

ACCESIBILIDAD DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAMISAS DE MOTORES
DIÉSEL DE LA EMPRESA INDUSTRIAS LAVCO S.A.S FLORIDABLANCA SANTANDER HACIA
HONDURAS, EL SALVADOR, PUERTO RICO Y NICARAGUA 1

**ACCESIBILIDAD DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAMISAS DE
MOTORES DIÉSEL DE LA EMPRESA INDUSTRIAS LAVCO S.A.S
FLORIDABLANCA SANTANDER HACIA HONDURAS, EL SALVADOR, PUERTO
RICO Y NICARAGUA**

Andrés David Celis Martínez

Universidad Autónoma de Bucaramanga

Facultad de Ciencias económicas y contables

Programa Negocios internacionales

Bucaramanga

2021

ACCESIBILIDAD DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAMISAS DE MOTORES
DIÉSEL DE LA EMPRESA INDUSTRIAS LAVCO S.A.S FLORIDABLANCA SANTANDER HACIA
HONDURAS, EL SALVADOR, PUERTO RICO Y NICARAGUA 2

**ACCESIBILIDAD DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAMISAS DE
MOTORES DIÉSEL DE LA EMPRESA INDUSTRIAS LAVCO S.A.S
FLORIDABLANCA SANTANDER HACIA HONDURAS, EL SALVADOR, PUERTO
RICO Y NICARAGUA**

Andrés David Celis Martínez

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de profesional en
Negocios Internacionales.

Director (a):

Guerdis Paola David López

(Profesional en Negocios Internacionales)

Universidad Autónoma de Bucaramanga

Facultad de Ciencias Económicas y Contables

Programa Negocios Internacionales

Bucaramanga

2021

Dedicatoria

Mi trabajo de grado lo dedico con todo mi amor y cariño a mis amados padres que se encargaron a lo largo de los años de forjar un camino por el cual yo pudiera transitar, gracias a ellos soy la persona que hoy en día presenta este trabajo de grado, sin ellos no hubiera sido esto posible.

Tabla de contenido

Introducción	11
Presentación del trabajo de grado	¡Error! Marcador no definido.
 Planteamiento del problema.....	13
 Justificación	15
Objetivos	16
 Objetivo General	16
 Objetivos Específicos	16
Marco Referencial.....	17
 Marco Teorico	17
 Marco legal	23
 Marco conceptual.....	25
Diseño metodológico	26
 Tipo de investigación	27
 Método de investigación	27
 Fuentes de información	27
 Instrumento de recolección de información	28

Capítulo I 31

Capítulo II..... 35

Capítulo III 65

Conclusiones 77

Recomendaciones 78

Referencias..... 80

Lista de Tablas

Tabla 1 Descripción de fuentes primarias y secundarias.31

Tabla 2 Fase de investigación.....31

Tabla 3 Tabulación clientes LAVCO.39

Tabla 4 Importaciones 2017 - 2020.....42

Tabla 5 Clientes LAVCO Nicaragua.....47

Tabla 6 Importaciones Nicaragua49

Tabla 7 Clientes LAVCO Nicaragua.....54

Tabla 8 Importaciones Honduras.....57

Tabla 9 Demografía Puerto Rico.60

Tabla 10 Clientes LAVCO Puerto Rico.63

Lista de Figuras

Figura 1. País y FOB exportados..... 35

Figura 2. Tabulación de USD FOB exportados..... 36

Figura 3. Total parque vehicular 2016 / 2019 El Salvador 37

Figura 4. Marcas Líderes en El Salvador 38

Figura 5. Importaciones del país 41

Figura 6. Participación de LAVCO 2017 - 2019 43

Figura 7. Total parque vehicular 2017 / 2016 Nicaragua..... 44

Figura 8. Edad parque vehicular..... 45

Figura 9. Distribución de vehiculos..... 46

Figura 10. Marcas líderes..... 47

Figura 11. Participación mercado por línea 48

Figura 12. Importaciones Nicaragua..... 49

Figura 13. Participación LAVCO en el mercado Nicaragüense..... 50

Figura 14. Total parque vehicular Honduras..... 52

Figura 15. Tipos de vehiculos Honduras..... 53

Figura 16. Marcas líderes Honduras..... 54

Figura 17. Clientes por líneas Honduras 56

Figura 18. Importaciones Honduras 57

Figura 19. Participación LAVCO en Puerto Rico 58

Figura 20. Cantidad de personas 61

Figura 21. Cantidad de personas 2..... 62

Figura 22. Clientes por línea Puerto Rico..... 64

Figura 23. Cotización..... 69

Figura 24. Cotización 2..... 72

Figura 25. Cotización 3..... 74

Resumen

El presente trabajo de grado tiene como fin analizar los países centro americanos de Honduras ,El salvador ,Puerto Rico y Nicaragua tomando en cuenta variables como el parque automotor , el contexto del país y la cantidad de mercancía que adquieren de industrias lavco para poder buscar la posibilidad de acceder al mercado con las camisas para motores diesel que industrias LAVCO tiene para ofrecer, en el presente trabajo primero se hará una descripción de la compañía , posterior a ellos un análisis de los países en cuestión y por último se describirán los seguimientos realizados a los clientes que se consideraron con mayor por su perfil como cliente ,haciendo recomendaciones y mencionando las conclusiones pertinentes para el presente trabajo.

Abstract

This degree project aims to analyze the Central American countries of Honduras, El Salvador, Puerto rico and Nicaragua taking into account variables such as the vehicle fleet, the context of the country and the amount of merchandise purchased from Lavco Industries in order to seek the possibility of accessing the market with the liners for diesel engines that LAVCO Industries has to offer, in the present work first a description of the company will be made, after them an analysis of the countries in question and finally will be described the follow-ups made to the clients that were considered with greater by their profile like client, making recommendations and mentioning the pertinent conclusions for the present work.

Introducción

El presente trabajo de grado tiene como objetivo principal realizar un estudio sobre la accesibilidad de mercado para la exportación de camisas de motores diésel de la empresa industrias LAVCO en Floridablanca Santander hacia honduras, el salvador, puerto rico y Nicaragua.

Según la documentación que reposa en los archivos digitales de industrias LAVCO Honduras, Salvador Puerto Rico y Nicaragua son países potenciales para la compra de las camisas para motores diésel que industrias LAVCO tiene en su amplio catálogo de productos, sin embargo, las exportaciones para esos países y gran parte de centro américa se ha dirigido solamente hacia las otras líneas de producto de industrias LAVCO como lo son las camisas para motor seca y los bujes.

En respuesta a ese escenario se va a realizar el presente trabajo con el fin de tocar el mercado de camisas Diesel en honduras, salvador, puerto rico y Nicaragua para así ampliar el número de clientes que adquieren camisas para motores diésel de industrias LAVCO.

En primer lugar, este trabajo incluirá información de la empresa en donde se describirá su actividad comercial, las líneas en las cuales se desempeña y las estadísticas de exportaciones por países, por otro lado, se procederá a realizar una investigación de mercado de los 4 países en cuestión para determinar analizando múltiples factores y describiendo a las compañías prospecto que allí se encuentran.

Por último, se perfilarán los clientes con mayor potencial para Industrias LAVCO en la línea de camisas para motores diésel en cada uno de los países y se hablara del seguimiento de contacto que se llevó acabo con cada uno de ellos en cada uno de los países.

Finalmente se mostrarán los resultados de la investigación concluyendo sobre la situación de cada país y hablando puntualmente de lo sucedido con cada una de las compañías que se consideraron como clientes de alto potencial para los países en cuestión.

Planteamiento del problema

En el año 2019 Industrias LAVCO realizó un estudio mercado donde se obtuvo como resultado la matriz de priorización de mercados para analizar la potencialidad de los países de centro américa (República Dominicana, Honduras, El Salvador, Puerto Rico Guatemala, Nicaragua y costa rica) la matriz se evaluó variables cuantitativamente de 1 a 5 puntos.

Se tomó en cuenta variables económicas como el PIB (Millones USD), el crecimiento del PIB, el PIB per cápita y la tasa de desempleo, por otro lado se analizó otras variables de comercio exterior como las importaciones totales por países, el crecimiento de las importaciones para el periodo 2016-2017, principales productos importados , proveedores ,las importaciones para la partida arancelaria 840991, proveedores para la partida, la cantidad de vehículos importados, la tasa de crecimiento de los vehículos importados, los proveedores de vehículos y las exportaciones , por último se analizó las variables de consumo en donde se estudió el crecimiento del parque automotor ,las marcas líderes ,clientes LAVCO en país destino y la participación porcentual de las exportaciones totales del 2019 para los países centro americanos.

Como resultado del estudio se logró determinar que los países más potenciales de centro América son Costa Rica con una calificación de 2,7 puntos, Guatemala con un puntaje de 3.0, Panamá con 2.8 puntos y República Dominicana con 2.6 puntos, a pesar de que Honduras solo obtuvo 2.35 puntos, El Salvador solo obtuvo 2.5 puntos, Puerto Rico logro 1.2 puntos y Nicaragua 1.6 puntos, en estos países existe una oportunidad que industrias LAVCO quiere aprovechar.

Con el pasar del tiempo se ha podido observar que la cantidad de automotores pesados (camiones, volquetas, tracto camiones, NPR, etc.) en estos países, ha tenido un aumento. Según

el instituto de propiedad de Honduras el parque automotor creció un 10% ,según portal de transparencia del viceministerio de transporte (VMT) de El Salvador el parque vehicular del 2018-2019 aumento un 14 %,,en Nicaragua se estima que el crecimiento para el periodo 2015-2016 fue de un 21% según portal de dirección de seguridad de transito nacional y ministerio de transporte e infraestructura (MIT) y en puerto rico se dio un aumento del 7.6% del 2005-2006(dato más reciente según las estadísticas de puerto rico en la página del consejo de directores de carreteras de iberia e Iberoamérica) .

Las exportaciones de las camisas de motores diésel (que son las que utilizan este tipo de vehículos) no presentan variación, por ejemplo para Honduras, Nicaragua y puerto rico se evidenció que en el año 2019 no se realizó ninguna exportación de camisas diésel para motor siendo un factor negativo para la línea, sin embargo en el salvador se evidencio que del total de exportaciones de industrias LAVCO en el 2019, el 3% fueron camisas diésel para motor, aunque este es un valor positivo para la línea , se espera que se pueda aumentar la participación de las exportaciones para de este modo poder tener un mayor posicionamiento en el mercado latino americano.

Consecuente con los resultados y la información que se tiene respecto a los países que van a ser objeto de estudio, se espera que se puede llegar a conseguir nuevas oportunidades para la línea de camisas para motor diésel que Industrias LAVCO tiene para ofrecer en el mercado internacional, más puntualmente en Honduras El Salvador, Puerto Rico Y Nicaragua, investigando cada uno de los prospectos de clientes que se puedan llegar a tener dentro del país.

Se propone en el presente trabajo describir la empresa Industrias LAVCO S.A.S Floridablanca Santander con el fin de conocer y contextualizar de manera general los productos

que en industrias LAVCO se fabrican, realizar Investigación de mercado para la exportación de camisas de motores diésel de la empresa Industrias LAVCO S.A.S Floridablanca Santander hacia los países de Honduras, El Salvador, Puerto Rico y Nicaragua.

También se propone describir el perfil de clientes prospecto para la exportación de camisas de motores diésel a Honduras, El Salvador, Puerto Rico y Nicaragua de la empresa LAVCO S.A.S Floridablanca Santander, y hacer contacto con ellos para determinar la viabilidad de una exportación de camisas para motor diésel que se fabrican en industrias LAVCO S.A.S Floridablanca Santander.

Como beneficio para Industrias LAVCO S.A.S se espera que aumente la presencia de industrias LAVCO en el mercado de camisas para motores diesel en centro américa aumentando recíproca y simultáneamente la utilidad de la organización,

Justificación

En consecuencia con el crecimiento constante del mercado automotriz a nivel del mundo, el presente trabajo se ejecuta con el fin de penetrar el mercado de Honduras, Salvador, Puerto Rico y Nicaragua de tal manera que se dé un aumento de las exportaciones para las camisas de motores diésel de la empresa Industrias LAVCO S.A.S hacia dichos países, teniendo en cuenta las investigaciones de mercados hechas previamente por la compañía ,de esta forma la ejecución de este permitirá que Industrias LAVCO tenga más posibilidades de abarcar mayor mercado en centro américa aprovechando los beneficios que tienen para brindar con sus productos y como institución al comercio internacional.

Así mismo se buscan afianzar y aplicar los conocimientos adquiridos durante los 7 semestres cursados y aprobados del pregrado de negocios internacionales de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB), cumpliendo con cada una de las tareas correspondientes al cargo de asistente de logística nacional en industrias LAVCO S.A.S (facturación, cotizaciones, llamadas de contacto con el cliente y manejo de documentación).

Como estudiante del programa de negocios internacionales se pretende además de aplicación de conocimientos, adquiridos durante el pregrado, en la práctica empresarial en Industrias LAVCO S.A.S se logre cumplir a cabalidad la entrega del trabajo de grado para de esta forma lograr culminar satisfactoriamente con el pregrado universitario y poder obtener el título de negociador internacional.

Objetivos

Objetivo General

Accesibilidad de mercado para la exportación de camisas de motores diésel de la empresa Industrias LAVCO S.A.S Floridablanca Santander hacia honduras, el salvador, puerto rico y Nicaragua

Objetivos Específicos

- Describir la empresa Industrias LAVCO S.A.S Floridablanca Santander.
- Realizar Investigación de mercado para la exportación de camisas de motores Diésel de la empresa Industrias LAVCO S.A.S Floridablanca Santander hacia los países de Honduras, El Salvador, Puerto Rico y Nicaragua.

- Describir perfil de clientes para la exportación de camisas de motores diésel a Honduras, El Salvador, Puerto Rico y Nicaragua de la empresa LAVCO S.A.S Floridablanca Santander.

Marco Referencial

A continuación, se desarrolla el marco teórico, el marco legal y el marco conceptual de la accesibilidad de mercado para la exportación de camisas de motores diésel de la empresa Industrias LAVCO S.A.S Floridablanca Santander hacia honduras, el salvador, puerto rico y Nicaragua, en donde se logró determinar lo siguiente.

Marco Teórico

La presente investigación se va a realizar basada en las distintas teorías, modelos, documentos y estudios que se han presentado a lo largo de los años para la accesibilidad de mercado, las exportaciones y los estudios de mercados, soportándose también en los documentos que reposan en los archivos de Industrias LAVCO S.A.S

Accesibilidad de mercados:

1. mercado según Kotler Phillip

“Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo.” El mercado se podría definir como el grupo de personas con cualidades similares buscan satisfacer deseos o necesidades con la adquisición de bienes o servicios, sin embargo el producto o servicio representa a su vez la demanda del mercado e igualmente es el medio que se tiene para satisfacer la demanda del mercado, de tal manera que

así la combinación de producto y mercado es un grupo de individuos dispuestos a hacer un intercambio que les permita calmar los deseos. (Phillip, 2001)

2. segmentación de mercados según Wendell Smith

Wendell Smith (1956) afirma que la segmentación de mercado “consiste en ver mercados heterogéneos como pequeños mercados homogéneos, en respuesta a preferencias que difieren unas de otras, atribuibles a los deseos de los consumidores de una satisfacción más precisa de sus variantes necesidades.” (Journal of Marketing, 1956)

De igual manera sostenía que la segmentación de mercados es el mecanismo que las compañías tienen para filtrar la información que le permite determinar tendencias e inclusive hasta precios para de tal forma poder llegar a tener más asertividad en un mercado a pasar de un todo a un mercado pequeño pero con las mismas necesidades.

Wendell afirmaba que la segmentación de mercados el medio que facilita a su vez el análisis de la competencia dado que al establecerse segmentos diferenciados por características específicas se puede definir de manera más fácil y rápida quienes son los competidores directos que son quienes están atacando el mismo mercado al que se espera llegar. (Journal of Marketing, 1956)

Teorías clásicas del comercio internacional:

1. Ventaja absoluta

Teoría postulada por el teórico Adam Smith en el año de 1776, siendo el primero en tocar el tema relacionado al comercio internacional estableció como fundamento principal que cada país contaba con ventajas sobre un bien y que como consecuencia de ellos cada país debería

dedicarse a la producción exclusiva del bien que posee la ventaja absoluta. (Economía y finanzas Internacionales, s.f.)

De igual manera la teoría hace referencia a que a menor cantidad de trabajo sea empleada para la ejecución y elaboración de un producto ya sea la facilidad de adquisición de producto o la posición geográfica de la industria, se tiene más ventaja. Por otro lado a Smith también establece que la riqueza de un país es derivada del trabajo, comenta que el trabajo es una fuerza con la que todos los países cuentan y que los costos de operación de determinada producción se ven determinados por la capacidad tecnológica del país.

