



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TÍTULO:**

**Internacionalización de la empresa INDUTECVIGO S.A. para ampliar  
la participación de mercados y el nivel de ingresos.**

**AUTOR:**

**Viteri Ruiz, Emily Abigail**

**Trabajo de integración curricular previo a la obtención del título de  
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TUTOR:**

**De Abreu Ferreira, José Antonio**

**Guayaquil, Ecuador**

**19 de septiembre del 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de integración curricular, fue realizado en su totalidad por Viteri Ruiz Emily Abigail como requerimiento para la obtención del título de LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.

**TUTOR (A)**

*José De Abreu*

f. \_\_\_\_\_

**De Abreu Ferreira, José Antonio**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

*Gabriela Hurtado*

f. \_\_\_\_\_

**Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth**

**Guayaquil, a los 19 del mes de septiembre del año 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Viteri Ruiz, Emily Abigail

DECLARO QUE:

El Trabajo de Integración Curricular, **Internacionalización de la empresa INDUTECVIGO S.A. para ampliar la participación de mercados y el nivel de ingresos**, previo a la obtención del título de LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 19 del mes de septiembre del año 2022**

**EL AUTOR:**

---

**Viteri Ruiz, Emily Abigail**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
**AUTORIZACIÓN**

Yo, Viteri Ruiz, Emily Abigail

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular, **Internacionalización de la empresa INDUTECVIGO S.A. para ampliar la participación de mercados y el nivel de ingresos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 19 del mes de septiembre del año 2022**

**EL AUTOR:**

---

**Viteri Ruiz, Emily Abigail**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
**REPORTE URKUND**



**Document Information**

---

<b>Analyzed document</b>	TESIS CORRIGIENDO (1).docx (D143541049)
<b>Submitted</b>	2022-09-02 19:51:00
<b>Submitted by</b>	
<b>Submitter email</b>	jose.deabreu@cu.ucsg.edu.ec
<b>Similarity</b>	2%
<b>Analysis address</b>	jose.deabreu.ucsg@analysis.orkund.com

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios y a mi padre Edison Cesar Viteri Gómez por haberme permitido estudiar en esta institución la cual ha sido de gran ayuda para mi formación profesional, a mi madre Marilyn del Pilar Ruiz Machuca por siempre alentarme a seguir con mis estudios y aconsejarme para mi vida. A mi mejor amiga/hermana Damary que desde el día uno en el preuniversitario estuvo para mí y siempre ha sido mi apoyo incondicional y no dejo que me rinda. Finalmente, a mis profesores por sus enseñanzas para poder lograr este objetivo.

*Emily Viteri*

## **DEDICATORIA**

Dedico este logro a mi familia sobre todo a mi padre Edison Viteri que siempre me ha apoyado en todo y a mi madre Marilyn Ruiz que no me deja rendirme jamás, a mis amigas Damary Álvarez y Paula Ugalde por estar siempre pendientes de mí y apoyándome cada que las necesito y a Dios por guiarme siempre en el buen camino.

A las personas que están pensando expandir sus empresas pequeñas para lograr mejoras e ingresos fuertes espero que este trabajo sirva de guía para poder fortalecer sus conocimientos y tener esa motivación de lograr esos objetivos internacionales.

*Emily Viteri*



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. 

**ING. HURTADO CEVALLOS, GABRIELA ELIZABETH MGS.**  
DIRECTOR DE CARRERA

f. 

**EC. LUCIN CASTILLO, VIRGINIA CAROLINA MGS.**  
COORDINADOR DEL ÁREA

f. 

**ING BAÑOS MORA, PATRICIA DENISE MGS.**  
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CALIFICACIÓN**

---

**Viteri Ruiz, Emily Abigail**

## INDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN.....	2
AGRADECIMIENTO.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	VIII
INDICE GENERAL.....	X
INDICE DE TABLAS.....	XIII
RESUMEN.....	XIV
ABSTRACT.....	XV
RÉSUMÉ.....	XVI
INTRODUCCIÓN.....	2
Antecedentes.....	4
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
Contextualización del problema.....	8
Formulación del problema.....	9
Justificación.....	9
Objetivo General.....	10
Objetivos Especificos.....	10
Preguntas científicas.....	10
Delimitación.....	11
Idea a defender.....	11
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	12
Fundamentación Teórica.....	12
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....	27
Enfoque y tipo de investigación.....	27
Tipo de estudio y alcance.....	27

Población y muestra .....	28
Técnicas de recolección.....	29
Proceso de análisis de información .....	30
Análisis de la información.....	30
Procesamiento de la información .....	31
<b>CAPÍTULO IV. MARCO LEGAL .....</b>	<b>39</b>
Constitución de la República del Ecuador (2008).....	39
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) (2010).....	39
Reglamento del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) (2011) .....	40
<b>CAPÍTULO V. PROPUESTA DEL ESTUDIO.....</b>	<b>42</b>
Plan estratégico para la internacionalización de la empresa INDUTECVIGO S.A. ...	42
Estudio técnico .....	42
Misión y visión de la empresa .....	42
Organización empresarial internacional deseado .....	43
Objetivos de la empresa.....	43
Filosofía empresarial INDUTECVIGO S.A.....	44
Plan de comercialización y exportación .....	44
Producto y diseño de embalaje .....	45
Estudio logístico .....	49
Partida arancelaria .....	49
Formalidades de pago.....	50
Potenciales clientes en Colombia .....	51
Perfil de las empresas, productoras / fabricantes de Calderas industriales ubicados en Colombia y otros países proveedores. ....	52
Comercialización regional e internacional .....	53
Procedimiento para el comercio transfronterizo.....	54
Análisis financiero.....	55

Inversión inicial .....	55
Proyección de costos y gastos .....	59
Gastos administrativos.....	59
Análisis de los escenarios optimistas proyectados .....	61
Estados financieros .....	63
Análisis de Indicadores financieros .....	67
Conclusiones.....	69
Recomendaciones .....	70
Bibliografía.....	71

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Distribución de la población.....	29
<b>Tabla 2.</b> ¿Considera importante la internacionalización de las empresas?.....	32
<b>Tabla 3.</b> .....	33
<b>Tabla 4.</b> ¿Será Colombia uno de los principales destinos para la internacionalización de la empresa? .....	34
<b>Tabla 5.</b> <i>¿Comprende el cumplimiento de los procesos legales implicados en la internacionalización de las empresas nacionales hacia nuevos mercados extranjeros?</i> .....	35
<b>Tabla 6.</b> <i>¿Considera que la internacionalización de la empresa llevará a un aumento de ingresos?</i> .....	36
<b>Tabla 7.</b> <i>¿Considera pertinente diseñar planes de exportación para la colocación de calderas industriales en el contexto de Colombia?</i> .....	37
<b>Tabla 8.</b> <i>¿Considera factible la internacionalización de las empresas productoras de calderas industriales en el mercado colombiano?</i> .....	38
<b>Tabla 9.</b> Empresas competitivas en Colombia.....	52
<b>Tabla 10.</b> Exportaciones de los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (2015) .....	53
<b>Tabla 11.</b> Oportunidades nuevas para la exportación a Colombia (productos varios). .	54

## RESUMEN

El abordaje del tema Internacionalización de la empresa INDUTECVIGO S.A., para la ampliación de la participación en mercados y el nivel de ingresos mediante la exportación de calderas industriales hacia el país de Colombia. Enmarca su objetivo principal en Analizar la factibilidad que tiene la empresa INDUTECVIGO S.A., para la exportación de calderas industriales hacia el mercado colombiano. La metodología empleada en el desarrollo de la investigación se centra en un estudio con enfoque cuantitativo, de tipo de Campo, métodos de razonamiento deductivo e inductivo, análisis y síntesis, la población de estudio consistió en 11 empresas dedicadas a procesos industriales y comercialización de calderas de vapor en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Se utilizó la encuesta como instrumento de recolección de datos, los cuales se procesaron mediante los programas tecnológicos Excel y SPSS, para la medición de datos estadísticos y descriptivos. Los resultados determinaron que la internacionalización de las empresas dedicadas a la comercialización e instalación de calderas industriales es aceptada ampliamente por los empresarios en el contexto de investigación. EL Plan de comercialización y exportación propuesto como alternativa de solución evidencia que es factible y viable en el tiempo, con un VAN de \$274.774,84, TIR 52% y un Payback concluyente en la recuperación total de la inversión en periodo de dos años. Por tanto, se concluye en el proyecto de internacionalización genera importantes ingresos que contribuyen al desarrollo económico tanto de la empresa como del país.

**Palabras claves:** Internacionalización, exportación, comercialización, calderas industriales.

## ABSTRACT

The approach to the topic Internationalization of the company INDUTECVIGO S.A., for the expansion of market participation and the level of income through the export of industrial boilers to the country of Colombia. Its main objective is to analyze the feasibility of the company INDUTECVIGO S.A., for the export of industrial boilers to the Colombian market. The methodology used in the development of the research focuses on a study with a quantitative approach, of the Field type, deductive and inductive reasoning methods, analysis and synthesis, the study population consisted of 11 companies dedicated to industrial processes and marketing of boilers. station in the city of Guayaquil, Ecuador. The survey was used as a data collection instrument, which was processed through the technological programs Excel and SPSS, for the measurement of statistical and descriptive data. The results determined that the internationalization of companies dedicated to the commercialization and installation of industrial boilers is widely accepted by entrepreneurs in the context of research. The marketing and export plan proposed as an alternative solution shows that it is feasible and viable over time, with a NPV of \$274,774.84, IRR 52% and a conclusive Payback in the total recovery of the investment in a period of two years. Therefore, it is concluded that the internationalization project generates significant income that contributes to the economic development of both the company and the country.

**Keywords:** Internationalization, export, marketing, industrial boilers.

## RÉSUMÉ

L'approche du thème Internationalisation de l'entreprise INDUTECVIGO S.A., pour l'expansion de la participation aux marchés et du niveau de revenu à travers l'exportation de chaudières industrielles au pays de la Colombie. L'objectif principal est d'analyser la possibilité pour INDUTECVIGO S.A. d'exporter des chaudières industrielles sur le marché colombien. La méthodologie utilisée dans le développement de la recherche se concentre sur une étude avec une approche quantitative, de type terrain, des méthodes de raisonnement déductif et inductif, d'analyse et de synthèse, la population de l'étude était composée de 11 entreprises engagées dans les processus industriels et la commercialisation de chaudières à vapeur dans la ville de Guayaquil, en Équateur. L'enquête a été utilisée comme instrument de collecte des données, qui ont été traitées à l'aide des programmes technologiques Excel et SPSS pour la mesure des données statistiques et descriptives. Les résultats ont déterminé que l'internationalisation des entreprises dédiées à la commercialisation et à l'installation de chaudières industrielles est largement acceptée par les entrepreneurs dans le contexte de la recherche. Le plan de marketing et d'exportation proposé comme solution alternative montre qu'il est réalisable et viable dans le temps, avec une VAN de 274 774,84 \$, un TRI de 52% et un Payback concluant dans la récupération totale de l'investissement dans une période de deux ans. On peut donc conclure que le projet d'internationalisation génère des revenus importants qui contribuent au développement économique de l'entreprise et du pays.

**Mots-clés :** Internationalisation, exportation, marketing, chaudières industrielles.

## INTRODUCCIÓN

El estudio y análisis sobre las exportaciones de productos nacionales hacia otros países, realza la importancia que tiene este sector para el desarrollo económico del país, por lo que este trabajo tiene como motivación diseñar un plan de internacionalización de la empresa INDUTECVIGO S.A, para su expansión hacia nuevos mercados, contribuyendo al incremento de operaciones productivas de dicha empresa, que a la vez generan oportunidades laborales a la población ecuatoriana.

Desde este ámbito, la investigación aborda entre otros puntos información relacionada sobre la exportación de calderos, con un enfoque principal hacia el mercado colombiano, sobre el cual se analizan diferentes variables como los procesos implicados en su comercialización. En este sentido, según cifras publicadas por la Asociación Interamericana de Integración (2022, pág. 8), el alza de los precios internacionales de productos básicos aunado a la demanda de mercados para la colocación de productos, bienes y servicios, se ha incrementado en un 6,5% para el año 2021, lo que significó un logro importante en la recuperación de las pérdidas sobre el de (-6,9%) durante el año 2020 como efecto de la pandemia mundial.

Se ha considerado dentro de este estudio también a otros países latinos como Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Perú, los cuales presentan un nivel de actividad económica que supera el valor de ingresos por exportación en tiempos previos a la pandemia. Por otro lado, el Fondo Monetario Internacional (en adelante FMI) prevé la recuperación económica de los países como Ecuador, Bolivia, México a partir del presente año 2022. No obstante, se toma en consideración que conflictos con repercusiones internacionales como la guerra de Rusia y Ucrania, afecten el ritmo de crecimiento económico a nivel mundial (ALADI, 2022).

Desde el panorama ecuatoriano, sin duda alguna el comercio internacional se ve afectado por los sucesivos cambios y crisis políticas, económicas y sociales. Esto no minimiza que se han creado ciertas políticas económicas que parecen trazar un camino hacia el fortalecimiento y crecimiento productivo de las pequeñas empresas, fortaleciendo su capacidad de internacionalización.

Según datos publicados por el ministro de asuntos exteriores, Unión Europea y cooperación, el principal sector de exportación con mayores ingresos se concentra en los productos petroleros, es decir, crudos y derivados. Esto conlleva a una gran dependencia de la fluctuación de precios internacionales de este importante rubro. Al respecto, para el año 2018 la cifra de exportación representaba el 40,7% total como resultados de los altos precios. Esto refuerza la necesidad de fortalecer e incentivar el sector productivo no petrolero del Ecuador, sobre todo los micros y pequeñas empresas, que componen grande parte del tejido empresarial, y principal sector como fuente de trabajo en el país. (2021, pág. 3)

Es preciso indicar que las principales exportaciones durante el año 2020 en Ecuador correspondían al sector primario con un aproximado del 79,56%, en tanto que, los productos industrializados alcanzaron el 20,44% lo que representa una muestra de la distribución sectorial de la oferta para la exportación desde el Ecuador (República del Ecuador, 2021). En este orden introductorio, es importante resaltar que el presente estudio centra su pertinencia en el desarrollo industrial de las pequeñas y medianas empresas que contribuyen al desarrollo económico nacional, y diversificar la oferta exportable, que en grande parte depende del sector primario.

Se pretende ejecutar un análisis de la empresa Indutecvigo S.A., la cual tiene un elevado potencial en desarrollo los servicios industriales y calderas; a su vez, se pretende analizar trámites, costos, inversión, regulaciones aduaneras, estrategias comerciales,

requerimientos técnicos e identificar relaciones comerciales existentes con el fin de aprovecharlas. Por otra parte, este estudio podrá servir como modelo a la industria técnica teniendo al mercado colombiano como lugar de destino.

Desde este panorama, la investigación asienta su estructura metodológica en cuatro apartados descritos como: Capítulo I, el cual describe el planteamiento y formulación del problema, objetivos y justificación; Capítulo II, en donde se presenta el marco teórico, antecedentes de la investigación y marco legal. En el Capítulo III, se describe la metodología, tipo de investigación, enfoque, análisis de resultados. Sobre el capítulo IV, se presenta el diseño de la propuesta, objetivos y procesos. Para finalizar se realizan las conclusiones y recomendaciones del estudio.

### **Antecedentes**

La historia de la empresa fundada por Edison Cesar Viteri Gómez, cuya denominación corresponde al nombre Indutecvigo S.A., comenzó a ser idealizada en 1996. El fundador tuvo inicios de carrera en el área de mantenimiento de calderos en la empresa “Calderos y afines S.A.”, de forma dependiente por 6 años, lugar donde obtuvo sus conocimientos técnicos. En base a la experiencia de estos años aprendió sobre esta área, lo cual después lo llevó a tomar la decisión de trabajar de forma independiente.

En el año 2000 después de la crisis bancaria y dolarización, el ciudadano Edison Cesar Viteri Gómez como emprendedor inició su actividad como persona natural con RUC con el nombre Servicios industriales y calderas, su nombre comercial “Servical”. Al iniciar sus actividades su primer cliente fue “Grasas Unicol S.A.” y, a raíz que iba avanzando en los trabajos lo iban recomendando por la buena mano de obra calificada; por lo tanto, al pasar del tiempo comenzó a adquirir grandes contratos de los cuales recurrió a subcontratar informalmente trabajadores. No tuvo necesidad de hacer marketing para expandir su cartera de clientes ya que por sus recomendaciones los clientes lo buscaban a él.

A medida que paso el tiempo se dio cuenta que era necesario un título universitario, por lo tanto, aparte de dedicarse a su empresa estudiaba. Para este tiempo ya tenía cargas familiares; por la sobrecarga de trabajo tuvo que dejar el estudio un tiempo. En el año 2013 hizo un viaje a Colombia para realizar seminarios por la búsqueda de representación de una marca.

A medida que su visión con este trabajo iba creciendo progresivamente en el año 2019 la empresa Indutecvigo S.A. se formó como compañía con sociedad de su hermano Richard Manuel Párraga Gómez con el nombre Industria Técnica Viteri Gómez, su nombre comercial es “Indutecvigo S.A.”. empezó con 8 trabajadores en el área operativa en las cual las áreas son soldador, ayudante técnico, técnico en caldero, tecnólogo eléctrico, supervisor de obra, ayudantes, residentes de obra. Cuenta con una persona que lo apoya en el área contable de pagos, compras, facturación, cobros, etc. Por el momento no hay departamentos financieros o de recursos humanos se espera en un futuro no muy lejano poder tener mejor organización en la empresa y así seguir expandiéndose no solo en el mercado nacional sino internacional. Los servicios que se ofrecen actualmente son:

- Construcción de estructuras metálicas
- Mantenimiento preventivo y correctivo de calderas.
- Cambios de combustión.
- Calibración del sistema para combustión (eficiencia).
- Cambios del Sistema eléctrico.
- Construcción de chimeneas
- Construcción de tanques.
- Reparación de bombas
- Arreglo total de refractario
- Adaptación de quemadores con nueva tecnología para combustión

- Suministros de Calderas Certificadas bajo norma ASME
- Venta, reparación y construcción de calderos
- Pruebas de ensayo no destructivas
- Reconstrucción e instalación paneles de controles eléctricos
- Sistema de precalentamiento y cambio de combustión
- Cambio total de tubos para fuego expandidos y soldados
- Reconstrucción y arreglo total de refractario
- Adaptación de quemadores de última tecnología

La historia de las primeras calderas está ligada a la Revolución Industrial de finales del siglo XIX. En aquellos años, donde los inventos se sucedían de forma encadenada y daban lugar cada día a nuevos artilugios, apareció la primera máquina de vapor ideada por el ingeniero escocés, James Watt. Watt no partía de cero, a principios del siglo anterior el físico francés Denis Papin había diseñado una máquina que era capaz de almacenar agua, calentarla y generar vapor. La denominada Marmita tenía capacidad para 150 litros de agua y contaba con una válvula que permitía regular la presión del vapor de agua. La popular olla a presión es heredera de aquel invento, del cual surgirían distintos tipos de calderas. La evolución hacia las calderas de gas supuso un cambio radical, tanto para las ciudades como para el entorno rural. Esa nueva manera de calentar el agua, en las llamadas calderas atmosféricas, se basaba en una serie de quemadores alimentados por gas que calentaban un serpentín por donde circulaba el agua hasta llevarla a los 90°C. Esta tecnología industrial ha supuesto un avance innovador con la aparición del sistema de condensación. En este caso se ha agregado un serpentín que cumple la función de precalentar el agua mediante la combustión.

