



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TEMA:**

**Análisis de factibilidad del fortalecimiento comercial de la pintura en polvo poliéster de aplicación electrostática de la empresa Pinturas S.A.**

**AUTORA:**

**Álvarez Rodríguez, Diana Angélica**

**Previo a la obtención del grado Académico de:  
MAGÍSTER EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TUTOR:**

**Econ. Castillo Nazareno Uriel Hitamar, PhD.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2025**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Economista, Diana Angélica Álvarez Rodríguez, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Negocios Internacionales

**DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

---

**Econ. Castillo Nazareno Uriel Hitamar, PhD.**

**REVISOR**

---

**CPA. Cecilia Vélez Barros, PhD.**

**DIRECTORA DEL PROGRAMA**

---

**Econ. María Teresa Alcívar Avilés, PhD.**

**Guayaquil, a los 13 días del mes de octubre del año 2025**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Diana Angélica Álvarez Rodríguez**

**DECLARO QUE:**

El Proyecto de Investigación **Análisis de factibilidad del fortalecimiento comercial de la pintura en polvo poliéster de aplicación electrostática de la empresa Pinturas S.A.** previa a la obtención del **Grado Académico de Magíster en Negocios Internacionales**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

**Guayaquil, a los 13 días del mes de octubre del año 2025**

**LA AUTORA**

---

**Diana Angélica Álvarez Rodríguez**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Diana Angélica Álvarez Rodríguez**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del **Proyecto de Investigación de Magíster en Negocios Internacionales** titulada: **Análisis de factibilidad del fortalecimiento comercial de la pintura en polvo poliéster de aplicación electroestática de la empresa Pinturas S.A.**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 13 días del mes de octubre del año 2025**

**LA AUTORA:**

---

**Diana Angélica Álvarez Rodríguez**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**INFORME DE COMPILATIO**



**Tesis Diana Alvarez 22 sept**

2%

Textos sospechosos

1% Similitudes (ignoradas)

8% Similitudes entre contenidos

1% entre las fuentes mencionadas

2% Mismas no reconocidos (ignoradas)

2% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: Tesis Diana Alvarez 22 sept.docx

ID del documento: 45a09a35007d41a611a73d28b40153a37094c

Tamaño del documento original: 2.45 MB

Depositante: María Teresa Alvaréz Aulón

Fecha de depósito: 22/9/2025

Tipo de carga: interfaz

Fecha de fin de análisis: 22/9/2025

Número de palabras: 23.551

Número de caracteres: 136.604

Ubicación de las similitudes en el documento:

**Fuente principal detectada**

| Nº | Descripciones                                                                                                                                                                                            | Similitudes | Ubicaciones | Datos adicionales                        |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|------------------------------------------|
| 1  | <a href="http://hdtbande.net">hdtbande.net</a>   Lanes y tabuladores para modelar a partir de lecturas alquímicas de...<br><a href="http://hdtbande.net/1540027907/">http://hdtbande.net/1540027907/</a> | < 1%        |             | Id. Fuente detectada: + 1% (21 palabras) |

**Fuentes con similitudes fortuitas**

| Nº | Descripciones                                                                                                                                                                                                                                       | Similitudes | Ubicaciones | Datos adicionales                        |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|------------------------------------------|
| 1  | <a href="http://revistascientificas.uca.edu.ec">revistascientificas.uca.edu.ec</a><br><a href="http://revistascientificas.uca.edu.ec/Revistas/Revistas/1540027907/">http://revistascientificas.uca.edu.ec/Revistas/Revistas/1540027907/</a>         | < 1%        |             | Id. Fuente detectada: + 1% (21 palabras) |
| 2  | <a href="http://diariet.unirioja.es">diariet.unirioja.es</a><br><a href="http://diariet.unirioja.es/Revistas/Revistas/1540027907/">http://diariet.unirioja.es/Revistas/Revistas/1540027907/</a>                                                     | < 1%        |             | Id. Fuente detectada: + 1% (21 palabras) |
| 3  | <a href="http://diariet.unirioja.es">diariet.unirioja.es</a><br><a href="http://diariet.unirioja.es/Revistas/Revistas/1540027907/">http://diariet.unirioja.es/Revistas/Revistas/1540027907/</a>                                                     | < 1%        |             | Id. Fuente detectada: + 1% (21 palabras) |
| 4  | <a href="http://hdtbande.net">hdtbande.net</a>   Construcción permanente de las mandíbulas<br><a href="http://hdtbande.net/1540027907/">http://hdtbande.net/1540027907/</a>                                                                         | < 1%        |             | Id. Fuente detectada: + 1% (21 palabras) |
| 5  | <a href="http://repository.universidadean.edu.ec">repository.universidadean.edu.ec</a><br><a href="http://repository.universidadean.edu.ec/Revistas/Revistas/1540027907/">http://repository.universidadean.edu.ec/Revistas/Revistas/1540027907/</a> | < 1%        |             | Id. Fuente detectada: + 1% (21 palabras) |

**Fuente ignorada** - Estas fuentes han sido excluidas del cálculo del porcentaje de similitud por el porcentaje del documento.

| Nº | Descripciones                                                                                 | Similitudes | Ubicaciones | Datos adicionales                            |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|----------------------------------------------|
| 1  | <a href="#">Tesis Diana Alvarez FINANCIADA Abril 14-2005.docx</a><br>Verde desde el tabulador | 50%         |             | Id. Fuente detectada: 50% (111-276 palabras) |

**Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)** - Estas fuentes han sido citadas en el documento sin ser detectadas similitudes.

|   |                                                                                                                                                           |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | <a href="http://ciencia.una.org/index.php/revistas/article/download/985/214521">http://ciencia.una.org/index.php/revistas/article/download/985/214521</a> |
| 2 | <a href="http://portal.unica.edu/revistas/article/download/985/214521">http://portal.unica.edu/revistas/article/download/985/214521</a>                   |
| 3 | <a href="http://revistas.unica.edu/revistas/article/download/985/214521">http://revistas.unica.edu/revistas/article/download/985/214521</a>               |
| 4 | <a href="http://investigacion.unica.edu/revistas/article/download/985/214521">http://investigacion.unica.edu/revistas/article/download/985/214521</a>     |
| 5 | <a href="http://revistas.unica.edu/revistas/article/download/985/214521">http://revistas.unica.edu/revistas/article/download/985/214521</a>               |

## **Agradecimiento**

A la Universidad Católica Santiago de Guayaquil que me brindó los conocimientos, las herramientas y el espacio para el desarrollo de mi formación. A los docentes, por su guía y acompañamiento para alcanzar este logro. A mis colegas, por su compañerismo y por compartir sus ideas durante el proceso.

***Diana Angélica Álvarez Rodríguez***

## **Dedicatoria**

Con infinito amor, dedico este logro profesional a mis padres, por ser mi apoyo incondicional, por sus sacrificios y guía constantes; a mi hijo, mi mayor inspiración, quien me impulsa a superar mis límites sin desfallecer; a todas las personas que con su apoyo contribuyeron en este proceso.

***Diana Angélica Álvarez Rodríguez***

## Índice General

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Introducción .....                                                   | 1  |
| Capítulo I.....                                                      | 3  |
| Generalidades de la Investigación.....                               | 3  |
| 1.1 Antecedentes .....                                               | 3  |
| 1.2 Problema de Investigación .....                                  | 10 |
| 1.3 Preguntas de Investigación.....                                  | 11 |
| 1.4 Justificación.....                                               | 12 |
| 1.5 Objetivos .....                                                  | 14 |
| 1.6 Metodología .....                                                | 15 |
| 1.7 Variables a Evaluar: Dependiente e Independientes .....          | 17 |
| 1.8 Delimitación del Tema.....                                       | 18 |
| Capítulo II .....                                                    | 20 |
| Teoría de la Investigación .....                                     | 20 |
| 2.1 Marco Conceptual .....                                           | 20 |
| 2.1.1 Ventas.....                                                    | 20 |
| 2.1.2 Importación .....                                              | 20 |
| 2.1.3 Pintura en Polvo Poliéster .....                               | 21 |
| 2.1.4 Aplicación Electroestática.....                                | 22 |
| 2.1.5 Pintura en Polvo Poliéster de Aplicación Electroestática ..... | 22 |
| 2.1.6 Estudio de Mercado.....                                        | 23 |
| 2.1.7 Cadena de Suministro .....                                     | 24 |

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 2.1.8 Análisis Competitivo.....                           | 24 |
| 2.1.9 Estrategia de Marketing .....                       | 24 |
| 2.1.10 Fortalecimiento Comercial.....                     | 24 |
| 2.1.11 Mercado Objetivo.....                              | 24 |
| 2.1.12 Posicionamiento de Marca .....                     | 25 |
| 2.1.13 Competitividad.....                                | 25 |
| 2.1.14 Informe Financiero.....                            | 25 |
| 2.1.15 Registro de Ventas .....                           | 25 |
| 2.1.16 Stakeholders Clave.....                            | 26 |
| 2.1.17 Ventaja Competitiva.....                           | 26 |
| 2.1.18 Tendencias de Mercado.....                         | 26 |
| 2.2 Marco Teórico.....                                    | 26 |
| 2.2.1 Variable Dependiente.....                           | 26 |
| 2.2.2 Variables Independientes .....                      | 31 |
| 2.2.2.1 Análisis de Factibilidad de Mercado.....          | 31 |
| 2.2.2.2 Análisis de Factibilidad de Posicionamiento ..... | 35 |
| 2.2.2.3 Análisis de Factibilidad Financiera.....          | 37 |
| 2.3 Marco Legal .....                                     | 38 |
| Capítulo III.....                                         | 45 |
| Estudio del Mercado .....                                 | 45 |
| 3.1 Situación del Mercado.....                            | 45 |
| 3.1.1 Clientes Principales.....                           | 45 |
| 3.1.2 Competencia.....                                    | 49 |

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| 3.1.3 Producto .....                                    | 52  |
| Capítulo IV .....                                       | 59  |
| Factibilidad Comercial .....                            | 59  |
| 4.1 Análisis de Factibilidad de Posicionamiento .....   | 59  |
| 4.2 Análisis de Factibilidad del mercado .....          | 67  |
| 4.1.3 Trabajo de Campo: Entrevistas en Profundidad..... | 90  |
| 4.4 Resultados y Análisis de las Entrevistas .....      | 94  |
| 4.5 Propuesta de Comercialización .....                 | 101 |
| Capítulo V .....                                        | 103 |
| Factibilidad Financiera.....                            | 103 |
| 5.1 Flujo de Caja .....                                 | 103 |
| 5.2 Valor Actual Neto (VAN).....                        | 107 |
| 5.3 Tasa Interna de Retorno (TIR) .....                 | 108 |
| Bibliografía .....                                      | 115 |

## Índice de Tablas

|                                                                                         |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 1. Características de la Pintura en Polvo.....                                    | 7   |
| Tabla2. Descripción de las variables.....                                               | 17  |
| Tabla 3. Normativa Legal Ecuatoriana.....                                               | 39  |
| Tabla 4. Principales Clientes de Pinturas S.A.....                                      | 47  |
| Tabla 5. Principales Marcas Competidoras.....                                           | 51  |
| Tabla 6. Participación en la Importación Año 2023 .....                                 | 62  |
| Tabla 7. Importación de PPP Electroestática por Países de Procedencia .....             | 66  |
| Tabla 8. Importación de TM y valores en Miles de USD (Años 2018,2019,2020) .....        | 72  |
| Tabla 9. Importación de TM y valores en Miles de USD (Años 2021, 2022, 2023) .....      | 79  |
| Tabla 10. Importación de TM y valores en Miles de USD (Año 2014 hasta octubre) ....     | 89  |
| Tabla 11.: Inversiones de Pintura en polvo polyester de aplicación electrostática ..... | 103 |
| Tabla 12: Ventas proyectadas .....                                                      | 105 |
| Tabla 13. : Costos de producción y Sueldos .....                                        | 106 |
| Tabla 14.: Gastos.....                                                                  | 106 |
| Tabla 15.: Flujos de caja .....                                                         | 107 |
| Tabla 16: Valor Actual Neto .....                                                       | 108 |
| Tabla 17: Tasa Interna de Retorno .....                                                 | 108 |

## Índice de Figuras

|                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1. Clientes principales año 2023 .....                                         | 48 |
| Figura 2. Principales Marcas Competidoras año 2023.....                               | 51 |
| Figura 3. Cuota de importación poliésteres de diverso uso .....                       | 63 |
| Figura 4. Cuota de importación de Pintura de Polvo Poliéster .....                    | 64 |
| Figura 5. Valores importados en Pintura en Polvo Polyester Electrostática 2023 .....  | 66 |
| Figura 6. Mercados proveedores de PPP electrostática a Ecuador 2018 .....             | 73 |
| Figura 7. Mercados proveedores de PPP electrostática a Ecuador 2019 .....             | 75 |
| Figura 8. Mercados proveedores de PPP electrostática a Ecuador 2020 .....             | 76 |
| Figura 9. Mercados proveedores de PPP electrostática a Ecuador 2021 .....             | 80 |
| Figura 10. Mercados proveedores de PPP electrostática a Ecuador 2022 .....            | 82 |
| Figura 11. Mercados proveedores de PPP electrostática a Ecuador 2023 .....            | 83 |
| Figura 12. Perspectivas para una diversificación de países proveedores para PPP ..... | 86 |

## Resumen

La pintura en polvo poliéster aplicada con técnica electrostática se muestra como una alternativa que gana espacio porque combina eficiencia con sostenibilidad y además resalta por la resistencia y la durabilidad que ofrece. En Ecuador la empresa Pinturas S.A. viene teniendo un desarrollo importante y actualmente se posiciona como líder en el mercado nacional con una participación que alcanza el 75%. Parte del mercado dominado por Pinturas S.A. está ocupado por empresas locales ecuatorianas colombianas que compiten activamente las empresas aprovechan ventajas logísticas que se traducen en menores costos plazos de entrega más rápidos. La implementación de tecnologías avanzadas de gestión prácticas logísticas eficientes busca reducir costos mejorar la capacidad de respuesta al mercado. El objetivo de este trabajo fue analizar la factibilidad del fortalecimiento comercial de la pintura en polvo poliéster de aplicación electroestática de la empresa Pinturas S.A. para mejorar su participación de mercado el periodo 2024 – 2025, para lo cual se empleó una investigación inductiva basada en la metodología de estudio de caso que combina herramientas cualitativas y cuantitativas. Se obtuvo que Pinturas S.A. tiene la capacidad de mantener e incluso aumentar su liderazgo en el mercado ecuatoriano de pinturas en polvo poliéster de aplicación electrostática si adopta estrategias que respondan a las tendencias actuales y futuras del sector.

**Palabras Claves:** Pintura en Polvo Poliéster, Empresa de Pinturas, Ventajas logísticas, Tecnologías Avanzadas.

## **Abstract**

Electrostatically applied polyester powder paint is emerging as a gaining alternative because it combines efficiency with sustainability and stands out for its strength and durability. In Ecuador, Pinturas S.A. has been experiencing significant growth and is currently positioned as the national market leader with a market share of 75%. Part of the market dominated by Pinturas S.A. is occupied by local Ecuadorian and Colombian companies that actively compete. These companies take advantage of logistical advantages that translate into lower costs and faster delivery times. The implementation of advanced management technologies and efficient logistics practices seeks to reduce costs and improve market responsiveness. The objective of this study was to analyze the feasibility of strengthening the commercialization of Pinturas S.A.'s electrostatically applied polyester powder paint to improve its market share in the 2024-2025 period. For this purpose, inductive research based on a case study methodology that combines qualitative and quantitative tools was used. It was found that Pinturas S.A. It has the capacity to maintain and even increase its leadership in the Ecuadorian market for electrostatically applied polyester powder paints if it adopts strategies that respond to current and future trends in the sector.

**Keywords:** Polyester Powder Paint, Paint Company, Logistics Advantages, Advanced Technologies.

## **Introducción**

En un entorno industrial que siempre busca crecer, la optimización de procesos aparece como un camino clave y al mismo tiempo la mejora de productos se presenta como un motor que impulsa la consolidación de las empresas. La pintura en polvo poliéster aplicada con técnica electrostática se muestra como una alternativa que gana espacio porque combina eficiencia con sostenibilidad y además resalta por la resistencia y la durabilidad que ofrece. En Ecuador la empresa Pinturas S.A. viene teniendo un desarrollo importante y actualmente se posiciona como líder en el mercado nacional con una participación que alcanza el 75%. A la vez intervienen factores como la competencia, los cambios en los gustos del consumidor y las condiciones económicas que motivan a pensar en nuevas formas de fortalecer su presencia.

El propósito de esta investigación se centra en analizar la factibilidad del fortalecimiento comercial de la pintura en polvo poliéster aplicada de forma electrostática en la empresa Pinturas S.A. El estudio se enfoca en la optimización de estrategias de mercado, en el mejoramiento del posicionamiento y en la evaluación de la viabilidad financiera del producto. Con este fin se realiza un análisis integral de la situación actual que permite reconocer los clientes principales, los competidores directos y las tendencias que influyen en la comercialización. De igual manera se examina el proceso de producción y aplicación de la pintura en polvo mientras se evalúa su eficiencia y su capacidad de competir frente a otras alternativas del mercado.

El estudio emplea una metodología mixta que combina técnicas cualitativas y cuantitativas con el fin de obtener un diagnóstico claro del entorno comercial de Pinturas S.A. Se desarrolla un estudio de mercado que analiza la demanda actual y la demanda potencial del producto al mismo tiempo que permite identificar oportunidades de expansión. También se realiza un análisis financiero que busca determinar la viabilidad económica de las estrategias planteadas con base en datos concretos. Para ello se consideran factores como los costos de importación, los márgenes de rentabilidad y los precios de venta que influyen de manera directa en la gestión de la empresa.

## **Capítulo I**

### **Generalidades de la Investigación**

#### **1.1 Antecedentes**

En el transcurso las últimas cinco décadas la industria dedicó esfuerzos importantes al perfeccionamiento de los recubrimientos en polvo tanto en sus materiales y componentes como en la optimización de los procesos de aplicación. El recubrimiento en polvo ocupa un lugar destacado en el sector metalmecánico actual porque ofrece rapidez en la aplicación y facilita una reducción de costos para las empresas; su eficiencia es reconocida al generar pocos residuos y esto lo convierte en una opción alineada con la sostenibilidad; reduciendo el impacto ambiental y al mismo tiempo ganando mayor aceptación del producto en el mercado (Pellicer, 2021).

La polimerización es un paso clave dentro de la producción de productos terminados en las naciones industrializadas, porque estos pasan por un proceso de inspección final (Chichande, Valle, & García, 2021). La pintura en polvo muestra un crecimiento importante en popularidad y aceptación dentro del mercado de recubrimientos industriales, esto se observa en diferentes regiones. Los mercados de Estados Unidos y Europa, mantienen su tasa de mercado mientras gana terreno en países latinoamericanos; entre ellos Chile y Brasil que representan ejemplos claros de la expansión de esta tecnología (Pojnar, Pilch-Pitera, & Patil, 2024).

La pintura en polvo también se conoce como recubrimiento en polvo y se caracteriza por ser un recubrimiento industrial que se presenta en forma sólida al ciento por ciento. La aplicación se realiza con métodos electrostáticos que permiten fijarlo sobre un sustrato metálico de manera uniforme, después se somete a un proceso de calentamiento que hace que el polvo se funda y se adhiera por completo a la superficie del metal. El proceso de polimerización mediante calor el recubrimiento adquiere propiedades físico mecánicas de alto rendimiento que lo diferencian en la industria. (Schmidt & Peukert, 2022).

El estándar del proceso de polimerización de la pintura es importante pues un exceso genera consecuencias como cambios en el color, pérdida de brillo, aparición de manchas y reducción en sus propiedades mecánicas. Las cualidades más destacadas de esta pintura sobresalen la dureza, la resistencia a la corrosión, el acabado de alta calidad, la facilidad de aplicación y la compatibilidad ambiental que favorece su aceptación.

La pintura en polvo se reconoce como una de las alternativas más limpias y eficientes en el campo de los recubrimientos industriales; revestimientos orgánicos que se utilizan para proteger y mejorar la apariencia de distintos materiales metálicos y se diferencia de la pintura líquida porque su composición está basada en componentes secos que carecen totalmente de solventes (Vanamu & Sahoo, 2022).

La demanda de servicios de pintura electrostática en Ecuador muestra un crecimiento importante gracias a la variedad de aplicaciones en las que se utiliza este tipo de recubrimiento. Los sectores: automotriz, metalmecánico y mobiliario concentran la mayor parte de esta demanda reflejando la importancia de contar con procesos eficientes y productos de calidad para satisfacer las necesidades del mercado al mismo tiempo que el crecimiento del sector impulsa la competencia e innovación dentro de la industria local. (Jorquera, Arias, & Carrera, 2023).

La pintura electrostática consiste en aplicar un recubrimiento de poliéster sobre materiales ferrosos para proteger su superficie y ofrecer una resistencia mayor que la pintura convencional. El proceso cubre completamente el producto con una capa de pintura en polvo que brinda protección frente a la corrosión, la abrasión, los impactos y la deformación lenta; esto ofrece acabados de alta calidad porque método resulta más económico y permite una mayor variedad de colores en comparación con la pintura líquida. La ventaja más importante es que la pintura electrostática no contiene solventes lo que la hace más amigable con el medio ambiente. (Schmidt & Peukert, 2022).

Se ha demostrado que la pintura electrostática es aproximadamente un 60% más duradera que la pintura convencional, lo que la hace muy recomendada en aplicaciones industriales. La cuota del mercado crece a nivel nacional gracias a la facilidad de

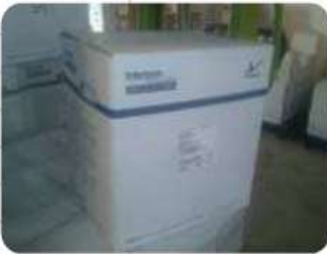
aplicación con equipos prácticos y a sus costos accesibles permitiendo que más empresas consideren esta tecnología como una alternativa eficiente y rentable; la combinación de durabilidad y economía fortalece su posicionamiento frente a otras opciones de recubrimiento. (Vanamu & Sahoo, 2022).

El uso de la pintura electrostática en distintos componentes como muebles, equipos industriales, equipamiento hospitalario, automóviles la convierte en una de las opciones más demandadas por los clientes. Una popularidad que tiene explicación por la durabilidad que ofrece, el atractivo visual y la alta resistencia mecánica incluyendo la capacidad de soportar rasguños y golpes sin perder sus propiedades con excelente resistencia a la corrosión reforzando la preferencia de los usuarios por este tipo de recubrimiento.

La confiabilidad de los acabados electrostáticos responde a las exigencias de los clientes que buscan productos con altos estándares de calidad para cumplir expectativas que implementan procesos industrializados para asegurar resultados consistentes; los productos pintados no presentan rayones, porosidades u otros defectos logrando una aceptación más sólida y convincente por parte de los clientes (Pélissier & Thierry, 2020).

La principal diferencia entre la pintura líquida convencional y la pintura en polvo (Tabla 1) está en que esta última no necesita solventes permitiendo aplicar el producto en un solo paso mientras que el exceso de polvo se recoge y se reutiliza, en este proceso se logra un mayor aprovechamiento del material, reduciendo el desperdicio y los costos de aplicación resultan más bajos, lo que hace que esta opción sea más eficiente para la industria. (Jorque, Arias, & Carrera, 2023).

**Tabla 1.***Características de la Pintura en Polvo*

| Cracterísticas de la Pintura en Polvo |                                           |                                                                                     |
|---------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Tipo Químico                          | Poliéster / Epoxico                       |  |
| Tamaño de Partícula                   | Adecuado para aplicación Electrostatica   |                                                                                     |
| Peso Especifico                       | 1,6 - 1,64 g/cm3                          |                                                                                     |
| Almacenaje                            | local seco, debajo de 30 ° C              |                                                                                     |
| Validez                               | 12 meses despues de su fabricacion        |                                                                                     |
| Color / Acabado                       | Varios                                    |                                                                                     |
| Curado                                | 15 minutos a 200 ° C temperatura de metal |                                                                                     |

*Nota.* Tomado de Ficha Técnica

Los principales países de los que se importa pintura electrostática según la partida arancelaria 39079900 son Colombia y Brasil. En el caso de Brasil, empresas productoras de pintura en polvo como Akzo Nobel, Valspar y Epristinta se ubican en el municipio de Sao Roque, en Sao Paulo. La localización en San Roque facilita la movilización y el envío del producto mediante transporte marítimo desde el puerto de Sao Paulo. Brasil ha exportado un total de 2862 toneladas de pintura en polvo a Ecuador, con un promedio anual de 572 toneladas. (Herrera-Terán, 2014).

