

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTA MARÍA LA ANTIGUA
FACULTAD DE NEGOCIOS
LICENCIATURA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TESIS DE LICENCIATURA

**CREACIÓN DE UNA NUEVA RUTA DE VENTA HACIA PAÍSES DEL
CARIBE DENTRO DE LA EMPRESA FAIDA INTERNATIONAL,S.A.**

PRESENTADA POR:

JENIA YAU NG

PROFESOR ASESOR: PROF.CHRISTIAN GUTIÉRREZ

PANAMÁ

AGOSTO 2019



Este obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

doi del documento
<https://doi.org/10.37387/speiro.tl.568>

HOJA DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

Asesor

Jurado

Jurado

Estudiante

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primeramente a mi persona, que a pesar de los obstáculos a lo largo de todo este proceso educativo, nunca me rendí para seguir superando mis expectativas y mis metas en la vida; a mi familia y amigos por el apoyo incondicional a lo largo de mi carrera y la constante motivación para seguir adelante.

Jenia Yau

AGRADECIMIENTO

A mis padres por el apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de mi vida, y principalmente por creer en mis habilidades cuando yo misma dudé en ellas, y darme las fuerzas de seguir adelante con mis estudios y poder culminar con éxito. A mis amigos por siempre apoyarme a culminar mis estudios sin importar los obstáculos.

Jenia Yau

ÍNDICE GENERAL

	PÁG.
HOJA DEL TRIBUNAL EXAMINADOR.....	2
DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO.....	4
INTRODUCCIÓN.....	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. ANTECEDENTES.....	13
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.2.1. PROBLEMA GENERAL.....	15
1.2.2. SUBPROBLEMAS.....	15
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
1.3.1. OBJETIVOS GENERALES.....	16
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	16
1.5. HIPÓTESIS.....	18
1.6. DELIMITACIONES Y LIMITACIONES.....	18
1.6.1. DELIMITACIONES.....	18
1.6.2. LIMITACIONES.....	20

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	21
LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES Y SUS ÁMBITOS.....	22
2.1. EL CAMPO DE LA APLICACIÓN.....	22
2.2. RAZONES PARA HACER NEGOCIOS INTERNACIONALES.....	22
2.3. MODALIDADES.....	24
2.4. INFLUENCIAS EXTERNAS.....	25
2.5. ASPECTOS MACROECONÓMICOS.....	27
TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.....	30
2.6. ECONOMÍA DE MERCADO.....	30
2.7. MERCANTILISMO.....	31
2.8. VENTAJA ABSOLUTA.....	31
2.9. VENTAJA COMPARATIVA.....	32
COMERCIALIZACIÓN Y ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN.....	32
2.10. ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN.....	32
2.11. ESTRATEGIAS DE IMPORTACIÓN.....	35
2.12. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN.....	37
LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ.....	39
2.13. PRODUCTOS.....	39
2.14. EL MERCADO INTERNACIONAL.....	41

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	73
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	74
3.2. FUENTES DE LA INFORMACIÓN.....	74
3.2.1. FUENTE PRIMARIA.....	74
3.2.2. FUENTE SECUNDARIA.....	75
3.3. INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.....	75
3.4. VARIABLES.....	76
3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	77
3.6. PROCEDIMIENTO.....	77
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	78
4.1. SITUACIÓN ACTUAL EN EL MERCADO CARIBEÑO.....	79
4.2. VENTAJAS.....	80
4.3. DESVENTAJAS.....	80
4.4. SELECCIÓN DE MUESTRA.....	81
4.5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	81
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1. CONCLUSIONES.....	99
5.2. RECOMENDACIONES.....	101
 BIBLIOGRAFÍA.....	 103
ANEXO.....	104

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No.1: Resumen de información recopilado de cada país.....	79
Cuadro No.2: Resultados de encuestas.....	82
Cuadro No.3: Estimado de compras anuales por cliente.....	89
Cuadro No.4: Compra anual por país en la Zona Libre de Colón.....	95

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica No.1: Encargados de realizar compras.....	83
Gráfica No.2: Clientes que compran en Zona Libre de Colón.....	84
Gráfica No.3: Clientes que no importan desde Panamá.....	85
Gráfica No.4: Clientes que importan de China.....	86
Gráfica No.5: Clientes que importan de Japón.....	87
Gráfica No.6: Clientes que compran localmente.....	88
Gráfica No.7: Frecuencia de compras anuales de clientes que importan desde la Zona Libre.....	89

Gráfica No.8: Productos que más consumen los clientes que compran actualmente en la Zona Libre de Colón.....	91
Gráfica No.9: Marca de carro de los productos que más consumen los clientes que compran actualmente en la Zona Libre de Colón.....	92
Gráfica No.10: Tipo de negocio que tienen los clientes que compran en la Zona Libre de Colón.....	93
Gráfica No.11: Ventas aproximadas anualmente a los mercados actuales en dólar.....	94
Gráfica No.12: Compra anual por país en la Zona Libre de Colón en dólar.....	95
Gráfica No.13: Forma de pago actual de los clientes que compran en la Zona Libre de Colón.....	97

INTRODUCCIÓN

La Zona Libre de Colón es considerado una de las principales fuentes de ingreso de Panamá y es en esta zona franca donde queda ubicado la empresa Faida International,S.A., en donde se realizará la investigación sobre la apertura de una nueva ruta de venta hacia países del Caribe.

Al ser la zona franca más grande del continente americano, la segunda a nivel mundial y una de las primeras zonas francas en América Latina se convierte en un punto estratégico de suma importancia para cualquiera empresa, ya que se les brinda la facilidad de importar y exportar productos a nivel mundial.

Los constantes retos que afronta La Zona Libre de Colón con los pasos de los años hace que las empresas tengan la necesidad de buscar nuevas rutas y estrategias de ventas para poder mantenerse en el mercado, a pesar de la competencia y los avances tecnológicos.

El primer capítulo señala los aspectos relacionados al planteamiento del problema, la justificación, el objetivo general y los objetivos específicos.

El segundo capítulo corresponde al marco teórico, el cual incluye conceptos relacionados a los países del Caribe donde se va realizar apertura de nuevos mercados.

El tercer capítulo se describen aspectos sobre el tipo de investigación, población, muestras, entre otros.

El cuarto capítulo ofrece el análisis de los resultados aplicados a clientes potenciales en los países del Caribe.

En el quinto capítulo se presenta las conclusiones y recomendaciones a la empresa con respecto a esta nueva ruta de venta.

Finalmente se espera que esta investigación pueda ayudar a la empresa a diferenciarse de la competencia y pueda generar mayores ventas al contado.

**CAPÍTULO I:
INTRODUCCIÓN**

1.1. ANTECEDENTES

Faída International, S.A. es una empresa con más de 10 años de experiencia en el mercado; se dedica actualmente a la importación y exportación de partes de autos para países de Centroamérica y Suramérica.

La imagen corporativa de la empresa está basada en su logo y nombre. Faída es la escritura en chino transcrita en español, Fai (发) da (大), el cual significa buena fortuna. Basados en este nombre, la empresa busca mantener las tradiciones de la cultura China y a la vez innovar en todo el mercado Latinoamericano.

Sus principales líneas de productos son:

- Bombas agua
- Bombas de gasolina
- Correas
- Filtros
- Partes de Freno
- Partes de Rodamiento
- Partes de suspensión
- Partes eléctricas
- Pitos

Actualmente está ubicado dentro de la Zona Libre de Colón, una de las más importantes zonas francas a nivel de América Latina. Dentro de sus instalaciones en la Zona Libre de Colón, se encuentra la bodega y la oficina de la empresa en donde se despacha la mercadería que se recibe de los principales países importadores de piezas de auto de Asia, como podemos destacar China y Japón. La empresa cuenta con la facilidad de distribuir sus productos a diversos países de América Latina ya que cuenta con una variedad de empresas logísticas a su disposición ubicadas dentro de la Zona Libre de Colón.

Servicios que ofrece la empresa:

La empresa actualmente cuenta con servicios de:

- Compra de piezas de auto que se mantiene en inventario
- Compra y consolidación directa de productos directos de China
- Consolidación de carga para países de Centro y Suramérica
- Despacho directo de los productos desde China

La empresa cuenta con una oficina en China ubicada en la ciudad de Guangzhou. La ubicación fue seleccionada basada en su punto estratégico de puertos y acceso directo a fabricantes de diversos productos, principalmente piezas de auto.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Es el enfoque que se le va dar a la investigación de este proyecto, en donde se expone los asuntos que se pretende aclarar para llegar de forma eficiente a los objetivo de ésta misma.

1.2.1 Problema general

¿Cómo podemos crear una nueva ruta de venta hacia países del Caribe, para evitar la competencia de empresas de Zona Libre de Colón que solamente están enfocadas en países de Centro y Suramérica?

1.2.2 Subproblemas

- ¿Cómo contactar a los nuevos clientes y entablar una relación comercial?
- ¿Qué ventajas se puede obtener con esta nueva ruta de venta?
- ¿Qué factores favorecen esta nueva ruta de venta?
- ¿Qué productos tiene que traer la empresa para satisfacer las necesidades de este nuevo mercado?
- ¿Qué opciones de compra y pago le va ofrecer la empresa a estos nuevos mercados?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Buscando responder al planteamiento del problema, esta investigación se ha trazado objetivos a lo largo del proceso de investigación, los cuales son: objetivos generales y objetivos específicos.

1.3.1 Objetivos generales

- Creación de una nueva ruta de venta hacia países del Caribe dentro de la empresa Faída International, S.A.
- Describir los pasos a seguir al igual que las ventajas y desventajas de la apertura de una nueva ruta de venta en un mercado desconocido.

1.3.2 Objetivos específicos

- Analizar la capacidad de compra de los países del Caribe.
- Describir los principales obstáculos que enfrenta la empresa al entrar en este nuevo mercado.
- Explicar los factores que favorecerán el crecimiento de la empresa.
- Mostrar las opiniones de los clientes ante la empresa.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Es imprescindible la búsqueda de nuevos mercados con la economía actual, ya que la competencia está enfocada solamente en los países de habla en

español como lo son los países de Centro y Suramérica. Su enfoque es principalmente en estos países ya que existe una barrera con el idioma inglés. Los vendedores no tienen la facilidad de poder comunicarse en otro idioma que no sea español, existe vendedores que tienen una base en inglés, mas no lo suficientemente fluido para que el cliente pueda entablar una conversación amena con el vendedor.

Las constantes facturas al crédito que se le da a los clientes actuales, ha hecho de estos mercados de Centro y Suramérica poco atractivas para negociaciones a largo plazo. Es inevitable no dar crédito en estos mercados, ya que las otras empresas por querer generar ventas han arruinado poco a poco las ventas y cobros en estos países; al igual que la disminución en el porcentaje de ganancia de cada producto por el incremento en la importación de productos de baja calidad, puesto que los clientes solamente quieren un mejor precio sin ver la importancia de la calidad.

El desarrollo de este estudio permite analizar el comportamiento de compra de los países del Caribe y listar una serie de beneficios y medidas que se pueden tomar para incrementar las ventas de la empresa, de esta forma la empresa puede tener la facilidad de abrir nuevos mercados a futuro con una visión a largo plazo.

1.5 HIPÓTESIS

Presentación de las hipótesis de la investigación.

La hipótesis nula es:

Ho: Las exportaciones a países del Caribe no incrementarán las ventas de la empresa.

La hipótesis de investigación es:

Hi: Las exportaciones a países del Caribe sí incrementarán las ventas de la empresa.

1.6 DELIMITACIONES Y LIMITACIONES

En esta parte de las delimitaciones y limitaciones se estará hablando sobre los alcances y limitantes que tiene la investigación.

1.6.1 Delimitaciones

- El área del estudio de la investigación son países del Caribe como: Jamaica, Trinidad y Tobago, Isla Caimán, Haití, Bermuda, Barbados, Granada, Bahamas, Aruba, Curaçao, etc. La investigación está enfocada en países que no hablan español con la finalidad de abrir un

mercado poco accesible y atractivas para las otras empresas que importan y exportan piezas de auto en Zona Libre de Colón.

- El mercado para las piezas de auto que ofrece la empresa está basado en carros con más de 2 años de uso, ya que pasado este periodo de tiempo los carros van requiriendo cambio de piezas de suspensión y freno principalmente; luego de 2 años de uso el carro pierde la garantía de agencia.
- La población que voy a estudiar en específico es de 13 países e islas en el Caribe. La población está seleccionada basada en su idioma oficial o secundaria que es el inglés. En otras islas o países en donde el idioma oficial es holandés o francés, los clientes potenciales de igual manera tienen la facilidad de hablar en inglés ya que son lugares de alto movimiento turístico.
- En la investigación se va analizar las ventajas y desventajas de la venta hacia países del Caribe. Dado que todo mercado siempre va haber ventajas y desventajas presentes, es importante medir las ventajas contra las desventajas para saber si el impacto que va tener en la empresa va ser positivo o negativo.
- En cuanto a los costos de apertura de esta nueva ruta de venta, es importante tener en cuenta los costos que conlleva la apertura de esta nueva ruta de venta, ya que por ser países de alta concurrencia turística,

las visitas a los clientes son más costosas a comparación con otros países de Centro y Suramérica. Por ser lugares con mucho movimiento turístico, los clientes están dispuestos a pagar más por productos de calidad.

- Utilizaremos el sistema de recopilación de datos a través de encuestas vía llamadas telefónicas y recomendaciones de parte de las empresas de logística ubicadas dentro de la Zona Libre de Colón.

1.6.2 Limitaciones

- Los clientes potenciales se encuentran en un país distinto al país local de la empresa Faída International, S.A.
- Los productos que se importa actualmente puede variar ante las necesidades de este nuevo mercado.
- La falta de experiencia en este mercado puede generar grandes costos.
- Las estadísticas de la investigación se van a basar en los montos y frecuencias de compra de los clientes que están comprando actualmente en la Zona Libre de Colón.

CAPÍTULO II:
MARCO TEÓRICO

LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES Y SUS ÁMBITOS

2.1 EL CAMPO DE APLICACIÓN

El campo de aplicación para esta investigación es en los negocios internacionales.

Los negocios internacionales nos brinda grandes ventajas a la hora de desarrollar una empresa ya sea a nivel local o internacional, ya que cuenta con las herramientas necesarias para su ejecución de forma exitosa. El cambiante y demandante mercado que nos rodea hoy en día nos exige mucho más que la forma tradicional de hacer negocios. Muchas barreras de conocimiento han sido vencidos con el tiempo y gracias a la tecnología que tenemos actualmente podemos comunicarnos con facilidad y con personas en otros países.

2.2 RAZONES PARA HACER NEGOCIOS INTERNACIONALES

Una empresa puede contar con una gran cantidad de razones para hacer negocios internacionales. De estas razones podemos destacar las siguientes:

1. **Utilidades:** al incorporar negocios internacionales dentro de una empresa nos brinda una mayor utilidad en los productos ya que al vender mayores volúmenes el costo disminuye.

2. **Incremento de ventas:** es inevitable tener un incremento de venta cuando se tiene la oportunidad de vender productos a diversos países y mercados.
3. **Expansión del mercado:** las barreras de un país a otro deja de existir, ya que el mundo se convierte en su potencial cliente.
4. **Mejor posicionamiento:** al poder abarcar más mercado, existe la tendencia de mayor reconocimiento de la marca y del producto que ofrece la empresa a nivel internacional. Haciendo de ésta un beneficio a largo plazo en donde el cliente exige la compra del producto.
5. **Mayores líneas de producto:** al tener más mercado, la empresa puede innovar y seguir creciendo su portafolio de productos. Al tener más variedad para ofrecer al mercado, la empresa tiene más ventaja sobre otras que solamente tienen una sola línea de producto y puede abarcar más ventas.
6. **Innovación y tecnología:** la empresa por tener mayores ingresos a comparación de un empresa que solamente vende localmente puede invertir en tecnología para seguir creciendo sus operaciones.
7. **Visión global:** son pocas las empresas que tienen la visión de crecer a nivel internacional, pero hoy en día con la globalización y los avances tecnológicos ya no existe barreras o limitantes para que ésta se quede solamente con el mercado nacional.

