

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

Tema: “Estudio de factibilidad para la comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa DISTRILIFE CIA.LTDA., para aumentar la participación en el mercado”

Trabajo de titulación previa la obtención de

Título de Ingeniera en Comercio Exterior
y Negociación Comercial Internacional

AUTOR(A): Ruiz Pozo Andreina Victoria

TUTOR(A): Msc. Milena del Rocío Gutiérrez Villarreal

Tulcán, 2020

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

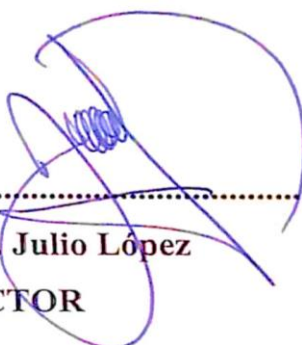
Certificamos que la estudiante Ruiz Pozo Andreina Victoria con el número de cédula 0401931035 ha elaborado el trabajo de titulación: “Estudio de factibilidad para la comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa DISTRILIFE CIA.LTDA., para aumentar la participación en el mercado”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

f. 

Msc. Milena Gutiérrez

TUTOR

f. 

Msc. Julio López

LECTOR

Tulcán, 23 de marzo de 2021

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de **Ingeniera** en la Carrera de comercio exterior y negociación comercial internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Andreina Victoria Ruiz Pozo con cédula de identidad número 0401931035 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



f.....

Andreina Victoria Ruiz Pozo

AUTOR(A)

Tulcán, 23 de marzo de 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Andreina Victoria Ruiz Pozo declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Estudio de factibilidad para la comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa DISTRILIFE CIA.LTDA., para aumentar la participación en el mercado” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Andreina Victoria Ruiz Pozo

AUTOR(A)

Tulcán, 23 de marzo de 2021

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Jehová por permitirme cumplir el sueño de ser profesional que le encomendé en mis oraciones, guiar cada uno de mis pasos, y ante los problemas fue mi fortaleza, concederme sabiduría para afrontar y actuar de manera correcta ante toda circunstancia.

A mi familia que de una u otra forma contribuyó para que lograré acercarme cada vez más a la meta, en el camino algunos de ellos partieron, pero la confianza y el apoyo incondicional no fue en vano pese al dolor que embargaba mi alma había que continuar para que todo el esfuerzo valga la pena. A mi mamá, ñaña y abuelito, por siempre brindarme su apoyo incondicional, fueron mi motor para esforzarme día a día, recordando que estaba en una competencia que no consistía en velocidad si no en la resistencia cada obstáculo que se me presentó y lo vencí gracias a ustedes, de manera especial quiero agradecer a mi prima Tamara Ruiz por ser portadora de la idea de mi Proyecto de Investigación y brindarme todo el apoyo necesario en cuanto a la información requerida para el desarrollo del Proyecto, así como a su esposo el Sr. Javier Mayacela por su apoyo incondicional, agradezco también al Sr. Jhonny Chugá mi compañero y consejero quien permaneció a mi lado en cada uno de mis pasos y a la vez compartíamos el mismo ideal de ser profesionales, también a mi querida Teacher Sarita quien en cada una de sus clases me motivaba a ser mejor y a esforzarme por lo que quiero lograr, gracias por su confianza y motivación constante Teacher Sarita.

De manera especial quiero agradecer a mi Tío el Sr. Carlos Ruiz que lamentablemente no está junto a mí pero recuerdo su forma de ser y sus palabra durante el corto tiempo que pude compartir con él han sido el apoyo para alcanzar esta mi meta tan ansiada, y que con seguridad hoy puedo gritar con mi corazón acelerado: “Lo logramos querido Tío Carlos”.

Finalmente agradezco a mi Tutora la Msc. Milena Gutiérrez quien direccionó correctamente mi Proyecto, gracias al tiempo y dedicación en todo momento para lograr mi objetivo de obtener mi Título Profesional.

Para cumplir un sueño, nadie lo ha logrado solo, siempre existe a su alrededor personas que han contribuido de varias formas para convertirlo en realidad, en mi caso gracias a todos ustedes quienes confiaron en mí y me brindaron la ayudada necesaria para hacer de mi sueño una realidad.

DEDICATORIA

Ofrezco éste trabajo a Jehová, quien siempre me ha enseñado que la esperanza y la Fe en él es la base para cultivar sueños, cinco años lejos de casa en busca de un ideal, fueron muchas las veces que me sentía sin las fuerzas necesarias para continuar sin embargo la oración y la Fe en ti padre Jehová me animaron a continuar aun cuando los días se tornaban turbios y el destino era incierto.

Hebreos 6:19 menciona: “La Esperanza es el ancla que sujeta, retiene y practica la vida”

Dedico mi trabajo a mi familia y amigos que estuvieron junto a mí en cada paso que daba para lograr obtener mi Título Profesional, es gratificante saber que todo el apoyo que en algún momento me brindaron dio resultado.

Esta Carrera de resistencia no hubiese sido posible lograrla sin el esfuerzo unánime de todos quienes incansablemente confiaron en mí y me motivaron hasta el final.

Finalmente quiero citar la frase que siempre estuvo presente: “It’s not over until I win” Less Brown.

ÍNDICE

I. PROBLEMA	15
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3. JUSTIFICACIÓN	18
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	19
1.4.1. Objetivo General.....	19
1.4.2. Objetivos Específicos	19
1.4.3. Preguntas de Investigación	19
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	20
2.1. Antecedentes Investigativos	20
2.2. Marco Teórico	30
III. METODOLOGÍA.....	33
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	33
3.1.1. Enfoque.....	33
3.1.2. Tipo de Investigación	33
3.2. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER.....	35
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	35
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	36
3.4.1. Análisis Estadístico	38
3.5. RECURSOS.....	38
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	183
V. ANEXOS	189

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Top Ten de Exportaciones de Ecuador al mundo.....	40
Figura 2: Principales competidores de la partida 1211, cantidad Tn	86
Figura 3: Centro Naturista Distrinat y Naturlife	103
Figura 4: Canal de Distribución	105
Figura 5: Ubicación del cantón Tulcán en la provincia del Carchi.....	119
Figura 6: Ubicación de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA. en el cantón Tulcán.....	120
Figura 7: Ubicación de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA. en el cantón.....	121
Figura 8: Mapa de Procesos de Exportación de jarabe natural de uso medicinal "Reumartrin"	122
Figura 9: Organigrama DISTRILIFE CÍA. LTDA.	127
Figura 10: Infraestructura de la Empresa Distrilife Cía.Ltda.....	132
Figura 12: Punto de Equilibrio.....	157

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición de variables objeto de estudio	35
Tabla 2: Personas entrevistadas.....	36
Tabla 3: Cálculo de la muestra	37
Tabla 4: Recursos Utilizados.....	38
Tabla 5: Top Ten de Exportaciones de Ecuador al mundo	39
Tabla 6: Población de Estados Unidos	42
Tabla 7: Población Económicamente Activa de Estados Unidos.....	43
Tabla 8: Tasa de Empleo de Estados Unidos	44
Tabla 9: Tasa de Desempleo de Estados Unidos.....	45
Tabla 10: PIB EEUU	47
Tabla 11: PIB Per Cápita de EE UU	48
Tabla 12: Inflación de Estados Unidos.....	49
Tabla 13: Balanza Comercial de bienes y servicios Ecuador – Balanza comercial Estados Unidos (% del PIB).....	50