Luego, este mismo vapor alcanza el mencionado serpentín a 150°C que se condensa y eleva el agua hasta los 70°C. Por tanto, con este tipo de procesos se requiere menor energía en el precalentamiento del agua. De acuerdo con ello, el líquido que resulta de la condensación, debe drenarse por un desagüe. Cabe decir, que las primeras calderas de vapor y las actuales tecnologías utilizadas para generar calor, han sido parte de la vida de las familias a nivel global, contribuyendo a producir un clima cálido y habitable en los hogares e instituciones (Endesa, 2021).

Una investigación realizada por Idrovo (2022) relacionada con la exportación de pastillas ambientales hacia Colombia, estableció el objetivo de elaborar un plan para el cual se consideró lineamientos locales y externos para la internacionalización de la empresa Calbaq. La metodología utilizada se enmarcó en el tipo bibliográfico, lo cual permitió la realización de los estudios financieros y factibles para la determinación de ganancias, utilidades y costos implicados en el proceso de exportación de productos a través del desarrollo de estrategias como en el área del marketing. Los resultados obtenidos indicaron que las relaciones comerciales entre Ecuador y Colombia son un excelente mecanismo para el logro de objetivos en las exportaciones, dado que cuentan con tratados que disminuyen barreras arancelarias con la aplicación del certificado de origen, entre otros beneficios que facilitan el intercambio comercial.

## **CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **Contextualización del problema**

Las principales problemáticas de la empresa para su expansión en el mercado internacional serian la falta de personal especializado en el comercio exterior, como información arancelaria y comercial específica para exportar a diferentes mercados.

Actualmente las actividades comerciales a nivel internacional contribuyen favorablemente en el desarrollo económico de los pueblos, por cuanto el intercambio de productos facilita las relaciones entre países que a través del comercio abastecen las necesidades sustentables de la población. En este campo económico, el Instituto de investigaciones jurídicas de México (S/F) refiere que: “el comercio exterior de un país es un importante sector que responde a los intereses nacionales del Estado, que en manos de sus gobiernos regulan su inserción con principios del comercio multilateral e internacional” (p.3).

El principal problema se centra en el desequilibrio de la balanza de pagos a través de las exportaciones, cuando por productos derivados de la importación son más elevados que los productos destinados a la exportación, lo que no retribuye los costos y egresos de las operaciones en inversiones para la producción de la industria manufacturera. De este modo, el presente estudio se orienta a la búsqueda de un impulso a la producción y desarrollo económico de las pequeñas empresas, internacionalizando la producción nacional y elevando las rentas para futuras transacciones en otros mercados potenciales. De acuerdo con esta problemática, se formula la siguiente pregunta a resolver (Instituto de Investigación Jurídica México, S/F).

## **Formulación del problema**

¿Cómo contribuye la internacionalización de la empresa INDUTECVIGO S.A., a la ampliación de mercados y nivel de ingresos en la organización?

## **Justificación**

El estudio realizado se justifica desde la perspectiva económica por cuanto brinda una alternativa para el desarrollo de las pequeñas empresas y por ende al desarrollo local y nacional del Estado ecuatoriano. De esta forma se analizan un compendio de bases teóricas que sustentan científicamente la importancia de las actividades de internacionalización y exportación de productos que favorecen las relaciones entre los países vecinos en Latinoamérica.

Desde este contexto, se realiza una revisión teórica, en la que se brinda una perspectiva para la comprensión de estrategias comerciales, considerando que Ecuador goza de una ubicación estratégica privilegiada en la zona transfronteriza con el hermano país de Colombia, lo que permitirá establecer relaciones comerciales abordando los medios y canales de distribución con una logística accesible tanto en el transporte como en los procesos legales regulados por los Estados.

En cuanto a la justificación práctica, se abordan procesos que ofrecen una orientación para el diseño de fases y procedimientos para la internacionalización de las pequeñas empresas, donde se considera como organización líder en la producción de artículos básicos a la empresa INDUTECVIGO S.A.; la importancia de promover la expansión en nuevos mercados marca un punto relevante en la producción local, nacional e internacional, donde muchas otras empresas podrán inspirarse para incrementar sus rentas e inversiones futuras.

Desde este panorama, a modo general se justifica el presente estudio en todos los aportes teóricos, prácticos, metodológicos, sociales y científicos en la base los diversos análisis relacionados con la producción y procesos productivos a partir de un caso práctico específico. En este sentido, el estudio es pertinente por la necesidad de promover y/o mejorar la empresa Indutecvigo S.A. estrategias que contribuyan a elevar el desarrollo local y nacional en Ecuador, fomentando con ello, las relaciones entre países hermanos como Colombia y el impulso hacia el equilibrio de la balanza comercial a través de planes de exportación.

### **Objetivo General**

Analizar la factibilidad que tiene la empresa INDUTECVIGO S.A., para la exportación de calderas industriales hacia el mercado colombiano.

### **Objetivos Específicos**

- Analizar la factibilidad financiera de la empresa INDUTECVIGO S.A., para la exportación de calderas industriales hacia el mercado colombiano.
- Determinar los factores implicados en el proceso de exportación de productos hacia mercados en Colombia.
- Diseñar un plan de exportación de calderas industriales producidas por la empresa INDUTECVIGO S.A., para el incremento de ingresos.

### **Preguntas científicas**

¿Cuál es la factibilidad que tiene la empresa INDUTECVIGO S.A., para la exportación de productos hacia el mercado colombiano?

¿Cuáles son los factores implicados en el proceso de exportación de productos hacia mercados en Colombia?

¿Cómo diseñar un plan de exportación de calderos producidos por la empresa INDUTECVIGO S.A., para el incremento de ingresos?

### **Alcance**

El presente estudio expone la propuesta de un plan para la exportación de calderos que permitirá obtener conocimientos sobre la factibilidad financiera con respecto a la internacionalización de la empresa INDUTECVIGO S.A.

### **Delimitación**

**Campo de investigación:** Comercio y exportación

**Objeto de estudio:** Plan de internacionalización

**Estrategia comercial:** Exportación de calderos desde Ecuador hacia mercados de Colombia.

**Espacio de distribución:** Guayaquil – Colombia

**Periodo:** 2022-2023

### **Idea a defender**

¿El diseño de un plan de internacionalización y comercialización de la empresa INDUTECVIGO S.A., garantiza el incremento de ingresos y ampliación de mercados en Colombia?

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **Fundamentación Teórica**

#### **TEORÍAS**

##### **Internacionalización de productos nacionales:**

Sobre este punto de análisis, Albertoni y Horta (2021, pág. 78) indican que la internacionalización se refiere a un proceso dinámico y complejo que es difícil de caracterizar, pero debe ser descrito y analizado en profesiones y académicos por igual. Es claro que se trata de un fenómeno complejo y muchas veces vago, con un alto nivel de heterogeneidad que dificulta su definición. En este sentido, hoy en día existe un claro problema de división conceptual de los términos clave necesarios para comprender y describir estos fenómenos empresariales. Por lo tanto, se requiere una cuidadosa distinción conceptual de los términos clave que caracterizan esta nueva realidad empresarial.

Citando a los autores Lechuga y Leyva (2020, pág. 101), se define la internacionalización de una empresa como estrategia corporativa de crecimiento a través de la diversidad geográfica internacional a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente las diversas actividades de la cadena de valor de la empresa y la estructura organizacional, recursos y capacidades basadas en el entorno internacional y el aumento del conocimiento. Cada vez son más las empresas que se dirigen al comercio internacionales, como lo demuestran las estadísticas mundiales de comercio e inversión. Existen varias teorías que explican por qué las empresas cristalizan en empresas internacionales, cada una de las cuales se detalla a continuación:

### ***Teoría de la internacionalización (Coase 1937):***

Desde la perspectiva de Navarro y Rodríguez (2019, pág. 16) indican que se basa en la teoría de los costos de transacción, y la internacionalización se justifica si los beneficios de abrir un nuevo mercado superan los costos de aprendizaje y establecimiento que implica expandirse al exterior. Los autores anteriores también señalan que, en muchos casos, la teoría de la internacionalización organizacional se divide en tres enfoques principales:

1. El primero se refiere a la internacionalización desde una óptica económica,
2. El segundo hace alusión a la internacionalización como un proceso empresarial,
3. El tercero se encuentra la internacionalización desde la perspectiva de redes.

### ***Teoría del ciclo de vida de un producto (Vernon 1966)***

De acuerdo con García (2022, pág. 38) la ubicación de las empresas depende del grado de estandarización de sus ofertas. Cuando se obtiene una ventaja de monopolio a través de la diferenciación del producto, primero debe exportarse a los países desarrollados, y cuando pierde gradualmente su condición de oligopolio, el producto debe abandonarse o buscar una nueva ubicación donde los costos sean difícilmente alcanzables por sus competidores. La teoría del ciclo de vida del producto nace como respuesta a la incapacidad de la teoría de Heckscher-Ohlin (teoría del factor abundante) para explicar los patrones de comercio de ciertos bienes. Esta teoría implica que, en las primeras etapas de la vida de un producto, la mayoría de los productos se fabrican y exportan en países desarrollados. La producción comienza en otros países cuando el producto es aceptado en el mercado internacional y la tecnología se está extendiendo por el mundo (García, 2022, pág. 38).

Como resultado, Vernon (1966) citado por (Blacutt M., 2013) sugiere que, en la etapa de madurez, el producto se puede exportar de vuelta al país donde se inventó. A continuación, se analiza la idea detrás del modelo, que identifica tres etapas en el ciclo de vida del producto:

1. Nacimiento del Producto (Nuevo Producto). Se espera que un nuevo producto o proceso productivo tenga lugar en un país industrializado con el mayor PIB per cápita y el mayor costo laboral, las decisiones al respecto dependerán de la disponibilidad de mano de obra altamente calificada en el país. En esta fase, el nuevo producto tiene como destino único el mercado nacional de ese país.
2. Madurez del Producto (Producto en Desarrollo). Están comenzando a exportar sus productos a otros países con ingresos y preferencias similares. Esto se debe a que la tecnología desarrollada es estabilizada y requiere menos capital y mano de obra calificada. La flexibilidad de precios de la demanda está aumentando. Se crea un nuevo competidor (imitador) entre países con ingresos similares y costes laborales ligeramente inferiores a los de su país de origen. Los cambios en la producción, la estructura del mercado y el consumo significan la difusión de tecnología, el crecimiento de la producción y el consumo, y el aumento de las exportaciones a países con bajos costos laborales y moderados niveles de desarrollo.
3. Estandarización del producto (Producto Estandarizado). La exportación de este producto desde el país del inventor disminuye a medida que otros países comienzan a replicar y fabricar el producto. La tecnología es estándar. La intensidad de la mano de obra no calificada reduce continuamente el costo de producción por unidad y permite una fuerte producción en masa. El consumo de productos está disminuyendo y la estructura del mercado es inestable.

Especialmente en los países en desarrollo, el número de países productores aumenta mientras que los países desarrollados dejan de producir. Esto permite que el estado de inventores importe bienes que comenzaron a comercializarse a nivel nacional en la primera fase (García, 2022).

***Teoría del comportamiento oligopolista (Knickerbocker 1973 y Vernon 1974):*** de acuerdo con González (2019, pág. 11) matizan que la estructura del mercado explica la internacionalización. En el oligopolio (un mercado con pocas empresas grandes) las empresas son interdependientes y la expansión de una de ellas obliga a los competidores a mantener también una posición relativa en el mercado. Como ejemplo de esta teoría, se puede señalar que la industria automovilística europea (claro ejemplo de oligopolio) se expande con claros paralelismos, hace años el grupo Volkswagen Está ampliando su presencia en el mercado norteamericano, y Fiat ha adquirido la estadounidense Chrysler como una forma de consolidarse en ese mercado.

Así mismo, el autor señalado anteriormente indica que este modelo desarrollado por Knickerbocker (1973) justifica el proceso de IDE (Integrated Development Environment) En las estrategias de defensa seguidas por empresas integradas en sectores industriales que presentan una estructura de oligopolio. Un número limitado de grandes empresas que se consideran competidores directos en este sector dominan el mercado global, lo que es un arma de defensa de la IDE que permite a las empresas defender su posición competitiva en este mercado.

Desde la perspectiva del autor citado anteriormente, La IDE resultante de una estrategia defensiva puede ser de carácter preventivo (realizada por un determinado competidor en un mercado determinado para anticipar su posible realización en ese mercado) o de imitación (con el fin de duplicar una IDE realizada previamente por un competidor). La

IDE preventiva es un medio de proteger la posición de una empresa en los mercados internacionales mediante la predicción de los movimientos y las inversiones de los competidores clave y, por lo tanto, evitar que obtengan rentas de monopolio en un mercado anfitrión en particular. Así, Es posible que este tipo de IDE no brinde beneficios económicos inmediatos a las empresas de inversión en términos de bajos costos o altos rendimientos, sino que solo puede producir rendimientos a largo plazo de carácter estratégico.

Finalmente, González (2019) menciona que las IDE imitativas su objetivo principal es proteger la posición competitiva de la empresa en el mercado internacional. Sin embargo, constituyen una respuesta o contestación de una empresa a los movimientos realizados en los mercados exteriores por parte de sus competidores. En los sectores manufactureros que cuentan con las estructuras descritas anteriormente (especialmente aquellos donde los competidores ofrecen productos indistinguibles), es común que las empresas dupliquen algunas de las iniciativas estratégicas de sus competidores, incluida la IDE. Ello genera un efecto dominó en el proceso de penetración internacional de los mercados y de localización/deslocalización de las IPE.

***Teoría ecléctica (Dunning 1973):*** los autores Moreno & Peñaherrera (2020, pág. 53) señalan que esta teoría intenta unificar las teorías anteriores con el entendimiento de que ninguna de ellas está completa por separado. Se observa que una empresa decidirá invertir en el extranjero sí coinciden tres factores: propiedad de activos tangibles o intangibles, inversión rentable y una ubicación de destino beneficiosa para permanecer en el mercado nacional; que las empresas encuentren ventajoso explotar los activos ellas mismas en ese otro país. Esto se le denomina paradigma OLI (Ownership, location, internationalization).

Según Dunning (1973) los atributos para producir servicios eficientes en el proceso internacionalizador son los siguientes:

1. El acceso exclusivo o privilegiado a ciertos activos (habilidades técnicas, gerenciales, financieras o de marketing) que les permita producir bienes o servicios a un costo menor.
2. La capacidad de organizar y coordinar de manera más eficiente estos y otros activos complementarios para crear una variedad de actividades de valor agregado y proporcionar una ubicación adecuada.
3. Una economía cohesiva y aceptada debe proporcionar bienes o servicios innovadores o complementarios que mejoren la competitividad de una empresa.

Así mismo, los autores Moreno & Peñaherrera (2020, pág. 53) indican que para las empresas que posean ventajas propias les será más fácil la venta o alquiler a otras firmas; es decir, será más fácil avanzar hacia la internalización aprovechando nuevas actividades y ampliando la cadena de valor. Cuando se determinan ciertos o exclusivos beneficios en la empresa, estos beneficios son interiorizados y utilizados en lugar de la venta y exportación, inversión directa, transferencias mediante licencias o relaciones contractuales con el extranjero.

***Teoría de la organización industrial (Hymer 1976):*** de acuerdo con Martos (2019, pág. 161) las empresas multinacionales existen porque están ciertas ventajas competitivas que motivan a algunas empresas a expandirse internacionalmente para aprovecharlas. En otras palabras, la atención se centra en explicar por qué podrían estar interesados en invertir en el extranjero porque tienen una ventaja de costos independiente sobre otras empresas en el país anfitrión (economía, lengua, leyes, política, etc.).

Principalmente, Hymer (1976) resaltó tres tipos. En primer lugar, las ventajas de tamaño pueden derivarse principalmente de la tecnología, el marketing o la gestión de una organización, lo que reduce los costes medios. En segundo lugar, la diferenciación del producto, que consiste en el diseño o la calidad física de los productos, marcas, esfuerzos publicitarios, etc. de la competencia. En tercer lugar, es una ventaja de costos absoluta, como el control de una tecnología de producción superior y la imperfección en el mercado de los factores de producción. La posibilidad de obtener estos productos de esta forma hace posible ponerlos a un precio inferior al de sus competidores.

En resumen, la teoría de la organización industrial se adapta bien a los servicios. Aunque, vale la pena pensar que la producción y el consumo están indisolublemente ligados, lo que los motiva a enfocarse en el capital humano. Por lo tanto, el desarrollo de beneficios propios como la innovación, el conocimiento, la especialización, etc., depende de la fuerza de trabajo que debe convertir toda la información que recibe del mercado en aprendizaje organizacional y desarrollo de habilidades.

#### ***Modelo de Uppsala (Johanson y Vahlne 1977),***

En relación a este modelo Jiménez y Ospitia (2020, pág. 42) señalan que este modelo surgió en la universidad sueca de Uppsala sostiene que las pequeñas y medianas empresas inician sus operaciones en el país, y poco a poco la lógica de diferentes decisiones graduales puede llevar a la internacionalización. Primero venden esporádicamente en el exterior, luego continúan el proceso de normalización de las exportaciones y establecimiento de sucursales independientes a través de agentes independientes, y en la etapa final de desarrollo instalan unidades productivas en el extranjero. El modelo predice que, en un país en particular, a medida que una empresa adquiere conocimiento de ese mercado, aumentará gradualmente los recursos invertidos en ese país.

Este modelo también se llama gradación, y existe amplia evidencia de que las sociedades han seguido este patrón evolutivo. Jiménez y Ospitia (2020, pág. 42), mencionan que concretamente, el modelo de Uppsala sostiene que Si bien no es posible analizar las diversas etapas de la internacionalización de una empresa de forma independiente, deben verse como el proceso completo de internacionalización. En esta línea, el modelo pasa por los siguientes cuatro pasos, que los autores denominan “cadena de entrada” cuando una empresa quiere entrar en un mercado extranjero específico:

1. Exportaciones no regulares o esporádicas,
2. Exportación a través de agentes comerciales independientes,
3. Establecimiento de subsidiarias comerciales en el país extranjero y,
4. Establecimiento de subsidiarias de producción en el extranjero.

En resumen, los autores Jiménez & Ospitia (2020, pág. 42) concluyen que cada etapa representa una mayor participación de una empresa en los mercados extranjeros en términos de experiencia e información sobre los mercados extranjeros y los recursos que invierten en estos mercados.

### ***Teoría de la diversificación de riesgos (Rugman 1981),***

Según expresan Cayetano y Falero (2018, pág. 37) la motivación de una empresa internacional es diversificar sus inversiones en las que se diversifica el riesgo y se protege de los riesgos derivados de las circunstancias adversas propias de cada país. Rugman (1981) presentó complementando las teorías anteriores, la teoría de la diversificación del riesgo confirma que los motivos de las empresas exportadoras no dependen únicamente de la situación económica de un país en particular diversificando sus inversiones para diversificar su riesgo.

En resumen, Cayetano y Falero (2018) indican que, Si bien la producción en el extranjero se entiende como diversidad en relación con la producción nacional, la fabricación de una variedad de productos en el extranjero se considera “doble diversidad” en términos de producto y ubicación. En este mismo trabajo de Rugman (1981), una empresa multinacional se define como una empresa con ciertas ventas y producción en el extranjero, donde el proceso de producción se realiza en una filial en un país completamente diferente, o una empresa multinacional se define como una empresa que establece filiales en tres o más países.