8. **Satisfacer las necesidades en otros países:** si en el país local existe necesidades por los productos de la empresa, lo más seguro es que en otros países también, y es por eso que es muy conveniente para una empresa tener la misma línea de producto dirigido a otros mercados; de esta forma la empresa puede vender más productos y generar un mayor margen de ganancia. Recordando que cada producto debe poder adaptarse a los distintos gustos de cada mercado.

2.3 MODALIDADES

La característica de una empresa es la forma en la que ésta se dirige y el ambiente que lo rodea. A continuación voy a mencionar aspectos específicos que destaca la modalidad de la empresa Faída International, S.A.

- Empresa privada: Faída International, S.A. es una empresa privada en donde es gestionada por sus dueños y no por una entidad estatal.
- Empresa con ánimo de lucro: el principal objetivo de la empresa es generar ingreso para interés propio, es decir que sus actividades se basan en generar capital para ser luego repartidos entre dueños, accionistas y empleados.

<https://www.twinero.es/blog/diferentes-modalidades-o-tipos-de-empresa>

- **Sociedad Anónima:** la empresa por ser una sociedad anónima permite la entrada de capital externo, mediante la venta de acciones. Esta modalidad permite a la empresa en caso de necesitar capital para futuras inversiones ser generadas sin la necesidad de préstamos bancarios o financiamiento de otras instituciones que incurra en altos intereses mensuales o anuales.

2.4 INFLUENCIAS EXTERNAS

El mundo está en constante cambio. Actualmente, es posible predecir hasta cierto punto el entorno en la que opera la empresa, es por eso que es de suma importancia poder identificar las influencias externas. A continuación voy a mencionar las principales influencias externas de la empresa y cómo ésta la afecta.

- **El gobierno:** las leyes establecidas por el gobierno juega un papel muy importante en las operaciones del negocio ya que son estas misma las que le brinda la facilidad u obstáculos a la hora de determinar lo que puede hacer o no la empresa en un país.
- **Los clientes:** son los motores principales en una empresa; sin ellos la empresa no puede crecer y menos sobrevivir en el mercado. Es importante que la empresa conozca las necesidades del consumidor para poder satisfacer éstas de forma eficiente.

- **Los competidores:** ellos son la fuerza que motiva a la empresa a ofrecer productos de mayor calidad a un precio accesible. Se trata de ganar la atención de los clientes ante nuestros productos y superar a las otras empresas. En nuestra investigación no solamente buscamos obtener la preferencia de los clientes ante nuestros productos, también buscamos en cambiar la estrategia de venta a comparación de otras empresas con la creación de la nueva ruta de venta. La empresa busca establecer una diferencia en el mercado y está enfocado en mejorar sus productos al igual que la atención que le brinda a sus clientes.
- **Los proveedores:** es necesario establecer una relación de mutua ganancia y de buena comunicación entre los proveedores y la empresa, ya que ésta es la principal fuente de obtención de los productos de la empresa. En caso de que algún pedido se atrase podría afectar toda la cadena de compra, venta y cobros.

2.5 ASPECTOS MACROECONÓMICOS

La macroeconomía es dar una explicación del comportamiento de la economía como un conjunto de todo lo que rodea el mercado. Ésta observa los impactos internos y externos que tiene la empresa en el país. Algunas de sus funciones específicas para una empresa son las siguientes:

- **Fomentar el empleo:** si la economía no está bien en un país, es difícil fomentar el empleo ya que los empresarios no van a contar con los recursos necesarios para poder crear empleos dentro de la empresa. La población al no tener empleo afecta de forma directa a la economía de un país, ya que la población no cuenta con los recursos para consumir los productos que hay en el mercado y la falta de recursos en la población hace que ésta busque los productos más baratos sin importar su calidad. Podemos destacar de forma asertiva los mercados que la empresa ha tenido a lo largo de los años que son países de Centro y Suramérica, en donde la tasa de desempleo juega un papel muy importante cuando el cliente elige comprar un producto. Los principales clientes de la empresa se encuentran en los siguientes países: Honduras, Nicaragua, Guatemala y Bolivia.

<https://platzi.com/blog/5-aspectos-macroeconomicos-para-tener-en-cuenta-en-tu-planeacion-financiera/>

Estos países tienen un salario mensual por debajo de los 400.00 dólares y la tasa de desempleo es muy alta por la gran población que tienen, es decir que la oferta de empleo no puede satisfacer la necesidad que existe actualmente en esos países. La población al no tener la facilidad de comprar productos de calidad, abre la puerta a la competencia injusta que solo busca cerrar ventas a corto plazo con precios bajos y productos de baja calidad.

- **Hacer crecer la economía:** para hacer crecer la economía de un país hay que crear confianza en los mercados, generar más demandas, más ingresos y mayor recaudación tributaria que sea distribuido equitativamente a favor de la población. Cuando la economía de un país está en crecimiento, los consumidores busca productos de calidad a pesar de que los precios sean un poco más costosos. La economía se vuelve a activar creando libre oferta y demanda al igual que el ciclo de compra y venta de los productos. La economía de un país es como el motor de ésta misma; si la economía no está en un ritmo positivo, todo lo que gira entorno a ésta se verá afectada.
- **Lograr la estabilidad de precios:** esta es uno de los aspectos más importantes para la empresa ya que al no tener precios estables es difícil predecir el crecimiento de la empresa. El mercado automotriz por ser un mercado que demanda mantener mucho inventario tanto de

carros nuevos como de carros más antiguos y tener una variedad de piezas, se hace difícil hacer ofertas mensuales o liquidación de productos con poco movimiento a comparación de la línea de calzado y ropa que vemos constantemente. En el mercado automotriz una vez que la competencia comience a disminuir los precios es difícil que ésta vuelva a subir, afectando de una forma directa el resto de los productos sin importar su calidad.

- **Obtención de una equilibrada balanza de pagos:** la empresa está en la búsqueda de una nueva ruta de venta por el principal motivo de que tiene mucho crédito con los clientes actuales de Centro y Suramérica. Estas facturas al crédito se debería de pagar máximo a los 60 días posterior al despacho de la carga, pero muchas veces no se cumple dichas condiciones de pago y se extiende desde 90 días hasta 120 días, afectando de forma directa todas las operaciones de la empresa. A pesar de que la empresa no quiera seguir dando créditos se le hace imposible, ya que si no dan crédito los clientes no les compra, sin importar que tan bajo tengan los precio o que tan buena sea la calidad del producto. Por ser clientes de países con escasos recursos buscan siempre los precios más bajos y la empresa que les facilita crédito. A diferencia con países del Caribe en donde su principal ingreso económico está basado en el turismo, cuentan con muchos ingresos en

dólares americanos y euros que tienen más estabilidad a la hora de hacer cambio de moneda; cabe destacar que por ser países poco visitados por empresas de la Zona Libre de Colón, los clientes de estos países están acostumbrados a pagar al contado.

TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

2.6 ECONOMÍA DE MERCADO

En una economía de mercado existe la oferta y demanda ante un producto o servicio. Ésta es la que determina la cantidad y precio de los bienes. El Estado por su parte se encarga de promover la libre competencia entre las empresas. Tener un sistema de economía de mercado es de suma importancia ya que permite la competencia justa entre productos y se crea la demanda para los mercados, destacando también que al tener este sistema económico crea una independencia ante las instituciones estatales la cual le brinda más libertad a las empresas. Con una economía de mercado, la empresa Faida International S.A. puede ofertar sus productos con un precio justo que va acorde a la calidad de las piezas de auto, ofreciendo de esta forma un mercado estable de libre oferta y demanda.

<https://www.ealde.es/teorias-comercio-internacional/>

2.7 MERCANTILISMO

El mercantilismo es una política económica que está basado en el desarrollo del comercio y de la exportación. Las instituciones gubernamentales se basan en regular las importaciones y exportaciones de un país con el fin de generar más riquezas monetarias y recursos naturales a sus favor.

Ésta juega un papel importante para la empresa ya que por ser una empresa con negocios internacionales es necesario conocer las regulaciones de cada país para obtener la mayor ventaja posible y evitar futuros obstáculos.

2.8 VENTAJA ABSOLUTA

La ventaja absoluta para la empresa es su ubicación en la Zona Libre de Colón. Esta ubicación le permite exportar a todos los países e importar productos de cualquier origen. Al tener esta facilidad logística le es atractivo a muchos clientes poder comprar con la empresa, ya que cuentan con un amplio inventario disponible para despachar de forma inmediata, y los días de tránsito a países del Caribe son de una semana desde puerto de Panamá hasta cualquier puerto de destino del Caribe.

2.9 VENTAJA COMPARATIVA

La empresa cuenta con productos de alta calidad provenientes de Japón y de calidad media con precios más accesibles provenientes de China. Al tener ambas opciones para el mercado puede abarcar más clientes con distintas necesidades y es una ventaja que otras empresas no tienen ya que muchas no cuentan con productos de Japón.

COMERCIALIZACIÓN Y ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN

2.10 ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN

La estrategia de exportación que se va utilizar para esta nueva ruta de venta hacia países del Caribe fue seleccionado por el gerente de ventas de la empresa el Sr. Iván Vega; ésta va ser mediante tres rutas, una con origen de China, la segunda despacho mediante el inventario de Panamá y la tercera recibir los contenedores hasta bodega de Panamá para luego ser despachado al país destino del cliente.

Primera ruta: se le va ofrecer esta opción de despacho desde las bodegas de China a los clientes que consumen cierto volumen o monto facturado. El cliente al contar con esta opción tiene la ventaja de adquirir productos específicos que no encuentran en el mercado a precios de fábrica. Con esta ruta los clientes

pueden crear su propia marca bajo la presentación que ellos desean, contando con el respaldo de la empresa en Panamá ante cualquier reclamo que tengan con el producto que reciban. Otros de los beneficios de esta ruta es que los clientes incurren en menor costo de logística y reciben productos a precios más baratos ya que el flete de China a otros país es más barato y conveniente a comparación de los fletes que salen con origen de Panamá. El cliente al elegir esta opción tiene que dar un abono del 30% para poder empezar producción, es por eso que esta opción es poco utilizada por nuestros actuales clientes ya que los productos por ser precios de fábrica no se le puede brindar tantas facilidades de pagos.

Segunda ruta: esta segunda opción de exportación es la que más se utiliza en la empresa ya que le brinda facilidades de pago y de compra a los clientes. Al comprar mediante la disponibilidad en bodega los clientes tienen la opción de manejar más variedad de productos a un menor volumen. Esta opción le brinda un mayor margen de ganancia a la empresa ya que por ser productos en bodega con una disponibilidad inmediata no tienen los mismos precios a comparación de los productos directos de fábrica. Los beneficios de trabajar con este sistema de exportación es que los clientes cuentan con la carga de forma inmediata, luego el cliente selecciona con que transportadora quiere trabajar y los productos; los productos ya tienen la marca de la empresa registrada con un reconocimiento a nivel de Centro y Suramérica.

Muchos de los clientes actuales de la empresa prefieren esta opción de exportación ya que cuentan con una facilidad de pago que le ofrece la empresa; estas facilidades de pago consiste en facturas al crédito por 60 a 90 días. Por ser el sistema de exportación que los clientes más utilizan la empresa se ve forzada a cambiar de estrategia buscando una nueva ruta de venta para evitar facturas al crédito y poder generar más facturas al contado.

Tercera ruta: esta ruta es una combinación de la primera con la segunda ya que el cliente confirma un pedido directo de China y obtiene todos los beneficios de un pedido directo como lo que es precio de fábrica y uso de la marca del cliente dependiendo de la preferencia de éste, pero en vez de que se le despache directo a su país de destino, el cliente prefiere que la carga sea recibida primero en la bodega de la Zona Libre de Colón para luego cargar otro contenedor con destino al país del cliente. Este sistema de exportación le es conveniente al cliente ya que si la carga no llena por completo el contenedor. El cliente tiene la facilidad de poder cargar más mercadería que hay disponible en bodega. El tiempo de tránsito para este proceso es de 2 a 3 días más que un contenedor directo de China, y la diferencia en costo de flete está entre los 200.00 dólares a 400.00 dólares dependiendo de la temporada.

2.11 ESTRATEGIAS DE IMPORTACIÓN

La empresa cuenta con dos estrategias de importación actualmente. La primera está basada en importar productos de China y la segunda está basada en la importación de productos de mayor calidad desde Japón.

Primera estrategia de importación:

Esta primera estrategia de importación es la más común que vemos en empresas de la Zona Libre de Colón, el cual es la importación de productos de origen chino. Estos productos son fabricados dependiendo de la exigencia de cada cliente. En caso de la empresa Faída International S.A. los productos son fabricados bajos los estándares que exige la empresa a las fábricas y todos los productos que importa la empresa de China son bajo marcas ya registrada por la empresa en Panamá. Actualmente la empresa cuenta con dos marcas registrada que son: Power Star y NDK. Dependiendo de la línea de producto que se va importar, se elige la marca que le corresponde a esa línea.

Segunda ruta de importación:

La segunda ruta de importación es desde Japón. Esta ruta de importación fue incorporado en la empresa hace un año, ya que anteriormente la empresa solamente traía productos de origen chino. La empresa decidió implementar esta nueva ruta de importación por la gran cantidad de productos de origen

chino en el mercado y al ver que las fábricas de China no respetan los contratos de exclusividad en ciertos países, la empresa se vio obligada a buscar una nueva ruta de importación con una gama de producto de mayor calidad a la actual para hacer una diferencia en el mercado. La ventaja de esta nueva línea de importación es que por ser productos de mayor calidad y de costos más altos, las fábricas ya cuentan con marcas reconocidas a nivel mundial y no exigen un mínimo de cantidad de compra por factura, facilitando de esta forma la compra de mayor variedad de producto a un menor volumen. Otra de las ventajas que podemos destacar son las reconocidas marcas a nivel mundial, con esta ventaja la empresa no tiene la necesidad de hacer publicidad ya que los productos se venden por sí solos, es decir que el cliente conoce la marca y tiene preferencia hacia esos productos. Una de las desventajas que podemos destacar en esta ruta de importación es que los productos de origen japonés tienen un menor margen de ganancia a comparación de los productos chinos, es por eso que muchas empresas que a pesar de la calidad y prestigio que tienen las piezas de auto con origen japonés prefieren importar productos de China para obtener un mayor margen de ganancia.

Se establece estas estrategias de exportación e importación por las exigencias de los mercados, ya que la empresa cuenta con clientes de diversas necesidades en precio y calidad de los productos.

2.12 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN

La estructura de distribución que maneja una empresa es de suma importancia, ya que basada en esta se puede reducir los costos y llevar el producto de una forma más rápida y eficiente a los clientes.

La empresa Faida International S.A. cuenta con 3 sistemas de distribución indirecto actualmente.

Modelo de distribución mediante bodega de Zona Libre de Colón.

1. La mercancía es despachada mediante contenedores de 20 o 40 pies desde la fábrica de China o Japón.
2. El contenedor es recibido en el puerto de Manzanillo de Colón.
3. Se tramita la debida documentación para retirar el contenedor del puerto. El contenedor es recibido en la bodega de la empresa.
4. Los pedidos se empaca, luego es despachado a la transportadora que el cliente selecciona.
5. La transportadora envía la carga vía terrestre o marítima hasta el país del cliente.
6. El cliente retira la carga en el recinto aduanero de su país.
7. El cliente vende la mercadería al consumidor final.

Modelo de distribución mediante despachos directos en contenedores desde la bodega de China.

1. La mercancía es despachada mediante contenedores de 20 o 40 pies desde la fábrica de China o Japón.
2. El contenedor es recibido en el puerto de destino del cliente.
3. El cliente tramita la debida documentación para retirar el contenedor en el recinto aduanero de su país.
4. El cliente vende la mercadería al consumidor final.

Modelo de distribución mediante despachos directos en contenedores desde Zona Libre de Colón.