Tabla 14: Barreras Arancelarias Estados Unidos	52
Tabla 15: Barreras No Arancelarias Estados Unidos	52
Tabla 16: Población de Alemania	54
Tabla 17: Población Económicamente Activa de Alemania	55
Tabla 18: Tasa de Empleo de Alemania.....	56
Tabla 19: Tasa de Desempleo de Alemania	57
Tabla 20: Producto Interno Bruto de Alemania	59
Tabla 21: PIB Per Cápita de Alemania	60
Tabla 22: Inflación de Alemania	61
Tabla 23: Balanza Comercial de bienes y servicios Ecuador – Alemania (% del PIB)	62
Tabla 24: Barreras Arancelarias de Alemania	63
Tabla 25: Población de Chile	65
Tabla 26: Población Económicamente Activa de Chile	66
Tabla 27: Tasa de Empleo de Chile.....	67
Tabla 28: Tasa de Desempleo.....	68
Tabla 29: Producto Interno Bruto de Chile	70
Tabla 30: PIB Per Cápita de Chile	71
Tabla 31: Inflación de Chile	72
Tabla 32: Balanza Comercial de bienes y servicios Ecuador – Chile (% del PIB).....	73
Tabla 33: Barreras Arancelarias de Chile.....	74
Tabla 34: Calificación ponderada de la Matriz POAM.....	76
Tabla 35: Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM).....	77
Tabla 36: Resumen de la Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)	78
Tabla 37: Acuerdo Chile-Ecuador.....	79
Tabla 38: Enfermedades más frecuentes de la población de Santiago de Chile	81
Tabla 39: Plantas medicinales utilizadas incluidas en la Noma Técnica Minsal	81
Tabla 40: Preparados que elaboran en Santiago de Chile	81
Tabla 41: Importaciones de Chile con el uso de la partida 121190 (2015-2019-Tn).....	83
Tabla 42: Exportaciones de la partida 1211(2015-2019-Tn)	84
Tabla 43: Cantidades producidas en toneladas.....	85
Tabla 44: Empresas Importadoras-Competencia en Chile	87

Tabla 45: Normativa de etiquetado de los jarabes naturales de uso medicinal	88
Tabla 46: Indicadores socioeconómicos de Ecuador.....	88
Tabla 47: Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de establecimientos	90
Tabla 48: Matriz FODA.	93
Tabla 49: Matriz Estratégica DAFO	94
Tabla 50: Aplicación de Herramientas del Marketing Mix.....	96
Tabla 51: Ficha técnica del producto	97
Tabla 52: Empresas productoras de Productos Naturales de uso medicinal	104
Tabla 53: Principales ciudades de Chile en las que mayoritariamente existen Centros Naturistas	106
Tabla 54: Principales Centros Naturistas en la ciudad de Chile.....	107
Tabla 55: Economía en Antofagasta, Valparaíso y Santiago	108
Tabla 56: Aspectos Políticos en las ciudades de Antofagasta, Valparaíso y Santiago.....	108
Tabla 57: Número de Habitantes en Antofagasta, Valparaíso y Santiago	109
Tabla 58: Aspectos Sociales de Antofagasta, Valparaíso y Santiago	109
Tabla 59: Aspectos Culturales Antofagasta, Valparaíso y Santiago	110
Tabla 60: Identificación de la ciudad meta.....	111
Tabla 61: Población Importaciones y Exportaciones del mercado meta-Santiago de Chile.....	112
Tabla 62: Importaciones (2016-2020).....	113
Tabla 63: Pronóstico de las Importaciones para los siguientes años en Santiago de Chile.....	113
Tabla 64: Exportaciones de la partida 1211 (2016-2020).....	114
Tabla 65: Pronóstico de las Exportaciones para posteriores años a Santiago de Chile.....	114
Tabla 66: CNA. Santiago de Chile	115
Tabla 67: Oferta Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA.....	116
Tabla 68: Demanda Insatisfecha	118
Tabla 69: Proceso de Negociación de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA.....	123
Tabla 70: Proceso de Producción de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA.....	124
Tabla 71: Proceso de Comercialización- Exportación de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA	126
Tabla 72: Perfil del Gerente de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA.....	128
Tabla 73: Perfil del Administrador de la Empresa Distrilie Cía. Ltda.	129

Tabla 74: Perfil del Jefe de Producción de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA.	130
Tabla 75: Perfil del Operario de la Empresa Distrillife Cía. Ltda.	131
Tabla 76: Talento Humano de la Empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA.	131
Tabla 77: Incoterms.....	139
Tabla 78: Información del Producto.....	140
Tabla 79: Cubicaje de la mercancía en la unidad de carga.....	142
Tabla 80: Activos Fijos.....	144
Tabla 81: Activos Diferidos.....	145
Tabla 82: Costos de Producción.....	146
Tabla 83: Gastos Administrativos.....	147
Tabla 84: Gastos de Ventas.....	147
Tabla 85: Capital de Operación.....	148
Tabla 86: Total, Inversión Inicial.....	148
Tabla 87: Estructura de Financiamiento.....	149
Tabla 88: Costo del Capital Promedio.....	149
Tabla 89: Balance General.....	149
Tabla 90: Estado de Resultados.....	150
Tabla 91: Flujo de Efectivo.....	151
Tabla 92: Indicadores Financieros.....	152
Tabla 93: Balance General.....	153
Tabla 94: Estado de Resultados.....	153
Tabla 95: Flujo de Efectivo.....	154
Tabla 96: Indicadores Financieros.....	154
Tabla 97: Punto de Equilibrio.....	155
Tabla 98: Ficha de Observación de la Empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA.....	180
Tabla 99: Fundamentación Legal.....	189
Tabla 100: Fundamentación Teórica.....	190
Tabla 101: Tabla de Amortización.....	207
Tabla 102: Rol de Pago.....	209

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Fundamentación Legal	189
Anexo 2: Fundamentación Teórica	190
Anexo 3: Entrevista a expertos	190
Anexo 4: Encuesta.....	202
Anexo 5: Ficha Bibliográfica 001Perfil del Consumidor	206
Anexo 6: Tabla de Amortización.....	207
Anexo 7: Roles de Pago.....	209
Anexo 8: Oficio de Aceptación de la Empresa	212
Anexo 9: Correo Electrónico de la Embajada de Chile	213
Anexo 10: Fotos de la Empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA.	213
Anexo 11: Validación del Abstract	215
Anexo 12: Acta de sustentación de pre defensa.....	217

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tiene la finalidad de analizar las oportunidades de mercado para el producto, como es; jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato (es una planta trepadora de la familia Rubiaceae, originaria del Perú y que tiene poderes medicinales). “Reumartrin”, es un producto de la empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., ubicada en la ciudad de Tulcán perteneciente a la provincia del Carchi, con la finalidad de incrementar la participación en el mercado Internacional del producto, por ende, lograr crecimiento económico.

