
2011 I	1,1%	2,0%	0,9%
2011 II	1,8%	2,3%	0,5%
2011 III	1,7%	1,7%	0,0%

Fuente: Elaboración propia

Así mismo durante el año 2011, casi todas las actividades económicas presentaron crecimientos positivos, principalmente refinación del petróleo 9,6%, construcción 6,6%, manufactura 2,4%, comercio 0,7% entre otros. En diciembre de 2011 La inflación cerro en 0,40%, porcentaje superior a los registrados en los últimos meses del año inmediatamente anterior (0,51%); de otro lado la inflación anual se ubicó en 5,41% manteniéndose sin mayores variaciones en los últimos meses.

Figura 8. Balanza comercial Ecuador



Fuente: Banco Central de Ecuador/BCE

Los sectores que registran mayor inflación son agroindustria y agropecuario y pesca; con 7,21% y 6,6% respectivamente, le sigue la industria con 4,83% y servicios 4,63%.; Ecuador ocupa el noveno lugar en inflación en América latina.

En 2011 el desempleo en Ecuador fue del 5,07%; de los cuales el 6,13% corresponde a las mujeres y el 4,31% corresponde a los hombres; en este año se logró una disminución de 2,9% con respecto al año anterior

Ecuador es el tercer país con mayor crecimiento en América Latina y el Caribe, su crecimiento fue del 8% con respecto al año 2010 y se encuentra por encima del crecimiento de los países más grandes de la región, entre los cuales se encuentra Chile con el 6.3%, Colombia con el 5.5% y Brasil con el 2.9%.

La tasa de crecimiento de la población en Ecuador en el año 2011 fue del 1,4%

Tabla 6. Estimaciones y proyecciones de la población de Ecuador, total y tasas de crecimiento 1950 – 2015.

AÑO	POBLACIÓN (miles)	TASA DE CRECIMIENTO (%)
1950	3.387	-
1960	4.439	2.70
1970	5.970	2.96
1980	7.961	2.88
1990	10.264	2.54
1995	11.460	2.20
1998	12.174	1.99
2000	12.646	1.97
2005	13.798	1.74
2010	14.899	1.54
2015	15.936	1.35

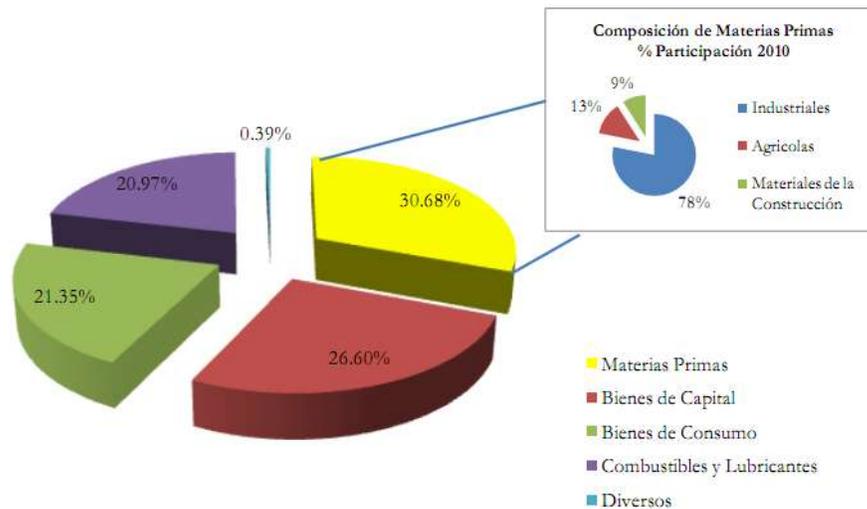
Fuente: CONDE, INEC, CELADE, Ecuador
Estimaciones y Proyecciones de Población 1950-2010. 1993

Tabla 7. Estimaciones y proyecciones de la población por área y tasas de crecimiento 1950 – 2010.

AÑO	TOTAL	URBANA		RURAL	
		Población	Porcentaje	Población	Porcentaje
POBLACIÓN (miles)					
1950	3.387	965(*)	28.5	2.422(*)	71.5
1960	4.439	1.509(*)	34.0	2.930(*)	66.0
1970	5.970	2.361	39.5	3.609	60.5
1980	7.961	3.749	47.1	4.212	52.9
1990	10.264	5.684	55.4	4.580	44.6
1995	11.460	6.785	59.2	4.675	40.8
2000	12.646	7.930	62.7	4.716	37.3
2005	13.798	90.93(*)	65.9	4.705(*)	34.1
2010	14.899	10.250(*)	68.8	4.649(*)	31.2
TASAS DE CRECIMIENTO (%)					
Período	Total	Urbana	Rural		
1950-1960	2.7	4.5	1.9		
1960-1970	3.0	4.5	2.1		
1970-1980	2.9	4.6	1.5		
1980-1990	2.5	4.2	0.8		
1990-2000	2.1	3.3	0.3		
2000-2001	1.6	2.6	-0.1		

Fuente: CONAD, INEC, CELADE. 1993
(*) Estimaciones y proyección realizada por CEPAR

Figura 9. Composición de las importaciones del Ecuador



Fuente: Banco Central de Ecuador/BCE

Ecuador importa de todo, en forma indiscriminada, desde lo necesario e indispensable hasta lo superfluo o suntuario. Esto incide en su disponibilidad de divisas y guarda relación directa con el consumo de los estratos sociales de altos ingresos.

Teniendo en cuenta que el aumento de la demanda ha sido menor que las importaciones de bienes de consumo se ha demostrado que los productos importados reemplazan cada vez más a los bienes nacionales.

Después de la dolarización se ha promovido mucho más el crecimiento económico y la inversión ya que la tasa de interés interna se redujo sustancialmente al 18%. La convergencia de las tasas de interés a niveles internacionales dependerá de la capacidad de las autoridades y de la sociedad ecuatoriana de disminuir la prima de riesgo país.

En el ámbito fiscal, también existen ganancias por la disminución de pago de intereses por el financiamiento interno.

La dolarización ha permitido que aumente la credibilidad de los inversionistas por la creencia de una inflación baja a mediano plazo

Dentro de los acuerdos que nos unen con Ecuador se encuentra que los más importantes en este caso son ALADI y principalmente la CAN. Las relaciones comerciales de Colombia con Ecuador buscan principalmente facilitar el comercio en la región con la creación de una zona especial desde el año 93, además importante mencionar que desde el año 89 los dos países habían creado la comisión de vecindad e integración colombo ecuatoriana, encargada de impulsar la integración entre los dos países.

Proexport Colombia (2010), ha realizado estudios de mercados en Ecuador y Perú. Para estos países existe un acuerdo comercial denominado CAN, que favorece el intercambio de productos con un 0% de aranceles lo que promueve las exportaciones e importaciones entre estos países y Colombia¹.

En estos países el posicionamiento de los productos en el mercado se logra a través del reconocimiento de la marca, calidad, precio y representación de la marca.

Con la existencia del tratado de libre comercio entre los países pertenecientes al ALADI, los principales países exportadores de este tipo de producto de refrigeración son: México, Chile y Argentina. En el caso de México su principal comprador es EE.UU, para Chile es Perú y Venezuela y Argentina le vende a Chile y Paraguay.

Figura 10. Acuerdos comerciales vigentes.



comercialización internacional con

Fuente: Proexport.

Teniendo en cuenta lo anterior es de gran importancia realizar estudios de investigación de mercados para las empresas que desean enfocar sus estrategias hacia países con acuerdos vigentes y es necesario realizar inversión en este tipo de investigación porque permite encaminar esfuerzos, conocer a fondo el mercado objetivo y así mismo minimizar el riesgo de hacer negocios en un mercado saturado con el producto dando oportunidad de tomar otras decisiones.

¹PROEXPORT. “Informe Consolidado de Exportaciones, Turismo e Inversión Extranjera”, Bogotá, actualizado a diciembre de 2011.

Adicionalmente la investigación de mercados permite hacer un seguimiento del progreso, comparar y evaluar contra los objetivos planteados.

– Conceptualización de investigación de mercados

Co relación al tema de comercialización internacional, tal como se ha venido exponiendo, la investigación de mercados juega un papel determinante dentro de este proceso para lo cual autores como Malhotra (1997), conceptúan que: “La investigación de mercados es un enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y el suministro de información para el proceso de toma de decisiones por parte de la gerencia de marketing”².

La investigación de mercados es la planeación, recopilación y el análisis de datos pertinentes para la toma de decisiones de marketing y la comunicación de los resultados de este análisis a la gerencia.

En el caso concreto de las empresas privadas, la investigación de mercados ayuda a la dirección a comprender su ambiente, identificar problemas y oportunidades y permite evaluar y desarrollar alternativas de acción de mercadotecnia. En caso de las organizaciones públicas, la investigación de mercados contribuye a una mejor comprensión del entorno, a fin de tomar mejores decisiones de tipo económico, político y social.

Una investigación de mercados se realiza partiendo de algo que se quiere averiguar o confirmar.

Existen tareas involucradas en la definición del problema de marketing como el análisis con las personas que toman decisiones, entrevistas con expertos de la industria, análisis de datos secundarios e investigación cualitativa. Esta información es clave pues proporciona una visión global y da la pauta para comprender el contexto ambiental del problema.