1. La mercancía es despachada mediante contenedores de 20 o 40 pies desde la fábrica de China o Japón.
2. El contenedor es recibido en el puerto de Manzanillo de Colón.
3. Se tramita la debida documentación para retirar el contenedor del puerto. El contenedor es recibido en la bodega de la empresa.
4. Se descarga el contenedor en la bodega de la Zona Libre de Colón.
5. Se compara la carga recibida contra lista de empaque y factura.
6. Se solicita otro contenedor con destino al país del cliente.
7. El contenedor es recibido en el puerto de destino del cliente.
8. El cliente tramita la debida documentación para retirar el contenedor en el recinto aduanero de su país.
9. El cliente vende la mercadería al consumidor final.

LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

2.13 PRODUCTOS

La empresa está enfocada principalmente en productos de suspensión y freno ya que son productos que más se consumen de origen chino. Los productos de origen japonés son más variados ya que la fábrica no exige un mínimo de cantidad por línea y están enfocados solamente en partes de motor para carro como lo son empaques, retenedoras, casquillos, sellos, entre otros.

Sus principales líneas de productos de origen chino son:

- Bomba agua
- Bombas de gasolina
- Correas
- Filtros
 - Filtros de aire
 - Filtros de cabina
 - Filtros de aceite
 - Filtro de diésel
- Partes de Freno
 - Pastilla de Freno/ Tacos
 - Zapatas de freno

- Partes de Rodamiento
 - Balineras
 - Hub
 - Punta de flechas
- Partes de suspensión
 - Amortiguadores
 - Terminales Estabilizadoras
 - Terminales de Cremallera
 - Terminales Exteriores
- Partes eléctricas
 - Cable de bujía
 - Bomba de aceite
 - Calentadores
- Pitos

2.14 EL MERCADO INTERNACIONAL

A continuación voy a mencionar los países en donde se va realizar la apertura de la nueva ruta de venta. Hay que destacar de que solamente se está haciendo el enfoque a países de habla en inglés para atraer un mercado totalmente diferente al que existe actualmente, que son clientes de habla en español, para cambiar la estrategia que utiliza las otras empresas en la Zona Libre de Colón que solamente se enfocan en cliente de habla en español, ya que son pocos los vendedores que tienen el conocimiento del idioma Inglés.

Países del Caribe en donde se va abrir una nueva ruta de venta:

1. Antigua y Barbuda
2. Aruba
3. Bahamas
4. Barbados
5. Bermuda
6. Curaçao
7. Haití
8. Isla Caimán
9. Jamaica
10. San Vicente y las Granadinas
11. Santa. Lucía
12. St. Kitts y Nevis
13. Trinidad y Tobago

<http://lanic.utexas.edu/region/caribbean/indexesp.html>

1 . Antigua y Barbuda

Idioma oficial: Inglés

Populación: 100,963 (Estimado 2016)

Territorio total: 440 km²

PIB: 2.731 Billones

Lado del conductor: izquierdo

Lado del timón de conducir: derecho

Modelos de carros más vendidos:

- Honda Step WGN
- Honda Accord
- Toyota Allion

Detalles:

- Este país no es considerado del tercer mundo.
- Tiene mucha influencia de Inglaterra por su colonización.
- Tienen la tendencia de comprar carros y partes usados de Japón.
- Principales marcas de carros: Toyota, Honda y Nissan.
- Está conformado por 2 islas.
- Su capital St. John está ubicado en la isla de Antigua.
- Atrae más de 700,000 turistas al año.
- Es considerado uno de los países más prósperos del Caribe por su turismo y servicios financieros offshore.

Clientes potenciales

Empresa	Teléfono	Dirección
G&E Auto Supplies	+1 268-462-0594	Saint John, Antigua y Barbuda
Kendall Auto Care	+1 268-562-1362	Factory Rd, Piggotts, Antigua y Barbuda
Automotive Art Antigua	+1 268-460-7211	Old Parham Rd, St. George's, Antigua y Barbuda
Auto World Accessories	+1 268-728-9993	Old Parham Rd, St John's, Antigua y Barbuda
Kendall Auto Care	+1 268-562-1363	All Saints Rd, St John's, Antigua y Barbuda
1320 Performance and Accessories	+1 268-722-6000	Bendal's Road, Antigua y Barbuda
Matthew's Autoparts	+1 268-460-9290	Cassada Gardens, Antigua y Barbuda
Little B & J Auto Parts & Accessories	+1 268-562-3514	Herbert's Rd, Potters Village, Antigua y Barbuda
Rubis - Percival Service Station	+1 268-462-1464	Fort Rd, St John's, Antigua y Barbuda
ANDY'S AUTO MACHANIC SHOP	+1 268-764-5811	Piggotts, Antigua y Barbuda

2. Aruba

Idioma oficial: Holandés

Populación: 104,822 (Estimado 2016)

Territorio total: 178.91 km²

PIB: 4.483 Billones

Lado del conductor: derecho

Lado del timón de conducir: izquierdo

Modelos de carros más vendidos:

- Honda Fit
- Kia Picanto
- Toyota Yaris

Detalles:

- Por su cercanía a Colombia y Venezuela tienen una gran migración de estos dos países.
- Cuenta con una de las poblaciones con mayor diversidad étnica del mundo.
- Marcas de carro más vendidos: Hyundai, Toyota y Kia.

Clientes potenciales

Empresa	Teléfono	Dirección
7World Automotive N.V.	+297 586 7170	Seroe Patrishi 59 Unit 6, Tanki Flip 4-A, ARUBA, Aruba
Garage Centraal Aruba	+297 522 6200	Sabana Blanco z/n, Oranjestad, Aruba
Mipos Garage & Autoparts	+297 587 6078	176 Alto Vista Noord, Aruba
Morgenster automotive	+297 582 8238	Oranjestad, Aruba
Quality Auto Parts	+297 582 0220	Caya G-F Betico Croes, 193 - D, Oranjestad, Aruba
New Tire Repair Shop	+297 569 4686	Le Chateau Aruba Ocean Villas, Julianastraat 14, Oranjestad, Aruba
Auto Plus Auto Parts	+297 584 0328	Aruba Reef Apartments, 75b, Savaneta 342 C, Savaneta, Aruba
Brian Autoparts	+297 588 7899	Avenida Milio Croes 18, Oranjestad, Aruba
Polyrama Auto Parts & Services N.V.	+297 582 2110	Oranjestad, Aruba
Axion Autoparts	+297 587 7451	Tanki Leendert 275, Oranjestad, Aruba
NAPA Auto Parts	+297 587 0621	Shaba 1, Noord, Aruba
Brian Autoparts San Nicolas	+297 584 0556	Adolf van Nassaustraat, San Nicolas, Aruba
Automaxx Auto Parts	+297 583 0095	14 D,, Shiribana 14 D, Oranjestad, Aruba
Evolution Motors	+297 588 9294	Oranjestad, Aruba
Napa Auto Parts	+297 583 4363	Rte 7, Oranjestad, Aruba
Universal Eterprises Autopartes Aruba	+297 588 3750	Oranjestad, Aruba
DD Brakes	+297 588 3410	Paradera 143, Paradera, Aruba

Unlimited Auto Parts Center	+297 583 1001	12 b, Morgenster, Oranjestad, Aruba
Krokus Complete Auto Care	+297 593 5915	Dr. Henriquezstraat, Oranjestad, Aruba, Oranjestad, Aruba
Gio Autoparts & Tire Repair Shop	+297 582 8183	Paradera 80 B, Paradera, Aruba
Brian Auto Parts	+297 588 7899	Avenida Milio Croes 97, Oranjestad, Aruba
JR Autocenter	+297 586 2226	Turibana 17, Noord, Aruba

3. Bahamas

Idioma oficial: Inglés

Populación: 391,232 (Estimado 2016)

Territorio total: 13,878 km²

PIB: 12.612 Billones

Lado del conductor: izquierdo

Lado del timón de conducir: derecho

Modelos de carros más vendidos:

- Honda Fit
- Nissan Note
- Toyota Vitz

Detalles:

- Solamente 30 de 700 islas están habitadas en Bahamas.
- A pesar de que en Bahamas se maneja en el lado izquierdo se encuentra carros con el timón del conductor tanto en el lado derecho como en el izquierdo.
- Por su cercanía a Estados Unidos, se importa muchos carros usados de ese país.

Clientes potenciales

Empresa	Teléfono	Dirección
Parts World	+1 242-322-2657	Nasáu, Bahamas
Consumer's Choice Auto Parts	+1 242-356-5749	Blue Hill Road, Nassau, Bahamas
QUALITY AUTO SALES	+1 242-397-1700	Shirley St, Nassau, Bahamas
Rolles Auto Parts	+1 242-392-1122	East St, Nassau, Bahamas
Multi-Auto Parts & Accessories	+1 242-325-2380	Nasáu, Bahamas
Elite Motors	+1 242-394-4442	Wulff Rd, Nassau, Bahamas
Sanpin Motors	+1 242-326-6377	Nasáu, Bahamas
Whim Automotive Ltd.	+1 242-356-9446	76 Wulff Rd, Nassau, Bahamas
Cartwright's Garage	+1 242-393-3949	50, Mackey St, Nassau, Bahamas
Battery and Tyre Specialists. Ltd	+1 242-328-0486	Seventh Terrace, Nassau, Bahamas
Albury's Supply Co Ltd	+1 242-393-0872	124, Mackey St, Nassau, Bahamas
Car Quest	+1 242-602-0940	Freeport, Bahamas
Beneby Auto Service Center	+1 3260332	Wilton Street, Nassau, Bahamas
Quality Star Auto Parts Store	+1 242-367-2979	Don Mckay Blvd, Marsh Harbour, Bahamas
Nassau Motor Company	+1 242-302-0130	Shirley St, Nassau, Bahamas
PCL Imports Ltd.	+1 242-394-1005	#42 Pyfrom Rd., P.O.Box N425, Nassau, Bahamas

http://www.bahamas.gov.bs/wps/portal/public/gov/government!/ut/p/b1/04_Sj9CPyks sy0xPLMnMz0vMAfGjzOKNDdx9HR1NLHzdTQ3MDDxDA3wcA8w9jPy9jYAKIoEKD HAARwNC-sP1o_AqMTGAKsBjhZ9Hfm6qfkFuhEGWiaMiALGJzU0!/dl4/d5/L2dBISEvZ0FBIS9n QSEh/

4. Barbados

Idioma oficial: Inglés

Populación: 277,821(Estimado 2010)

Territorio total: 439 km²

PIB: 5.398 Billones

Lado del conductor: izquierdo

Lado del timón de conducir: derecho

Modelos de carros más vendidos:

- Honda Fit
- Toyota Prius
- Toyota Vitz

Detalles:

- Barbados es uno de los países más visitados por los turistas en el Caribe.
- Barbados recibe más de 1 millón de turistas al año.
- Es el tercer país más desarrollado en el hemisferio occidental, después de los Estados Unidos y Canadá.

Clientes potenciales

Empresa	Teléfono	Dirección
A&A Auto Parts & Accessories	+1 246-436-8141	Tweedside Rd, Bridgetown, Barbados
MB AUTO CITY	+1 246-426-7697	101 Roebuck Street, Bridgetown, Barbados, Bridgetown, Barbados
Hunte's Auto Spares Inc.	+1 246-428-7075	Lot 2, Maxwell Hill BB15065, Barbados
NASSCO Limited	+1 246-227-6000	River Rd, Bridgetown, Barbados
Mark's Auto Spares	+1 246-271-1297	Six Roads, Barbados
Automotive Art Wildey	+1 246-426-1800	Bridgetown, Barbados
Parts Plus	+1 246-425-7278	Black Rock, St. Michael, Spring Garden, Bridgetown, Barbados
Federal Motor Spares Ltd.	+1 246-426-2903	Bank Hall Cross Rd, Bridgetown, Barbados
Mark's Auto Spares	+1 246-437-9819	#2 Belair, Barbados
All Terrain Enterprises	+1 246-427-6162	Strathclyde Crescent, Bridgetown, Barbados, Bridgetown BB11078, Barbados
Simpson Motors Limited	+1 246-417-7777	Simpson Motors, Warrens BB22026, Barbados
Devon Star Auto Supply	+1 246-426-2848	Bridgetown, Barbados
Belleville Auto Spares	+1 246-426-5783	Bridgetown, Barbados
Badat Auto Parts	+1 246-436-5781	Bridgetown, Barbados
Courtesy Garage Limited	+1 246-431-4100	Wildey Main Rd, Bridgetown, Barbados
A.S Auto Stop Inc	+1 246-430-0039	Bridgetown, Barbados
LUMA Trading	+1 246-262-7230	Barbados
McEnearney Quality Inc.	+1 246-467-2400	Wildey Main Rd, Bridgetown, Barbados
Optimum Sales and Service Limited	+1 246-424-1427	Bridgetown, Barbados

1st Choice Auto Parts	+1 246-622-3067	Church St, Speightstown, Barbados
Quality Tyre	+1 246-429-8973	Walrond Street, Bridgetown BB11000, Barbados
UM Auto Spares	+1 246-435-2938	Baxters Rd, Bridgetown BB11026, Barbados
Trans-Tech Inc.	+1 246-418-6628	Oistins, Barbados
Scrap Man Recycling	+1 246-271-5579	Vaocluse, Bridgetown, Barbados
Pit Stop	+1 246-228-8379	Carter's Complex, Wildey, St. Michael, na, Barbados
Percy King	+1 246-422-4275	Rock Dundo, Barbados
Greenidge Distributors	+1 246-420-1153	woodbourne, Barbados
Bajan Recon Car Sales	+1 246-258-0202	Fontabelle, Bridgetown, Barbados
Supreme Auto Parts	+1 246-622-3012	Barbarees Hill, Bridgetown, Barbados

5. Bermuda

Idioma oficial: Inglés

Populación: 71,176 (Estimado 2018)

Territorio total: 53.2 km²

PIB: 5.853 Billones

Lado del conductor: izquierdo

Lado del timón de conducir: derecho

Modelos de carros más vendidos:

- Kia Picanto
- Nissan March
- Suzuki Swift

Detalles:

- No se permite la renta de carros.
- Solamente los residentes están autorizados a tener carros.

Clientes potenciales

Empresa	Teléfono	Dirección
Bermuda Auto	+27 12 001 1564	Suite 82, Zambezi Junction, Zambezi Dr, Pretoria, 0082, Sudáfrica
AutoZone Silverton	+27 12 804 8150	617 Pretoria St, Silverton, Pretoria, 0184, Sudáfrica
Hyundai Zambesi	+27 12 523 2700	Sefako Makgatho Dr, Montana Park, Pretoria, 0151, Sudáfrica

Zambesi Auto - BMW Dealership	+27 12 523 3600	501 Breed St, Montana Gardens, Pretoria, 0159, Sudáfrica
AutoZone Gezina	+27 12 335 2375	Shop 5, Motorcity, Steve Biko Rd, Gezina, Pretoria, 0031, Sudáfrica
Hyundai Hatfield	+27 12 342 5451	1259 Stanza Bopape St, Hatfield, Pretoria, 0028, Sudáfrica
AutoZone East Lynne	+27 12 800 1406	2 Kompanie Ave, East Lynne, Pretoria, 0186, Sudáfrica
AutoZone Zambesi Drive	+27 12 548 6964	Sefako Makgatho Dr, Shop No. 124 Montana Crossing Centre, Montana, Pretoria, 0151, Sudáfrica
AutoZone Wonderboom	+27 12 567 1073	Lavendar Square, Cnr Lavendar and, Braam Pretorius St, Annlin, Wonderboom, 0066, Sudáfrica
AutoZone Rosslyn	+27 12 541 3922	Cnr Hardie Muller St and R566, Shop 6 Rosstax Centre, Absa Forum Building, Rosslyn, 0200, Sudáfrica
Bidvest McCarthy Toyota Gezina	+27 12 356 9400	Steve Biko Rd &, Jacobs St, Gezina, Pretoria, 0084, Sudáfrica
Hyundai Wonderboom	+27 12 543 0649	57 Lavender W Rd, Annlin West, Pretoria, 0182, Sudáfrica
AutoZone Soshanguve Xpress	+27 61 779 3587	Shop 5&6, Sosh Plaza, Morula street, Block FF, Soshanguve, 0152, Sudáfrica
AutoZone Soshanguve	+27 12 790 9700	Buitekant Rd, Shop No.1 & 3 CBD

		Shopping Centre, Soshanguve, Pretoria, 0198, Sudáfrica
AutoZone Mabopane	+27 86 112 2111	Shop 7 Mabopane Junction M17 Industrial Site, Mabopane, 0190, Sudáfrica
HYUNDAI Menlyn	+27 12 002 0003	224 Garsfontein Road, Menlyn, Pretoria, 0049, Sudáfrica
Autozone Hartebeespoort	+27 12 000 7601	Sediba Plaza, Die Ou Wapad St, Hartbeespoort, 0260, Sudáfrica
Hyundai Centurion	+27 12 665 0013	1088 John Vorster Dr, Highveld, Centurion, 0062, Sudáfrica
Renault Midrand	+27 11 238 6000	451 New Rd, Randjespark, Midrand, 1685, Sudáfrica
Group 1 Hyundai Midrand	+27 11 312 2678	450 16th Rd, Randjespark, Midrand, 1685, Sudáfrica

6. Curaçao

Idioma oficial: Holandés

Populación: 160,012 (Estimado 2018)

Territorio total: 444 km²

PIB: 3.1 Billones

Lado del conductor: derecho

Lado del timón de conducir: izquierdo

Modelos de carros más vendidos:

- Hyundai i10
- Kia Picanto
- Suzuki Swift

Detalles:

- Se habla cuatro idiomas las cuales son: Holandés, Inglés, Español y Papiamentu.
- El dólar americano es aceptado en todo el país.