Por último, sostiene que el libre comercio es beneficioso para las economías de los países dado que al hacer intercambio de productos dependiendo de las ventajas y desventajas que cada nación tenga se genera un aumento en la productividad de los países involucrados en el intercambio. (Economía y finanzas Internacionales, s.f.)

2. Ventaja comparativa

Fue formulada por el economista clásico David Ricardo en el año de 1817, pensamiento económico donde se rechazó la intervención del Estado y se estudió la relación entre capital y trabajo en los procesos de producción, pues para los pensadores de la época la importancia no estaba solamente en estudiar cómo se creaba la riqueza, sino en identificar cómo esta se distribuye entre los factores de producción e identificar dónde se creaba más valor. (Legis Comex, 2017)

De ahí surge el término de “venta comparativa “el cual establece que el país que tenga el menor costos en comparación con los demás puede llevar al mercado el resultado de su

producción para de tal manera así poder beneficiar a los demás países obteniendo un usufructo del ejercicio comercial.

Esta teoría introduce por primera vez los términos de intercambio y explica que los países deben conocer qué producen más barato pero igual de importante es conocer qué bienes están recibiendo a cambio y las capacidades que tienen para producir estos. Es decir, para Ricardo el valor de los bienes que se entregan es el valor de los productos que se reciben. Es importante resaltar que en esta teoría el valor del trabajo es el principal elemento en el valor del bien que se produce. (Legis Comex, 2017)

Matriz de selección / priorización de mercados:

La matriz de selección de mercados es una matriz que analiza el comportamiento de los mercados teniendo en cuenta variables como lo son los criterios económicos, la demografía y la estabilidad política, factores de comercio exterior que incluyen los ratios de oferta y demanda de la partida arancelaria o producto que se está analizando, la logística, la política comercial, el mercadeo y la experiencia de la empresa que se está evaluando. Esta matriz tiene como fin dar un valor cuantitativo a cada una de las variables analizadas con el fin de saber qué mercado es óptimo para una empresa a la hora de acceder a un mercado expandiendo su presencia o incursionando por primera vez. (Siicex.gob.pe, s.f.)

Investigación de mercados:

1. Investigación de mercados según Alain datos, Raúl Sanabria y Simón Pierre

Según los autores Alain datos, Raúl Sanabria y simón Pierre (2000) en su libro “investigación de mercado, unas manera de conocer preferencias, comportamientos y tendencias

“la investigación de mercado se define como las “actividades ligadas a la obtención de informaciones que permitan mejorar la toma de decisiones en marketing”, lo cual es un facilitador a la hora de saber a dónde como y cuando llegar a un mercado. (Santos, 2021)

2. Investigación de mercado según parte de americana Marketing associations

Por otra parte the american marketing associations (2004) define la investigación de mercado como “la función de la empresa que vincula al consumidor, cliente y stakeholder en general, con el vendedor a través de la información, utilizada para identificar y definir las oportunidades y problemas de comercialización; generar, refinar y mejorar la comprensión del marketing como proceso” haciendo más sencillo la delimitación de mercado al que se espera llegar. (Gundlach, 2004)

Perfil del cliente

1. Perfil de cliente según libro + ventas para una compañía

Según Luis María García en su libro + ventas, para una compañía (2007) “es imprescindible que defina cuál es el perfil de su cliente ideal para que cualquier cliente que se aproxime a este perfil sea introducido en la parte superior del embudo de ventas “, de esta manera se tiene una mayor asertividad al tratar de introducir/ofrecer un producto. (Bobadilla, 2007)

2. Análisis de variables del perfil de cliente según el libro del consumidor: estrategias y tácticas aplicadas al marketing

Por otra parte el escritor Jaime Rivera Camino establece en su libro “Conducta del consumidor: estrategias y tácticas aplicadas al marketing” que es necesario realizar un análisis de

variables como los estilos de vida de la población, modernización y evolución del sistema económico y social e ideales que puedan llegar a existir en la muestra , dado que estas variables son las que se encargan en modificar la tendencia de compra de un cliente lo que permite la identificación del mismo y cual es acorde a mi sector . (Rivera, 2009)

Internacionalización de las compañías:

1. Alternativa estratégica para el desarrollo de su empresa

Según Miguel Ángel Otero Simón (2008) la internacionalización de las compañías es una “alternativa estratégica para el desarrollo de su empresa “puesto que al internacionalizarse se espera que se llegue a más mercado generando ganancias positivas y una mayor presencia en el comercio internacional. (Simón, 2008)

2. Internacionalización de empresa según Johansson y Vahlne

Por otra parte según Johanson y Vahlne (1977) “consideran la internacionalización empresarial como un proceso gradual y secuencial a través de diferentes etapas durante las cuales la empresa incrementa su compromiso con las operaciones internacionales,” con el fin de poder obtener un mayor alcance comercial. (Cardozo, Chavarro, & Ramirez, s.f.)

Camisas para motor:

1. cilindro según el manual CEAC del automóvil

Según lo establecido en el libro “Manual CEAC del automóvil” (2004) “normalmente (...) los cilindros forman parte del mismo bloque, se mecanizan sobre el propio material del bloque. Pero en algunos casos los cilindros se fabrican independientemente y se introducen después en los orificios del bloque. Esto permite que se pueda emplear un material distinto para

mejorar la calidad del cilindro. A estos cilindros postizos se les conoce como el nombre de camisas. “dando a entender de esta manera el funcionamiento de la camisa y el concepto de encamisado. (Hermógenes Gil, 2004)

2. Material utilizado según el libro motor de combustión

Según Jesús Andres Álvarez Flórez en su libro “motores alternativos de combustión “, “el material utilizado principalmente en la fabricación de camisas para cilindros es fundición de hierro gris centrifugado (...), posee grandes cualidades de dureza, resistente al desgaste y la porosidad” esto permite que los cilindros sean un elemento vital para los motores que han presentado desgaste en las paredes del bloque del motor a causa del desgaste por uso o mal funcionamiento. (Alvarez, 2010)

Marco legal

Decreto 2505 de 1991

Decreto por el que se incentivan las exportaciones y el fondo de promoción BANCOLDEX, como ente potencializador del comercio exterior colombiano estableciendo las funciones, operaciones y obligaciones del mismo. (Decreto 2505, 1991)

Ley 7 de 1991

Ley con la cual se instaura el funcionamiento del Banco de Comercio Exterior y se incentiva a la economía colombiana a un enfoque internacional con la aparición de acuerdos multilaterales y bilaterales que permitan la ampliación de las barreras comerciales en vista de mejorar la competitividad de Colombia en el mercado internacional. (Ley 7, 1991)

Decreto 210 de 2003

Decreto en el cual se da la aparición formal de la organización PROCOLOMBIA y su importancia dentro del gobierno enfocada a la competitividad y fortalecimiento del comercio exterior para los distintos sectores del comercio que innoven. (Decreto 210, 2003)

Decreto 2153 de 2016

Que mediante decreto 2153 de diciembre de 2016, se implementó el arancel de adunas el cual empezó a ser vigente del primero de enero del 2017. de igual manera la comisión de la comunidad andina, mediante la decisión 812, aprobó una nomenclatura común para los países miembros del acuerdo de Cartagena (nandina). (Decreto 2153, 2016)

Decreto 390 del 2016

Decreto que aplica sobre todo el territorio aduanero y regula las relaciones jurídicas de la administración aduanera y” quienes se vean involucrados con el ingreso, permanencia, traslado y salida de las mercancías, hacia y desde el territorio aduanero nacional”. Observatorio nacional de logística (2016), de acuerdo con la constitución nacional de Colombia. (Decreto 390, 2016)

Decreto 1165 de 2019

Decreto que establece la ley marco de las aduanas y de regulación aduanera con el fin de fijar el correcto cumplimiento de los compromisos adquiridos por la nación dentro de los acuerdos comerciales, de igual manera busca fortalecer los controles de gestión para así disminuir el contrabando, el lavado de activos, la violación de derechos de propiedad intelectual, los riesgos de la salud, garantizando la seguridad fronteriza de la patria. (Decreto 1165, 2019)

Marco conceptual

- Bloque de motor: (también conocido como **block** o **monoblock**) es el cuerpo de un motor de combustión interna, dentro de él encontraremos todas las partes del motor, es donde se genera la combustión propiamente, y allí se genera la potencia que moverá el auto.

(Como-funciona.co, s.f.)

- Camisas para motor: son unos cilindros desmontables que se acoplan al bloque motor. (Ingeniero Marino, 2020)

- Empresa: Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. (Real Academia Española, 2020)

- Estrategia: En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. (Real Academia Española, 2020)

- Exportar: Vender géneros a otro país. (Real Academia Española, 2020)

- Industria: Negocio o actividad económica. (Real Academia Española, 2001)

- Acceso: Acción de llegar o acercarse. (Real Academia Española, 2020)

- Tratado internacional: Acuerdo entre Estados u organizaciones internacionales, regido por el derecho internacional, con la finalidad de establecer normas de relación o de resolver problemas concretos. (Real Academia Española, 2020)

- Covid 19: Síndrome respiratorio agudo producido por un coronavirus. (Real Academia Española, 2020)

- Exportar: Vender géneros a otro país. (Real Academia Española, 2020)

- Importar: Introducir en un país géneros, artículos o costumbres extranjeros. (Real Academia Española, 2020)
- Bujes: Extremo del eje sobre el que se monta el centro de rueda, que contiene los cojinetes y la fijación de esta. (Real Academia Española, 2020)
- Tubos en bruto: materia prima que se emplea para laminar tubos sin soldadura. (Real Academia Española, 2020)
- Mecanizar: Someter a elaboración mecánica. (Real Academia Española, 2020)
- Encamisar: poner algo dentro de su funda. (Real Academia Española, 2020)
- Rectificar: Mecanizar la superficie de una pieza con el fin de que tenga la rugosidad y forma requeridas. (Real Academia Española, 2020)
- Metrología:
Ciencia que tiene por objeto el estudio de los sistemas de pesas y medidas. (Real Academia Española, 2020)

Diseño metodológico

El presente trabajo de grado tiene un enfoque cualitativo. Según los autores Blasco y Pérez (2007) la investigación cualitativa es un estudio de la realidad en su estado natural y de cómo esta sucede junto a sus múltiples variables y fenómenos de acuerdo con las personas o grupos que se encuentran inmiscuidos en el estudio. (Salgado, 2007)

De igual manera los autores Melissa portilla chaves, Andrés Felipe rojas zapata y Isabel Hernández Arteaga (2014) manifiestan en su artículo “línea de investigación; teoría y procesos

curriculares” que las investigaciones cualitativas son utilizadas para analizar fenómenos sociales haciendo una descripción luego una exploración y por último un planteamiento de teorías que permitan dar por concluida la investigación. (Hernandez, Portilla, & Rojas, 2014)

En este caso este trabajo se encuentra enfocado a la obtención de información que permita generar un acercamiento a los países de centro américa en cuestión con el fin de aumentar las ventas de industrias LAVCO en Honduras, Salvador, Puerto Rico y Nicaragua ofertando e incentivando a la adquisición de camisas para motores diésel.

Tipo de investigación

El tipo de investigación de este trabajo es descriptivo en donde se establecen las características demográficas de los sectores investigados para identificar y establecer comportamientos concretos para poder asociarlos a las distintas variables que plantea la investigación. (Significados.com, s.f.)

Método de investigación

El método de la presente investigación será descriptivo, porque se analizará, con la información obtenida, las tendencias de compra que pueden llegar a tener los posibles clientes de camisas para motores diésel en los países honduras salvador puerto rico y Nicaragua con el fin de expandir el mercado de la línea en centro américa.

Fuentes de información

Para el presente trabajo de investigación los recursos que se utilizarán para el desarrollo del tema de estudio y sus respectivas conclusiones y recomendaciones con respecto a lo observado serán de carácter objetivo es decir serán elegidas con el fin de hacer énfasis en lo que

la investigación busca, extractando dicha información de documentos, noticias, artículos, otros trabajos de investigación, entre otros. (Metodologiaeninvestigacion.blogspot.com, 2010)

Según Bounocore (1980) las fuentes primarias de información son todas aquellas que contienen la información de manera original sin ser abreviada , un ejemplo de ello son las tesis, los libros, los manuscritos o las monografías .por su parte según plantea Marisol Maranto Rivera y María Eugenia González Fernández en la publicación “Fuentes de Información” de la universidad autónoma de hidalgo (2015) las fuentes secundarias son todas aquellas fuentes primarias que fueron modificadas, interpretadas o reestructuradas. (Maranto & Gonzaléz, 2015)

Para el caso puntual de este trabajo las fuentes primarias de información son la información suministrada por parte de los colaboradores de Industrias LAVCO s.as mediante charlas y entrevista entabladas con ellos de manera presencial, documentos oficiales que reposan en la base de datos de la compañía, documentos de entidades como el Ministerio de Comercio, Industria, y Turismo, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), entre otros. Por otra parte, las fuentes secundarias de este trabajo serán revistas, informes, artículos, publicaciones y páginas web no oficiales.

Instrumento de recolección de información

La selección de recolección de datos incluye de manera directa que se determine cuáles de los medios o procedimientos el investigador obtendrá la información necesaria para llevar a cabo los objetivos de la investigación. (Espinoza, s.f.) Para la presente investigación se utilizarán las siguientes:

- Recolección de datos por observación: en este caso se tendrá en cuenta toda la información que el investigador pueda adquirir mediante la observación que se haga dentro de industrias LAVCO.
- Entrevistas: para la presente investigación se recolectará información por medio de llamadas a los posibles clientes comerciales de honduras, El Salvador, Puerto Rico y Nicaragua, con el fin de determinar posibles vías de acceso al mercado de camisas de motor diésel de cada uno de los países.
- Análisis documental: el análisis documental se hará sobre los archivos pertinentes para esta investigación, que reposan en el archivo digital, en el archivo físico y en el sistema contable SIIGO de Industrias LAVCO. (Otero, 2008)

Tabla 1
 Descripción de fuentes primarias y secundarias.

Objetivo	Fuentes primarias	Fuentes secundarias	Instrumentos de recolección de información
Accesibilidad de mercado para la exportación de camisas de motores diésel de la empresa Industrias LAVCO S.A.S Floridablanca Santander hacia honduras, el salvador, puerto rico y Nicaragua	reuniones presenciales con directivos de las áreas comerciales y directivos de la empresa, llamadas, emails y chats con los clientes de Honduras salvador Puerto Rico y Nicaragua, información extraída del sistema contable SIIGO de industrias LAVCO y documentos que reposan en los archivos de industrias LAVCO.	Artículos, revistas, archivos web, sitios web, bases de datos como Legis Comex.	Observación del investigador entrevistas Chats Emails Análisis documental

FUENTE. Autor del trabajo.

Fase de investigación:

Tabla 2
 Fase de investigación

Objetivo	Actividad	Tiempo	Responsable	Recursos disponibles
----------	-----------	--------	-------------	----------------------

Buscar contexto de				
Honduras, el Salvador,	Análisis documental			
Puerto Rico y Nicaragua				
Describir industrias LAVCO	Entrevistas con la			Bases de datos de la
de manera general para	directora de			universidad (Legis
contextualizar	marketing,			Comex), páginas web de
	observación			instituciones públicas y
impulsar la línea de camisas		Cuatro meses	Investigador	privadas, libros
para motores diésel en los	Llamadas a los		principal	electrónicos, computador y
países Honduras, el Salvador,	clientes prospecto			dispositivo celular con
Puerto Rico y Nicaragua				acceso a internet
conclusiones de llamadas				
realizadas	Análisis documental			

FUENTE. Autor del trabajo

Capítulo I: Describir la empresa Industrias LAVCO S.A.S Floridablanca Santander.

Industrias LAVCO

Industrias LAVCO es una empresa santandereana que se dedica a la fabricación y comercialización principalmente de camisas para motores diésel y gasolina, dentro de su portafolio de productos también está la fabricación de bujes o asientos de válvulas y tubos en bruto Pre mecanizados.

Dentro de industrias LAVCO también se prestan servicios industriales, en donde se realizan desarrollo de piezas, reparación de cilindros, instalación de cilindros industriales y servicios de Metrología entre otros. Industrias LAVCO actualmente exporta bajo la partida arancelaria 8409912000 a 13 países de la Comunidad Andina, Centro y Norte América y el Caribe en donde el principal destino es los estados unidos de américa. Industrias LAVCO cuenta con el certificado de calidad ISO 9001:2015 (registro 1038-1)

Productos y servicios LAVCO

Cuenta con más de 18 años de experiencia en la fabricación de piezas para el sector industrial que les permite hacer servicios operativos y de mantenimiento preventivo y correctivo, desarrollando soluciones para la mejora de funcionamiento y reparación de los equipos industriales.