El escaso conocimiento de quienes conforman la empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., en materia regulatoria para exportar, ha impedido su expansión hacia el mercado extranjero. Sumado a esto, el hecho de que el mundo tenga que enfrentar enfermedades como el COVID-19 que no estaba previsto y que afectó la producción empresarial, son factores que han influido negativamente. Al investigar el mercado objetivo, se aspira incrementar la producción de la empresa; por tanto, aumentan las ganancias y con ello las plazas de empleo son mayores.

Por otro lado, es importante la implementación de estrategias enfocadas a fenómenos que paralizan las operaciones comerciales, para evitar un posible cierre de la entidad, y a la vez ayude a determinar el mercado potencial para la exportación del jarabe natural, de uso medicinal a base de uña de gato; por lo que fue necesario evaluar los tres mercados principales que importan el producto desde Ecuador, en este caso: Estados Unidos, Alemania y Chile, posteriormente se desarrolló una Matriz que permitió realizar el análisis de factores socioeconómicos, políticos, y culturales, llegando a identificar mediante escalas de puntuación y valoración que el mercado óptimo es Chile la exportación del producto de la empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA.

Posteriormente se realizó el estudio técnico que permitió identificar los requisitos para la producción y exportación del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato.

Finalmente, se realizó el estudio financiero que muestra la factibilidad del Proyecto de Investigación mediante la aplicación de índices financieros como: VAN (15510,04), TIR (19,38%), P/R y C/B, que ayudaron a determinar la factibilidad y rentabilidad esperada para la exportación del producto.

Palabras claves: Oportunidades de mercado, comercialización internacional, jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato, oferta, demanda.

ABSTRACT

The present research work has the purpose of analyzing possible market opportunities for a product. In this case; natural syrup for medicinal use based on “uña de gato” “cat's claw” (It is a climbing plant of the Rubiaceae family, native of Peru and that has medicinal powers). The product is called “Reumartrin”. This is produced by the company DISTRILIFE CÍA.LTDA., located in the city of Tulcán, which belongs to the province of Carchi- Ecuador, with the purpose of increasing the participation in the international market of the product and achieve economic growth.

The poor knowledge of those who make up the company DISTRILIFE CÍA.LTDA., regarding regulatory matters to export, it has stopped the company from expanding its market abroad. Added to that, the fact that the world has to face diseases such as COVID-19, which was not expected and affected business production, became another factor that influenced negatively. So that, by investigating a target market, it is intended to increase the production of the company; this way, profits are increased and employment places are greater.

On the other hand, it is important to implement strategies focused on phenomena that paralyze business operations in order to avoid a possible closing down of the entity and at the same time that helps to determine the potential market to export natural syrup for medicinal use based on “uña de gato”. For this reason, it was necessary to evaluate the three main markets that import the product from Ecuador. In this case: the United States, Germany and Chile. Subsequently, a matrix that allowed evaluating socioeconomic, political, and cultural factors was developed. Once the score was assigned by the use of scoring scales and valuing, it was determined that Chile is the optimal market for the exportation of the company's product.

Furthermore, the technical study was carried out which allowed identifying the requirements for the production and exportation of natural syrup for medicinal use based on “uña de gato”. Finally, the financial study was carried out and this showed the feasibility of the research project through the application of financial rates such as: VAN (15510,04), TIR (19,38%), P/R and C/B, which helped to determine the feasibility and profitability expected from the exportation of the product.

Keywords: Market opportunities, international marketing, natural syrup for medicinal use based on “uña de gato”, supply, demand.

INTRODUCCIÓN

La producción y comercialización de productos naturales de uso medicinal muestra un crecimiento constante ya que en la actualidad la mayoría de personas busca alternativas naturales para el tratamiento de enfermedades, a pesar de que se presentó a partir del 20 de febrero del 2020 la enfermedad del COVID-19, y que afectó notablemente el sector empresarial DISTRILIFE CÍA.LTDA., decidió continuar con sus actividades comerciales mediante la adaptación de nuevas medidas sanitarias que permitan enfrentar la enfermedad, con el fin de evitar que la empresa quiebre.

La empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., comercializa jarabes naturales de uso medicinal a nivel nacional y busca aumentar la participación del mercado mediante la comercialización Internacional de los mismos. El siguiente Proyecto de Investigación busca identificar oportunidades de mercados que permitan la comercialización internacional del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato producido por la empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi.

El siguiente Proyecto de Investigación comprende los siguientes capítulos:

Capítulo I.- Trata la problemática de la empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., objetivos medibles que se pretende cumplir mediante la investigación y justificación en la que se responde el por qué para qué y para quién va dirigida la investigación.

Capítulo II.- Describe los antecedentes investigativos que permiten respaldar la investigación, también el marco teórico donde se relacionan las variables y se describe cada una de ellas, fundamentación legal y teórica.

Capítulo III.- Comprende la parte Metodológica es decir la operacionalización de variables, técnicas e instrumentos que se utilizó para la obtención de información, así como encuestas o entrevistas que validen la investigación.

Capítulo IV.- Se obtienen los resultados mediante el desarrollo del estudio Técnico, Administrativo y Financiero, además de las encuestas aplicadas a personas del mercado Internacional, así como entrevistas a expertos en materia de Comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal; además se determina la Factibilidad del Proyecto es decir si es recomendable la exportación del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin al mercado de Chile, para ello fue necesario el desarrollo de la Matriz POAM que permitió determinar el mercado potencial, posteriormente mediante la aplicación de encuestas al mercado meta se puede determinar los gustos y preferencia de la población.

Finalmente se dan a conocer las conclusiones y recomendaciones de la Investigación, también se detallan las referencias bibliográficas y anexos.

I. PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

De acuerdo con datos del Observatorio de Complejidad Económica en el año 2017 el Ecuador exportó \$19,3 Mil millones, lo que es el 69% exportador más grande en el mundo. Durante los últimos cinco años las exportaciones de Ecuador han decrecido y las exportaciones más recientes son lideradas por “la exportación de Petróleo crudo de petróleo o minerales bituminosos, que representa el 29,2% de las exportaciones totales de Ecuador, seguidas por Plátanos frescos o secos, que representan el 17,5%” (ALADI, 2018), mismos que en su mayoría son materias primas mas no productos industrializados que son esenciales para incrementar fuentes de empleo y mejorar la economía.

La economía carchense está basada en el comercio; al ser una provincia fronteriza con Colombia, esta a su vez es la tercera generando rentas por importaciones y exportaciones para el país, luego de Guayas y Pichincha” (Actividades Económicas, 2017). Las industrias lácteas ocupan otro lugar importante en la economía, pues no solo distribuyen su producción a nivel local sino regional, sin embargo, existe una carencia de Industrias que contribuyan a la diversificación de productos terminados de manera que se minimiza la apertura de fuentes de empleo y desarrollo a nivel local.

La empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., fabrica jarabes naturales de uso medicinal, está ubicada en la ciudad de Tulcán frontera con Colombia; lo que da lugar a que se maneje dos tipos de cambio el dólar y el peso colombiano, cuando éste se devalúa la empresa disminuye las ventas de los productos naturales de uso medicinal, en el caso de los importadores de mercancías están siendo negativamente afectados ya que deben esperar a que el cambio baje para adquirir la mercancía en Ecuador y posteriormente comercializarla.