Clientes potenciales

Empresa	Teléfono	Dirección
Napa Auto Parts	+599 9 461 3867	A9 Orionweg, Willemstad, Curazao
Carex Curaca	+599 9 868 6064	Winston Churchillweg 106, Willemstad, Curacao, Curazao
Napa Auto Parts	+599 9 869 5211	Willemstad, Curazao

Gilimar Auto Parts	+599 9 888 1190	Schottegatweg West 156, Palu Blanku,, Curazao
Imperial Sales & Services N.V.	+599 9 767 5736	Rooi Santoe #700-b, Willemstad, Curazao
NAPA Auto Parts	+599 9 767 6272	Gosieweg, Willemstad, Curazao
Chamo Auto Parts BV	+599 9 738 9588	Kaya Charles Maduro, Willemstad, Curazao
Montana auto parts	+599 9 869 5147	Road to, Road to landfill Malpais, Willemstad, Curazao
Hot Wheels Tire Center	+599 9 788 1384	28 Kaminda Elektrishen, Willemstad, Curazao
Piezo Motor Parts - Scooter Zone Curaçao	+599 9 696 9877	429 Franklin D. Rooseveltweg, Willemstad, Curazao
Napa Auto Parts & Tire Center	+599 9 465 8285	219 Caracasbaaiweg, Willemstad, Curazao
Imperial Sales & Services N.V.	+599 9 737 1378	Gosieweg #146, Willemstad, Curazao
Caribbean Dip Company (CDC)	+599 9 670 7603	98 Schottegatweg Oost, Willemstad, Curazao
ZAP Batteries	+599 9 461 0270	Orionweg 5 Kaya A, Willemstad, Curazao
Imperial Sales & Services N.V.	+599 9 868 2878	Argentinaweg #1, Willemstad, Curazao
Buy for Less Auto Parts	+599 9 747 3517	648 Kaminda Duvert Boy Nicolina, Willemstad, Curazao
Kuzeta B.V.	+599 9 747 2111	Kaya Angel J. Leanez, Willemstad, Curazao

<https://www.caribbeanislands.com/curacao/>

7. Haití

Idioma oficial: Francés

Populación: 10,847,334 (Estimado 2016)

Territorio total: 27,750 km²

PIB: 19.979 Billones

Lado del conductor: derecho

Lado del timón de conducir: izquierdo

Modelos de carros más vendidos:

- Honda Civic
- Nissan Sentra
- Toyota Corolla

Detalles:

- El país más pobre del Caribe.
- Haití es considerado uno de los países más corruptos y peligrosos del mundo.

Cientes potenciales

Empresa	Teléfono	Dirección
Japon Auto Parts	509 22 26 7821	Puerto Príncipe, Haití
Galaxy Auto Parts	509 29 49 4811	288 Route de Delmas, Port-au-Prince, Haití
Speedy Auto Parts	509 29 41 1113	154, Port-au-Prince, Haití
Qualité Auto Parts	509 28 16 2424	179 Rue du Magasin de l'Etat, Port-au- Prince, Haití
Jacky Auto Parts	509 3798 0431	Puerto Príncipe, Haití
Discount Truck Parts	509 37 01 5367	49 6120, Boulevard Toussaint Louverture, Port-au-Prince, Haití
Okay Oto Parts S.A.	509 31 09 0909	12 Tabarre 37, Boulevard du 15 Octobre, Port-au-Prince 6153, Haití
Gama Auto Parts	+509 29 16 2525	Rue Champ de Mars, Port-au-Prince, Haití
Atlantis Motors	+509 29 41 1568	17a Boulevard Toussaint Louverture, Port-au-Prince, Haití
Mima S.A.	+509 28 10 9999	331 Avenue Magloire Ambroise, Carrefour- feuilles, Port-au-Prince, Haití
Hinoto S.A.	+509 29 98 4000	Route de Delmas, Port- au-Prince, Haití
Sun Auto S.A.	+509 28 12 4646	Boulevard du 15 Octobre, Port-au- Prince, Haití
Caribe Motors	+509 29 40 3001	33 Boulevard Toussaint Louverture, Port-au- Prince, Haití
Automeca	+509 29 41 2544	22 Boulevard Toussaint Louverture, Port-au- Prince, Haití
European Motors S.A	+509 37 37 3232	Puerto Príncipe, Haití
Behrmann Motors	+509 22 50 0600	61, Port-au-Prince, Haití

Tirezone / Lebrun S.A	+509 28 19 1919	31, Boulevard Toussaint Louverture Route de l'Aéroport, Port-au-Prince, Haïti
AutoPlaza S.A.	+509 28 16 1001	20, Blvd Toussaint Louverture,, Boulevard Toussaint Louverture, Port-au-Prince 6120, Haïti
Good 2 Go Car Dealer	+509 37 06 9866	17, rue Boukman (49B), Delmas 49 Delmas, 6120, Haïti
Acra Tires	+509 22 57 2813	122, Petion-Ville, Haïti
Perfecta Honda	+509 37 01 1162	Citibank, 17A, Boulevard Toussaint Louverture, Port-au-Prince, Haïti
Novamat Motors, S.A.	+509 29 40 9446	12 Boulevard du 15 Octobre, Port-au-Prince, Haïti
Haojin	+509 39 00 0090	Puerto Príncipe, Haïti
Blindhasa Service Center	+509 29 45 0101	Angle Rte de Delmas et Delmas 101, 101, Port-au-Prince, Haïti
Multimotors Bajaj	+509 36 61 8461	RN1, Cap-Haïtien, Haïti
Apollo Motors	+509 28 13 0003	87-A Route de L, aeroport, Haïti

https://www.abc.es/internacional/abci-haiti-pais-mas-pobre-america-201001130300-1133034649490_noticia.html

8. Isla Caimán

Idioma oficial: Inglés

Populación: 64,420 (Estimado 2016)

Territorio total: 264km²

PIB: 2.507 Billones

Lado del conductor: izquierdo

Lado del timón de conducir: derecho

Modelos de carros más vendidos:

- Honda Inspire
- Kia Rio
- Nissan Altima

Empresa	Teléfono	Dirección
NAPA Auto Parts	+1 345-943-0200	33 Hirst Rd, Savannah, Islas Caimán
Automotive Art Cayman	+1 345-949-7102	480 Shedden Rd, George Town, Islas Caimán
Parkers	+1 345-949-2899	George Town, Islas Caimán
Danny's Auto Parts	+1 345-917-5154	George Town, Islas Caimán
Cartronics	+1 345-949-4446	20 Saturn Close, George Town, KY1-1108, Islas Caimán
Auto King Service Center	+1 345-946-1079	103 N Sound Rd, George Town, Islas Caimán
Trac Automotive	+1 345-945-3876	494 Shedden Road, POBox 10106, George Town, Cayman Islands, KY1-1001, Islas Caimán
Tony's Toys	+1 345-946-8697	George Town, Islas Caimán

<https://www.caribbeanislands.com/es/islas-caiman/>

9. Jamaica

Idioma oficial: Inglés

Populación: 2,890,299 (Estimado 2017)

Territorio total: 10,991km²

PIB: 26.981 Billones

Lado del conductor: izquierdo

Lado del timón de conducir: derecho

Modelos de carros más vendidos:

- Nissan Tiida
- Toyota Corolla
- Toyota Probox

Detalles:

- El turismo es el principal ingreso del país.
- La banana es su principal producto de exportación.
- Posicionado dentro de los 5 países preferidos por los turistas.

Clientes potenciales:

Empresa	Teléfono	Dirección
Bert's Auto Parts	+1 876-901-4657	57 Molynes Rd, Kingston, Jamaica
Excel Auto Parts	+1 876-757-0570	95 1/2 Hagley Park Rd, Kingston, Jamaica
Auto King Parts & Accessories	+1 876-746-7006	Portmore, Jamaica
Alex Imports Ltd	+1 876-765-2317	284 Spanish Town Rd, Kingston, Jamaica
Sheldons Auto Parts Ltd.diff	+1 876-920-9170	Shops 2-4, Miel Complex, 1, Molynes Rd, Kingston 10, Jamaica
Trinjam Auto Parts & Accessories Ltd	+1 876-745-3849	Old Harbour, Jamaica
Bert's Auto Parts	+1 888-991-5459	6 - 10 Camp Rd, Kingston, Jamaica
Automotive Art Suzuki Dealer	+1 876-968-0397	Bahía Montego, Jamaica
Kings Auto	+1 876-758-3181	East Rd, Kingston, Jamaica
Bert's Auto Parts	+1 876-906-0184	56 Hagley Park Rd, Kingston, Jamaica
S & N Auto Sales and Japanese Used Parts	+1 876-964-3164	Main Street Christiana, Manchester, Jamaica
Lin Chris Auto Supplies Co Ltd	+1 876-983-2404	Old Harbour, Jamaica
Superior Auto Parts	+1 876-962-7965	11 Caledonia Rd, Mandeville, Jamaica
West Coast Honda Jamaica	+1 876-464-5976	Shop #12 Dunbar Mall, Dunbar River , Savanna La Mar , Westmoreland , Jamaica, Savanna la Mar, Jamaica
Fidelity Motors Ltd.	+1 876-948-5459	5-18 Hanover St, Kingston, Jamaica
Miracle Corporation Ltd	+1 876-929-8107	31, 5 Collins Green Ave, Kingston, Jamaica

Superior Parts Ltd	+1 876-758-5478	10, 88 Hagley Park Rd, Kingston, Jamaica
D&S Auto Parts Ltd	+1 876-622-5466	72 Hagley Park Rd, Kingston, Jamaica
Jamaica Turbo Repair Services Limited	+1 876-978-7227	Kingston, Jamaica
Universal Shocks Ltd	+1 876-620-2020	58 Red Hills Rd, Kingston 10, Jamaica
IPP Auto Parts	+1 876-758-3898	379 Spanish Town Rd, Kingston, Jamaica
Quarrie's Auto Parts	+1 876-971-6103	Mc Catty St, Montego Bay, Jamaica
Impack Auto Parts Ltd	+1 876-979-0207	Jarrett St, Montego Bay, Jamaica
Classiq Auto Solutions	+1 876-979-2213	Bahía Montego, Jamaica
Global Auto Parts and Accessories Ltd.	+1 876-704-8162	Shop # 3 R.T. Plaza, Bayside, Portmore, Jamaica
Kinns Auto Supplies	+1 876-940-4406	Tate St, Montego Bay, Jamaica
Parts To Go	+1 876-617-5829	Falmouth, Jamaica

10. San Vicente y las Granadinas

Idioma oficial: Inglés

Populación: 109,643 (Estimado 2016)

Territorio total: 389 km²

PIB: 1.373 Billones

Lado del conductor: izquierdo

Lado del timón de conducir: derecho

Modelos de carros más vendidos:

- Nissan Note
- Toyota Corolla
- Toyota Noah

Detalles:

- Cuenta con 5 aeropuertos alrededor de la Isla.
- Cuenta con 7 puertos.

Clientes potenciales

Empresa	Teléfono	Dirección
Cash Money Auto	+1 784-451-2300	San Vicente y las Granadinas
Big Tigga's Auto	+1 784-456-2255	San Vicente y las Granadinas
AUTOMAX Auto Parts	+1 784-458-2000	San Vicente y las Granadinas
Lewis Auto World	+1 784-456-2244	San Vicente y las Granadinas
Rent & Drive Auto Parts	+1 784-457-5601	Arnos Vale, San Vicente y las Granadinas
Brewsters Auto Supplies	+1 784-453-3138	Kingstown, San Vicente y las Granadinas
JMK Auto Parts & Rentals	+1 784-451-3670	San Vicente y las Granadinas

<https://www.caribbeanislands.com/es/saint-vincent-y-el-granadinas/>

11. Santa Lucía

Idioma oficial: Inglés

Populación: 178,015 (Estimado 2016)

Territorio total: 617 km²

PIB: 2.689 Billones

Lado del conductor: izquierdo

Lado del timón de conducir: derecho

Modelos de carros más vendidos:

- Nissan March
- Suzuki Alto
- Toyota Noah

Detalles:

- Alrededor de 350,000 turistas visita esta isla anualmente.
- La banana y la pesca es su principal producto de comercialización.
- La mayor parte de los turistas llegan a la isla por medio de barcos y no aviones.

Clientes potenciales

Empresa	Teléfono	Dirección
Fedee Auto Parts	+1 758-450-7500	Santa Lucía
NAPA Auto Parts	+1 758-452-5034	Avenida Santa Isabel, Santa Lucía
Auto Masters	+1 758-450-1195	Gros Islet, Santa Lucía
Auto Specialist	+1 758-451-2287	Bexon, Santa Lucía
Total Auto	+1 758-458-2943	Sansouci, Santa Lucía
Starlite	+1 758-451-6981	Brazil St, Castries, Santa Lucía
Auto Specialist	+1 758-454-5563	Vieux Fort, Santa Lucía
Genuine Parts World	+1 758-454-5867	La Retraite, Santa Lucía
Check Us Inc.	+1 758-721-9450	La Retraite, Santa Lucía
Anesto's Auto Parts	+1 758-454-3378	Vieux Fort, Santa Lucía
Automotive Art	+1 758-453-6444	Vide Boutielle Castries, Santa Lucía
Automotive Art	+1 758-454-8290	Valma Commercial Mall, La Tourney, Santa Lucía
St. Lucia Bandag	+1 758-452-3234	Castries, Santa Lucía
Rasco Garage	+1 758-452-9092	Gros Islet, Santa Lucía
MR Auto Parts	+1 758-453-6007	Aquarius Cross, St Louis St, Castries, Santa Lucía
Spencer's Towing And Used Auto Parts Services Inc.	+1 758-454-9527	Vieux Fort, Santa Lucía
Kamakie Auto Parts	+1 758-451-0166	Castries, Santa Lucía

<https://web.archive.org/web/20130605065323/http://www.stlucia.org/planner/about.asp>

12. St.Kitts and Nevis

Idioma oficial: Inglés

Populación: 54,821 (Estimado 2016)

Territorio total: 261 km²

PIB: 1.758 Billones

Lado del conductor: izquierdo

Lado del timón de conducir: derecho

Modelos de carros más vendidos:

- Honda Civic
- Hyundai Tucson
- Toyota Corolla

Detalles:

- Cuenta con 2 aeropuertos.
- Es el país más pequeño en América tanto en territorio como en población.