- Fabricación de partes para la industria de extracción de palma
- fabricaciones y reparaciones para empresas del sector de alimentos y bebidas
- fabricación de camisas para grandes motores
- fabricación de partes para compresores
- ensamble y mecanizado de piezas industriales
- reparaciones de cilindros motrices y cilindros compresores reciprocantes
- reparaciones de piezas industriales
- desarrollo de soluciones

- operación y mantenimiento

Línea automotriz

Industrias LAVCO maneja rangos de fabricación de camisas con diámetros des de 1” hasta 30” y longitudes hasta de 45”, industrias Lavco cuenta con equipo de mecanizado convencional y equipos CNC (equipos utilizados para la terminación de las camisas, brindando una mayor precisión a la hora de hacer los cortes).

De igual manera la compañía cuenta con un laboratorio propio de Metrología el cual contiene material instrumental que permanece en constante control y calibración. Por otra parte todas las piezas son entregadas después de haber aprobado las pruebas de fundición, de igual manera en industrias LAVCO todas las piezas tienen una trazabilidad desde la recepción del pedido hasta el despacho. Por otra parte se ofrece servicio post venta, asesoría técnica y la garantía escrita para cada uno de los productos que son egresados de la compañía.

- Camisas secas para motores a gasolina.
- Camisas húmedas para motores a gasolina.
- Camisas para motores diésel.
- Bujes o barras centrifugadas para asientos de válvulas.

Fundición

Industrias LAVCO se especializa en la fundición en hierro gris centrifugado para la fabricación de partes automotrices e industriales, sin embargo también cuenta con la capacidad de fundir piezas en hierro nodular que permiten el desarrollo de piezas para los sectores

industriales como lo son el sector palmicultor, petrolero y energético. Por otro lado industrias LAVCO también maneja la fundición centrifugada en bronce y aluminio que permite la fabricación de piezas especializadas para las industrias petroleras y de extracción de gas natural.

Estadísticas de ventas por país 2019

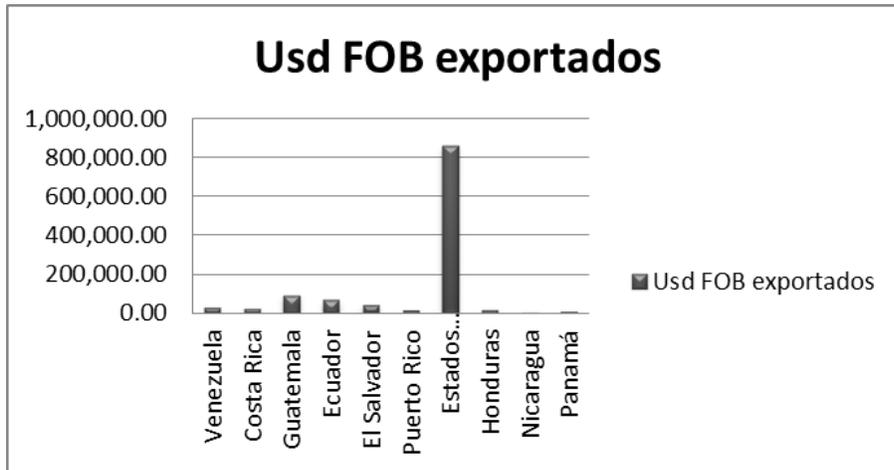
Para el 2019 industrias LAVCO realizó exportaciones de camisas para motor diésel y gasolina a 11 países de américa por un valor de 1'160,439.60 usd FOB, dentro de los países a los que se exporto mercancía de industrias LAVCO encontramos a Venezuela, Costa Rica, Guatemala, Ecuador, Salvador, Puerto Rico, Honduras y Estados Unidos siendo el principal producto exportado las camisas para motor.

Figura 1.
 País y FOB exportados

PAIS	Usd FOB exportados
Venezuela	28,388.85
Costa Rica	24,728.26
Guatemala	90,996.87
Ecuador	68,282.70
El Salvador	40,816.92
Puerto Rico	16,682.58
Estados Unidos	859,530.42
Honduras	18,735.93
Nicaragua	3,378.00
Panamá	8,899.07
Total	1,160,439.60

Fuente. Tabulación del autor con información del Software contable SIIGO de LAVCO

Figura 2.
Tabulación de Usd FOB exportados.



Fuente. Tabulación del autor con información del Software contable SIIGO de LAVCO

Conclusiones

- Industrias LAVCO S.AS es una compañía con trayectoria con reconocimientos y calidad que le permiten ser exportador de camisas para motor
- Industrias LAVCO S.AS cuenta con una gran presencia en uno de los países más relevantes del mundo, Estados Unidos
- Es una de las compañías más representativas de Santander aportando al desarrollo de la región
- Es una compañía que cuenta con fundición propia y laboratorio de Metrología lo cual hace de Industrias LAVCO S.A.S un metal mecánico con un margen de error muy pequeño en el desarrollo del producto.

Capitulo II: Realizar Investigación de mercado para la exportación de camisas de motores

Diésel de la empresa Industrias LAVCO S.A.S Floridablanca Santander hacia los países de

Honduras, El Salvador, Puerto Rico y Nicaragua.

El Salvador

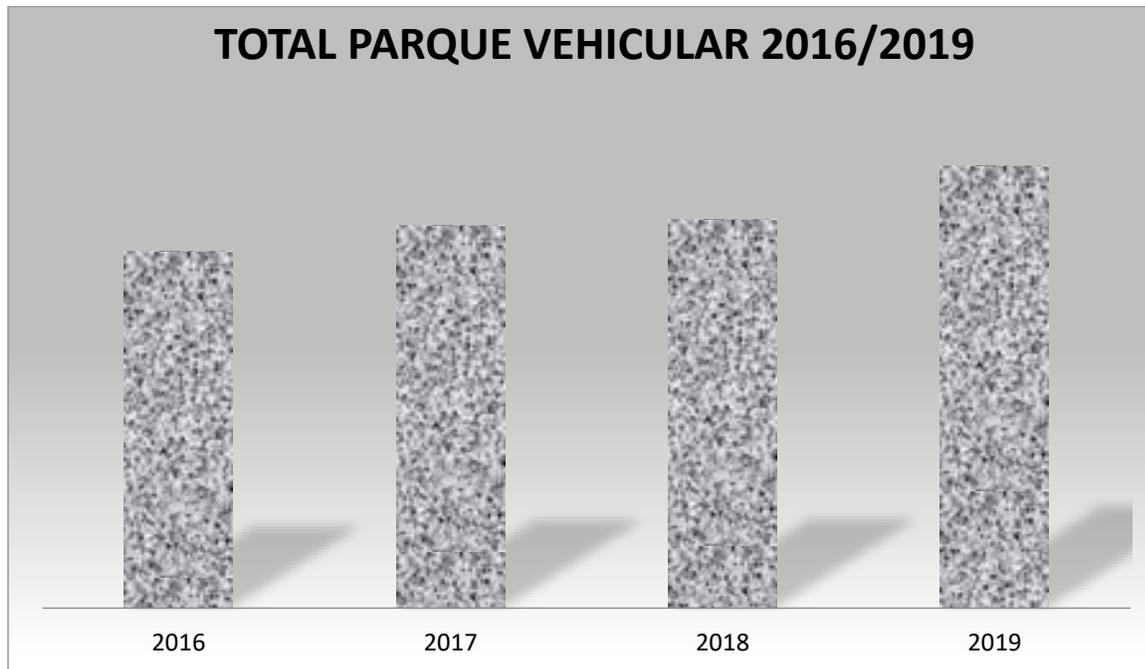
1. Contextualización país

El salvador es un país soberano que cuenta con una extensión territorial de 21.041 kilómetros cuadrados y una población aproximada de seis millones de habitantes, en donde hay 1'263.857 vehículos automotor es decir que para cada cinco personas existe un vehículo según lo que plantea el artículo “Por cada cinco personas hay un vehículo en el salvador “del total de vehículos el 26.3% son motocicletas y el otro 73.7% corresponde a otro tipo de automotores (carro, motocarro, camión, tracto camión, bus, buseta, entre otros). (Elsalvador.com, 2019)

Esto se debe a que el mercado automotriz, sobre todo en las últimas tres décadas, ha tenido un aumento notable gracias a la reducción de barreras arancelarias lo que propicio un aumento de magnitud considerable de vehículos importados usados en tránsito. Por lo cual la demanda de servicios y repuestos para el mantenimiento y refacción del mismo aumento en similar cuantía.

2. Gráfico de parque vehicular

Figura 3.
Total parque vehicular 2016 / 2019.

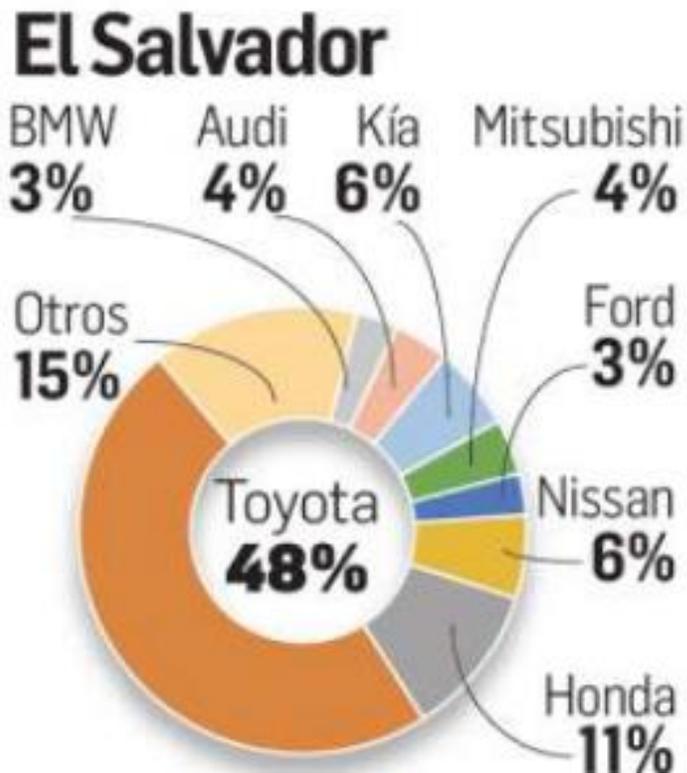


Fuente. Gráfico elaborado por el autor con información proveniente del portal de transparencia del viceministerio de transporte (VMT) de El Salvador

Se observa como a en el periodo contemplado entre el 2016 y el 2019 el parque vehicular de salvador aumento de manera gradual, esto es una cifra positiva por el hecho de que al haber más automotores en circulación habrá más demanda de servicios de reparación y refracción de los mismos lo cual se ve traducido en la adquisición de insumos para eso (repuestos) lo cual para industrias LAVCO representaría la posibilidad de abarcar más mercado.

3. Marcas líderes en el Salvador

Figura 4.
Marcas líderes en el Salvador



Fuente. Página web: www.estrategiaynegocios.net

Es curioso cómo, al igual que en Honduras, en El Salvador Toyota sea la marca líder y Audi y Bmw se encuentren en las últimas posiciones, a las industrias LAVCO saber que Toyota es la marca líder en los dos países se puede aprovechar para enfocar todos los esfuerzos del área comercial para impulsar los productos, más específicamente las camisas Diésel, con empresas que tengan algún tipo de relación comercial con la marca Toyota.

4. Clientes LAVCO

Tabla 3
 Tabulación clientes LAVCO

Empresa	Total 2019		Total 2018		Total 2017	
	Q	\$ (USD)	Q	\$ (USD)	Q	\$ (USD)
RESAL	4560	\$29,920.90	5273	\$36,632.32	8409	\$60,778.45
RECTIFICADORA FRANCIS	0	\$ -	2703	\$19,340.05	3056	\$21,512.25
INGECOMP	0	\$ -	0	\$ -	1905	\$15,640.64
AUTOREPUESTO EL CASTAÑO	1611	\$10,896.02	1097	\$6,000.36	0	\$ -
LA CASA DEL REPUESTO	0	\$ -	0	\$ -	1682	\$10,940.80
CESAR ANTONIO GRANADOS	0	\$ -	0	\$ -		\$5,331.24
TOTAL EL SALVADOR	6171	\$40,816.92	9073	\$62,971.72	15052	\$114,203.38

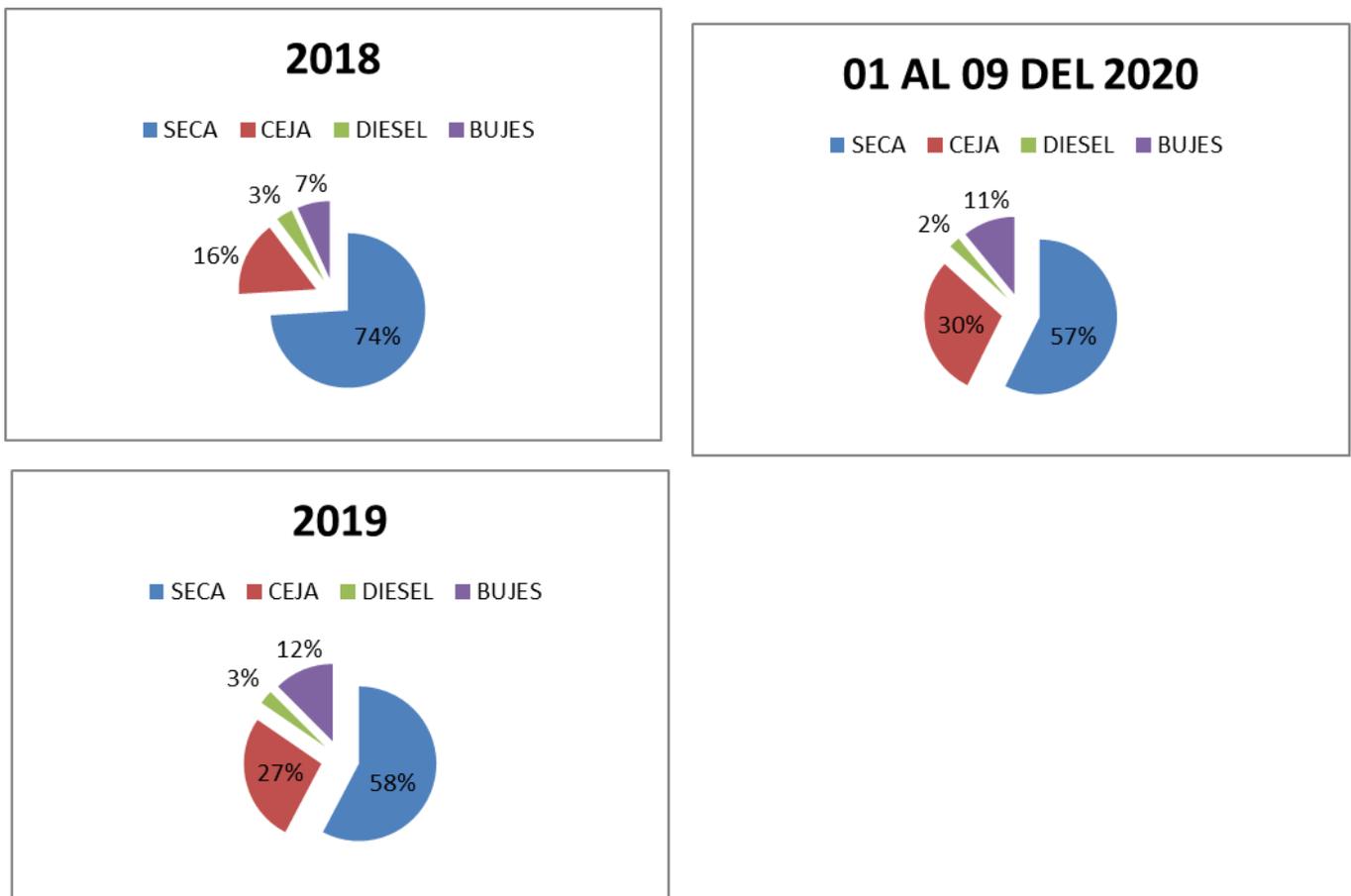
Fuente: Tabulación del autor con información del Software contable SIIGO de LAVCO.

Se observa como las importaciones de salvador al pasar de los años ha venido disminuyendo lo cual para Industrias LAVCO es negativo puesto que representa una disminución notable en la presencia del mercado internacional, se pasó a tener cinco clientes que

compran durante el año a tener solo 2 clientes que han comprado este año, se espera que para lo que queda del 2020 se logren hacer ventas a los clientes restantes.