Desconocimiento de temas en materia regulatoria para exportar, lo que impide expandir su mercado al extranjero e incrementar su negocio, el personal que labora en la empresa no tiene conocimientos en cuanto al área de Comercio Internacional lo que impide iniciar con el proceso de exportación de los productos naturales de uso medicinal.

La excesiva fabricación de productos naturales de uso medicinal que no cuentan con Registro Sanitario, da lugar a la insuficiente credibilidad por parte de los clientes a nivel Internacional, por ende, a la hora de adquirir un producto sienten desconfianza.

Ahora bien, la empresa tiene escaso personal especializado en procesos de Exportación, da lugar a que aumente el contrabando, en vista de que no se lo puede realizar de manera legal, los clientes buscan formas de comercializarlos Internacionalmente de forma ilegal.

Escaso apoyo técnico por parte de organizaciones; para lograr el ingreso del producto al mercado extranjero se ha dificultado debido a la documentación requerida para la exportación, además de requisitos técnicos y normativas que cada país exige para el ingreso del producto, la estructura interna de la empresa carece de planificación, control y evaluación de procesos tanto productivos como de comercialización

Por otro lado, el estado de emergencia por coronavirus COVID-19 “se convirtió en una pandemia que surgió en un centro de fabricación y transporte densamente poblado en el centro de China y desde entonces se ha extendido a otros 29 países y regiones a partir del 20 de febrero de 2020, esto ha afectado notablemente el sector empresarial” (Smith & Hariaran, 2020) ya que las restricciones de viaje, y la cuarentena ha obligado a las empresas a cerrar sus puertas.

Los escasos recursos financieros han ocasionado despidos y se ha interrumpido las cadenas de suministro, en el caso de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., debía enfrentar contratiempos en la entrega de los pedidos, las ventas disminuyeron ya que los Centros Naturistas a los que distribuyen los productos cerraron sus puertas.

Finalmente, debido al escaso conocimiento del proceso de exportación por parte de la empresa, el tiempo que implica realizar los respectivos trámites, la dificultad para encontrar un mercado estable y la falta de estrategias de comercialización del producto son factores que mediante el estudio del mercado potencial Internacional se mejoraría la situación económica de la empresa.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide el estudio de factibilidad en la comercialización Internacional de la empresa “DISTRILIFE CÍA. LTDA.,” para incrementar la intervención en el mercado”.

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente estudio se lo realizó con la finalidad de aportar a la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., con información verídica que contribuya a su crecimiento, a través de la comercialización mediante la identificación de mercados potenciales que permitan expandir productos naturales y aumentar la participación en el mercado de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., razón por la que es indispensable identificar los gustos y preferencias por parte de los consumidores con el fin de ofertar un producto de calidad que satisfaga las necesidades del comprador, a través de la aplicación de estrategias de marketing, que den a conocer la marca de los productos gracias a su efectividad y correcta fabricación, porque existen varios productos falsificados que generan desconfianza, alteran la salud, y no curan la enfermedad de las personas que los adquieren.

La Organización Mundial de la Salud supone que las hierbas con efecto curativo, es la medicina principal de dos tercios de la población mundial, la que asciende a unos cuatro mil millones de personas, “muchos científicos aceptan esta realidad, aunque opinan que utilizar plantas es adecuado solamente para los pobres, ya que no tienen acceso a la alta tecnología médica debido a los costos de la misma” (Noriega, 2018).

Inclusive los fármacos de laboratorio, se estima que un 25% de los mismos, tienen componentes como las hierbas y minerales extraídos directamente de la naturaleza. Además, los productos naturales de uso medicinal no generan adicción, tampoco efectos secundarios en el organismo de quienes lo consuman, los productos naturales de uso medicinal curan enfermedades sin afectar los órganos del cuerpo a diferencia de los medicamentos analgésicos. Internacionalizar los productos naturales de uso medicinal de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., es el propósito de este estudio de factibilidad.

Los beneficiarios directos son los funcionarios y empleados que conforman la empresa, a la vez se generará fuentes de empleo en caso de lograr la Internacionalización de los productos, adicional será indispensable la contratación de mano de obra calificada para aumentar la producción, de manera indirecta se benefician las personas que deseen cuidar su salud al natural, y curen a sus niños y de esta manera contribuir a la mejora de la salud de las personas evitando se continúe comercializando productos falsificados que en lugar de ayudar a la salud del consumidor pone en riesgo e incluso da lugar a la enfermedad de otros órganos del cuerpo humano. (Noriega, 2018, pág. 3).

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Realizar un Estudio de Factibilidad para la Comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa “DISTRILIFE CÍA. LTDA.”, para aumentar la participación en el mercado.

1.4.2. Objetivos Específicos

Diagnosticar las alternativas de mercados internacionales y la comercialización de productos naturales de uso medicinal de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA.

Diseñar un estudio técnico-legal para el correcto proceso de exportación en cuanto a los productos naturales de uso medicinal.

Realizar un estudio de factibilidad económico-financiero de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., que permita la comercialización de productos naturales de uso medicinal a mercados Internacionales.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cómo incide un Estudio de factibilidad para la comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa “DISTRILIFE CÍA LTDA.”?
- ¿Qué tipo de Negociación es idónea para la comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa “DISTRILIFE CÍA LTDA.”?
- ¿Cuál será la preeminencia de la Comercialización Internacional a la empresa “DISTRILIFE CÍA LTDA.”?

- ¿Qué estrategias de Marketing se debe emplear para la comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa “DISTRILIFE CÍA LTDA.”?
- ¿Cuál es el mercado potencial para la comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa “DISTRILIFE CÍA LTDA.”?
- ¿Qué tipo de Estrategias de Comercialización permiten la comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa “DISTRILIFE CÍA LTDA.”?
- ¿Cuáles son los gustos y preferencias del cliente para aumentar la participación en el mercado?
- ¿Qué incentivos permiten la comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa “DISTRILIFE CÍA LTDA.” y aumentar la participación en el mercado?
- ¿Cómo inciden las Estrategias competitivas de Michael Porter en la comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa “DISTRILIFE CÍA LTDA.”?
- ¿Cómo repercute las cuatro P del Marketing (Producto, Precio, Plaza, Promoción) en la Comercialización Internacional de la empresa “DISTRILIFE CÍA LTDA.”?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

ANTECEDENTE INVESTIGATIVO 1

Autor: (Pablo Saz, 2017)

Fuente: REVISTA INDEXADA SCOPUS

Tema: MEDICINA NATURISTA

El objetivo es dar a conocer como en el transcurso del tiempo la medicina natural ha tenido logros en cuanto a la prevención y rehabilitación de múltiples enfermedades, de manera que se busca promover la salud en busca de mejoras en la calidad de vida de los pacientes.

Conclusión: Es una medicina “sencilla, menos costosa para la sociedad, que promueve la autonomía del paciente, educándolo para resolver sus propios problemas de salud, con la ayuda del médico, pero sin depender de él” (Peiró, 2017).