Ecuador está en el quinto puesto entre los países que importan pintura en polvo desde Brasil según la partida arancelaria 39079900 "Los Demás" viendo un aumento en las importaciones ecuatorianas desde 2011, lo que indica que la demanda del producto crece constantemente. Un comportamiento que muestra el interés de los compradores por cumplir con altos estándares de calidad. Al mismo tiempo, la tendencia evidencia la consolidación de la pintura en polvo como una opción preferida en el mercado local.

En Ecuador todavía existe la percepción de que la polimerización consiste únicamente en colocar la superficie pintada en el horno, sin considerar el tiempo necesario ni los

equipos de control de calidad para lograr un acabado óptimo. Las necesidades de aplicación de la polimerización se presentan tanto en el presente como en el futuro, a que cada sector industrial y tecnológico requiere un desarrollo que se adapte a los procesos existentes. La implementación de estrategias que permitan mejorar constantemente los procesos y minimizar el impacto de los cambios tecnológicos por lo que se estima un desarrollo sostenible a lo largo del tiempo.

En los últimos años la pintura electrostática gana terreno porque cumple con tres características clave que buscan los clientes: un acabado visualmente atractivo, mayor resistencia frente a golpes y ralladuras, mejor resistencia química ante condiciones climáticas y productos químicos. Las técnicas de aplicación para mejorar la productividad y reducir desperdicios cada vez más optimizan los procesos de aplicación; tenemos una de ellas, la eliminación de tiempos muertos al reducir traslados innecesarios de materiales y la implementación de rutas más eficientes para el personal; la segunda técnica es manejo adecuado de las piezas que minimiza desperdicios y asegura la calidad del producto final.

La pintura electrostática tiene gran aceptación en el mercado ecuatoriano gracias a su bajo impacto ambiental y a la seguridad que ofrece al personal que la aplica. El carácter amigable con el medio ambiente impulsa un aumento en la presencia de casas comerciales que la distribuyen. Pinturas S.A. y Wesco han ido introduciendo gradualmente estos productos en el mercado; también la empresa Galvano Ecuatoriana, fue pionera en la distribución de este tipo de pintura. (Quijia-Gualoto, 2017).

La empresa Pinturas S.A., con sede en Guayaquil, ofrece pintura poliéster de aplicación electrostática a empresas de distintos sectores como el automotriz, industrial, eléctrico y de mobiliario. El comportamiento de los clientes que se convierten en socios importantes ha aumentado debido a la cantidad de productos que requieren este tratamiento y al volumen de piezas a pintar. Por eso es fundamental que Pinturas S.A. respalde la confianza de sus clientes; en la entrega productos y servicios que cumplan con las expectativas generadas.

Pinturas S.A. mantiene una posición de liderazgo en el mercado nacional de pinturas con una participación que supera el 75%. Esta posición se consolida con el tiempo gracias a la experiencia acumulada, la calidad de sus productos y la atención al cliente. El crecimiento de la competencia en el mercado de pintura en polvo poliéster de aplicación electrostática exige estrategias sólidas para mantener y mejorar esta posición. Por ello, la empresa busca fortalecer su presencia y asegurar su ventaja competitiva frente a nuevos actores del mercado.

Para cumplir con esta expectativa es importante buscar opciones que aseguren la calidad según las normas de los clientes y una rentabilidad adecuada mediante un trabajo eficiente en cada componente que se importa. Esto puede incluir la mejora de los procesos de comercialización, la capacitación del personal o una combinación de ambas estrategias. Estas medidas contribuyen a optimizar la situación actual de la empresa. Al mismo tiempo, ayudan a mantener su posición competitiva en el mercado frente a nuevos competidores.

## 1.2 Problema de Investigación

Pinturas S.A., con una participación dominante del 75% en el mercado ecuatoriano de recubrimientos en polvo de poliéster de aplicación electrostática, se enfrenta al reto de mantener esta posición ante la creciente competencia. La eficiencia la continuidad de los productos de la empresa deben garantizarse mediante estrategias de optimización de la cadena de suministro. La dependencia de proveedores extranjeros se considera un factor crítico, los desafíos logísticos económicos pueden afectar la competitividad en el mercado ecuatoriano. La disponibilidad continua de productos en el mercado se garantiza mediante la optimización de toda la cadena de suministro.

Los competidores locales se benefician de ventajas en costos plazos de entrega gracias al acceso directo a sus recursos dada la fuerte competencia de los fabricantes de pinturas ecuatorianos colombianos, la cadena de suministro de Pinturas S.A. debe ser segura para mantenerse flexible resiliente a las fluctuaciones del mercado. Los competidores colombianos con una logística interna optimizada también representan una amenaza significativa. Las interrupciones o ineficiencias en la cadena de suministro de Pinturas S.A. podrían provocar pérdidas de participación de mercado para estos competidores.

La dependencia de las importaciones, especialmente de Colombia, se considera un riesgo debido a la fluctuación en los plazos de entrega, los cambios en la política comercial la fluctuación de los costos de transporte. Los factores pueden generar retrasos mayores costos operativos, lo que impide que Pinturas S.A. ofrezca precios competitivos para minimizar estos riesgos, es necesario desarrollar estrategias de optimización de la cadena de suministro, incluyendo la diversificación de proveedores una mejor gestión

logística; fortalecer la estabilidad de la empresa, también se están negociando mejores condiciones comerciales con los proveedores existentes.

Pinturas S.A. puede lograr una importante ventaja competitiva mediante el uso de tecnologías avanzadas prácticas eficientes de gestión de la cadena de suministro. El uso de sistemas de gestión de la cadena de suministro (SCM) herramientas de análisis predictivo ayuda a anticipar minimizar posibles interrupciones forman alianzas estratégicas con proveedores clave se exploran opciones de producción local para reducir la dependencia de las importaciones. Estas medidas integrales mejoran la estabilidad del suministro.

Parte del mercado dominado por Pinturas S.A. está ocupado por empresas locales ecuatorianas colombianas que compiten activamente las empresas aprovechan ventajas logísticas que se traducen en menores costos plazos de entrega más rápidos. La implementación de tecnologías avanzadas de gestión prácticas logísticas eficientes busca reducir costos mejorar la capacidad de respuesta al mercado.

### **1.3 Preguntas de Investigación**

¿Cómo puede Pinturas S.A., a partir de las pinturas en polvo poliéster de aplicación electroestática, mejorar su posición en el mercado y sus rendimientos?

- ¿Qué tendencias globales y regionales en la industria de pinturas en polvo poliéster de aplicación electroestática pueden influir en la posición de mercado de Pinturas S.A. y cómo pueden estas tendencias ser aprovechadas para mantener y fortalecer su liderazgo?

- ¿Cómo se comparan los indicadores de rendimiento de Pinturas S.A. con los de sus principales competidores en el mercado ecuatoriano y colombiano, qué áreas de mejora se pueden identificar para mantener su cuota de mercado del 75%?
- ¿Qué estrategias de marketing y fidelización de clientes puede implementar Pinturas S.A. para mantener su liderazgo en el mercado de pinturas en polvo poliéster de aplicación electrostática y asegurar la lealtad del cliente frente a la competencia?

#### **1.4 Justificación**

El análisis de factibilidad para el fortalecimiento comercial de la pintura en polvo poliéster de aplicación electrostática de Pinturas S.A. se considera necesario y fundamental por un impacto directo en la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa en el mercado ecuatoriano. El liderazgo del mercado se mantiene para asegurar la estabilidad financiera y el crecimiento continuo, lo que al mismo tiempo aporta al desarrollo económico del sector de pinturas en Ecuador. Los empleos significativos son generados por la empresa y también los ingresos fiscales son aportados al Estado, por este motivo su éxito resulta crucial para la economía local. Frente a la competencia proveniente de actores locales y extranjeros, principalmente de Colombia, se vuelve esencial la optimización de la cadena de suministro y las estrategias comerciales.

Un análisis detallado y la implementación de las estrategias adecuadas permiten que la empresa pueda resistir la presión competitiva, mantener su ventaja y seguir siendo el líder del mercado. Las áreas de mejora son identificadas mediante la evaluación de la situación actual y con ello se facilita la adopción de nuevas tecnologías y las prácticas

eficientes. La innovación constante es tomada como un elemento clave para la permanencia en cualquier industria, y para Pinturas S.A. implica no solo conservar sino también elevar la calidad de los productos y los servicios. Comprender las necesidades y las expectativas de los clientes se convierte en un requisito crucial para asegurar la lealtad en el tiempo.

La empresa busca, a través de las estrategias de marketing efectivas y los programas de fidelización, fortalecer la relación con sus clientes actuales y atraer a los nuevos usuarios. La estabilidad de la cuota de mercado se asegura mediante estas prácticas y se refuerza la presencia competitiva frente a los rivales nacionales e internacionales. Se implementan las estrategias de comunicación adecuadas para mantener a los clientes informados y vinculados con la marca. En este proceso se demuestra cómo la innovación y la atención al cliente son elementos que consolidan la permanencia de Pinturas S.A. en el mercado.

En un mundo cada vez más consciente del medio ambiente y la sostenibilidad, la cadena de suministro debe ser optimizada con las prácticas ecológicas. Al aplicar estas iniciativas, la empresa no solo mejora la imagen pública, sino que además asegura la viabilidad en el largo plazo. En los mercados con regulaciones ambientales cada vez más estrictas, la adopción de medidas sostenibles es vista como una obligación y una oportunidad a la vez.

## 1.5 Objetivos

### Objetivo General

Analizar la factibilidad del fortalecimiento comercial de la pintura en polvo poliéster de aplicación electroestática de la empresa Pinturas S.A. para mejorar su participación de mercado el periodo 2024 - 2025.

### Objetivos Específicos

1. Describir las diferentes presentaciones, texturas, tecnologías y usos de la pintura en polvo poliéster de aplicación electroestática importada por la empresa Pinturas S.A.
2. Realizar un estudio de mercado que permita analizar la participación en el mercado ecuatoriano de pintura en polvo poliéster de aplicación electroestática de la empresa Pinturas S.A. e identificar nuevos segmentos de mercado y usos alternativos del producto en Ecuador para el periodo 2024 - 2025.
3. Diseñar estrategias y recomendaciones para fortalecer el posicionamiento e incrementar la participación de mercado de la pintura en polvo poliéster de aplicación electroestática de la empresa Pinturas S.A. para el periodo 2024 - 2025.
4. Analizar la factibilidad financiera para el fortalecimiento comercial de la pintura en polvo poliéster de aplicación electroestática de la empresa Pinturas S.A. para el periodo 2024 - 2025.

## **1.6 Metodología**

El problema de investigación y su desarrollo de estrategias que permitan a Pinturas S.A. mantener su posición de liderazgo en el mercado de pinturas en polvo poliéster de aplicación electrostática, empleará una investigación inductiva basada en la metodología de estudio de caso que combina herramientas cualitativas y cuantitativas. La metodología usada posibilitará un análisis profundo y comprensivo de la situación de la empresa, así como de los factores internos y externos que afectan su desempeño.

La primera fase realizará un análisis situacional con una revisión exhaustiva de la bibliografía disponible en bases de datos especializadas. El objetivo de este primer punto es identificar las tendencias globales y regionales en la industria de pinturas en polvo poliéster, comprender su impacto potencial en Pinturas S.A. para ello, se consultarán los artículos académicos, los informes de la industria, las publicaciones comerciales y los estudios de mercado relevantes. El análisis permitirá identificar las principales tendencias tecnológicas, económicas y de consumo en el sector, así como las mejores prácticas y las estrategias adoptadas por los líderes de la industria tanto a nivel global como regional.

La segunda fase comprende una revisión de los datos internos de la empresa y su análisis competitivo con el propósito de evaluar el desempeño de la Pinturas S.A en comparación con sus principales competidores y la detección de las áreas de mejora necesarias para mantener la cuota de mercado para esto tendremos en cuenta informes financieros, registros de ventas, datos de producción y otros documentos internos relevantes; los indicadores clave de rendimiento (KPI) con los de sus competidores

locales y extranjeros, analizando aspectos como los precios, estrategias de marketing, tiempos de entrega y calidad del producto.

La última etapa engloba las estrategias de marketing y los programas de fidelización de clientes con el objetivo de asegurar la lealtad de los clientes y fortalecer la posición de Pinturas S.A. por medio de una investigación de mercado a través de encuestas y entrevistas a profundidad con los clientes actuales y potenciales, con el fin de comprender sus necesidades, sus preferencias y sus niveles de satisfacción. El objetivo también integra el diseño de estrategias de marketing personalizadas, campañas promocionales y programas de lealtad. Las estrategias implementadas inicialmente como programas piloto servirían para evaluar su efectividad y realizar los ajustes necesarios a partir del feedback real de los clientes.

El uso de las herramientas específicas será fundamental en cada fase de la metodología para revisar la bibliografía, con el uso de bases de datos académicas y de mercado como Google Scholar y Statista. El análisis de los datos internos y competitivos será resultado del uso de los softwares de análisis de datos, como Excel y SPSS, además de realizar entrevistas y encuestas a los stakeholders internos y los clientes. El desarrollo de las estrategias de marketing, aplicará herramientas de encuestas y análisis de mercado, así como el software de gestión de relaciones con el cliente (CRM) y los sistemas de análisis de métricas de satisfacción del cliente.

## 1.7 Variables a Evaluar: Dependiente e Independientes

La Tabla 2 nos muestra una descripción de las variables que serán evaluadas para el trabajo de investigación en variable dependiente y las independientes, incluyendo su definición conceptual y las técnicas o instrumentos de evaluación.

**Tabla 2.**

### *Descripción de Variables*

| <b>Variables</b>                | <b>Definición conceptual</b>                                                                                                                                | <b>Técnicas o instrumentos</b>                                                                                                                         |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                 |                                                                                                                                                             | Análisis de Indicadores de desempeño:                                                                                                                  |
| <b>Variable dependiente</b>     | Evaluación de las condiciones y recursos disponibles que permiten a Pinturas S.A. mejorar su posición en el mercado y aumentar sus ventas.                  | - Porcentaje de participación de Mercado<br><br>- Nivel de recordación de marca ( <i>Top of mind</i> ).<br><br>- Evaluación de indicadores financieros |
| <b>Variables Independientes</b> | Estrategia mediante la empresa busca establecer una imagen y percepción distintiva de su marca en la mente de los consumidores respecto a los competidores. | Entrevistas a profundidad                                                                                                                              |
| • Posicionamiento de la marca   |                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                        |

|                                                                                                                  |                                                                                                                                        |                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| • Participación del mercado de la pintura en polvo poliéster de aplicación electrostática y su mercado potencial | Proporción del total de ventas o volumen que ocupa este tipo de pintura dentro del sector de recubrimientos en un mercado determinado. | Estudio de mercado<br>Análisis FODA |
| • Viabilidad financiera de comercio del producto                                                                 | Análisis y evaluación de la capacidad de este negocio para generar ingresos suficientes que cubran sus costos y generen rentabilidad   | Estudio financiero                  |

---

Nota. Tomado de la revisión de literatura.

### 1.8 Delimitación del Tema

El estudio tiene un enfoque específico en la pintura en polvo poliéster de aplicación electrostática producida y comercializada por Pinturas S.A., empresa líder en el mercado ecuatoriano. La investigación tiene como eje principal el análisis de la cadena de suministro, estrategias de marketing, la comparación competitiva específica a este producto cual aspectos que pueden ser optimizados para mantener y fortalecer la posición de liderazgo de la empresa en el mercado.

El periodo de estudio comprende tres años desde 2021 hasta 2023, para asegurar una evaluación completa de las tendencias recientes, los cambios en el mercado y la evolución de las estrategias empresariales.

Las operaciones de Pinturas S.A. en Ecuador, estarán delimitadas con un enfoque especial en las importaciones de pintura en polvo desde Colombia y Brasil, su impacto en la competitividad de la empresa en el mercado local.

El estudio abarca únicamente el uso de información disponible en los informes financieros y registros de ventas de la empresa, datos de mercado accesibles públicamente, entrevistas con stakeholders clave de la empresa y del sector sin considerar otros productos o líneas de negocio fuera de la pintura en polvo poliéster de aplicación electroestática; de esta manera nos aseguramos que el análisis sea profundo y específico, proporcionando recomendaciones precisas y aplicables para mantener y fortalecer la posición de liderazgo de la empresa en su mercado objetivo.

## **Capítulo II**

### **Teoría de la Investigación**

#### **2.1 Marco Conceptual**

El desarrollo de este apartado contribuirá a comprender los diversos conceptos clave que más adelante estarán presentes en el momento de profundizar en las causas del éxito comercial de Pinturas S.A. y, así también, en las realidades en las de está inmerso el mercado de la pintura en polvo poliéster de aplicación electrostática para descubrir las diversas oportunidades y amenazas del mercado.

##### **2.1.1 Ventas**

Es el proceso mediante el cual una empresa intercambia productos o servicios por dinero u otras compensaciones de valor (Paredes & Guerrero, 2020), también todas las actividades relacionadas con la promoción, comercialización y distribución de bienes a clientes, a nivel local como internacional (Ponce, Andreina, & Endara, 2022). Las ventas sirven en esta investigación para medir el desempeño comercial de la pintura en polvo poliéster en el mercado ecuatoriano.

##### **2.1.2 Importación**

Es la acción de introducir bienes o servicios procedentes de un país extranjero al mercado local para su comercialización (Velez Gomez, 2023). En este estudio, se evalúa cómo la importación de pintura en polvo poliéster desde Colombia y Brasil impacta la

competitividad de Pinturas S.A. en el mercado ecuatoriano, considerando aspectos como costos, tiempos de entrega y regulaciones aduaneras (Flores, 2023).

### **2.1.3 Pintura en Polvo Poliéster**

Tipo de recubrimiento en polvo compuesto por resinas de poliéster que se aplica principalmente a superficies metálicas mediante un proceso de aplicación electrostática. Esta pintura se caracteriza por su alta resistencia a la intemperie, durabilidad y acabado estético superior, lo que la hace ideal para aplicaciones industriales y arquitectónicas (Mejía-Brito, García-Caraballo, Nieto-Peralta, Vesga-Ortiz, & Palacio, Análisis de la Adherencia de Siliconas en Aluminios Utilizando Diseño de Experimentos de Taguchi, 2024).

### **2.1.4 Aplicación Electroestática**

Método de aplicación de pintura en el que las partículas de polvo se cargan eléctricamente para adherirse a una superficie metálica. La pieza se somete posteriormente a un proceso de curado a alta temperatura, formando una película sólida y duradera. La técnica electrostática reduce el desperdicio y asegura una cobertura uniforme (ORIHUELA, 2024).

### **2.1.5 Pintura en Polvo Poliéster de Aplicación Electroestática**

La pintura en polvo poliéster de aplicación electroestática es una tecnología innovadora y revolucionaria en el sector de recubrimientos, reconocida por su sostenibilidad y eficiencia; es amigable con el medio ambiente, 100% reutilizable y genera un mínimo de desperdicio a lo largo de su aplicación, no como las pinturas líquidas tradicionales, dado que no contiene solventes ni libera compuestos orgánicos volátiles (COV), reduciendo significativamente el impacto ambiental y los riesgos para la salud.

El proceso de aplicación electrostática consiste en cargar eléctricamente las partículas de pintura para que se adhieran de manera uniforme a la superficie a recubrir, la pieza pintada entra a un proceso de curado a alta temperatura, donde la pintura se solidifica y forma una capa duradera y resistente. El método descrito es recurrente en sectores como la arquitectura metálica, fabricación de barcos, industria de electrodomésticos, aeronaves, vehículos (incluyendo marcas como Tesla), aplicaciones específicas en madera y perfiles de aluminio (Mejía-Brito, García-Caraballo, Nieto-Peralta, Vesga-Ortiz, & Palacio, 2024).

La pintura en polvo poliéster cuenta con certificaciones internacionales como OL para el sector eléctrico y aprobaciones en perfiles metálicos por su versatilidad y alta resistencia a condiciones extremas, autorizaciones para su uso en entornos hospitalarios y cocinas, cumpliendo con los estándares de consumo masivo y regulaciones del Ministerio de Salud Pública (MSP); y otras aplicaciones en camillas, madera MDF (soportando temperaturas superiores a 60°C), revestimiento de PVC, una amplia gama de aplicaciones industriales y decorativas.

La pintura en polvo poliéster es 100% utilizada en el país importada y fabricada en Colombia utilizando materias primas internacionales, adaptándose a las necesidades del mercado local. Pinturas S.A. comercializa este producto en el país logrando un 75% de participación en el mercado de recubrimientos en polvo; globalmente esta tecnología se destaca como líder en el sector, especialmente en la producción y aplicación de perfiles de aluminio para fachadas, ventanas, puertas.

La pintura en polvo poliéster de aplicación electroestática representa la innovación en recubrimientos de alto desempeño, ofreciendo una solución de alta calidad y sostenibilidad para diversas industrias y aplicaciones especializadas.

#### **2.1.6 Estudio de Mercado**

Proceso de recolección, análisis e interpretación de información sobre el mercado, incluyendo el tamaño, tendencias, preferencias de los consumidores y el entorno competitivo; también permite la identificación de las oportunidades de negocio, definir estrategias comerciales y tomar decisiones informadas en relación con productos o servicios específicos (Izquierdo, Gavilanes, & Mena, 2021).

### **2.1.7 Cadena de Suministro**

Conjunto de procesos involucrados en la producción, almacenamiento y distribución de un producto, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto final al cliente (Hernández, 2022).

### **2.1.8 Análisis Competitivo**

Evaluación sistemática de los competidores en el mercado para entender sus fortalezas, debilidades, estrategias y posicionamiento, con el fin de identificar oportunidades de ventaja competitiva (Zambrano, Romero-Perdomo, Medina, Másmela, & Galvis, 2023).

### **2.1.9 Estrategia de Marketing**

Conjunto de acciones planificadas orientadas a promover y comercializar productos o servicios, incluyen el análisis de mercado, posicionamiento, desarrollo de marca y tácticas de promoción (Caballero & Lara, 2021).

### **2.1.10 Fortalecimiento Comercial**

Estrategias y acciones destinadas a incrementar la presencia y competitividad de una empresa en el mercado, mejorando su capacidad de atraer y retener clientes (Lemoine-Quintero, Montesdeoca-Calderón, & Hernández-Rodríguez, 2023).

### **2.1.11 Mercado Objetivo**

Segmento específico del mercado al cual una empresa dirige sus esfuerzos de marketing y comercialización. Se define según características demográficas, geográficas, psicográficas y comportamentales (Solorzano & Parrales, 2021).

### **2.1.12 Posicionamiento de Marca**

La percepción de los consumidores acerca de una marca en comparación con sus competidores se fundamenta en aspectos como la calidad, el costo, las características y los valores distintivos del producto. (Solorzano & Parrales, 2021).

### **2.1.13 Competitividad**

Capacidad de una empresa para mantener y mejorar su posición en el mercado en relación con sus competidores, basada en la eficiencia de costos, calidad del producto, innovación y satisfacción del cliente (Romero-Suárez, Pertuz, & Orozco-Acosta, 2020).

### **2.1.14 Informe Financiero**

Documentos que reflejan la situación económica y financiera de una empresa en un periodo específico. Incluyen el balance general, estado de resultados, flujo de caja y notas explicativas (Soto Velasco, 2020).

### **2.1.15 Registro de Ventas**

Datos y registros que documentan el volumen de ventas, ingresos y comportamiento de los clientes a lo largo de un periodo determinado. Estos registros son esenciales para el análisis de tendencias y desempeño comercial (Castillo Chinchay & Dávila Hurtado, 2020).

### **2.1.16 Stakeholders Clave**

Personas o grupos que tienen un interés o impacto significativo en las operaciones de una empresa, como empleados, clientes, proveedores, competidores, reguladores y comunidad local (Atehortúa Cruz, Maya Parra, & Parra Maldonado, 2024).

### **2.1.17 Ventaja Competitiva**

Es la característica diferenciadora de una empresa o producto que le ayuda a sobresalir en el mercado frente a todos los demás competidores, incluyendo costos más bajos, calidad superior, innovación o servicio al cliente (Romero, Sánchez, Quintero, & Silva, 2020).

### **2.1.18 Tendencias de Mercado**

Los patrones y cambios en el comportamiento del mercado y los consumidores que influyen en la oferta y la demanda de productos; su comprensión es crucial para la toma de decisiones estratégicas en una empresa (Bolaños & Cortez, 2024).