5. Clientes por líneas

Figura 5.
Años 2018, 2019 y 2020



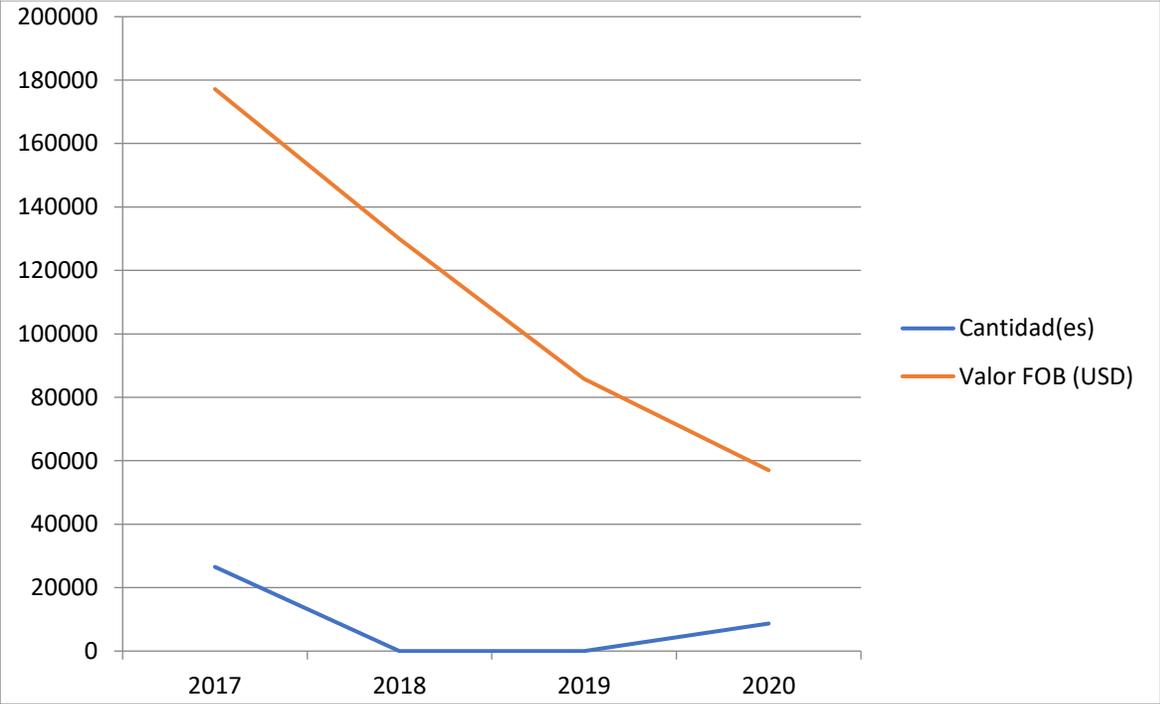
Fuente. Tabulación del autor con información del Software contable SIIGO de LAVCO

Con la información obtenida del análisis de compras por cliente se tabulo y dio como resultado el gráfico anterior en donde se muestra claramente que desde el 2018 a lo que va corrido del 2020 la participación más grande siempre la tiene la camisa seca lo cual llama a que industrias LAVCO enfoque más sus esfuerzos en la venta y promoción de las demás líneas para

tratar de que todas tengan una notable participación dentro de las exportaciones que se hacen hacia Honduras.

6. Importaciones del país

Grafica 5. Importaciones del país



Fuente. Tabulación del autor con información del Software Legis Comex.

Tabla 4.
Importaciones 2017 – 2020

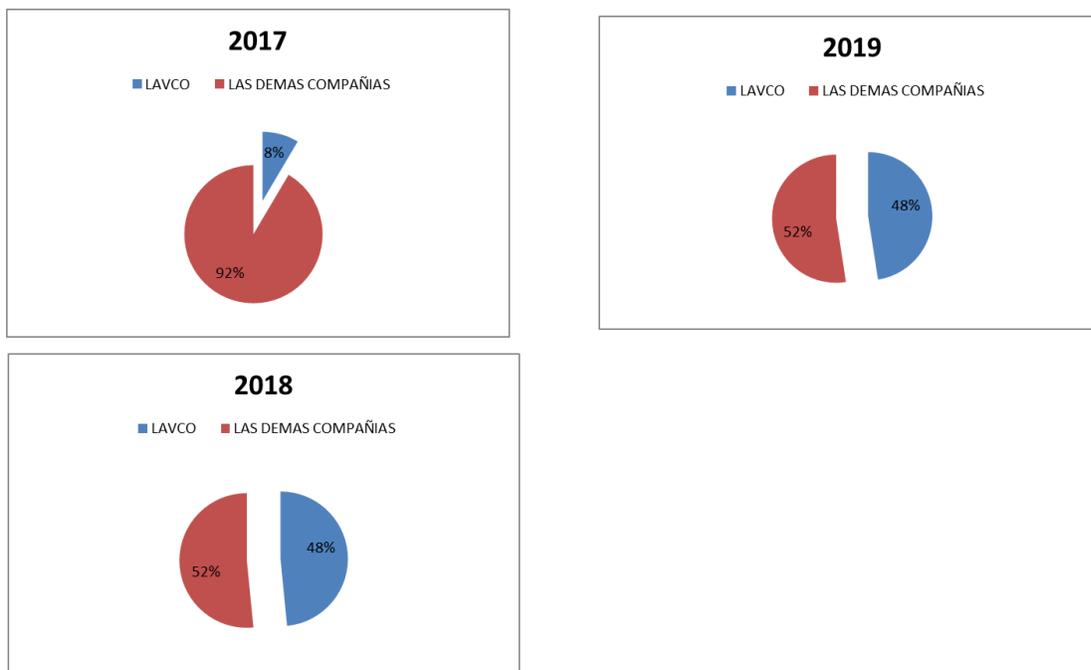
	Cantidad (es)	Valor FOB (USD)	Valor FOB (COP)
2017	26.530,00	\$177,182.32	\$525,366,899.65
2018	19.624,00	\$129,982.63	\$378,607,405.13
2019	23.562,00	\$85,833.79	\$282,437,601.75
2020	8.703,00	\$57,00.84	\$231,934,542.50

Fuente: Tabulación del autor con información del Software Legis Comex

Haciendo un análisis en la plataforma Legis Comex se encontró que el Salvador es un país en donde las importaciones han disminuido de manera notable a lo largo de los años de manera casi uniforme , es preocupante como del 2017 al 2018 las importaciones disminuyeron en un total de \$ 146'759.494,52 millones de pesos colombianos , lo cual representa un reto para Industrias LAVCO al intentar llegar al mercado y volver a la cantidad de unidades que se tenían en años anteriores, lo que se traduciría en captar más clientes.

7. Participación de LAVCO en el mercado salvadoreño

Figura 6
Participación de LAVCO 2017 – 2019



Fuente: Tabulación del autor con información del Software contable SIIGO de LAVCO contrastado con información encontrada en Legis Comex.

Como se puede evidenciar en el gráfico anterior la presencia de LAVCO en el mercado hondureño para el periodo 2017-2019 tuvo un crecimiento de un 40 puntos porcentuales en el primer año, esto se podría ver justificado que las importaciones del 2017 al 2018 en Honduras disminuyeron en un 26.6% lo cual se vio reflejado en nuestras ventas, se pasó de vender en el 2017 a Honduras 15.052 unidades a solo vender 9.073 unidades.

Por otro lado, para el año 2019 no hubo variación porcentual alguna en la participación del mercado sin embargo al igual que en el 2018, en el 2019 disminuyeron las ventas de la mano con las exportaciones totales de Honduras.

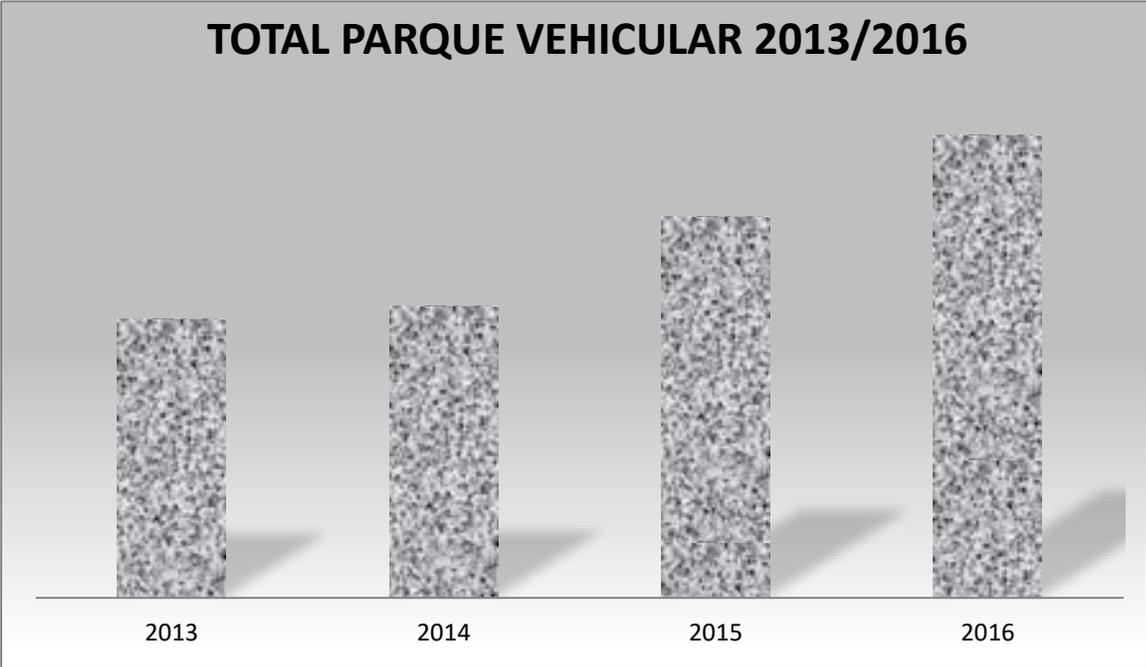
Nicaragua

1. Contextualización del país

Nicaragua es un país centro americano situado al norte de Costa Rica, cuenta con una extensión territorial aproximada de 130.494 kilómetros y una población aproximada de 6'351.956, según un estudio realizado por el periódico el nuevo diario (el más reciente) para el 2016 había una tendencia de crecimiento anual del parque automotor del 11 % por lo que se estima que para el 2019 se cerró el año con un total de 1'025.723 vehículos en circulación. Por lo que se puede calcular que por cada 6 habitantes hay aproximadamente un vehículo automotor. Se cree que por lo menos el 23.7% de los hogares nicaragüense cuenta al menos con un vehículo automotor dentro de su hogar.

2. Gráfico de parque vehicular

Figura 7.
Total parque vehicular 2013 – 2016. Nicaragua.

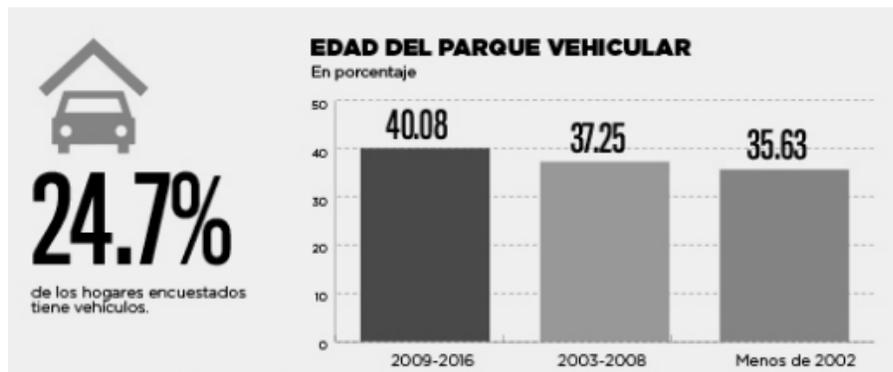


Fuente. Grafico elaborado por el autor con información proveniente del portal de dirección de seguridad de transito nacional y ministerio de transporte e infraestructura (MIT)

El parque vehicular de Nicaragua ha tenido un aumento constante desde el año 2012, para el año 2016 el número de vehículos registrados en este país alcanzo 850.000, lo que ha generado preocupación en la población ya que el desarrollo vial de Nicaragua permanece estancado mientras que el aumento de vehículos registrados aumenta cada vez más, expertos indican que la red vial de Nicaragua no tiene la capacidad de soportar el aumento vehicular que se está generando.

3. Edad del parque vehicular

Figura 8.
Edad parque vehicular.



Fuente. Portal de dirección de seguridad de transito nacional y ministerio de transporte e infraestructura (MIT)

En Nicaragua, en promedio el 24,7% de los hogares tienen vehículos, de los cuales el 40,08% tiene un año de fabricación de 2009-2016, el 37.25 entre los años 2003 – 2018, por lo que podemos decir que Nicaragua tiene una edad promedio del parque vehicular joven, ubicado entre la media de la región Centro América de entre 10 y 15 años, según datos de Central América Data.

Figura 9.
Distribución de vehículos.

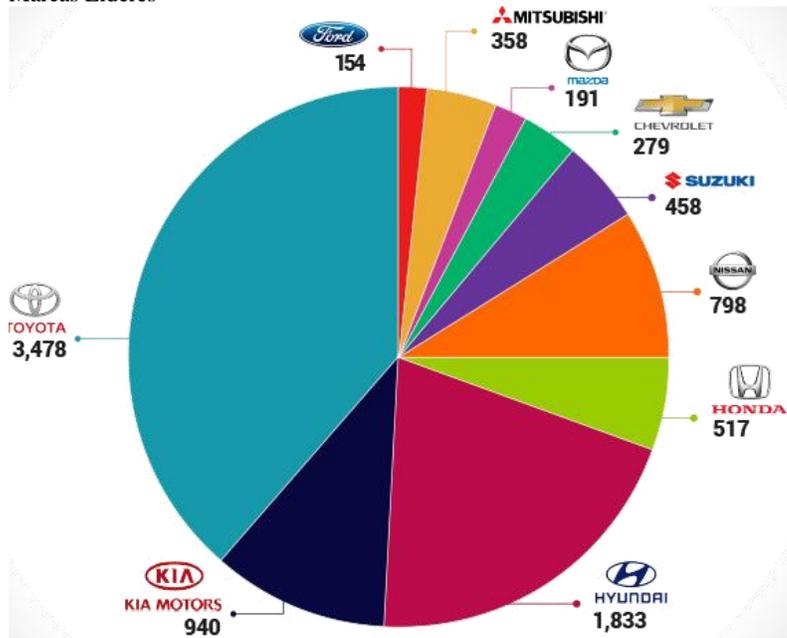


Fuente. Portal de dirección de seguridad de tránsito nacional y ministerio de transporte e infraestructura (MIT)

En la gráfica anterior podemos analizar la distribución de vehículos según su zona geográfica y la edad promedio del parque vehicular en esa zona. Managua, es la provincia o departamento con mayor densidad vehicular, de los cuales el 16.8% del total de esos automóviles tienen un año de fabricación del año 2002 o menos, por lo que en esta región son predominantes los vehículos más viejos, sin embargo, también es la región con mayor cantidad de vehículos nuevos, seguido de la región Sur - Oriente, donde el 28.5% de los vehículos tienen un rango de fecha de fabricación del año 2002 al año 2008.

4. Marcas líderes en Nicaragua

Figura 10.
 Marcas Líderes



Fuente. Página web: <https://news.encuentra24.com/news/2017/11/21/los-10-autos-mas-vendidos-en-nicaragua>

En el grafico anterior podemos analizar la tendencia de compra de vehículos según las marcas de preferencia, donde se inclinan principalmente por la compra de vehículos marca Toyota, la cual abarca el mayor porcentaje de participación en el mercado local, seguido de Kia, Hyundai y Honda, por lo que es evidente la preferencia hacia vehículos de origen asiático.

5. Clientes LAVCO

Tabla 5
 Clientes LAVCO Nicaragua

Empresa	Total 2019		Total 2018		Total 2017	
	Q	\$ (USD)	Q	\$ (USD)	Q	\$ (USD)
Empresas EL TRIUNFO. Rectificaciones	302	\$3,378.00	-	-	600	\$1,728.00
EL PROGRESO S.A.	-	-	-	-	1040	\$5,157.00
	-	-	-	-	-	-

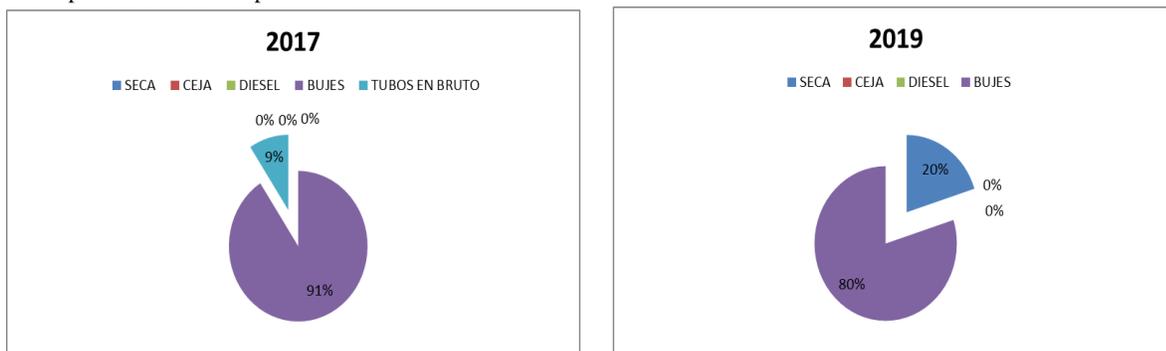
TOTAL	302	\$3,378.00	0	\$0,00	1640	\$6,885.00
NICARAGUA						

Fuente. Tabulación del autor con información del Software contable SIIGO de LAVCO.