Aporte: El siguiente tema aporta a la investigación para la Internacionalización de los productos naturales de uso medicinal de calidad, en el mercado foráneo existe productos de medicina natural resulta ahorrativo para quienes consumen estos productos, para el desarrollo de la investigación se requiere sustentar la importancia de la medicina natural y su comercialización actualmente la empresa tiene mercado a nivel nacional, sin embargo mediante el estudio de mercado se determina los gustos y preferencias del consumidor a nivel Internacional y se obtiene que su acogida es favorable, mediante el análisis de factores como gustos y preferencias del consumidor y perfil del consumidor obteniendo información importante siendo Estados Unidos, Alemania y Chile los países que mayoritariamente consumen jarabes naturales de uso medicinal.

ANTECEDENTE INVESTIGATIVO 2

Autor: (Graciela Rodríguez, 2017)

Fuente: Revista Scielo

Tema: La medicina tradicional y natural camagüeyana: logros y deficiencias.

El objetivo es dar a conocer como en el transcurso del tiempo la medicina natural ha tenido logros en cuanto a la prevención y rehabilitación de múltiples enfermedades, de manera que se busca promover la salud en busca de mejoras en la calidad de vida de los pacientes.

Conclusión: La Medicina Tradicional y Natural (MNT) abarca la sumatoria de conocimientos habilidades y prácticas de diferentes culturas transmitidos de generación en generación; utilizados en la promoción, prevención, tratamiento y rehabilitación de múltiples enfermedades. Fue aprobada por las Organizaciones Mundial y Panamericana de la Salud, así como por la Organización de Naciones Unidas e incorpora medicinas basadas en plantas, animales y minerales, inserción de

agujas en puntos específicos, técnicas manuales y ejercicios; aplicados de forma individual o en combinación para lograr o mantener la salud.

Aporte: Para la comercialización Internacional con relación a lo que menciona la revista la Medicina Natural debe aplicarse de forma adecuada por personal capacitado con conocimientos sólidos de la materia, de modo que permita evaluar la efectividad de sus procesos; para ello se debe realizar un estudio, técnico de mercado y financiero que permita analizar los múltiples factores que inciden para lograr una exportación mediante la identificación de la situación actual de la empresa y lo que debe implementar para llegar al mercado Internacional, en el caso de la empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., es indispensable identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con el fin de trabajar en las debilidades para lograr el crecimiento de la empresa y lograr cumplir los estándares de calidad que exige el mercado Internacional.

ANTECEDENTE INVESTIGATIVO 3

Autor: (Graciela Rodríguez, 2017)

Fuente: Revista Cubana de Salud Pública

Tema: Algo más sobre medicina natural y tradicional.

El objetivo de la investigación es dar a conocer la importancia de la Homeopatía que supone una forma de hacer medicina cuya base fundamental es el de curar cuando es posible, para lograr la efectividad del tratamiento se emplean materias primas de origen vegetal o animal.

Conclusión: En el caso de la homeopatía, las "leyes" en que se basa también son bastante simples, al menos de enunciar: lo semejante cura lo semejante de ahí el término de homeopatía y la ley de que el efecto se potencia con el aumento de la dilución, aún más allá de los niveles racionales (Rodríguez G. , La medicina tradicional y natural camagüeyana: logros y deficiencias, 2017).

Aporte: Para incrementar las ventas en la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., es necesario la atención de un médico homeópata que brinde asesoría a los clientes en cuanto a los beneficios de los productos naturales de uso medicinal y su aporte a la salud del paciente, así como implementar técnicas de comercialización ya sea en cuanto al producto de manera que se logre la preferencia

por parte del cliente es decir dar un valor agregado que lo haga diferente de la competencia en este caso es la presentación, su efectividad, el sabor y el grado de concentración de la uña de gato, en cuanto al precio la empresa maneja descuentos y promociones en caso de que la compra sea al por mayor siendo el valor unitario del producto de 3,50\$ y a partir de las seis unidades a 2,80\$ y a partir de las 12 unidades por el mismo valor adicionalmente se obsequia un jarabe, por otro lado se debe implementar la estrategia de distribución en este caso la empresa tiene puntos en diferentes ciudades a nivel nacional que comercializan los productos, finalmente la estrategia de comunicación siendo así importante la publicidad que se emplee en este caso la empresa maneja publicidad mediante trípticos, radio, y redes sociales.

ANTECEDENTE INVESTIGATIVO 4

Autor: (Marithza Gallegos, 2017)

Fuente: Revista Scielo

Tema: Las plantas medicinales: principal alternativa para el cuidado de la salud, en la población rural de Babahoyo, Ecuador

El objetivo de la investigación es sustentar el uso de la población de las plantas medicinales para el tratamiento de enfermedades, la preferencia por parte de la población es porque existe una mayor accesibilidad, mayor efectividad y el costo es bajo.

Conclusión: La práctica de la medicina herbaria se basa en el uso terapéutico de las plantas medicinales como una alternativa de consumo a los productos farmacéuticos o en combinación. “De las plantas se usa sus extractos en diversas formas de preparación, para mejorar el estado de salud” (Gallegos, 2017)

Aporte: En la empresa es de suma importancia que se emplee un gran porcentaje de plantas medicinales en la elaboración del jarabe ya que de esto depende su efectividad y un parámetro que el mercado Internacional toma en cuenta, la materia prima que la empresa emplea para la elaboración de jarabes naturales de uso medicinal es de calidad, además para que el costo sea accesible tratan de adquirir al por mayor de tal forma que los costos sean menores, en cuanto a la maquinaria y el establecimiento en el que funciona la empresa para la producción del jarabe natural

de uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin cumple con lo que establece el Reglamento y Control de Productos Naturales de uso Medicinal, de acuerdo con la Investigación realizada la acogida de la medicina natural está incrementando ya que cada vez más son las personas que desean tratar la enfermedad de manera natural.

ANTECEDENTE INVESTIGATIVO 5

Autor: (César Núñez, 2017)

Fuente: Revista Scielo

Tema: Efecto de uncaria tomentosa (Uña de gato) sobre la población para el tratamiento de pacientes con artritis reumatoidea.

El objetivo de la investigación de las propiedades curativas de la uncaria tomentosa o uña de gato es de identificar las propiedades curativas en cuanto a la inflamación de las articulaciones y la eficacia que se obtiene al consumirla frecuentemente.

Conclusión: La uncaria tomentosa o también conocida como uña de gato tiene propiedades antiinflamatorias y de acuerdo con un estudio en el que se suministró a un grupo de pacientes con artritis reumatoide uña de gato mientras que al otro grupo placebo al primer grupo de pacientes que utilizó la uña de gato las articulaciones inflamadas fueron disminuyendo significativamente mientras que los pacientes del otro grupo no hubo variación de manera que se evidenció que la eficacia de la uncaria tomentosa es real.

Aporte: En el mercado Internacional la Uña de gato llama mucho la atención de los consumidores gracias a sus beneficios antiinflamatorios, para el tratamiento de úlceras gástricas y fortalecimiento del sistema inmunológico, por lo que es importante que la empresa exporte el jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato gracias a sus propiedades medicinales su adquisición es favorable a nivel nacional el jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin tiene acogida por parte de personas con problemas de Reumatismo, Artrosis e incluso principios de Osteoporosis, aseguran que al tomar el jarabe ha reducido el dolor de los huesos y articulaciones.