Dentro del contexto ambiental del problema se tienen en cuenta factores que tienen impacto en la definición del problema de investigación de mercados, incluye los pronósticos y la información anterior, los recursos y restricciones de la empresa, los objetivos de quien toma decisiones, comportamiento del comprador, ambiente legal, ambiente económico y las habilidades tecnológicas y de mercadotecnia de la empresa. Se debe analizar el entorno interno conformado por las capacidades específicas de la empresa y el entorno externo conformado por el ambiente directo (mercado, competencia y proveedores) y el macroentorno que son las diferentes variables.

²MALHOTRA Naresh K, DÁVILA Martínez José Francisco Javier, TREVIÑO Rosales Magda Elizabeth. Investigación de mercados. Pearson Educación, 1/10/2004 - 713 páginas

Luego de analizar profundamente las variables es necesario definir el problema de decisión gerencial el cual está orientado a las acciones que la gerencia puede tomar, y el problema de investigación de mercados que implica determinar qué información se requiere y cómo podrá obtenerse de manera efectiva y eficiente.

Malhotra (1997), “La regla general para definir un problema de investigación es que la definición deberá permitir al investigador obtener toda la información necesaria para aclarar el problema de decisión gerencial y además guiar al investigador para avanzar en el proyecto. Este numeral presenta el propósito de la investigación es decir Qué se va a investigar, Por qué y para quién”³.

Malhotra (1997), “Los objetivos de la investigación de mercados son otro punto a definir para una definición del problema clara y precisa, se debe redactar un objetivo general que esté compuesto de un verbo en infinitivo relacionado con el verbo investigar, una descripción general del tema a investigar y una descripción de la población de estudio. Los objetivos específicos serán redactados con un verbo en infinitivo relacionado con el verbo investigar y una descripción de lo que se va a investigar de manera particular”⁴.

Malhotra (1997), “El proceso para desarrollar un planteamiento debe incluir los siguientes componentes: Estructura objetivo – teórica que consiste en evidencias objetivas respaldadas en la teoría, un modelo de análisis el cual es un conjunto de variables y sus interrelaciones para representar un sistema, preguntas de investigación que corresponden a enunciados de los componentes específicos del problema, las hipótesis que son respuestas o supuestos posibles acerca de un factor de interés y las características relevantes de estudio que corresponden a factores, variables que se desea investigar y que pueden afectar un diseño de investigación”.

Malhotra (1997), “Indica que un diseño de investigación es una estructura o plano para conducir un proyecto de investigación de mercados. Especifica los detalles de los procedimientos necesarios para obtener la información requerida y estructurar o resolver los problemas de investigación. Incluye: análisis de datos secundarios, investigación cualitativa, métodos para recopilación cuantitativa, procedimientos de medición y escalas, diseño de cuestionarios, proceso de muestreo y tamaño de muestra, planeación del análisis de datos”⁵.

Torres (2010), Existen áreas de investigación para clasificar los problemas, similares a las 4ps de la mezcla de mercadeo, la investigación de mercados puede cubrir en un solo esfuerzo o varias áreas:

³Ibid., p 32

⁴Ibid., p. 34

⁵Ibid. P. 37

1. Área del consumidor: Detectar necesidades que permitan desarrollo de nuevos productos y servicios, analizar comportamientos y conductas de compra, analizar tendencias, ciclos de vida.
2. Área de producto: Analizar la situación de los productos en el ciclo de vida, medir preferencias por nombre de una marca, envase, sabor, tamaño.
3. Área de ventas: Reconocer los efectos de las acciones de la competencia, estudiar razones de la caída de las ventas, estimar tamaño de la demanda, investigar los problemas en la red de distribución, entre otros.
4. Área de comunicación: Evaluar la gestión de una marca (posicionamiento), medir efectividad de una campaña publicitaria.

El tipo de investigación puede ser:

- Exploratoria. Este tipo de investigación es casi obligada en todos los procesos porque se considera que es el primer contacto que tiene el investigador con el problema y le permitirá conocer mejor el entorno micro en el que éste se presenta. Comprende un análisis de datos secundarios. En algunos casos es concluyente ya que los datos obtenidos de los análisis de otras fuentes, arrojan las respuestas buscadas.
- Descriptiva. Se aborda el trabajo directamente en el campo, indagando en fuentes primarias sobre el fenómeno. Diseña instrumentos formales para la recogida de la información y éstos pueden ser estructurados (encuesta) o semiestructurados (preguntas abiertas).
- Causal. Busca básicamente comprobar o no hipótesis conociendo las causas que han generado o se van a generar, midiendo causa-efecto.

Torres (2010), Existen técnicas de investigación que complementan los tipos de investigación:

- Investigación cualitativa. Tiene como objetivo esencial indagar en las razones de fondo que tienen las personas sobre un tema específico y que motivó el estudio, opera con pequeños grupos. Para desarrollarla se emplean metodologías como grupos focales, entrevista en profundidad y técnicas proyectivas.
- Investigación cuantitativa. Se debe calcular un número mínimo de personas que a manera de unidades muestrales serán las seleccionadas de un universo que puede ser finito o infinito. Para desarrollarla se utilizan instrumentos estructurados y formales como encuestas, tracking o paneles conocidos como estudios continuos.

Existen entidades gubernamentales como Proexport y el Zeiky (Centro de información y asesoría en comercio exterior) que tienen como función especializada la asesoría en temas de exportación a los empresarios de las diferentes regiones del país. Con ellos se obtiene la información necesaria de los

diferentes pasos requeridos para realizar este procedimiento de forma correcta. (Pimiento, 2011).

Zeiky (2011), a continuación se explican los pasos básicos para realizar una exportación:

- Registro como exportador: El Gobierno Nacional ha expedido el Decreto 2788 del 31 de agosto de 2004 de Ministerio de Hacienda, por el cual se reglamenta el Registro Único Tributario (RUT), el cual se constituye como el nuevo y único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN.
- Estudio de mercado y localización de la demanda potencial: La exportación requiere inicialmente de una selección de mercados, para este fin se cuenta con herramientas como el sistema de Inteligencia de mercados de la página web de PROEXPORT.
- Ubicación de la posición arancelaria: El usuario debe localizar la posición arancelaria de su producto, para tal efecto, en el Centro de Información Empresarial ZEIKY, podrá tener acceso al arancel de aduanas, y recibir ayuda informal en la búsqueda de la posición.
- Procedimiento ante El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: Registro de Productores Nacionales, Oferta Exportable y Solicitud de determinación de Origen: En caso de que el comprador en el exterior exija el certificado de origen, para obtener una preferencia arancelaria, el exportador debe diligenciar la Declaración Juramentada.
- Procedimiento de vistos buenos: Algunos productos requieren de vistos buenos y/o permisos previos para la autorización de la exportación y que deben ser tramitados antes de presentar la declaración de exportación (DEX) ante la DIAN.
- Procedimientos aduaneros para despacho ante la Dian. La Declaración de Exportación debe presentarse ante la Administración de Aduanas por donde se va a despachar la mercancía, anexando entre otros los siguientes documentos:
 - Factura Comercial
 - Lista de Empaque (si se requiere)
 - Registros Sanitarios o Vistos Buenos (si lo requiere el producto)
 - Documento de Transporte
 - Otros documentos exigidos para el producto a exportar
- Procedimientos cambiarios. Toda exportación genera la obligación de reintegrar las divisas a través de los intermediarios cambiarios (Bancos Comerciales y demás entidades financieras⁶.

⁶MINCOMERCIO. Guía para exportar bienes desde Colombia. [en línea].
www.proexport.gov.co [citado 20 junio de 2012].

Buitrago (2010), Para definir a que países exportar el producto indica que es necesario realizar una investigación de mercados que permita:

- Evaluar el mercado
- Conocer la motivación y los hábitos de compra
- Descubrir las cuotas del mercado de la competencia
- Determinar qué nuevos mercados se pueden incursionar
- Conocer si los productos de la empresa son competitivos y de calidad
- Definir qué imagen se quiere comunicar al mercado y a los consumidores

¿Para qué hacer investigación de mercados?

- Entender mejor condiciones, tendencias y oportunidades.
- Profundizar el conocimiento sobre los competidores, fortalezas, debilidades estrategias, errores y factores clave de éxito.
- Obtener detalles sobre problemas específicos.
- Ampliar la visión sobre el negocio.
- Establecer objetivos de corto y largo plazo.
- Tomar decisiones más rápida y eficazmente.

¿Para qué sirve la inteligencia de mercados?

- Herramienta para la elaboración/ajuste del plan exportador/mercadeo
- Comparar a la empresa frente a la industria nacional: capacidad exportadora.
- Identificar y priorizar oportunidades de mercado.
- Identificar amenazas (acceso al mercado, competencia)
- Priorizar mercados.
- Identificar preliminarmente la red de contactos
- Investigaciones específicas
- Canales de distribución
- Estrategias de promoción
- Políticas de precios
- Tendencias por sector específico

Proexport Colombia (2011), plantea una estrategia liderada, con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que tiene por objetivo respaldar las actividades de promoción en los mercados internacionales a los exportadores colombianos que resultaron afectados por la revaluación del peso, Atpdea e invierno.