***Teoría de la localización (Porter 1990):***

Sobre esta teoría Leiva (2020, pág. 23), menciona que Esta teoría se refiere a los factores de ubicación como pioneros de la expansión en el extranjero, y el mayor representante es Michael Porter. Porter (1990) en su libro *The Competitive Advantage of Nations* intenta descubrir por qué en determinados territorios hay empresas líderes a nivel mundial de un sector específico. Asimismo, trata de enumerar los países en donde hay mayores porcentajes de productividad sectoriales y explicar los liderazgos logrados.

Así mismo, el autor mencionado anteriormente señala que el modelo de Porter se basa en cuatro componentes: condiciones de la demanda, sectores relacionados y de apoyo, dotación factorial, y estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. Añade dos variables que son la casualidad y la actuación del Gobierno. Lo que permite que una empresa se convierta en líder en su campo es un diamante que determina la superioridad nacional a través de una combinación de cuatro factores, y se conoce como un diamante perfecto cuando se suma a las otras dos variables. Analizar las combinaciones de estos factores que se refuerzan entre sí le ayuda a tomar decisiones racionales sobre por qué, cómo y dónde internacionalizar sus actividades empresariales.

En este sentido Leiva (2020), indica que el primer componente, condiciones de la demanda interna, una empresa con una alta demanda de los clientes cultivará una ventaja competitiva, ya que debe cumplir con las expectativas y mejorar continuamente su competitividad. En esta situación, las empresas gubernamentales que hayan recibido advertencias del mercado interno tendrán una ventaja competitiva de antemano.

Siguiendo al autor, menciona que en lo referido a los sectores relacionados y de apoyo va a ser significativo tener la colaboración de una industria auxiliar innovadora. Los sectores relevantes se refieren a sectores en los que se coordinan actividades conjuntas o en otros sectores en los que se fabrican productos complementarios. Porter ha demostrado que los sectores con liderazgo internacional tienen relaciones muy estables con proveedores y sectores afines, y estas relaciones se forman con la formación de clústeres.

Al aludir a la dotación factorial, Porter engloba a la tierra, trabajo, capital, recursos físicos, conocimientos, condiciones climáticas, infraestructuras y ubicación geográfica. No cree que este componente sea el mayor responsable de atraer la internacionalización, porque cree que la asignación de factores tiene una percepción dinámica por lo que el resultado no tiene suficiente sustancia para llegar a un razonamiento general (Leiva, 2020).

La estrategia, estructura del mercado y rivalidad de las empresas es el componente que versa sobre los competidores del sector. La estrategia que acompañe a la gestión y filosofía de gestión debe adaptarse a las condiciones específicas de cada empresa, como impartir factores que permitan la competitividad global del sector. La estructura, se tiene en cuenta las ubicaciones geográficas, y lo general es que los competidores en el país estén a corta distancia entre sí. También reconoce que el liderazgo en el sector implica una fuerte competencia competitiva a nivel nacional.

Esto hace nuevamente a las empresas estar en continua renovación y mejora para superar a los rivales; Las empresas que sobreviven a esta presión de sus competidores locales están acumulando el conocimiento que necesitan para luchar con éxito en otros países internacionales donde la competencia entre sus participantes puede verse debilitada.

Por otro lado, el autor Leiva (2020) indica que están los otros dos componentes complementarios, la casualidad crea discontinuidades que alteran las condiciones del diamante. Por ejemplo, la discontinuidad de los factores de costos debido a la recesión económica, los disturbios políticos o la inseguridad laboral pueden tener un impacto. Finalmente, los gobiernos pueden influir, positiva o negativamente, en los factores de ventaja competitiva que componen los diamantes.

## **DEFINICIONES**

### **Comercio exterior**

Con respecto a este punto de estudio, Pérez (2022, pág. 1) menciona que del latín commercium es el origen del término comercio, que significa comercio, este vocablo se forma a partir del sustantivo merx, mercis (mercancía) y el sufijo com (reunión). El comercio es la actividad de compra o venta de bienes con el fin de transformarlos, revenderlos o utilizarlos. Este es un trato que consiste en intercambiar una cosa por otra (generalmente dinero).

El comercio, en el contexto de este término, es una negociación que involucra la compra, venta e intercambio de bienes y servicios, y en el exterior se refiere a algo que se realiza fuera del mercado ordinario, como en otros países regulado por un contrato o tratado sindical.

Roldán (2017), define el comercio exterior como:

Un acuerdo comercial entre un residente de un país y un residente del resto del mundo. El comercio exterior se centra en el estudio de las relaciones económicas entre dos o más países. Una compra es una importación, las ventas son una exportación y la diferencia entre el precio de compra y las ventas es la balanza de pagos. Estrechamente relacionado con el desarrollo económico nacional (p.1).

Por su parte, la autora Basurto (2022) define el comercio exterior como:

Recopilación de transacciones comerciales, compra (importación), venta (exportación) e intercambio de bienes y servicios entre un país u otro país. El comercio exterior permite el ingreso de divisas a través de las exportaciones y el cumplimiento de requerimientos internos para la adquisición de bienes, mercancías o servicios que puedan satisfacer o satisfacer la demanda del mercado interno. Requiere convenios, convenios y acuerdos internacionales, que regula las operaciones comerciales a celebrar (p.5).

En resumen, de las definiciones antes mencionadas, el comercio exterior lo realizan las personas que compran bienes en el extranjero durante sus viajes de vacaciones, las empresas privadas que exportan e importan bienes y servicios los implementan para integrarse a la cadena productiva, y el comercio exterior se rige por la política gubernamental, la economía y los acuerdos internacionales.

### **Incoterms**

Con respecto a este punto, López (2016, pág. 1) señala que los INCOTERMS son reglas elaboradas por la Cámara de Comercio Internacional, que se utilizan en los contratos de

compraventa internacional. Su nombre proviene de international commercial terms (términos internacionales de comercio).

Por otra parte, Huamán (2020, pág. 106) define los INCOTERMS como un conjunto de reglas que establece de forma clara y sencilla las obligaciones que se aplican tanto a los compradores como a los vendedores en las ventas internacionales en materia de suministro de bienes, licencias, aprobaciones y formularios que deben cumplir en las ventas internacionales. También describe quién es responsable del despacho de aduanas en el país de exportación o importación, quien es responsable del contrato de seguro y transporte de mercancías, lugar y responsabilidades de quien entrega y recibe la mercancía. Tiempo para transferir riesgos y costos del vendedor al comprador. Cómo notificar las negociaciones, presentación de documentos para la reclamación de mercancías, incluidos documentos relativos a controles, embalaje y marcado, entre otros aspectos.

El autor mencionado en el párrafo anterior menciona que los INCOTERMS son por tanto Expresión de precios de mercancías en diferentes situaciones y momentos a lo largo del proceso de distribución de mercancías sujetos al comercio internacional. El precio varía según el momento y el lugar, pero se debe tener en cuenta que siempre le da al vendedor el mismo beneficio. Salvo que el vendedor pueda tener derecho a un descuento sobre la cantidad, la corrección del envío y otros aspectos que pueda realizar el corredor. Sólo se consideran posibles exportadores cuando el exportador controla el proceso de distribución de mercancías en su país y en el país del importador.

### **Procesos productivos**

Desde la concepción de Vélchez (2016, pág. 24) se define proceso como un conjunto de actividades que utilizan recursos para convertir componentes de entrada en bienes o

servicios que pueden satisfacer las expectativas de varias partes interesadas, incluidos clientes externos, clientes internos, accionistas y comunidades.

Por otra parte, la autora Castro (2020, pág. 14) define como proceso a una Conjunto de acciones con valor agregado y vinculado que convierte un input en un producto o servicio. Todo proceso de manufactura es un sistema de interacciones relacionadas dinámicamente que tienen como objetivo convertir ciertos elementos de "entrada" llamados elementos en ciertos componentes de "salida" llamados productos, que representan "capacidades" cuyo objetivo principal es aumentar su valor para satisfacer las necesidades.

Infiriendo de las definiciones antes citadas, se puede concluir que un proceso es una serie de acciones que conforman una secuencia, y dado que su función principal es convertir las materias primas en productos finales para crear valor para los clientes, es una secuencia de acciones vinculadas entre sí. En el caso de productos, dar respuestas e información satisfactoria a los clientes.

Según Castro (2020, pág. 14), con el impacto que generan en el resultado final, existen tres tipos de procesos en una organización: estratégicos, clave, y de soporte:

**Estratégicos:** Los medios por los cuales una organización define, planifica, organiza y controla sus políticas, metas, objetivos y estrategias. Se refiere a la planificación y desarrollo de la visión, misión y valores de la organización. Proporciona orientación y límites para la continuación del proceso y, por lo tanto, afecta a toda la organización.

a) **Clave:** Responde a la razón de ser de la empresa e incide directamente en todas las necesidades de los clientes, y por constituir el ciclo de vida vital, es el héroe en el logro de las metas trazadas por la empresa.

b) **Soporte:** Son todas las personas que aportan los recursos necesarios y apoyan el desarrollo de los procesos centrales de la organización. En definitiva, es una

actividad secundaria en la cadena de valor que tiene clientes internos o apoya procesos clave (Medina & Nogueira, 2019).

**Sector primario:** El sector primario incluye todas las actividades económicas dedicadas a la explotación de recursos naturales, obteniendo a cambio materias primas. Estas se destinan al consumo humano directo o a su transformación por parte del sector secundario. Es decir, el sector primario es el encargado de extraer directamente los bienes que proporciona la naturaleza, sin modificarlos en un proceso industrial. (Caballero, 2022)

**Calderas industriales:** Las calderas industriales son equipos utilizados para generar vapor, uno de los elementos vitales dentro de casi cualquier industria, ya que el vapor es empleado para intercambio de calor y otros procesos industriales. (Noguera, 2021)

**Arancel:** Arancel es el impuesto que se debe pagar al Estado a través de la aduana por los bienes que se desea importar o exportar. Tipos de aranceles

El arancel es un derecho de aduana convertido en ley para regular la entrada y salida de mercancías por las fronteras de un país. Los aranceles aplicados a la importación y a la exportación son diferentes para cada producto y cada Estado. (Significados, 2017)

## CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

El proceso metodológico es concebido por Pulido (2015) como un paso o fase que un investigador debe tomar para lograr un objetivo específico en un estudio, con el objetivo de resolver el problema en cuestión. En este sentido, se utilizan métodos científicos, basados en diversas técnicas como la observación, demostración e interpretación de la información recopilada sobre el tema objeto de estudio.

La metodología utilizada en este estudio consiste en una serie de pasos y procedimientos específicos al enfoque, tipo de estudio, técnicas de recolección y procesamiento de datos, población y muestra de estudio. Todo ello permitió sacar las conclusiones oportunas en cuanto al enfoque de internacionalización, la expansión de mercado y el nivel de ingresos de INDUTECVIGO S.A. Ante esta problemática, la metodología se enfoca en objetivos definidos, cuyos elementos se explican a continuación.

### **Enfoque y tipo de investigación**

Se prefiere un enfoque cuantitativo ya que el proceso de investigación utiliza herramientas de recolección y procesamiento de datos de acuerdo con la medición y descripción de datos estadísticos e indicadores financieros que permitan la toma de decisiones ante la necesidad de comercializar productos a nivel internacional. El enfoque cuantitativo es concebido por Hernández, S., Fernández, C., y Baptista, M. (2017) como un conjunto de elementos que tratan sobre los planes, procedimientos y métodos utilizados para desarrollar la investigación.

En consecuencia, la investigación con enfoque cuantitativo permite el uso de medios técnicos y programas para medir variables a través del análisis estadístico. Esto contribuye al planteamiento resultante, en el cual el presente estudio examina la factibilidad de exportar los productos de INDUTECVIGO S.A. al país de la hermana Colombia.

### **Tipo de estudio y alcance**

Para este elemento del proceso de investigación, se enmarcará en tipos documental, de campo y aplicada, con áreas descriptivas y exploratorias que se detallan a continuación.

***De Campo***; El estudio consiste en recopilar información clave sobre el área de estudio, es decir, INDUTECVIGO S.A., por lo que esta área se considera como tipo de campo en

relación con los datos obtenidos a través de la aplicación de la herramienta en el contexto de los problemas abordados en esta investigación. Este tipo de estudio, es fundamentado en la definición propuesta por Palella y Martins (2017) quienes señalan que: “consiste en recoger datos directos sobre la realidad en la que se produce el fenómeno de estudio, sin necesidad de manipular variables” (p.88).

***Alcance descriptivo***; El alcance de este estudio es descriptivo ya que ha ayudado a establecer el estado actual del proceso productivo de INDUTECVIGO S.A. lo cual fue útil en el análisis de indicadores financieros para evaluar la factibilidad de internacionalizar la producción y aumentar los ingresos en este ámbito de estudio.

***Alcance exploratorio***; Esta es una realidad que se busca dar a conocer a través de diversos análisis teóricos y financieros, a través de la evaluación de indicadores que puedan determinar la factibilidad de planes de exportación de calderas industriales a otros países como Colombia y nuevas investigaciones en la fecha, esta área de negocios ha sido desaprovechado.

### **Población y muestra**

Desde la concepción de Arias (2012), Se define como la totalidad de elementos a examinar con propiedades similares. Esto incluye personas, documentos u objetos agrupados cuyas propiedades se analizan. De igual forma, los autores anteriores consideran que la población puede ser finita o infinita dependiendo de las limitaciones del problema y del propósito planteado.

En este orden de ideas, la población abordada en el presente estudio se limita a 11 empresas que actualmente se encargan de procesos industriales en la producción de calderas industriales en el cantón de Guayaquil, que de acuerdo con la información tomada del Directorio de Calderas Guayas (2022), las cuales se detallan a continuación.

Tabla 1. *Distribución de la población*

Nº	Descripción	Actividad
1	Calcontrol Cia Ltda	Calderas a vapor, mantenimiento y limpieza
2	Asmee s.a.	
3	Calderos & Afines s.a.	
4	Calser s.a.	
5	Calderos y reparaciones recal	
6	La Casa del vapor	
7	Sol Ferr Serv. Ind	
8	Camfoss s.a.	
9	Multi Sauna y Vapor	Baños turcos, Jacuzzi, tinas, hidromasajes, equipos para piscinas, otros.
10	Carbelect	Calderas industriales carbón
11	Termacific	Tubería de acero, calderas, calderas para vapor y mantenimiento, limpieza, torres de enfriamiento, torres metálicas, tuberías.

Fuente: Directorio de Calderas Guayas (2022)

### ***Muestra del estudio***

Como se puede observar en la Tabla 1, la población es finita y conocida, por tanto, es accesible para la aplicación del instrumento de recolección de datos. En este sentido, se considera como muestra del estudio a los representantes de las 11 empresas antes descritas. Esto en base a la definición de Arias (2012) quien señala que: “la muestra es un selección representativa y finita extraída del conjunto total de elementos que comprende la población” (p.83).

Los resultados del nivel de confianza dan cuenta de las muestras a través de un proceso probabilístico, y simple. Esto se debe a que se trata de una población finita y accesible en la que comprobar la fiabilidad de la muestra de estudio. En este sentido, se contacta con los funcionarios de la empresa por correo electrónico para obtener información sobre la investigación previa solicitud.

### **Técnicas de recolección**

Durante el proceso de investigación se utiliza las siguientes técnicas para recopilar información:

***Encuesta estructurada;*** es concebida por Palella y Martins (2017) como las que se utilizan para obtener datos de varias personas con el fin de analizar la opinión del investigador de interés” (p. 134). En el caso de este estudio, se envió un cuestionario estructurado a representantes de empresas productoras de calderas industriales en la

ciudad de fabricación Guayaquil, enviado para recibir información sobre el proceso de internacionalización de calderas industriales para Colombia.

### **Proceso de análisis de información**

El proceso de análisis de los datos recopilados se basa en una serie coherente de pasos, que se describen a continuación.

- Determinar la problemática abordada para el desarrollo de la investigación
- Fundamentar teóricamente las variables abordadas en el tema estudiado
- Diseño de la metodología según los objetivos propuestos
- Diseño de instrumentos de recolección de datos
- Análisis de la información recopilada. Para ello se utilizaron los programas SPSS y EXCEL para evaluar e interpretar datos estadísticos sobre la internacionalización de calderas industriales de Guayaquil a Colombia.
- Elaboración del plan de exportación e internacionalización de la empresa INDUTECVIGO S.A, basado en los datos obtenidos a través de la encuesta aplicada a los representantes de las empresas productoras de calderas industriales en la ciudad de Guayaquil.
- Análisis de estados financieros para determinar la factibilidad y viabilidad del plan de internacionalización diseñado.
- Conclusiones y recomendaciones.

### **Análisis de la información**

**Objetivo:** Determinar los factores implicados en el proceso de internacionalización de la empresa INDUTECVIGO S.A, para la exportación de calderos industriales.

**Instrucciones:** A continuación, se presentan 7 ítems para responder de acuerdo a su opinión marcando con una (X) la alternativa que considere correcta.

---

Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

---

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
1	¿Considera importante la internacionalización de las empresas?					
2	¿Está dispuesto a implementar acciones para la internacionalización de la empresa?					
3	¿Será Colombia uno de los principales destinos para la internacionalización de la empresa?					
4	¿Comprende el cumplimiento de los procesos legales implicados en la internacionalización de las empresas nacionales hacia nuevos mercados extranjeros?					
5	¿Considera que la internacionalización de la empresa llevará a un aumento de ingresos?					
6	Considera pertinente diseñar planes de exportación para la colocación de calderas industriales en el contexto de Colombia					
7	Considera factible la internacionalización de las empresas productoras de calderas industriales en el mercado colombiano					

### **Procesamiento de la información**

Aplicación de la encuesta a 11 representantes de las empresas productoras de calderas industriales en la ciudad de Guayaquil cuyos resultados se procesaron a través del uso de los programas tecnológicos Excel y SPSS. Esto le sirve a la empresa como uno de los tantos factores para poder analizar si convendría una internacionalización.

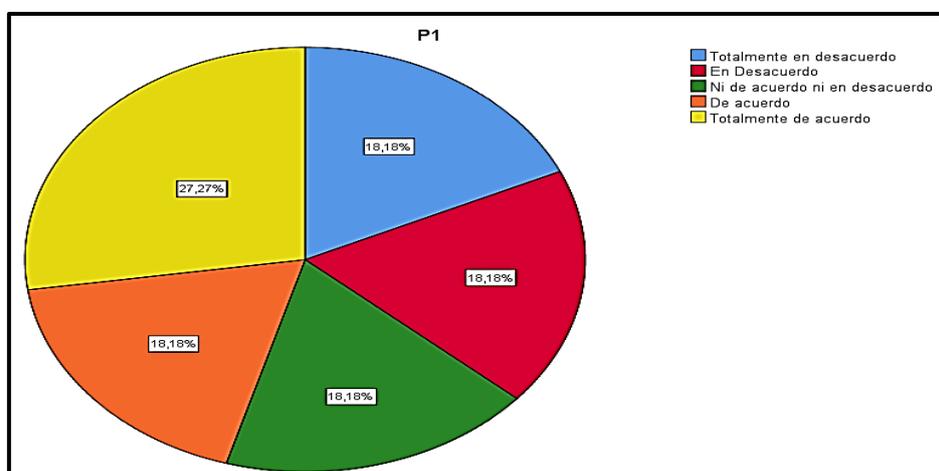
**Tabla 2.** ¿Considera importante la internacionalización de las empresas?