En países como Estados Unidos, Alemania y Chile emplean la uña de gato para la reducción del dolor ocasionado por el reumatismo, la artritis y diversos problemas inflamatorios, tratamiento de úlceras gástricas además mejora la inmunidad, fortaleciendo dicho sistema.

ANTECEDENTE INVESTIGATIVO 6

Autor: (Graciela Rodríguez, 2018)

Fuente: REVISTA MIAR

Tema: La controversia en la Medicina Natural como la medicina Tradicional y sus respectivas implicaciones para la salud pública.

La investigación tiene como objetivo identificar el crecimiento que ha tenido la medicina natural gracias a sus propiedades lo cual significa un panorama positivo para la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA que desea expandir su mercado.

Conclusión: La medicina tradicional forma parte de la cultura universal, se ha desarrollado en cada país con características propias, en dependencia de los recursos disponibles y la idiosincrasia de cada pueblo. La gran aceptación social con que cuenta actualmente tanto en el ámbito nacional como internacional se debe en gran medida a los problemas de salud que ha resuelto (Rodríguez G. , DIALNET, 2018)

Aporte: La práctica de la Medicina Tradicional en la provincia del Carchi es deficiente mientras que la de personas de nacionalidad colombiana aumenta cada día más, para ello se debe realizar estrategias de marketing que permitan dar a conocer los beneficios de la medicina natural a las personas con el fin de concientizarlas.

La empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., emplea como estrategia de comercialización brindar degustaciones de toda la línea de jarabes que ofrece, siendo en total 21 jarabes naturales de uso medicinal cada uno de ellos para el tratamiento de diferentes dolencias de los pacientes ya sea vitaminas para aumentar la concentración mental, mejorar la memoria, así como suplementos para subir los niveles de energía, tratar problemas del colon irritable, sistema nervioso, dolores articulares y musculares.

ANTECEDENTE INVESTIGATIVO 7

Autor: (Juana Cedillo, 2018)

Fuente: Tesis Universidad Técnica de Cotopaxi

Tema: “Procesamiento y Comercialización de Medicina Natural para terapia alternativa de Enfermedades Comunes”.

Tiene como objetivo dar a conocer los productos naturales de uso medicinal como tratamiento de varias enfermedades, en el caso de Ecuador aún existen pueblos que creen en las propiedades de las plantas medicinales por lo que la empresa tiene cierta ventaja en cuanto a la comercialización del producto.

Conclusión: Muchas otras “poblaciones indígenas, las condiciones geográficas, no permite un fácil acceso a los medicamentos requeridos aun cuando en los últimos años”, los negocios farmacéuticos han incrementado en gran manera, pero estos no proveen facilidades para los consumidores pobres” (Cedillo, 2018, pág. 4). Se puede ver que muchas familias luchan por utilizar alguna medicina natural que consiguen alrededor de sus viviendas.

Aporte: La empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA. Mediante la medicina natural busca constituirse en una alternativa que garantice el alcance de medicamentos para el tratamiento de aquellas enfermedades comunes que son importantes y deben ser tratados, para el proceso de producción de jarabes naturales de uso medicinal la empresa maneja un flujograma que permite realizar la actividad de la mejor manera iniciando con la recepción de la materia prima, selección y desinfección de la materia prima, lavado y peso de la materia prima, cocción de la planta medicinal en este caso la uña de gato, enfriar y filtrar, agregar edulcorante no calórico, verificar la inocuidad del producto, mezcla de ingredientes, envasado, sellado y etiquetado de acuerdo con la normativa, empacado y almacenamiento, esterilización de implementos y finalmente la distribución y comercialización del producto.

ANTECEDENTE INVESTIGATIVO 8

Autor: (Silvia Molina, 2018)

Fuente: Tesis Universidad Técnica del Norte

Tema: “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Producción y Comercialización de bebidas Naturales a base de Plantas Medicinales en el Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura”.

La Investigación se la realizó con el objetivo de evidenciar la factibilidad que tiene la comercialización de productos naturales de uso medicinal, por lo tanto, obtener la oportunidad de comercialización a nivel Internacional mediante al correcto estudio de mercado.

Conclusión: El consumo de productos naturales en la actualidad ha tomado fuerza dentro del mercado por ende la creación de la microempresa de producción y comercialización de bebidas naturales a base de plantas medicinales es una oportunidad de negocio.

Aporte: El mercado Internacional es potencial para ofrecer productos naturales de uso medicinal ya que cada vez son más las personas que quieren aliviar dolencias sin que afecte el funcionamiento de cualquier otro órgano de su cuerpo, para realizar un correcto Estudio de Factibilidad se debe iniciar por la identificación de los mercados potenciales mediante el análisis de factores sociales, políticos, económicos, perfil de consumidor así como los gustos y preferencias de los habitantes, de manera que mediante una Matriz de evaluación se identifica cuál es el país idóneo para la exportación del producto natural de uso medicinal Reumartrin, en este caso el país es Chile, específicamente la ciudad de Santiago de Chile, aquí la fluencia de Centros Naturistas es favorable y es la zona comercial de Chile además de acuerdo con los gustos y preferencias de los habitantes es por lo natural esto incluye la forma de tratar las enfermedades.

ANTECEDENTE INVESTIGATIVO 9

Autor: (Beatriz Elizaragay, 2018)

Fuente: Revista Cubana de Plantas Medicinales.

Tema: Producción científica cubana sobre plantas medicinales y productos naturales a partir de la base de datos Plant Med CUBA.

El objetivo es investigar la evolución de la medicina natural y como su importancia ha tomado fuerza en la actualidad, hoy en día los Laboratorios que desarrollan productos naturales de uso

medicinal han desarrollado diferentes líneas de productos ya sea para el tratamiento de enfermedades, así como de belleza tanto de la piel como capilar.

Conclusión: Analiza el estudio de plantas medicinales como una técnica ancestral como remedio curativo de varias enfermedades. Los farmacéuticos laboran en muchas ocasiones asociados a especialistas agrónomos para llevar a cabo proyectos de creación de medicamentos y cosméticos, cada vez más saludables y variados. Uno de los principales beneficios del consumo de plantas medicinales como un aporte al mejoramiento de la salud, por ello la Organización Mundial de la Salud (OMS) en su programa "Salud para Todos en el año 2000" recomendó la promoción de la medicina tradicional y las plantas medicinales, por su bajo costo y aplicación popular en la atención primaria de la salud.

Aporte: Mediante la siguiente información me permite conocer la importancia de los avances de la medicina para aprovechar los beneficios que ofrece la naturaleza y obtener productos naturales de uso medicinal para tratamientos de enfermedades en quienes lo consumen. La empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., trabaja con una cartera de veinte y uno jarabes naturales de uso medicinal para el tratamiento de diferentes enfermedades con el extracto de plantas naturales en este caso el jarabe natural Reumartrin es empleado para el tratamiento de Reumatismo, así como para mantener un buen sistema inmunológico, tratar problemas de inflamación y dolor de las articulaciones.