Esta entidad financiará hasta el 100 por ciento del costo de un tiquete en clase económica para los exportadores que participen en las misiones comerciales al exterior, ferias internacionales y las macrorruedas de negocio y asumirá el costo

de inscripción en estos eventos. En el caso de participación en ferias internacionales validadas por la entidad, se financiará hasta el 100 por ciento del arriendo del área del stand, de máximo nueve metros cuadrados. También financiará el costo del tiquete para los compradores internacionales que participen en las ruedas de negocio o en las misiones de compradores organizadas por la entidad en Colombia y la inscripción en el evento.

Las actividades están planeadas en aquellos mercados estratégicos para la diversificación y que además, ofrecen oportunidades para la oferta exportable nacional, entre ellos: Canadá, Costa Rica, el Caribe, Panamá, Perú, Argentina, Brasil, España, los países Efta (Suiza, Noruega, Liechtenstein e Islandia), Alemania, Rusia, Corea del Sur, China y Japón. Pueden aplicar las empresas que cumplan los siguientes requisitos, sin excepción:

- Empresas colombianas.
- Empresas con oferta exportable.
- Empresas afectadas por el invierno, revaluación del peso o Atpdea.
- Empresas con experiencia exportadora demostrada.

3. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

3.1 FUENTES Y TÉCNICAS:

Con el fin de obtener información primaria y secundaria se realizaron Reuniones y asesorías con entidades como Proexport y Zeiky a través de las cuales se obtuvo información estadística de exportaciones relacionadas con el mercado objeto de estudio. Adicionalmente se consultarán páginas de internet relacionadas con el tema, con el fin de ampliar conocimientos sobre el proceso de exportación mediante capacitaciones especializadas ofrecidas por la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

3.1.1 Procesamiento de la información. Se utilizó la herramienta Excel y los resultados se presentaron en tablas, cuadros y gráficas.

3.1.2 Aplicación y trabajo de campo. Los resultados del trabajo de campo y las estadísticas se muestran en presente sub-ítem.

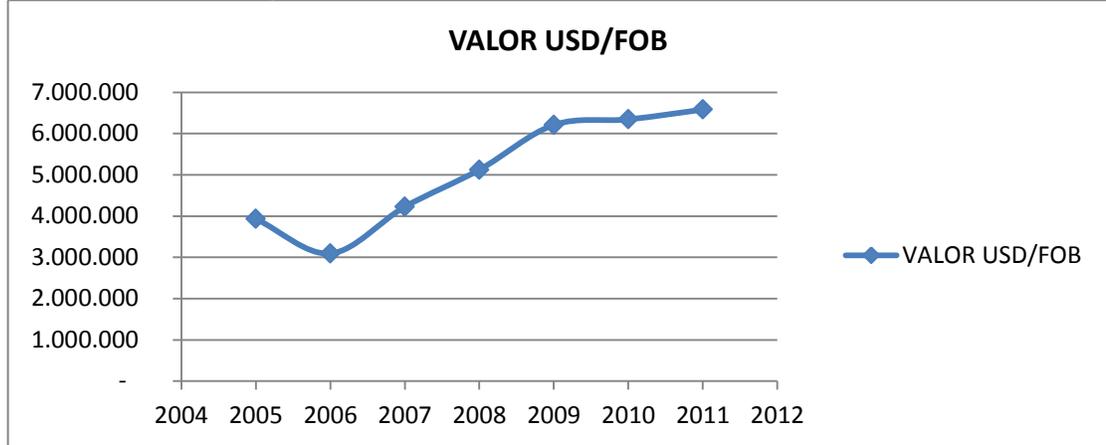
- Información estadística: exportaciones desde Colombia hacia Ecuador posición arancelaria 84.18.50.00.00

Tabla 8. Exportaciones desde Colombia hacia Ecuador

AÑO	VALOR USD/FOB
2005	3.933.503
2006	3.095.526
2007	4.225.350
2008	5.122.711
2009	6.209.157
2010	6.343.876
2011	6.581.165

Fuente: Bacex – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ‘

Figura 11. Gráfico exportaciones desde Colombia hacia Ecuador



Fuente: Proexport

Tabla 9. Exportaciones desde Colombia hacia Ecuador año 2008 partida arancelaria de interés.

POSICIÓN ARANCELARIA	Descripción de la Posición	Valor FOB Total en dólares
8418500000	DMS ARMARIOS, ARCONES, VITRINAS, MOSTRADORES Y MUEBLES SIMILAR P PRODUCCION DE FRIO	11.888.352,64
	Nombre Países a los que se exportó	Vr. FOB
	ECUADOR	4.756.136,59
	VENEZUELA	4.587.908,22
	ZONA FRANCA DE CÚCUTA	1.146.712,00
	PANAMÁ	409.168,05
	PERÚ	214.558,65
	HONDURAS	209.186,38
	PUERTO RICO	169.301,00
	COSTA RICA	127.944,00
	REPUBLICA DOMINICANA	90.708,09
	TRINIDAD Y TOBAGO	66.240,00
	MÉXICO	31.465,00
	JAMAICA	22.480,00
	ESTADOS UNIDOS	22.059,00
	BELICE	13.820,00

	CHILE	11.070,00
	GUATEMALA	7.542,50
	BAHAMAS, ISLAS	1.903,16
	ARGENTINA	150,00
Nit	Razón Social	Vr. FOB
817000823	FRIOMIX DEL CAUCA S.A.	3.065.632,50
890900281	INDUSTRIAS HACEB S A	2.787.688,71
860001767	INDUSTRIAS COLOMBIA INDUCOL S A	1.797.672,58
830061961	TECNOSALUD AMÉRICA S A	1.492.369,29
890400246	INDUSTRIA DE REFRIGERACIÓN COMERCIAL IND	805.502,00
860017005	CHALLENGER S.A.	771.695,72
860021302	WESTON LTDA.	463.769,11
8904002460	INDUFRIAL S.A.	374.566,00
830068666	INVERSIONES COLD STAR S A S	247.296,00
800064904	MARTIN KAS LTDA.	41.620,00
900150897	GENERAL MILLS COLOMBIA LTDA.	12.016,89
805011229	INVERSIONES LASSNER LTDA.	11.452,00
800179344	COCINDINOX LTDA.	6.167,92
52261236	ELSY YAMILE BARRERO FERNÁNDEZ	5.400,00
805008041	REFRIMAG E. U.	1.903,16
830017343	REFRIPLAST LIMITADA	982,00
830112317	PROMOTORA DE CAFÉ COLOMBIA S.A.	822,04
13258437	COMERCIALIZADORA SERVIVEN/ JOSÉ VIDAL TO	755,00
830069726	PROFRANCE E U	621,72
811036030	COMPAÑÍA NACIONAL DE CHOCOLATES S.A.S	420,00

Fuente: Zeiky Bucaramanga

Tabla 10. Exportaciones desde Colombia hacia Ecuador año 2009 partida arancelaria de interés.

POSICIÓN ARANCELARIA	Descripción de la Posición	Valor FOB Total en dólares
841850000	DMS ARMARIOS, ARCONES, VITRINAS, MOSTRADORES Y MUEBLES SIMILAR P PRODUCCION DE FRIO	15.674.165,37
	Nombre Países a los que se exportó	Vr. FOB
	VENEZUELA	12.225.393,36
	ECUADOR	9.408.792,93
	BRASIL	2.429.075,98

ESTADOS UNIDOS	1.792.808,00
PERÚ	1.062.608,90
PANAMÁ	817.058,71
PUERTO RICO	564.240,79
ALTO VOLTA BURKINA FASSO	369.243,82
REPUBLICA DOMINICANA	221.378,02
COSTA RICA	137.407,85
HONDURAS	134.727,04
MÉXICO	124.628,76
TRINIDAD Y TOBAGO	98.450,00
PARAGUAY	56.715,00
ZONA FRANCA DE CÚCUTA	33.264,00
BOLIVIA	31.455,00
BELICE	29.325,00
URUGUAY	15.610,00
ARGENTINA	9.142,00
GUATEMALA	8.971,08
ANTILLAS HOLANDESAS	2.786,00

Nit	Razón Social	Vr. FOB
817000823	FRIOMIX DEL CAUCA S.A.	18.952.644,55
860021302	WESTON LTDA.	3.077.876,06
890900281	INDUSTRIAS HACEB S A	2.599.428,09
860001767	INDUSTRIAS COLOMBIA INDUCOL S A	2.098.618,38
890400246	INDUSTRIA DE REFRIGERACIÓN COMERCIAL IND	1.400.643,52
860017005	CHALLENGER S.A.	314.988,00
830061961	TECNOSALUD AMÉRICA S A	307.825,90
8170008239	PRIOMIX DEL CAUCA S.A.	303.768,00
830068666	INVERSIONS COLD STAR S A S	207.306,16
8909002814	INDUSTRIAS HACEB S.A.	63.182,14
800064904	MARTIN KAS LTDA.	55.100,00
900259366	C.I. GRUPO DE NEGOCIOS ANDINOS LIMI	45.890,00
8904002460	INDUFRIAL S.A.	40.488,00
800030667	INTERHOSPITALARIA LIMITADA	25.300,00
900150897	GENERAL MILLS COLOMBIA LTDA.	22.580,86
830046069	PANDEBONO S VALLUNO LTDA.	13.500,00
830120401	C I BLANCO G E U	10.050,54
830034319	FERMAT COMERCIAL S A	8.971,08
890316546	DARTICO S.A.S	6.176,95
800179344	COCINDINOX LTDA.	6.167,92
805011229	INVERSIONES LASSNER LTDA.	4.784,00

800184925	ELECTROLUX S. A.	3.917,00
830048433	INBIMA S. A.	2.335,09
900243550	POLEN COMUNICACIÓN Y DISEÑO LTDA.	1.540,00

Fuente: Zeiky Bucaramanga.