Como es posible evidenciar en la tabla anterior es claro que para industrias LAVCO a comparación de otros mercados como honduras o el salvador. Nicaragua es un mercado de muy poco movimiento, en los últimos cuatro años solo se han registrado las compras de solo 2 compañías nicaragüenses, por lo cual es importante entrar a contactar empresa prospectos y empresas que solían comprarnos en otros años para así poder hacer una mayor presencia en el mercado.

6. Participación de mercado por líneas

Figura 11
 Participación de mercado por Líneas



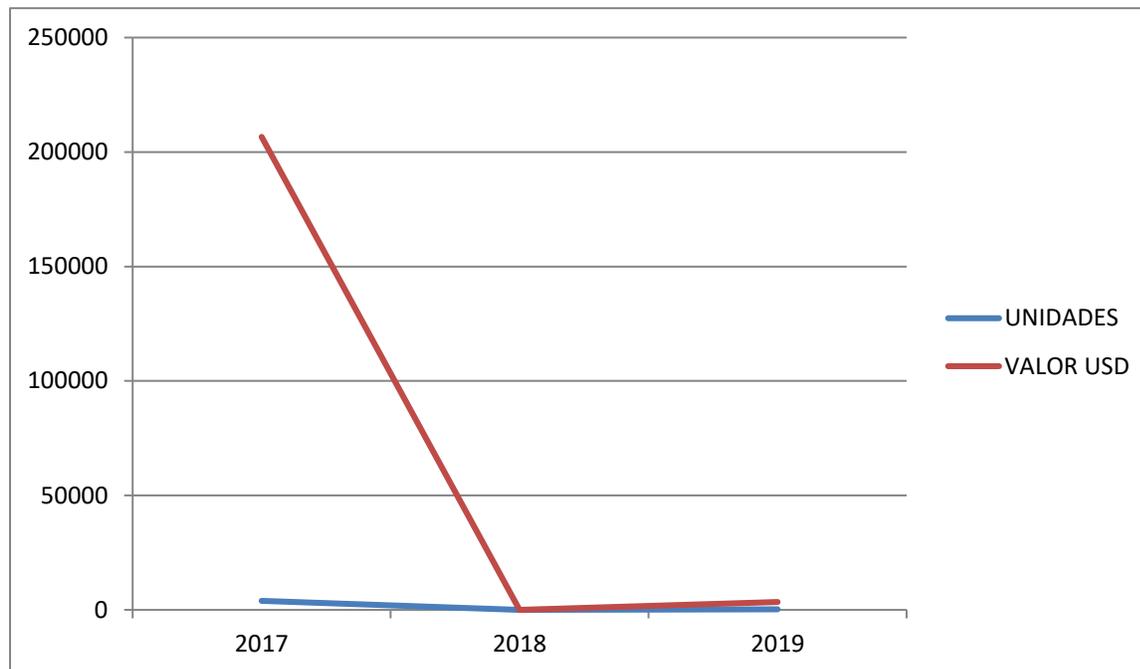
Fuente. Tabulación del autor con información del Software contable SIIGO de LAVCO

Se evidencia que los bujes son el producto con mayor acogida en este país con una participación del 91% para el año 2017 y un 80% en el 2019, LAVCO intenta abrir mercado con la línea Diésel en este país ya que se evidencia que no se ha vendido nada de Diésel en Nicaragua.

Es importante tratar de llegar al mercado hondureño con los demás productos que ofrece Industrias LAVCO para que de esa manera las ventas a Nicaragua no dependan de una sola línea

7. Importaciones del país

Figura 12
Importaciones de Nicaragua



Fuente. Tabulación del autor con información del Software Legis Comex

Tabla 6
Importaciones Nicaragua

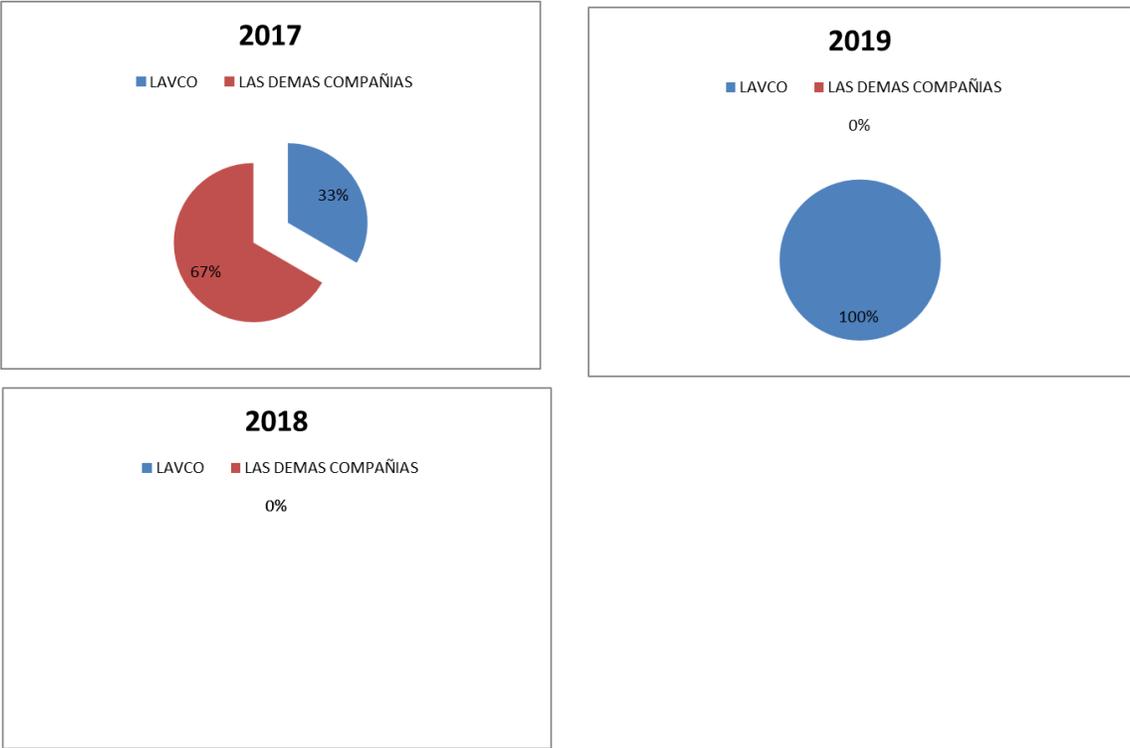
Año	Cantidad (es)	Valor FOB (USD)	Valor FOB (COP)
2017	3940	20622.1	\$60,469,027.07
2018	0	0	\$0
2019	302	3378	\$9,905,119.92

Fuente: Tabulación del autor con información del Software Legis Comex.

Haciendo un análisis en la plataforma Legis Comex se encontró que Nicaragua es un país en donde las importaciones a lo largo de los años no han tenido ningún tipo de constancia es decir, solamente se logran ver picos. Es preocupante que para la partida arancelaria 840 991 2000 las importaciones en general han disminuido aproximadamente en un 83% es importante hacer un seguimiento para intentar penetrar el mercado nicaragüense y así aumentar la participación de industrias LAVCO en el comercio internacional.

8. Participación de LAVCO en el mercado nicaragüense

Figura 13
Participación LAVCO en el mercado Nicaragüense



Fuente. Tabulación del autor con información del Software contable SIIGO de LAVCO contrastado con información encontrada en Legis Comex.

Como consecuencia de las bajas importaciones de Nicaragua para la partida arancelaria 8409912000 industrias LAVCO no ha participado casi del mercado, como se puede evidenciar el en el 2017 industrias LAVCO tuvo el 37% de participación en el mercado nicaragüense por otra parte en el 2018 no se presentaron ningún tipo de importación para al país ,sin embargo para el 2019 las exportaciones de industrias LAVCO hacia Nicaragua representaron el 100 % de las importaciones nicaragüenses para la partida 8409912000, a rasgos generales es un porcentaje excelente sin embargo mirando más a fondo la exportación que se realizo fue muy pequeña , de tan solo 302 unidades, lo cual para industrias LAVCO no representa un valor de gran magnitud comparado con los demás mercados.

9. Análisis Covid - 19

Mediante el acercamiento telefónico que se ha hecho a las empresas prospectó en Nicaragua se ha preguntado ¿cómo afecto el covid-19 a la economía? , para Nicaragua se ha presentado un caso particular y es que a pesar de la pandemia las compañías no se vieron tan afectadas económicamente dado que en Nicaragua, a diferencia de Colombia, no se cerraron las puertas durante la pandemia lo que propicio que todo se moviera con normalidad, sin embargo en las llamadas también se me hizo saber que la economía esta mediamente lenta no por el covid-19 si no por los malos manejos que el gobierno están dando.

Honduras

1. Contextualización del país.

Entre los países con más historia y nombramiento de Centroamérica esta Honduras, lugar de los indígenas mayas y enriquecimiento nacional; es un país con altas expectativas en relación al sector automotriz con una balanza comercial atractiva al mercado mundial ya que registra mayor número de importaciones con respecto a las exportaciones.

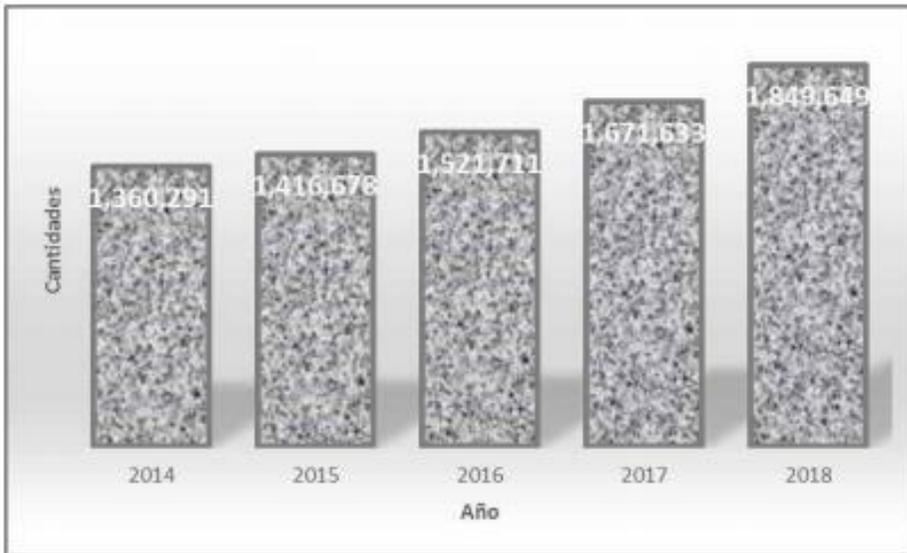
De la misma manera que Guatemala, su población ha aumentado y la necesidad de adquirir un medio de transporte igual; el parque automotor se evidencia un incremento constante llegando a un 10.6%; asimismo, en el territorio centroamericano ingresan más de 20.000 vehículos mensual de los que el 15% (y en aumento) circulan en Honduras.

A nivel global las motocicletas van abarcando un mayor porcentaje dentro del parque automotor, con cerca del 40% en el 2.018 siguiéndole las referencias más comerciales en este

país como lo son los Pick up y los Jeep siendo el 20% de automóviles circulando en el territorio nacional, estos son motores en su mayoría diésel.

2. Grafica de parque vehicular

Figura 14
Total de Parque vehicular Honduras



Fuente. Elaborado por INE, con información proveniente del Instituto de la Propiedad (IP).

Es fácil notar como durante el periodo 2014-2018 el aumento del parque automotor es constante lo cual es un indicador positivo para industrias LAVCO por el hecho de que al existir más vehículos en circulación va a aumentar de la mano la cantidad de mantenimientos y reparaciones, para ello se necesitaran más repuestos y herramientas lo que para industrias LAVCO se traduce en una oportunidad que puede aprovechar para tratar de abarcar más mercado. (Instituto Nacional de Estadística, 2018)

3. Tipos de vehículos

Figura 15
 Total de Parque vehicular Honduras

Cuadro 1										
Número de vehículos por año, según categoría del vehículo expresado en porcentaje Años 2011 - 2015										
Categoría ^{1/}	Año 2011	%	2012	%	2013	%	2014	%	2015	%
Pick up y Jeep	343819	31	355943	29	367468	27	347,974	26	353,895	25
Turismo	247625	22	258688	21	274707	20	260,820	19	269,268	19
Motocicletas	246680	22	322054	26	396798	29	453,620	33	483,557	34
Camionetas de lujo y trabajo	101316	9	110681	9	121401	9	122,280	9	128,693	9
Camión	59218	5	61719	5	64714	5	58,610	4	62,951	4
Buses y similares	40605	4	42037	3	52961	4	40,716	3	41,511	3
Vehículos pesados	47874	4	50789	4	53934	4	51,133	4	51,677	4
Otras categorías	16054	1	17619	1	18153	1	25,138	2	25,126	2

Fuente. Instituto nacional de estadística. Cartilla parque vehicular de honduras

Dentro de la investigación realizada se encuentra que dentro del parque automotriz para el periodo contemplado de 2011 al 2014 los automotores que más presencia tuvieron en Honduras fueron las picks ups y los tipo camperos jeep contando con una participación mínima en el 2014 del 26% y una participación máxima con un 35 % del total, sin embargo para el último año se vio que aumentaron otros segmentos del parque automotor como las motocicletas que alcanzaron una participación de 34%. Por otra parte se observa como las camionetas de lujo y los camiones, vehículos pesados, buses y similares se mantuvieron constantes a lo largo del periodo.

Para Industrias LAVCO es de vital importancia que los valores del parque automotriz aumenten dado que el segmento de mercado que maneja va muy de la mano con los automotores.

4. Marcas líderes en Honduras

Figura 16
Marcas Líderes Honduras

Cuadro 1										
Número de vehículos por año, según categoría del vehículo expresado en porcentaje Años 2011 - 2015										
Categoría ^{1/}	Año 2011	%	2012	%	2013	%	2014	%	2015	%
Pick up y Jeep	343819	31	355943	29	367468	27	347,974	26	353,895	25
Turismo	247625	22	258688	21	274707	20	260,820	19	269,268	19
Motocicletas	246680	22	322054	26	396798	29	453,620	33	483,557	34
Camionetas de lujo y trabajo	101316	9	110681	9	121401	9	122,280	9	128,693	9
Camión	59218	5	61719	5	64714	5	58,610	4	62,951	4
Buses y similares	40605	4	42037	3	52961	4	40,716	3	41,511	3
Vehículos pesados	47874	4	50789	4	53934	4	51,133	4	51,677	4
Otras categorías	16054	1	17619	1	18153	1	25,138	2	25,126	2

Fuente. Página web: www.estrategiaynegocios.net

Es claro notar como Toyota es la marca líder con el 52% del total del mercado automotor en Honduras, lo cual es consecuente a que al ser una marca de camionetas tipo pick up y camionetas tipo campero se encuentre ubicado en el primer lugar de la lista de marcas líderes, por otra parte la marca que menos hace presencia es Audi que al ser una marca que se basa en la venta de lujo y exclusividad, a muy pocos hondureños le es atractivo la adquisición de este tipo de vehículos, en Industrias LAVCO esto puede aprovecharse para enfocar todos nuestros esfuerzos en las empresas prospectos que trabajen o le presenten algún tipo de servicio de reparación a las marcas Toyota y Honda.