Clientes potenciales

Empresa	Teléfono	Dirección
Island Tyres & Hardware Ltd	+1 869-469-1980	Stoney Grove, Saint Kitts and Nevis, Charlestown, San Cristóbal y Nieves
Zone 1 Auto	+1 869-469-7181	San Cristóbal y Nieves
Pennyless Auto Parts	+1 869-469-0454	Pump Road Charlestown, San Cristóbal y Nieves
Inner City Tire Services	+1 869-665-9989	17.367953, - 62.755951, Unnamed Road, Mansion, San Cristóbal y Nieves
TDC Automotive	+1 869-465-2505	CA Paul Southwell Industrial Site Basseterre St. Kitts, San Cristóbal y Nieves
Ticbal Electrical/ Parts Store	+1 869-765-0444	KN, Rawlins, St Pauls, San Cristóbal y Nieves
Hi-Tech Solutions	+1 869-465-2686	Basseterre, San Cristóbal y Nieves

<http://thecommonwealth.org/our-member-countries/st-kitts-and-nevis>

13. Trinidad and Tobago

Idioma oficial: Inglés

Populación: 1,359,193 (Estimado 2018)

Territorio total: 5,139 km²

PIB: 45.149 Billones

Lado del conductor: izquierdo

Lado del timón de conducir: derecho

Modelos de carros más vendidos:

- Nissan Note
- Nissan Tiida
- Toyota Fielder

Detalles:

- Trinidad y Tobago tiene el depósito más grande del mundo de asfalto.
- Es uno de los países más ricos y desarrollados del Caribe.
- Es considerado el país más desarrollado económicamente en el Caribe.

Clientes potenciales

Empresa	Teléfono	Dirección
Alfred's Auto Rentals Ltd	868-639-7448	Crown Pt , Tobago
Ali & Sons Auto Spares & Accessories	868-663-3681	1 Francis St , Tunapuna
Amar Distributors Spare Parts & Service	868-622-9015	3 Long Cir Rd St James
Antoine's Auto Repairs	868-660-7811	56 Sangsters Hill , Scarborough
Carnbee Auto & General Supplies Ltd	868-639-9304	Carnbee Main Rd , Tobago
Central Auto Spares & Accessories	868-665-5095	89 Montrose Main Rd , Chaguanas
Chaguanas Auto Supplies Limited	868-665-4416	44 Southern Main Rd, Montrose, Trinidad y Tobago
Chuna's Auto Spares & Accessories	868-672-4573	247 Cacandee Rd , Chaguanas
Courtesy Car Parts Ltd	868-674-9150	Boundary Rd, San Juan, Trinidad y Tobago
Dailey Imports Ltd	868-658-3873	126 Union Pk W , Marabella
Den's Electronics	868-639-3497	N I B Mall Scarboro
Dindial's Auto Supplies	868-672-4336	Main Rd LongVI
Dollarsavers Auto Parts	+1 868-778-0521	Bamboo Grove Settlement #2, South Valsayn, Valsayn, Trinidad y Tobago
Double R Limited Auto Supplies	868-653-0129	Cross Crossing Union Hall, Trinidad y Tobago
Emilio's Auto Parts Ltd.	868-302-3232	Bamboo #3 Boulevard, Trinidad y Tobago
F J (Auto) Sales & Services Ltd	868-659-1619	LP 74 Soledad Rd , CIBay
Francis Auto Supplies Ltd	868-639-2204	126 Milford Rd , Scarborough
Granpark Auto Rentals Ltd	868-639-9873	Crown Pt Tobago

IM A/C Parts	868-639-8100	10 Store Bay Local Rd , Bon Accord
Intex Auto Supplies	868-663-3884	Trinidad y Tobago
James & James Enterprises (Car Parts)	868-639-8365	Carnbee Vlg Tobago
Len-K's Auto Spares & Accessories	868-648-2886	49 Main Rd , Pt Fortin
Lin's Auto Rentals	868-639-7510	Crown Point Airport Tobago
Montrose Electronic Supplies & Spare Parts	868-665-0765	5 Mn Rd , Montrose
Mr Parts	868-639-3891	Crooks River , Scarborough
People's Auto Supplies	868-639-4687	78 Easterfield Rd , Mason Hall
Prakash Ramberan Genuine Spare Parts	868-674-3400	Sixth Av & Twelfth St , Barataria
Ramcharitars' Auto Spares	868-662-4665	28 Pasea Main Rd , Tunapuna
Ramlogan H Automotive Supplies	868-668-2465	Lp 901 Eastern Mn Rd SGrande

<https://www.britannica.com/place/Trinidad-and-Tobago>

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo cualitativo ya que se basa en buscar datos no cuantificables para la apertura de la nueva ruta de venta hacia países del Caribe. La investigación está centrada en aspectos descriptivos de cada país e isla en donde se quiere abrir esta nueva ruta de venta, que a la vez permite una visualización más amplia de las oportunidades y obstáculos que existen en este nuevo mercado para la empresa.

3.2 FUENTES DE LA INFORMACIÓN

3.2.1 Fuente primaria

En esta investigación se utilizó como fuente primario de información las encuestas vía teléfono a los clientes potenciales descritos anteriormente. Mediante estas encuestas, el objetivo era recolectar información sobre el interés en importar piezas de auto por parte de los clientes potenciales, medir su experiencia comprando con empresas en la Zona Libre de Colón y consultar si están interesados en importar líneas de productos que se especializa la empresa como partes de suspensión y partes de freno. Una vez recolectada la información se pasa a un filtro de seguimiento dependiendo del interés que mostró el cliente.

3.2.2 Fuente secundaria

Se contacto a transportadoras ubicadas dentro de la Zona Libre de Colón especializadas en tramitar la logística a países del Caribe, para brindarnos apoyo con la información de clientes que tienen actualmente que importan piezas de auto. Las transportadoras colaboraron sin problema alguno en facilitar la información con la salvedad de que cuando el cliente confirme un pedido la carga sea despachada con ellos. La información recolectada por parte de las transportadoras no fue muy útil ya que no tenían muchos clientes que se dedicaban a la importación de piezas de auto, contaban principalmente con clientes que importan calzado y ropa.

3.3 INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

Los instrumentos de medición suelen ser de orden cualitativo con un conjunto de información obtenida mediante la observación y las entrevistas. En esta investigación se aplicará un cuestionario vía telefónica a los clientes potenciales descritos en el capítulo II para conocer sus opiniones. El cuestionario es seleccionado como el principal instrumento de medición ya que nos permite recopilar información sobre las opiniones de los clientes potenciales. (En el Anexo se adjunta el cuestionario utilizado).

Aplicación:

- La encuesta a los clientes potenciales es aplicada mediante llamadas telefónicas.
- El investigador al realizar la llamada a los clientes potenciales pregunta por el encargado de compras.
- Una vez en comunicación con la persona encargada de compra procede a realizar las preguntas formulada en el cuestionario.
- El investigador recopila la información y lo ingresa a una tabla en formato excel para luego ser analizado.
- Al tener la información en la tabla se procede a realizar gráficas para tener una visualización más amplia y poder analizar los resultados para luego presentar un informe.
- Finalmente el investigador presenta los resultados finales en un informe de investigación.

3.4 VARIABLES

Variable Independiente: las visitas a los clientes potenciales de cada país.

Variable dependiente: el impacto de los resultados en las ventas de la empresa.

3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población elegida para la investigación está compuesta por 6 clientes potenciales de cada país seleccionado, en donde se busca realizar apertura de la nueva ruta de venta, haciendo un total de 78 clientes potenciales de 13 países. Por motivo de tiempo se decide tomar la muestra basada en 6 clientes por país.

3.6 PROCEDIMIENTO

Las actividades que se desarrollaron en esta investigación son:

- a. Consulta bibliográfica sobre el tema de apertura de un nuevo mercado.
- b. Estudio del sector automotriz en el Caribe.
- c. Formulación de objetivos, variables e hipótesis de la investigación.
- d. Elaboración del instrumento de recolección de datos.
- e. Prueba piloto para conocer las opiniones sobre el instrumento a utilizar.
- f. Ajustes al instrumento.
- g. Diseño de la investigación.
- h. Aplicación de la encuesta a los clientes potenciales de cada país.
- i. Análisis de los datos.
- j. Presentación de los resultados.
- k. Presentación del Informe final.

CAPÍTULO IV
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Situación actual en el mercado caribeño

Se realizó una encuesta vía telefónica a 6 clientes de cada país mencionado anteriormente con el propósito de conocer el comportamiento de compra de estos clientes y de esta forma identificar las posibles ventajas y desventajas en esta nueva ruta de venta hacia países del Caribe. La muestra está basada en 78 clientes provenientes de 13 países.

Cuadro No.1

Resumen de información recopilado de cada país

NO.	PAÍS	IDIOMA	POPULACIÓN	TERRITORIO KM2	PIB BILLONES	L. DEL CONDUCTOR	L. DEL TIMÓN
1	Antigua y Barbuda	INGLÉS	100,963	440	2.731	IZQUIERDO	DERECHO
2	Aruba	HOLANDÉS	104,822	178.91	4.483	DERECHO	IZQUIERDO
3	Bahamas	INGLÉS	391,232	13,878	12.612	IZQUIERDO	DERECHO
4	Barbados	INGLÉS	277,821	439	5.398	IZQUIERDO	DERECHO
5	Bermuda	INGLÉS	71,176	53.2	5.853	IZQUIERDO	DERECHO
6	Curaçao	HOLANDÉS	160,012	444	3.1	DERECHO	IZQUIERDO
7	Haiti	FRANCÉS	10,847,334	27,750	19.979	DERECHO	IZQUIERDO
8	Isla Caimán	INGLÉS	64,420	264	2.507	IZQUIERDO	DERECHO
9	Jamaica	INGLÉS	2,890,299	10,991	26.981	IZQUIERDO	DERECHO
10	San Vicente y las Granadinas	INGLÉS	109,643	389	1.373	IZQUIERDO	DERECHO
11	Santa Lucía	INGLÉS	178,015	617	2.689	IZQUIERDO	DERECHO
12	St.Kitts and Nevis	INGLÉS	54,821	261	1.758	IZQUIERDO	DERECHO
13	Trinidad and Tobago	INGLÉS	1,359,193	5,139	45.149	IZQUIERDO	DERECHO

77% de los países hablan en inglés y tienen el timón del conductor en el asiento derecho del carro. Son las principales características que diferencia a estos clientes del Caribe con clientes de Centro y Suramérica, en donde el principal idioma que se habla es el español y el timón del conductor se

encuentra en el asiento izquierdo del carro. Al tener la ubicación del timón del carro distinto a los países del mercado actual, no afecta los productos que la empresa está trayendo actualmente ya que los productos se pueden utilizar para ambos lados.

4.2 Ventajas

- Pago al contado.
- Clientes potenciales para compras desde la bodega de Zona Libre de Colón y pedidos directo a China.
- Poca competencia en estos países.
- Alto volumen de compra en la región del Caribe.
- Facilidad de realizar pagos en dólares.

4.3 Desventajas

- El principal idioma en algunos países es holandés o francés.
- El mercado por país es más pequeño.
- Son pocas las empresas de logística en la Zona Libre de Colón que envían carga a esos países.
- Viático para visitar clientes en el Caribe es más costoso a comparación de clientes de Centroamérica.

4.4 Selección de muestra

El método utilizado para la selección de muestra es probabilístico y aleatorización; este método me permite seleccionar de forma equitativa a todos los clientes potenciales descrito en el capítulo anterior. La ventaja de complementar este método con la técnica aleatoria, es que me permite minimizar los sesgos de muestreo ya que al realizar la selección aleatoria correctamente permite que la muestra sea representada por toda la población.

4.5. Análisis de los resultados

El análisis e interpretación de resultado es un proceso del estudio investigativo que nos permite ilustrar mediante gráficas los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la población seleccionada, de esta forma determinar conclusiones más acertadas y recomendaciones que van acorde a la apertura de esta nueva ruta de venta.

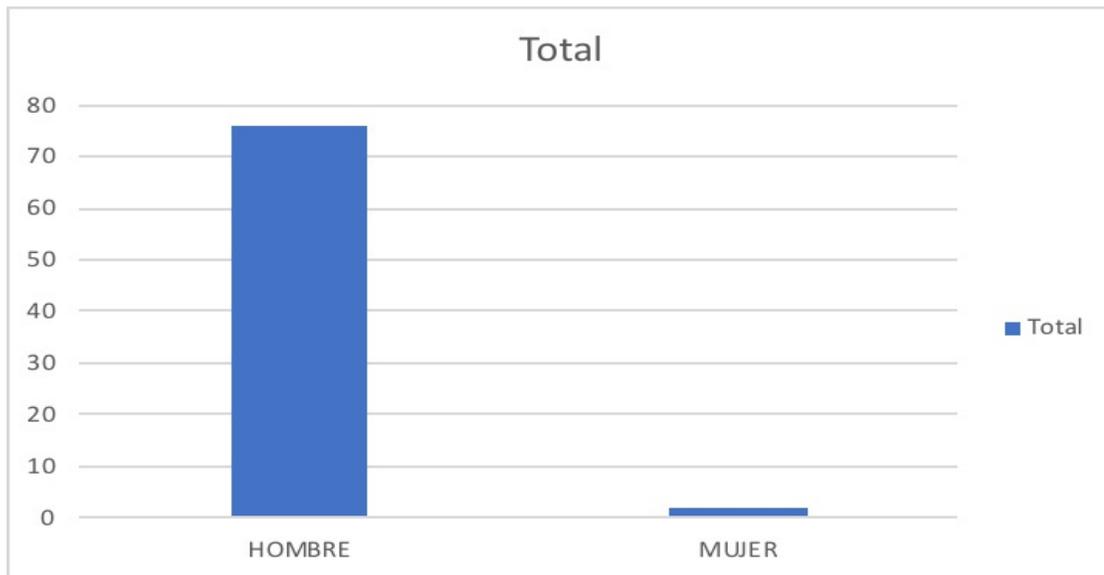
<https://sites.google.com/site/tecninvestigacionsocial/temas-y-contenidos/tema-1-la-investigacion-social/fases-de-la-investigacion-social/analisis-e-interpretacion-de-resultados>