Tabla 11. Exportaciones desde Colombia hacia Ecuador año 2010 partida arancelaria de interés

POSICIÓN ARANCELARIA	Descripción de la Posición	Valor FOB Total en dólares
8418500000	JDMS ARMARIOS,ARCONES,VITRINAS,MOSTRADORES Y MUEBLES SIMILAR P PRODUCCION DE FRIO	15.199.327,87
	Nombre Países a los que se exportó	Vr. FOB
	ECUADOR	6.343.876,19
	VENEZUELA	2.494.050,54
	BRASIL	2.427.869,98
	ESTADOS UNIDOS	1.896.467,00
	PANAMÁ	607.782,18
	PUERTO RICO	412.799,77
	ALTO VOLTA BURKINA FASSO	369.243,82
	REPUBLICA DOMINICANA	133.433,00
	COSTA RICA	132.550,80
	PERÚ	110.600,95
	HONDURAS	103.411,00
	TRINIDAD Y TOBAGO	65.914,00
	MÉXICO	54.015,76
	BOLIVIA	26.490,00
	GUATEMALA	19.494,13
	ANTILLAS HOLANDESAS	796,00
	CUBA	532,75
Nit	Razón Social	Vr. FOB
817000823	FRIOMIX DEL CAUCA S.A.	9.611.729,27
860021302	WESTON LTDA.	2.253.232,25

860001767	INDUSTRIAS COLOMBIA INDUCOL S A	1.012.848,04
890400246	INDUSTRIA DE REFRIGERACIÓN COMERCIAL IND	897.153,26
890900281	INDUSTRIAS HACEB S A	820.133,01
830061961	TECNOSALUD AMÉRICA S A	304.968,50
800064904	MARTIN KAS LTDA.	88.570,00
8170008239	PRIOMIX DEL CAUCA S.A.	73.927,56
830034319	FERMAT COMERCIAL S A	46.855,38
890208629	INDUSTRIAS WONDER S.A. EN CONCORDATO	29.818,00
800030667	INTERHOSPITALARIA LIMITADA	27.300,00
800179344	COCINDINOX LTDA.	11.310,00
830068666	INVERSIONS COLD STAR S A S	7.776,16
890316546	DARTICO S.A.S	6.176,95
830120401	C I BLANCO G E U	5.188,37
900243550	POLEN COMUNICACIÓN Y DISEÑO LTDA.	1.540,00
860017005	CHALLENGER S.A.	796,00
811005541	CONSOLIDAMOS SOCIEDAD DE COMERCIALIZACIÓN	5,12

Fuente: Zeiky Bucaramanga

Tabla 12. Exportaciones desde Colombia hacia Ecuador año 2011 partida arancelaria de interés. Fuente: Zeiky Bucaramanga.

POSICIÓN ARANCELARIA	Descripción de la Posición	Valor FOB Total en dólares
841850000	IDMS ARMARIOS, ARCONES, VITRINAS, MOSTRADORES Y MUEBLES SIMILAR P PRODUCCION D FRIO	15.492.945,10
	Nombre Países a los que se exportó	Vr. FOB
	ECUADOR	7.608.976,75
	VENEZUELA	6.206.065,66
	PERÚ	766.120,15
	PUERTO RICO	296.581,92
	PANAMÁ	238.792,49
	HONDURAS	127.206,00
	REPUBLICA DOMINICANA	87.016,00

	COSTA RICA	61.200,00
	ESTADOS UNIDOS	46,257,00
	CUBA	27.445,15
	MÉXICO	26.239,98
	EL SALVADOR	600,00
	BRASIL	444,00
Nit	Razón Social	Vr. FOB
817000823	FRIOMIX DEL CAUCA S.A.	10.532.523,98
890900281	INDUSTRIAS HACEB S A	1.958.813,26
890400246	INDUSTRIA DE REFRIGERACIÓN COMERCIAL IND	1.048.985,09
860001767	INDUSTRIAS COLOMBIA INDUCOL S A	772.705,58
830068666	INVERSIONS COLD STAR S A S	670.512,56
860021302	WESTON LTDA.	370.839,51
8909002814	INDUSTRIAS HACEB S.A.	43.643,00
800064904	MARTIN KAS LTDA.	40.503,00
900279100	MELO'S CHICKEN S.A.S	21.807,67
830034319	FERMAT COMERCIAL S A	10.794,45
811038872	DISANCHEZ LTDA.	7.000,00
830108349	BACK OFFEN INDUSTRIAL EMPRESA UNIPERSONA	6.900,00
800030667	INTERHOSPITALARIA LIMITADA	5.517,00
16801275	REBELLON DELGADO JAIME EDUARDO	2.400,00

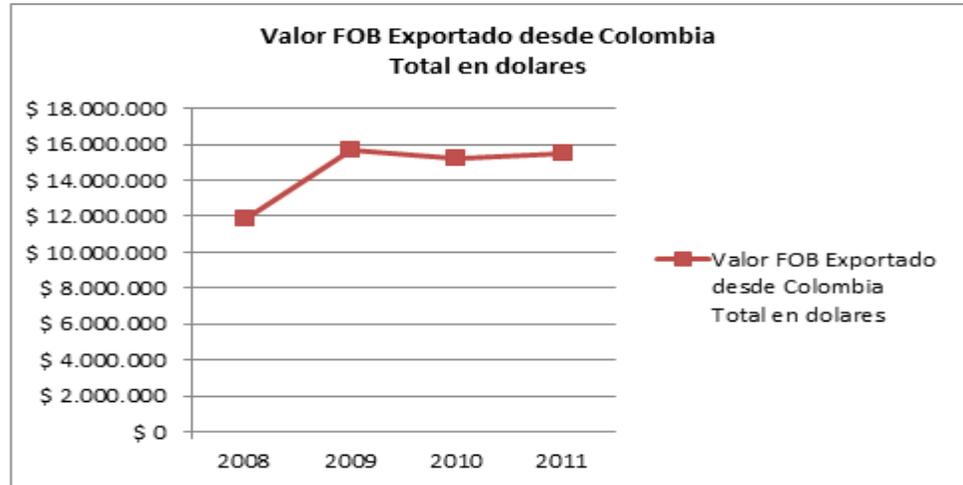
Fuente: Zeiky Bucaramanga

Tabla 13. Valores totales exportaciones desde Colombia hacia otros países

POSICIÓN ARANCELARIA	Descripción de la Posición
8418500000	JDMS ARMARIOS, ARCONES, VITRINAS, MOSTRADORES Y MUEBLES SIMILAR P PRODUCCION DE FRIO
AÑO	Valor FOB Exportado desde Colombia Total en dólares
2008	\$ 11.888.353
2009	\$ 15.674.165
2010	\$ 15.199.328
2011	\$ 15.492.945

Fuente: Zeiky Bucaramanga

Figura 12. Valor Total FOB exportaciones desde Colombia hacia Ecuador



Fuente: Zeiky Bucaramanga

Tabla 14. Aranceles cobrados para la partida arancelaria de interés

POSICIÓN	DESCRIPCIÓN	ARANCEL GENERAL	ARANCEL COBRADO A		ACUERDO
			COLOMBIA		
8418	REFRIGERADORES, CONGELADORES Y DEMÁS MATERIAL, MÁQUINAS Y APARATOS PARA PRODUCCIÓN DE FRÍO, AUNQUE NO SEAN ELÉCTRICOS; BOMBAS DE CALOR, EXCEPTO LAS MÁQUINAS Y APARATOS PARA ACONDICIONAMIENTO DE AIRE DE LA PARTIDA 84.15.				
8418.50	- Los demás armarios, arcas, vitrinas, mostradores y muebles similares para la producción de frío.	15%	0%		CAN

Fuente: Macmap

Tabla 15. Posibles clientes y distribuidores en Ecuador. Fuente Proexport Colombia.

RAZÓN SOCIAL	ACTIVIDAD
ECUADOR BOTTLING COMPANY CORP.	ACTIVIDADES DE ELABORACIÓN DE GASEOSAS.
DINADEC S.A.	VENTA AL POR MAYOR DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS
INTERIMPORTSA S.A.	VENTA AL POR MAYOR DE ELECTRODOMÉSTICOS
UNILEVER ANDINA ECUADOR S.A.	ACTIVIDADES DE PRODUCCION DE HELADOS Y PRODUCTOS COMESTIBLES
HELADOS S.A.	ACTIVIDADES DE PRODUCCION DE HELADOS
HACEB DEL ECUADOR S.A.	VENTA AL POR MAYOR DE APARATOS DE RADIO, TELEVISIÓN Y ARTEFACTOS DEL HOGAR
CORPORACIÓN FAVORITA C.A.	SUPERMERCADOS, VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE DIVERSOS PRODUCTOS
SOLUCIONES PARA HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA EQUINDECA CIA. LTDA.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE EQUIPOS PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA.
TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS TIA S.A.	VENTA AL POR MENOR DE DIVERSOS PRODUCTOS
ELECTROLUX C.A.	VENTA AL POR MENOR DE ELECTRODOMÉSTICOS.