5. Clientes LAVCO

Tabla 7
Clientes LAVCO Nicaragua

Empresa	2016		2017		2018		2019	
	\$	Q	\$	Q	\$	Q	\$	Q
Talleres MOTIÑO	\$12,763.1	193						
	5	7						
Repuestos VELASQUEZ	\$9,285.60	120	\$4,976.30	738	\$5,225.12	775	\$7,286.90	114
		6						5

ACCESIBILIDAD DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAMISAS DE MOTORES
DIÉSEL DE LA EMPRESA INDUSTRIAS LAVCO S.A.S FLORIDABLANCA SANTANDER HACIA
HONDURAS, EL SALVADOR, PUERTO RICO Y NICARAGUA 55

Pro metal								
BILY	\$4,520.00	800	\$4,600.00	800			\$7,223.33	862
TURBINESA								
LA								
ATLANTICA.	\$4,699.00	810		-	\$5,175.00	100	\$4,225.70	763
Rectificador y								
servicios	\$9,436.04	120	\$9,537.17	125	\$10,014.0	131		
DIAZ.		6		4	3	7		
TOTAL	\$	475	\$19,113.4	279	\$20,414.1	309	\$18,735.9	277
HONDURAS	40,703.79	3	7	2	4	2	3	0

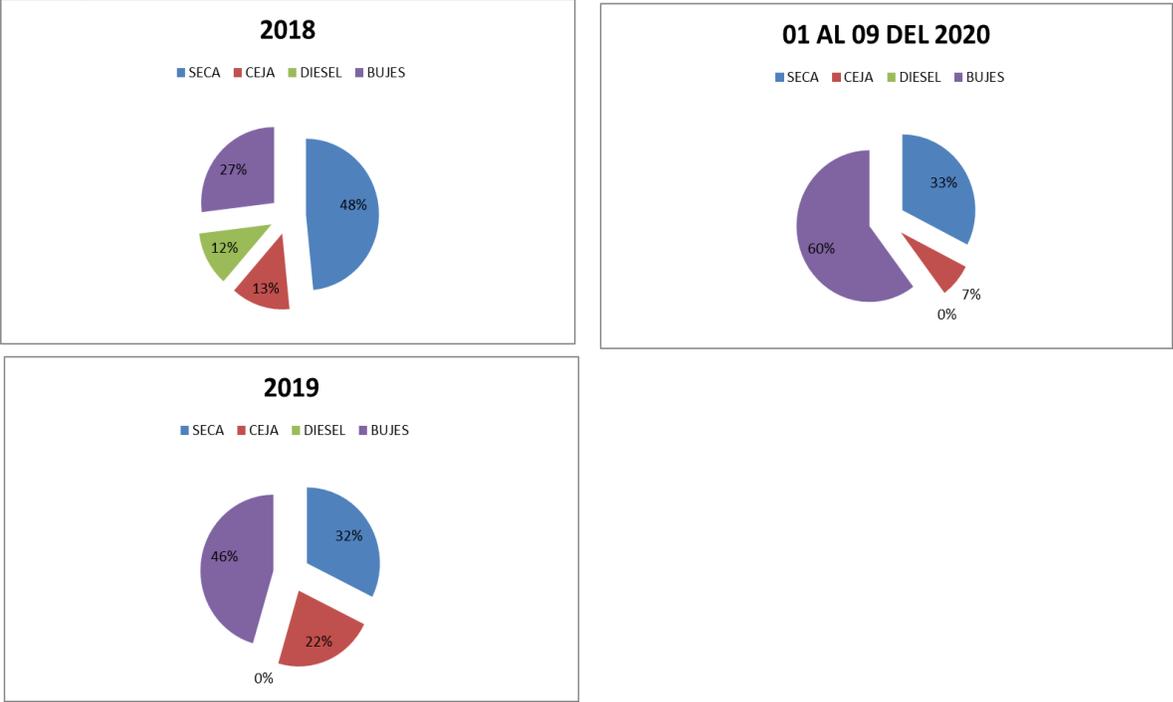
Fuente. Tabulación del autor con información del Software contable SIIGO de LAVCO

Industrias LAVCO S.A.S cuenta cinco empresas de Honduras en el sector automotriz quienes realizan compras en periodos anuales o de cada dos años. El año de mayor prosperidad para LAVCO en relación con Honduras es el 2.016 con ventas superiores a los \$35.000 USD.

Es evidente como con el pasar de los años, para el periodo 2016 a lo que se va del 2020 las exportaciones de industrias LAVCO hacia honduras decrecieron de manera notable, hasta el punto de que lo que va de este solo se han hecho exportaciones a dos de las cinco empresas de dicho país, lo cual es un dato alarmante puesto que esto representa que estamos perdiendo participación en el mercado. Los factores del deceso en compras de las compañías se podrían asociar a la crisis por la pandemia por lo que se espera que para lo que queda del segundo semestre del 2020 se logren realizar más exportaciones a las demás empresas de Honduras siendo consecuente con la reactivación de la economía.

8. Clientes por líneas

Figura 17
 Clientes por líneas Honduras

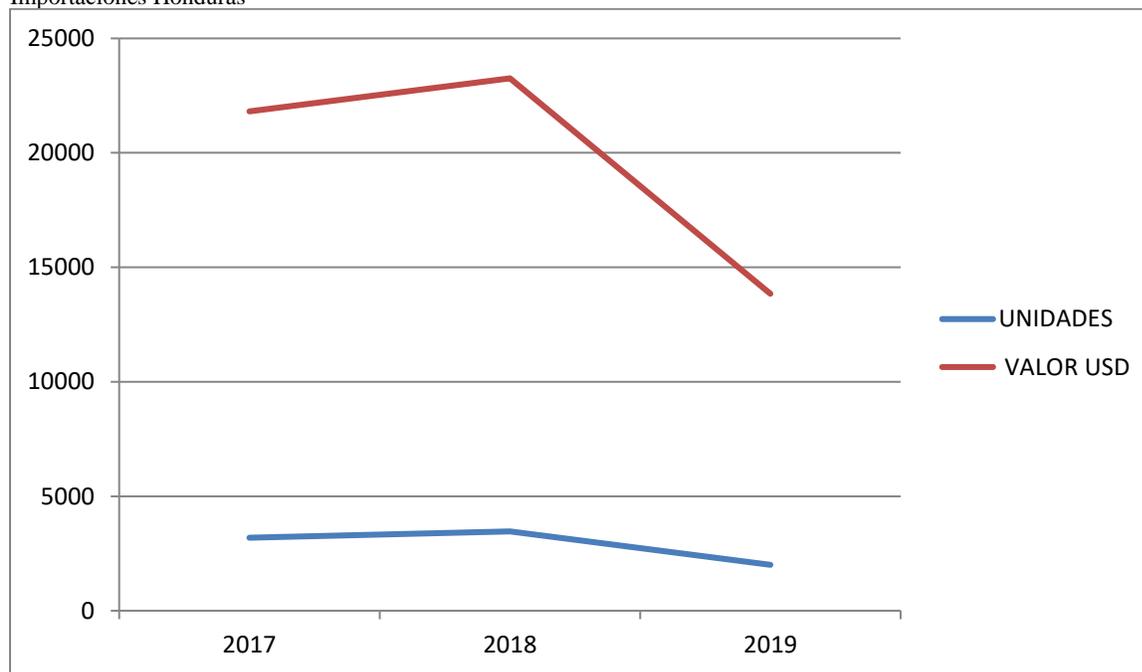


Fuente. Tabulación del autor con información del Software contable SIIGO de LAVCO

Haciendo un análisis de las ventas y que línea fue la que más se vendió en honduras encontramos que lo más vendido fueron las camisas secas en el 2018 sin embargo lo más vendido en el 2019 y lo transcurrido del 2020 han sido los bujes con el 46% y 60% del total de ventas de cada año, respectivamente. Por otra parte un resultado negativo del análisis fue que desde el 2018 la línea diésel que venía con un 14% en la participación no volvió a participar en el mercado hondureño para el año 2019.

9. Importaciones del país

Figura 18
 Importaciones Honduras



Fuente.

Tabulación del autor con información del Software Legis Comex

Tabla 8
 Importaciones Honduras

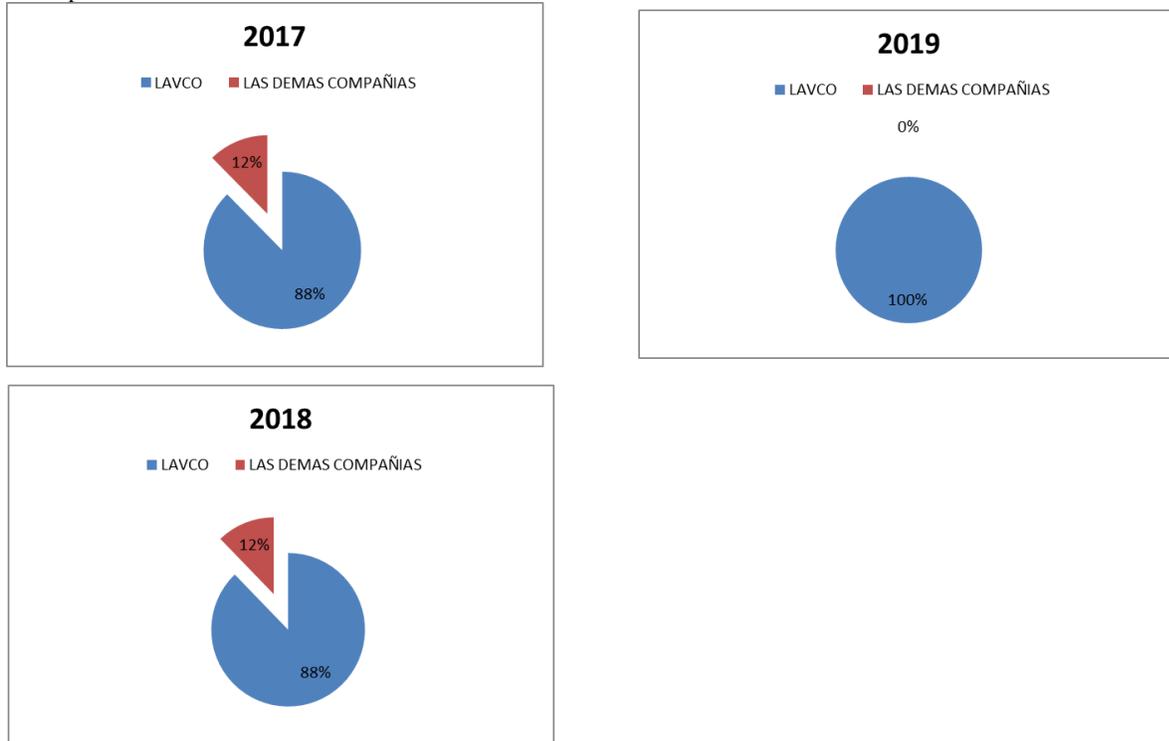
Año	Cantidad (es)	Valor FOB (USD)	Valor FOB (COP)
2017	3192	\$21,812.00	\$64,952,417.85
2018	3464	\$23,256.00	\$67,115,464.85
2019	2770	\$18,75.93	\$55,792,405.75

Fuente. Tabulación del autor con información del Software Legis Comex

Haciendo un análisis en la plataforma Legis Comex se encontró que honduras es un país en donde las importaciones han tenido una constancia notable a lo largo de los años, sin embargo para el 2019 las importaciones para la partida arancelaria 840991200 disminuyeron en aproximadamente un 20% lo cual quiere decir que el mercado hondureño se está cerrando a las importaciones.

10. Participación de LAVCO en el mercado Hondureño

Figura 19
Participación de LAVCO en Honduras



Fuente: Tabulación del autor con información del Software contable SIIGO de LAVCO contrastado con información encontrada en Legis Comex.

Se observa como para el periodo 2017/2018 industrias LAVCO tuvo un crecimiento notable en el mercado de honduras por otro lado para el 2019 su presencia en el mercado hondureño aumento al 100% ,lo cual es muy bueno ,sin embargo hay que tener en cuenta que este aumento tan abrupto se debe a que para el 2019 las exportaciones disminuyeron en un 20% a comparación del año anterior , es decir menos empresas importaron ese año ,afortunadamente las empresas que si lo hicieron ,realizaron sus exportaciones a industrias LAVCO lo cual deja muy bien posicionada a la compañía, respecto a la competencia.

Mediante el acercamiento telefónico que se ha hecho a las empresas prospectó y a contactos personales en honduras se ha preguntado ¿cómo afecto el covid-19 a la economía?, y se encontró que en honduras durante el periodo de pandemia se cerró el mercado aproximadamente mes y medio lo que género que muchas compañías tuvieran que reducir sus costos para poder sortear la situación lo cual se traduce a restricciones a la hora de comprar.

Puerto Rico

1. Contexto general del país

Puerto Rico es un estado libre asociado a estados unidos con estatus de autogobierno. Se encuentra ubicado en América, al noreste del Caribe, al este de la isla de La Española y al oeste de las Islas Vírgenes de los Estados Unidos. Puerto rico tiene un territorio aproximado de 8896 kilómetros cuadrados en si isla principal, cuenta con pequeñas islas y cayos identificadas como Vieques (135 km²), Mona (55 km²) y Culebra (30 km²). (Puerto Rico, 2020)

Es una isla con clima tropical y, a pesar de su tamaño, posee diversidad de ecosistemas: bosques secos y lluviosos, zona cárstica, áreas montañosas, ecosistemas costeros y marinos, lagos, etc.

Puerto Rico fue un territorio de ultramar de la Corona española desde la llegada de Cristóbal Colón en 1493 hasta la promulgación de la Carta Autonómica de Puerto Rico en 1897, y administrativamente fue provincia española de 1897 hasta la guerra hispano-estadounidense de 1898.

Cuatro siglos de administración española dieron lugar a una cultura hispanoamericana, por lo que la lengua española y el catolicismo son sus elementos más distinguibles. Los españoles construyeron numerosos fuertes, iglesias y otros edificios de uso público, comercial y

residencial, así como puertos, faros y carreteras. Durante más de tres siglos, Puerto Rico estuvo comunicado con la península ibérica por medio de convoyes de las Flotas de Indias que unían Cádiz y San Juan una vez al año.

Los puertorriqueños son ciudadanos estadounidenses desde 1917, cuando el Congreso de los Estados Unidos aprobó la Ley Jones. Aunque su relación con Estados Unidos es similar a la de un estado de la Unión y se le permitió la redacción de una Constitución para el manejo de asuntos internos, está sujeto a los poderes plenos del Congreso estadounidense mediante la Cláusula Territorial. Esto significa que el poder de ejercer su soberanía recae en el Congreso de los Estados Unidos, y los poderes existentes en la isla, al no gozar de protección en la Constitución estadounidense, son revocables.

2. Demografía de Puerto Rico

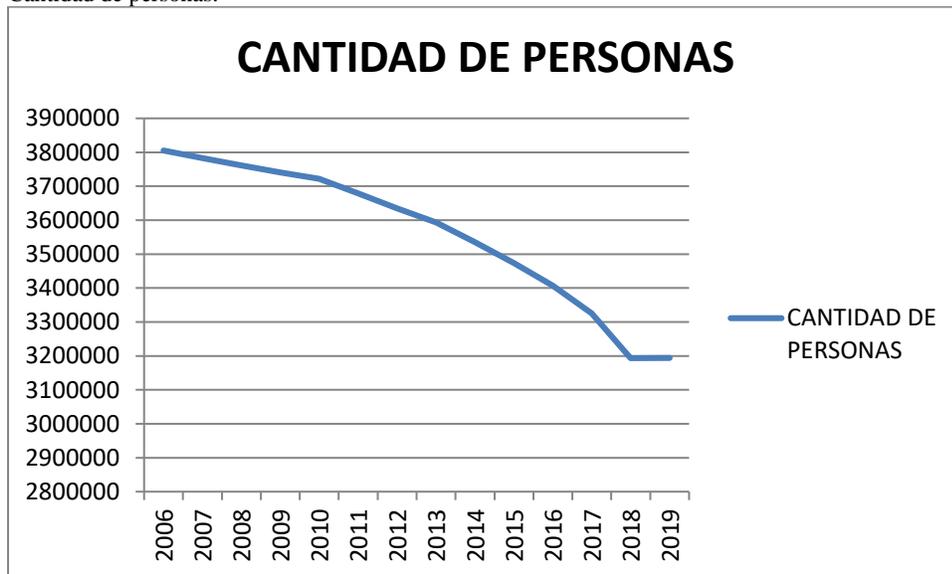
Tabla 9.
Demografía.

AÑO	CANTIDAD DE PERSONAS
2006	3'805.214
2007	3'782.995
2008	3'760.866
2009	3'740.410
2010	3'721.525
2011	3'678.732
2012	3'634.488

2013	3'593.077
2014	3'534.874
2015	3'473.232
2016	3'406.672
2017	3'325.286
2018	3'193.354
2019	3'193.694

Fuente. Información extractada de la página web del banco mundial

Figura 20
 Cantidad de personas.



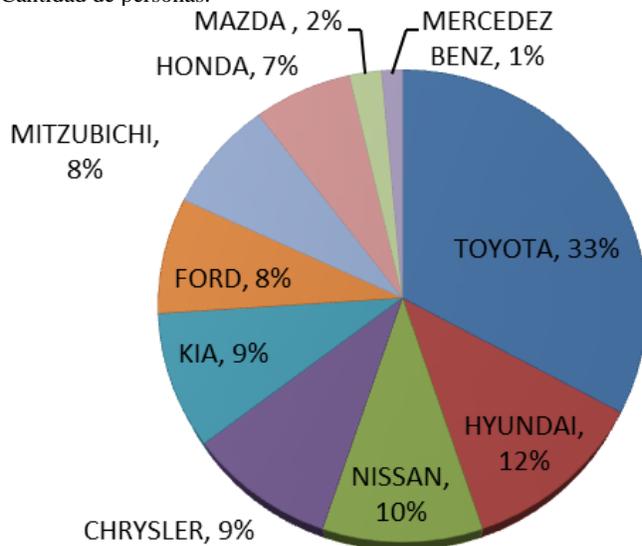
Fuente. Grafica elaborada por el autor con información extractada de la página web del banco mundial

Cómo se puede notar en el grafico anterior como la población puertorriqueña con el pasar de los años ha venido disminuyendo de manera notable , en el 2006 se tenía un censo de 3'805.214 personas aproximadamente sin embargo en el 2019 se lograron registrar solo

3'193.694 habitantes en la isla, es decir del 2006 al 2019 la población disminuyó en un 16.07% en el transcurso de 13 años, esto se debe a que los puertorriqueños en su afán de conseguir una mejor vida que les permita tener una mejor estabilidad por lo que decidieron migrar hacia estados unidos para afincarse estados unidos en new york, Pensilvania y florida, de igual manera otro factor que marco la disminución poblacional fue el aumento de los decesos frente a los nacimientos, del primero de julio del 2016 al primero de julio del 2017 tuvieron lugar 28.000 nacimientos y aproximadamente 29.000 decesos.