Pregunta 1.		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	18,2
	En Desacuerdo	2	18,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	18,2
	De acuerdo	2	18,2
	Totalmente de acuerdo	3	27,3
	Total	11	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a representantes de empresas fabricantes de calderas industriales

Elaborado por: la autora (2022).

**Figura 1.**



Fuente: Encuestas aplicadas a representantes de empresas fabricantes de calderas industriales

Elaborado por: la autora (2022).

**Análisis:** Los resultados observados muestran que el 18,2% dice estar totalmente en desacuerdo, 18,18% desacuerdo, 18,2% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 18% de acuerdo y 27% totalmente de acuerdo. Esto significa que la mayoría de los representantes fabricantes de calderas industriales han pensado la posibilidad de expandirse internacionalmente y ampliar el rango de mercados en el extranjero.

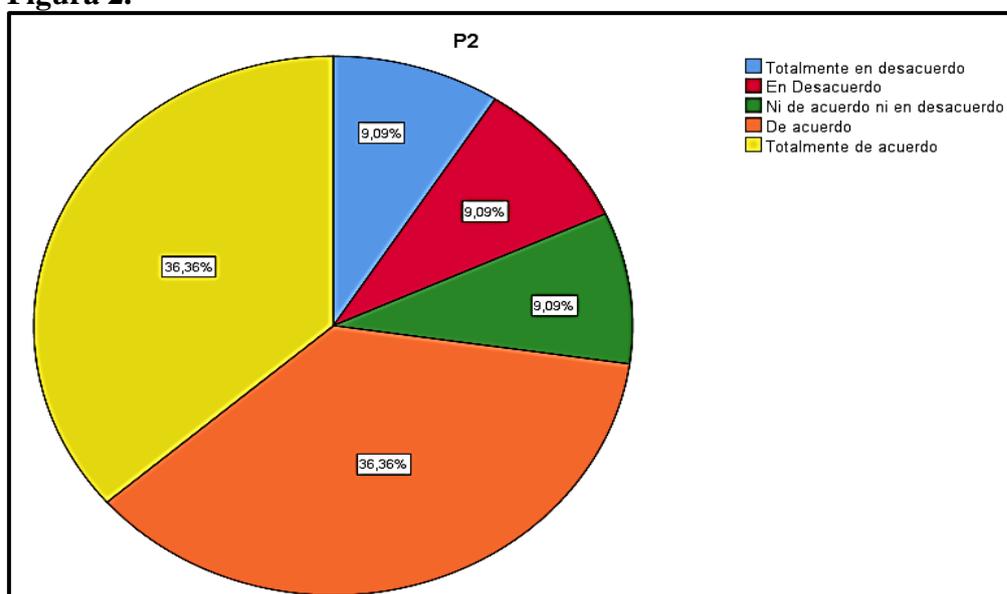
**Tabla 3.**

<b>Pregunta 2.</b>		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	9,1
	En Desacuerdo	1	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	9,1
	De acuerdo	4	36,4
	Totalmente de acuerdo	4	36,4
	<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100,0</b>

Fuente: *Encuestas aplicadas a representantes de empresas fabricantes de calderas industriales*

Elaborado por: la autora (2022).

**Figura 2.**



Fuente: *Encuestas aplicadas a representantes de empresas fabricantes de calderas industriales*

Elaborado por: la autora (2022).

**Análisis:** Los datos resultantes de este ítem muestran que el 9% está totalmente en desacuerdo, 9,9% en desacuerdo, 9,9% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 36,38% de acuerdo y 36,36% totalmente de acuerdo en la disposición para implementar acciones orientadas a la internacionalización de sus empresas. Por consiguiente, se interpreta que un adecuado plan de acciones para la comercialización y exportación de calderas industriales servirá como iniciativa en la promoción del comercio exterior.

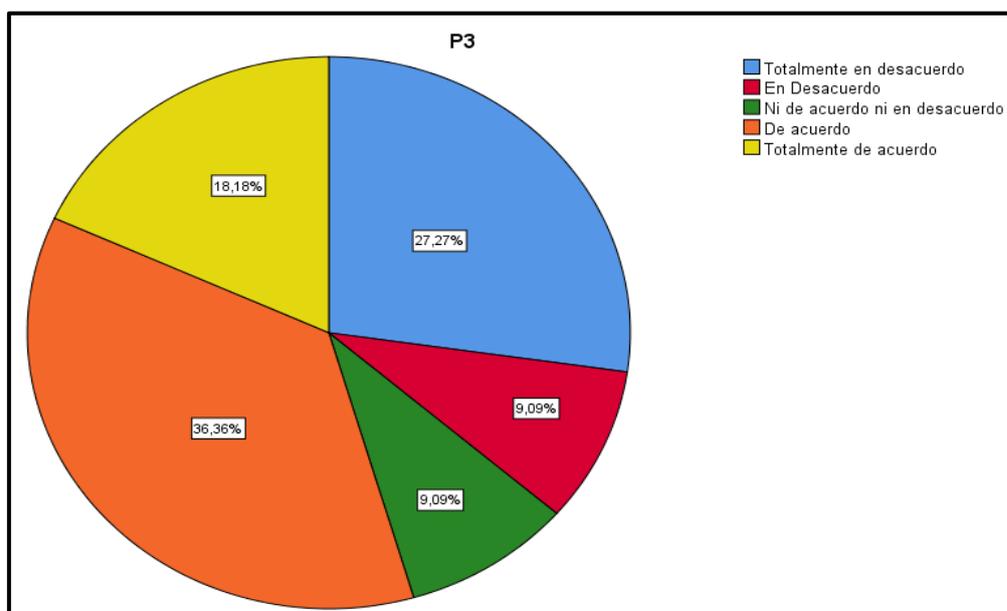
**Tabla 4.** ¿Será Colombia uno de los principales destinos para la internacionalización de la empresa?

Pregunta 3.		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	27,3
	En Desacuerdo	1	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	9,1
	De acuerdo	4	36,4
	Totalmente de acuerdo	2	18,2
	Total	11	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a representantes de empresas fabricantes de calderas industriales

Elaborado por: la autora (2022).

**Figura 3.**



Fuente: Encuestas aplicadas a representantes de empresas fabricantes de calderas industriales

Elaborado por: la autora (2022).

**Análisis:** Con respecto a este ítem, los resultados observados evidencian que el 27% de los encuestados están en total desacuerdo, 9% en desacuerdo, 9,9% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 36,3% de acuerdo y 18,19% totalmente de acuerdo. Los datos se interpretan en que un importante grupo de representantes de la industria de calderas industriales considera el país colombiano dentro de los mercados potenciales para la colocación de productos mediante la internacionalización de sus empresas.

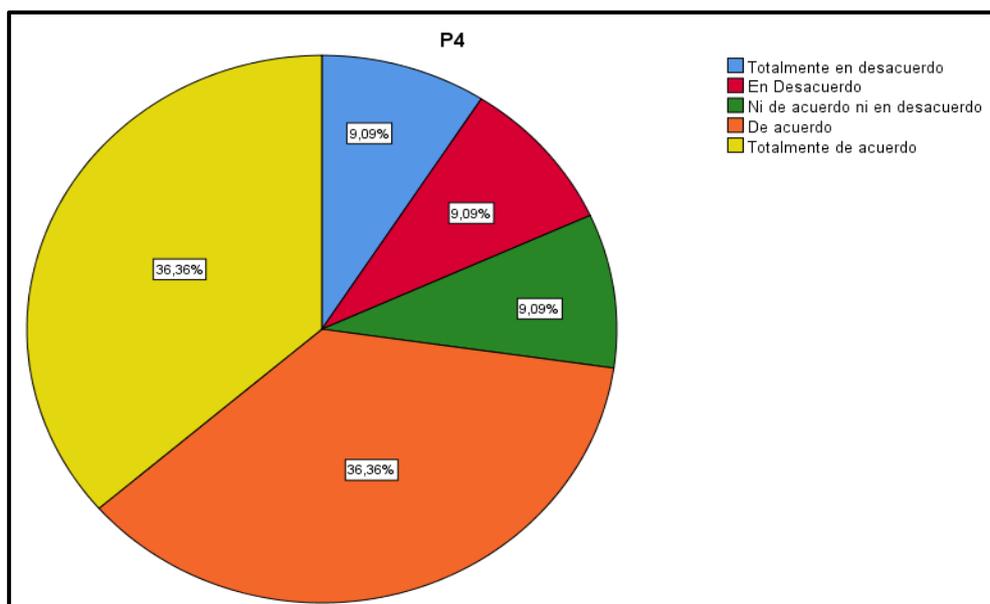
**Tabla 5.** ¿Comprende el cumplimiento de los procesos legales implicados en la internacionalización de las empresas nacionales hacia nuevos mercados extranjeros?

<b>Pregunta 4.</b>		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	9,1
	En Desacuerdo	1	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	9,1
	De acuerdo	4	36,4
	Totalmente de acuerdo	4	36,4
	Total	11	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a representantes de empresas fabricantes de calderas industriales

Elaborado por: la autora (2022).

**Figura 4.**



Fuente: Encuestas aplicadas a representantes de empresas fabricantes de calderas industriales

Elaborado por: la autora (2022).

Análisis: Sobre los datos de esta pregunta se observa que 9,9% totalmente en desacuerdo, en desacuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que 36,3% señaló estar totalmente y 36,3% de acuerdo en que efectivamente comprenden los procesos legales implicados en la internacionalización de la empresa. Esto significa que la mayoría de los fabricantes conocen las normativas y requisitos necesarios para la exportación de productos a nuevos mercados en el extranjero.

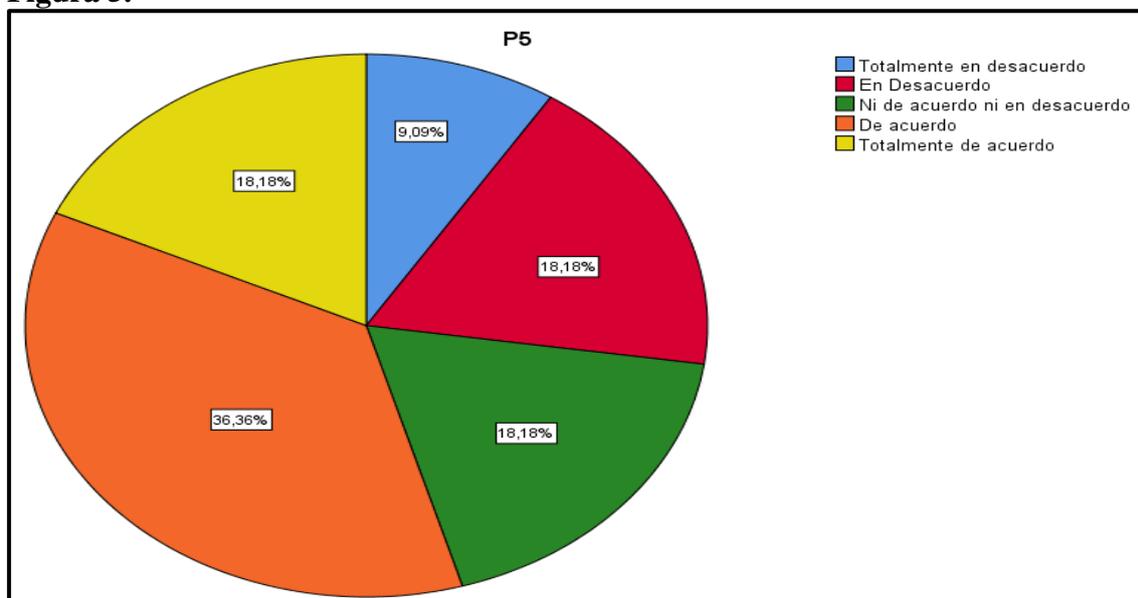
**Tabla 6.** ¿Considera que la internacionalización de la empresa llevará a un aumento de ingresos?

<b>Pregunta 5.</b>		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	9,1
	En Desacuerdo	2	18,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	18,2
	De acuerdo	4	36,4
	Totalmente de acuerdo	2	18,2
	<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a representantes de empresas fabricantes de calderas industriales

Elaborado por: la autora (2022).

**Figura 5.**



Fuente: Encuestas aplicadas a representantes de empresas fabricantes de calderas industriales

Elaborado por: la autora (2022).

Análisis: De acuerdo a los datos observados el 9,9% considera que la internacionalización de las empresas conlleva a aumentar los ingresos y producción de calderas industriales, el 18% está en desacuerdo, y ni de acuerdo ni en desacuerdo. En tanto que, 36,3% de acuerdo y 18% totalmente de acuerdo. Desde los resultados descritos, se interpreta que si hay mayor demanda y expansión en la producción, también se considera que a mayor inversión, mayor serán los ingresos y rentas en la administración de recursos financieros.

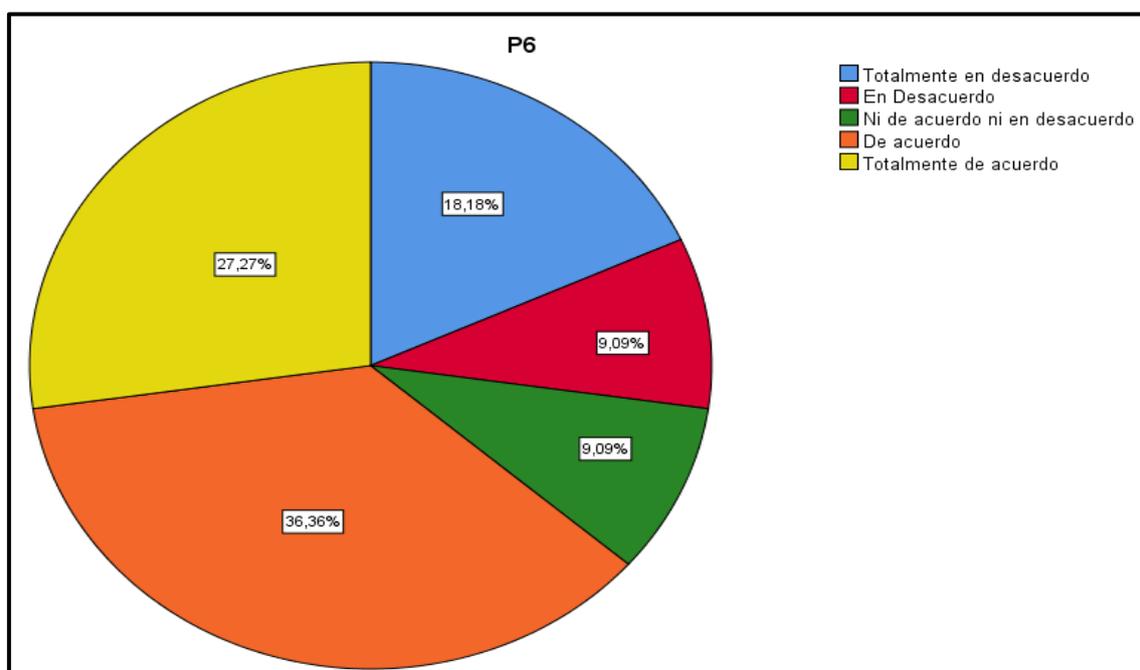
**Tabla 7.** *¿Considera pertinente diseñar planes de exportación para la colocación de calderas industriales en el contexto de Colombia?*

<b>Pregunta 6.</b>		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	18,2
	En Desacuerdo	1	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	9,1
	De acuerdo	4	36,4
	Totalmente de acuerdo	3	27,3
	Total	11	100,0

Fuente: *Encuestas aplicadas a representantes de empresas fabricantes de calderas industriales*

Elaborado por: la autora (2022).

**Figura 6.**



Fuente: *Encuestas aplicadas a representantes de empresas fabricantes de calderas industriales*

Elaborado por: la autora (2022).

**Análisis:** Los resultados muestran que el 18% es totalmente en desacuerdo, 9% en desacuerdo, y respectivamente ni de acuerdo ni en desacuerdo. Mientras que el 36% de acuerdo y 27% totalmente de acuerdo. Lo que se interpreta en que la mayoría de los empresarios en la producción de calderas industriales considera pertinente diseñar planes de exportación para la colocación de calderas industriales en el contexto de Colombia.

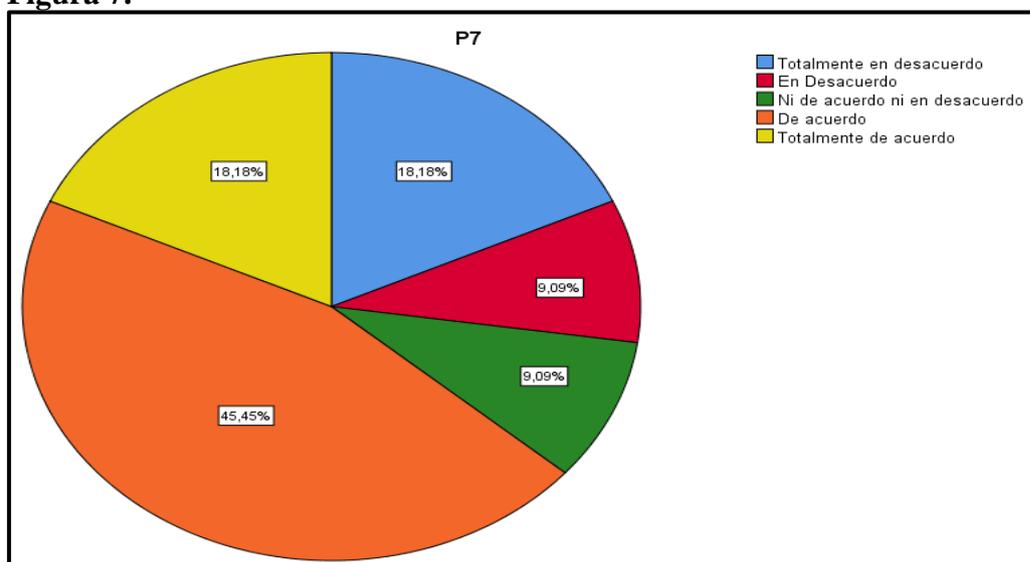
**Tabla 8.** ¿Considera factible la internacionalización de las empresas productoras de calderas industriales en el mercado colombiano?

<b>Pregunta 7.</b>		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	18,2
	En Desacuerdo	1	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	9,1
	De acuerdo	5	45,5
	Totalmente de acuerdo	2	18,2
	Total	11	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a representantes de empresas fabricantes de calderas industriales

Elaborado por: la autora (2022).

**Figura 7.**



Fuente: Encuestas aplicadas a representantes de empresas fabricantes de calderas industriales

Elaborado por: la autora (2022).

Análisis: En base a los resultados observados se aprecia que el 18% de los encuestados dicen que es factible la internacionalización de la empresa productora de calderas industriales en el mercado de Colombia, 9% desacuerdo, y ni de acuerdo ni en desacuerdo. El 45% totalmente de acuerdo y 18% de acuerdo. Esto conlleva a entender que existe la factibilidad de que los empresarios tomen la iniciativa de proyectarse hacia la exportación de productos en el mercado de Colombia, siendo un sector potencial para la colocación de calderas industriales y captación de nuevos clientes.