## **2.2 Marco Teórico**

### **2.2.1 Variable Dependiente**

#### ***Fortalecimiento Comercial***

Con fortalecimiento comercial de una empresa nos referimos a las estrategias, acciones y decisiones que mejoran su capacidad para competir, captar mercados, generar ingresos y mantener una ventaja sostenible en el tiempo. Varias áreas clave están comprendidas en

el fortalecimiento comercial incluyendo la gestión estratégica, el marketing, la innovación, la gestión de ventas y la adaptación al entorno competitivo.

Hay algunas teorías que explican el fortalecimiento comercial de una empresa, mencionando a las más importantes, las teorías de los recursos y capacidades, de la ventaja competitiva, del posicionamiento, del marketing relacional y fidelización del cliente, de la innovación disruptiva, del ciclo de vida del producto y del entorno competitivo.

Según la teoría de los recursos y capacidades, las empresas pueden lograr sus ventajas competitivas sostenibles explotando recursos únicos y valiosos, como los activos tangibles e intangibles y las capacidades organizacionales. Barney & Hesterly (2018), mencionan que las empresas deben estar centradas en identificar y desarrollar aquellos recursos que sean valiosos, raros, difíciles de imitar y organizados adecuadamente. Ellos los llamaron recursos VRIO (valor, rareza, imitabilidad, organización).

También se incluyen en los recursos clave para el fortalecimiento comercial las capacidades en marketing, tecnologías avanzadas, talento humano calificado y una estructura organizativa ágil; permitiendo a la empresa diferenciarse y mantener una ventaja competitiva en el mercado. La capacidad de la empresa para identificar y gestionar sus recursos críticos permitirá la implementación de estrategias que maximicen su eficiencia operativa y competitividad en el mercado.

Porter (2009), desarrolló algunas estrategias genéricas como liderazgo en costos, diferenciación y enfoque; si las empresas las utilizan, pueden mejorar su posición comercial.

El liderazgo en costos lo entendemos como la capacidad de la empresa para ofrecer productos o servicios a un costo inferior que la competencia, permitiéndole captar mayor participación de mercado por sus precios más competitivos. El autor indica que se puede realizar optimizando procesos internos y controlando costos operativos, reduciendo gastos innecesarios y mejorando la eficiencia. El resultado es que la empresa pueda ofrecer productos a precios más bajos que los de sus competidores, obteniendo así su ventaja competitiva (Porter, 2009).

La diferenciación es la acción de ofrecer un producto o servicio que los consumidores perciban como único o superior en calidad, innovación o diseño, asociándolo con características diferenciadoras que lo hagan distinguirse en el mercado. Las empresas que la adoptan pueden aumentar la lealtad del cliente y justificar precios más elevados, fortaleciendo la identidad de la marca y un éxito comercial a largo plazo.

La variable enfoque concentra los esfuerzos en un nicho específico del mercado, adaptando productos o servicios para satisfacer las necesidades específicas de cada segmento de clientes. Una empresa que enfoca la estrategia en nichos de mercado, comprenderá mejor a sus clientes y podrá satisfacer de mejor forma sus necesidades; mejorando su competitividad en cada segmento con productos de alta calidad, servicios personalizados o mayor atención a los detalles.

El posicionamiento fue desarrollado por Ries & Trout (2019) quienes mencionan que una empresa debe ocupar un lugar específico en la mente del consumidor para ser competitiva; ya que de esta forma se crea una percepción única y diferenciada que le permite a los consumidores identificar y preferir una marca o producto frente a otros.

Si la empresa tiene una buena estrategia de posicionamiento puede comunicar mejor su propuesta de valor, generando una ventaja competitiva sostenible, que es importante para mercados donde hay mucha competencia; así el reconocimiento y la diferenciación de marca nos ayudan a captar y retener clientes.

Kotler & Keller (2019) investigan respecto del Marketing relacional sobre establecimiento de relaciones a largo plazo con los diversos clientes en el lugar de enfocarse únicamente en transacciones netamente puntuales. Las relaciones sólidas empresariales con clientes tienden a fortalecer su posición comercial para aumentar la lealtad del cliente y generar muchos ingresos recurrentes. La fidelización del cliente es clave pues implementa estrategias para retener a los consumidores en el transcurso del tiempo ofreciendo muchos resultados que son mejoras en productos de calidad, servicio postventa, programas de recompensas que esto se traduce en estabilidad, crecimiento comercial y mantenimiento de clientes.

La Teoría de la Innovación Disruptiva formulada por Christensen, Raynor & McDonald (2020), nos explica cómo es que las empresas pueden fortalecer su posición comercial cuando introducen innovaciones que alteran radicalmente los mercados existentes o crean uno nuevo porque cuando una empresa introduce un producto o servicio más accesible o barato que atrae a un gran número de clientes se desplazan a los competidores tradicionales. La innovación es un factor clave para el fortalecimiento comercial permitiendo a las empresas adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y aprovechar nuevas oportunidades.

La Teoría del Ciclo de Vida del Producto propuesta por Levitt, T. (1965), esboza que los productos pasan por muy diferentes etapas que son introducción, crecimiento, madurez y declive; todas las empresas deben implementar estrategias específicas durante cada fase para fortalecer su posición comercial.

Las empresas deben centrarse en desarrollar la demanda a lo largo de la etapa de introducción con creación de la marca en el mercado para mostrar el producto a los consumidores; ya en la etapa de crecimiento es crucial un aumento de la participación de mercado y una mejora en la distribución que asegure el éxito continuo del producto. El enfoque cuando el producto alcanza su madurez está en mejorar sus características o explorar nuevos mercados para mantener el crecimiento; en la fase de declive, las empresas enfrentan la decisión de retirar el producto o rejuvenecerlo a través de innovaciones que lo mantengan relevante en el mercado.

El Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter (2008), es una herramienta clave para el análisis del entorno competitivo de una empresa como un modelo ayuda a las empresas a identificar los factores que influyen en su rentabilidad y estrategia para fortalecerse comercialmente. La primera fuerza es la rivalidad entre competidores donde una mayor competencia dificulta fortalecer posición. La amenaza de nuevos entrantes, depende de las barreras de entrada. El poder de los proveedores puede influir en los costos de la empresa. El poder de los compradores que indica que quienes pueden presionar para reducir precios o exigir mejores servicios cuando tienen una fuerte capacidad de negociación. La amenaza de productos sustitutivos donde la disponibilidad de alternativas limita la capacidad de una empresa para diferenciarse o aumentar precios.

## **2.2.2 Variables Independientes**

### **2.2.2.1 Análisis de Factibilidad de Mercado**

Sapag Chain et al. (2014), en su investigación propuso enfocarse en tres factores para evaluar de una forma adecuada un mercado que son el consumidor, el medio y la demanda. El análisis de factibilidad de mercado implicaría la evaluación de condiciones, características y dinámicas del mercado en las cuales una empresa o producto compiten. El análisis correspondiente es crucial para la identificación de oportunidades, riesgos y desafíos que pueden afectar el éxito de una empresa o producto en el mercado.

#### **El Consumidor**

Según Kotler y Armstrong (2018), las decisiones de los consumidores tienen influidas por factores psicológicos, culturales, sociales y personales. El hecho de no poder conocer los gustos y necesidades de cada individuo potencial hace necesaria la segmentación de los consumidores en grupos lógicos.

Existen dos grandes grupos según indican Sapag Chain et al. (2014), el consumidor institucional, toma decisiones basadas en criterios técnicos y económicos (entre ellos el precio, calidad, disponibilidad, etc.), del consumidor individual que se guía por factores emocionales como la moda o el prestigio de la marca.

Para el consumidor institucional, la demanda puede cuantificarse fácilmente con base en ventajas económicas del producto mientras que el consumidor individual requiere un análisis más detallado pues sus decisiones de compra están influenciadas por factores

demográficos, geográficos, psicosociológicos, como el nivel de ingresos o la clase social.

Respecto de la segmentación de este mercado institucional, tiene raíces en el tipo de actividad, región y volumen de consumo; sin embargo, en un mercado individual consideramos de la misma manera la edad, sexo, nivel de ingresos, hábitos de consumo, frecuencia de compra y método de pago como variables que motivan a los consumidores.

La clave de los mercados de competencia será la comprensión de la lealtad del consumidor hacia marcas, también en respuesta hacia promociones, temas de mercadeo en general, sensibilidad del precio hacia productos sustitutos y condiciones crediticias para la definición de una mejor estrategia comercial.

### **El Medio**

El contexto de una estrategia comercial efectiva es conocido como medio cuando es guiado y definido por variables externas que tienen afectación en su comportamiento del mercado (Sapag Chain, Sapag Chain, & Sapag Puelma, 2014). Las variables externas son los diversos factores económicos, socioculturales, tecnológicos y políticos identificados desde lo externo cual amenazas, oportunidades y aliados en el entorno (Perdana, 2019).

Hay factores económicos como políticas gubernamentales que influyen directamente en la toma de decisiones estratégicas; una política de cambio bajo puede disminuir significativamente costos de materias primas que se importan y de la misma manera

fomentar una competencia sana con productos extranjeros, cambios arancelarios o políticas económicas afectan el costo de insumos y la rentabilidad.

Un entorno sociocultural influido por factores como cultura y los medios de comunicación, también es clave en este estudio pues de la misma manera que en las variables anteriores son los hábitos de consumo y la respuesta a campañas publicitarias las que están sujetas a un nivel cultural de cada segmento del mercado; para ello incluimos a las clases sociales y estilo de vida.

Otra de las ventajas o amenazas a tener en cuenta es el avance acelerado de la tecnología pues cuando una tecnología no está al alcance de un proyecto económico puede hacer que el producto que se oferta quede obsoleto frente a otras alternativas tecnológicas mucho más avanzadas.

Las expectativas y decisiones de los agentes económicos también son afectadas por el entorno político porque los cambios significativos en las leyes generan muchísima incertidumbre frenando inversiones; por otro lado, de existir una estabilidad política pujante, los cambios tienen menos impacto en los procesos de inversión.

El análisis de estos factores descritos permite identificar muchas de las amenazas que tienen las empresas, entre ellas una competencia que día a día va creciendo o la inestabilidad política, al mismo tiempo las oportunidades como la demanda insatisfecha o incentivos gubernamentales, distribuidores o autoridades locales que puedan beneficiarse económicamente.

## **La Demanda**

Dentro de las diversas teorías que estudiamos en este documento encontramos a la teoría de la oferta y de la demanda que resulta expresamente fundamental para la evaluación de que tan viable puede ser cualquier producto o la empresa que lo produce en un mercado teniendo en cuenta que debe de existir equilibrio entre la oferta o productos disponibles y la demanda que es el deseo de los consumidores por adquirirlos para determinar el precio evaluando posteriormente el éxito de un bien o servicio. (Pindyck & Rubinfeld, 2018).

La demanda también es la satisfacción que obtienen los consumidores en el acto del consumo de bienes o servicios, donde algunos productos generan mayor utilidad que otros, se pueden establecer también hábitos por las diversas preferencias dentro de las limitantes en el presupuesto de cada uno de los individuos volviéndolos propensos a seleccionar una combinación de bienes que maximice su satisfacción.

Ante un cambio en precio o en la variable del ingreso del consumidor también cambian las decisiones de consumo del consumidor, y es que, si el precio de un bien sufre un incremento y existen uno o varios productos que son sustitutos los consumidores podrían optar por alternativas más económicas.

La variable de la demanda de un bien se explica por los precios de otros productos como por la variable del ingreso del consumidor, de esta manera, el análisis de la demanda que se realiza nos permite como analistas la identificación de los factores más influyentes en el comportamiento de los mercados y la comprensión de la viabilidad de un producto o servicio dentro de estos mercados.

#### **2.2.2.2 Análisis de Factibilidad de Posicionamiento**

La teoría del análisis de la factibilidad de posicionamiento corresponde a una de las más influyentes sobre el posicionamiento, esta teoría fue propuesta por Ries y Trout (1986), quienes definen esta factibilidad como una forma en que se diseñan las imágenes de un producto o marca que dan como resultado la ocupación un lugar distintivo en la mente del consumidor, el imaginario colectivo, pues en un mercado saturado no basta con crear un buen producto, es precisa una percepción clara y diferenciada frente a los competidores para la diferenciación de marca o el producto por medio de atributos específicos, ya sea calidad, precio, innovación u otro valor diferencial.

El fundamento del posicionamiento es una promesa clara y muy relevante para el consumidor o los consumidores pues se enfatiza en que no se construye como parte de los atributos del producto sino en las mentes de los consumidores que son los que deciden en qué lugar de relevancia ubicar a las marcas en comparación con otras.

La imagen de marca como teoría tiene su fundamento en la manera en que los diversos consumidores tienen su percepción de una marca y en cómo esas percepciones tienen influencia en las decisiones de compra que tienen los individuos como plantea Keller (2013), una imagen de marca constituye la suma de asociaciones sean estas asociaciones de tipo funcional, emocional o simbólica que los consumidores relacionan o por medio de una imagen sólida pues esto es esencial para lograr posicionamientos efectivos determinados por la manera o forma en que los consumidores recuerdan y consideran de una marca en el momento de elegir o no un producto que comprar.

El posicionamiento de una marca en este contexto debe necesariamente estar basado en una imagen clara, tan consistente que envíe un mensaje orientado al consumidor que sea coherente y memorable en su valor o beneficio aún más usando herramientas comunicativas efectivas.

La propuesta de valor está estrechamente vinculada a las variables más intrínsecas como el posicionamiento pues según Osterwalder y Pigneur (2014) englobando un conjunto de beneficios ofertado por la marca a los clientes, distinguiéndola de la competencia y esto define no solo lo que hace diferente a la marca pues también en la manera en la que satisface las necesidades de cada uno de los consumidores.

Las estrategias de posicionamiento se vuelven efectivas cuando están alineadas con muchas propuestas de valor que sean verdaderamente sólidas, resonando con los públicos objetivo y diferenciándose de otras muchas propuestas de competidores, es clave comunicar claramente por qué un producto o su marca es mejor en los aspectos que resultan importantes para los consumidores.

Un posicionamiento que sea emocional tiene su énfasis en la creación de vínculos afectivos entre marcas y consumidores; según Gobé (2009), las marcas que deseen posicionamientos emocionales deben de apelar tanto a necesidades racionales como a emociones y aspiraciones de los consumidores pues son ellos los que toman decisiones pero no únicamente como entes racionales sino que la emoción forma parte de sus vidas y por la expectativa y aquello que se convierte en moda también forma parte de la decisión que tome una persona.

El objetivo buscado con un posicionamiento emocional es la lealtad y afinidad para con la marca; los consumidores se identifiquen con los valores o personalidad de aquellas marcas que logran esta conexión suelen contar con un mayor compromiso a ser fieles a la marca y al compromiso.

Ahora hablaremos del posicionamiento en base o atributos empezando en que las marcas pueden basarse en un rasgo clave que los consumidores valoran; según Aaker (1999), este posicionamiento puede ser de tipo funcional, simbólico o de pertenencia siendo fundamental la selección de atributos relevantes para los clientes para que la marca pueda sobresalir de manera significativa.

Los modelos de posicionamiento por atributos serán empleados por muchas empresas en la generación de ventajas frente a la competencia para destacar no solo por ser las más innovadoras sino también destacando por el ofrecimiento de otros muchos beneficios como la mejor relación calidad-precio.

### **2.2.2.3 Análisis de Factibilidad Financiera**

Un análisis de factibilidad financiero es un proceso clave en la evaluación respecto de la viabilidad de un proyecto, empresa o las inversiones que desde el punto de vista financiero permiten a las organizaciones e inversionistas la toma de decisiones con más información basándose en la rentabilidad esperada, los riesgos y la capacidad de generar valor en lapsos definidos. Según el autor Sapag Chain et al. (2014), se pueden distinguir tres criterios principales para sustentar un análisis de factibilidad financiera entre estos el valor presente neto o VPN, la tasa interna de retorno que desde ahora diremos TIR y el análisis costo-beneficio.

Tenemos que hablar sobre el criterio del valor presente neto (VPN) pues es esencial utilizarse en la evaluación de la factibilidad financiera de proyectos de inversión de toda magnitud desde los más pequeños a los más grandes, pues la diferencia entre el valor presente de los flujos de caja futuros esperados y el costo inicial de la inversión que da como resultado un valor presente neto positivo es un indicador que nos dice que el proyecto generará valor y resulta financieramente factible (Ross, Westerfield, & Jaffe, 2020).

Hay que considerar el costo de oportunidad del capital, que es la decisión de no tomar una decisión por tomar otra, esto nos implica el descuento de flujos de efectivo futuros a una tasa que no refleje necesariamente riesgos y retornos esperados, como una metodología clave en la evaluación de proyectos a largo plazo; necesariamente hay que realizar una comparación del valor del dinero en distintos periodos y tomar decisiones sobre la viabilidad de las inversiones antes de realizarlas (Brealey, Myers, & Marcus, 2020).

### **2.3 Marco Legal**

El marco legal de esta tesis de investigación tomo en cuenta los temas ligados a la legislación en la fabricación de pinturas que implican el uso de sustancias químicas como aditivos, pigmentos, solventes, aglutinantes y secantes que en su mayoría son importados de mercados extranjeros. En Ecuador existe un marco regulatorio que será disgregado en la siguiente tabla por organismos gubernamentales competentes.

En la legislación ecuatoriana tenemos diversos mecanismos para una correcta gestión y control de sustancias químicas pues estas están recogidas en varios cuerpos de normas

que son aplicables según la correspondencia de las autoridades responsables, como se muestra en la Tabla 3.

**Tabla 3.**

*Normativa Legal Ecuatoriana*

| <b>Organismo<br/>competente</b>                                           | <b>Fase de la gestión</b>        | <b>Instrumento Legal</b>             | <b>Fecha</b>                                          |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>Estado<br/>Ecuatoriano</b>                                             | Todas las fases de<br>la gestión | Constitución política                | Registro Oficial 449<br>de 2008-10-20                 |
| <b>Estado<br/>Ecuatoriano</b>                                             | Todas las fases de<br>la gestión | Código Penal                         | Registro Oficial<br>Suplemento 180 de<br>2014-02-10   |
| <b>Ministerio de<br/>Salud Pública</b>                                    | Todas las fases de<br>la Gestión | Ley Orgánica de<br>Salud             | Registro Oficial<br>Suplemento 423 del<br>22-Dec-2006 |
| <b>Ministerio de<br/>Productividad,<br/>Comercio<br/>Exterior y Pesca</b> | Comercialización                 | Ley de Comercio<br>Exterior. Ley 12. | Registro Oficial 82<br>de 1997-06-09                  |

|                                                               |                   |                                               |                                                |
|---------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------|
| <b>Ministerio de Productividad, Comercio Exterior y Pesca</b> | Comercialización, | Ley del Sistema                               | Registro Oficial                               |
|                                                               | Fabricación       | Ecuatoriano de la                             | Suplemento 26 de                               |
|                                                               |                   | Calidad. Ley 76.                              | 22 de febrero de                               |
|                                                               |                   |                                               | 2007. Última modificación: 09 de junio de 2014 |
| <b>Instituto Ecuatoriano de Normalización</b>                 | Fabricación       | NTE INEN 2280.                                | Registro Oficial No.                           |
|                                                               |                   | Pinturas. Lacas                               | 380 de 2001-07-31                              |
|                                                               |                   | nitrocelulósicas para repintado de vehículos. |                                                |
|                                                               |                   | Requisitos.                                   |                                                |
|                                                               |                   | NTE INEN 2281.                                | Registro Oficial No.                           |
|                                                               |                   | Pinturas. Lacas                               | 380 de 2001-07-31                              |
|                                                               |                   | acrílicas para repintado de vehículos.        |                                                |
|                                                               |                   |                                               |                                                |
|                                                               |                   | NTE INEN 2282.                                | Registro Oficial No.                           |
|                                                               |                   | Pinturas. Sellador                            | No. 381 de 2001-                               |
|                                                               |                   | nitrocelulósico                               | 08-01                                          |
|                                                               |                   | lijable para madera.                          |                                                |

---

|                       |                      |
|-----------------------|----------------------|
| NTE INEN 2283.        | Registro Oficial No. |
| Pinturas. Lacas       | 380 de 2001-07-31    |
| nitrocelulósicas para |                      |
| acabados sobre        |                      |
| madera.               |                      |

---



---

|                    |                      |
|--------------------|----------------------|
| NTE INEN 2285.     | Registro Oficial No. |
| Pinturas. Barnices | 380 de 2001-07-31    |

---

| <b>Organismo<br/>competente</b> | <b>Fase de la gestión</b> | <b>Instrumento Legal</b>             | <b>Fecha</b>          |
|---------------------------------|---------------------------|--------------------------------------|-----------------------|
|                                 |                           | alquídicos de<br>secamiento al aire. |                       |
|                                 |                           | NTE INEN 2286.                       | Registro Oficial No.  |
|                                 |                           | Pinturas. Fondos                     | 381 de 2001-08-01     |
|                                 |                           | nitrocelulósicos para                |                       |
|                                 |                           | repintado en la                      |                       |
|                                 |                           | industria automotriz.                |                       |
|                                 |                           | NTE INEN 1043.                       | Registro Oficial No.  |
|                                 |                           | Pinturas. Imprimantes                | No. 381 de 2001-08-01 |

---

---

anticorrosivos con  
vehículo alquídico.

---

|                       |                      |
|-----------------------|----------------------|
| NTE INEN 1046.        | Registro Oficial No. |
| Pinturas. Imprimantes | No. 381 de 2001-08-  |
| anticorrosivos con    | 01                   |
| vehículo epóxico.     |                      |

---

|                     |                      |
|---------------------|----------------------|
| NTE INEN 1044.      | Registro Oficial No. |
| Pinturas.           | 382 de 2001-08-02    |
| Recubrimientos      |                      |
| anticorrosivos para |                      |
| altas temperaturas. |                      |

---

|                       |                      |
|-----------------------|----------------------|
| NTE INEN 2287.        | Registro Oficial No. |
| Pinturas. Masillas    | 382 de 2001-08-02    |
| nitrocelulósicas y de |                      |
| poliéster.            |                      |

---

|                 |                      |
|-----------------|----------------------|
| NTE INEN 1042.  | Registro Oficial No. |
| Pinturas para   | 65 de 2009-11-12     |
| señalamiento de |                      |
| tráfico.        |                      |

---

|                    |                      |
|--------------------|----------------------|
| NTE INEN 2095.     | Registro Oficial No. |
| Pinturas. Esmaltes | 122 de 2017-11-17    |

---

---

alquídicos modificados

para vehículos.

---

NTE INEN 1544.

Registro Oficial No.

Pinturas

389 de 2018-12-17

arquitectónicas.

Pintura en emulsión

base agua (látex).

| <b>Organismo<br/>competente</b>  | <b>Fase de la gestión</b>  | <b>Instrumento Legal</b>     | <b>Fecha</b>                              |
|----------------------------------|----------------------------|------------------------------|-------------------------------------------|
|                                  |                            | NTE INEN 2284.               | Registro Oficial No.                      |
|                                  |                            | Pinturas. Lacas              | 182 de 2018-02-16                         |
|                                  |                            | catalizadas al ácido         |                                           |
|                                  |                            | para acabados sobre          |                                           |
|                                  |                            | madera.                      |                                           |
|                                  |                            | NTE INEN 2094.               | Registro Oficial No.                      |
|                                  |                            | Pinturas. Esmaltes           | 6 de 2019-07-29                           |
|                                  |                            | alquídicos sintéticos        |                                           |
|                                  |                            | de secado al aire.           |                                           |
| <b>Instituto<br/>Ecuatoriano</b> | Manejo y<br>almacenamiento | NTE INEN 2266<br>Transporte, | Registro Oficial No.<br>881 de 2013-01-29 |

---

|                                |                               |                                                                                                                                                                                     |                                        |
|--------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| <b>de</b>                      |                               | almacenamiento y                                                                                                                                                                    |                                        |
| <b>Normalización</b>           |                               | manejo de materiales                                                                                                                                                                |                                        |
|                                |                               | peligrosos.                                                                                                                                                                         |                                        |
| <b>Ministerio del Ambiente</b> | Importaciones                 | Código Orgánico                                                                                                                                                                     | Registro Oficial                       |
|                                | Manejo                        | Ambiental. Ley 0. y su reglamento                                                                                                                                                   | Suplemento 983 de 2017-04-12           |
|                                | Disposición final de desechos | Acuerdo Ministerial No. 026.                                                                                                                                                        | Registro Oficial No. 334 de 2008-05-12 |
|                                |                               | Procedimientos para registro de generadores de desechos peligrosos, gestión de desechos peligrosos previo al licenciamiento ambiental, para el transporte de materiales peligrosos. |                                        |

*Nota.* Tomado de la legislación ecuatoriana.