3. Marcas líderes en Honduras

Figura 21
Cantidad de personas.



Fuente. Gráfico elaborado por el autor con información de: <https://cb.pr/las-10-marcas-de-autos-mas-vendidas-en-puerto-rico/?cn-reloaded=1>
RESCATADO EL 30/11/2020

Según la publicación realizada por la página web de caribbean bussines el 20 de junio del 2017 (información más reciente) se registró que los vehículos con más presencia en la isla son los de marca Toyota con una ventas estimadas anuales promedio de 9.999 vehículos automotores, en segundo lugar la marca con mayor presencia es Hyundai con 3.629 promedio, en

tercer lugar con 3.125 automóviles se encuentra la marca Nissan , por otra parte se encuentra la marca Chrysler , Kia , Ford , Mitsubishi Y Honda con menos de 3.000 unidades vendidas , en los últimos lugares se encuentran la marca Mazda y la marca Mercedes Benz con 666 y 432 automóviles promedio respectivamente.

Actualmente la marca preferida por los puertorriqueños es la marca Toyota que representa un 33 % del mercado de autos vendidos promedio por año en la isla boricua. La marca Toyota se encuentra 21 puntos porcentuales por encima de su competidor más cercano Hyundai.

4. Clientes Lavco

Tabla 10
 Clientes LAVCO Puerto Rico.

Empresa	Total 2019		Total 2018		Total 2017		Total 2016	
	Q	\$(USD)	Q	\$(USD)	Q	\$(USD)	Q	\$(USD)
AGM TOOLS	2126	\$16,682.58	775	\$6,844.10	1410	\$11,006.90	1330	\$9,993.80
MER DISTRIBUITORS					292	\$2,056.04	310	\$2,331.06
TOTAL PUERTO RICO	2126	\$16,682.58	775	\$6,844.10	1702	\$13,062.94	1640	\$12,324.86

Fuente. Tabulación del autor con información del Software contable SIIGO de LAVCO

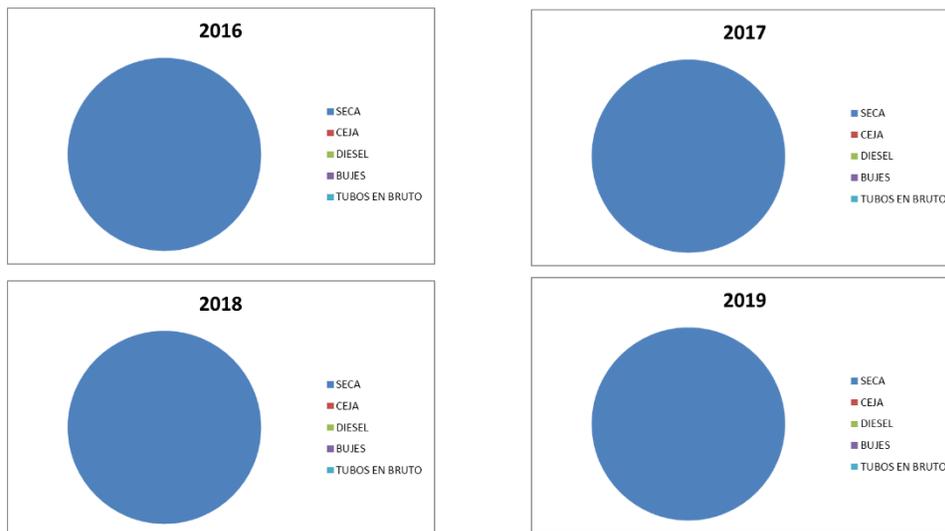
Industrias LAVCO S.A.S cuenta con dos empresas puertorriqueñas en el sector automotriz quienes realizan compras en periodos anuales o de cada dos años. El año de mayor prosperidad para LAVCO en relación con las exportaciones hacia puerto rico es el 2.019 que a pesar de que solo se logró vender a una compañía boricua el volumen fue un 29.63% mayor que el volumen del segundo año más alto, es decir el 2016.

Es evidente como con el pasar de los años, para el periodo 2016 -2019 las exportaciones de industrias LAVCO hacia puerto rico decrecieron en cantidad de compañías , sin embargo el total de exportaciones de Colombia hacia puerto rico aumento de manera significativa , por un

lado es un factor importante que para industrias LAVCO generara más ganancias y presencias en puerto rico sin embargo por otro lado se está creando una alta dependencia a las compras de una sola compañía, es decir las exportaciones se verían afectadas de manera muy grave si el día de mañana AGM TOOLS decide dejar de comprarle a industrias LAVCO lo que generaría una presencia del 0% en Puerto Rico.

5. Clientes por línea

Figura 22
Clientes por Línea Puerto Rico.



Fuente. Tabulación del autor con información del Software contable SIIGO de LAVCO

Se logra evidenciar como a lo largo del periodo 2016 a 2019 las exportaciones que industrias LAVCO ha hecho hacia puerto rico solamente han sido de la línea de camisas para motor seca lo cual representa un factor negativo puesto que se busca llegar al mercado de puerto rico principalmente con camisas diésel. Por otro lado podría considerarse un factor de alarma la dependencia que se tiene por parte de industrias LAVCO de la línea de camisas seca.

Conclusiones

- Industrias LAVCO hace exportaciones para Honduras, El salvador, Puerto Rico y Nicaragua sin embargo la línea diesel no es la más fuerte dentro de estos países
- Honduras, El salvador, Puerto Rico y Nicaragua cuentan con un parque automotor con gran parque automotor usuario de camisas Diesel como camiones y automotores con motores de gran tamaño.
- La camisas el mercado de camisas Diesel en Honduras, El salvador, Puerto Rico y Nicaragua son una alternativa al rectificado de los motores.
- Se logra evidenciar como para Honduras, El salvador y Nicaragua existe una viabilidad para las camisas de motores diesel sin embargo la viabilidad para Puerto Rico es un poco más reducida por la tendencia la cultural de la reparar motores por medio de la rectificación.

Capítulo III: Describir perfil de clientes para la exportación de camisas de motores diésel a Honduras, El Salvador, Puerto Rico y Nicaragua de la empresa LAVCO S.A.S Floridablanca Santander.

Perfil de cliente:

Siendo consecuente con lo que planteaba Luis María García en su libro + ventas, para una compañía (2007) “es imprescindible que defina cuál es el perfil de su cliente ideal” , industrias

LAVCO determino que para la compañía un cliente ideal es todo aquel cliente o compañía que se dedique a la comercialización de repuestos originales o equivalentes, que tenga como objetivo la reparación de motores diésel y/o mantenimiento de los mismos con la suficiente solides como para realizar una importación procedente de Colombia. (Bobadilla, 2007)

Teniendo estas variables en cuenta y la información encontrada en canales de información como las páginas web y redes sociales, bancos de información web oficiales y no oficiales y referencias de otros clientes que conocen el mercado, se logró encontrar que las siguientes 31 compañías son clientes prospecto en Industrias LAVCO en Honduras, El Salvador, Puerto Rico Y Nicaragua:

1. Empresas prospecto en Honduras

- Auto repuestos inestroza.
- Autosel repuestos.
- Empresa barjum.
- Excel automotriz.
- Impresa repuestos.
- La meta repuestos automotriz.
- Repuestos del atlántico.
- Super repuestos.
- Rectificadora Quiñonez.

2. Empresas prospecto en El Salvador.

- Urquilla aaa s.a de c.v.
- Exa auto parts.

- Motored.
 - Ramater madisal s.a de c.v.
 - Excel automotriz.
3. Empresas prospecto en Puerto Rico
- Centropiezas plus(tiendas) /gandiagroup(empresa).
 - Manati rebuilders.
 - Antilles motors rebuilders.
 - Hato rey rebuilders.
 - Atlas trading corporation.
 - Lazaro auto parts.
 - Rotto diesel.
4. Empresas prospecto en Nicaragua
- Impresa repuestos.
 - Almacen del repuesto automotriz.
 - Súper repuestos.
 - Repuestos automotrices resadom S.A.S
 - Repuestos burgos.
 - Repuestos automotrices aldana y CIA ltda.
 - Bodega automotriz S.A.
 - Repuestos automotrices Cardoza.

- Repuestos automotrices gomer rivera y CIA ltda.
- Excel automotriz.

Después de haber determinado esas 31 compañías como clientes prospecto para las camisas de motores diésel que produce industrias LAVCO se les comenzó a hacer un seguimiento telefónico con el fin de contactar al encargado de las compras internacionales o compras de suministros para de tal manera hacer una presentación de la compañía y ofrecer los productos de la compañía haciendo énfasis en la oferta de las camisas para motores Diesel. Como resultado de este contacto se logró determinar las siguientes compañías como las más relevantes dentro de la base de datos dado que se les noto interés o brindaron información valiosa para industrias LAVCO:

Honduras

1. La meta repuestos automotrices

La meta repuestos Automotrices fundada en 1982 tiene con el objetivo brindar soluciones integrales en materia de repuestos a los vehículos de marcas europeas en honduras, creando a lo largo de los años alianzas estratégicas que le permiten brindar un excelente servicio en el mercado de los repuestos automotrices. Su oficina principal se encuentra en Comayagüela: 5ta ave. Entre 13 y 14 calle, costado oeste Banadesa. (La meta repuestos automaticos Honduras, s.f.)

El primer contacto se logró en el mes de octubre en donde se contactó de manera telefónica con el señor Abidan Perdomo quien es el asistente de gerencia haciendo una presentación breve de la empresa y de igual manera enviando un correo electrónico con el brochure comercial de la compañía. Durante el mes de noviembre se volvió a contactar al cliente,

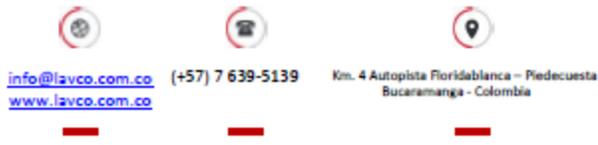
nuevamente atendió la llamada el señor abidan Perdomo quien comento que ellos cuentan con una flota bastante grande de camionetas Volkswagen amarok (motor diésel) y que le interesaría cotizar unas camisas para tipo de camionetas. Razón por la cual se le hizo la siguiente cotización:

Figura 23
Cotización



COTIZACIÓN 3034 CAMISAS DIESEL-LA META REPUESTOS			
CLIENTE / CUSTOMER: LA META REPUESTOS ABIDAN PERDOMO Comayagüela-Honduras 504 2220-1660 CEL: +50489916324 Abidan.perdomo@lametahn.com	FECHA / DATE: 04/11/2020 (DD/MM/YY)		
PROVEEDOR / VENDOR: INDUSTRIAS LAVCO S.A.S KM 4 AUTOPISTA FLORIDABLANCA – PIEDECUESTA BUCARAMANGA – SANTANDER, COLOMBIA TEL: (7) 6381921 CEL: 310 216 1531 CONTACTO: ANDRES DAVID CELIS MARTINEZ comercial@lavco.com.co	SUBJECT / ITEM: COTIZACION		

DOCUMENTOS DE REFERENCIA / DOCUMENTS OF REFERENCE				
SOLICITUD DE COTIZACIÓN DEL CLIENTE RECIBIDA POR LLAMADA TELEFONICA				
PRECIO Y COSTOS / PRICING & COSTS INFORMATION				
Item	REFERENCIA	CANT	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	VW Amarok 2.0 TDI	60	USD 7.5	USD 450.00
TOTAL		60		USD 450.00
PRECIOS FOB (INCOTERMS 2020) LAVCO COLOMBIA CAMISAS EN FUNDICION GRIS CENTRIFUGADAS. POSICIÓN ARANCELARIA 8409.91.20				



Fuente. Documento de la empresa LAVCO

Como parte del seguimiento de la cotización se le estuvo haciendo constantemente llamadas para que confirmara la cotización, sin embargo y desafortunadamente el cliente se vio

impedido por el huracán que azoto a honduras en ese mes. Durante el mes de diciembre se contactó al cliente constantemente por medio de WhatsApp y se le envió una tarjeta alusiva a la temática navideña.

En el mes de enero nuevamente se contacta al cliente, quien manifiesta que la propuesta comercial le parece sumamente atractiva sin embargo al jefe (gerente) quien es el que autoriza todas las compras, el genera dudas, a lo que se le plantea la posibilidad de una reunión para hablar directamente con él, se agenda la reunión para el lunes 1 de febrero del 2021.

El Salvador

1. Ramater madisal S.A. de C.V

Ramater madisal S.A De C.V es una compañía que se dedica a la venta de repuestos para maquinaria pesada y mantenimiento de maquinaria en general, se dedica a la reparación de motores pesados (motores diésel), a la reparación de sistemas hidráulicos y al alquiler de maquinaria pesada.

El primer contacto se realizó en el mes de octubre en donde se logró contactar a la señora Andrea que muy amablemente tomo nota de la información de la compañía y suministro el correo electrónico al cual enviar el brochure comercial, en el mes de noviembre se contactó nuevamente a la compañía en donde atendió la señora Andrea manifestando que durante el mes el señor Javier portan (encargado de compras) estaría ausente de la empresa por lo que sugirió que se contactara en diciembre.

En el mes de diciembre se logra contactar al señor Javier portan al que se le hace una descripción de industrias LAVCO comentándole sobre la trayectoria y beneficios que se

tendrían a la hora de empezar a trabajar de la mano, el cliente mostro interés en la propuesta por lo que manifestó que en enero se comunicara con Industrias LAVCO .durante el mes de enero se logró contactar nuevamente al cliente quien manifiesta que por el momento aun cuenta con stock por lo cual aún no ve la necesidad de solicitar una cotización, por lo que apenas requiera cotizar se comunicara nuevamente haciendo llegar un listado de camisas para motor diésel.

Puerto Rico

1. Rotto Diésel

Rotto Diesel es una compañía puertorriqueña fundada en 1970 en san juan de puerto rico, dedicados a la venta y reparación de sistemas de inyección diésel, mecánica y electrónica, reconstruyendo motores diésel y gasolina, cuenta con una planta con capacidad para 12 camiones lo cual les permite tener un gran flujo de trabajo reparando motores Diesel.

El primer contacto se hizo en el mes de octubre en donde se logra hablar con el señor Rolando García quien comenta que en puerto rico las camisas diésel son poco usadas por que se tiene la preferencia de rectificar directamente los cilindros de los motores (desbastar las paredes de los cilindros mediante un fresado) y comprar un juego de pistones nuevos, sin embargo le llama la atención la propuesta y solicita la siguiente cotización:



COTIZACIÓN 3031 CAMISAS CUMMINS-ROTTO DIESEL PUERTO RICO			
CLIENTE / CUSTOMER:	ROTTO DIESEL-PUERTO RICO ROLANDO GARCÍA 1327 AV. PD ROOSEVELT, SAN JUAN, 00920 SAN JUAN - PUERTO RICO TEL: (1)787-781-4123 / (1) 787 994 2020	FECHA / DATE: (DD/MM/YY)	28/10/2020
PROVEEDOR / VENDOR:	INDUSTRIAS LAVCO S.A.S KM 4 AUTOPISTA FLORIDABLANCA – PIEDECUESTA BUCARAMANGA – SANTANDER, COLOMBIA TEL: (7) 6381921 CEL: 310 216 1331 CONTACTO: ANDRES DAVID CELIS MARTINEZ comercial@lavco.com.co	SUBJECT / ITEM:	COTIZACIÓN

DOCUMENTOS DE REFERENCIA / DOCUMENTS OF REFERENCE				
SOLICITUD DE COTIZACIÓN DEL CUENTE RECIBIDA POR LLAMADA TELEFONICA				
PRECIO Y COSTOS / PRICING & COSTS INFORMATION				
Item	REFERENCIA	CANT	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	CUMMINS 4BT 6 BT	500	USD 5.80	USD 2,900.00
2	GASTOS DE ORIGEN			USD 497.75
3	FLETE			USD 340.00
4	SEGURO			USD 50.00
TOTAL		100		USD 3,787.75
PRECIOS CIF (INCOTERMS 2020) LAVCO COLOMBIA CAMISAS EN FUNDICION GRIS CENTRIFUGADAS. POSICIÓN ARANCELARIA 8409.91.20				



Fuente. Documentos de la empresa LAVACO

Durante el mes de noviembre y diciembre se hizo contacto con el señor rolando gracia sin embargo manifestaba que por el momento se encontraba haciendo un estudio que le permitiera determinar qué tan viable le era empezar a trabajar con industrias LAVCO. En el mes de Enero se contacta nuevamente el cliente quien comenta que por el momento se encuentra indispueto y

que no puede hacer absolutamente nada dado que se encuentra en aislamiento por salir positivo para Covid-19.