Cuadro No.2: resultados de encuestas

NO.	PAIS	HOMBRE-MUJER	COMPRA EN ZL?	¿Quieren comprar en la Zona Libre de Colón?	IMPORTA DE CHINA?	IMPORTA DE JAPON?	COMPRA LOCALMENTE?	FRECUENCIA DE COMPRAS ANUALES	PIEZAS QUE MAS COMPRA EN ZONA LIBRE	MARCA DE CARRO QUE MAS COMPRA	DISTRIBUIDOR O MINORISTA?	MONTO X CADA COMPRA APROX.	TOTAL ANUAL APROX.	FORMA DE PAGO
1	Antigua y Barbuda	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	5	MORTIGUADOR	TOYOTA	MINORISTA	3000	15000	CONTADO
2	Antigua y Barbuda	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	4	MORTIGUADOR	TOYOTA	MINORISTA	2800	11200	CONTADO
3	Antigua y Barbuda	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI	0			MINORISTA			
4	Antigua y Barbuda	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI	0			MINORISTA			
5	Antigua y Barbuda	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI	0			MINORISTA			
6	Aruba	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI	0			MINORISTA			
7	Aruba	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	5	TERMINALES	HONDA	MINORISTA	3200	16000	CONTADO
8	Aruba	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI	0			MINORISTA			
9	Aruba	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI	0			MINORISTA			
10	Aruba	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI	0			MINORISTA			
11	Aruba	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	3	TACO	TOYOTA	MINORISTA	6000	18000	CONTADO
12	Aruba	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI	0			MINORISTA			
13	Bahamas	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	6	TACO	TOYOTA	MINORISTA	4000	24000	CONTADO
14	Bahamas	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	7	TERMINALES	TOYOTA	MINORISTA	3000	21000	CONTADO
15	Bahamas	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI	6	TERMINALES	NISSAN	MINORISTA	3000	18000	CONTADO
16	Bahamas	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
17	Bahamas	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
18	Bahamas	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
19	Barbados	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	3	MORTIGUADOR	TOYOTA	MINORISTA	6000	18000	CONTADO
20	Barbados	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	4	TERMINALES	TOYOTA	MINORISTA	5000	20000	CONTADO
21	Barbados	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI	7	TACO	TOYOTA	MINORISTA	4000	28000	CONTADO
22	Barbados	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
23	Barbados	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
24	Barbados	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
25	Bermuda	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	4	MORTIGUADOR	KIA	MINORISTA	5000	20000	CONTADO
26	Bermuda	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	4	MORTIGUADOR	NISSAN	MINORISTA	5000	20000	CONTADO
27	Bermuda	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
28	Bermuda	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
29	Bermuda	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
30	Bermuda	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
31	Curacao	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
32	Curacao	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	4	TERMINALES	HYUNDAI	MINORISTA	3000	12000	CONTADO
33	Curacao	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
34	Curacao	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
35	Curacao	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
36	Curacao	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
37	Haiti	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	6	TERMINALES	HONDA	MINORISTA	6000	36000	CONTADO
38	Haiti	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	8	TACO	TOYOTA	MINORISTA	5000	40000	CONTADO
39	Haiti	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	4	MORTIGUADOR	NISSAN	MINORISTA	7000	28000	CONTADO
40	Haiti	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	6	TERMINALES	TOYOTA	MINORISTA	5000	30000	CONTADO
41	Haiti	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
42	Haiti	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
43	Isla Caimán	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	4	TERMINALES	NISSAN	MINORISTA	4000	16000	CONTADO
44	Isla Caimán	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
45	Isla Caimán	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
46	Isla Caimán	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
47	Isla Caimán	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
48	Isla Caimán	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
49	Jamaica	HOMBRE	SI		SI	SI	SI	3	TERMINALES	TOYOTA	MAYORISTA	6000	18000	CONTADO
50	Jamaica	MUJER	SI		NO	NO	SI	6	TACO	TOYOTA	MINORISTA	12000	72000	CONTADO
51	Jamaica	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	8	MORTIGUADOR	HONDA	MAYORISTA	8000	64000	CONTADO
52	Jamaica	HOMBRE	SI		SI	NO	SI	4	TERMINALES	TOYOTA	MAYORISTA	12000	48000	CONTADO
53	Jamaica	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	8	TERMINALES	TOYOTA	MAYORISTA	12000	96000	CONTADO
54	Jamaica	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	12	TERMINALES	TOYOTA	MAYORISTA	10000	120000	CONTADO
55	San Vicente y las Granadinas	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	4	MORTIGUADOR	TOYOTA	MINORISTA	4000	16000	CONTADO
56	San Vicente y las Granadinas	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
57	San Vicente y las Granadinas	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
58	San Vicente y las Granadinas	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
59	San Vicente y las Granadinas	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
60	San Vicente y las Granadinas	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
61	Santa Lucia	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	4	MORTIGUADOR	TOYOTA	MINORISTA	6000	24000	CONTADO
62	Santa Lucia	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	5	TERMINALES	TOYOTA	MINORISTA	5000	25000	CONTADO
63	Santa Lucia	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	4	TERMINALES	TOYOTA	MINORISTA	5000	20000	CONTADO
64	Santa Lucia	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
65	Santa Lucia	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
66	Santa Lucia	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
67	St.Kitts and Nevis	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	6	TERMINALES	HONDA	MINORISTA	5000	30000	CONTADO
68	St.Kitts and Nevis	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	4	MORTIGUADOR	TOYOTA	MINORISTA	6000	24000	CONTADO
69	St.Kitts and Nevis	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
70	St.Kitts and Nevis	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
71	St.Kitts and Nevis	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
72	St.Kitts and Nevis	HOMBRE	NO	SI	NO	NO	SI				MINORISTA			
73	Trinidad and Tobago	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	7	MORTIGUADOR	TOYOTA	MAYORISTA	8000	56000	CONTADO
74	Trinidad and Tobago	MUJER	SI		NO	NO	SI	8	MORTIGUADOR	NISSAN	MAYORISTA	8000	64000	CONTADO
75	Trinidad and Tobago	HOMBRE	SI		SI	SI	SI	4	TACO	TOYOTA	MAYORISTA	10000	40000	CONTADO
76	Trinidad and Tobago	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	8	TERMINALES	TOYOTA	MINORISTA	7000	56000	CONTADO
77	Trinidad and Tobago	HOMBRE	SI		NO	NO	SI	7	MORTIGUADOR	TOYOTA	MINORISTA	10000	70000	CONTADO
78	Trinidad and Tobago	HOMBRE	NO	SI	SI	NO	SI							CONTADO
													1234200.00	

Gráfica No.1

Encargados de realizar compras



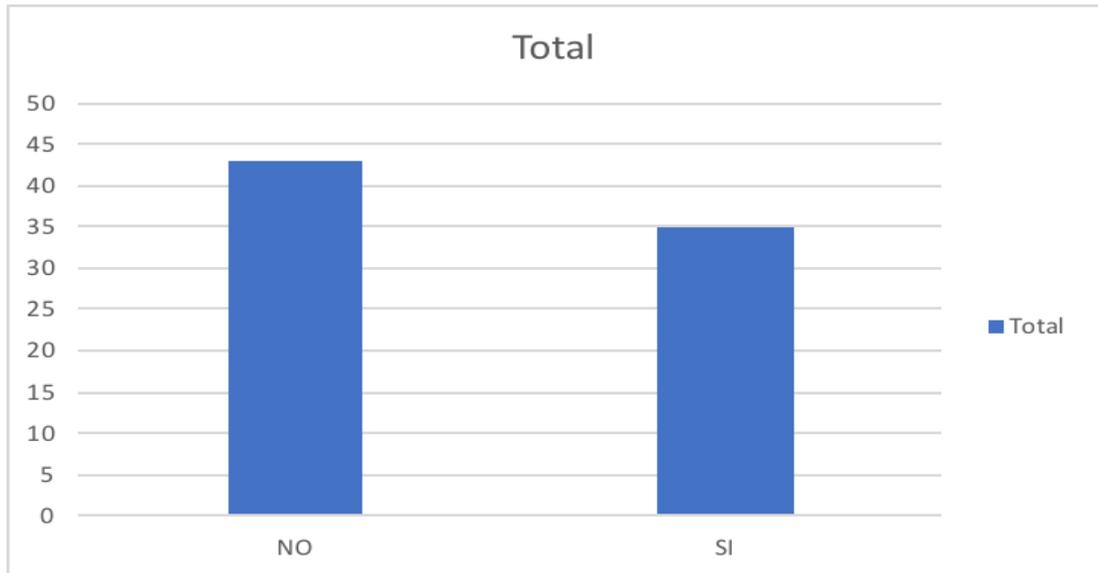
Hombre: 76 (97%)

Mujer: 2 (3%)

Los encargados de realizar las compras en el negocio de venta de piezas de auto existe la tendencia de ser la mayoría hombres, ya que son pocas las mujeres que tienen interés en hacer negocios relacionados al mercado automotriz.

Gráfica No.2

Clientes que compran en Zona Libre de Colón



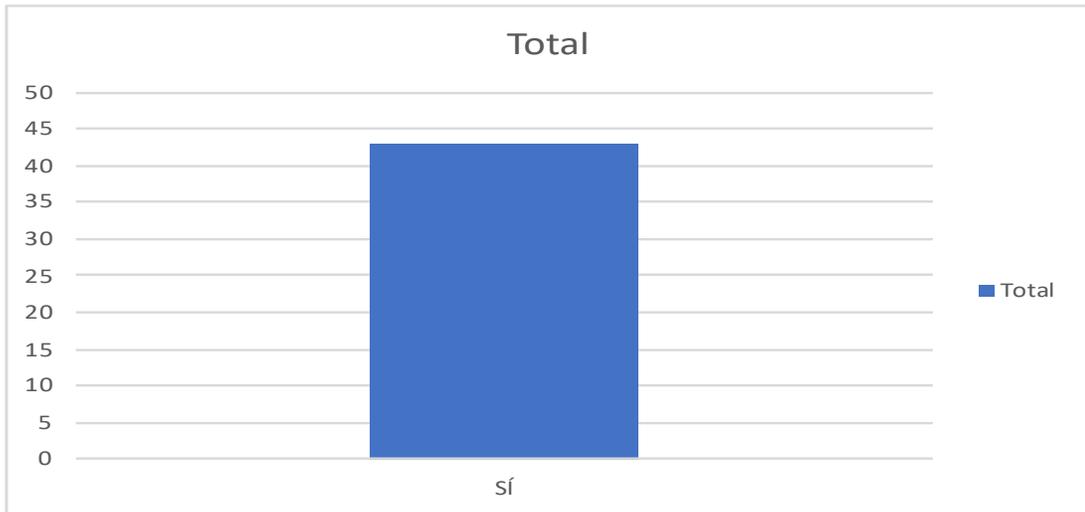
NO: 43 clientes (55%)

SÍ: 35 clientes (45%)

Son más los clientes que no compran en Zona Libre de Colón por falta de conocimiento en la logística y la barrera del idioma del inglés con el español.

Gráfica No.3

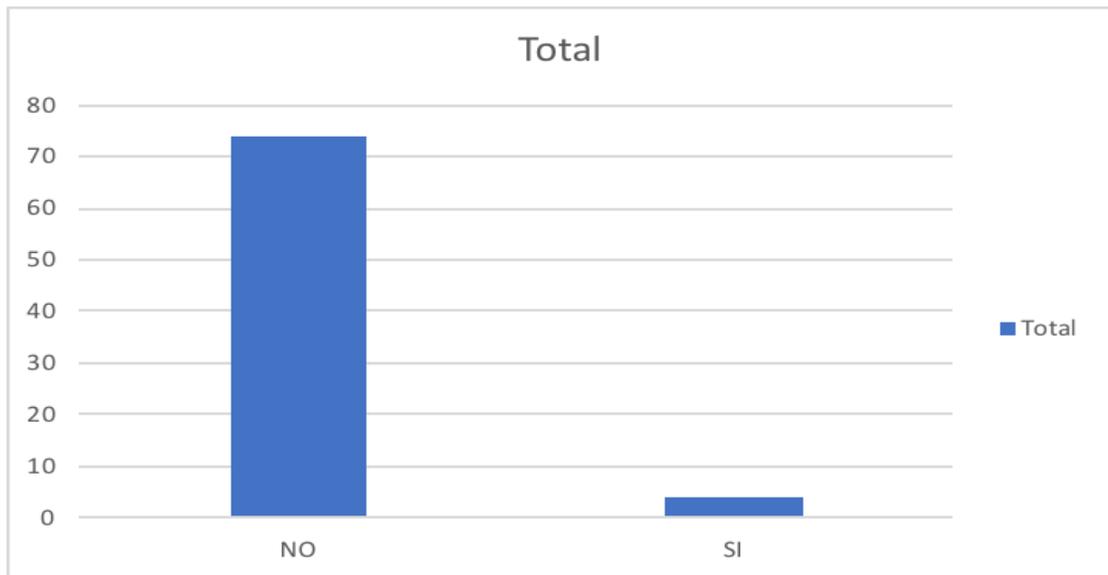
Cientes que no importan desde Panamá



Los 43 clientes que no están importando actualmente desde Panamá, tienen el interés de realizar compras en la Zona Libre de Colón siempre y cuando puedan tener una buena comunicación con la empresa que va realizar la compra. El 100% de los clientes sí están dispuestos a realizar compras en la Zona Libre de Colón.

Gráfica No.4

Cientes que importan de China



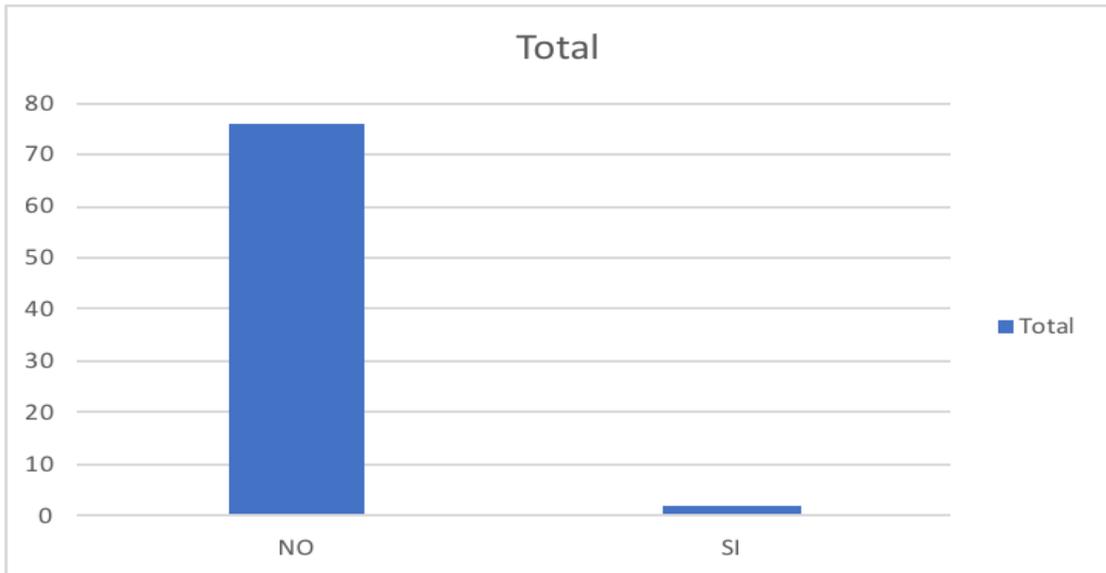
NO: 74 clientes (95%)

SÍ: 4 clientes (5%)

Por ser países con una demanda de volumen bajo, muy pocos son los clientes que importan desde China y prefieren comprar localmente a empresas mayoristas o comprar las piezas en internet desde Estados Unidos.

Gráfica No.5

Clientes que importan de Japón



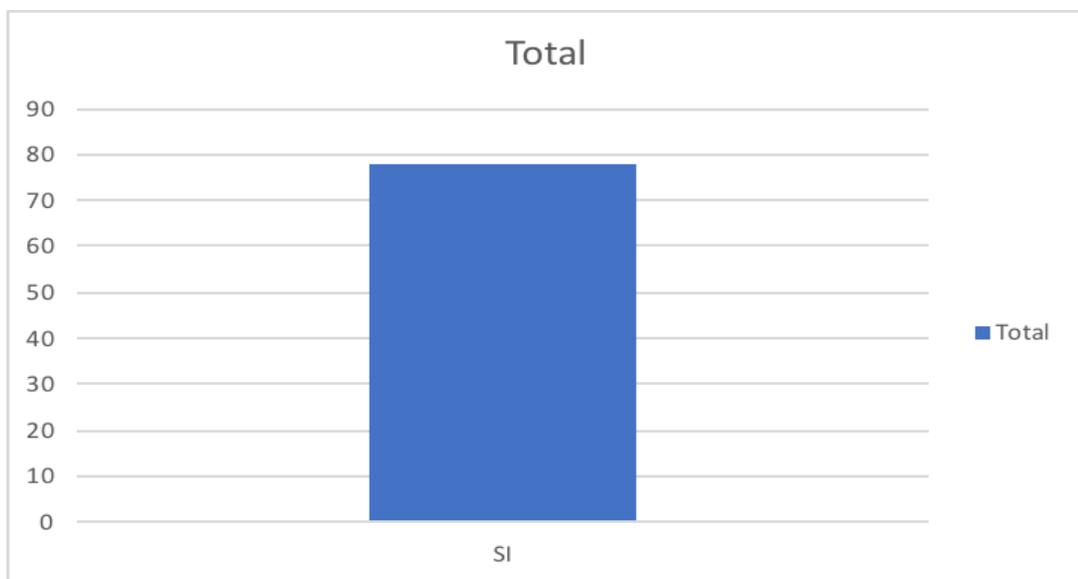
NO: 76 clientes (97%)

SÍ: 2 clientes (3%)

Son pocos los clientes del Caribe que importan desde Japón ya que es mucho más costoso importar productos de origen japonés. En nuestra encuesta los 2 clientes que importan desde Japón también importan desde China y Zona Libre de Colón; y son clientes de Jamaica y Trinidad y Tobago, los dos países más desarrollados del Caribe, es decir que estos clientes cuentan con la capital y el consumo para importar productos de otros países.