## **CAPÍTULO IV. MARCO LEGAL**

### **Constitución de la República del Ecuador (2008)**

**Art. 261-5:** políticas económicas, impuestos, derechos, tasas; finanzas y finanzas; Comercio exterior y deuda.

**Art. 304:** La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y mejorar el mercado interno con base en los objetivos estratégicos establecidos en el plan nacional de desarrollo.
2. Regular, promover e implementar medidas adecuadas que contribuyan a la concreción de la situación estratégica de la economía mundial.
3. Fortalecer los mecanismos productivos y la producción nacional.
4. Promover la soberanía alimentaria y energética y reducir la desigualdad interna.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar prácticas monopólicas y oligopólicas y otras prácticas que afecten el funcionamiento del mercado, especialmente en el sector privado.

**Art. 306:** El país dará prioridad a las exportaciones que brinden más empleo y valor agregado al mismo tiempo que promuevan las exportaciones ambientalmente responsables, en particular las de las pequeñas y medianas empresas y los sectores artesanales. El Estado también promoverá los ingresos necesarios para el desarrollo y frenará las importaciones que afectan negativamente la producción nacional, el ser humano y la naturaleza.

### **Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) (2010)**

**Art. 93.- Fomento a la exportación:** El Estado promoverá la producción orientada a la exportación a través de los siguientes mecanismos y de aplicación general, sin perjuicio de lo dispuesto en otras disposiciones legales o programas gubernamentales:

- a) Acceso a programas de preferencia arancelaria u otro tipo de beneficios derivados de acuerdos comerciales de mutuo beneficio, regionales, bilaterales o multilaterales, para bienes o servicios que cumplan o se beneficien de los requisitos de origen pertinentes;

- b) Derecho a la devolución total o parcial de los impuestos pagados por la importación de recursos y materias primas contenidos en los productos exportados de conformidad con las disposiciones de este Código;
- c) El derecho a utilizar un régimen arancelario especial en el que se suspenda el pago de los derechos, derechos de importación e impuestos de carácter tributario en relación con las mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo dispuesto en el Tomo V de esta Ley;
- d) Ayudas o alivios económicos proporcionados por programas generales o sectoriales establecidos de acuerdo con los planes nacionales de desarrollo;
- e) Apoyo en el campo de la información, educación, relaciones públicas externas, desarrollo de mercados, formación de consorcios o asociaciones de exportadores y otras actividades en el campo de la promoción de exportaciones, relaciones públicas de los gobiernos nacionales; y,
- f) El derecho a recibir incentivos para la inversión productiva en los términos de este Código y demás normas pertinentes.

**Art. 154.-** Exportación Definitiva: Régimen arancelario que permite la exportación definitiva de mercancías que se encuentran en libre circulación fuera del territorio aduanero de las zonas o comunidades especiales de desarrollo económico ubicadas en el territorio aduanero del Ecuador de conformidad con este Código y demás normas y regulaciones aplicables.

**Reglamento del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) (2011)**

**Art. 63.- Declaración Aduanera:** Las declaraciones aduaneras se presentan electrónica y/o físicamente de acuerdo con los procedimientos y formatos establecidos por la Autoridad Aduanera Ecuatoriana. Las declaraciones aduaneras pueden incluir facturas, documentos de envío para el manifiesto aplicable y documentos de respaldo o de respaldo que constituyan una importación o exportación. siempre que, sin embargo, la declaración y los puertos de tránsito, aeropuertos o fronteras de importación deban coincidir. Destinos de envío y exportación.

A los efectos de tener en cuenta los plazos y decidir en silencio el abandono de conformidad con el artículo 142 a) de la Ley Orgánica de la Producción, Comercio e

Inversiones, el arribo de las mercancías se considerará respaldado por el manifiesto de carga contenido en la Declaración de Aduana.

**Art. 66.- Plazos para la presentación de la declaración:** Para las importaciones, las declaraciones aduaneras podrán presentarse en forma física o electrónica dentro de los 15 días anteriores al arribo del vehículo y dentro de los 30 días posteriores al arribo del vehículo.

En caso de exportación, las declaraciones aduaneras pueden presentarse 24 horas antes de que las mercancías lleguen al lugar de origen, y los documentos adjuntos, confirmaciones y enmiendas a las declaraciones deben presentarse dentro de los 30 días a partir de la fecha de envío de las mercancías.

**Art. 72.- Documentos de acompañamiento:** Estos documentos adicionales se denominan documentos de control previo y deben procesarse y verificarse antes del envío de la importación. Este requisito deberá incluirse en las disposiciones de la legislación que al efecto expidan las autoridades supervisoras del comercio exterior.

Los documentos adjuntos deberán presentarse en forma física o electrónica junto con la declaración aduanera en caso de ser necesario. La activación de la sanción descrita en el artículo 190, literal i) del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones, dado que la presentación de documentos adjuntos no está exenta al momento de retirar la mercancía, las sanciones se impondrán solo si no se presentan los documentos correspondientes.

**Art. 73.- Documentos de soporte:** Los documentos de prueba sirven como base para la información enumerada en el formulario de declaración de aduana para cada sistema. Estos documentos originales, ya sean físicos o electrónicos, deben estar en el expediente del declarante o de su agente aduanal al momento de la presentación o transmisión de la declaración aduanera y están obligados por ley. El soporte para documentos es:

- a) Documento de transporte
- b) Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial
- c) Certificado de Origen
- d) Documentos que la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador o el organismo regulador del comercio exterior competente.

## CAPÍTULO V. PROPUESTA DEL ESTUDIO

### Plan estratégico para la internacionalización de la empresa INDUTECVIGO S.A.

#### Estudio técnico

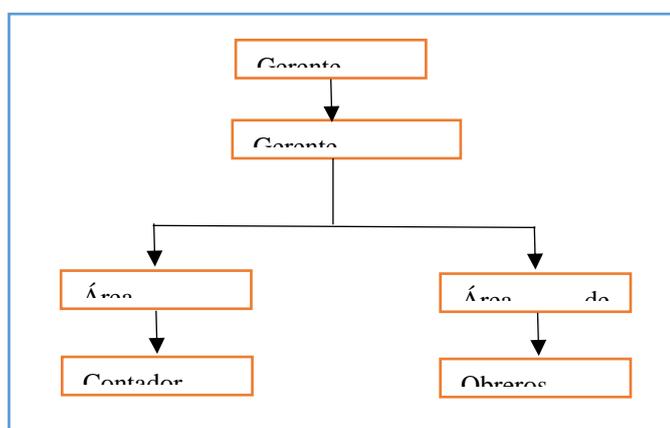
La empresa INDUTECVIGO S.A., es una empresa especializada en la fabricación de calderas industriales, reparación y mantenimiento de equipos y maquinaria industrial. Ofrecen alternativas de solución a las necesidades de diferentes instituciones públicas y privadas en el contexto de Guayaquil y a nivel nacional en diferentes provincias del Ecuador.

En la actualidad cuenta con los recursos suficientes para conquistar nuevos mercados a través de la planificación e inversiones encaminadas a facilitar y abrir nuevas áreas de desarrollo productivo y soluciones a través del proceso siderúrgico que esta empresa ofrece a la sociedad, ofreciendo a los usuarios y clientes que buscan un servicio de excelencia

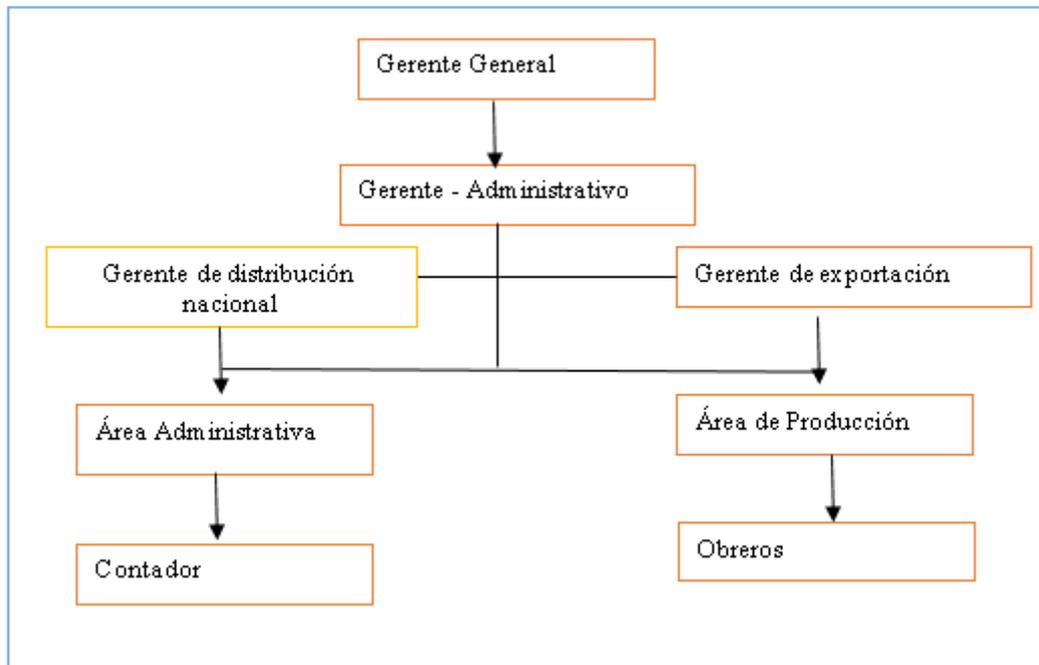
#### Misión y visión de la empresa

- Misión: La empresa INDUTECVIGO S.A., desarrollar una misión para el crecimiento del producto nacional, creando así empleos que puedan cumplir con los objetivos del plan nacional de desarrollo sostenible, mejorando la calidad de vida y el crecimiento económico del producto nacional.
- Visión: La empresa INDUTECVIGO S.A., centraliza su visión se enfoca en liderar la comercialización de productos industriales a nivel nacional e internacional en una gama de sectores productivos e innovadores que generen crecimiento económico y sustentable en la región.

#### *Organización empresarial actual*



## Organización empresarial internacional deseado



Elaboración propia

## Objetivos de la empresa

- Cumplir de manera efectiva con las obligaciones legales a medida que las empresas se internacionalizan y asegurar los más altos niveles de productividad y desempeño para exportar productos que brinden satisfacción al cliente.
- Proveer el personal capacitado y calificado necesario para el proceso de producción y exportación para brindar a los usuarios un servicio oportuno y de calidad.
- Mejoramiento óptimo de la infraestructura productiva y de servicios que brinda la empresa.
- Conquistar nuevos mercados a nivel nacional e internacional
- Creación de una base financiera que permita el desarrollo de nuevos mercados a nivel internacional a largo plazo.

## **Filosofía empresarial INDUTECVIGO S.A.**

- Responsabilidad y cumplimiento oportuno, contar con personal capacitado e involucrado en el desarrollo de procedimientos que ayuden a asegurar productos de calidad dentro de los plazos de producción establecidos por la empresa.
- Respetar a todos los empleados de la empresa y del cliente en todas las etapas de gestión y desempeño. Tener un ambiente de trabajo estable y armonioso que optimiza la cooperación con los empleados.
- Compromiso, contar con un personal altamente calificado y dedicado a la responsabilidad asumida ya que es una de la industria de referencia en la producción de calderas industriales y otros artículos relacionados.
- Los productos de calidad y eficacia certificadas deben ser utilizados en calderas industriales como parte de un proceso seguro garantizado que no suponga ningún riesgo de pérdida, ni del producto ni de otros aspectos relacionados con los materiales utilizados en su fabricación.

## **Plan de comercialización y exportación**

De acuerdo con Cordero (2020), la creación de un plan de exportación le permite identificar, describir y analizar oportunidades y riesgos en su entorno, así como la implementación técnica, económica y financiera de una empresa fundamentada con procedimientos y estrategias adecuadas y evaluar las posibilidades. Los proyectos empresariales pueden alcanzar los objetivos deseados a corto y largo plazo.

El punto de partida de este análisis se basa en la nueva teoría del comercio según la cual el precio no es el único determinante de los beneficios entre un agente económico y otro. Hay diferencias que deben ser consideradas al medir la superioridad. Por ejemplo, calidad, variedad, factores de competencia imperfecta (monopolios, cárteles, etc.). La combinación de estos determinantes es muy fundamental y puede afectar las relaciones durante el comercio internacional. La planificación de las exportaciones cumple dos funciones importantes.

- Motivar al equipo para establecer metas, identificar otros factores y desarrollar estrategias de implementación. Un plan de exportación ayuda a establecer expectativas para la credibilidad de la empresa.

- Las tarjetas de visita corporativas para inversores potenciales deben ser atractivas para los inversores y demostrar que el negocio es rentable.

Un plan de exportación consiste en un documento claro y conciso que es el resultado del proceso de planificación y sirve para guiar a la empresa a través de la definición de objetivos a alcanzar a través del desarrollo de actividades. Se enfoca en los procesos que deben seguirse para realizar el proyecto, las estrategias que deben implementarse para lograr esos objetivos y el tiempo en que deben realizarse.

### **Producto y diseño de embalaje**

Una caldera es un recipiente de metal cerrado que aplica el calor de un combustible sólido, líquido o gaseoso para generar vapor o calentar un líquido a presiones superiores a la temperatura ambiente y la presión atmosférica. Al ser un recipiente a presión, suele ser de acero al carbono y tiene un dispositivo de seguridad. Además, deben ser inspeccionados y probados regularmente y manipulados por personal capacitado.

El principio básico del funcionamiento de la caldera consiste en una cámara en la que tiene lugar la combustión con la ayuda de aire de combustión y un intercambiador de calor en el que el calor generado durante la combustión se transfiere al líquido caloportador. Hay tres mecanismos reconocidos de transferencia de calor involucrados en el calentamiento del fluido caloportador de una caldera: Conducción por contacto directo entre la llama y el cuerpo de la caldera que contiene el fluido caloportador.

- Radiación de la llama a las paredes del hogar donde se produce la combustión.
- Convección, de los gases calientes producidos durante la combustión a las partes metálicas de la caldera.

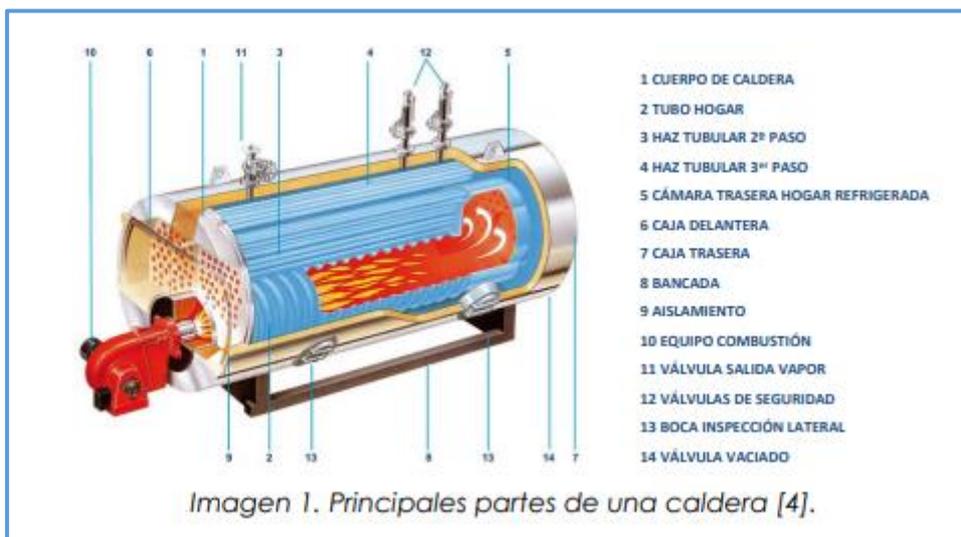
Las calderas se utilizan en multitud de aplicaciones, tanto en entornos residenciales y terciarios, como en instalaciones industriales. El uso final del calor generado determina directamente la geometría de la caldera y las unidades auxiliares requeridas.

La construcción real de la caldera depende del tipo, pero en general la caldera consta de las siguientes partes:

- Quemador: sirve para quemar el combustible y producir la llama.
- Hogar o cámara de combustión: En él hay un quemador en el que tiene lugar la combustión del combustible utilizado y la producción de gases calientes. Aquí la temperatura máxima se alcanza cercana a los 2000 °C.

- Tubos de intercambio de calor: Sobre su superficie tiene lugar un flujo de calor de los gases producidos durante la combustión hacia el fluido caloportador. Suelen contener elementos (retardadores) o formas especiales para mejorar el coeficiente de transferencia de calor del fluido de humos.
- Chimenea: Una ruta de escape para el humo y los gases de combustión al exterior después de que se haya aplicado calor al fluido de transferencia de calor. Su disposición es casi en su totalidad vertical con una carcasa aislante y resistente.
- Salida de fluido caliente: Un lugar donde se entrega vapor o líquidos calientes a un punto de consumo en el equipo.
- Bomba: Dispositivo para introducir fluido frío en estado líquido en la caldera para reponer el volumen restante de fluido caliente. Para un funcionamiento eficiente, se recomienda que el líquido frío ingrese a la caldera a una temperatura superior al ambiente. Para calderas de vapor y agua caliente, la temperatura ideal del agua de alimentación debe ser de 102-105°C y nunca bajar de los 60°C. Además, sus características deben respetar los requisitos de la norma UNE-EN 12953-10:2004 [3].
- Carcasa: Incluye cocina y sistema de tuberías de intercambio. Debe cubrirse con una envoltura aislante para reducir la pérdida de calor y proteger al operador de quemaduras (Barrera, Betoret, & Castelló, S/F)

**Figura 8.** Partes principales de una caldera



Fuente: Barrera, Betoret y Castelló (S/F).

Las calderas que trabajan a alta presión suelen estar equipadas con dispositivos y accesorios de seguridad que aseguran un funcionamiento correcto y seguro (imagen 2).

Estas unidades, que requieren una supervisión constante, se colocan directamente en la caldera o en la instalación encargada de dispensar el líquido caliente hasta el punto de consumo. Se dividen en dos grupos:

Dispositivo de seguridad esencial cuya función principal es apagar el quemador cuando se superan los parámetros de funcionamiento permitidos:

- válvulas de seguridad (SIV), para prevenir un exceso de presión.
- limitador de nivel mínimo (WB), que protege a la caldera de la falta de fluido caloportador.
- presostato de seguridad (DB), que protege a la caldera contra el incremento de presión.

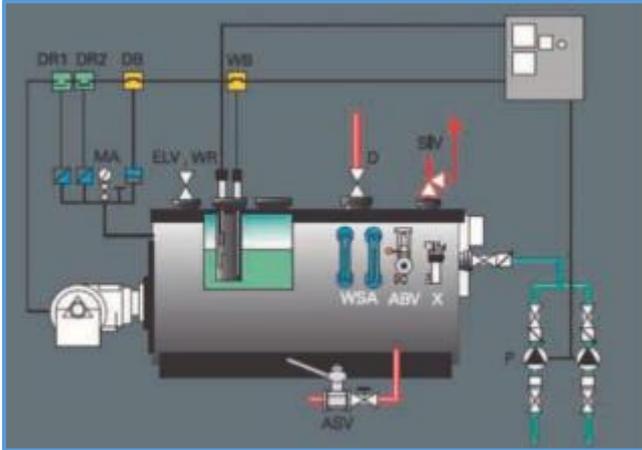
Dispositivos auxiliares de seguridad cuya función principal es asegurar el correcto funcionamiento de la caldera y evitar su deterioro:

- indicadores de nivel (WSA), necesario para ajustar el nivel de líquido de calefacción en la caldera.
- válvula de aireación (ELV), necesaria para el llenado y vaciado del generador y para eliminar el aire residual.
- válvula de purga de lodos (ASV), para eliminar los residuos que se precipitan en el fondo de las calderas de vapor procedentes del agua de alimentación.
- válvula de purga continua de sales (ABV), previene la formación de incrustaciones cristalinas en la superficie de calentamiento por encima de la salinidad máxima permitida del suministro de agua a la caldera de vapor.
- botellín de toma de muestra (X), donde se condensa el vapor generado en las calderas de vapor para analizar el contenido exacto en sales y oxígeno.
- reguladores de presión (DR), ajustan la presión del fluido caliente según las necesidades en el punto de consumo.
- electrodos de conductibilidad (PZ, PW) conectados al regulador de nivel para regular el aporte de fluido de alimentación a la caldera.