## **Capítulo III**

### **Estudio del Mercado**

#### **3.1 Situación del Mercado**

##### **3.1.1 Clientes Principales**

En el año 2023 las ventas de Pinturas S.A. en el rubro de pinturas en polvo de aplicación electrostática fueron de \$1 518 211.70 dólares americanos. Este valor está repartido entre exactamente 142 clientes los cuales engloban a personas naturales y jurídicas. Los diez clientes más importantes representan el 56.21% de las ventas y el resto de los clientes se dividen en el 43.79% restante siendo el cliente principal Mabe Ecuador S.A., que es una empresa orientada a la fabricación de electrodomésticos de línea blanca, sus compras fueron de \$251 326.06 lo que representa el 16.55% de las ventas totales de Pinturas S.A. para dicho año.

El enfoque de la empresa Pinturas S.A. es la satisfacción de las necesidades de diversos sectores industriales con su línea de pinturas en polvo poliéster. A continuación, se detallan los principales clientes agrupados por sectores:

##### **Sector de Arquitectura Metálica**

En este sector los clientes principales son la empresa Duragas que utiliza la pintura en recubrimiento de estructuras metálicas y componentes expuestos a ambientes exteriores. También la compañía especializada en la fabricación de productos metálicos, Inatra,

para la construcción, como barandas que requieren recubrimientos duraderos y Moregram que es un cliente importante en la producción de estructuras arquitectónicas, fachadas y elementos de perfilería metálica.

### **Sector Eléctrico**

Entre los clientes del sector eléctrico destaca Panelec que es una empresa que aplica pintura en polvo poliéster a tableros, gabinetes y componentes eléctricos; pero hay que tener en cuenta que la industria general de clientes que demandan recubrimientos para transformadores, cajas de distribución y otros equipos eléctricos también corresponde a un importante rubro en este sector.

### **Sector de Muebles Metálicos y Exhibición**

En este sector destaca el cliente Ramón Barreno que es un fabricante de muebles metálicos y exhibidores utilizando la pintura en polvo para la garantía de sus acabados

de alta calidad; la empresa góndolas y Perchas demanda recubrimientos robustos y visualmente atractivos para sus estanterías y displays.

### **Sector de Autopartes y Motopartes**

En este sector está Metatec que es una empresa que realizad recubrimientos de componentes automotrices como chasis, cuadros y piezas metálicas de alto rendimiento; otros concesionarios automotrices prefieren en gran parte el uso de pintura en polvo especialmente en aplicaciones de reparación y repintado de vehículos.

Para una segmentación detallada de clientes en cada sector, se recomienda analizar el volumen de consumo y frecuencia de pedidos, así como el tipo de aplicación requerida por cada cliente. En la Tabla 4 se muestra el desglose de las ventas realizadas a los 10 principales clientes de Pinturas S.A. así como el valor de ventas para los otros 132 clientes.

**Tabla 4.**

#### *Principales Clientes de Pinturas S.A.*

| PRINCIPALES CLIENTES DE PINTURAS S.A.                         | VENTAS AÑO 2023 |
|---------------------------------------------------------------|-----------------|
| MABE ECUADOR S.A.                                             | \$ 251326.06    |
| ECUATANQUES S.A.                                              | \$ 95828.08     |
| GONDOLAS & PERCHAS S.A. GONPERSA                              | \$ 95091.51     |
| ECUATRAN SA                                                   | \$ 84017.90     |
| FUNDICIONES EXTRUSIONADOS Y MECANIZADOS DEL ECUADOR FEMEC S.A | \$ 82828.42     |
| COMPANIA ANONIMA MORETRAN                                     | \$ 57300.10     |
| FISA FUNDICIONES INDUSTRIALES S.A.                            | \$ 49443.67     |

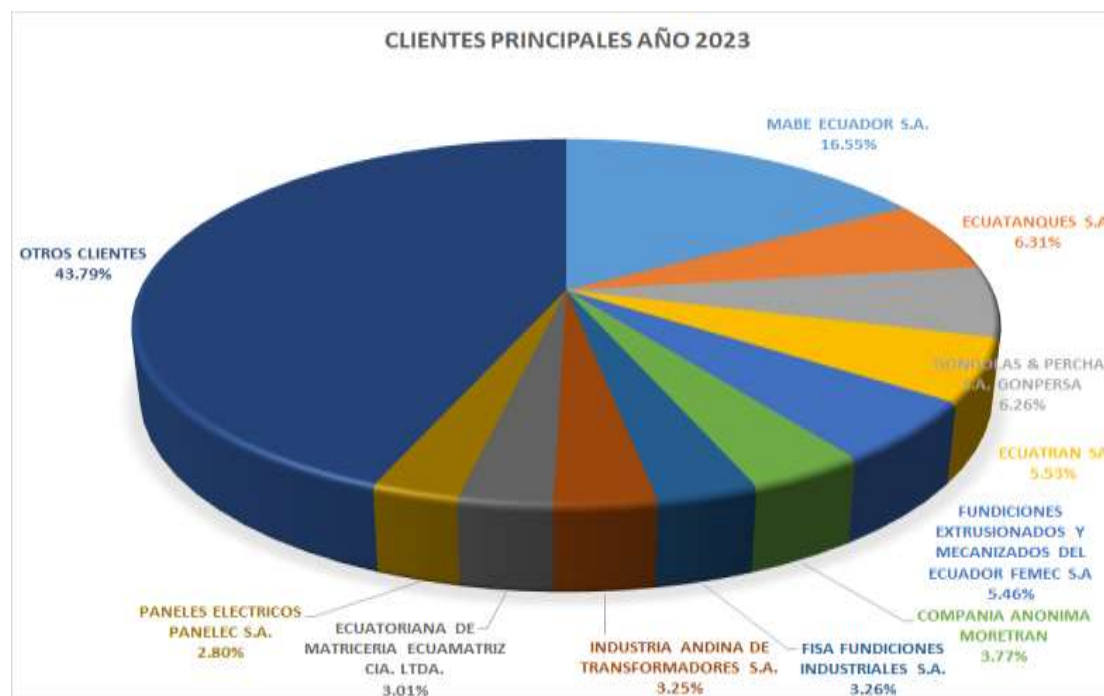
|                                                 |           |                   |
|-------------------------------------------------|-----------|-------------------|
| INDUSTRIA ANDINA DE TRANSFORMADORES S.A.        | \$        | 49400.00          |
| ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA. | \$        | 45719.10          |
| PANELES ELECTRICOS PANELEC S.A.                 | \$        | 42456.10          |
| OTROS CLIENTES                                  | \$        | 664800.76         |
| <b>TOTAL</b>                                    | <b>\$</b> | <b>1518211.70</b> |

*Nota.* Tomado de Estadísticas del Banco Central del Ecuador 2025.

En Figura 1 se muestra la participación en las ventas de los clientes principales de Pinturas S.A. para el año 2023:

**Figura 1.**

*Cientes Principales Año 2023*



*Nota.* Tomado de Estadísticas del Banco Central del Ecuador 2025.

### 3.1.2 Competencia

El análisis de la competencia de Pinturas S.A. es clave para entender cuál es nuestra postura en el mercado y cuáles son las oportunidades y amenazas que enfrenta la empresa; hallar los datos claves de cada uno de los competidores implica estar a la vanguardia de las tendencias que se generan en estos mercados.

#### a) Competidores Principales

**Pinturas S.A.:** Es la empresa que analizamos y cuenta con una participación del 75% en el mercado ecuatoriano dominando muy ampliamente todo el sector con alianzas nacionales e internacionales y una oferta sólida en pinturas en polvo poliéster beneficiada por economías de escala en el momento de la importación además de una amplia red de distribución esto permite competencia de precios.

**Wesco (Fabricante Nacional):** Representa el 15% de la cuota del mercado, Wesco es el único productor nacional de pinturas en polvo en Ecuador conoce el mercado y por ellos es una alternativa ágil, adaptada a las necesidades de los clientes nacionales frente a los productos importados, consolidándose como una de las principales opciones a nivel local.

**Axalta (Colombia):** Es una compañía colombiana que tiene un enfoque en aplicaciones automotrices e industriales de alta calidad con sectores específicos que demandan productos con altos estándares técnicos ha ampliado su oferta para el sector ecuatoriano de recubrimientos y cuenta con el 5% del mercado nacional ecuatoriano durante los últimos años.

**Espristinta (Brasil):** Es una empresa brasileña que fabrica pinturas en polvo, ofreciendo productos personalizados y soporte técnico especializado incursionando en nichos de mercado ecuatoriano que requieren soluciones técnicas adaptadas representa el 3% del mercado nacional.

**WEG (Brasil):** Esta empresa de Brasil representa el 2% de participación de mercado ecuatoriano y está centrada en el sector industrial dado que produce pinturas en polvo para aplicaciones en industrias de alta demanda de línea banca dirigiéndose a clientes que requieren productos de alta resistencia y volumen.

#### **b) Datos Clave del Mercado**

Los últimos años el mercado de pinturas en polvo en Ecuador ha producido alrededor de 5,5 millones de dólares anuales por medio de sus principales competidores por lo que es de resaltar el crecimiento que ha tenido en el tiempo, el cual ha sido sostenido por los mercados anexos fabricantes de otros productos manufacturados en el país.

El entorno de la empresa es muy competitivo pues demanda innovación constante y eficiencia en costos junto a una calidad de servicio superior para mantener el liderazgo del mercado; es por ello que la competencia con empresas multinacionales y fabricantes locales nos obliga a fortalecer la capacidad de respuesta y adaptarnos en aspectos clave para defender y aumentar la cuota de mercado en Ecuador.

En la Tabla 5 se muestra el desglose de las ventas realizadas por las marcas competidoras en el mercado ecuatoriano.

Tabla 5.

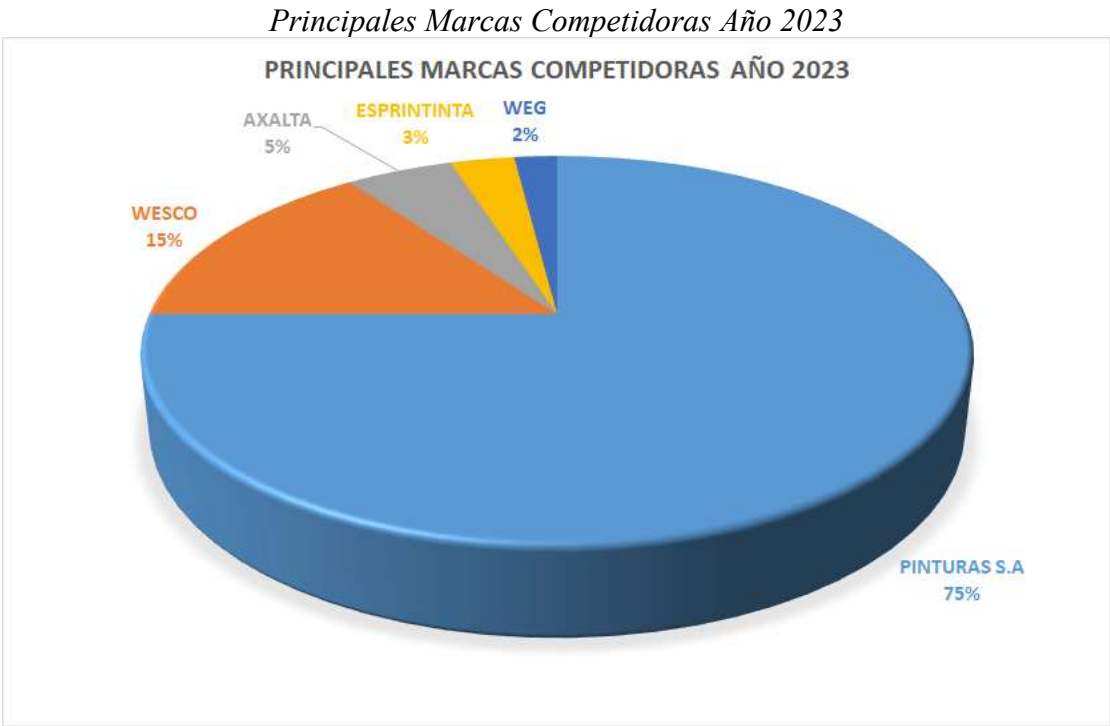
Principales Marcas Competidoras

| PRINCIPALES MARCAS COMPETIDORAS | VENTAS AÑO 2023 |
|---------------------------------|-----------------|
| PINTURAS S.A                    | \$ 1518211.70   |
| WESCO                           | \$ 303642.34    |
| AXALTA                          | \$ 101214.11    |
| ESPRINTINTA                     | \$ 60728.47     |
| WEG                             | \$ 40485.65     |
| TOTAL                           | \$ 2024282.27   |

Nota. Tomado de Estadísticas del Banco Central del Ecuador 2025.

En la Figura 2 se muestra la participación de mercado de las marcas en el mercado de Ecuador en el año 2023:

Figura 2.



Nota. Tomado de Estadísticas del Banco Central del Ecuador 2025.

### **3.1.3 Producto**

#### **Proceso de Elaboración y Aplicación de la Pintura en Polvo Poliéster de Aplicación Electroestática**

El proceso de aplicación de la pintura en polvo poliéster cuenta con diversas etapas secuenciales que garantizan una adhesión óptima y un acabado de alta calidad todo esto requiere de una preparación adecuada de la pieza a ser pintada desde la superficie y del uso de equipos especializados en la aplicación de la pintura electrostática.

La limpieza de la superficie corresponde al segundo paso, posterior a este se realiza un secado para eliminar rastros de humedad porque las burbujas de agua pueden comprometer la calidad del pintado final provocando defectos. La herramienta que se utiliza es una pistola electrostática que carga positivamente las partículas de polvo, las cuales, al ser rociadas, se adhieren a la pieza cargada negativamente asegurando una distribución uniforme del recubrimiento y minimizando el desperdicio de material.

Las últimas dos etapas corresponden a la introducción de la pieza pintada en un horno a las de 160 grados centígrados para que la pintura entre en un proceso de polimerización donde se funde con la pieza formando una capa protectora homogénea y resistente conocida como curado.

En la etapa de polimerización la pintura líquida se solidifica nuevamente formando una película resistente que aporta durabilidad, resistencia a la abrasión y un acabado estético de alta calidad es por ello que una vez que se completa el curado la pieza queda lista para su manipulación y uso.

## **Preparación de la Pintura**

Otra de las propiedades de la pintura en polvo poliéster es que para prepararla únicamente utilizamos directamente la pintura en su forma en polvo por lo que no requerimos del uso de ningún tipo o forma de solventes y todo esto reduce el tiempo de preparación de la misma.

El proceso de aplicación electrostática asegura que la pintura tenga un uso eficiente al mismo tiempo un acabado superior en una amplia variedad de sustratos como metales, madera MDF y PVC porque la tecnología electrostática nos permite reducir al mínimo cualquier exceso de polvo que no se adhiera a la superficie para que pueda recuperarse y reutilizarse, mejorando la sostenibilidad del proceso.

## **Presentaciones y Colores de la Pintura en Polvo Poliéster de Aplicación**

### **Electroestática**

La pintura en polvo poliéster de aplicación electroestática está disponible en una amplia gama de presentaciones y colores para satisfacer diversas necesidades estéticas e industriales de los diversos sectores que la requieren para sus procesos de manufactura.

### **Colores**

Las pinturas en polvo ofrecen una amplia gama de personalización en tonalidades, abarcando desde colores lisos hasta texturizados, gratinados y fosforescentes contando con una selección de colores normados según los códigos mundiales RAL. Los colores RAL para pintura electrostática más populares son el RAL 7035 que es un gris claro utilizado comúnmente en aplicaciones industriales y, el RAL 9010 conocido como

blanco puro que se emplea en interiores como en exteriores para lograr acabados limpios y modernos. El RAL 5010, también es muy popular siendo un azul genciana muy demandado en la industria automotriz. En todos los casos, las opciones aseguran una consistencia en el color que reproduce de forma precisa las tonalidades requeridas en el mercado lo cual es fundamental para proyectos que requieren cumplir con estándares internacionales.

### **Texturas**

Las texturas que se ofrecen en el proceso de aplicación de la pintura en polvo poliéster se generan en el momento que se realiza limpieza profunda que retira impurezas, grasa y restos de óxido. Siendo así podríamos hablar de un paso previo a la obtención de un acabado u otro según la finalidad del cliente.

Las diversas texturas suelen ser tanto lisas como corrugadas y esto permite a su vez cumplir con los diversos estándares de ergonomía que los clientes de Pinturas S.A. requieren siendo un amplio catálogo de oferta.

### **Usos Principales de la Pintura en Polvo Poliéster de Aplicación Electroestática**

La pintura en polvo poliéster de aplicación electroestática tiene una gran acogida porque se ofrece como una solución versátil y eficiente para las diversas industrias gracias a sus características de alto rendimiento y un rápido proceso de curado en todos sus usos y por ello es adecuado nombrarlos.

En los muebles metálicos es requerida en todo tipo de texturas especialmente en texturas lisa y texturizada para recubrir artículos como estanterías, sillas, mesas y armarios. La

textura lisa proporciona un acabado uniforme que es de vital importancia en sitios donde la limpieza es primordial; el acabado texturiza a su vez ayuda a disimular pequeñas imperfecciones de los materiales y aumenta la resistencia a la abrasión en las piezas que son pintadas. Entre sus ventajas es que un solo kilogramo de pintura puede cubrir hasta 30 sillas, lo que demuestra la eficiencia y el rendimiento del material.

Los electrodomésticos que se usan en la industria de cocina también utilizan esta pintura siendo aplicada en campanas extractoras, lavavajillas, superficies de cocinas industriales por ofrecer un acabado duradero, resistente al calor y fácil de limpiar; en esta industria también se ofrece una textura tacto cuero como diferenciador en la ergonomía de electrodomésticos, brindando una sensación agradable al tacto y un diseño distintivo.

Asimismo, la pintura en polvo electrostática se utiliza en el sector energético y de potencia donde los principales clientes la utilizan como revestimiento para su producción de componentes eléctricos, entre los principales tenemos transformadores, cuadros eléctricos y cajas de conexión. Dado el perfil de los productos, lo que más se busca para este tipo es la protección contra la corrosión y que sea resistente al desgaste, todo esto por el provocado por el clima de nuestro país, por eso la textura tipo cuero es la ideal en este caso.

Por último, la pintura en polvo poliéster también es preferida para el recubrir cilindros y otros componentes metálicos y para estos casos en particular la textura lisa es la que más se adapta al producto ya que estos requieren de acabados uniformes y duraderos.

Por otro lado, es importante mencionar que la pintura en polvo tiene un proceso de aplicación más rápido y eficiente que la pintura tradicional principalmente porque la

pintura líquida requiere de más tiempo de secado más largo que va de 4 a 24 horas y dependerá si la pintura es acrílica o sintética. No está demás indicar que al ser más demorado el proceso se contamine más el área de trabajo y se desperdicie más material. Si se aplica en cambio la pintura en polvo, esta se cura en un horno a 160 °C en un tiempo de secado máximo de 45 minutos lo que significa que se reduzcan los tiempos de producción aumentando así la productividad, sin dejar de mencionar que no se emiten compuestos orgánicos volátiles por lo que habrá un ambiente de trabajo más limpio y eficiente.

### **Tecnologías de Pintura en Polvo de Aplicación Electroestática**

Existe una variedad de tecnologías y resinas que se utilizan en la pintura en polvo de aplicación electroestática permitiendo de esta forma que se la pueda utilizar en diferentes entornos y aplicaciones industriales. A continuación se detallan las principales tecnologías utilizadas y los beneficios que da cada una de ellas:

Como punto de partida la pintura en polvo poliéster utiliza resina de poliéster lo que la convierte en la mejor opción para ambientes expuestos a condiciones salinas y exteriores porque es muy resistente a la corrosión y a la intemperie, siendo preferida para aplicaciones marinas, arquitectónicas y exteriores por su durabilidad frente a los rayos UV. Para este caso se puede aplicar en sistemas monocapa, bicapa o tricapa y esto dependerá del nivel de protección que se requiera.

La pintura Corrotec es otra de las opciones pues está diseñada específicamente para ofrecer máxima protección en ambientes extremadamente corrosivos de nivel C5 generalmente entornos que son industriales o marítimos. La bondad de esta pintura es su

enriquecimiento con una aleación de zinc poliéster que le da protección propia de estructuras metálicas en condiciones climáticas adversas o superficies salinas.

Por otra parte, la pintura epóxica tiene la propiedad de una excelente resistencia mecánica y química a la vez de alta adherencia a superficies metálicas, aunque no es tan resistente a rayos ultravioleta provocando que pierda brillo en la exposición a la luz solar directa, por ello es común en interiores o como capa base en aplicaciones industriales.

La pintura epóxica-poliéster es la combinación de resinas epóxicas y poliéster que nos da un balance entre resistencia mecánica y estética por lo que se recomienda en interiores o aplicaciones en las que se busca una buena apariencia y resistencia química.

La pintura en polvo poliuretano utiliza resina de poliuretano ello nos brinda un acabado de alto brillo y de una muy excelente durabilidad con resistencia a la abrasión por lo que es usada en sectores automotrices o donde buscamos un acabado superior con alta resistencia a productos químicos.

Las pinturas enriquecidas en zinc son otra opción, con protección catódica que nos genera una barrera protectora contra la corrosión por ello es común verla en estructuras metálicas, superficies que están constantemente expuestas a la humedad y ambientes agresivos.

La pintura low bake por su parte está formulada para curarse a temperaturas más bajas entre 120 y 150 °C lo que la hace ideal para superficies sensibles al calor como la madera MDF este tipo de pintura es común para la elaboración de muebles, gabinetes y elementos decorativos que requieren un acabado duradero sin deformarse por el calor.

El factor determinante de la dureza de la pintura en polvo es el costo del recubrimiento dado que a medida que la dureza del acabado aumenta, es más resistente a rayones, abrasión y agentes químicos por eso su incremento en el costo y en el momento del curado esta la pintura se pasa de estado sólido a líquido durante el calentamiento, finalmente reticulado que forma una película protectora hay que tener cuidado con el recalentamiento pues pueden aparecer defectos estéticos.

Las aplicaciones especiales son para barcos que utilizan pinturas epóxicas-poliéster y antifouling como lo habíamos descrito previamente protegen contra la corrosión y el crecimiento de organismos marinos. Anteriormente, estas pinturas requerían mantenimiento cada tres años, pero en el presente la protección se ha extendido a cinco años. La tecnología antifouling incluye químicos amigables con el medio ambiente que impiden que organismos tengan mucha adherencia al casco del barco reduciendo el mantenimiento y mejorando el desempeño de la embarcación.

## **Capítulo IV**

### **Factibilidad Comercial**

#### **4.1 Análisis de Factibilidad de Posicionamiento**

El mercado ecuatoriano de pintura en polvo es de 5,5 millones de dólares al año con pocos competidores multinacionales y un fabricante nacional. En cuanto a la participación de mercados, Pinturas S.A. es líder con el 75% del total del mercado teniendo a una extensa red de distribución y economías de escala como beneficios diferenciadores. Wesco por otro lado produce localmente alcanzando un 15% del mercado, con beneficios como cercanía y rápida capacidad de respuesta. Por último, hay otros competidores internacionales, como Axalta y WEG, orientados al mercado automotriz e industriales respectivamente.

Lo que se busca es posicionar a Pinturas S.A. en nuevos segmentos de mercado como el de aplicaciones industriales y arquitectónicas de alto rendimiento con su pintura en polvo poliéster dado que esta categoría equivale al 75% de todas las ventas de pinturas en polvo en Ecuador, siendo un mercado muy rentable. Si la empresa capta un 5% a un 10% con los nuevos segmentos obtendría ingresos de 275,000 a 550,000 dólares anuales, esto para los primeros tres años. En este sentido, es importante que la empresa aproveche y resalte sus atributos de durabilidad y resistencia a factores climáticos, comunicando esos beneficios a cada segmento.

Hay beneficios diferenciadores importantes que Pinturas S.A puede posicionar en los nuevos segmentos de mercado dado que la marca sí posee esas características, por lo que no está de más resaltar sus principales atributos como precios competitivos (5% a 10% menos frente a otros productos importados), soporte técnico especializado y atención personalizada. Asimismo, es importante que continúe ampliando su canal de distribución para ofrecer una respuesta inmediata a los nuevos clientes y una comunicación que se enfoque en aspectos como la sostenibilidad y durabilidad del producto donde la resistencia y la calidad son beneficios diferenciadores.