Gráfica No.6

Cientes que compran localmente

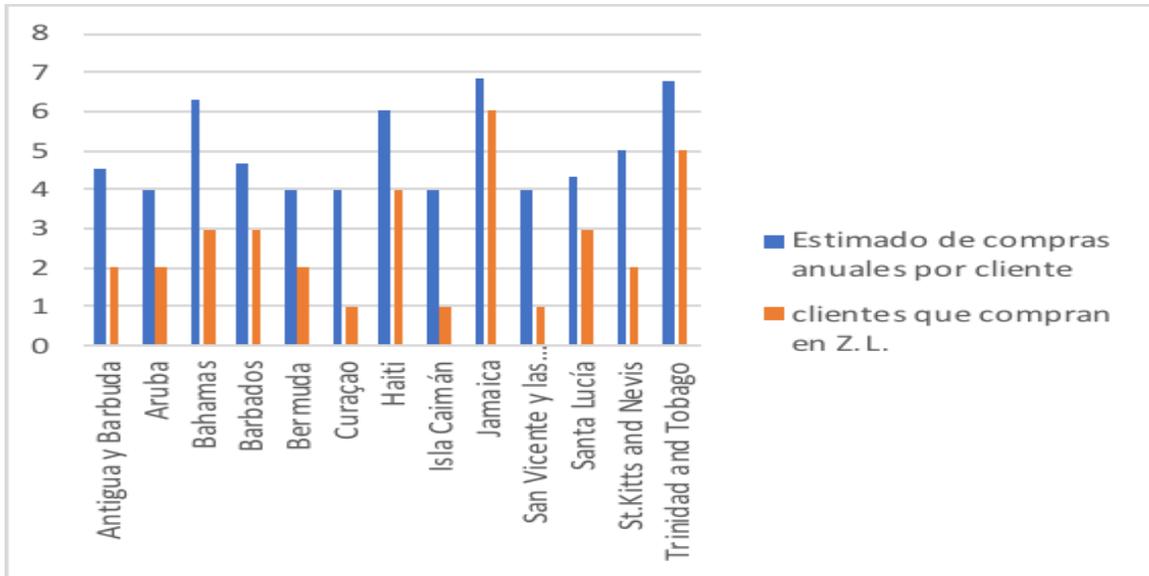


SÍ: 78 clientes (100%)

Todos los clientes encuestados realizan compras locales ya sea entre empresas minoristas o mayoristas para tener mayor variedad de productos a su disposición; las compras no necesariamente tienen que ser de volúmenes grandes, puede ser hasta de una sola pieza.

Gráfica No.7

Frecuencia de compras anuales de clientes que importan desde Zona libre



Cuadro No.3

Estimado de compras anuales por cliente

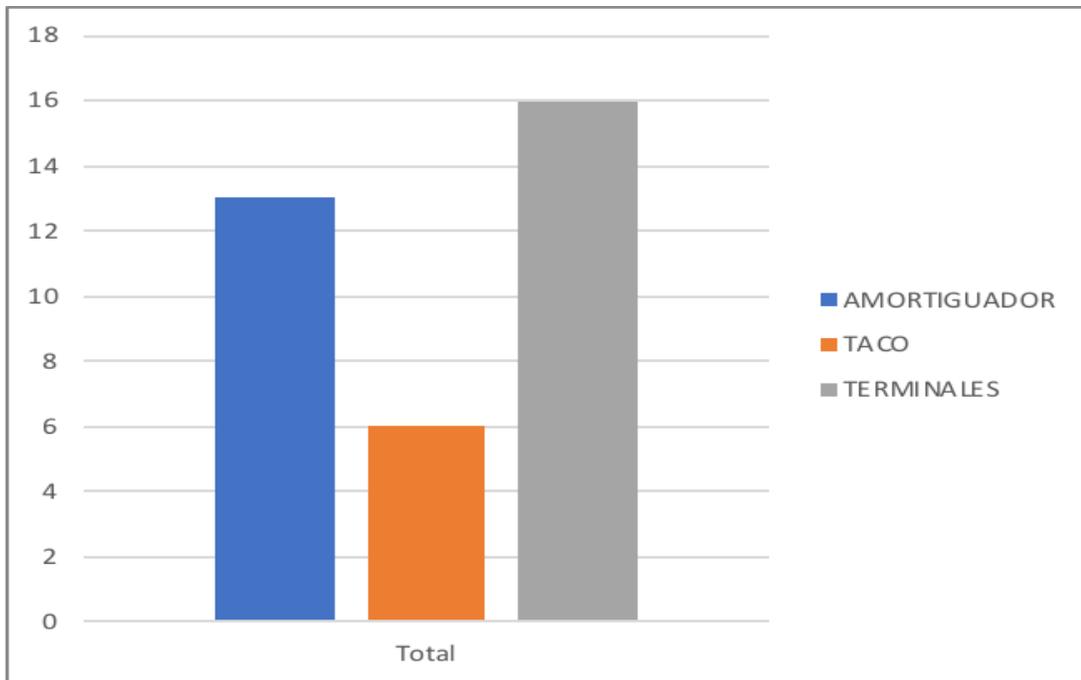
País	Estimado de compras anuales por cliente	clientes que compran en Z.L.	% de clientes que compran en Z.L.
Antigua y Barbuda	5	2	5.71%
Aruba	4	2	5.71%
Bahamas	6	3	8.57%
Barbados	5	3	8.57%
Bermuda	4	2	5.71%
Curaçao	4	1	2.86%
Haití	6	4	11.43%
Isla Caimán	4	1	2.86%
Jamaica	7	6	17.14%

San Vicente y las Granadinas	4	1	2.86%
Santa Lucía	4	3	8.57%
St.Kitts and Nevis	5	2	5.71%
Trinidad and Tobago	7	5	14.29%
Total	5	35	100.00%

Los clientes de Jamaica y Trinidad y Tobago son los clientes con mayor frecuencia de compra y son los países que más importan desde la Zona Libre de Colón. Durante la encuesta, los clientes de estos dos países son los que se mostraron más interesados en establecer una relación comercial con la empresa.

Gráfica No.8

Productos que más consumen los clientes que compran actualmente en la Zona Libre de Colón



Amortiguador: 13 países (37%)

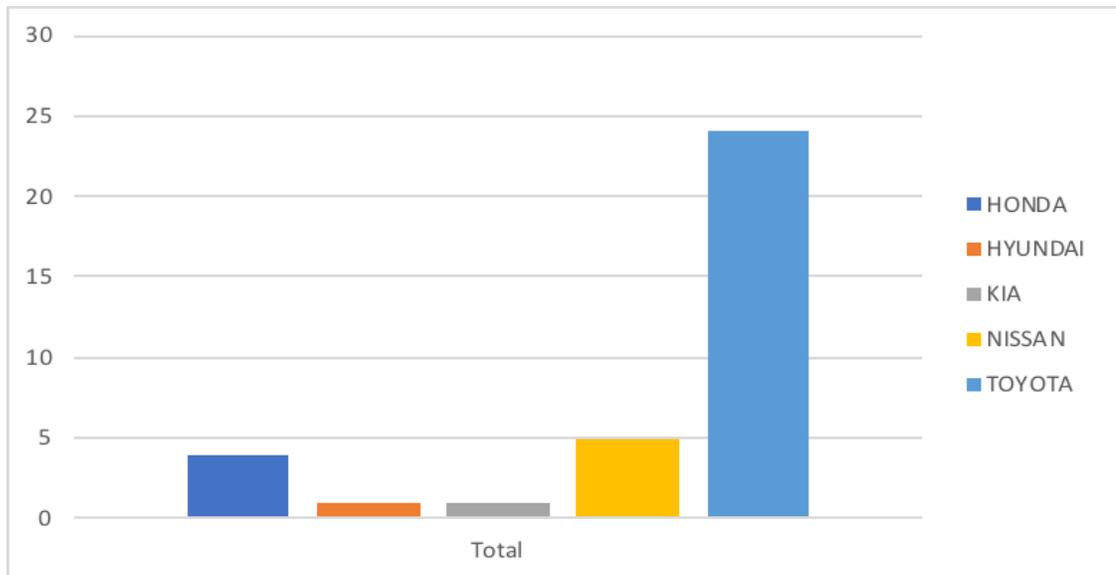
Taco: 6 países (17%)

Terminales: 16 países (46%)

Los clientes que compran actualmente en la Zona Libre de Colón consumen más productos de suspensión como lo son los terminales y amortiguadores a comparación de las partes de freno como los tacos.

Gráfica No.9

Marca de carro de los productos que más consumen los clientes que compran actualmente en la Zona Libre de Colón



Honda: 4 países (11%)

Hyundai: 1 país (2.86%)

Kira: 1 país (2.86%)

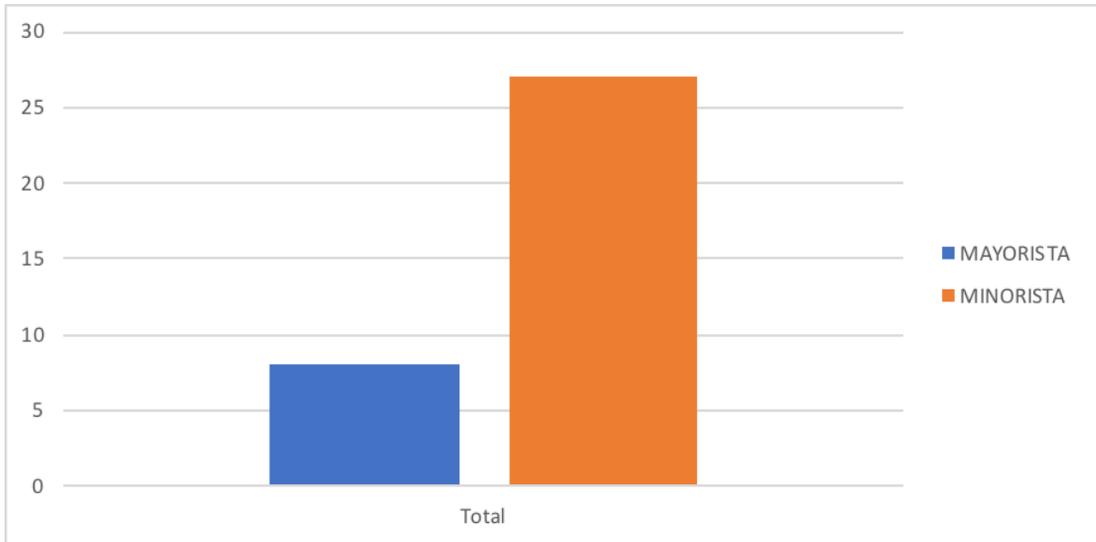
Nissan: 5 países (14.28%)

Toyota: 24 países (69%)

Las piezas de carro que más consumen los clientes del Caribe son piezas para la marca de carro Toyota, los clientes buscan más piezas para carros japoneses que coreanos.

Gráfica No.10

Tipo de negocio que tienen los clientes que compran en la Zona Libre de Colón



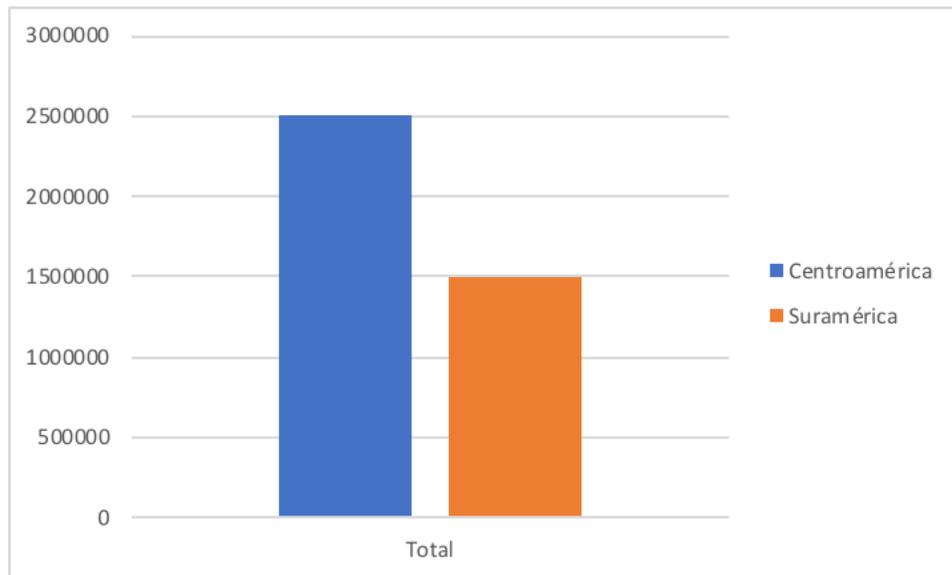
Mayorista: 8 clientes (23%)

Minorista: 27 clientes (77%)

El 77% de los clientes encuestados son empresas minoristas; por ser países de poca población no existe muchos mayoristas, ya que no requieren de la venta de grandes volúmenes de productos sino de una gran variedad de producto.

Gráfica No.11

Ventas aproximadas anualmente a los mercados actuales en dólar



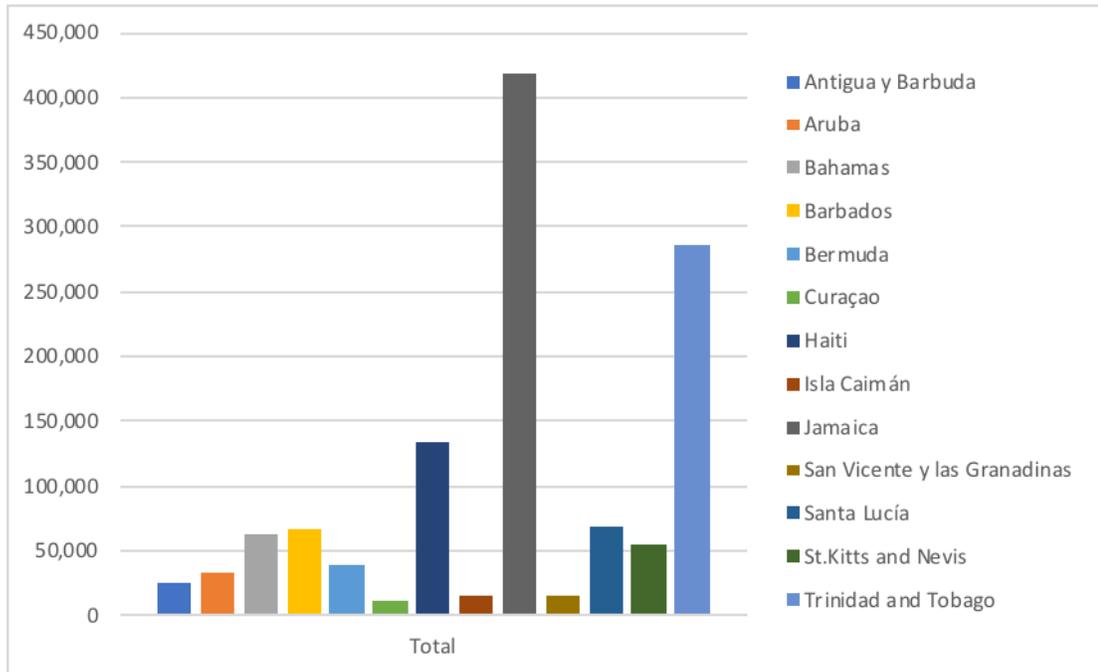
Centroamérica: 63%

Suramérica: 37%

La empresa tiene una venta aproximada anualmente de 2,500,000 a países de Centroamérica y 1,500,000 a países de Suramérica, generando un total de 4,000,000 en ventas anuales.