ANTECEDENTE INVESTIGATIVO 10

Autor: (Tania Herrera, 2018)

Fuente: Tesis Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Tema: “Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi - Ecuador “

La Investigación es con el objetivo de identificar correctamente el mercado para la Internacionalización del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin, mediante el análisis de varios factores de desarrollo que inciden en diferentes países y mediante una matriz de evaluación se elige la mejor alternativa para la exportación del producto.

Conclusión: El Estudio del mercado Internacional permite ampliar las oportunidades de comercialización de las empresas, mediante el correcto análisis de factores económicos, políticos, sociales, culturales se puede identificar las necesidades del país tomando en cuenta los gustos y preferencias de la sociedad que lo conforma y ofrecer un producto que satisfaga las necesidades.

Aporte: Con la siguiente información se puede realizar la Matriz en la que se evalúan distintos factores que permiten identificar el mercado meta en el que el producto tiene mayor oportunidad de ser acogido por la sociedad de acuerdo al análisis del perfil del consumidor, también mediante el estudio técnico se analiza la macro localización de la empresa así como la micro localización misión, visión de la misma, por otro lado también es necesario realizar la segmentación del mercado de Chile de manera que se determina mediante un análisis de factores sociales, económicos y culturales que el mercado potencial es exactamente la ciudad de Santiago de Chile ciudad en la que se concentra la mayor parte de comercio y centros turísticos, de manera que se va a facilitar la comercialización del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin.

ANTECEDENTE INVESTIGATIVO 11

Autor: (Jocelinne Carvajal, 2019)

Fuente: Tesis Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Tema: “Oportunidades de mercados internacionales y el mercadeo de tisanas con stevia de la empresa PROYSERMESA Cía. Ltda. provincia de Imbabura”

El objetivo es analizar la empresa a nivel nacional y plantear estrategias para llegar al mercado Internacional mediante técnicas que permitan mejorar el producto y adaptarse a las exigencias del mercado Internacional.

Conclusión: Mediante el Estudio de Mercados Internacionales las empresas aumentan la economía y a la vez se incrementa las fuentes de empleo, para ello al analizar los posibles mercados mismos que cuenten con una buena economía, y cuyo nivel de vida sea óptimo serán alternativas para la internacionalizar el producto ecuatoriano.

Aporte: Hoy en día el ser humano está optando cada vez más por lo natural ya que contribuye de forma positiva a la salud del mismo, en el caso de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., busca

con el jarabe natural de uso medicinal tratar enfermedades relacionadas con el reumatismo, a su vez reforzar el sistema inmunológico de forma natural. Para incrementar la comercialización la empresa debe aplicar las cuatro P que son: Producto, Precio, Plaza y Promoción, en cuanto al producto debe tratar de desarrollarlo con características que lo diferencie de la competencia así como brindarle un valor agregado en este caso el valor agregado del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin es su composición y sabor ya que a pesar que la uña de gato que es su principal componente no es agradable al gusto mediante la mezcla de otros componentes lo hacen agradable al gusto de manera que para ingerirlo no es necesario mezclarlo, los precios que maneja la empresa son accesibles y aplican promociones, la distribución del producto se la realiza en diferentes puntos estratégicos a nivel nacional y la promoción incluye reglar por la compra de cada jarabe shots en diferentes presentaciones así como si la compra es mayor a los doce jarabe se obsequia uno más.

2.2. MARCO TEÓRICO

La variable de investigación definida como independiente se identifica como Estudio de Factibilidad y la dependiente como Comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., a su vez se relacionó con las Teorías además de comercio Internacional.

El presente estudio de factibilidad para la comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., pretende orientar la toma de decisiones para posteriormente realizar la exportación, a pesar que demanda de mucho tiempo, el costo que puede resultar significativo, y la crisis por la que atraviesa la empresa debido a la enfermedad del COVID-19 que afecto al sector empresarial de manera significativa en el caso de DISTRILIFE CÍA. LTDA., pese a que disminuyó las ventas, implementaron las medidas sanitarias respectivas para continuar produciendo los jarabes naturales de uso medicinal, de manera que no se cerró sus puertas, ya que tiene como meta propuesta ingresar al mercado Internacional en vista de que posee una amplia trayectoria en la que ha podido posicionarse en el mercado Nacional.

De acuerdo con el Artículo 306 de la Constitución de la República del Ecuador menciona “que el Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen empleo y estos tengan un componente que lo haga diferente en el mercado” (Constitución, 2020, pág. 96).

Por otro lado, al tratarse de un producto natural de uso medicinal para consumo humano el control es más exigente, por lo que en el Reglamento de control de Productos Naturales de uso medicinal, Capítulo VIII de las Importaciones y Exportaciones, en el Art. 49 comprende sobre la Exportación, aquí se menciona que se podrá exportar aquellos Productos Naturales de uso medicinal que posean certificado de Registro Sanitario y el certificado de Libre Venta Emitido por el Director General de Salud a través de la Dirección de Control y mejoramiento en Vigilancia Sanitaria.

De acuerdo con la Ley Orgánica para el fomento productivo, atracción de inversiones, generación empleo, estabilidad y equilibrio Fiscal en el Art.26 señala la “exoneración del impuesto a la renta para inversiones que correspondan al sector privado” (Ley Orgánica para el fomento productivo, atracción de inversiones, generación empleo, estabilidad y equilibrio Fiscal , 2018, pág. 26); con ello la empresa cuenta con el apoyo financiero para aumentar la participación en el mercado.

Es así que mediante el análisis y aplicación de las Teorías del Comercio Internacional como las Leyes que amparan a las Empresas en Ecuador, permiten el crecimiento de la misma ya que al realizar una comparación de las ventajas que tiene la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., ante los competidores se puede potencializarlas para vencer las amenazas, mediante estrategias que permitan brindar un producto de calidad al mejor costo y de esta manera aumentar la oportunidad de comercialización en mercados Internacionales.

En cuanto a las Teorías que facilitan mejorar el desarrollo de la empresa para ingresar al mercado Internacional son las siguientes:

Teoría de Michael Porter como es “la ventaja competitiva”, quien asegura que la competitividad de una empresa aumenta fundamentalmente en función del valor que la misma tiene capacidad de generar, el concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, “Porter habla de tres estrategias competitivas que servirán para aumentar la comercialización y participación en el mercado de la empresa” (Bernal, 2018), mismas que permitirán aumentar la participación en el mercado de la empresa como son: Liderazgo en costos, Diferenciación y Enfoque de mercado, sin embargo la empresa es fuerte en lo siguiente:

Liderazgo en costos. “conjunto de medidas que tiene la empresa para llevar a cabo que los productos tengan precios más bajos que los que ofrece la competencia” (Bernal, 2018). En condiciones normales al llevar a cabo las actividades detalladas se para lograr una ventaja competitiva que servirá para aumentar las ventas del producto. En el caso de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA, elabora productos naturales de uso medicinal de calidad aptos para el consumo humano y los ofrece a un precio accesible a diferencia de la competencia, a su vez incentiva al cliente con descuentos y promociones.

Diferenciación. Diseñar y ofertar productos que los clientes miren una diferencia, por lo tanto, están dispuestos a pagar el precio que se oferte. Las empresas que siguen esta estrategia, “Ofrecen menos productos, con beneficio unitario” (Bernal, 2018). El producto es de calidad, tiene innovación, y harán que el cliente consiga la preferencia del mismo. Mediante esta estrategia la empresa DISTRILIFE CÍA LTDA, pretende ingresar al mercado Internacional y mantenerse en el mercado nacional.