COMPANÍA CERVECERA AMBEV ECUADOR S.A.	ACTIVIDADES DE ELABORACIÓN DE CERVEZA
SOLAREX S.A.	ACTIVIDADES DE PRODUCCION DE HELADOS
FABRILACTEOS CIA. LTDA.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE HELADOS DE LECHE
INDUSTRIAS LACTEAS TONI SA	CONCENTRACIÓN, FERMENTACIÓN, CULTIVO DE LECHE, YOGURT
ITALDESIGN CIA. LTDA.	VENTA AL POR MENOR DE ELECTRODOMÉSTICOS.
MABE ECUADOR S.A.	ACTIVIDADES DE FABRICACIÓN DE ELECTRODOMÉSTICOS
CALAMANTE S.A.	ACTIVIDADES DE ELABORACIÓN DE HIELO Y NIEVE
OLEXPORT S.A.	VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPO DE REFRIGERACIÓN, INCLUSO PARTES, PIEZAS Y MATERIALES CONEXOS
THE TESALIA SPRINGS COMPANY S.A.	ACTIVIDADES DE EMBOTELLADO DE AGUAS MINERALES O DE MANANTIAL.
PAN BAGUETTE S.A.	ACTIVIDADES DE ELABORACIÓN DE PAN
FARMACIAS Y COMISARIATOS DE MEDICINAS S.A. FARCOMED	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, MEDICINALES Y DE ASEO
CORPORACIÓN EL ROSADO S.A.	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN SUPERMERCADOS
COMERCIAL DE EQUIPAMIENTO HOTELERO CODEHOTEL S.A.	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DIVERSOS PARA EL CONSUMIDOR.
ITALDELI DELICATESEN CIA. LTDA.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE EMBUTIDOS Y CARNES EN ESTADO NATURAL.
GUALOTUÑA QUISHPE FREDDY ORLANDO	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE EQUIPO DE REFRIGERACIÓN, INCLUSO PARTES, PIEZAS Y MATERIALES CONEXOS
MEGA SANTAMARIA S.A.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE DIVERSOS PRODUCTOS PARA EL CONSUMIDOR EN SUPERMERCADOS.
INT FOOD SERVICES CORP	ACTIVIDADES DE VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES PARA SU CONSUMO INMEDIATO.
CRÉDITOS ECONÓMICOS CREDICOSA S.A.	VENTA AL POR MENOR DE ARTEFACTOS ELECTRODOMÉSTICOS
AGRO INDUSTRIAS WARSA COMPAÑIA ANÓNIMA	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MAQUINARIA Y EQUIPOS DE LA LÍNEA DE ALIMENTOS
TERMALIMEX CIA LTDA.	VENTA AL POR MENOR DE EQUIPO INDUSTRIAL Y ACCESORIOS.
OTAVALO'S GROUP	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS EN SUPERMERCADOS
IBEA S.A. IBEASA	VENTA AL POR MAYOR DE APARATOS, ARTICULOS Y EQUIPO DE USO DOMESTICO
MAKIBER S.A.	ACTIVIDADES DE CONSTRUCCIÓN.
JOSÉ UGALDE JERVES CIA. LTDA.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE UNA GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS.
LÓPEZ PACHECO SONIA EULALIA	VENTA AL POR MENOR Y MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN SUPERMERCADOS.
VITRINAS SUPERNORDICOS CORONA MANRIQUE E HIJOS CIA. LTDA.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE EQUIPO DE REFRIGERACIÓN, INCLUSO PARTES, PIEZAS Y MATERIALES CONEXOS.
BARBA RAMÍREZ EQUIPAMIENTO INDUSTRIAL SA. BRSA.	ACTIVIDADES DE EQUIPAMIENTO, MANTENIMIENTO, REPARACIÓN DE EQUIPO Y MAQUINARIA INDUSTRIAL.
ECUAFARMACIAS & ASOCIADOS S. A.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, MEDICINALES Y ASEO
PROLACHIV S.A.	ACTIVIDADES DE ELABORACIÓN DE YOGURT
PROCESADORA NACIONAL DE ALIMENTOS C.A. PRONACA	ACTIVIDAD AGROPECUARIA EN TODAS SUS FORMAS Y ETAPAS.
CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN UNIVERSITARIA	ENSEÑANZA SUPERIOR EN GENERAL
LAB QUALITY S.C.C.	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS PARA LABORATORIO CLÍNICO.
KALIZENT S.A.	PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA PARA LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS.
ARTEGELATO ECUADOR S.A.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE EQUIPOS INDUSTRIALES.
PASTELES Y COMPAÑIA PASTELICON S.A.	ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y BEBIDAS
EL BODEGÓN CIA. LTDA.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS
INDUASH CIA. LTDA.	ACTIVIDADES DE PREPARACIÓN Y CONSERVACIÓN DE OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS.

DCKSA IMPORTACIONES EXPORTACIONES & COMERCIO S.A.	VENTA AL POR MENOR DE ARTEFACTOS ELECTRODOMÉSTICOS
DIMETALSA S.A.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MAQUINARIA Y APARATOS ELÉCTRICOS
DONUT HOUSE S.A.	VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN FUENTES DE SODA
DISTRIBUIDORA DESCALZI S.A.	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS
VALDEZ CONSTANTE SONIA PATRICIA	COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS.
ORTOPEDIA MEDICA ORMEDIC CIA. LTDA.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ARTICULOS ORTOPÉDICOS.
MULTIFRIO SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL	
MEDICORSA CIA. LTDA.	VENTA AL POR MAYOR DE INSTRUMENTOS, MATERIALES MÉDICOS QUIRÚRGICOS Y DENTALES.
CANELO S.A.	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS.
SAMALPA D.S.C. DISEÑO SERVICIOS Y COMERCIO CIA. LTDA.	ACTIVIDADES DE IMPORTACIÓN Y VENTA AL POR MENOR DE EQUIPOS INDUSTRIALES
ALMEIDA TORRES FABIÁN RAFAEL	SERVICIO DE INSTALACIÓN, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE EQUIPO MEDICO Y QUIRÚRGICO.
VAREA SERRANO SEBASTIÁN	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ACCESORIOS, PARTES Y PIEZAS DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.
GARCÍA VEGA JOSÉ FRANCISCO	ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EMBUTIDOS
AMBROSI ESPINOZA SAMANTHA DE LOURDES	VENTA AL POR MENOR DE DIVERSOS PRODUCTOS
IMBRANATO CIA. LTDA.	VENTA DE EQUIPOS GASTRONÓMICOS
INDUSTRIAS DE CROMADOS ARTIALAMBRE C LTDA.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MUEBLES METÁLICOS Y ACCESORIOS DE METAL EN GENERAL.
ARRIENCO S.A.	ACTIVIDADES DE ALQUILER DE MUEBLES.
AJECUADOR S.A.	ACTIVIDADES DE ELABORACIÓN DE BEBIDAS GASEOSAS
PROJECTS & DESIGNS C.A. PRODESIGNS	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ARTEFACTOS ELECTRODOMÉSTICOS
RICARDO CANELOS	
MERCANTIL DISMAYOR S.A.	VENTA AL POR MAYOR DE APARATOS DE RADIO, TELEVISIÓN Y ARTEFACTOS DEL HOGAR
ARMAS JARAMILLO IMPORTADORES CIA. LTDA.	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIALES PARA ROTULACIÓN, SERIGRAFÍA E IMPRESIÓN DIGITAL.
LG ELECTRONICS PANAMÁ S.A.	ACTIVIDADES PUBLICITARIAS DE MERCADEO

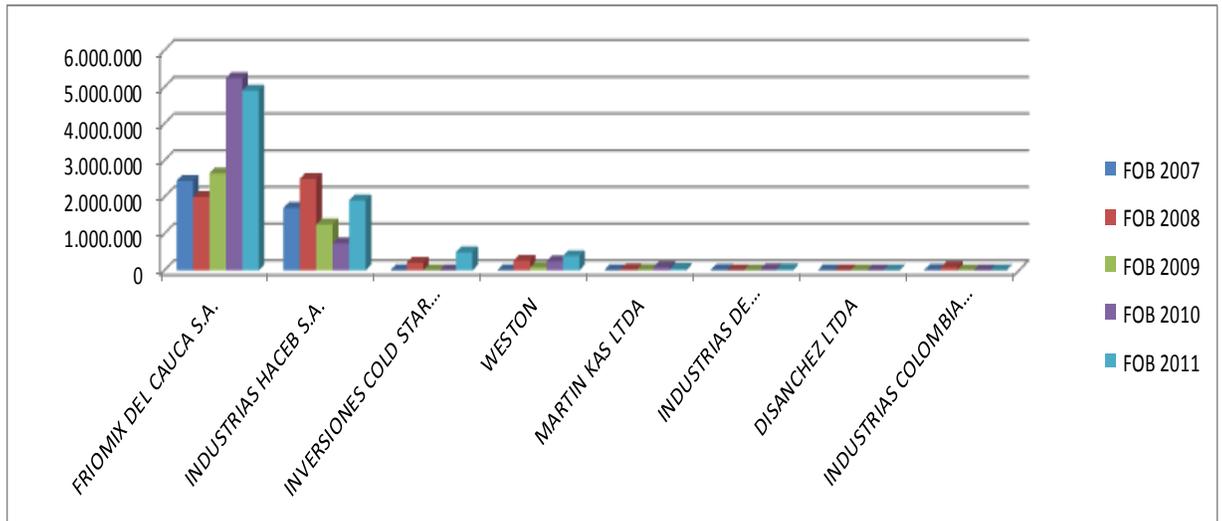
Fuente Proexport Colombia

Tabla 16. Valor Total FOB de las exportaciones de empresas colombianas a Ecuador.