Es muy importante mencionar que el posicionamiento de la marca no debe enfocarse solo en el precio o la calidad del producto, sino con atributos adicionales que en su conjunto creen una percepción de marca fuerte y diferenciada. La investigación de mercados permitió identificar que los clientes buscan productos que adicionalmente sean durables, sostenibles y eficientes, por lo que comunicar que Pinturas S.A. tiene estos

beneficios, sin lugar a dudas, creará una conexión directa con sus clientes potenciales. Otro factor importante para el posicionamiento de la marca son las relaciones que se puedan crear con los clientes por medio de un equipo de soporte técnico que brinde asistencia en el proceso de aplicación y personalización de acabados, con un doble beneficio, mejora la experiencia del cliente y se retroalimenta de nuevas necesidades o requerimientos. Paralelamente, lo anterior va de la mano con una campaña de educación y promoción de Pinturas S.A. para los nuevos clientes ya que están menos familiarizados con el producto ofreciendo una o dos veces al mes talleres de capacitación para técnicos e industriales que son los principales usuarios de pinturas en polvo electrostática en nuestro país.

Cabe mencionar que Pinturas S.A. fue la primera empresa que introdujo la pintura en polvo poliéster de aplicación electrostática en Ecuador, por eso goza de un buen reconocimiento de marca. Es la razón principal por la cual, a lo largo del tiempo, la marca ha podido desarrollar un posicionamiento de durabilidad frente a condiciones climáticas adversas y su alta resistencia, atributos requeridos en el mercado ecuatoriano por su climatología. Aunque se desconoce cómo aporta cada atributo al posicionamiento de la marca, su liderazgo del 75% en el mercado demuestra el gran reconocimiento.

El mercado de los polímeros está compuesto por los subproductos que forman parte de las importaciones con código Nandina 3907990000 dentro del cual se importan la pintura poliéster en polvo de aplicación electrostática.

Se realizará un análisis de la información recopilada del Banco Central del Ecuador respecto del mercado anteriormente citado a partir del año 2018 para un análisis

temporal en el lapso 2018-2023 del comportamiento del mercado en general y así también en Corte Transversal para comprender que países y empresas tienen la mayor participación en la importación de la pintura poliéster en polvo de aplicación electrostática.

Los datos del Banco Central del Ecuador en su base de datos de Cuentas Nacionales interactiva como parte de su función estadística mostraron la siguiente información que ha sido recabada y tratada para comprender la actualidad de las importaciones de Nadina 3907990000 para el año 2023.

**Tabla 6.**

*Participación en la Importación Año 2023*

Todos los productos de la subpartida 3907990000

| <b>RAZON SOCIAL</b>                                    | <b>VALOR IMPORTACION</b> |
|--------------------------------------------------------|--------------------------|
| PINTURAS S.A.                                          | \$ 1.125.432,96          |
| PINTAURI CIA. LTDA.                                    | \$ 324.619,74            |
| GERARDO ORTIZ E HIJOS CIA. LTDA.                       | \$ 28.095,00             |
| PINTURAS CONDOR SA                                     | \$ 20.711,07             |
| EQUIFRIGO S.A.S.                                       | \$ 1.718,51              |
| <b>OTROS POLIMEROS</b>                                 | <b>\$ 4.682.708,50</b>   |
| <b>TOTAL, PINTURA ELESTROSTATICA + OTROS POLIMEROS</b> | <b>\$ 6.183.285,78</b>   |

*Nota.* Tomado de Estadísticas del Banco Central del Ecuador 2025.

En la Tabla 6. se evidencia los los valores correspondientes al total de los polímeros que se importan para distintos usos (no únicamente para la venta) cuyo valor en 2023 fue de \$ 6.183.285,78. La empresa Pinturas S.A. cuenta con un valor de importación de

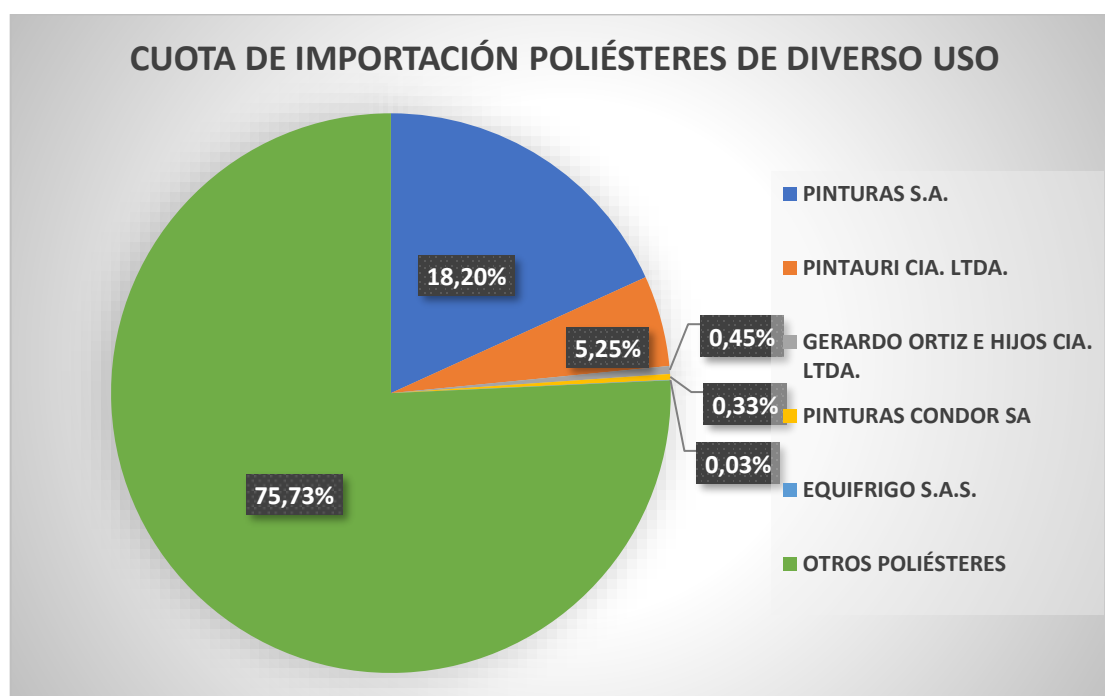
pinturas poliéster de aplicación electrostática de \$1.125.432,96 para el año 2023 es decir el 18% de todos los polímeros importados, seguido de la empresa PINTAURI CIA.

LTDA. \$324.619,74 con el 5%, GERARDO ORTIZ E HIJOS CIA. LTDA. con el 1% correspondiente a \$28.095,00 PINTURAS CONDOR SA \$20.711,07, por último, la empresa EQUIFRIGO S.A.S. con un valor de importación en este rubro de \$1.718,51.

Las empresas correspondientes a otros polímeros en 2023 corresponden al 76% de la participación en importaciones de Nandina 3907990000.

**Figura 3.**

*Cuota de Importación Poliésteres de Diverso Uso*

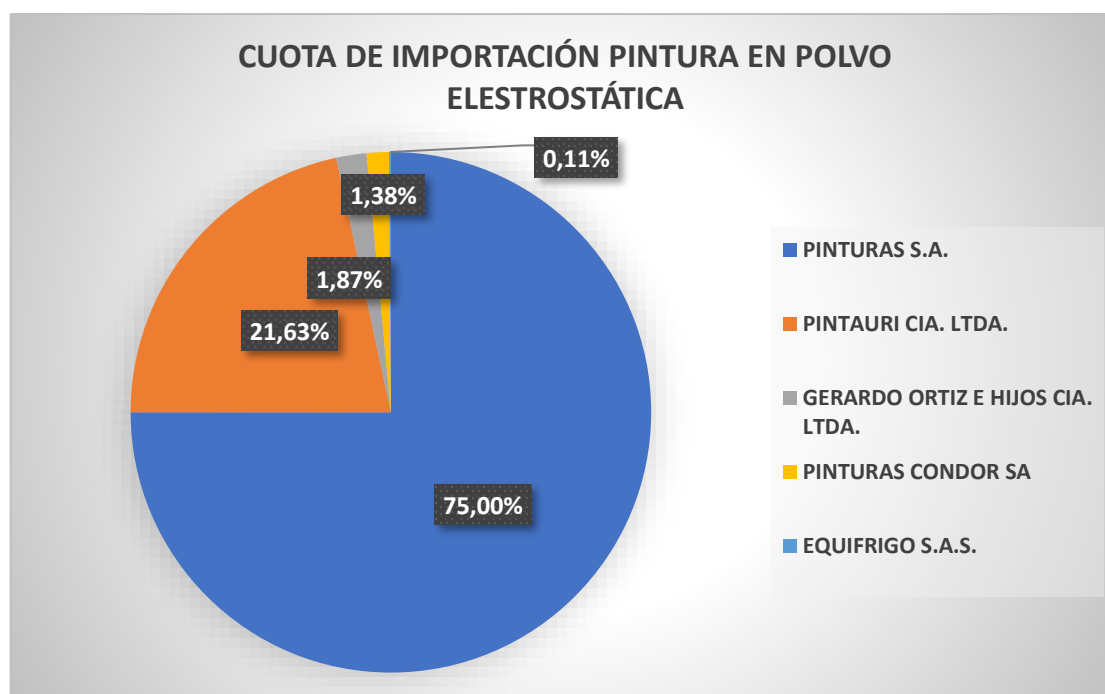


*Nota.* Tomado de Estadísticas del Banco Central del Ecuador 2025.

Por su parte, en el siguiente rubro describimos los valores reportados por el Banco Central del Ecuador únicamente de las empresas que importaron Pintura Poliéster de Aplicación Electrostática.

**Figura 4.**

Cuota de Importación de Pintura en Polvo Poliéster de Aplicación Electrostática 2023



*Nota.* Tomado de Estadísticas del Banco Central del Ecuador 2025.

En el año 2023 la cuota de importación de pintura en polvo poliéster de aplicación electrostática muestra a Pinturas S.A. como mayor importador con un 75, 12% de participación en el total de importaciones de este rubro, seguido de Pintaauri 22%, Gerardo Ortiz e Hijos 2% y Pinturas Cóndor con el 1,45%.

Esto nos muestra que para que esta pintura ingrese al mercado se requiere de mayor difusión de sus beneficios en los segmentos de empresas pequeñas y medianas PYMES,

a su vez es comprensible dado que para su aplicación se requieren de procesos estandarizados que aseguren la durabilidad del producto con maquinaria como hornos de calefacción para aplicar la pintura lo cual requiere de mayor inversión por parte de los empresarios u empresas que deseen incursionar en este modelo de negocio.

Los costos de estos hornos rondan los \$17.500 dólares por cada uno con una capacidad de producción en pintado de 1,5 horas por artículos grandes como vehículos, lotes de 15 electrodomésticos como refrigeradores y cocinas. Aquello nos muestra una productividad de 150 electrodomésticos en una jornada de 10 horas y de 15 vehículos al día por jornada.

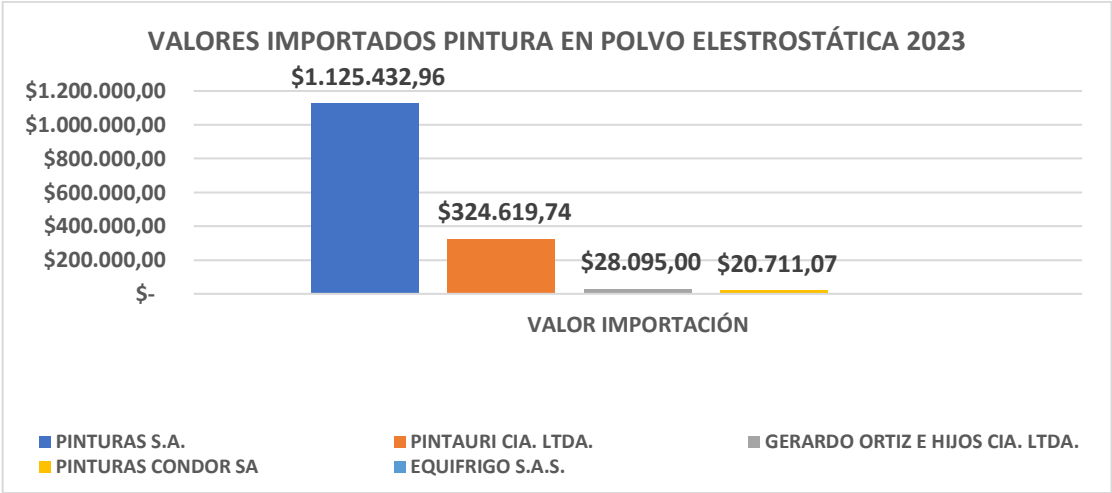
En temas logísticos la importación de estos bienes de capital depende del canal por el cual se importen: si se importan de Norte América en países como Canadá el valor del transporte ronda los \$5.000 dólares por flete (FOB), si se importan de Europa los valores pueden variar entre los \$7.000 a los \$11.400 dólares FOB por los aranceles y salvaguardias que se encuentran para importación de maquinarias que utilizan combustibles fósiles como la gasolina o el diésel.

En la ***Figura 5***.

Figura 5 se muestran los valores importados de la pintura en polvo poliéster de aplicación electrostática el cual rondó los valores entre \$1.125.432,96 dólares de los estadounidenses para la empresa Pinturas S.A.

Figura 5.

Valores Importados en Pintura en Polvo Polyester Electrostática 2023



Nota. Tomado de Estadísticas del Banco Central del Ecuador 2025.

Tabla 7.

Importación de PPP Electrostática por Países de Procedencia

| EMPRESAS/PAÍSES DE PROCEDENCIA IMPORTACIONES |  | Suma de Valor FOB |              |
|----------------------------------------------|--|-------------------|--------------|
| PINTURA EN POLVO POLIESTER DE APLICACIÓN     |  | Dólar             |              |
| ELECTROSTÁTICA 2023                          |  |                   |              |
| PINTURAS S.A.                                |  | \$                | 1.125.432,96 |
| COLOMBIA                                     |  | \$                | 1.047.637,63 |
| PERÚ                                         |  | \$                | 77.795,33    |
| PINTAURI CIA. LTDA.                          |  | \$                | 324.619,74   |
| ARGENTINA                                    |  | \$                | 80.292,00    |
| BRASIL                                       |  | \$                | 53.575,74    |

|                                         |           |                  |
|-----------------------------------------|-----------|------------------|
| CHINA                                   | \$        | 190.752,00       |
| <b>GERARDO ORTIZ E HIJOS CIA. LTDA.</b> | <b>\$</b> | <b>28.095,00</b> |
| CHINA                                   | \$        | 28.095,00        |
| <b>PINTURAS CONDOR SA</b>               | <b>\$</b> | <b>20.711,07</b> |
| ESTADOS UNIDOS                          | \$        | 20.702,04        |
| PAÍSES BAJOS (HOLANDA)                  | \$        | 9,03             |
| <b>EQUIFRIGO S.A.S.</b>                 | <b>\$</b> | <b>1.718,51</b>  |
| ESTADOS UNIDOS                          | \$        | 1.718,51         |

*Nota.* Tomado de Base de Datos del Banco Central del Ecuador 2025.

En la Tabla 7 se describen los países de los cuales se importaron las pinturas en polvo poliéster de aplicación electrostática, lo cual nos indica que el país del cual más se importó fue de Colombia \$1.047.637,63 por la empresa Pinturas S.A. seguido de China con un valor de \$ 218.847,00; también tuvieron una participación significativa Argentina y Perú con \$ 80.292,00 y \$77.795,33 en importaciones por las empresas Pintauro y Pinturas S.A.

#### 4.2 Análisis de Factibilidad del mercado

Para el análisis de factibilidad de mercado debemos iniciar revisando la participación de mercado de Pinturas S.A. y sus competidores. En este sentido, de acuerdo a las cifras de venta totales, Pinturas S.A. posee el 75% de participación de mercado, lo que demuestra su liderazgo en el mercado de pinturas en polvo. Aquí es importante mencionar que se ha ganado la preferencia del mercado por su excelente relación calidad-precio. Por otro lado, y como único fabricante nacional, Wesco ha logrado alcanzar una participación de un 15%, más que todo por la disponibilidad del producto en cualquier momento.

Una característica del mercado ecuatoriano es que está compuesto en su mayoría por empresas multinacionales y pocas empresas nacionales, esto permite tener una oferta variada donde las empresas internacionales ofrecen productos con el respaldo de multinacionales y las empresas locales en cambio sacan provecho del conocimiento del mercado.

Asimismo, es importante indicar que para el caso de Wesco, es el único productor local, y compite principalmente por su rápida respuesta y conocimiento del mercado nacional. Justamente por su capacidad de adaptarse rápidamente a las necesidades y su comprensión de las preferencias locales ha podido lograr una participación de mercado, que, aunque es menor, es muy destacable. De esta forma Wesco está posicionado como una alternativa nacional con atributos diferenciadores como mejores tiempos de entrega y costos logísticos respecto a la competencia internacional.

Por otro lado, para Pinturas S.A., uno de sus objetivos es mantener su liderazgo en el segmento de pinturas en polvo poliéster, explorando para esto oportunidades en nuevos nichos de mercado. Una opción interesante sería ofrecer productos especializados los que al ser personalizados y con un buen servicio técnico ayudaría a la marca a diferenciarse más de sus competidores. Si la empresa aplica esta estrategia puede mantener una posición más fuerte en los sectores de aplicaciones industriales y arquitectónicas que están acostumbrados a demandar alta calidad y adaptabilidad.

Asimismo, otro objetivo para la marca Pinturas S.A. es aumentar su participación en el mercado ecuatoriano y para esto una opción adecuada es expandirse a otros nichos de mercado con nuevos usos para su producto captando nuevos clientes que no están siendo

atendidos actualmente por la competencia. Dado el perfil del producto, este se puede adaptar fácilmente a nichos como el automotriz o el de electrodomésticos que buscan resistencia y durabilidad para el recubrimiento de su producción, lo que sin lugar a dudas ayudará a la marca a incrementar su posición competitiva.

Un aspecto importante de analizar son las características regulatorias y económicas del mercado ecuatoriano que de una manera u otra pueden influir en las decisiones estratégicas de Pinturas S.A. Dada la posición competitiva de la empresa, la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM) limita la concentración de mercado y las utilidades en empresas que dominan el sector, lo que afecta a la empresa dado que debe ajustar su estructura operativa para cumplir con las regulaciones. No está demás indicar que esto es una oportunidad para que empresas más pequeñas y con menos restricciones regulatorias compitan en igualdad de condiciones en cuanto a precios y márgenes de utilidad.

Para finalizar se recomienda que la empresa mantenga una constante innovación en sus productos, principalmente con el objetivo de mantenerse siempre su liderazgo en el mercado ecuatoriano. Es prioritario entonces que la empresa invierta constantemente en investigación y desarrollo para estar actualizada y adaptar la pintura a las tendencias actuales del mercado como son la sostenibilidad ambiental y energética, sin descuidar aspectos técnicos como la calidad y durabilidad del producto. Con esto tiene un claro doble beneficio, fortalece su posición en el mercado y puede responder rápidamente a cambios en las regulaciones ambientales.

### **Importaciones por País de Procedencia**

En la tabla 7 se presenta la información de las importaciones a Ecuador de la subpartida arancelaria 3907990000, a la que pertenece la pintura en polvo de aplicación electrostática, obtenida del Banco Central del Ecuador. En la tabla se muestran las importaciones en toneladas métricas (TM), valores FOB y valores CIF por país de procedencia para los años 2018, 2019 y 2020 y permite analizar cómo se comportan las importaciones de dicho producto en el país.

Como primer punto se puede observar una disminución de las importaciones en los tres años ya que, para el 2018 se registraron 1,374.1 TM, mientras que en 2019 disminuyeron a 1,199.5 TM y en 2020 se redujeron a 1,105.2 TM. Para este último año, la pandemia del COVID-19 pudo ser una de las causantes de la reducción.

Por otro lado, es importante analizar las importaciones por país de procedencia para identificar de dónde está llegando la mayor cantidad del producto. Se puede observar que Brasil aparece como el principal exportador a Ecuador de la pintura en polvo de aplicación electrostática con 593.2 TM en el 2018, 455.1 TM en el 2019 y 419.4 TM en el 2020, seguido de Colombia con 429.6 TM en el 2018, 359.8 TM en el 2019 y 306.1 TM en el 2020. Completan los 5 países más importantes por procedencia Estados Unidos, Italia y Chile.

Asimismo, se puede analizar el comportamiento de las importaciones procedentes de algunos países. Para el caso de China, aunque no exporta grandes volúmenes, muestra valores CIF altos por mayores costos de transporte y/o seguros. Por otro lado, Argentina mostró una caída significativa en sus exportaciones, pasando de 66.7 TM en 2018 a solo

26.5 TM en 2020. Todo lo contrario, ocurrió con Estados Unidos pues muestra un crecimiento en sus exportaciones a Ecuador, pasando de 67.0 TM en el 2018 a 120.8 en el 2020.

Por último, podemos observar los principales países desde los que está importando más Ecuador en valores FOB y CIF en miles de dólares. Los 5 principales países de procedencia para el año 2020 fueron Brasil con \$1,552.9 FOB y \$1,609.3 CIF; Colombia con \$983.9 FOB y \$993.8 CIF; Estados Unidos con \$256.9 FOB y \$270.3 CIF; Italia con \$286.3 FOB y \$292.7 CIF; y, Chile con \$160.5 FOB y \$163.7 CIF.

**Tabla 8.**

*Importaciones en TM y Valores en Miles de USD Periodo Anual (Años: 2018, 2019, 2020)*

|                   |            |                         |                        | 2018           |         |         | 2019           |         |         | 2020           |         |         |
|-------------------|------------|-------------------------|------------------------|----------------|---------|---------|----------------|---------|---------|----------------|---------|---------|
| Código Subpartida | Subpartida | Código País Procedencia | País Procedencia       | TM (Peso Neto) | FOB     | CIF     | TM (Peso Neto) | FOB     | CIF     | TM (Peso Neto) | FOB     | CIF     |
| TOTALES:          |            |                         |                        | 1.374,1        | 5.291,2 | 5.475,5 | 1.199,3        | 4.435,6 | 4.598,6 | 1.105,2        | 3.523,4 | 4.049,0 |
| 3907990000        | Los demás  | ARE                     | EMIRATOS ARABES UNIDOS | 0,5            | 1,3     | 1,3     | -              | -       | -       | 1,0            | 6,2     | 6,2     |
| 3907990000        | Los demás  | ARG                     | ARGENTINA              | 66,7           | 232,8   | 244,1   | 65,4           | 217,2   | 224,1   | 26,5           | 89,7    | 93,0    |
| 3907990000        | Los demás  | BEL                     | BÉLGICA                | 6,6            | 34,6    | 38,5    | 3,3            | 11,3    | 12,2    | 1,6            | 11,0    | 11,6    |
| 3907990000        | Los demás  | BRA                     | BRASIL                 | 593,2          | 2.296,1 | 2.386,0 | 455,1          | 1.787,3 | 1.865,5 | 419,4          | 1.552,9 | 1.609,3 |
| 3907990000        | Los demás  | CAN                     | CANADÁ                 | -              | -       | -       | 1,0            | 10,8    | 11,6    | -              | -       | -       |
| 3907990000        | Los demás  | CHL                     | CHILE                  | 7,9            | 27,5    | 29,5    | 33,3           | 126,1   | 130,1   | 49,6           | 160,5   | 163,7   |
| 3907990000        | Los demás  | CHN                     | CHINA                  | 34,8           | 72,6    | 77,4    | 12,3           | 32,6    | 34,2    | 21,8           | 41,7    | 43,7    |
| 3907990000        | Los demás  | COL                     | COLOMBIA               | 429,6          | 1.445,5 | 1.469,1 | 359,8          | 1.182,4 | 1.199,2 | 306,1          | 983,9   | 993,8   |
| 3907990000        | Los demás  | DEU                     | ALEMANIA               | 25,4           | 163,0   | 172,2   | 47,1           | 200,9   | 207,9   | 33,3           | 191,0   | 199,2   |
| 3907990000        | Los demás  | ESP                     | ESPAÑA                 | 4,0            | 19,1    | 19,9    | 20,4           | 14,1    | 15,4    | 6,0            | 0,0     | 0,0     |
| 3907990000        | Los demás  | ITA                     | ITALIA                 | 81,4           | 462,9   | 473,9   | 70,5           | 274,3   | 284,4   | 72,2           | 286,3   | 292,7   |
| 3907990000        | Los demás  | MEX                     | MÉXICO                 | 29,2           | 130,6   | 147,9   | 6,9            | 39,9    | 50,8    | 17,6           | 105,1   | 117,6   |
| 3907990000        | Los demás  | NLD                     | PAÍSES BAJOS (HOLANDA) | 26,5           | 117,6   | 121,6   | 7,7            | 27,6    | 29,1    | 4,6            | 15,8    | 16,2    |
| 3907990000        | Los demás  | PER                     | PERÚ                   | 0,5            | 2,9     | 2,9     | -              | -       | -       | 6,4            | 30,9    | 32,4    |
| 3907990000        | Los demás  | POL                     | POLONIA                | -              | -       | -       | -              | -       | -       | 33,2           | 56,9    | 62,5    |
| 3907990000        | Los demás  | SLV                     | EL SALVADOR            | -              | -       | -       | -              | -       | -       | 6,2            | 135,7   | 136,8   |
| 3907990000        | Los demás  | USA                     | ESTADOS UNIDOS         | 67,0           | 276,7   | 291,3   | 116,6          | 511,0   | 544,2   | 126,8          | 256,9   | 270,3   |

En la Figura 6 se presenta el mapa correspondiente a mercados proveedores del año 2018 para el rubro de pinturas electrostáticas en polvo de la web Trade Maps que, en términos generales, sitúa que la región de América del Sur con gran participación en las exportaciones de este producto hacia Ecuador. El proveedor principal para este año es el país de Brasil, con valores superiores a los 1180 miles de dólares, lo que lo posiciona como el mayor contribuyente. En el análisis de otros países sudamericanos como Chile, Perú y Argentina también visualizamos su importancia en la región con valores de exportación más moderados con valores entre 236 a 236 miles de dólares.