Nicaragua

1. Repuestos automotrices Cardoza

Es una compañía que se dedica a la comercialización de repuestos para vehículos pesados más exactamente para camiones de ISUZU, NISSAN, MITSUBISHI, HINO Y HIUNDAI, manejando un alto inventario para satisfacer a sus clientes. Actualmente se encuentra ubicado en Managua, Nicaragua.

El primer contacto se logra en el mes de octubre en donde se contacta al señor Alejandro Cardozo quien manifiesta que maneja camisas para motores Isuzu Hino y Mitsubishi, nos cuenta que las importa de Panamá y Taiwán, sin embargo solicita la siguiente cotización:



COTIZACIÓN 3025 CAMISAS DIESEL- REPUESTOS AUTOMOTICES CARDOZA-NICARAGUA				
CLIENTE / CUSTOMER:	REPUESTOS AUTOMOTICES CARDOZA Teléfono: (+505) 22259467 Managua, Nicaragua cardozanezario2@hotmail.com	FECHA / DATE: (DD/MM/YY)	19/10/2020	
PROVEEDOR / VENDOR:	INDUSTRIAS LAVCO S.A.S KM 4 AUTOPISTA FLORIDABLANCA – PIEDECUESTA BUCARAMANGA – SANTANDER, COLOMBIA TEL: (7) 6381921 CEL: 310 216 1531 CONTACTO: ANDRES DAVID CELIS MARTINEZ comercial@lavco.com.co	SUBJECT / ÍTEM:	COTIZACIÓN	
DOCUMENTOS DE REFERENCIA / DOCUMENTS OF REFERENCE				
Solicitud de cotización del cliente recibida por correo electrónico.				
PRECIO Y COSTOS / PRICING & COSTS INFORMATION				
Ítem	REFERENCIA	CANT	PRECIO UNITARIO FOB	TOTAL FOB
1	*11012-25518Camisa Nissan FE6TA	60	USD 11.50	USD 690.00
2	*ME041102 Camisa Mitsubishi Fuso 6D16	60	USD 10.80	USD 648.00
3	*1-11261-119-0Camisa Isuzu 6BG1T	60	USD 8.00	USD 480.00
4	*11467-1761Camisa Hino W04C	60	USD 12.00	USD 720.00
TOTAL		240		USD 2,538.00
PRECIOS NETOS NO INCLUYEN IVA NI FLETE				
EMPAQUE Y EMBALAJE: En cajas de cartón alta resistencia zunchadas y plastificadas para protegerlas del salitre como es lo usual para estos despachos. Empaque papel parafinado con marca "LAVCO". Se anexan ilustraciones:				

 info@lavco.com.co (+57) 7 639-5139
 www.lavco.com.co
 Km. 4 Autopista Floridablanca – Piedecuesta
 Bucaramanga - Colombia



Durante el mes de noviembre se estuvo haciendo contacto por medio de WhatsApp en donde se hizo envío de información relevante de la compañía y se contactó vía telefónica, el cliente manifestó en esa ocasión que por el momento no haría efectiva la cotización dado que se encontraba próximo a cerrar el año.

Durante el mes de diciembre se intento contactar al cliente sin embargo atendió las llamadas dado que salió a vacaciones desde inicios de diciembre, sin embargo se le hizo llegar la tarjeta alusiva a la temática navideña. En enero se logra contactar al cliente y manifiesta que pronto se comunicara con industrias LAVCO para hacer un posible pedido.

Conclusiones

- Industrias LAVCO S.A.S es una compañía con trayectoria con reconocimientos y calidad que le permiten ser exportador de camisas para motor
- Industrias LAVCO S.A.S cuenta con una gran presencia en uno de los países más relevantes del mundo, Estados Unidos
- Es una de las compañías más representativas de Santander aportando al desarrollo de la región
- Es una compañía que cuenta con fundición propia y laboratorio de metrología lo cual hace de Industrias LAVCO S.A.S una metal mecánica con un margen de error muy pequeño en el desarrollo del producto.
- Industrias LAVCO hace exportaciones para Honduras, El Salvador, Puerto Rico y Nicaragua sin embargo la línea diesel no es la más fuerte dentro de estos países
- Honduras, El Salvador, Puerto Rico y Nicaragua cuentan con un parque automotor con gran parque automotor usuario de camisas Diesel como camiones y automotores con motores de gran tamaño.
- Las camisas del mercado de camisas Diesel en Honduras, El Salvador, Puerto Rico y Nicaragua son una alternativa al rectificado de los motores.
- A pesar de que Honduras, El Salvador, Puerto Rico y Nicaragua no fueron los países con más puntaje en el estudio de mercados, son países que de una u otra forma tienen un

mercado de parque automotor usado y pesado explotable el cual industrias LAVCO puede llegar.

- Las llamadas de recordación de marca al igual que los correos electrónicos generan en el cliente una sugestión positiva a la hora de buscar proveedores para las camisas de motores diésel.
- El seguimiento que lleva un prospecto de cliente es un proceso bastante largo que requiere de un tiempo bastante largo.
- De los 4 países analizados el país con menos potencial es puerto rico, según las llamadas realizadas en más de una ocasión se hizo énfasis a que la cultura de encamisado no se ve mucho dentro de la isla.
- Nicaragua y honduras son países en los cuales se puede potenciar la adquisición de las camisas diésel y gasolina dado que es un mercado que posee una cantidad considerable de automotores antiguos y automotores pesados.
- El presente trabajo mostro un nuevo panorama en centro américa para las camisas diésel, que si se sigue desarrollando y aprovechando va a ser muy beneficiosos para industrias LAVCO.

Recomendaciones

- Continuar e intensificar el seguimiento a cada una de las compañías haciendo un seguimiento especial a los clientes que tienen cotizaciones vigentes.

- Seguir haciendo por medio de correo electrónico y WhatsApp corporativo campañas que permitan a industrias LAVCO estar presente en la memoria de los clientes prospectos.

- Alimentar la base de datos de clientes prospectos de cada uno de los países.
- Mantener actualizado el brochure comercial.
- Buscar siempre hablar con el encargado del área directamente.

Referencias

Alvarez, J. A. (2010). *Motores alternativos de combustión interna*. Obtenido de

https://books.google.com.co/books/about/Motores_alternativos_de_combusti%C3%B3n_inte.html?hl=es&id=RLDuW6HWXA0C&redir_esc=y

astous, A., Pierre, S., & Sanabria, R. (s.f.). *Investigación de mercado*. Obtenido de

https://books.google.com.co/books?id=tujPyjaYulQC&printsec=frontcover&dq=investigacion+de+mercado&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjNqdWAqK_tAhU_STABHRBvDIMQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=investigacion%20de%20mercado&f=false

Bermejo, A. (2018). *Concepto de Segmentación de Mercados*. Obtenido de

<https://prezi.com/p/s5cqsvhszoi6/concepto-de-segmentacion-de-mercados/>

Bobadilla, L. M. (2007). *Marketing + ventas*. Obtenido de

https://books.google.com.co/books?id=p-4owDnjUawC&pg=PA222&dq=perfil+de+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjIxoLaqq_tAhUCjlkKHY16DSUQ6AEwAnoECAAQAg#v=onepage&q=perfil%20de%20cliente&f=false

Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Ramirez, C. A. (s.f.). *Teorías de internacionalización*. Obtenido

de <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Dialnet-TeoriasDeInternacionalizacion-4780130.pdf>

Como-funciona.co. (s.f.). *Como funciona un bloque de motor*. Obtenido de [https://como-](https://como-funciona.co/un-bloque-de-motor/)

[funciona.co/un-bloque-de-motor/](https://como-funciona.co/un-bloque-de-motor/)

Decreto 1165. (2019). Obtenido de https://www.analdex.org/wp-content/uploads/2019/07/DECRETO-1165-DEL-2-DE-JULIO-DE-2019_compressed-1-comprimido.pdf

Decreto 210. (2003). Obtenido de <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1845734>

Decreto 2153. (2016). Obtenido de https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/decreto_2153_2016.htm

Decreto 2505. (1991). Obtenido de <http://www.suin.gov.co/viewDocument.asp?id=1457834>

Decreto 390. (2016). Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-de-apoyo/gestion-juridica/decretos/decreto-390-de-2016.aspx>

Economía y finanzas Internacionales. (s.f.). *Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith.*
Obtenido de <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/12-teoriaclasica/71-teoria-de-la-ventaja-absoluta-de-adam-smith>

Elsalvador.com. (2019). *Por cada 5 personas hay un vehículo en El Salvador.* Obtenido de <https://www.elsalvador.com/eldiariodehoy/por-cada-cinco-personas-hay-un-vehiculo-en-el-salvador/667419/2019/#:~:text=La%20poblaci%C3%B3n%20estimada%20para%202019%20es%20de%206%2C704%2C864.&text=Por%20cada%20cinco%20personas%20hay%20un%20veh%C3%ADculo%20en>

Espinoza, E. (s.f.). *Métodos y técnicas de recolección de la información.* Obtenido de <http://www.bvs.hn/Honduras/Embarazo/Metodos.e.Instrumentos.de.Recoleccion.pdf>

Gundlach, G. (2004). *The American Marketing Association's 2004 Definition of Marketing:*

Perspectives on Its Implications for Scholarship and the Role and Responsibility of

Marketing in Society. Obtenido de https://www.unf.edu/~ggundlac/pdfs/pub_10.pdf

Hermógenes Gil. (2004). *Manual ceac del automóvil*. Obtenido de

<http://www.tecnofisis.com/?portfolio=manual-ceac-del-automovil>

Hernandez, I., Portilla, M., & Rojas, A. (2014). *Investigación Cualitativa: Una reflexión desde la*

educación como hecho social. Obtenido de [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/2192-](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/2192-Texto%20del%20art%C3%ADculo-7372-2-10-20150826.pdf)

[Texto%20del%20art%C3%ADculo-7372-2-10-20150826.pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/2192-Texto%20del%20art%C3%ADculo-7372-2-10-20150826.pdf)

Ingeniero Marino. (2020). *Bloque con camisas*. Obtenido de [https://ingenieromarino.com/las-](https://ingenieromarino.com/las-camisas-y-su-disposicion-en-el-bloque-motor/#:~:text=Bloque%20con%20Camisas%3A%20Las%20camisas,hora%20de%20ev)

[camisas-y-su-disposicion-en-el-bloque-](https://ingenieromarino.com/las-camisas-y-su-disposicion-en-el-bloque-motor/#:~:text=Bloque%20con%20Camisas%3A%20Las%20camisas,hora%20de%20ev)

[motor/#:~:text=Bloque%20con%20Camisas%3A%20Las%20camisas,hora%20de%20ev](https://ingenieromarino.com/las-camisas-y-su-disposicion-en-el-bloque-motor/#:~:text=Bloque%20con%20Camisas%3A%20Las%20camisas,hora%20de%20ev)

[acuar%20el%20calor.](https://ingenieromarino.com/las-camisas-y-su-disposicion-en-el-bloque-motor/#:~:text=Bloque%20con%20Camisas%3A%20Las%20camisas,hora%20de%20ev)

Instituto Nacional de Estadística. (2018). *Cartilla parque vehicular*. Obtenido de

<https://www.ine.gob.hn/V3/imag-doc/2019/05/Parque-Vehicular-2018.pdf>

Journal of Marketing. (1956). Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/1247692>

La meta repuestos automaticos Honduras. (s.f.). Obtenido de

[http://www.findglocal.com/HN/Comayag%C3%BCela/664078006967726/La-Meta-](http://www.findglocal.com/HN/Comayag%C3%BCela/664078006967726/La-Meta-Repuestos-Automotrices-Honduras)

[Repuestos-Automotrices-Honduras](http://www.findglocal.com/HN/Comayag%C3%BCela/664078006967726/La-Meta-Repuestos-Automotrices-Honduras)

Legis Comex. (2017). *Teoría de la ventaja Comparativa*. Obtenido de

<https://www.legiscomex.com/Documentos/abccomercio-ventaja-comparativa>

Ley 7. (1991). Obtenido de

[https://www.redjurista.com/Documents/ley_7_de_1991_congreso_de_la_republica.aspx#/
/](https://www.redjurista.com/Documents/ley_7_de_1991_congreso_de_la_republica.aspx#/)

Maranto, M., & González, M. E. (2015). *Fuentes de información*. Obtenido de

[https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.p
df](https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf)

Metodologiaeninvestigacion.blogspot.com. (2010). *Fuentes primarias y secundarias*. Obtenido

de [http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/fuentes-primarias-y-
secundarias.html](http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/fuentes-primarias-y-secundarias.html)

Otero, M. A. (2008). *Bussines Pocket*. Obtenido de

[https://books.google.com.co/books?id=w5kGN2WPwWkC&pg=PA15&dq=internacional
izacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj0nvS1r6_tAhWop1kKHVZeCVAQ6AEwAHoE
CAQQA#v=onepage&q=internacionalizacion&f=false](https://books.google.com.co/books?id=w5kGN2WPwWkC&pg=PA15&dq=internacionalizacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj0nvS1r6_tAhWop1kKHVZeCVAQ6AEwAHoECAQQA#v=onepage&q=internacionalizacion&f=false)

Phillip, K. (Febrero de 2001). *Dirección de mercadotecnia*. Obtenido de Octava edición:

<https://anafuenmayorsite.files.wordpress.com/2017/08/libro-kotler.pdf>

Puerto Rico. (2020). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Puerto_Rico 25/11/2020

Real Academia Española. (2001). *Industria*. Obtenido de <https://www.rae.es/drae2001/industria>

Real Academia Española. (2020). *Acceso*. Obtenido de <https://dle.rae.es/acceso>

Real Academia Española. (2020). *Buje*. Obtenido de <https://dle.rae.es/buje>

Real Academia Española. (2020). *Covid 19*. Obtenido de <https://dle.rae.es/COVID>

Real Academia Española. (2020). *Empresa*. Obtenido de <https://dle.rae.es/empresa?m=form>

Real Academia Española. (2020). *Encamisar*. Obtenido de <https://dle.rae.es/encamisar?m=form>

Real Academia Española. (2020). *Estrategia*. Obtenido de <https://dle.rae.es/estrategia?m=form>

Real Academia Española. (2020). *Exportación*. Obtenido de

<https://dle.rae.es/exportaci%C3%B3n>

Real Academia Española. (2020). *Exportar*. Obtenido de <https://dle.rae.es/exportar>

Real Academia Española. (2020). *Importar*. Obtenido de <https://dle.rae.es/importar>

Real Academia Española. (2020). *Mecanizar*. Obtenido de <https://dle.rae.es/mecanizar?m=form>

Real Academia Española. (2020). *Metrología*. Obtenido de

<https://dle.rae.es/metrolog%C3%ADa>

Real Academia Española. (2020). *Rectificar*. Obtenido de <https://dle.rae.es/rectificar?m=form>

Real Academia Española. (2020). *Tratado Internacional*. Obtenido de

<https://dle.rae.es/tratado#FO4sMHO>

Real Academia Española. (2020). *Turbos*. Obtenido de <https://dle.rae.es/tubo>

Rivera, J. (2009). *Conducta del consumidor: Estrategias y políticas aplicadas al marketing*.

Obtenido de

https://books.google.com.co/books/about/Conducta_del_consumidor.html?hl=ca&id=ve

[XDOkhpW9AC&output=html_text&redir_esc=y](https://books.google.com.co/books/about/Conducta_del_consumidor.html?hl=ca&id=veXDOkhpW9AC&output=html_text&redir_esc=y)

Salgado, A. C. (2007). *Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor, metodológico y retos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/686/68601309.pdf>

Santos, A. D. (2021). *Investigación de Mercados: Manual universitario*. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=YuuODwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=investigacion+de+mercados&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj9zN-TqqjuAhW0F1kFHax8CCwQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q&f=false>

Significados.com. (s.f.). *Tipos de investigación*. Obtenido de <https://www.significados.com/tipos-de-investigacion/>

Siicex.gob.pe. (s.f.). *Confeción de la Matriz de selección de Mercados*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/92238281radECDBC.pdf>

Simón, M. Á. (2008). *Internacionalización*. Obtenido de https://books.google.com.co/books/about/Internacionalizaci%C3%B3n.html?id=w5kGN2WPwWkC&redir_esc=y