Gráfica No.12

Compra anual por país en la Zona Libre de Colón en dólar



Cuadro No.4

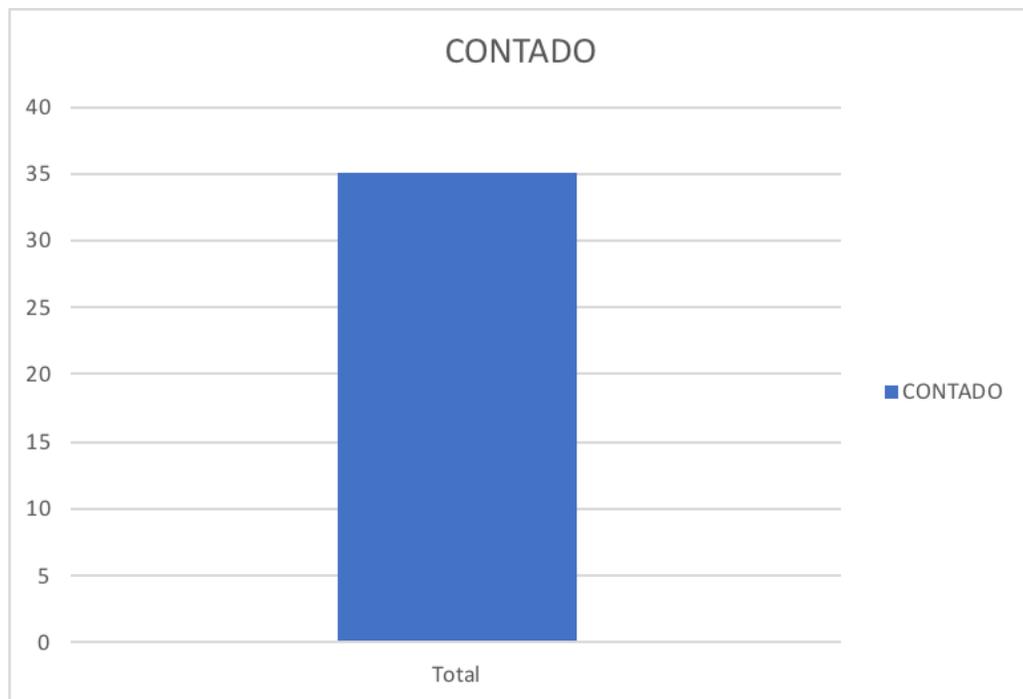
Compra anual por país en la Zona Libre de Colón

País	Porcentaje en compras
Antigua y Barbuda	2.12%
Aruba	2.75%
Bahamas	5.10%
Barbados	5.35%
Bermuda	3.24%
Curaçao	0.97%
Haiti	10.86%
Isla Caimán	1.30%
Jamaica	33.87%
San Vicente y las Granadinas	1.30%
Santa Lucía	5.59%
St.Kitts and Nevis	4.38%
Trinidad and Tobago	23.17%

Los países con la mayor compra anual son Jamaica y Trinidad y Tobago; cabe destacar que estos dos países son los más desarrollados económicamente en el Caribe. Basado en las compras anuales de estos países hace un total de 1,234,200.00 dólares representando un aumento aproximado del 30% en las ventas de la empresa. Este aumento es significativo ya que la forma de pago es al contado y permite a la empresa tener un mejor flujo de caja.

Gráfica No.13

Forma de pago actual de los clientes que compran en la Zona Libre de Colón



En esta gráfica podemos observar el beneficio de la apertura de esta nueva ruta de venta hacia países del Caribe, que es el pago al contado. Todos los países del Caribe realizan sus pagos al contado a la hora de realizar una compra. Esto es muy beneficioso ya que permite a la empresa recuperar su inversión de forma rápida y segura.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- a) Panamá tiene la ventaja de exportar distintos productos a países del Caribe a poco tiempo, todo esto gracias al Canal de Panamá y a la Zona Libre de Colón, el cual cuenta con la logística necesaria.

- b) Los clientes encuestados están interesados en comprar piezas de auto desde Panamá, pero tienen una barrera de lenguaje que no les permite una comunicación fluida con las empresas dentro de la Zona Libre de Colón.

- c) Los clientes del Caribe por su bajo volumen en demanda de productos no le es favorable comprar directos de China, lo cual le es sumamente atractivo poder comprar variedad de productos desde Panamá y disponer de los productos al instante sin tener que esperar el tiempo de fabricación.

- d) Son pocos los clientes que importan piezas de auto desde Japón. Los clientes del Caribe que realizan importaciones desde Japón se especializan en importar piezas de segunda, ya que se importa muchos carros usados desde Japón; cabe destacar también que en Japón se maneja con el timón a la derecha como lo es en la mayor parte del Caribe.

- e) Los países del Caribe que más importan desde la Zona Libre de Colón son Haití, Jamaica y Trinidad y Tobago. Estos son los países con mayor demanda y los países con mayor crecimiento económico en la zona.

- f) Son pocas las empresas que se dedican a la venta de piezas de auto a los países del Caribe ya que son pocos los vendedores que hablan el idioma inglés.

- g) Los carros de mayor movimiento en los países del Caribe son de marcas japonesas como Toyota, Nissan y Honda.

- h) Las piezas de auto que los clientes del Caribe consumen más de origen chino son las partes de suspensión y freno.

- i) La empresa Faída International S.A. al abrir esta nueva ruta de venta hacia países del Caribe incrementará las ventas al contado ya que todos los clientes pagan antes de que la carga sea despachada.

5.2 Recomendaciones

- a) La empresa debe realizar visitas constantes al país del cliente en el primer año de relación comercial, para crear confianza al cliente hacia la empresa y tener un ritmo de trabajo en donde mensualmente o cada dos meses el cliente esté realizando pedidos.

- b) Ruta a utilizar: las rutas son seleccionadas basadas en el producto interno bruto de cada país. En los primeros 2 meses es recomendable visitar a Jamaica y Trinidad y Tobago de primero, ya que son los países de mayor movimiento comercial. Posterior a este viaje se recomienda visitar Las Bahamas y Haití; el resto de los países serán seleccionados por orden del PIB.

- c) Enviar productos publicitarios para los clientes en todos los pedidos para promover las marcas que vende la empresa.

- d) Entablar una buena comunicación entre el cliente y la empresa en cuanto a los pedidos y los pagos realizados.

- e) Brindar diferentes opciones de pagos a los clientes como pagos por transferencias bancarias, pagos en efectivo o pagos por tarjeta de crédito. Al tener diversas opciones de pagos los clientes pueden realizar compras más seguidas.

- f) Que la empresa importe productos dirigido al mercado del Caribe, ya que muchos de los modelos de carro que son de gran movimiento en estos países no existe en Panamá ni en otros países de América Latina.
- g) Conocer bien la cultura y costumbres de estos países para crear una relación comercial a largo plazo.
- h) Los clientes que realizan importaciones de China, se les puede ofrecer la ventaja de comprar con la empresa desde China diversos productos con estándares de calidad garantizados.
- i) Tener un catálogo de productos con imágenes y descripciones en inglés, en donde el cliente pueda seleccionar sin dificultad los productos que le interesa.
- j) Brindar incentivo mediante descuentos por el volumen de compra y pago al contado.
- k) Trabajar en conjunto con las transportadoras en realizar una entrega rápida y segura a los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- HILL, CHARLES. Negocios Internacionales, Octava Edición, Editorial McGraw Hill, España, 2012.
- HERNANDEZ SAMPIERI, ROBERTO, COLLADO, CARLOS FERNÁNDEZ, LUCIO, PILAR BATISTA. Fundamento de metodología de la investigación. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. (México), 2015.
- MCCULLOH, WENDELL. Negocios Internacionales, Editorial McGraw Hill, 2005.
- DANIELS, JOHN Y LEE RADEBAUGH. Negocios Internacionales, Editora Prentice- Hall, Octava Edición, México, 2014.

ANEXO A

ENCUESTA UTILIZADA

En español

CLIENTES EN PAÍSES DEL CARIBE

Por favor, dedique unos minutos a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será muy útil para nosotros. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación. Gracias por sus opiniones.

INFORMACIÓN GENERAL

1- País:

2- Nombre de la empresa:

3- Sexo (Encargados de realizar compras): Masculino Femenino

4- ¿Compra actualmente en la Zona Libre de Colón?: Sí No

5- Si la respuesta anterior es NO, esta el cliente interesado en importar desde Panamá? Sí No

6- ¿Importa directamente de China?: Sí No

7- ¿Importa directamente de Japón?: Sí No

8- ¿Compra localmente?: Sí No

CLIENTES QUE SÍ COMPRA EN ZONA LIBRE DE COLÓN

9- ¿Cuál es la frecuencia de compras anuales en la Zona Libre de Colón?

(Respuesta abierta en números)

10- ¿Cuál es el estimado en monto de cada compra?

(Respuesta abierta en números)

11- ¿Cuál es la línea de producto que más compran?

Amortiguador Taco Terminales

12- ¿Cuál es la marca de carro que más compran piezas?

Toyota Nissan Honda Hyundai

Kia Suzuki

13- ¿Qué tipo de negocio maneja?

Mayorista Minorista

12- ¿Cuál es su forma de pago actualmente?

Contado Crédito

ENCUESTA UTILIZADA

En inglés

CLIENTS FROM COUNTRIES OF THE CARIBBEAN

Please take a few minutes to complete this small survey, the information you provide will be very useful for us. Your answers will be treated confidentially and will not be used for any purpose other than research. Thanks for your opinions.

GENERAL INFORMATION

- 1- **Country:**
- 2- **Business name:**
- 3- **Gender (Person in charge of purchase):** Male Female
- 4- **Do the company purchase from Panama Colon free zone?:**
Yes No
- 5- **If the previous answer is NO, are you interested in purchasing from Panama?** Yes No
- 6- **Do you import directly from China?:** Yes No
- 7- **Do you import directly from Japan?:** Yes No
- 8- **Do you purchase locally?:** Yes No

CLIENTS THAT PURCHASE FROM PANAMA

- 7- **How often are the purchases from Panama?**

(Open answer in numbers)

- 8- **How much is the estimated amount of each purchase?**

(Open answer in numbers)

9- Which are the products you mostly purchase?

Shock absorbers Brake pads Suspension parts

10- Which car brand parts you buy the most?

Toyota Nissan Honda Hyundai

Kia Suzuki

11- Which is the type of business?

Wholesale Retail

12- Which is the current payment method?

Cash payment Credit

Ejemplo de encuestas realizadas a clientes

CLIENTS FROM COUNTRIES OF THE CARIBBEAN

Please take a few minutes to complete this small survey, the information you provide will be very useful for us. Your answers will be treated confidentially and will not be used for any purpose other than research. Thanks for your opinions.

GENERAL INFORMATION

- 1- Country: *Bahamas*
- 2- Business name: *Parts World*
- 3- Gender (Person in charge of purchase): Male Female
- 4- Do the company purchase from Panama Colon free zone?:
Yes No
- 5- If the previous answer is NO, are you interested in purchasing from Panama?
Yes No
- 6- Do you import directly from China?: Yes No
- 7- Do you import directly from Japan?: Yes No
- 8- Do you purchase locally?: Yes No

CLIENTS THAT PURCHASE FROM PANAMA

- 9- How often are the purchases from Panama?
(Open answer in numbers)
- 10- How much is the estimated amount of each purchase?
(Open answer in numbers)
- 11- Which are the products you mostly purchase?
Shock absorbers Brake pads Suspension parts
- 12- Which car brand parts you buy the most?
Toyota Nissan Honda Hyundai
Kia Suzuki
- 13- Which is the type of business?
Wholesale Retail
- 14- Which is the current payment method?
Cash payment Credit

CLIENTS FROM COUNTRIES OF THE CARIBBEAN

Please take a few minutes to complete this small survey, the information you provide will be very useful for us. Your answers will be treated confidentially and will not be used for any purpose other than research. Thanks for your opinions.

GENERAL INFORMATION

- 1- Country: *Haiti*
- 2- Business name: *Jacky Auto Parts*
- 3- Gender (Person in charge of purchase): Male Female
- 4- Do the company purchase from Panama Colon free zone?:
Yes No
- 5- If the previous answer is NO, are you interested in purchasing from Panama?
Yes No
- 6- Do you import directly from China?: Yes No
- 7- Do you import directly from Japan?: Yes No
- 8- Do you purchase locally?: Yes No

CLIENTS THAT PURCHASE FROM PANAMA

- 9- How often are the purchases from Panama?
(Open answer in numbers)
- 10- How much is the estimated amount of each purchase?
(Open answer in numbers)
- 11- Which are the products you mostly purchase?
Shock absorbers Brake pads Suspension parts
- 12- Which car brand parts you buy the most?
Toyota Nissan Honda Hyundai
Kia Suzuki
- 13- Which is the type of business?
Wholesale Retail
- 14- Which is the current payment method?
Cash payment Credit

CLIENTS FROM COUNTRIES OF THE CARIBBEAN

Please take a few minutes to complete this small survey, the information you provide will be very useful for us. Your answers will be treated confidentially and will not be used for any purpose other than research. Thanks for your opinions.

GENERAL INFORMATION

- 1- Country: *Isla Caiman*
- 2- Business name: *Napa Auto Parts*
- 3- Gender (Person in charge of purchase): Male Female
- 4- Do the company purchase from Panama Colon free zone?:
Yes No
- 5- If the previous answer is NO, are you interested in purchasing from Panama?
Yes No
- 6- Do you import directly from China?: Yes No
- 7- Do you import directly from Japan?: Yes No
- 8- Do you purchase locally?: Yes No

CLIENTS THAT PURCHASE FROM PANAMA

- 9- How often are the purchases from Panama?
(Open answer in numbers)
- 10- How much is the estimated amount of each purchase?
(Open answer in numbers)
- 11- Which are the products you mostly purchase?
Shock absorbers Brake pads Suspension parts
- 12- Which car brand parts you buy the most?
Toyota Nissan Honda Hyundai
Kia Suzuki
- 13- Which is the type of business?
Wholesale Retail
- 14- Which is the current payment method?
Cash payment Credit

CLIENTS FROM COUNTRIES OF THE CARIBBEAN

Please take a few minutes to complete this small survey, the information you provide will be very useful for us. Your answers will be treated confidentially and will not be used for any purpose other than research. Thanks for your opinions.

GENERAL INFORMATION

- 1- Country: *Jamaica*
- 2- Business name: *Efficient Auto*
- 3- Gender (Person in charge of purchase): Male Female
- 4- Do the company purchase from Panama Colon free zone?:
Yes No
- 5- If the previous answer is NO, are you interested in purchasing from Panama?
Yes No
- 6- Do you import directly from China?: Yes No
- 7- Do you import directly from Japan?: Yes No
- 8- Do you purchase locally?: Yes No

CLIENTS THAT PURCHASE FROM PANAMA

- 9- How often are the purchases from Panama?
(Open answer in numbers)
- 10- How much is the estimated amount of each purchase?
(Open answer in numbers)
- 11- Which are the products you mostly purchase?
Shock absorbers Brake pads Suspension parts
- 12- Which car brand parts you buy the most?
Toyota Nissan Honda Hyundai
Kia Suzuki
- 13- Which is the type of business?
Wholesale Retail
- 14- Which is the current payment method?
Cash payment Credit

CLIENTS FROM COUNTRIES OF THE CARIBBEAN

Please take a few minutes to complete this small survey, the information you provide will be very useful for us. Your answers will be treated confidentially and will not be used for any purpose other than research. Thanks for your opinions.

GENERAL INFORMATION

- 1- Country: *Trinidad and Tobago*
- 2- Business name: *Dailey Imports Ltd*
- 3- Gender (Person in charge of purchase): Male Female
- 4- Do the company purchase from Panama Colon free zone?:
Yes No
- 5- If the previous answer is NO, are you interested in purchasing from Panama?
Yes No
- 6- Do you import directly from China?: Yes No
- 7- Do you import directly from Japan?: Yes No
- 8- Do you purchase locally?: Yes No

CLIENTS THAT PURCHASE FROM PANAMA

- 9- How often are the purchases from Panama?
(Open answer in numbers)
- 10- How much is the estimated amount of each purchase?
(Open answer in numbers)
- 11- Which are the products you mostly purchase?
Shock absorbers Brake pads Suspension parts
- 12- Which car brand parts you buy the most?
Toyota Nissan Honda Hyundai
Kia Suzuki
- 13- Which is the type of business?
Wholesale Retail
- 14- Which is the current payment method?
Cash payment Credit

ANEXO B

FOTOGRAFÍAS



Oficina ubicada en Zona Libre de Colón



Gerente de ventas el Sr. Iván Vega