NIT	RAZÓN SOCIAL	FOB 2007	FOB 2008	FOB 2009	FOB 2010	FOB 2011
8170008239	FRIMIX DEL CAUCA S.A.	2.445.616	2.004.370	2.650.891	5.241.897	4.904.133
8909002814	INDUSTRIAS HACEB S.A.	1.703.581	2.500.986	1.255.755	738.019	1.912.676
8300686669	INVERSIONES COLD STAR LTDA O SIGLA DE COLDSTAR Y/O COLD	-	210.996	-	1.606	497.770
8600213021	WESTON	-	269.723	78.030	244.356	391.660
8000649041	MARTIN KAS LTDA	-	30.550	18.570	88.570	40.503
8904002460	INDUSTRIAS DE REFRIGERACION COMERCIAL S.A.	19.964	-	-	28.664	28.221
8110388722	DISANCHEZ LTDA	-	-	-	-	7.000
8600017675	INDUSTRIAS COLOMBIA INDUCOL S.A.	17.338	87.864	9.945	764	6.465

Fuente: DANE.

Figura 13. Empresas Colombianas que exportan hacia Ecuador. Fuente: Dane.



Fuente: DANE.

3.2 INFORMACIÓN DE LA COMPETENCIA

Las barreras de entrada a la industria de la refrigeración son altas para nuevos fabricantes ya que los proveedores tienen alto poder de negociación, el suministro de piezas especializadas y la curva de aprendizaje es fundamental para ingresar en el negocio y ganar participación en el mercado.

En relación a la producción nacional de Ecuador, este sector está conformado por empresas ensambladoras, empresas del subsector de elaboración de autopartes para el sector automotor y las empresas distribuidoras. Cuatro empresas lideran el ensamblaje de artículos de línea blanca (cocinas y refrigeradoras): Mabe, Indurama, Durex y Ecogar. Además, se estima que existirían alrededor de 200 pequeñas y medianas empresas fabricantes de partes y piezas que abastecen a esta industria.

Ecuador también recibe importaciones de productos de las principales empresas Colombianas dedicadas a la refrigeración comercial como Friomix, Industrias Haceb, Coldline, Weston, entre otras las cuales se detallan a continuación.

3.2.1 Empresas colombianas que exportan hacia Ecuador. A continuación se describen las empresas colombianas que compiten en el mercado Ecuatoriano.

Figura 14, Friomix del Cauca S.A.



Fuente: Imagen página Web Friomix 2012.

FRIOMIX DEL CAUCA S.A. es una empresa de refrigeración comercial y plásticos industriales colombiana con más de 17 años de experiencia en el mercado nacional e internacional cuyos productos se muestran las figuras anterior y siguiente.

Figura 15. Productos que ofrece Friomix



Fuente: Imagen página Web Friomix 2012.

FRIOMIX S.A. nació en agosto de 1987 como una empresa de Coca-Cola en Colombia (Indega, posteriormente, Panamco), con el fin de generar un suministro estable de equipos dispensadores Post-Mix y Pre-Mix, productos plásticos y químicos. Posteriormente, en 1999, la empresa se trasladó al municipio de Caloto, Cauca, zona de gran auge comercial e industrial, que facilitó la importación y exportación de productos, por su cercanía al Mar Pacífico. En ese año, se cambió

la razón social a FRIOMIX DEL CAUCA S.A. y se iniciaron operaciones en una nueva y moderna planta, con tecnología de punta, cumpliendo con los más altos estándares de calidad. Gracias a la calidad de sus productos y a su excelente servicio durante su operación, FRIOMIX DEL CAUCA S.A. se ha consolidado como un aliado estratégico para sus clientes nacionales e internacionales; en Colombia, Venezuela, Ecuador, Costa Rica, Nicaragua, Guatemala, Honduras, Panamá y el Caribe, entre otros.

En el año 2003, Panamco integró su operación con FEMSA, el grupo más grande de Bebidas en México que está conformado por tres divisiones: Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, Coca-Cola Femsa y Negocios Estratégicos. Para el año 2004, FRIOMIX DEL CAUCA S.A. pasó a formar parte de la división de negocios estratégicos llamada FEMSA EMPAQUES.

Figura 16. Industrias Haceb



Fuente: pagina web Industrias Haceb

Industrias Haceb S.A. es una compañía con 70 años en el mercado. Manufactura productos de calefacción y refrigeración doméstica y comercial, los que comercializa a través de distribuidores autorizados en Colombia y el exterior.

De ser un pequeño taller de reparaciones eléctricas en 1940, Industrias Haceb es una Compañía que cuenta actualmente con más de 2.800 empleados y tiene presencia en Colombia y el Exterior, en donde comercializa sus marcas propias Haceb e Icasa. Adicionalmente trabaja en alianzas estratégicas con reconocidas empresas multinacionales.

– HACEB DEL ECUADOR S.A.
Dirección: Av. Juan Tanca Marengo Km 3.5 Guayaquil - Ecuador
Telefax: 593 4 2241500
Línea de Servicio Nacional: 1800042232

Figuran 17 Productos que ofrecen Industrias Haceb



Fuente: pagina web Industrias Haceb

Figura 18. Productos que ofrecen Industrias Haceb



Figura 20. Misión empresa Cold Star Ltda.



Fuente: Web de la empresa

Figura 21. Productos que ofrece Cold Star Ltda.



Fuente: Web de la empresa

Figura 22. Clientes Cold Star Ltda.



Fuente: Web de la empresa

Tal como se puede observar en la anterior figura, los principales clientes de esta empresa son: Postobon, Pepsi, Bavaria, RedBull, Colombina, Crem Helado, Helados San Jerónimo, Helados Tonny y Helados Fredinno.

– WESTON

Fábrica de Equipos de Refrigeración: Vitrinas, Cuartos fríos, Neveras. Fundada el 14 de febrero de 1967, los productos de refrigeración y demás se muestran en las siguientes figuras.