En la parte norte del continente americano, Estados Unidos desempeña un papel que mucha importancia pues sus exportaciones están ubicadas en un rango intermedio, entre 472 y 980 miles de dólares. El continente europeo tiene una participación más limitada siendo Italia y Países Bajos los principales proveedores, a pesar de que sus exportaciones están por debajo de las cifras de los países sudamericanos más destacados.

El continente asiático tiene como su proveedor más significativo al país de China, nación que figura como incidente en las exportaciones hacia Ecuador, pero con un rango más moderado, entre 118 y 236 miles de dólares, siendo seguido de India y Pakistán con una participación menor a 118 miles de dólares.

Por otra parte, es de reconocer que la mayoría de los países de África, Oceanía y parte de Europa del Este no registran exportaciones significativas, como se indica con el color gris.

**Figura 6.**

*Mercados Proveedores de PPP Electroestática a Ecuador 2018*



*Nota.* Tomado de Base de Datos de Trade Maps.

En la Figura 7 se presenta el mapa correspondiente a mercados proveedores del año 2019 para el rubro de pinturas electrostáticas en polvo de subpartida 390799 de la web Trade Maps que, en términos generales, sitúa que la región de América del Sur con gran participación en las exportaciones de este producto hacia Ecuador, por esto es que podemos observar patrones de continuidad. El proveedor principal para este año nuevamente es el país de Brasil, con valores superiores a los 928 miles de dólares, lo que lo posiciona como el mayor contribuyente, pero con una menor participación.

En la parte norte del continente americano, Estados Unidos desempeña un papel que mucha importancia pues sus exportaciones están ubicadas en un rango intermedio, entre 371 y 928 miles de dólares, lo cual también muestra una reducción. El continente europeo tiene una participación más limitada siendo Italia y Países Bajos los principales proveedores, con valores que fluctúan entre 93 7 371 miles de dólares que a pesar de sus exportaciones estar por debajo de las cifras de los países sudamericanos más destacados.

El continente asiático tiene como su proveedor más significativo al país de China, nación que figura como incidente en las exportaciones hacia Ecuador, pero con un rango más moderado, entre 186 y 371 miles de dólares, siendo seguido de India y Pakistán con una participación de 186 miles de dólares.

Por otra parte, es de reconocer que la mayoría de los países de África, Oceanía y parte de Europa del Este no registran exportaciones significativas, como se indica con el color gris.

**Figura 7.***Mercados Proveedores de PPP Electroestática a Ecuador 2019*

*Nota.* Tomado de Base de Datos de Trade Maps.

En la Figura 8 se presenta el mapa correspondiente a mercados proveedores del año 2020 para el rubro de pinturas electrostáticas en polvo de subpartida 390799 de la web Trade Maps que, en términos generales, sitúa que la región de América del Sur con gran participación en las exportaciones de este producto hacia Ecuador, por esto es que podemos observar patrones de continuidad. El proveedor principal para este año nuevamente es el país de Brasil, con valores superiores a los 928 miles de dólares, lo que lo posiciona como el mayor contribuyente, pero con una menor participación.

En la parte norte del continente americano, Estados Unidos desempeña un papel que mucha importancia pues sus exportaciones están ubicadas en un rango intermedio, entre 371 y 928 miles de dólares, lo cual también muestra una reducción. El continente europeo tiene una participación más limitada siendo Italia y Países Bajos los principales proveedores, con valores que fluctúan entre 93 7 371 miles de dólares que a pesar de sus exportaciones estar por debajo de las cifras de los países sudamericanos más destacados.

**Figura 8.**

*Mercados Proveedores de PPP Electrostatica a Ecuador 2020*



*Nota.* Tomado de Base de Datos de Trade Maps.

El continente asiático tiene como su proveedor más significativo al país de China, nación que figura como incidente en las exportaciones hacia Ecuador, pero con un rango

más moderado, entre 186 y 371 miles de dólares, siendo seguido de India y Pakistán con una participación de 186 miles de dólares.

Por otra parte, es de reconocer que la mayoría de los países de África, Oceanía y parte de Europa del Este no registran exportaciones significativas, como se indica con el color gris.

En la Tabla 9 se presenta la información de las importaciones a Ecuador de la subpartida arancelaria 3907990000, a la que pertenece la pintura en polvo de aplicación electrostática, obtenida del Banco Central del Ecuador. En la tabla se muestran las importaciones en toneladas métricas (TM), valores FOB y valores CIF por país de procedencia para los años 2021, 2022 y 2023 y permite analizar cómo se comportan las importaciones de dicho producto en el país.

En primer lugar, se puede observar un comportamiento variable de las importaciones en esos tres años en lo que a peso neto se refiere ya que para el 2021 se registraron 1,820.6 TM, mientras que en 2022 disminuyeron a 1,351.2 TM aumentando en 2023 a 1,563.7 TM, sin llegar a alcanzar los valores del 2021. El mismo comportamiento se observa en cuanto a las importaciones en miles de dólares, ya que en valores FOB para el 2021 se registraron \$6,552.6, en el 2022 disminuyeron a \$5,426.6 y en el 2023 aumentaron a \$6,183.3, sin embargo, el valor fue menor al 2021. En cuanto a los valores CIF, para el 2021 se registraron \$6,958.4, en el 2022 disminuyeron a \$5,864.5 y en el 2023 aumentaron a \$6,487.1, sin alcanzar el valor del 2021.

Por otro lado, es importante analizar las importaciones por país de procedencia para conocer de dónde está llegando el producto para el mismo periodo. Se puede observar

que Brasil es el principal exportador de pintura en polvo de aplicación electroestática a Ecuador con 407.4 TM en el 2023 con valores en miles de dólares de \$1,816.6 FOB y \$1,906.2 CIF, mostrando el mismo comportamiento general de las importaciones dado que la cantidad importada fue menor a las 632.4 TM del 2021. Como segundo país importador aparece Colombia ya que en el 2023 exportó 360.8 TM con valores en miles de dólares de \$1,356.9 FOB y \$1,389.3 CIF.

Completan los 5 países más importantes por procedencia China, Italia y Alemania. Para el caso de China que ocupa el tercer lugar, sus cifras de exportaciones en el año 2023 muestran que envió a Ecuador 331 TM con valores en miles de dólares de \$792.3 FOB y \$833.2 CIF. Por otro lado, Italia con el cuarto lugar, exportó a Ecuador en el mismo año 104.4 TM con valores en miles de dólares de \$634.2 FOB y \$667.5 CIF. Por último, en quinto lugar, entre los países que más exportan a Ecuador está Alemania con 64.6 TM y valores en miles de dólares de \$280,4 FOB y \$296,3 CIF.

Asimismo, es importante mencionar a otros países con volúmenes menores de exportación en el 2023 que completan el grupo de los principales países proveedores. Es el caso de Argentina con 25.9 TM, Bélgica con 20.6 TM y España con 12.9 TM.

Para finalizar es importante destacar que las importaciones de Ecuador provienen de Brasil, Colombia, China, Italia y Alemania, quienes presentan las cifras más altas en peso neto (TM) y miles de dólares (FOB y CIF), sin embargo, no está demás tener presente a los otros países desde los que se exporta la pintura de aplicación electrostática ya que, si se deciden a competir, podrían ofrecer mejoras en precio y calidad.

**Tabla 9.**

Importaciones en TM y Valores en Miles de USD Periodo Anual (Años: 2021, 2022, 2023)

|                   |            |                         |                        | 2021           |         |         | 2022           |         |         | 2023           |         |         |
|-------------------|------------|-------------------------|------------------------|----------------|---------|---------|----------------|---------|---------|----------------|---------|---------|
| Código Subpartida | Subpartida | Código País Procedencia | País Procedencia       | TM (Peso Neto) | FOB     | CI#     | TM (Peso Neto) | FOB     | CI#     | TM (Peso Neto) | FOB     | CI#     |
| TOTALES:          |            |                         |                        | 1.820,6        | 6.552,6 | 6.958,4 | 1.351,2        | 5.426,6 | 5.864,5 | 1.563,7        | 6.183,3 | 6.487,1 |
| 3907990000        | Los demás  | ARE                     | EMIRATOS ARABES UNIDOS | 1,1            | 2,2     | 2,3     | 0,4            | 1,2     | 1,3     | -              | -       | -       |
| 3907990000        | Los demás  | ARG                     | ARGENTINA              | 52,3           | 163,7   | 175,0   | -              | -       | -       | 25,9           | 80,3    | 86,7    |
| 3907990000        | Los demás  | BEL                     | BÉLGICA                | 102,5          | 317,0   | 327,5   | 2,8            | 22,3    | 23,3    | 20,6           | 82,5    | 85,3    |
| 3907990000        | Los demás  | BRA                     | BRASIL                 | 632,4          | 2.477,3 | 2.658,5 | 360,3          | 1.586,6 | 1.767,4 | 407,4          | 1.816,6 | 1.906,2 |
| 3907990000        | Los demás  | CHE                     | SUIZA                  | -              | -       | -       | 0,1            | 1,3     | 2,3     | -              | -       | -       |
| 3907990000        | Los demás  | CHL                     | CHILE                  | 43,9           | 184,4   | 188,4   | 5,9            | 46,4    | 48,8    | 0,2            | 0,3     | 0,3     |
| 3907990000        | Los demás  | CHN                     | CHINA                  | 30,2           | 152,1   | 178,6   | 38,2           | 63,2    | 82,6    | 331,4          | 792,3   | 832,3   |
| 3907990000        | Los demás  | COL                     | COLOMBIA               | 442,4          | 1.578,6 | 1.618,4 | 330,6          | 1.341,0 | 1.364,0 | 360,6          | 1.356,9 | 1.389,3 |
| 3907990000        | Los demás  | DEU                     | ALEMANIA               | 16,6           | 143,8   | 151,7   | 32,6           | 142,8   | 158,5   | 64,6           | 280,4   | 296,3   |
| 3907990000        | Los demás  | ESP                     | ESPAÑA                 | 14,6           | 83,1    | 106,2   | 8,2            | 55,7    | 63,3    | 12,9           | 143,8   | 167,5   |
| 3907990000        | Los demás  | FIN                     | FINLANDIA              | -              | -       | -       | 0,0            | 0,4     | 0,5     | -              | -       | -       |
| 3907990000        | Los demás  | GBR                     | REINO UNIDO            | 1,4            | 13,8    | 14,4    | -              | -       | -       | -              | -       | -       |
| 3907990000        | Los demás  | HKG                     | HONG KONG              | 3,2            | 11,4    | 14,4    | -              | -       | -       | 0,0            | 3,0     | 3,5     |
| 3907990000        | Los demás  | IND                     | INDIA                  | 0,1            | 0,4     | 0,4     | -              | -       | -       | 0,0            | 0,2     | 0,2     |
| 3907990000        | Los demás  | ISR                     | ISRAEL                 | 38,0           | 111,4   | 118,2   | -              | -       | -       | -              | -       | -       |
| 3907990000        | Los demás  | ITA                     | ITALIA                 | 113,5          | 432,0   | 465,5   | 198,7          | 1.089,7 | 1.180,0 | 104,4          | 634,2   | 667,5   |

*Nota.* Tomado de Base de Datos del Banco Central del Ecuador 2025.

En la Figura 9 se presenta el mapa correspondiente a mercados proveedores del año 2021 para el rubro de pinturas electrostáticas en polvo de subpartida 390799 de la web Trade Maps que, en términos generales, sitúa que la región de América del Sur con gran participación en las exportaciones de este producto hacia Ecuador, por esto es que podemos observar patrones de continuidad. El proveedor principal para este año nuevamente es el país de Brasil, con valores superiores a los 1452 miles de dólares, lo que lo posiciona como el mayor contribuyente con un repunte en su participación que

puede ser explicada por un aumento de su capacidad técnica. Los países que se siguen son Chile y Colombia con 290 y 581 miles de dólares respectivamente.

El continente europeo tiene una participación más intensa siendo Italia su principal competidor con fluctuaciones entre 581 y 1452 miles de dólares, siendo seguido por Alemania y Bélgica. El país de Estados Unidos por su parte mantuvo los valores de participación siendo su rango entre 145 y 290 miles de dólares. El continente asiático tiene como su proveedor más significativo al país de China, nación que figura como incidente en las exportaciones hacia Ecuador cada vez mayor entre 290 y 581 miles de dólares, siendo seguido de India y Pakistán con una participación de 186 miles de dólares.

Por otra parte, es de reconocer que la mayoría de los países de África, Oceanía y parte de Europa del Este no registran exportaciones significativas, como se indica con el color gris.

**Figura 9.**

*Mercados Proveedores de PPP Electroestática a Ecuador 2021*



*Nota.* Tomado de Base de Datos de Trade Maps.

En la Figura 10 se presenta el mapa correspondiente a mercados proveedores del año 2022 para el rubro de pinturas electrostáticas en polvo de subpartida 390799 de la web Trade Maps que, en términos generales, sitúa que la región de América del Sur con gran participación en las exportaciones de este producto hacia Ecuador, por esto es que podemos observar patrones de continuidad. El proveedor principal para este año nuevamente es el país de Brasil, con valores superiores a los 902 miles de dólares, lo que implica una reducción a los valores históricos obtenidos el año anterior. Los países que se siguen son Chile y Colombia con 290 y 581 miles de dólares respectivamente.

El continente europeo tiene una participación más intensa siendo Italia su principal competidor con fluctuaciones entre 581 y 1452 miles de dólares, siendo seguido por Alemania y Bélgica. El país de Estados Unidos por su parte mantuvo los valores de participación siendo su rango entre 145 y 290 miles de dólares.

El continente asiático tiene como su proveedor más significativo al país de China, nación que figura como incidente en las exportaciones hacia Ecuador cada vez mayor entre 290 y 581 miles de dólares, siendo seguido de India y Pakistán con una participación de 186 miles de dólares.

Por otra parte, es de reconocer que la mayoría de los países de África, Oceanía y parte de Europa del Este no registran exportaciones significativas, como se indica con el color gris.

**Figura 10.***Mercados Proveedores de PPP Electrostática a Ecuador 2022*

El continente europeo tiene una participación más intensa siendo Italia su principal competidor con fluctuaciones entre 581 y 1452 miles de dólares, siendo seguido por Alemania y Bélgica. El país de Estados Unidos por su parte mantuvo los valores de participación siendo su rango entre 145 y 290 miles de dólares.

El continente asiático tiene como su proveedor más significativo al país de China, nación que figura como incidente en las exportaciones hacia Ecuador cada vez mayor entre 290 y 581 miles de dólares, siendo seguido de India y Pakistán con una participación de 186 miles de dólares.

Por otra parte, es de reconocer que la mayoría de los países de África, Oceanía y parte de Europa del Este no registran exportaciones significativas, como se indica con el color gris.

**Figura 11.**

*Mercados Proveedores de PPP Electroestática a Ecuador 2023*



*Nota.* Tomado de Base de Datos de Trade Maps.

### **Diversificación de los Países Proveedores para Importaciones de Pintura Poliéster de Aplicación Electrostática por Ecuador en 2023**

Un análisis interesante tiene que ver con las oportunidades comerciales en función de la participación de los países en las importaciones ecuatorianas y el crecimiento global en la exportación del producto. Para tal efecto se utiliza un gráfico con dos ejes donde en el eje horizontal muestra la participación de los países en las importaciones de Ecuador y el eje vertical representa el crecimiento anual de las exportaciones globales del producto por parte de esos países. En este sentido, cada país es representado por una burbuja y su tamaño es proporcional a su relevancia en las exportaciones mundiales, donde el color amarillo indica que el crecimiento de las importaciones de Ecuador desde ese país es menor que su crecimiento global y el color azul en cambio señala un crecimiento de las importaciones ecuatorianas superior al crecimiento global del país.

La Figura 12 muestra los resultados de este análisis para el año 2023 donde se puede apreciar que China y Brasil son los principales proveedores de Ecuador. Para el caso de China, tiene una participación en las importaciones ecuatorianas cercana al 14% con un crecimiento global aproximado del 17% en las exportaciones de este producto. Mientras tanto Brasil tiene una participación cercana al 29% y aunque es un país importante en el comercio mundial del producto su tasa de crecimiento global se ubica tan solo entre un 5% y 6%.

Dos países adicionales, Estados Unidos e Italia, también son proveedores muy importantes para Ecuador porque tienen participaciones notables con tasas de crecimiento global positivas lo que los convierte en una oportunidad para Ecuador para

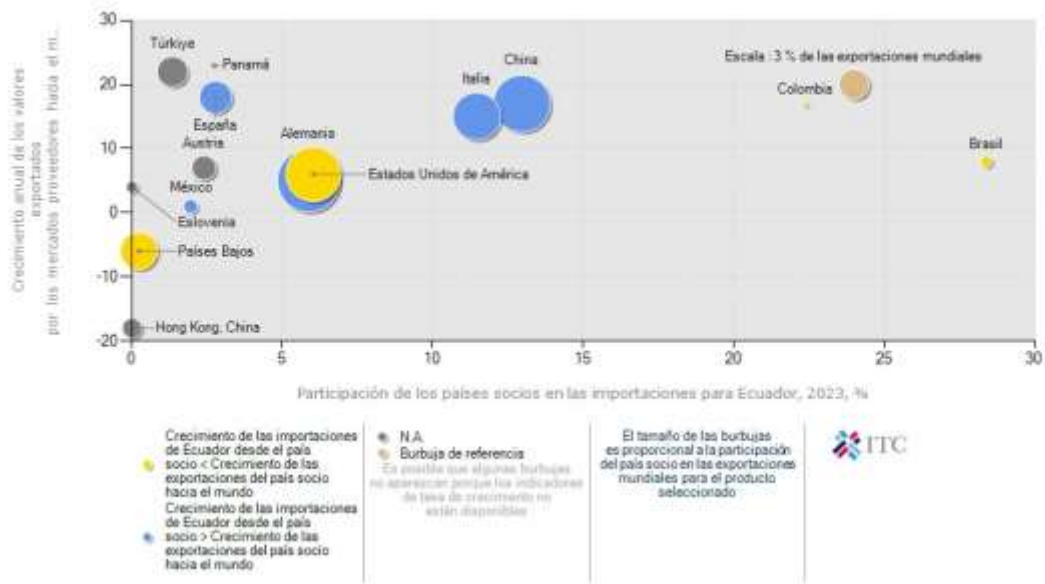
su diversificación comercial. Por otro lado, se encuentran países como Alemania y los Países Bajos que tienen tasas de crecimiento negativas en las exportaciones globales quitando su atractivo como socios estratégicos.

También se muestran los países con tasas de crecimiento decrecientes, es el caso de Hong Kong y Eslovenia con un desempeño bajo en el crecimiento global como en su participación en las importaciones ecuatorianas. Por último, no está demás fortalecer las relaciones comerciales con Colombia y México pues presentan un crecimiento moderado por lo que pueden ser considerados como socios potenciales para diversificar las importaciones.

Figura 12.

*Perspectivas para una Diversificación de Países Proveedores para PPP Electrostática*  
*Importada por Ecuador 2023*

Perspectivas para una diversificación de países proveedores para un producto importado por Ecuador en 2023  
 Producto : 390799 Poliésteres, saturados, en formas primarias (exc. plicarbonatos, resinas alcidas y poli"tereftalato de etileno")



*Nota.* Tomado de Base de Datos de Trade Maps.

**Período: Anual - Años: Hasta Octubre de 2024 | (TM y valores en miles de USD)**

En la

**Tabla 10** se presenta la información de las importaciones a Ecuador de la subpartida arancelaria 3907990000, a la que pertenece la pintura en polvo de aplicación electrostática, obtenida del Banco Central del Ecuador. En la tabla se muestran las importaciones en toneladas métricas (TM), valores FOB y valores CIF por país de procedencia para los meses de enero a octubre del 2024 y permite analizar cómo se comportan las importaciones de dicho producto en el país.

Como primer punto se puede observar una disminución de las importaciones en cuanto al peso neto ya que el valor promedio mensual en los primeros 10 meses del 2024 de 116.69 TM fue menor al promedio mensual de 130.30 TM en el mismo periodo del 2023. En cuanto a los valores de enero a octubre del 2024, se importaron 1,166.9 toneladas métricas con valores en miles de dólares de \$4,168.3 FOB y \$4,369.1 CIF.

Por otro lado, es importante analizar las importaciones por país de procedencia para conocer de dónde está llegando el producto para el mismo periodo. Se puede observar que China ahora es el principal exportador de pintura en polvo de aplicación

electroestática a Ecuador con 299.4 TM en lo que va del 2024 con valores en miles de dólares de \$582.1 FOB y \$639.5 CIF. Como segundo país importador encontramos a Brasil que exportó 268.1 TM con valores en miles de dólares de \$1,116.8 FOB y \$1,162.3 CIF, seguido de Colombia que con el tercer lugar exportó 238.9 TM con valores en miles de dólares de \$987.9 FOB y \$1,014.9 CIF. No está demás indicar que China tiene precios más competitivos, esto se puede comprobar comparando los valores puesto que, si bien exporta más cantidad que Brasil y Colombia, sus valores en miles de dólares FOB y CIF son menores.

Completan los 5 países más importantes por procedencia Estados Unidos e Italia. Para el caso de Estados Unidos que ocupa el cuarto lugar, exportó para el periodo enero – octubre del 2024 126.8 TM con valores en miles de dólares de \$355.2 FOB y \$374.2 CIF. Por otro lado, Italia en quinto, exportó a Ecuador en el mismo periodo 69.6 TM con valores en miles de dólares de \$352.1 FOB y \$369.3 CIF.

Asimismo, es importante mencionar a otros países con volúmenes menores de exportación en el periodo analizado del 2024 que completan el grupo de los principales países proveedores. Es el caso de España con 33.1 TM, Panamá con 27.2 TM, México con 23.5 TM, Alemania con 21.1 TM, y Países Bajos con 20.2 TM.

Para finalizar es importante destacar que China se convierte en el primer país exportador para el periodo analizado del 2024 por sobre Brasil y Colombia, los países que desde el 2018 venían ocupando los dos primeros lugares, comprobando así que la competitividad por precios de los productos chinos es fuerte en nuestro mercado.