Asimismo, si el vapor de agua es el fluido utilizado para transferir energía térmica, la instalación de distribución de vapor debe contar con una trampa de vapor que sirva para

retirar el vapor condensado de las tuberías o equipos. La recuperación del condensado y su uso en la alimentación de la caldera reduce el consumo energético del proceso y reduce la necesidad de tratar el agua antes de que entre en la caldera.

**Figura 9.** *Dispositivo de seguridad y defensa*



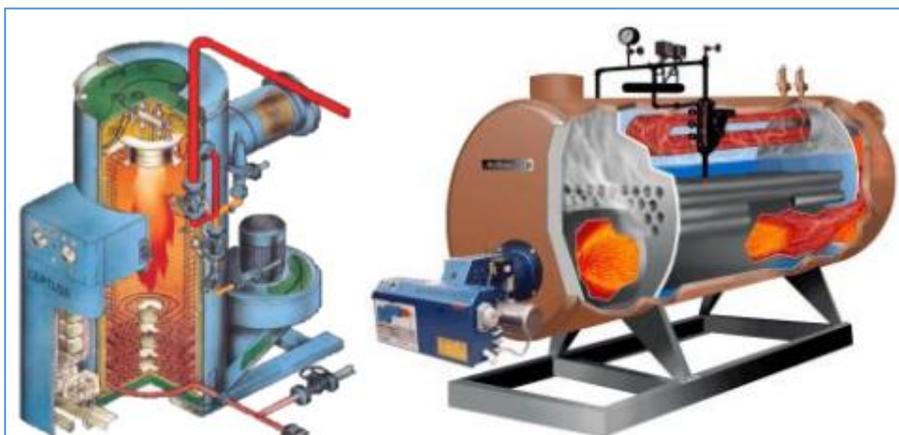
Fuente: Barrera, Betoret y Castelló (S/F).

Clasificación según la disposición del líquido según la posición relativa del líquido de calentamiento y el gas de combustión Las calderas se clasifican de la siguiente manera (imagen 3):

- acuotubulares, donde el líquido de calentamiento se mueve dentro del tubo y los gases de combustión circulan fuera del tubo. Se utiliza cuando se requiere alta presión de trabajo ( $> 22$  bar), calentar una pequeña cantidad de agua. Debido a que el agua alcanza una velocidad significativa, la transferencia de calor es eficiente y la capacidad de generar vapor es alta. Se debe suministrar agua de alta pureza para evitar la corrosión y la rotura en el interior del tubo. Por su mayor costo y menor consumo de agua, no se adaptan bien a grandes cambios en el consumo de vapor.
- pirotubulares, los gases de combustión circulan por el interior del tubo sumergido. Se utiliza cuando la presión de trabajo es baja a 22 bar, Se pueden calentar grandes cantidades de agua para adaptarse mejor a las fluctuaciones en la demanda de vapor de la instalación. Se necesita más tiempo para alcanzar la presión de trabajo, pero los requisitos de calidad del suministro de agua son mucho menores. Según la disposición de los haces tubulares, las calderas pirotubulares se clasifican en: o

Vertical, yendo de abajo hacia arriba de la caldera. u horizontal (si va de adelante hacia atrás). Según el número de haces de tubos, se clasifican de la siguiente manera: o calderas de un paso de recorrido de los gases. o calderas de varios pasos de gases.

**Figura 10.** *Ejemplo de caldera acuotubular y caldera pirotubular de dos pasos de humo*



Fuente: Barrera, Betoret y Castelló (S/F).

## **Estudio logístico**

### **Partida arancelaria**

La clasificación arancelaria estará descrita en el certificado de origen, así como también la autoridad aduanera señalada en el artículo 16 del Acuerdo de Complementación Económica Sistema de Información del Comercio Exterior (2015), estará acompañada de un informe técnico donde se indica la clasificación arancelaria emitida por la ante mencionada autoridad aduanera. De modo que, el importador tendrá 30 días para presentar la rectificación correspondiente a partir de la recepción del producto o artículo recibido.

Cabe destacar, que la rectificación se realizará mediante una nota original en la que se describirán datos como; la fecha y numero del certificado de origen, firmada por una persona autorizada para emitir el certificado de origen o autoridad competente para emitir el certificado de origen de la parte signataria exportadora. En caso de incumplimiento de la nota rectificadora en el plazo estipulado para hacerlo, la autoridad competente de la parte importadora podrá desconocer el certificado emitido y procederá a ejecutar la garantía que corresponda según la situación presentada.

### **Formalidades de pago**

Para la comercialización internacional de calderas industriales es importante especificar como se va a realizar de pago. Se elige la carta de crédito como más segura y recomendable.

Carta de crédito: Una promesa condicional por parte de un banco (emisor) de realizar pagos a un individuo (beneficiario) en nombre de una persona física o jurídica (solicitante), generalmente a través de otro banco (informante), para pagar una determinada cantidad, o a un exportador para su presentación de ciertos documentos Recibir giros favorables de cambio. Existen diversas formas como revocable, no cancelable, notificación, confirmación, vista, tiempo y transferible (PROECUADOR, 2017).

### **Eje 2: Economía al servicio de la sociedad**

Este eje toma como punto de partida que la economía debe servir a la sociedad. Así, el sistema económico es, por definición constitucional, una economía de solidaridad social. Este sistema económico cuenta con subsistemas de la economía nacional, privada, pública y economía solidaria. Es imposible entender la economía sin comprender los vínculos entre los factores económicos de estos subsistemas que son importantes y requieren incentivos, normas y políticas que promuevan la productividad y la competitividad. Su propósito es salvaguardar la sostenibilidad ambiental y el crecimiento económico general a través de un proceso de redistribución que enfatiza la responsabilidad social compartida Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021).

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

Es importante mantener un sistema financiero y económico donde todos tengan acceso a los recursos locales para convertirse en actores esenciales en la producción de la riqueza nacional. El aumento del dólar es un medio para asegurar la relativa estabilidad de las variables macroeconómicas nacionales y el crecimiento económico, a partir de un análisis de las consecuencias económicas de la situación interna de un país en relación con la productividad del empleo, el ingreso nacional y las exportaciones. En este contexto, los modelos socioeconómicos y solidarios se convierten en principios alternativos y

atractivos frente a la crisis del capitalismo global provocada por patrones de consumo de larga data (Plan Nacional de Desarrollo, 2017-2021).

**Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria**

Los ciudadanos están enfatizando que la investigación, la innovación y la transferencia de tecnología para la producción son necesarias para lograr los objetivos de productividad, creación de valor, innovación y competitividad según se propone en el Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021):

- Vincular los sectores educativo y académico con los procesos de desarrollo
- Coincidencia de las propuestas académicas sobre la producción y la fuerza de trabajo con la especialización de la población.
- inversión en mecanismos de protección de la propiedad intelectual e infraestructura de automatización, industrialización y producción.
- Estas medidas van de la mano con la reestructuración de la industria nacional y el marco potencial de alianzas público-privadas.

**Potenciales clientes en Colombia**

<b>Sectores</b>	Alimentos y bebidas	Textileras	Constructoras	Pulpa y papel	Siderúrgica y mecánica	Agroindustria	Hoteles y hospitales	Alumbrado público	Transporte	Otros
<b>Tipo de servicio</b>										
Motores de lata eficiencia	x	x	x	x	x	x				
Cogeneración de energía	x	x	x	x	x	x		x	x	
Calderas y sistemas de vapor	x	x		x		x	x			
Calentamiento de agua con energía							x			
Hornos			x		x					
Refrigeración	x									

Fuente: MGM International (2016)

**Perfil de las empresas, productoras / fabricantes de Calderas industriales ubicados en Colombia y otros países proveedores.**

**Tabla 9.** *Empresas competitivas en Colombia*

<b>Nombre</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Actividad</b>
Turcos y Saunas	Bogotá, Colombia	Caldera Hayward Calentador Pentair para Piscinas y Spa Calentador Energie
Alfa Laval	Medellín	Caldera de vapor a fuel/gas Caldera de vapor combinada a fuel/gas Economizador de gases de escape Servicios y repuestos
Newsletter WIKA	Bogotá, Colombia	Fabricantes Calderas industriales de vapor o de agua caliente. Instrumentos de medición y los interruptores
QuimiNet	Proveedor ubicado en México	Proveedores de calderas industriales en Colombia Bosch Industriekessel GmbH - Industrial Boilers
Calderas y Quemadores SAS	Iragüi - Colombia	Fabricación e instalación de chimeneas para salida de gases y vapor
VYC Industrial, SAU	Proveedor ubicado en España	Fabricación y comercialización de válvulas de regulación e interceptación de fluidos.

Fuente: Google, (2022)

## Comercialización regional e internacional

En 2015, las exportaciones mundiales de los países miembros de la CAN (Comunidad Andina) fueron de \$95.992 millones y las importaciones de \$123.294 millones. Esto destaca que el comercio en los Andes está dominado por las tres economías más grandes: Colombia, Ecuador y Perú. En 2015, los flujos comerciales en Bolivia, un país fluorado, representaron menos del 10% tanto de las exportaciones como de las importaciones de los Andes.

Tabla 10. Exportaciones de los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (2015)

<b>Destino Origen</b>	<b>Bolivia</b>	<b>Colombia</b>	<b>Ecuador</b>	<b>Perú</b>	<b>CAN</b>	<b>Mundo</b>
Bolivia		552	117	313	982	8.726
Colombia	149		1.433	1.148	2.730	35.691
Ecuador	36	784		934	1.755	18.331
Perú	591	871	703		2.165	33.245
CAN	777	2.206	2.253	2.396	7.632	95.992

Fuente: datos tomados de durán, cracau y saeteros (2018), sobre la base de datos de COMTRADE

En el análisis para los países de la CAN, las exportaciones de Bolivia (E.P.) y Perú son más similares, con un valor calculado de 0,38. Los pares de países restantes muestran valores de similitud más bajos (entre 0,13 y 0,32). Cabe señalar que la similitud de la canasta exportadora entre Colombia y Ecuador aumenta a 0,55 cuando se toman en cuenta todas las exportaciones, incluyendo petróleo y derivados, que son altas en ambos países (Ministerio del Comercio Exterior e Inversiones., 2018).

Como el estudio se centra en la relación comercial entre Colombia y Ecuador y se centra en la cadena de valor cuántica, el primer aspecto es una evaluación de la importancia del comercio subregional andino. Para el 2016, la participación de Ecuador en las exportaciones de Colombia a los países de la CAN había disminuido en un 50%. Al mismo tiempo, el Estado Plurinacional de Bolivia y Perú han aumentado su participación. En lo que respecta a las exportaciones ecuatorianas, Colombia ha perdido su posición como destino principal desde 2002. Destaca que no hay una tendencia en el mediano plazo y que en 2015 Colombia aumentó su participación en las exportaciones de Ecuador en un 46% (Ministerio del Comercio Exterior e Inversiones., 2018).

Los acuerdos comerciales que cubren el 57% de las exportaciones industriales están vigentes y se están negociando. Otro paso importante para la expansión de Ecuador en el extranjero es fortalecer la posición de Corea en 20 mercados extranjeros mediante el establecimiento de PROECUADOR para promover la oferta de bienes y servicios exportables y atraer inversiones (Ministerio de Industria y Productividad, 2016).

Tabla 11. *Oportunidades nuevas para la exportación a Colombia (productos varios).*

Descripción	Export. Totales Ecuador	Import. Totales Colombia del mundo	Import. De Colombia hacia ALADI	Export. De Ecuador hacia el resto de ALADI	Potencialidades	Observación
Hortalizas	157.339	63.335	4.810	85.8864	4.820	c/limit. demanda
Desgrasada parcial o totalmente	233.078	1.268.617	662.653	122.372	122.372	Demand. Significativa
Sulfato de baño natural	181	8.800.325	2.197.072	-	-	Demand. Significativa
Minerales	243.078	3.083	-	243.076	-	-
Demás fotografías en colores	-	7.483.992	2.928.756	-	-	Demand. Significativa
Plásticos	7.537	16.545.687	175.326	-	175.625	-
Peso inferior o igual a 200g/m <sup>2</sup> tejido	2.483	12.959.819	5.501.445	-	-	Demand. Significativa
Calzados con puntera	7.060	735.455	4.40.321	4.325	4.325	C/limit. De demanda
Artículos ortopédicos	1.035.385	48.304.867	1.802.844	915.737	915.737	Demand. Significativa

Fuente: ALADI (2018)

En función de los datos observados en la Tabla 9, los países suscritos a la Asociación Latinoamericana de Integración mediante el Programa de cooperación a favor de Ecuador presentan una importante gama de oportunidades de expansión sobre el comercio exterior, sobre las cuales se integran artículos manufactureros, agroindustria, madera, plástico, entre otros que incluyen productos equivalentes hasta 156 subpartidas arancelarias según informa (ALADI, 2018).

### **Procedimiento para el comercio transfronterizo**

Según Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017 Exportación, es el régimen aduanero que permite la libre circulación de mercancías fuera del territorio aduanero del Ecuador o hacia zonas especiales de desarrollo económico, en fin, de conformidad con lo dispuesto en las normas legales vigentes.

El proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una declaración aduanera de exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS. Esta declaración puede ir acompañada de una factura o cotización y documentación disponible antes del envío. La declaración es una declaración, no una mera intención de envío. Cuando el exportador o declarante cree vínculos jurídicos y obligaciones de cumplir con la Autoridad Aduanera Ecuatoriana.

En segundo paso: Si la DAE cuenta con canales automáticos de aforo, las aprobaciones de salida, entendidas como aprobaciones de embarque de productos, se realizan de manera automática mientras la carga ingresa a los depósitos temporales o áreas clave. En tercer paso: Si la DAE cuenta con un canal de capacidad documental, designará un responsable de proceso y verificará los datos electrónicos y documentos digitales a medida que la carga ingrese a depósitos temporales o áreas clave. Si no hay novedades, seguirá cerrando. Por último, en caso de que la DAE cuente con un canal de idoneidad interfiriendo, se procederá como se describe en el apartado anterior y se realizará un control físico adicional de la carga para verificar los registros electrónicos y digitales enviados a la DAE.

## Análisis financiero

### Inversión inicial

<b>INVERSION EN ACTIVOS FIJO</b>			
<b>INFRAESTRUCTURA</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
1	Terrenos	280000,00	280000,00
1	Construcciones	160000,00	160000,00
1	Instalaciones aire acondicionado	30000,00	30000,00
1	Instalaciones control de incendios	30000,00	30000,00
1	Instalaciones Eléctricas y plomería	50000,00	50000,00
	<b>TOTAL INFRAESTRUCTURA</b>		<b>550000,00</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
2	Cortadora laser de metal	30000,00	60000,00
2	Máquina para fabricar rollos de metal	15000,00	30000,00
1	talladora de metal	1000,00	1000,00

2	Equipos completos de soldadura/exigen	380,00	760,00
1	Equipo de soldadura eléctrica	460,00	460,00
1	Grupo completo de herramientas	18000,00	18000,00
4	Mesones de trabajo	100,00	400,00
	<b>TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>		<b>110620,00</b>
	<b>EQUIPOS DE COMPUTOS</b>		
		<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNITARIO</b>	
4	Computadoras	600,00	2400,00
2	Impresoras	300,00	600,00
1	Fotocopiadora	1500,00	1500,00
4	Calculadoras	20,00	80,00
	<b>TOTAL EQUIPOS DE COMPUTOS</b>		<b>4580,00</b>
	<b>MUEBLES Y ENCERES</b>		
		<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNITARIO</b>	
5	Escritorios	120,00	600,00
10	Sillas	25,00	250,00
4	Muebles de oficina	150,00	600,00
14	Estantes	25,00	350,00
	<b>TOTAL MUEBLES Y ENCERES</b>		<b>1800,00</b>
	<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>		<b>667000,00</b>

### ACTIVOS DIFERIDOS INTANGIBLES

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	TOTAL
1	GASTOS DE CONSTITUCION	400	400
1	REGISTROS Y PERMISOS	200	200
	<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS INTANGIBLES</b>		<b>600</b>

### CAPITAL DE TRABAJO

Costo de producción	870650,00
Gastos Administrativos	64980,00
Gastos de exportación	76360,00
Gastos de ventas	1800,00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO ANUAL</b>	<b>1013790,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL</b>	<b>84482,50</b>

**INVERSION INICIAL**

Inversión en activos fijos	667000,00
Inversión en activos diferidos	600,00
Capital de trabajo	84482,50
<b>TOTAL INVERSION REQUERIDA</b>	<b>752082,50</b>

La inversión requerida para este proyecto es de USD 752082.50. Para cubrir esta inversión la empresa está destinando de sus fondos propios un 46.81% del monto requerido es decir la cantidad de USD 352082.50 y el resto de la inversión, un 53.19% , es decir la cantidad de USD 400.000.00, será cubierta con un préstamo de la Corporación Financiera Nacional, a una tasa del 12% anual, el crédito otorgado será cancelado en sesenta cuotas mensuales y consecutivas por un valor de USD 8897,78 cada una.

**ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO**

CAPITAL PROPIO	352082,50	46,81%
CAPITAL A FINANCIAR	400000,00	53,19%
<b>INVERSION REQUERIDA</b>	<b>752082,50</b>	<b>100%</b>

**TABLA AMORTIZACION DE PRESTAMO****CORPORACION FINANCIERA NACIONAL (CFN)**

MONTO 400000  
TASA 12%  
TIEMPO 5 AÑOS  
CUOTAS 60

Numero	Cuota	Capital	Intereses	Saldo
				400000
1	8897,78	4897,78	4000,00	395102,22
2	8897,78	4946,76	3951,02	390155,46
3	8897,78	4996,23	3901,55	385159,24
4	8897,78	5046,19	3851,59	380113,05
5	8897,78	5096,65	3801,13	375016,40
6	8897,78	5147,62	3750,16	369868,78
7	8897,78	5199,09	3698,69	364669,69

8	8897,78	5251,08	3646,70	359418,61
9	8897,78	5303,59	3594,19	354115,01
10	8897,78	5356,63	3541,15	348758,38
11	8897,78	5410,20	3487,58	343348,19
12	8897,78	5464,30	3433,48	337883,89
13	8897,78	5518,94	3378,84	332364,95
14	8897,78	5574,13	3323,65	326790,82
15	8897,78	5629,87	3267,91	321160,95
16	8897,78	5686,17	3211,61	315474,78
17	8897,78	5743,03	3154,75	309731,74
18	8897,78	5800,46	3097,32	303931,28
19	8897,78	5858,47	3039,31	298072,81
20	8897,78	5917,05	2980,73	292155,76
21	8897,78	5976,22	2921,56	286179,54
22	8897,78	6035,98	2861,80	280143,56
23	8897,78	6096,34	2801,44	274047,21
24	8897,78	6157,31	2740,47	267889,90
25	8897,78	6218,88	2678,90	261671,02
26	8897,78	6281,07	2616,71	255389,95
27	8897,78	6343,88	2553,90	249046,07
28	8897,78	6407,32	2490,46	242638,75
29	8897,78	6471,39	2426,39	236167,36
30	8897,78	6536,11	2361,67	229631,25
31	8897,78	6601,47	2296,31	223029,79
32	8897,78	6667,48	2230,30	216362,30
33	8897,78	6734,16	2163,62	209628,15
34	8897,78	6801,50	2096,28	202826,65
35	8897,78	6869,51	2028,27	195957,14
36	8897,78	6938,21	1959,57	189018,93
37	8897,78	7007,59	1890,19	182011,34
38	8897,78	7077,67	1820,11	174933,67
39	8897,78	7148,44	1749,34	167785,23
40	8897,78	7219,93	1677,85	160565,30
41	8897,78	7292,13	1605,65	153273,17
42	8897,78	7365,05	1532,73	145908,12
43	8897,78	7438,70	1459,08	138469,42
44	8897,78	7513,09	1384,69	130956,34
45	8897,78	7588,22	1309,56	123368,12
46	8897,78	7664,10	1233,68	115704,02
47	8897,78	7740,74	1157,04	107963,28
48	8897,78	7818,15	1079,63	100145,14
49	8897,78	7896,33	1001,45	92248,81
50	8897,78	7975,29	922,49	84273,52
51	8897,78	8055,04	842,74	76218,47
52	8897,78	8135,60	762,18	68082,88
53	8897,78	8216,95	680,83	59865,92
54	8897,78	8299,12	598,66	51566,80

55	8897,78	8382,11	515,67	43184,69
56	8897,78	8465,93	431,85	34718,76
57	8897,78	8550,59	347,19	26168,17
58	8897,78	8636,10	261,68	17532,07
59	8897,78	8722,46	175,32	8809,61
60	8897,78	8809,61	88,17	0,00
	533866,80	400000,00	133866,80	

### Proyección de costos y gastos

COSTOS DE VENTAS PROYECTADOS					
AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026
<b>MATERIA PRIMA</b>					
Acero	415003,00	493363,50	572220,89	662266,10	767406,20
Aluminio	50175,00	58504,14	70373,80	83609,05	100275,80
tuberías de cobre	20305,00	22045,00	23050,00	24516,00	25015,00
Quemadores y conjunto de quemadores	198560,00	251716,00	291949,45	337890,90	391533,78
Mat. de aislamiento, circuitos electrónicos	57687,00	60411,85	70067,85	81093,80	93968,10
Válvulas de alivio de Presión, válvulas de drenaje y termostato.	99830,00	120823,84	140135,75	162187,64	187936,27
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>	<b>841560,00</b>	<b>1006864,33</b>	<b>1167797,74</b>	<b>1351563,49</b>	<b>1566135,15</b>
<b>PERSONAL OPERATIVO</b>	22610,00	23500,00	24600,00	25900,00	26700,00
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	6480,00	6900,00	7200,00	7680,00	7890,00
<b>TOTAL COSTOS DE VENTAS PROYECTADOS</b>	<b>870650,00</b>	<b>1037264,33</b>	<b>1199597,74</b>	<b>1385143,49</b>	<b>1600725,15</b>
	<b>870650</b>	<b>1037264,33</b>	<b>1199597,74</b>	<b>1385143,49</b>	<b>1600725,15</b>

En la proyección de los costos se consideró un impacto muy leve por inflación, ya que según un informe del Banco Central de Ecuador, la inflación para Diciembre del 2021 se ubicó en un porcentaje moderado de 1.94%.

### Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	2022	2023	2024	2025	2026
HONORARIOS ABOGADO	5000	5000	6000	6000	6000
SUELDOS Y SALARIOS	33600	33600	35600	35600	37300
SERVICIOS BASICOS	1250	1258	1263	1271	1281
SUMINISTROS DE OFICINA	780	686	693	698	704
UTILES DE LIMPIEZA	277,6	280	187	192	198
DEPRECIACION ACTIVOS	24072,4	24072,4	24072,4	24072,4	24072,4

<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>64980</b>	<b>64896,4</b>	<b>67815,4</b>	<b>67833,4</b>	<b>69555,4</b>
-------------------------------------	--------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Para esta proyección se consideró un leve aumento en los salarios.

<b>GASTOS DE VENTAS PROYECTADOS</b>					
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
PUBLICIDAD	1370	1496	1706	2094	2787
INSUMOS	380	399	433	439	451
VARIOS	50	55	61	67	162
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>1800</b>	<b>1950</b>	<b>2200</b>	<b>2600</b>	<b>3400</b>

En la proyección de estos gastos se consideró un impacto muy leve por inflación, ya que, según un informe del Banco Central de Ecuador, la inflación para diciembre del 2021 se ubicó en un porcentaje moderado de 1.94%.

<b>DEPRECIACION ACTIVO FIJO</b>									
ACTIVOS	Porcentaje	Depreciación acumulada	Activos por depreciar	2022	2023	2024	2025	2026	
<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>									
	110620,00	10%	5000,00	105620,00	10562,00	10562,00	10562,00	10562,00	10562,00
Instalaciones	270000,00	5%	10000,00	260000,00	13000,00	13000,00	13000,00	13000,00	13000,00
EQUIPOS DE COMPUTOS	4580,00	10%	916,00	3664,00	366,40	366,40	366,40	366,40	366,40
MUEBLES Y ENCERES	1800,00	10%	360,00	1440,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00
<b>TOTAL ACTIVOS A DEPRECIAR</b>	<b>387000,00</b>		<b>16276,00</b>	<b>370724,00</b>	<b>24072,40</b>	<b>24072,40</b>	<b>24072,40</b>	<b>24072,40</b>	<b>24072,40</b>
<b>ACUMULADO</b>				<b>24072,40</b>	<b>48144,80</b>	<b>72217,20</b>	<b>96289,60</b>	<b>120362,00</b>	

Se consideraron en la presente proyección los siguientes factores:

Documentación, transporte y custodia, partidas necesarias para la exportación del producto.

<b>GASTOS DE EXPORTACION PROYECTADOS</b>					
<b>GASTOS DE EXPORTACION</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
TRANSPORTE INTERNO	49500	50500	51300	53500	55800
CUSTODIA	24350	25660	29630	31100	32800
DOCUMENTACION	2510	2640	2670	2300	2330
<b>TOTAL GASTOS DE EXPORTACION</b>	<b>76360</b>	<b>78800</b>	<b>83600</b>	<b>86900</b>	<b>90930</b>

<b>INDUTECVIGO, S.A.</b>					
<b>PROYECCION BALANCE GENERAL</b>					
	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>811.078,78</b>	<b>525.682,05</b>	<b>529.524,56</b>	<b>548.118,48</b>	<b>580.364,78</b>
Caja	5188,78	4000	4000	4000	4000
Bancos	55900	54300	61500	52640	71000
Cuentas por cobrar	98000	35839,4	80575	93015,3	161547,9
Inventarios	651990	431542,65	383449,56	398463,18	343816,88
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>642.927,60</b>	<b>883.635,20</b>	<b>859.562,80</b>	<b>835.490,40</b>	<b>811.420,00</b>
Terreno	280000	280000	280000	280000	280000
Construcciones	270000	500000	500000	500000	500000
Maquinaria y equipo	110620	147600	147600	147600	147600
Equipo de cómputo	4580	2760	2760	2760	2760
Muebles y enseres	1800	1420	1420	1420	1420
Depreca acumulada activos (-)	24072,4	48144,8	72217,2	96289,6	120360
<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>600</b>	<b>600</b>	<b>600</b>	<b>600</b>	<b>600</b>
Activos diferidos	600	600	600	600	600
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.454.606,38</b>	<b>1.409.917,25</b>	<b>1.389.687,36</b>	<b>1.384.208,88</b>	<b>1.392.384,78</b>
<b>PASIVO</b>					
Cuentas por pagar accionistas	520204	420204	320204	220204	120204
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>520204</b>	<b>420204</b>	<b>320204</b>	<b>220204</b>	<b>120204</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital	600000	600000	600000	600000	600000
Utilidad del ejercicio	334402,38	389713,25	469483,36	564004,88	672180,78
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>934.402,38</b>	<b>989.713,25</b>	<b>1.069.483,36</b>	<b>1.164.004,88</b>	<b>1.272.180,78</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>1.454.606,38</b>	<b>1.409.917,25</b>	<b>1.389.687,36</b>	<b>1.384.208,88</b>	<b>1.392.384,78</b>

### **Análisis de los escenarios optimistas proyectados**

En la proyección del Balance de situación se puede visualizar los movimientos de las diferentes cuentas, Se hace notable el crecimiento sostenido de las cuentas de patrimonio, lo que viene a apuntalar la viabilidad del proyecto objeto de este estudio.

<b>INDUTECVIGO, S.A.</b>					
<b>PROYECCION ESTADO DE RESULTADOS</b>					
	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>INGRESOS</b>					
<b>Ventas</b>	<b>1583000</b>	<b>1831005</b>	<b>2117560,00</b>	<b>2445090</b>	<b>2825640</b>
<b>(-) Costo de ventas</b>	<b>870650</b>	<b>1037264,33</b>	<b>1199597,74</b>	<b>1385143,49</b>	<b>1600725,15</b>
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>712350</b>	<b>793740,67</b>	<b>917962,26</b>	<b>1059946,5</b>	<b>1224914,9</b>
<b>(-) Gastos operacionales</b>	143140	145646,4	153615,4	157333,4	163885,4
Gastos administrativos	64980	64896,4	67815,4	67833,4	69555,4
Gastos de exportación	76360	78800	83600	86900	90930
Gastos de ventas	1800	1950	2200	2600	3400
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>569210</b>	<b>648094,27</b>	<b>764346,86</b>	<b>902613,11</b>	<b>1061029,5</b>
(-) Gastos financieros	44657,25	36779,37	27902,38	17899,57	6628,22
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>524552,75</b>	<b>611314,9</b>	<b>736444,48</b>	<b>884713,54</b>	<b>1054401,2</b>
(-) 15% Participación trabajadores	78682,91	91697,24	110466,67	132707,03	158160,18
<b>(=) UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA</b>	<b>445869,84</b>	<b>519617,67</b>	<b>625977,81</b>	<b>752006,51</b>	<b>896241,05</b>
(-) Impuesto a la renta 25%	111467,46	129904,42	156494,45	188001,63	224060,26
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>334402,38</b>	<b>389713,25</b>	<b>469483,36</b>	<b>564004,88</b>	<b>672180,78</b>

En la elaboración de los estados de resultados se consideraron los siguientes factores:

- Ventas
- Costo de producción
- Gastos operativos
- Participación (15%) de los trabajadores
- Impuesto a la renta

La proyección de los estados de resultados arroja una utilidad en aumento. Este análisis permitir definir el proyecto como viable sin duda alguna.

## Estados financieros

<b>INDUTECVIGO S.A</b>	
<b>ESTADO DE SITUACION INICIAL</b>	
<b>PERIODO 2021</b>	
<b>ACTIVO</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>224500</b>
Caja	2000
Bancos	1900
Cuentas por cobrar	5000
Inventarios	215600
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>395104</b>
Terreno	280000
Construcciones	100000
Maquinaria y equipo	25000
Equipo de cómputo	4580
Muebles y enseres	1800
Depreca acumulada activos (-)	16276
<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>600</b>
Activos diferidos	600
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>620204</b>
<b>PASIVO</b>	
Cuentas por pagar accionistas	225402
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>225402</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital	350000
Utilidad del ejercicio	44802
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>394802</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>620204</b>

<b>INDUTECVIGO, S.A.</b>	
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>	
<b>(INICIAL PERIODO 2021)</b>	
<b>INGRESOS</b>	
Ventas	180.600,00
Costo de Ventas	100.120,00
Utilidad Bruta en ventas	80.480,00
Otros ingresos	300,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>80.780,00</b>
<b>GASTOS</b>	
<b><u>Gastos Administrativos</u></b>	<b>35.598,00</b>
Honorarios abogado	7.000,00
Sueldos y salarios	18840,00
Servicios básicos	950,00
Suministros de oficina	530,00
Útiles de limpieza	140,00
Depreciación de activos	8.138,00
<b><u>Gastos de Ventas</u></b>	<b>380,00</b>
Insumos	300,00
Varios	80,00
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>35.978,00</b>
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>44.802,00</b>

### **Ventas Proyectadas** (Expresadas en dólares americanos)

del 2022 al 2026

	<b>Cantidad</b>	<b>Dólares USD</b>
	<b>Unid.</b>	
Calderas vapor vertical (Gas natural)	1692	8486500,00
Calentadores 26 lits (Gas natural)	6072	2315795,00
<b>Total ventas</b>		<b>10802295,00</b>

<b>Ventas Año 2022</b>			
	<b>Cantidad Unid.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>total</b>
Calderas vapor vertical (Gas natural)	250	5000,00	1250000,00
Calentadores 26 lits (Gas natural)	900	370,00	333000,00
<b>Total ventas</b>	<b>2022</b>	<b>1150,00</b>	<b>5370,00 1583000,00</b>

<b>Ventas Año 2023</b>			
	<b>Cantidad Unid.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>total</b>
Calderas vapor vertical (Gas natural)	288	5010,00	1442880,00
Calentadores 26 lits (Gas natural)	1035	375,00	388125,00
<b>Total ventas</b>	<b>2023</b>	<b>1323,00</b>	<b>5385,00 1831005,00</b>

<b>Ventas Año 2024</b>			
	<b>Cantidad Unid.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>total</b>
Calderas vapor vertical (Gas natural)	332	5015,00	1664980,00
Calentadores 26 lits (Gas natural)	1191	380,00	452580,00
<b>Total ventas</b>	<b>2024</b>	<b>1523,00</b>	<b>5395,00 2117560,00</b>

<b>Ventas Año 2025</b>			
	<b>Cantidad Unid.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>total</b>
Calderas vapor vertical (Gas natural)	382	5020,00	1917640,00
Calentadores 26 lits (Gas natural)	1370	385,00	527450,00
<b>Total ventas</b>	<b>2025</b>	<b>1752,00</b>	<b>5405,00 2445090,00</b>

<b>Ventas Año 2026</b>			
	<b>Cantidad Unid.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>total</b>
Calderas vapor vertical (Gas natural)	440	5025,00	2211000,00
Calentadores 26 lits (Gas natural)	1576	390,00	614640,00
<b>Total ventas</b>	<b>2026</b>	<b>2016,00</b>	<b>5415,00 2825640,00</b>

<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>					
	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>INGRESOS DE OPERACIÓN</b>					
Ventas	1583000	1831005	2117560,00	2445090	2825640
(-) Costo de ventas	870650	1037264,33	1199597,74	1385143,49	1600725,15
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	712350	793740,67	917962,26	1059946,51	1224914,85
<b>EGRESOS DE OPERACIÓN</b>					
(-) Gastos de operación	143140	145646,4	153615,4	157333,4	163885,4
Gastos administrativos	64980	64896,4	67815,4	67833,4	69555,4
Gastos de exportación	76360	78800	83600	86900	90930
Gastos de ventas	1800	1950	2200	2600	3400
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	569210	648094,27	764346,86	902613,11	1061029,45
(-) Gastos financieros	44657,25	36779,37	27902,38	17899,57	6628,22
(-) 15% Participación de trabajadores	78682,91	91697,24	110466,67	132707,03	158160,18
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO RENTA</b>	<b>445869,84</b>	<b>519617,66</b>	<b>625977,81</b>	<b>752006,51</b>	<b>896241,05</b>
(-) Impuesto renta -25%	111467,46	129904,42	156494,45	188001,63	224060,26
(=) UTILIDAD NETA	334402,38	389713,24	469483,36	564004,88	672180,79
(+) Depreciacion activo fijo	24072,4	24072,4	24072,4	24072,4	24072,4
<b>TOTAL UTILIDAD NETA</b>	<b>358474,78</b>	<b>413785,64</b>	<b>493555,76</b>	<b>588077,28</b>	<b>696253,19</b>
(-) Pago cuotas del pretamo	106773,86	106773,86	106773,86	106773,86	106773,86
<b>CAPITAL</b>	752082,5				
<b>ACTIVO FIJO</b>	642927,6				
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>251700,92</b>	<b>307011,78</b>	<b>386781,9</b>	<b>481303,42</b>	<b>589479,33</b>

En este detalle se aprecia con facilidad el comportamiento del flujo de efectivo en todas las fases del proyecto.

## Análisis de Indicadores financieros

### CALCULOS DEL VAN Y TIR

CAPITAL	-752082,5		
UTILIDAD 2022	358474,78		
UTILIDAD 2023	413785,64	VAN	\$ 234.770,84
UTILIDAD 2024	493555,76	TIR	52%
UTILIDAD 2025	588077,28		
UTILIDAD 2026	696253,19		

#### VAN

(Valor actual  
neto)

Este indicador financiero viene a determinar la  
viabilidad del proyecto.

Arroja un resultado bastante  
atractivo de \$234.770,84

#### TIR

(Tasa interna de retorno)

Este indicador marca la rentabilidad del proyecto  
en este caso es positivo. (52%)

Muy superior a todas las tasas del mercado.

## PAYBACK

(Periodo de recuperación de la inversión)

### INVERSION

	-752082,50	UTILIDAD (NETA)	SALDO
<b>2022</b>		358474,78	-393607,72
<b>2023</b>		413785,64	20177,92
<b>2024</b>		493555,76	513733,68
<b>2025</b>		588077,28	1101810,96
<b>2026</b>		696253,19	1798064,15

Este análisis permite observar que el total de la inversión será recuperada en su totalidad al segundo año.

## ROE

(Return on equity)

Es la ratio más usada para medir la rentabilidad de una empresa.

	2021	2022	2023	2024	2025
UTILIDAD	358474,78	413785,64	493555,76	588077,28	696253,19
INVERSION PROPIA	352082,5	352082,5	352082,5	352082,5	352082,5
<b>ROE %</b>	<b>101,82</b>	<b>117,53</b>	<b>140,18</b>	<b>167,03</b>	<b>197,75</b>

Los resultados de este indicador son altamente positivos.

Los resultados de todos los indicadores financieros utilizados en este estudio son bastante positivos, vienen a ser el mejor aval a la propuesta de este proyecto. Sus resultados demuestran claramente la viabilidad de este proyecto.

## **Conclusiones**

En base a los objetivos del presente estudio, es importante detallar las principales conclusiones derivadas del proceso investigativo y respectivos análisis que comprenden los apartados contenidos en este trabajo académico. Se evidencia que, a nivel de la Comunidad de países Andinos, el comercio exterior es clave para el desarrollo económico e industrial en el ámbito ecuatoriano, el cual se evidenció a través de una encuesta aplicada a los representantes de las empresas que ofrecen equipos industriales de Calderas en Guayaquil, que la internacionalización de productos es ampliamente aceptada, dado contribuye a mejorar los ingresos de las pequeñas empresas y además eleva el valor agregado y potencial en los mercados extranjeros.