Figura 23. Productos Weston



Fuente: Web de la empresa

Figura 24. Misión, visión y política de Weston



Fuente: Web de la empresa

Figura 25. Productos que ofrece Weston

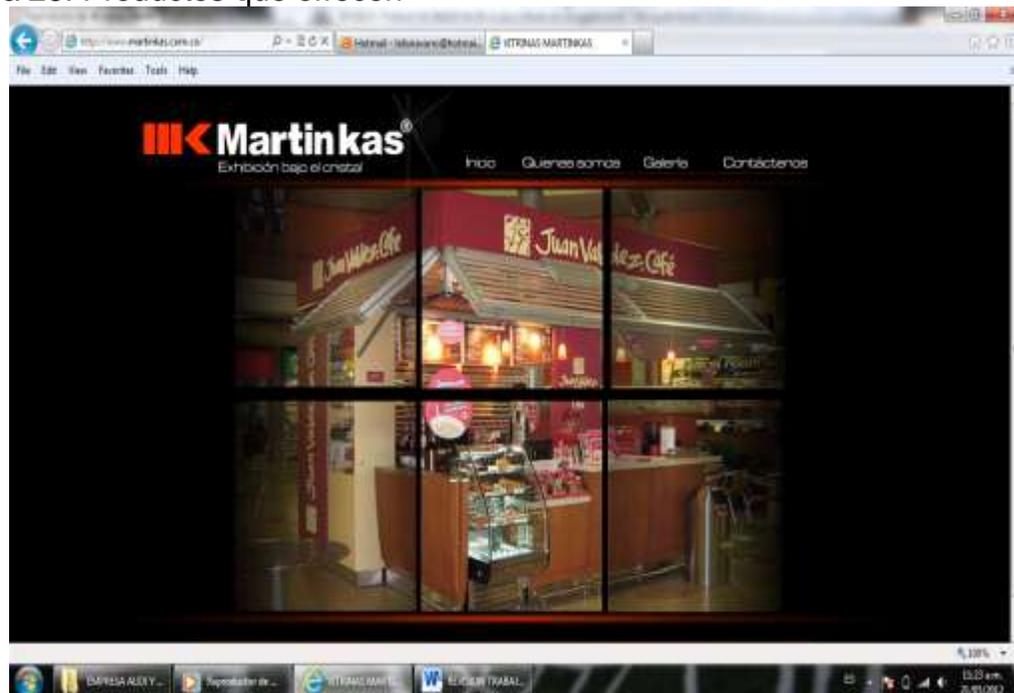


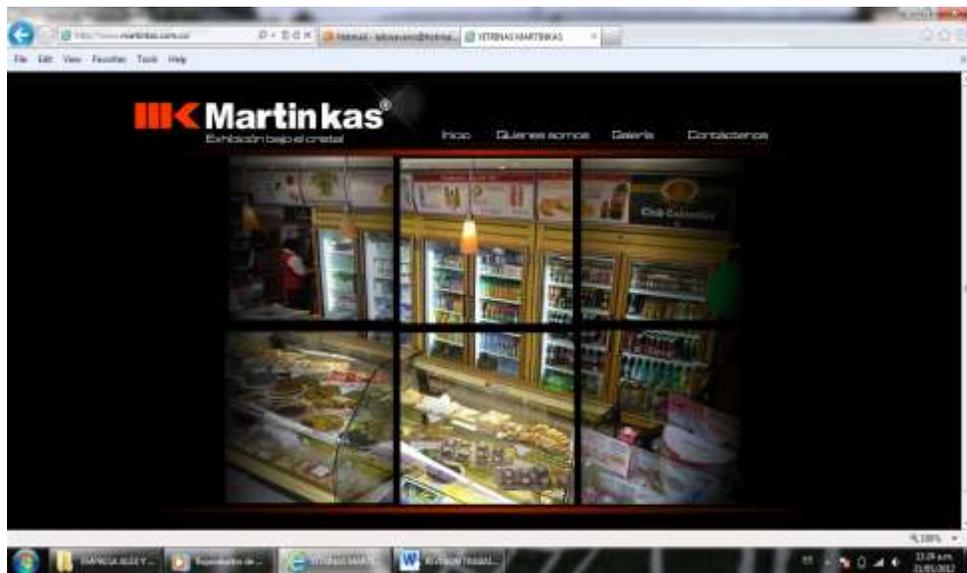
Figura 27. Clientes Martin Kas



Fuente: Web de la empresa

Figura 28. Productos que ofrecen





Fuente: Web de la empresa

– **INDUSTRIAS DE REFRIGERACIÓN COMERCIAL S.A.**
 Produce y mercadea artefactos de refrigeración comercial e industrial, para los usuarios de América en forma razonablemente rentable, mediante la filosofía de mejoramiento continuo. Esta descripción se halla consignada en el sitio web de la empresa la cual se muestra en la siguiente figura.

Figura 29. Imagen pagina web Industrial



Fuente: Web de la empresa

Figura 30. Productos que ofrecen



Fuente: Web de la empresa

– INDUSTRIAS COLOMBIA INDUCOL S.A.

El liderazgo de **INDUCOL** en el sector de la refrigeración comercial no es sólo producto de su larga experiencia, sino también resultado de una visión que durante más de 60 años le ha permitido ser una compañía ejemplar dentro del sector. En 1939 nacen Muebles y Espejos de Colombia, una empresa que, entre otros productos, fabricaba y comercializaba muebles en tubería metálica. Varios años después, en 1952, se convierte en INDUCOL y rápidamente pasa a ser la compañía líder en la producción de equipos para refrigeración comercial en el país.

Figura 31. Pagina web Inducol



Fuente: Web de la empresa

El 8 de septiembre del 2011 se llevó a cabo el lanzamiento de la nueva imagen de Inducol, la cual busca transmitir liderazgo en diseño, desarrollo, servicio, capacidad de entrega, relación a largo plazo y cumplimiento de expectativas en todos los equipos.

3.2.2 Otras empresas importantes en el mercado de Ecuador. En este ítem se relacionan otras empresas que se consideran de importancia en el mercado de refrigeración el Ecuador.

– FOGEL ANDINA

FOGEL, en Centro América, dio sus primeros pasos en 1967 cuando el Sr. William Fogel se asoció con unos inversionistas centroamericanos, con el propósito de aprovechar la instauración del Mercado Común Centroamericano y atender la incipiente pero prometedor demanda de Refrigeración Comercial en al área.

En 1981 los problemas políticos en Nicaragua Fogel se traslada a Guatemala, en donde fundaron la nueva fábrica, Refrigeradores de Guatemala, S. A. la que gracias a su liderazgo en el mercado y a la preferencia de las principales firmas de bebidas gaseosas, cervezas, jugos y refrescos naturales, lácteos, avícolas, emparadoras de embutidos, hielo, helados y otros productos alimenticios, se ha logrado impresionantes tasas de crecimiento. En 2007, FOGEL ANDINA, S.A. es fundada en Cali, Colombia, para atender a todo el mercado andino.

Refrigeradores de Guatemala, S.A. –REFRIGUA– cambió su nombre comercial a FOGEL DE CENTROAMÉRICA, S.A. en octubre de 2007, actualmente atiende a clientes en 34 países en todo el continente americano, el Caribe y África, siendo sus principales clientes las industrias cerveceras, embotelladoras de bebidas carbonatadas, industrias de bebidas no carbonatadas tales como las industrias de bebidas isotónicas y embotelladoras de agua purificada, industrias lácteas y fabricantes de helados.

También en 2007, FOGEL ANDINA, S.A. es fundada en Cali, Colombia, para atender a todo el mercado andino, consolidándose rápidamente como líder en la región con una capacidad de producción inicial de 12,000 unidades por año, creciendo a la capacidad actual de 36,000 unidades por año.

Hoy en día se producen más de 120 modelos diferentes de equipos de refrigeración, con una variedad de más de 250 versiones de estos modelos para atender a los mercados y a los clientes anteriormente mencionados, los cuales se muestran los más relevantes en la siguiente figura.

Figura 32. Productos que ofrece Fogel



Fuente: Web de la empresa

– INDURAMA

Indurama nace en 1972 en Cuenca, Ecuador y desde sus inicios ha tenido como objetivo producir electrodomésticos que además de facilitar las labores en el hogar cumplan con los más altos estándares de diseño y tecnología.

En la actualidad nuestra empresa ocupa más de 50.000 metros cuadrados y emplea a más de 1.900 personas comprometidas en mantener la más alta calidad en todos los procesos de fabricación.

La política de calidad y diseño para todos nuestros productos ha permitido que la marca trascienda el mercado ecuatoriano y cuente con importante participación de mercado en varios países de la región.

Figura 33. Productos que ofrece Indurama



Fuente: Web de la empresa

– MABE ECUADOR

Venta al por mayor de electrodomésticos de consumo: refrigeradoras, cocinas, lavadoras, etcétera. Incluye equipos de televisión estéreos (equipos de sonido).

Figura 35. Presentacion web Indurama



Fuente: Web de la empresa

– DUREX ECUADOR

En 1966 Electrodomésticos Durex C.A. inició sus operaciones industriales en Ecuador con la línea de Vajillas de hierro enlozado, su planta ubicada en la parroquia Pascuales de la ciudad de Guayaquil era la primera industria que manufacturaba estos productos en el país y la primera que fabricó cocinas de acero porcelanizado (1967) hecho que la convertiría en la líder indiscutible de las Empresas de su categoría.

En 1970 Durex celebró un contrato de licencia con una de las empresas más importantes del mundo en la producción de electrodomésticos General Electric Co. Esta acertada alianza significó la fabricación de la primera Refrigeradora Durex bajo licencia de General Electric Co.

Al cumplir 15 años, Durex alcanzó la cifra record de 1'000.000 de productos fabricados para el mercado interno denominados "Los Artefactos de la Familia Feliz" para aquel entonces se fabricaban en la planta de Guayaquil, Cocinas – Refrigeradoras Congeladores - Lavadoras Lava Vajillas y Aires Acondicionados.

El 1 de Agosto de 1995 la empresa mexicana Mabe, principal fabricante de electrodomésticos en su país en su búsqueda de crecimiento hacia los mercados latinoamericanos compra las acciones de Electrodomésticos Durex C.A.

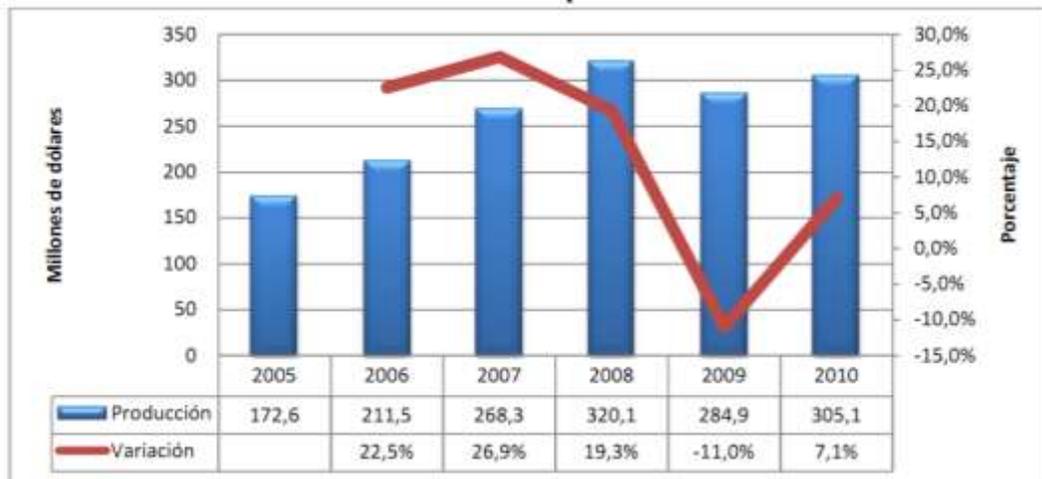
En abril del 2008: la marca Durex cambia su imagen con un enfoque de modernidad, este cambio trajo consigo una nueva estética en sus cocinas y el cambio de su slogan.