**Tabla 10.**

*Importaciones en TM y Valores en Miles de USD Periodo (Año 2024 hasta octubre)*

|                   |            |                         |                        | 2024           |         |         |
|-------------------|------------|-------------------------|------------------------|----------------|---------|---------|
| Código Subpartida | Subpartida | Código País Procedencia | País Procedencia       | TM (Peso Neto) | FOB     | CIF     |
| TOTALES:          |            |                         |                        | 1,166,9        | 4,168,3 | 4,369,1 |
| 3907990000        | Los demás  | ARE                     | EMIRATOS ÁRABES UNIDOS | 3,1            | 20,0    | 21,5    |
| 3907990000        | Los demás  | BEL                     | BÉLGICA                | 2,1            | 12,4    | 14,0    |
| 3907990000        | Los demás  | BRA                     | BRASIL                 | 266,1          | 1.116,8 | 1.162,3 |
| 3907990000        | Los demás  | CHN                     | CHINA                  | 299,4          | 582,1   | 639,5   |
| 3907990000        | Los demás  | COL                     | COLOMBIA               | 238,9          | 987,9   | 1.014,9 |
| 3907990000        | Los demás  | DEU                     | ALEMANIA               | 21,1           | 119,1   | 125,4   |
| 3907990000        | Los demás  | EGY                     | EGIPTO                 | 2,4            | 3,7     | 3,8     |
| 3907990000        | Los demás  | ESP                     | ESPAÑA                 | 33,1           | 227,8   | 233,5   |
| 3907990000        | Los demás  | HKG                     | HONG KONG              | 4,1            | 25,4    | 25,6    |
| 3907990000        | Los demás  | ITA                     | ITALIA                 | 69,6           | 352,1   | 369,3   |
| 3907990000        | Los demás  | MEX                     | MÉXICO                 | 23,5           | 61,3    | 64,0    |
| 3907990000        | Los demás  | NLD                     | PAÍSES BAJOS (HOLANDA) | 20,2           | 79,4    | 81,7    |
| 3907990000        | Los demás  | PAN                     | PANAMÁ                 | 27,2           | 92,5    | 94,9    |
| 3907990000        | Los demás  | PER                     | PERÚ                   | 6,2            | 74,4    | 77,3    |
| 3907990000        | Los demás  | POL                     | POLONIA                | 19,8           | 33,8    | 37,5    |
| 3907990000        | Los demás  | SGP                     | SINGAPUR               | 0,8            | 6,5     | 7,3     |
| 3907990000        | Los demás  | TUR                     | TURQUÍA                | 0,5            | 17,9    | 22,6    |
| 3907990000        | Los demás  | USA                     | ESTADOS UNIDOS         | 126,8          | 355,2   | 374,2   |

*Nota.* Tomado de Base de Datos del Banco Central del Ecuador 2025.

#### 4.1.3 Trabajo de Campo: Entrevistas en Profundidad

Conocer la situación actual de la marca Pinturas S.A. en el mercado de las pinturas en polvo de aplicación electrostática es muy importante para diseñar una propuesta real y viable para el posicionamiento de la marca. Para esto fue necesario realizar una investigación de mercados hacia los principales sectores industriales que utilizan la pintura. En cuanto a la metodología del estudio, se aplicó un diseño de investigación exploratorio dado que se buscaba tener una comprensión profunda sobre el posicionamiento de la marca, para lo cual fue necesario utilizar métodos cualitativos de

recolección de datos. En este sentido, y dado que existía la posibilidad de acceder directamente a las personas que tomaban la decisión de compra en las empresas, se utilizó el método de entrevista en profundidad para recolectar la información.

En lo referente al muestreo, se utilizó un muestreo no probabilístico a juicio del investigador puesto que existía la facilidad de acceder una la muestra con un perfil ejecutivo o gerencial con el poder de decisión de la compra. El tamaño de la muestra quedó conformado por 6 entrevistas en profundidad dirigidas a ejecutivos, gerentes de producción o de compras, de los principales clientes de Pinturas S.A. en el rubro pintura el polvo de aplicación electrostática.

Por último, el estudio tenía como objetivo evaluar la opinión que tenían los ejecutivos sobre aspectos relacionados directamente con la marca, definiendo como los más importantes la percepción, principales beneficios y características del producto; las razones principales de compra; niveles de satisfacción y de fidelidad hacía la marca; y por último, aspectos relacionados con la imagen, identidad y el posicionamiento de la marca.

Dado el perfil de los ejecutivos las entrevistas se realizaron de manera telefónica mientras que un software permitía transcribir la entrevista en Word. A continuación se presenta el cuestionario que se utilizó para realizar la entrevista en profundidad. Las preguntas pudieron cambiar, aumentar o disminuir en función del cliente y del tiempo del mismo.

### **Entrevista 1**

Nombre de la empresa: Mabe Ecuador S.A.

Sector industrial: Fabricación de electrodomésticos de línea blanca

Nombre del entrevistado: Mendieta Capelo Xavier Antonio

Cargo del entrevistado: Gerente de producción

Tiempo de relación comercial con Pinturas S.A.: 20 años

### **Entrevista 2**

Nombre de la empresa: Ecuatanques S.A.

Sector industrial al que pertenece: Fabricación de Calderas, Tanques de Almacenamiento y Contenedores

Nombre del entrevistado: Peñafiel Jaramillo Nathaly Mishel

Cargo del entrevistado: Gerente de producción

Tiempo de relación comercial con Pinturas S.A.: 8 años

### **Entrevista 3**

Nombre de la empresa: Góndolas & Perchas S.A. GONPERSA

Sector industrial al que pertenece: Fabricación, asesoramiento e instalación de estanterías metálicas para exhibición comercial y almacenaje.

Nombre del entrevistado: Burnham Veliz Ninfa Alcira

Cargo del entrevistado: Gerente de compras

Tiempo de relación comercial con Pinturas S.A.: 10 años

#### **Entrevista 4**

Nombre de la empresa: Ecuatran S.A.

Sector industrial al que pertenece: Fabricación de transformadores eléctricos

Nombre del entrevistado: Moreno Vélez Edison Estalin

Cargo del entrevistado: Gerente de producción

Tiempo de relación comercial con Pinturas S.A.: 15 años

#### **Entrevista 5**

Nombre de la empresa: Fundiciones Extrusionados y Mecanizados del Ecuador FEMEC S.A

Sector industrial al que pertenece: Fabricación de Ventanas y Puertas Metálicas

Nombre del entrevistado: Anchundia Anchundia Wilmer José

Cargo del entrevistado: Gerente de compras

Tiempo de relación comercial con Pinturas S.A.: 5 años

#### **Entrevista 6**

Nombre de la empresa: Compañía Anónima Moretran

Sector industrial al que pertenece: Diseño, fabricación, reparación, mantenimiento y comercialización de transformadores

Nombre del entrevistado: Giraldo Montero Silvia Verónica

Cargo del entrevistado: Gerente de producción

Tiempo de relación comercial con Pinturas S.A.: 20 años

#### **4.4 Resultados y Análisis de las Entrevistas**

A continuación, se presenta una síntesis de las respuestas obtenidas en las entrevistas en profundidad, para el detalle de cada una de las seis entrevistas ver el anexo 2.

1. ¿Cómo describiría Ud. la calidad de la pintura en polvo poliéster de Pinturas S.A. en comparación con otras marcas que ha utilizado?

Para los ejecutivos entrevistados la calidad de la pintura en polvo poliéster de Pinturas S.A. es mejor que la de la competencia por su resistencia, durabilidad y acabado.

Asimismo, Nathaly Peñafiel y Edison Moreno enfatizaron que la pintura tiene excelente rendimiento y que mejora la estética y funcionalidad cuando se aplica el recubrimiento en sus productos sin embargo indicaron que, aunque la calidad es excelente el precio sí es superior.

2. ¿Qué características de la pintura en polvo poliéster de Pinturas S.A. considera más valiosas para su empresa?

En cuanto a esta pregunta todos los ejecutivos estuvieron de acuerdo en mencionar que la resistencia a la corrosión, la estabilidad de color y la resistencia a los rayos UV son las

características que más valoran; asimismo la durabilidad y el acabado estético porque, según Ninfa Burnham, prolongan la vida útil de sus productos con un buen aspecto a pesar del tiempo.

3. ¿Ha experimentado Ud. algún inconveniente o desafío al utilizar la pintura en polvo poliéster de Pinturas S.A.?

En su mayoría los ejecutivos dijeron que no han tenido inconvenientes en el uso de la pintura en polvo poliéster de Pinturas S.A., aunque sí indicaron que contadas veces no hubo disponibilidad del producto o que se demoró más tiempo la entrega del pedido, pero que estos desfases se resolvieron rápidamente, este aspecto lo confirmó Xavier Mendieta.

4. ¿Qué beneficios ha observado Ud. al utilizar la pintura en polvo poliéster de Pinturas S.A. en sus productos o procesos?

En esta pregunta los ejecutivos mencionaron varios beneficios, pero los principales fueron una mayor durabilidad de sus productos, la protección contra la corrosión, mejor apariencia estética y que la pintura en polvo se adhiere bien lo que da un acabado homogéneo.

5. ¿En qué tipos de productos o componentes utiliza principalmente la pintura en polvo poliéster de Pinturas S.A.?

Esta respuesta dependió de la industria del ejecutivo entrevistado, así encontramos que la pintura se utiliza en diferentes productos desde electrodomésticos de línea blanca; tanques, calderas y contenedores; pasando por las estanterías metálicas; transformadores

y luminarias; hasta la fabricación de ventanas y puertas metálicas. Esto comprueba los diferentes usos y aplicaciones para la pintura.

6. ¿Cuáles fueron las principales razones que lo llevaron a elegir la pintura en polvo poliéster de Pinturas S.A. sobre otras opciones en el mercado?

Aquí mencionaron varias razones, pero las más importantes son una mejor calidad, precios competitivos, las recomendaciones de los técnicos industriales, la disponibilidad del producto y el servicio al cliente lo que ha ayudado a mantener la confianza en la marca a lo largo del tiempo, aspecto que reforzaron Silvia Giraldo y Wilmer Anchundia.

7. ¿Qué factores considera más importantes al seleccionar un proveedor de pintura en polvo poliéster?

Para ellos lo más importante sin lugar a dudas es la calidad del producto, el precio competitivo, el soporte técnico, la variedad de productos y por último el tiempo de entrega del pedido.

8. ¿Ha considerado o utilizado productos de la competencia en el último año?

Esta pregunta fue interesante porque algunos ejecutivos reconocieron que sí han considerado o probado productos de la competencia cuando no ha habido disponibilidad de las pinturas de Pinturas S.A., o cuando han existido ofertas más económicas de marcas competidoras. Lo destacable es que coincidieron en que, a pesar de explorar otras opciones, han seguido como clientes fieles por la calidad y rendimiento del producto.

9. Si respondió "Sí" a la pregunta anterior, ¿qué aspectos lo llevaron a probar productos de la competencia?

Dos de los entrevistados indicaron que decidieron probar otro producto por precio y disponibilidad, aunque también mencionaron que en algunos casos les llamó la atención alguna promoción innovadora de último momento.

10. En una escala del 1 al 10, ¿qué tan satisfecho está con la pintura en polvo poliéster de Pinturas S.A.?

Es destacable para Pinturas S.A. que los niveles de satisfacción alcanzados por los ejecutivos que se entrevistaron fueron altos con puntajes de 8 a 10, lo que significa muy o completamente satisfechos, según indicaron principalmente por la calidad, durabilidad y resultados obtenidos.

11. ¿Qué mejoras sugeriría para los productos o servicios de Pinturas S.A.?

Coincidieron los ejecutivos en que se debe mejorar los tiempos de entrega, la disponibilidad de productos en ciertas regiones y ofrecer más opciones en colores y acabados específicamente para algunos sectores industriales.

12. ¿Qué tan probable es que recomiende la pintura en polvo poliéster de Pinturas S.A. a otros profesionales del sector?

Los entrevistados indicaron en su totalidad que sería muy probable que recomienden la pintura en polvo poliéster de Pinturas S.A. por su calidad y buen rendimiento, lo que se ha mantenido en todo el tiempo que llevan como clientes.

13. ¿Cómo percibe la marca Pinturas S.A. en términos de innovación y desarrollo de nuevos productos?

Los 6 ejecutivos entrevistados sí perciben la marca como innovadora por el desarrollo de nuevos productos y por mantenerse al día con las tendencias y las necesidades del mercado.

14. ¿Qué atributos asocia con la marca Pinturas S.A.?

Esta pregunta es muy importante porque se identificaron cuatro atributos principales con los que todos los 6 entrevistados asocian Pinturas S.A. que en este caso son calidad, confianza, innovación y sostenibilidad.

15. ¿Cómo calificaría la comunicación y el soporte técnico de Pinturas S.A.?

En esta pregunta los ejecutivos dieron una calificación de excelente por la rapidez en la atención y el excelente trabajo de los técnicos.

16. ¿Qué recomendaría a Pinturas S.A. para fortalecer su posicionamiento en el mercado ecuatoriano?

Todos los 6 ejecutivos entrevistados recomendaron una mayor presencia en internet y redes sociales y seguir trabajando en la capacitación para los profesionales del sector para mejorar el conocimiento sobre sus productos y reforzar su imagen de marca.

17. ¿Cómo evalúa la relación calidad-precio de la pintura en polvo poliéster de Pinturas S.A. frente a otras marcas del mercado?

Los ejecutivos entrevistados calificaron la relación como excelente pues la marca ofrece un producto de alta calidad a un precio justo; y que sin ser la opción más económica es la que tiene el mejor rendimiento lo que según Xavier Mendieta y Edison Moreno permite cubrir así esa diferencia en precio.

18. ¿Qué tan importante es para su empresa que la pintura en polvo poliéster de Pinturas S.A. esté libre de TGIC y otros componentes nocivos?

Todos los 6 entrevistados estuvieron de acuerdo en indicar que es muy importante que los productos estén libres de TGIC y otros componentes nocivos, más que todo por la seguridad en la producción y por las regulaciones ambientales.

19. ¿Considera que la disponibilidad de diferentes tipos de pintura en polvo poliéster de Pinturas S.A. como las antibacteriales o de baja emisión satisface las necesidades específicas de su industria?

Dado que hay sectores que requieren mayor control sobre las emisiones o condiciones de salud, indicaron que el hecho que la marca tenga productos de tipo antibacterial o de baja emisión es muy beneficioso significativamente hablando.

20. ¿Cómo percibe la sostenibilidad y el compromiso ambiental de Pinturas S.A. en relación con sus productos y prácticas empresariales?

Esta pregunta fue muy importante para conocer el posicionamiento dado que los ejecutivos consultados perciben que la marca es muy comprometida con la sostenibilidad y el cuidado ambiental porque tiene componentes ecológicos que reducen el impacto ambiental.

21. ¿Qué tan alineada está la imagen de marca de Pinturas S.A. con los valores y objetivos de su empresa?

Por último, para esta pregunta los ejecutivos indicaron que la imagen de marca de Pinturas S.A. sí está alineada con sus valores de calidad, innovación y cuidado con el medio ambiente, permitiendo así una relación de largo plazo.

A continuación, se presenta a modo de síntesis el análisis cualitativo del estudio. Las entrevistas en profundidad realizadas a los ejecutivos de Mabe, Ecuatanques, Gonpersa, Ecuatran, Femec y Moretran arrojaron un entendimiento completo sobre el posicionamiento de Pinturas S.A. y su situación en el mercado. Dado que estos ejecutivos son los que deciden la compra del producto, sus respuestas explican el porqué del liderazgo de la marca en el mercado iniciando por la percepción de que es una marca de pintura en polvo poliéster de excelente calidad y muy confiable.

Asimismo, es importante indicar que valoran los atributos de durabilidad, resistencia a la corrosión y excelentes acabados cuando se recubren sus productos con la pintura, lo que hace que la prefieran sobre la competencia, incluso estos aspectos destacan al momento de indicar sus niveles de satisfacción con Pinturas S.A. Por otro lado, no está de más prestar atención a las indicaciones sobre desfases en la disponibilidad del producto o los tiempos de entrega, que, al ser esporádicos, no afecta su preferencia, pero que dan espacio para tomar acciones correctivas.

Por último, es importante analizar el posicionamiento de la marca ya que son varios los atributos positivos con los que estos ejecutivos asocian a Pinturas S.A. desde la innovación y responsabilidad ambiental, pasando por ser vista como un socio confiable

que ofrece un excelente soporte técnico hasta tener una muy buena relación precio-calidad y mejor rendimiento que la competencia. Estas percepciones no hacen más que comprobar las razones por las cuales la marca goza del reconocimiento y lealtad del mercado.

#### **4.5 Propuesta de Comercialización**

Como parte inicial de la propuesta de comercialización debemos enfatizar que Pinturas S.A. amplíe su red de proveedores para la pintura en polvo electrostática, esto debido a que en la actualidad existe mucha dependencia a las importaciones desde Colombia. Por esta razón vale la pena explorar y establecer relaciones con otros proveedores adicionales, ya sea Brasil u otros países, lo que ayudaría a evitar interrupciones y asegurar un mejor suministro. De la misma manera, negociando mejores acuerdos comerciales con los proveedores resultará en una reducción de los costos que mejore los precios a los clientes y así tener mejor competitividad.

Por otro lado, se propone implementar más herramientas tecnológicas como sistemas de gestión de la cadena de suministro (SCM) o el análisis predictivo, para reforzar una mejor planificación y gestión de inventarios, y de esta forma anticiparse y controlar cualquier interrupción en la cadena de suministro. Si Pinturas S.A. aplica estas herramientas puede asegurar la disponibilidad de la pintura optimizando sus costos operativos, lo que, nuevamente, permitirá ofrecer precios competitivos y mejores márgenes de ganancia.

Por último, no está de más fortalecer las relaciones con los clientes actuales con campañas de fidelización con programas que premien la lealtad. Asimismo, es

importante que mantengan un excelente servicio al cliente y una buena comunicación y asesoría para reforzar la preferencia de los clientes por la pintura electrostática de Pinturas S.A. Combinando un buen programa de fidelización con una adecuada cadena de suministro la empresa, sin lugar a dudas, podrá mantener su liderazgo en el mercado de pinturas en polvo poliéster en Ecuador, asegurando así su posición dominante a largo plazo.

## Capítulo V

### Factibilidad Financiera

En el presente capítulo, se abarcan los diferentes datos ligados a la realidad financiera del producto Pintura en polvo polyester de aplicación electrostática de la empresa Pinturas S.A., es por este motivo, se especificarán los valores de inversión, financiamiento, ventas, costos y gastos para la obtención del flujo de caja anual y con este la realización de una proyección económica a 5 años que nos indique desde 3 escenarios (optimista, realista y pesimista) los posibles retos y riesgos a tomar, entre otros, los datos más relevantes del futuro del producto.

#### 5.1 Flujo de Caja

Para obtención del flujo de caja, es necesario describir todas las inversiones que se destinarán al producto Pintura en polvo polyester de aplicación electrostática de Pinturas S.A.

**Tabla 11.**

#### *Inversiones de Pintura en Polvo Polyester de Aplicación Electrostática*

| INVERSIONES | Cantidad | Valor Total  | Depreciación | Amortización |
|-------------|----------|--------------|--------------|--------------|
| Caja/Bancos | 1        | \$ 1.125.433 | \$ -         | \$ -         |
| Vehículos   | 3        | \$ 60.000    | \$ 1.666,67  | \$ -         |
| Patente     | 2        | \$ 4.500     | \$ -         | \$ 187,50    |

|                             |    |    |                  |    |                 |    |               |
|-----------------------------|----|----|------------------|----|-----------------|----|---------------|
| Adecuación                  | 1  | \$ | 6.000            | \$ | -               | \$ | 500,00        |
| Equipos de computo          | 3  | \$ | 10.000           | \$ | 277,78          | \$ | -             |
| Software                    | 2  | \$ | 3.000            | \$ | -               | \$ | 125,00        |
| Muebles                     | 10 | \$ | 5.000            | \$ | 41,67           | \$ | -             |
| <b>Total de inversión</b>   |    | \$ | <b>1.213.933</b> | \$ | <b>1.986,11</b> | \$ | <b>812,50</b> |
| <b>CT (Costo Total)</b>     |    | \$ | <b>1.125.433</b> |    |                 |    |               |
| <b>CO (Costo Operativo)</b> |    | \$ | <b>88.500</b>    |    |                 |    |               |

*Nota.* Inversiones al 2023, año 0.

Respecto del financiamiento, se utilizará el valor correspondiente a la ganancia más el retorno de la inversión utilizado el año de prueba para reinvertirlo en: compra/importación del producto desde el mercado brasileño y colombiano hacia el Ecuador, costos operativos y administrativos, costos de logística y de nómina ligados al producto. Este valor para el año 0, es decir, 2023 será de USD 1.213.933,00.

A continuación, se describirán las ventas brutas del año 2023, con su generación de IVA y de retención, así como las ventas netas (con impuestos).

**Tabla 12**

*Ventas Proyectadas*

|                      |              | AÑO 0 - 2023 | 2.024        | 2.025        | 2.026        | 2.027        | 2.028        |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ventas               | 1.518.211,70 | 1.518.211,70 | 1.229.751    | 1.609.304    | 1.705.863    | 1.808.214    | 1.916.707    |
| IVA cobrado          | 227.732      | 227.732      | 184.463      | 241.396      | 255.879      | 271.232      | 287.506      |
| Retenciones Pagadas  | 15.182       | 15.182       | 12.298       | 16.093       | 17.059       | 18.082       | 19.167       |
| Ventas con impuestos | 1.730.761,33 | 1.730.761,33 | 1.401.916,68 | 1.834.607,01 | 1.944.683,43 | 2.061.364,44 | 2.185.046,31 |

*Nota.* Se describen los valores proyectados de ventas de 5 años.

Para la proyección realista de las ventas, se utilizaron los valores obtenidos en 2023 del estado financiero de la cuenta ligada al producto, para los siguientes años se toma en cuenta una proyección de incremento de ventas del 6% anual conforme al crecimiento del mercado de este tipo de pinturas y teniendo en cuenta la discreción de los valores obtenidos en años anteriores.

También se enuncian los diversos costos de importación, es decir el valor invertido en la obtención de pintura polyester del exterior para su venta y distribución nacional; la empresa tiene un incremento anual del 2% en el valor de importaciones teniendo en cuenta la inflación anual, a su vez se tomó en cuenta para el año 2024 una disminución del 19% en las importaciones por la realidad coyuntural del país, con la crisis energética que produjo un estimado de ventas menor, como se observó en la tabla 10.

En la Tabla 13, se estima un incremento del 1% anual en el valor de los sueldos por temas de ajuste salarial del gobierno nacional de la República del Ecuador.

**Tabla 13.**

*Costos de producción y Sueldos*

| <b>COSTOS</b>                      | <b>COSTO DE MERCADO</b> |           |         |           |           |           |           |
|------------------------------------|-------------------------|-----------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Costos de producción - Importación | 1.125.433               | 1.125.433 | 767.921 | 1.147.942 | 1.170.900 | 1.194.318 | 1.218.205 |
| Sueldos                            | 5.145                   | 61.740    | 62.357  | 62.981    | 63.611    | 64.247    | 64.889    |

*Nota.* Costos de Producción y Sueldos Proyectados a 5 años.

Respecto de los gastos, en la Tabla 14 se visualiza la proyección realizada por incrementos en energía eléctrica, mantenimientos, publicidad, depreciaciones y amortizaciones.

**Tabla 14.**

*Gastos*

|                | <b>MES</b> | <b>AÑO</b> | <b>1%</b> | <b>1%</b> | <b>1%</b> | <b>1%</b> | <b>1%</b> |
|----------------|------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Energía        | 470        | 5.640      | 5.696     | 5.753     | 5.811     | 5.869     | 5.928     |
| Mantenimientos | 480        | 5.760      | 5.818     | 5.876     | 5.935     | 5.994     | 6.054     |
| Publicidad     | 5.000      | 60.000     | 60.000    | 60.000    | 60.000    | 60.000    | 60.000    |
| Depreciaciones | 1.986      | 23.833     | 23.833    | 23.833    | 23.833    | 23.833    | 23.833    |
| Amortizaciones | 813        | 9.750      | 9.750     | 9.750     | 9.750     | 9.750     | 9.750     |

*Nota.* Gastos proyectados.

Se tiene en cuenta un valor fijo de presupuesto para publicidad anual, un incremento en los costos de energía y mantenimientos del 1% anual y las depreciaciones y amortizaciones en método de línea recta.

Se obtienen con los datos descritos, los siguientes flujos de caja para un escenario realista, un escenario pesimista y un escenario optimista. Los escenarios pesimista y optimista se obtienen de la variación en las variables ventas de un  $\pm 3\%$  y en la variable costos de producción en un  $\pm 2\%$ .