En este orden de conclusiones, la empresa INDUTECVIGO S.A, ha logrado consolidarse durante su trayectoria y desarrollo en la producción de artículos industriales, instalación y mantenimiento de los mismos, ofreciendo un servicio de calidad y satisfacción que garantiza el funcionamiento óptimo de los equipos comercializados. De tal forma que en la visión empresarial se contempla la ampliación hacía los mercados extranjeros que en un mediano plazo sea líder y pionera en la comercialización de calderas industriales. Es así que el análisis de indicadores financieros, estudios proyectivos, estados de resultados proyectados, se puede observar que cuenta con suficientes recursos que evidencian la factibilidad de concretar la internacionalización de la empresa hacia el mercado colombiano.

En relación a la factibilidad del plan de internacionalización se logró determinar que existe una gran posibilidad de implementar el proyecto, considerando los diversos procesos de requisitos legales y arancelarios, Colombia es uno de los países integrantes de la Comunidad Andina tanto como Ecuador. Esto hace procedente el intercambio comercial y, asimismo, incrementar las relaciones a través de la industria de equipos eléctricos en mercados potenciales que ayudan a incrementar los ingresos de las pequeñas empresas en Ecuador.

## **Recomendaciones**

Luego de detallar las principales conclusiones es importante describir algunas recomendaciones que servirán como punto de referencia para futuras investigaciones afines relacionadas con el tema de la internacionalización de las empresas a través del comercio exterior, las cuales se detallan a continuación.

Se recomienda a los representantes de la empresa INDUTECVIGO S.A, la creación de un departamento ejecutivo destinado a la exportación o comercio exterior a fin de disminuir los gastos administrativos, tales como servicios de gestores externos, comisiones o pagos externos. En este mismo contexto, es preciso realizar análisis acerca de los mercados internacionales factibles para la colocación de calderas industriales, documentaciones y requisitos para el transporte y requisitos arancelarios exigidos para el comercio exterior hacia el país de Colombia, con la finalidad de conocer la competencia y en la industria.

A las autoridades académicas, se recomienda promover investigaciones científicas que contribuyan a enriquecer los espacios de saberes en cuanto al desarrollo del sector industrial, para ello, es preciso diseñar metodologías adecuadas relacionadas con proyectos vinculados a las políticas públicas y establecimiento de directrices para la gestión de procesos en el comercio exterior.

De igual manera, se recomienda a las autoridades aduaneras promover medios informativos a través de plataformas de sistemas abiertos al ciudadano, con la finalidad de informar a los pequeños empresarios el acceso a la información en el campo del comercio exterior, donde se informe acerca de las partidas arancelarias, formas de pago, transporte, aduanas, medios de embalaje y etiqueta, entre otros requisitos que los empresarios deben conocer para tomar decisiones en el marco del Plan de Desarrollo Nacional.

## Bibliografía

- ALADI. (2018). Publicación DAPMDER/N° 01/16. *Asociación Latinoamericana de Integración - Programa de cooperación a favor de Ecuador*, 28. Obtenido de [http://www2.aladi.org/nsfaladi/Estudios.nsf/428F546BD082C30703257FD9004903B6/\\$FILE/Caja\\_069\\_001.pdf](http://www2.aladi.org/nsfaladi/Estudios.nsf/428F546BD082C30703257FD9004903B6/$FILE/Caja_069_001.pdf)
- ALADI. (2022). Tendencias del Comercio. (Secretaría, Ed.) *Asociación Interamericana de integración*(4), 8. Obtenido de <https://www2.aladi.org/sitioaladi/documentos/tenci/2022/3025.pdf>
- Albertoni, N., & Horta, R. (2021). Análisis De La Evolución Teórica De Estudios Vinculados A La Internacionalización De La Empresa. *Revista Estudios de Administración*. doi:<https://doi.org/10.5354/0719-0816.2021.64571>
- Arias, F. (2012). *Proyecto de Investigación Científica* (Sexta Edición ed.). Caracas-Venezuela: Episteme. doi:<https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-C3%93N-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Arias, F. (2012). *Proyecto de Investigación Científica* (Sexta Edición ed.). Caracas-Venezuela: Episteme. doi:<https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-C3%93N-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Arias, F. (2017). *El proyecto de investigación*. Caracas. septima edicion: Editorial Episteme. Recuperado el 2021
- Arias, F. (2017). *El proyecto de Investigación*. Caracas Venezuela. 7ma edición: Epísteme.
- Asamblea Nacional. (2010). Código organico de la produccion, comercio e inversiones, copci. *codigo organico de la produccion, comercio e inversiones, COPCI*. Recuperado el 2021, de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Editora Nacional.

- Banco Central del Ecuador. (2022). Boletín de cifras comercio exterior - Informe mensual. (C. E. Ministerio de Producción, Ed.) *Ecuador más competitivo*, 4. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2022/03/VFBoletinComercioExteriormarzo2022.pdf>
- Barrera, C., & Betoret, N. (2018). Aspectos básicos relacionados con el funcionamiento de una caldera. *Universitat Politècnica de València*. Recuperado el 2022, de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/104064/Barrera%3BBetoret%3BCastell%C3%B3-Aspectos%20b%C3%A1sicos%20relacionados%20con%20el%20funcionamiento%20de%20una%20caldera.pdf?sequence=1>
- Barrera, C., Betoret, N., & Castelló, M. (S/F). *Aspectos básicos relacionados con el funcionamiento de una caldera*. España. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/104064/Barrera%3BBetoret%3BCastell%C3%B3-Aspectos%20b%C3%A1sicos%20relacionados%20con%20el%20funcionamiento%20de%20una%20caldera.pdf?sequence=1>
- Basurto, A. (2022). Políticas de estado para regular y administrar el comercio exterior de Ecuador. *Universidad Técnica De Babahoyo*. Recuperado el 2022, de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/11362>
- Blacutt M., M. (2013). *Manual para la Teoría en Acción*. Biblioteca Virtual. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1252/teoria-ciclos-productos.html>
- Caballero. (2022). Sector primario - Definición, qué es y concepto. *Economipedia*.
- Cañón, F., & Sanchez, J. (2016). *Plan de internacionalización de la empresa cav ingenieros para la comercialización de celdas robóticas en Costa Rica*. Colombia: Universidad Libre. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10452/PLAN%20DE%20INTERNACIONALIZACION%20DE%20LA%20EMPRESA%20CAV%20INGENIEROS%201%20%281%29.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Castro, D. (2020). Factores que influyen en la competitividad del mercado del aguacate en la zona 1: con énfasis en la asociatividad. *Universidad Técnica Del Norte*.

Recuperado el 2022, de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10235/2/PG%20781%20TRABAJO%20GRADO.pdf>

Cayetano, M., & Falero, V. (2018). La implementación del modelo de costos ABC y su influencia en la rentabilidad de una empresa metalmecánica en su proceso de internacionalización, del distrito de San Martín de Porres, Lima, 2017. *Universidad Privada del Norte*. Recuperado el 2022, de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14238/Cayetano%20Meza%2c%20Mercedes%20Elizabeth%20-%20Falero%20Sanchez%2c%20Victor%20Autuberto.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Cordero, E. (2020). Plan de negocios para la creacion de una empresa exportadora de cafe organico ecuatoriano al mercado aleman. *Facultad de ciencia de la administracion*, 1. Obtenido de <http://201.159.222.99/bitstream/datos/9848/1/15478.pdf>

DATAWHEL. (2021). *Tendencias recientes*. Obtenido de [https://oec.world/es/profile/bilateral-country/ecu/partner/col#:~:text=Comercio%20En%20Diciembre%202021%2C%20las,Arroz%20\(%245%2C15M\)](https://oec.world/es/profile/bilateral-country/ecu/partner/col#:~:text=Comercio%20En%20Diciembre%202021%2C%20las,Arroz%20(%245%2C15M)).

Directorio de Calderas Guayas. (2022). *EMPRESAS: CALDERAS*. Obtenido de <https://ec.eldiretorio.co/empresas/guayas/calderas>

Durán, J., Cracau, D., & Saeteros, M. (2018). Integración productiva en la Comunidad Andina Cadenas de valor entre Colombia y el Ecuador . (M. d. Inversiones, Ed.) *Naciones Unidas - CEPAL*, 13. Obtenido de [https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/43360/S1701270\\_es.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/43360/S1701270_es.pdf)

endesa. (2021). evolucion de los tipos de caldera desde su invencion. *Enel X*, 1. Obtenido de <https://www.endesax.com/es/es/historias/2021/tipos-calderas#:~:text=del%20siglo%20XIX-,La%20historia%20de%20las%20primeras%20calderas%20est%3%A1%20ligada%20a%20la,el%20ingeniero%20escoc%3%A9s%2C%20James%20Watt>.

- García, A. (2022). La Globalización a examen: Retos y respuestas. *Universidad Del País Vasco*. Recuperado el 2022, de [https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/56402/TESIS\\_ASIER\\_GARCIA\\_ZA\\_BALA.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/56402/TESIS_ASIER_GARCIA_ZA_BALA.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- González, C. (2019). El impacto de las empresas multinacionales españolas en la política exterior nacional respecto a América Latina. Caso Repsol YPF. *COMILLAS Universidad Pontificia*. doi:<http://hdl.handle.net/11531/28191>
- Hernández, S. F. (2017). *Metología de la investigación* (Vol. 6ta Edición). México : McGRAW-HILL/INTERAMERICANA . Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Huamán, M. (2020). Principales cambios en los Incoterms® 2020. *Revista Lex*(26). doi:<http://dx.doi.org/10.21503/lex.v18i26.2174>
- Idrovo, K. (2022). *Exportacion de pastillas ambientales a colombia*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4868/1/T-ULVR-3915.pdf>
- Instituto de Investigación Jurídica México. (S/F). *Introducción al comercio internacional* (Vol. Capítulo I). (UNAM, Ed.) México: Biblioteca jurídica virtual del Instituto de investigaciones. Obtenido de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2951/4.pdf>
- Jiménez, M., & Ospitia, C. (2020). Plan de exportación de Aguacate Hass de Colombia a Estados Unidos de la empresa Imporfenix con base en parámetros de sostenibilidad ambiental. *Universidad Autónoma de Occidente*. Recuperado el 2022, de <https://red.uao.edu.co/handle/10614/12495>
- Lechuga, J., & Leyva, O. (2020). Estrategia de internacionalización en la industria artesanal: el caso Galapa-Colombia. *RAN - Revista Academia & Negocios*, 05(02). Recuperado el 2022, de [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3514119](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3514119)
- Leiva, J. (2020). Análisis De La Evolución Del Concepto De Competitividad Regional. *UNCUYO*. Recuperado el 2022, de [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/15809/analisisdelaevoluciondelconceptocompetitividadregional.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/15809/analisisdelaevoluciondelconceptocompetitividadregional.pdf)

- López, D. (2016). Incoterms. *Economipedia.com*. Recuperado el 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/incoterms.html>
- Martos, C. (2019). Internacionalización De Los Servicios: El caso De Los Kis (Knowledge Intensive Services). ¿Son Aplicables Los Modelos Tradicionales? *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*. doi:<https://dx.doi.org/10.17561/ree.v2019n2.9>
- Medina, A., & Nogueira, D. (2019). Procedimiento para la gestión por procesos: métodos y herramientas de apoyo. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(02). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000200328>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2020). Plan de desarrollo de mercado. 11. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1479113/Plan%20de%20Desarrollo%20de%20Mercado%20de%20Ecuador.pdf>
- Ministerio de Industria y Productividad. (2016). Política Industrial del Ecuador 2016-2025. *Créditos*, 19. Obtenido de [https://servicios.produccion.gob.ec/siipro/downloads/temporales/1\\_Pol%C3%A9tica%20Industrial\\_MIPRO%202016-2025.pdf](https://servicios.produccion.gob.ec/siipro/downloads/temporales/1_Pol%C3%A9tica%20Industrial_MIPRO%202016-2025.pdf)
- Ministerio de Producción, Comercio, inversión y pesca. (2020). Cifras destacadas. (D. d. comerciales, Ed.) *Informe mensual de comercio exterior, Año 4/ Edición N°11*, 5. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2020/11/Boletin-mensual-Nov-2020-datos-BCE-sept-20201.pdf>
- Moreno, F., & Peñaherrera, D. (2020). El secreto financiero como factor de la inversión directa extranjera. *INNOVA Research Journal*, 05(02). doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v5.n2.2020.1205>
- Navarro, N., & Rodríguez, N. (2019). La Internacionalización De Los Productos De La Asociación De Productores Agroindustriales De La Zona Sur Del Reventazón. *Universidad Nacional De Costa Rica*. Recuperado el 2022, de <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/18310/La%20internacionalizaci%C3%B3n%20de%20los%20productos%20de%20la%20Asociaci%C3%B3n%20de%20Productores%20Agroindustriales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Noguera, I. B. (2021). ¿Qué son las calderas industriales? *Ingeniería Química Reviews*.

- Palella, S., & Martins, F. (2017). *Metodología de la investigación Cuantitativa* (Vol. 4ta edición). Venezuela.: FEDUPEL - Caracas. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/423796649/Palella-y-Martins-Metodologia-de-La-Investigacion-Cuantitativa-2-pdf>
- Palella, S., y Martins, F. (2017). *Metodología de la investigación Cuantitativa*. Caracas, Venezuela. Cuarta edición. primera reimpresión: FEDUPEL.
- Pérez, M. (2022). Definición de Comercio. *ConceptoDefinicion*. Recuperado el 2022, de <https://conceptodefinicion.de/comercio/>
- Peréz, Y. (2018). *Plan de Mercadeo Internacional para la Comercialización de Moringa al Mercado Europeo (Alemania)*. Colombia: universidad de santander UDES. Obtenido de <https://repositorio.udes.edu.co/bitstream/001/3763/1/Plan%20de%20exportaci%C3%B3n%20para%20la%20comercializaci%C3%B3n%20de%20moringa%20a%20mercado%20europeo%20%28Alemania%29.pdf>
- Presidencia Constitucional De La Republica. (2011). Reglamento de inversiones del codigo organico de la produccion. *reglamento de inversiones del codigo organico de la produccion*. Recuperado el 2021, de <https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>
- Pulido, M. (2015). Métodos y técnicas de investigación científica. (U. d. Zulia, Ed.) *Opción*, vol. 31(núm. 1), 6. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/310/31043005061.pdf>
- República Del Ecuador. (2017-2021). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida. *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida*. Recuperado el 2021, de [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- República del Ecuador. (9 de 2021). Distribución del comercio por productos. (O. d. Cooperación, Ed.) *Ficha País-Ecuador*, 3. Obtenido de [https://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/ECUADOR\\_FICHA%20PAIS.pdf](https://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/ECUADOR_FICHA%20PAIS.pdf)

- Roldán, P. (2017). Comercio exterior. *Economipedia*. Recuperado el 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/comercio-exterior.html>
- Román, C., & Martínez, L. (2017). *Salvaguardas y sus efectos en las ventas del sector automotriz de la provincia del Guayas entre 2015 y 2016*. 169-195. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fprofile%2FMauricio-Noblecilla-Grunauer%2Fpublication%2F319086491\_Las\_caracteristicas\_del\_lider\_perspectivas\_de\_los\_profesionales\_y\_poblacion\_activa\_de\_la\_Provincia\_de\_El\_Oro%2Flinks%2F598f24e2aca2721d9b684223%2FLas-caracteristicas-del-lider-perspectivas-de-los-profesionales-y-poblacion-activa-de-la-Provincia-de-El-Oro.pdf%23page%3D170&clen=10024700&pdfilename=LibroMemoriadeCongresoBoliviaJuniodel2017.pdf
- Román, C., & Quezada, M. (2017). *Incidencia de clusters en las exportaciones de banano de Ecuador hacia países de medio oriente durante el periodo 2012-2015*. 99-119. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fprofile%2FMauricio-Noblecilla-Grunauer%2Fpublication%2F319086491\_Las\_caracteristicas\_del\_lider\_perspectivas\_de\_los\_profesionales\_y\_poblacion\_activa\_de\_la\_Provincia\_de\_El\_Oro%2Flinks%2F598f24e2aca2721d9b684223%2FLas-caracteristicas-del-lider-perspectivas-de-los-profesionales-y-poblacion-activa-de-la-Provincia-de-El-Oro.pdf%23page%3D170&clen=10024700&pdfilename=LibroMemoriadeCongresoBoliviaJuniodel2017.pdf
- Significados. (2017). Significado de Arancel. *Significados*.
- Vílchez, J. (2016). Propuesta De Mejora De Calidad En Los Procesos Para La Fabricación De Calderas A Vapor En Una Empresa Del Sector Metalmecánica. *Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas*. Recuperado el 2022, de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/620985>
- Vilema, F., & Román, C. (2018). Análisis espacial de la vulnerabilidad urbana: Caso Pedernales. En *Desastres y gestión de riesgos: Desde un abordaje interdisciplinario* (1a ed). Universidad Casa Grande.



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Viteri Ruiz, Emily Abigail**, con C.C: # 0923424097 autor/a del trabajo de integración curricular: **Internacionalización de la empresa INDUTECVIGO S.A. para ampliar la participación de mercados y el nivel de ingresos**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Negocios Internacionales** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de integración curricular para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de integración curricular, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 19 de septiembre de 2022

---

Nombre: **Viteri Ruiz, Emily Abigail**

C.C: **0923424097**

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>			
<b>FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>			
<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Internacionalización de la empresa INDUTECVIGO S.A. para ampliar la participación de mercados y el nivel de ingresos.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Viteri Ruiz, Emily Abigail		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	De Abreu Ferreira, José Antonio		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Economía y Empresa		
<b>CARRERA:</b>	Negocios Internacionales		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciada en Negocios Internacionales		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	19 de septiembre de 2022	<b>No. PÁGINAS:</b>	77
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Logística, Comercialización, Exportación		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Internacionalización, Exportación, Comercialización, Calderas industriales		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b> (150-250 palabras): El abordaje del tema Internacionalización de la empresa INDUTECVIGO S.A., para la ampliación de la participación en mercados y el nivel de ingresos mediante la exportación de calderas industriales hacia el país de Colombia. Enmarca su objetivo principal en Analizar la factibilidad que tiene la empresa INDUTECVIGO S.A., para la exportación de calderas industriales hacia el mercado colombiano. La metodología empleada en el desarrollo de la investigación se centra en un estudio con enfoque cuantitativo, de tipo de Campo, métodos de razonamiento deductivo e inductivo, análisis y síntesis, la población de estudio consistió en 11 empresas dedicadas a procesos industriales y comercialización de calderas de vapor en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Se utilizó la encuesta como instrumento de recolección de datos, los cuales se procesaron mediante los programas tecnológicos Excel y SPSS, para la medición de datos estadísticos y descriptivos. Los resultados determinaron que la internacionalización de las empresas dedicadas a la comercialización e instalación de calderas industriales es aceptada ampliamente por los empresarios en el contexto de investigación. EL Plan de comercialización y exportación propuesto como alternativa de solución evidencia que es factible y viable en el tiempo, con un VAN de \$274.774,84, TIR 52% y un Payback concluyente en la recuperación total de la inversión en periodo de dos años. Por tanto, se concluye en el proyecto de internacionalización genera importantes ingresos que contribuyen al desarrollo económico tanto de la empresa como del país.			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTORES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-0988243051	E-mail: emilyvr00@gmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UIC):</b>	<b>Nombre:</b> Román Bermeo, Cynthia Lizbeth		
	<b>Teléfono:</b> +593-984228698		
	<b>E-mail:</b> cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			