3.3 EL MERCADO DEL SECTOR EN ECUADOR

La producción nacional en Ecuador de línea blanca, medido en millones de dólares se ha incrementado en 132,5 millones entre el año 2005 al 2010, lo que representa un 76,77%, gracias a la innovación llevada a cabo por las empresas productoras especialmente en términos de eficiencia energética, reducción de contaminación ambiental y en el uso de nueva tecnología, que le ha permitido una reducción en sus costos de producción y por ende poder adentrarse en mayor cantidad en el mercado a precios más bajos.

Figura 36. Produccion total de la cadena de produccion de linea blanca



Fuente: Asociacion de industriales de linea blanca del Ecuador

De acuerdo al análisis realizado de la información obtenida de la investigación exploratoria la empresa INDUSTRIAS WONDER S.A. estaría interesada en incursionar en el mercado de Ecuador iniciando por las ciudades más grandes de acuerdo a la población, las cuales son Guayaquil con 3.050.728 y Quito con 2.551.993.

Para hacer una proyección en ventas en Guayaquil y Quito se tomó como base el presupuesto de ventas existente para Colombia en las ciudades que por tamaño poblacional y temperatura ambiente son similares, las cuales serían Medellín con 2.309.446 y Cali con 2.244.639.

El presupuesto de ventas de INDUSTRIAS WONDER en esas ciudades es el siguiente:

REFRIGERACION WONDER													
Ciudad	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL AÑO
ZONA MEDELLIN	19.899.200	23.119.200	17.401.200	21.153.600	23.019.200	29.005.000	23.250.400	36.254.400	32.440.000	23.712.000	29.546.400	22.994.400	312.000.000
ALMACEN MEDELLIN	45.152.000	53.352.000	62.452.000	48.816.000	53.352.000	66.960.000	53.414.000	82.654.000	74.880.000	54.720.000	60.194.000	53.064.000	720.000.000
ALMACEN CALI	30.000.000	30.000.000	34.000.000	34.000.000	38.000.000	41.000.000	45.000.000	50.000.000	55.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	540.000.000
ZONA BOGOTA	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	360.000.000
ALMACEN BOGOTA	31.500.000	31.500.000	31.500.000	31.500.000	31.500.000	31.500.000	31.500.000	31.500.000	31.500.000	31.500.000	31.500.000	31.500.000	378.000.000
BIVAGA	71.535.600	44.311.800	52.682.000	40.544.400	44.311.800	55.614.000	44.371.600	69.487.600	62.192.000	45.440.000	56.630.600	44.072.600	630.029.800
GRANCO SARRERA	100.252.400	133.824.600	114.138.600	87.446.000	99.824.600	132.956.000	99.026.200	174.057.200	152.824.000	102.326.000	136.028.200	98.022.200	1.440.487.800
CUCUTA	14.742.000	64.762.400	76.998.400	59.257.200	64.762.400	81.382.000	64.858.800	101.558.800	90.856.000	66.424.000	82.767.800	64.412.800	822.719.500
SANTOFE	10.640.200	23.860.200	28.388.200	21.821.600	23.860.200	29.946.000	23.892.400	37.416.400	33.438.000	24.472.000	30.492.400	23.751.400	322.000.000
SINCELEJO-MONTEPIA	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	420.000.000
ALMACEN PEREIRA	23.076.000	26.676.000	30.716.000	24.408.000	26.676.000	33.480.000	26.712.000	41.822.000	37.440.000	27.360.000	34.092.000	26.522.000	360.000.000
TOTALES	412.898.400	499.407.200	535.295.200	433.957.600	463.407.200	566.756.000	476.916.400	699.570.400	635.668.000	500.892.000	594.142.400	489.420.400	6.316.411.200

Fuente: INDUSTRIAS WONDER

Para la ciudad de Medellín un total de \$1.032.000.000 al año (aproximadamente USD \$573000) y para la ciudad de Cali un total de \$540.000.000 al año (aproximadamente USD\$300000).

– Proyeccion de ventas

Teniendo en cuenta el comportamiento historico de las ventas en el presente grafico se presneta la proyeccion estimada, con base en los valores historicos, se calcula la tendencia futura.

Figura 37. Proyeccion de ventas de INDUSTRIAS WONDER con base en datos historicos



Fuente: Calculo con base en datos historicos

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- La investigación de mercados permite profundizar y conocer el mercado al cual se quiere incursionar ya que al recopilar información se obtienen datos de los competidores, fortalezas, debilidades, estrategias y factores claves de éxito.
- En Colombia existen entidades como Proexport y Zeiky que poseen información valiosa y están dispuestas para asesorar al empresario e iniciar proyectos de expansión a nuevos mercados.
- Las preferencias de los consumidores de equipos de refrigeración comercial en Ecuador son similares a las de los consumidores en Colombia, lo cual es una ventaja para la empresa ya que no es necesario realizar ajustes de diseño a los productos que maneja actualmente en su portafolio.
- Las exportaciones de equipos de refrigeración comercial desde Colombia hacia Ecuador han tenido un comportamiento creciente desde el año 2006 hasta el año 2009 de un 20% aproximadamente, desde el año 2010 el porcentaje de crecimiento cambió a un 3% promedio sostenido a la fecha.
- Ecuador está entre el primero y segundo lugar como destino de exportaciones del producto que maneja INDUSTRIAS WONDER S.A. según datos encontrados desde el año 2008.
- Las empresas principales que son competencia en el mercado local, son las empresas principales en cifras de exportaciones de equipos de refrigeración comercial al mercado de Ecuador.
- INDUSTRIAS WONDER S.A es una empresa con amplia trayectoria, que cuenta con experiencia de 36 años en la fabricación equipos de refrigeración comercial permitiendo que sea más competitiva y pueda incursionar en otros mercados, así mismo su experiencia ha llevado a que pueda ofrecer gran variedad de productos diseñados para cumplir con las necesidades de los diferentes consumidores. La empresa ha logrado un posicionamiento de su marca gracias a la calidad con que fabrica sus productos, a su precio y a su experiencia.
- INDUSTRIAS WONDER S.A cuenta con una planta de producción de refrigeración adecuada para manejar dos tipos de producción en serie; actualmente su capacidad instalada le permite abastecer su demanda y le

permite buscar nuevos mercados que requieran equipos de este tipo en un país como Ecuador.

- Existen tratados de libre comercio como CAN, los cuales se encuentran vigentes y permiten no solo llevar los productos que ofrece la empresa al mercado de Ecuador con un 0% de arancel (mientras a otros países se aplica un 15% de arancel), sino que además de facilitar el comercio ayudan a impulsar la integración entre los países.
- Esta investigación permitió consolidar información de clientes potenciales directos que requieren equipos de refrigeración comercial y distribuidores potenciales que pueden ofrecer la marca WONDER en el mercado de Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

Bernales, Eduardo. (2010). Perspectivas, potencial y oportunidades de Negocios en el Perú. En: www.camaradirecta.com/index.php?id_seccion=8&id=1, consultado, 11 de julio de 2011.

Buitrago, Luis Alberto. (2010). Hagamos Investigación de Mercados. En: www.proexport.com.co, consultado, 11 de julio de 2011.

Malhotra, Narres K. (1997). Investigación de Mercados, Un enfoque práctico. Segunda Edición. Editorial Prentice Hall.

Pimiento Acevedo, Aura. (2011). Pasos básicos para realizar una exportación. Proexport Colombia.

Proexport Colombia. (2011). Plan de apoyo para exportadores afectados por revaluación, Atpdea e invierno. En: <http://www.proexport.com.co/noticias/plan-de-apoyo-exportadores-afectados-por-revaluacion-atpdea-e-invierno>, consultado 23 de junio de 2011.

Proexport Colombia (2011). Asesoría para exportadores. En: <http://www.proexport.com.co/exporte/asesoria-para-exportadores>, consultado 23 de junio de 2011.

Torres Duarte, Jaime (2010). Guía para entender la investigación de mercados desde una perspectiva práctica.

CIBERGRAFIA

Zeiky (2011). ¿Quién es el Zeiky?:

En: http://www.camaradirecta.com/index.php?id=2&ide=69&id_seccion=8, consultado, 11 de julio de 2011.

<http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/ecuador-es-el-tercer-pais-con-mayor-crecimiento-en-america-latina-y-el-ca>

<http://www.cepar.org.ec/estadisticas/pobind1/pobind1.html>

<http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2009/02/13/relaciones-comerciales-colombia-ecuador/>

<http://ecuador.paginasamarillas.com/Refrigeracion-Industrial/Quito/1-3.aspx>

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1892/1/3714.pdf>

<http://www.friomix.com/historia.php#>

http://web.haceb.com/v2_base/index.php?sub_cat=1310&q=Menu_Comercial

<http://www.coldline.com.co/>

<http://www.weston.com.co/productos.php>

<http://www.martinkas.com.co/>

<http://indufrialcolombia.com/productos/3-congeladores-horizontales.html>

<http://www.inducol.com.co/>

<http://www.indurama.com/portal/web/indurama/ecuador/vitrinas-frigorificas>

<http://www.durex.com.ec/main.aspx?pid=6CgGQn9E8gaP00TZH9aKuA==&idioma=148&parent=8d7stF7VCc5/Hz/MnoVQp2LgrVELhUAK>

<http://www.mabe.com.ec/>

<http://www.fogel-group.com/es/content/historia>

http://www.metalfrío.com.br/site/brasil/es/empresa/about_us/about_us.aspx

<http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.GROW>