**Tabla 15.**

*Flujos de caja*

| AÑOS | ESCENARIO 0      | PESIMISTA        | OPTIMISTA        |
|------|------------------|------------------|------------------|
| 2023 | -\$ 1.213.933,00 | -\$ 1.213.933,00 | -\$ 1.213.933,00 |
| 1    | \$ 294.375,25    | \$ 294.375,25    | \$ 294.375,25    |
| 2    | \$ 293.169,33    | \$ 262.805,10    | \$ 353.897,80    |
| 3    | \$ 366.022,66    | \$ 290.778,35    | \$ 497.196,15    |
| 4    | \$ 444.202,85    | \$ 332.061,11    | \$ 656.728,20    |
| 5    | \$ 528.048,25    | \$ 375.490,73    | \$ 834.154,71    |

*Nota.* Flujos de Caja Proyectados a 5 años.

## 5.2 Valor Actual Neto (VAN)

Se calculan con los valores de flujo de caja de los tres escenarios el valor actual neto para el producto pintura en polvo polyester de aplicación electrostática en la cual se evidencian los siguientes resultados.

**Tabla 16**

| <i>Valor Actual Neto</i> |              |                  |              |                  |                |
|--------------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|----------------|
| <b>ESCENARIO 0</b>       |              | <b>PESIMISTA</b> |              | <b>OPTIMISTA</b> |                |
| TIR                      | 15,65%       | TIR              | 8,43%        | TIR              | 26,48%         |
| VAN                      | \$427.708,15 | VAN              | \$123.375,93 | VAN              | \$1.010.790,80 |

*Nota.* Valor Actual Neto de la Proyección Realizada.

El valor actual neto en los tres escenarios es positivo lo cual nos indica que el proyecto es viable y que inclusive en el escenario pesimista se obtendría un VAN de USD 123.375,93.

### **5.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Respecto de la tasa interna de retorno, se obtuvieron los siguientes resultados en los escenarios propuestos.

**Tabla 17**

| <i>Tasa Interna de Retorno</i> |        |                  |       |                  |        |
|--------------------------------|--------|------------------|-------|------------------|--------|
| <b>ESCENARIO 0</b>             |        | <b>PESIMISTA</b> |       | <b>OPTIMISTA</b> |        |
| TIR                            | 15,65% | TIR              | 8,43% | TIR              | 26,48% |

*Nota.* Tasa Interna de Retorno de la Proyección Realizada.

La tasa interna de retorno indica que el proyecto es factible dado que el escenario pesimista tendrá un retorno del 8,43% y en el escenario realista una TIR de 15,65%.

## **Conclusiones**

El estudio que se ha realizado ha demostrado que Pinturas S.A. posee el liderazgo en el mercado ecuatoriano de pinturas en polvo poliéster de aplicación electrostática de manera consolidada con segmentos de clientes de diferentes industrias; asimismo se han identificado aspectos importantes que la empresa puede atender para fortalecer su competitividad y así mantener o aumentar su crecimiento en el largo plazo.

La investigación realizada muestra que la competencia en este segmento está en crecimiento por el aumento en la oferta de fabricantes locales y otros importadores internacionales por lo que, para mantener su ventaja en el mercado ecuatoriano, Pinturas S.A. debe implementar estrategias de marketing para reforzar su posicionamiento de marca y también diferenciarse de la competencia. Se plantean en la propuesta aspectos como diversificar el portafolio, mejorar la relación con los clientes y la cadena de suministro.

En cuanto a la categoría de producto, existe una demanda creciente para la pintura en polvo poliéster, principalmente por la eficiencia, durabilidad y menor impacto ambiental. Si Pinturas S.A. desea aprovechar esta oportunidad en el mercado puede ingresar a nuevos segmentos de mercado por un lado o hacer alianzas estratégicas con distribuidores y otros clientes industriales.

Financieramente hablando Pinturas S.A., en cuanto a liquidez y rentabilidad, tiene muy buenos recursos para la implementación de las estrategias propuestas del fortalecimiento comercial. Esto se puede comprobar con el análisis de sensibilidad que hemos realizado,

el cual demuestra que la empresa puede obtener rentabilidad incluso desde el escenario pesimista. No está demás que se tomen en cuenta acciones para optimizar de mejor forma los costos y así aumentar la rentabilidad de la empresa.

Asimismo, es importante que se mantengan los aspectos de sostenibilidad del producto ya que, para los clientes, es una de las razones principales por las que eligen la marca; por lo que, la empresa debe continuar con sus prácticas responsables con el medio ambiente -reciclaje de residuos; obtención de certificaciones ecológicas- para reforzar su imagen de marca.

Por lo anteriormente expuesto Pinturas S.A. tiene la capacidad de mantener e incluso aumentar su liderazgo en el mercado ecuatoriano de pinturas en polvo poliéster de aplicación electrostática si adopta estrategias que respondan a las tendencias actuales y futuras del sector. Innovación, optimización de procesos y enfoque centrado en el cliente ayudarán a garantizar el éxito y crecimiento sostenido de la empresa en el mediano y largo plazo.

### **Recomendaciones**

Como parte final de la tesis, presentamos algunas recomendaciones para Pinturas S.A. en su objetivo de fortalecer el liderazgo comercial en el mercado ecuatoriano de la pintura en polvo poliéster.

Deben iniciar destacando los principales atributos de su marca y que los clientes de la empresa valoran mucho para que se diferencien en mayor medida de la competencia. Los mismos consumidores destacaron cualidades que ellos perciben como únicas, como su calidad superior, resistencia a la intemperie y menor impacto ambiental en comparación con las otras marcas en el mercado. Esto se puede lograr comunicando estos atributos de forma clara y coherente, donde resalten además del valor del producto su compromiso con la sostenibilidad.

Sin lugar a dudas, para que la campaña sea efectiva Pinturas S.A. debe resaltar estos beneficios propuestos logrando así posicionarse en la mente de sus clientes como una empresa líder en innovación y sostenibilidad. Asimismo, es importante que este posicionamiento se refuerce con mayor presencia digital, principalmente en redes sociales donde el mercado real y potencial interactúa diariamente. Con estas estrategias de presencia de marca en redes sociales y marketing de contenidos, paralelamente, la empresa puede aumentar la visibilidad de la marca, atraer nuevos clientes y reforzar las relaciones con sus clientes actuales.

El crecimiento es otro de los objetivos importantes de la empresa por lo que es muy recomendado que se logren identificar y aprovechar nuevas oportunidades de negocio, esto es, en sectores industriales que aún no han adoptado la pintura en polvo poliéster de aplicación electrostática; ejemplos de esto podría ser el sector de la construcción y del mobiliario urbano, entregándoles el beneficio de mayor durabilidad y sostenibilidad.

Paralelo a esto también se puede diversificar el producto para que con nuevas texturas o presentaciones capten otros nichos de mercado. No está demás que formen alianzas estratégicas con distribuidores y fabricantes de insumos industriales para la penetración de nuevos mercados, con una mejor la logística e incrementando su red de distribuidores.

Así como se debe trabajar con una mejor distribución, también recomendamos trabajar en el ámbito de los proveedores mejorando la cadena de abastecimiento, lo que seguramente ayudará a reducir los costos y asegurar un buen nivel de abastecimiento.

Paralelamente a esto, también se pueden analizar las cifras de ventas y realizar proyecciones de la demanda para una mejor planificación de inventarios y distribución del producto y así no tener excesos o escasez en el stock. Indudablemente Pinturas S.A. se beneficiará al lograr reducir sus costos de almacenamiento del producto y mejorando sus tiempos de entrega a los clientes.

Otra de las recomendaciones para el crecimiento en el mercado tiene que ver con incrementar la lealtad de los clientes; esto se puede lograr con programas de recompensa a clientes frecuentes y para eso se han propuesto beneficios que van desde descuentos exclusivos, acceso anticipado a nuevos productos hasta promociones especiales, esto por ejemplo por pronto pago o por frecuencia y cantidad de compra. La capacitación y asesoramiento técnico periódico sobre el uso del producto son otros aspectos que los clientes recibirán como valores agregados incrementando sus niveles de satisfacción.

Por otro lado, se recomienda realizar una o dos veces al año estudios de mercado, ya sean grupos focales o encuestas, para evaluar los niveles de satisfacción, posicionamiento de la marca y áreas de mejora, por ejemplo, si algún cliente requiere que se adapte el producto a su requerimiento particular o descubrir cambios en necesidades y preferencias, recordando que el mercado es cambiante.

Asimismo, es importante que se continúe fortaleciendo la imagen como una empresa responsable con el medio ambiente y una forma muy práctica para realizarlo es a través de programas donde Pinturas S.A. promueva en sus clientes el uso responsable de la pintura en polvo poliéster con el reciclaje y la recuperación de los residuos producidos por el recubrimiento.

No está demás que se obtengan más certificaciones ambientales para reforzar el posicionamiento y, a la par, crear campañas de concientización sobre los beneficios ambientales que tiene la marca y no la competencia.

## Bibliografía

- Aaker, D. A. (1999). *Building Strong Brands*. . Free Press.
- Alban, J., Garcia, D., & Tapia, J. (2020). Costos de importación de productos textiles y su incidencia en la utilidad empresarial. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 24(105), 12-19. Obtenido de <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/download/376/776>
- Atehortúa Cruz, K., Maya Parra, J. D., & Parra Maldonado, J. S. (2024). Análisis de los riesgos derivados en la gestión de Stakeholders para proyectos de conservación de la malla vial (rutas SITP) en Bogotá DC. *UEAN*. Obtenido de <https://repository.universidadean.edu.co/bitstreams/11c089ff-63af-4480-a948-fffb740f200c/download>
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2018). *Administración estratégica y ventaja competitiva*. Pearson Educación.
- Bolaños, D. N., & Cortez, S. J. (2024). Análisis de las Tendencias de Mercado Internacional para el 2024, para una Mediana Empresa. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 5191-5215. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/9852/14521>
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Marcus, A. J. (2020). *Principios de finanzas corporativas (13.ª ed.)*. McGraw-Hill.
- Caballero, R. J., & Lara, O. M. (2021). Las redes sociales como estrategia de marketing en las pequeñas y medianas empresas del distrito de Aguadulce, provincia de Coclé, Panamá. *Visión Antataura*, 5(2), 115-131. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/225/2253026008/html/>
- Castillo Chinchay, F., & Dávila Hurtado, J. A. (2020). Desarrollo de una aplicación móvil para gestionar el proceso de registro de ventas, en la empresa Despensa Peruana SA. *UNPRG*. Obtenido de [https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8844/Castillo\\_Chinchay\\_Francisco\\_y\\_D%C3%A1vila\\_Hurtado\\_Jorge\\_Armando.pdf?sequence=1](https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8844/Castillo_Chinchay_Francisco_y_D%C3%A1vila_Hurtado_Jorge_Armando.pdf?sequence=1)
- Chichande, A. D., Valle, M., & García, J. (2021). Descripción del comportamiento de una varilla de plástico reciclado de polietileno tereftalato (PET) extruido. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(4), 295-314. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7926974.pdf>
- Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2020). *El dilema del innovador: Cómo los nuevos descubrimientos provocan el fracaso de las grandes empresas*. Editorial Deusto.

- Flores, K. S. (2023). El control interno y su relación con la rentabilidad de una empresa comercial de importación, Arequipa. *SCIENDO*, 26(1), 49-54. Obtenido de <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/download/5136/5323>
- Gobé, M. (2009). *Branding emocional: El arte de construir marcas*. Gestión 2000.
- Hernández, B. L. (2022). Gestión del conocimiento y sostenibilidad en la gestión de la cadena de suministro: revisión de literatura. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 24(3), 732-748. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8586714.pdf>
- Herrera-Terán, G. P. (2014). Proyecto viable para la importación de pintura en polvo desde Brasil. *Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas*. Obtenido de [https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3759/1/UDLA-EC-TTEI-2014-07\(S\).pdf](https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3759/1/UDLA-EC-TTEI-2014-07(S).pdf)
- Izquierdo, F. A., Gavilanes, J. E., & Mena, G. I. (2021). Estudio de mercado del sector automotriz como herramienta para toma de decisiones empresariales. *CIENCIAMATRIA*, 7(12), 643-670. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7915375.pdf>
- Jorque, A., Arias, X., & Carrera, R. (2023). Protección anticorrosiva de materiales en aplicaciones automotrices e industriales: Revisión. *Investigación Tecnológica IST Central Técnico*, 5(1). Obtenido de [http://investigacionistct.ec/ojs/index.php/investigacion\\_tecnologica/article/download/156/75](http://investigacionistct.ec/ojs/index.php/investigacion_tecnologica/article/download/156/75)
- Keller, K. L. (2013). *Gestión estratégica de marca*. Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing (17th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Dirección de marketing (16.ª ed.)*. Pearson Educación.
- Lemoine-Quintero, F., Montesdeoca-Calderón, M., & Hernández-Rodríguez, N. (2023). Plan de negocio y emprendimientos: contribución al fortalecimiento comercial en el destino Sucre-San Vicente. *Gestionar: revista de empresa y gobierno*, 3(3), 56-67. Obtenido de <https://revistagestionar.com/index.php/rg/article/download/103/231>
- Levitt, T. (1965). *Exploit the product life cycle*. Harvard Business Review.
- Mejía-Brito, M., García-Caraballo, F., Nieto-Peralta, D., Vesga-Ortiz, J., & Palacio, A. T. (2024). Análisis de la Adherencia de Siliconas en Aluminios Utilizando Diseño de Experimentos de Taguchi. *Boletín de Innovación, Logística y Operaciones*, 6(2), 24-35. Obtenido de <https://revistascientificas.cuc.edu.co/bilo/article/download/5901/5377>
- Mejía-Brito, M., García-Caraballo, F., Nieto-Peralta, D., Vesga-Ortiz, J., & Palacio, A. T. (2024). Análisis de la Adherencia de Siliconas en Aluminios Utilizando Diseño de Experimentos de Taguchi. *Boletín de Innovación, Logística y Operaciones*, 6(2), 24-35. Obtenido de <https://revistascientificas.cuc.edu.co/bilo/article/download/5901/5377>

- Mishan, E. J., & Quah, E. (2020). *Cost-benefit analysis*. Routledge.
- ORIHUELA, R. J. (2024). Horno Batch a GLP con control PID para la automatización del proceso de curado de pintura electrostática. *Perfiles de Ingeniería*, 20(21).  
Obtenido de [http://revistas.urp.edu.pe/index.php/Perfiles\\_Ingenieria/article/download/6640/10832](http://revistas.urp.edu.pe/index.php/Perfiles_Ingenieria/article/download/6640/10832)
- Osterwalder, & Pigneur,. (2014). *Generación de modelos de negocio*. Deusto.
- Paredes, N. E., & Guerrero, F. T. (2020). Estrategias para el incremento de ventas: caso de estudio microempresa Mundo de Ensueños. *Revista Enfoques*, 4(16), 248-260.  
Obtenido de <https://www.revistaenfoques.org/index.php/revistaenfoques/article/download/97/785>
- Pélissier, K., & Thierry, D. (2020). Powder and high-solid coatings as anticorrosive solutions for marine and offshore applications? A review. *Coatings*, 10(10), 916.  
Obtenido de <https://www.mdpi.com/2079-6412/10/10/916/pdf>
- Pellicer, D. (2021). Adapta HCR, la protección invisible: el mejor recubrimiento en polvo antigraffiti del mercado. *Informativo AIAS*, (128), 4-8. Obtenido de <https://www.amazon.com.mx/Gesti%C3%B3n-estrat%C3%A9gica-y-ventaja-competitiva/dp/8120346076>
- Perdana, A. (2019). Analysis of market potential using PESTEL framework in XYZ industry. *Journal of Strategic Management*, 10(2), 45-56.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). *Microeconomics (9th ed.)*. Pearson.
- Pojnar, K., Pilch-Pitera, B., & Patil, R. (2024). Progress in the development of acrylic resin-based powder coatings—an overview. *Polimery*, 69(3), 141-158. Obtenido de <http://ichp.vot.pl/index.php/p/article/download/2371/2303>
- Ponce, M. R., Andreina, C. V., & Endara, D. M. (2022). Estrategias de marketing y su incidencia en las ventas de la Asociación de Agricultores 11 de octubre, Parroquia El Anegado. *Dominio de las Ciencias*, 8(2), 562-587. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8638027.pdf>
- Porter, M. E. (2008). Las cinco fuerzas que dan forma a la estrategia competitiva. *Harvard Business Review*, 86(1), 25-40.
- Porter, M. E. (2009). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Editorial Pirámide.
- Quijia-Gualoto, E. L. (2017). ANALISIS DEL PROCESO DE PINTURA ELECTROSTATICA Y SU INCIDENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA REYPEL. *Bachelor's thesis, Universidad Tecnológica Indoamérica*.  
Obtenido de <https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/485/1/TESIS%20QUIJIA%20EDMUNDO.pdf>
- Ries, A., & Trout, J. (1986). *Posicionamiento: La batalla por su mente*. McGraw-Hill.

- Ries, A., & Trout, J. (2019). *Posicionamiento: Cómo lograr que tu marca ocupe un lugar en la mente del consumidor*. McGraw-Hill Interamericana.
- Romero, D., Sánchez, S., Quintero, R., & Silva, M. R. (2020). Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(4), 465-475. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7687051.pdf>
- Romero-Suárez, D., Pertuz, V., & Orozco-Acosta, E. (2020). Factores determinantes de competitividad e integración organizacional: revisión sistemática exploratoria. *Información tecnológica*, 31(5), 21-32. Obtenido de <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v31n5/0718-0764-infotec-31-05-21.pdf>
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. (2020). *Finanzas corporativas (11.ª ed.)*. McGraw-Hill.
- Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag Puelma, J. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. 6ta ed. McGraw Hill.
- Schmidt, J., & Peukert, W. (2022). Dry powder coating in additive manufacturing. *Frontiers in Chemical Engineering*, 4, 995221. Obtenido de <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fceng.2022.995221/pdf>
- Solorzano, J., & Parrales, M. (2021). Branding: posicionamiento de marca en el mercado ecuatoriano. *Espacios*, 42(12), 27-39. Obtenido de <http://www.readbag.revistaespacios.com/a21v42n12/a21v42n12p03.pdf>
- Soto Velasco, S. (2020). El informe financiero y sus efectos en la tramitación de los proyectos de ley. *Ius et Praxis*, 26(3), 211-233. Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-00122020000300211&script=sci\\_arttext&tlng=en](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-00122020000300211&script=sci_arttext&tlng=en)
- Vanamu, J., & Sahoo, A. (2022). An overview on dry powder coating in advancement to electrostatic dry powder coating used in pharmaceutical industry. *Powder Technology*, 399, 117214. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0032591022001085>
- Velez Gomez, E. (2023). Fortalezas y debilidades del Régimen Cambiario Colombiano Vs. El Argentino en operaciones de importación y exportación de bienes. *Uexternado*. Obtenido de <https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstreams/6096cf3c-04a5-4fab-a472-2c7b88aabb42/download>
- Zambrano, A. D., Romero-Perdomo, F., Medina, J. S., Másmela, J. O., & Galvis, C. U. (2023). Análisis competitivo del cultivo de Cannabis spp. y Erythroxylum coca en Colombia. *Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (AGROSAVIA)*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Felipe-Romero-Perdomo/publication/374943526\\_Analisis\\_competitivo\\_del\\_cultivo\\_de\\_Cannabis\\_spp\\_y\\_Erythroxylum\\_coca\\_en\\_Colombia/links/65538a1e3fa26f66f4005979/Analisis-competitivo-del-cultivo-de-Cannabis-spp-y-Erythroxylum](https://www.researchgate.net/profile/Felipe-Romero-Perdomo/publication/374943526_Analisis_competitivo_del_cultivo_de_Cannabis_spp_y_Erythroxylum_coca_en_Colombia/links/65538a1e3fa26f66f4005979/Analisis-competitivo-del-cultivo-de-Cannabis-spp-y-Erythroxylum)



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Álvarez Rodríguez Diana Angélica con C.C: 0923384119, autora del trabajo de titulación: **Análisis de factibilidad del fortalecimiento comercial de la pintura en polvo poliéster de aplicación electroestática de la empresa Pinturas S.A.** previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER 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 graduación 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 graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 13 de octubre de 2025.

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

Álvarez Rodríguez Diana Angélica  
C.C: 0923384119



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

| <b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                  |                               |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-----|
| <b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                  |                               |     |
| <b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Análisis de factibilidad del fortalecimiento comercial de la pintura en polvo poliéster de aplicación electrostática de la empresa Pinturas S.A.                                 |                               |     |
| <b>AUTORA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Diana Angélica Álvarez Rodríguez                                                                                                                                                 |                               |     |
| <b>REVISORA/TUTOR</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | CPA. Cecilia Vélez, PhD. / Econ. Castillo Nazareno Uriel Hitamar, PhD.                                                                                                           |                               |     |
| <b>INSTITUCIÓN:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil                                                                                                                                    |                               |     |
| <b>UNIDAD/FACULTAD:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Sistema de Posgrado                                                                                                                                                              |                               |     |
| <b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Maestría en Negocios Internacionales                                                                                                                                             |                               |     |
| <b>GRADO OBTENIDO:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Magíster en Negocios Internacionales                                                                                                                                             |                               |     |
| <b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 31-10-2025                                                                                                                                                                       | <b>No. DE PÁGINAS:</b>        | 113 |
| <b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Logística – Negocios Internacionales                                                                                                                                             |                               |     |
| <b>PALABRAS CLAVES/<br/>KEYWORDS:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Pintura en Polvo Poliéster, Empresa de Pinturas, Ventajas logísticas, Tecnologías Avanzadas/ Polyester Powder Paint, Paint Company, Logistics Advantages, Advanced Technologies. |                               |     |
| <b>RESUMEN</b><br><p>La pintura en polvo poliéster aplicada con técnica electrostática se muestra como una alternativa que gana espacio porque combina eficiencia con sostenibilidad y además resalta por la resistencia y la durabilidad que ofrece. En Ecuador la empresa Pinturas S.A. viene teniendo un desarrollo importante y actualmente se posiciona como líder en el mercado nacional con una participación que alcanza el 75%. Parte del mercado dominado por Pinturas S.A. está ocupado por empresas locales ecuatorianas colombianas que compiten activamente las empresas aprovechan ventajas logísticas que se traducen en menores costos plazos de entrega más rápidos. La implementación de tecnologías avanzadas de gestión prácticas logísticas eficientes busca reducir costos mejorar la capacidad de respuesta al mercado. El objetivo de este trabajo fue analizar la factibilidad del fortalecimiento comercial de la pintura en polvo poliéster de aplicación electrostática de la empresa Pinturas S.A. para mejorar su participación de mercado el periodo 2024 – 2025, para lo cual se empleó una investigación inductiva basada en la metodología de estudio de caso que combina herramientas cualitativas y cuantitativas. Se obtuvo que Pinturas S.A. tiene la capacidad de mantener e incluso aumentar su liderazgo en el mercado ecuatoriano de pinturas en polvo poliéster de aplicación electrostática si adopta estrategias que respondan a las tendencias actuales y futuras del sector.</p> <p>Electrostatically applied polyester powder paint is emerging as a gaining alternative because it combines efficiency with sustainability and stands out for its strength and durability. In Ecuador, Pinturas S.A. has been experiencing significant growth and is currently positioned as the national market leader with a market share of 75%. Part of the market dominated by Pinturas S.A. is occupied by local Ecuadorian and Colombian companies that actively compete. These companies take advantage of logistical advantages that translate into lower costs and faster delivery times. The implementation of advanced management technologies and efficient logistics practices seeks to reduce costs and improve market responsiveness. The objective of this study was to analyze the feasibility of strengthening the commercialization of Pinturas S.A.'s electrostatically applied polyester powder paint to improve its market share in the 2024-2025 period. For this purpose, inductive research based on a case study methodology that combines qualitative and quantitative tools was used. It was found that Pinturas S.A. It has the capacity to maintain and even increase its leadership in the Ecuadorian market for electrostatically applied polyester powder paints if it adopts strategies that respond to current and future trends in the sector.</p> |                                                                                                                                                                                  |                               |     |
| <b>ADJUNTO PDF:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <input checked="" type="checkbox"/> SI                                                                                                                                           | <input type="checkbox"/> NO   |     |
| <b>CONTACTO CON<br/>AUTOR/ES:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Teléfono:</b> +593-997463549                                                                                                                                                  | E-mail: dialvarez84@gmail.com |     |
| <b>CONTACTO CON LA<br/>INSTITUCIÓN:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>Nombre:</b> María Teresa Alcívar Avilés<br><b>Teléfono:</b> +593-4-3804600<br><b>E-mail:</b> <a href="mailto:teresa.alcivar@cu.ucsg.edu.ec">teresa.alcivar@cu.ucsg.edu.ec</a> |                               |     |