La Empresa busca marcar siempre la diferencia mediante varias formas como : el empleo de materia prima de calidad para la fabricación del producto, lograr que el sabor del producto sea agradable, ofertas constantes que motiven al cliente como son: por la compra de doce jarabes gratis obtiene uno como promoción, de manera que resulte un incentivo para el cliente y a su vez premiar su fidelidad mediante la entrega de obsequios al mejor cliente, si excede cierta cantidad de compras obsequiarle en Navidad un viaje con los gastos pagados.

Teoría de la ventaja Comparativa de David Ricardo “cada país debe producir aquel bien que posea el menor coste de oportunidad” (David Ricardo , 1817), en el caso de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., se analizó el producto, precio, plaza y promoción con el fin de determinar la situación actual de la empresa que permita generar competitividad.

Paúl Krugman con la Nueva Teoría del Comercio Internacional introduce el término de “economías de escala que consiste en que a mayor volumen de producción menor costo” (Krugman, 1979, pág. 1), de manera que la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., al expandir su mercado a nivel Internacional aumentaría su producción y por ende el coste por unidad producida reduce.

Es importante también desarrollar una estrategia en la empresa que le permita generar competitividad para ello, se aplica la herramienta de las cinco Fuerzas de Porter con ello se identifica las oportunidades y actuar estratégicamente frente a las amenazas como: Poder de negociación de los proveedores, Poder de negociación de los compradores, Amenaza de nuevos entrantes o competidores, Amenaza de productos sustitutos y Rivalidad competitiva.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

Para el desarrollo del presente estudio de Investigación , se lo realizó desde dos enfoques cualitativo y cuantitativo, el enfoque cualitativo permitió obtener información necesaria en cuanto a la factibilidad para la comercialización en diferentes mercados extranjeros y las oportunidades que ofrece el mercado Internacional además se puede analizar los gustos y preferencias del cliente de acuerdo a su cultura y la competencia mediante la aplicación de entrevistas a personas expertas en el tema de producción y comercialización de productos naturales de uso medicinal ; mientras que el enfoque cuantitativo permitió conocer datos numéricos en cuanto a la comercialización de los productos naturales de uso medicinal y el volumen de ventas con el fin de verificar si es oportuno posicionarse en el mercado extranjero, a través de la aplicación de encuestas con preguntas a escala de Likert que faciliten la contabilización de resultados.

3.1.2. Tipo de Investigación

La solución del problema de forma científica, “es necesario conocer el tipo de investigaciones, de manera que el conocimiento evita cometer errores en la ejecución del trabajo mediante el método específico” (Tamayo, 2016).

Para el desarrollo de la investigación se tomó como referencia la siguiente modalidad de investigación:

3.1.2.1. Documental

La Investigación Documental “es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, los obtenidos por otros investigadores en fuentes documentales, impresas o audiovisuales” (Dugarte, 2020)

Es de tipo documental en vista de que se requiere investigar temas relacionados con la comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal, así como las estrategias de comercialización que faciliten el ingreso del producto al mercado extranjero.

3.1.2.2. De Campo

La Investigación de campo “se recolecta información en el lugar de los hechos” (Dugarte, 2020)

La información se recolectó mediante entrevistas realizadas a Gerentes de Laboratorios dedicados a la producción y comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal, así como también se aplicó una encuesta a la población de Santiago de Chile.

3.1.3. Técnicas para recolección de datos

3.1.3.1. Entrevista

La Entrevista “Recopila información y obtener de forma hablada las opiniones de las personas a las que se aplique la misma”

Para la presente Investigación se utilizó la encuesta como técnica para la recolección de información misma que fue dirigida a expertos en el tema en este caso a los Jefes de ventas de Laboratorios dedicados a la producción de jarabes naturales de uso medicinal ubicados en Ecuador pero que ya realicen la exportación de su producto con el fin de aportar con mayor datos informativos a la Investigación realizada, por otro lado fue importante la opinión de un Técnico Aduanero para investigar en cuanto a los requisitos de exportación del producto en este caso el jarabe natural a base de uña de gato “Reumartrin”.

3.1.3.2. Encuesta

La Encuesta “Técnicas de Investigación en la que se obtiene información cronológica de los encuestados mediante preguntas de forma personal, telefónico o por correo” (Malhotra, 2020).

Para el desarrollo de la Investigación se aplicó la encuesta a los consumidores de la ciudad de Santiago de Chile, segmento que fue seleccionado en vista de que existen muchos Centros Naturistas de manera que se evidencia la preferencia por los productos naturales de uso medicinal en esta ciudad.

3.2. IDEA A DEFENDER

El Estudio de la factibilidad para la comercialización Internacional de Productos Naturales de uso medicinal de la empresa “DISTRILIFE CIA. LTDA., incide en la participación en el mercado de la empresa.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1: Definición de variables objeto de estudio

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
VI. Alternativas de Mercados Internacionales	Evolución de las exportaciones de productos naturales de uso medicinal.	Perfil del consumidor	Fichaje	Fichas Bibliográficas
		Datos demográficos		Internet
	Mercado	Oferta Internacional	Entrevista Encuesta	Formulario 001
		Demanda Internacional		Formulario 002
Negociación	Acuerdos Comerciales	Fichaje	Ficha 001	
Viabilidad	PESTEL	Fichaje	Ficha 002	
VD. Comercialización Internacional	Línea de Producción	Oferta de Exportable Capacidad de Producción	Entrevista	Formulario 003
	Mix Marketing	Producto Precio Plaza Promoción		Fichaje Encuesta

Fuente: (Ramírez, 2016)

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1 Población y muestra de la investigación

En el Cantón Tulcán en la avenida Rafael Arellano se encuentra ubicada la empresa DISTRILIFE CÍA LTDA la cual opera en Producción de productos naturales de uso medicinal, de acuerdo con los datos del Perfil de Compañías EMIS, se muestra que es la única empresa productora ubicada en la ciudad de Tulcán.

En vista de que se sabe el número de trabajadores que laboran en DISTRILIFE CÍA. LTDA., se manejó varias entrevistas a la Sra. Tamara Ruiz y al Abogado. Carlos Ruiz representantes de dicha empresa y aportaron información para el desarrollo de la investigación, por otro lado, es necesario la aplicación de algunas entrevistas a expertos en este caso los Gerentes de Laboratorios que producen jarabe natural a base de uña de gato.

Tabla 2: Personas entrevistadas

Nº	DIGNIDAD	NOMBRE Y APELLIDO	LABORATORIO
1	Gerente Comercial	Anita Herrera	NATURE'S GARDEN
2	Jefe de Ventas	Denise Rivadeneira	PHYTO PHARMA
3	Jefe de Ventas	Juan Ramirez	ZAPHIRE
4	Técnico Aduanero	Msc.Eliana Herrera	SENAE

Fuente: Empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., 2020.

Para deducir la población y muestra del mercado internacional, se aplicó el método probabilístico, mediante la ejecución de una encuesta en línea encaminada a personas que están dentro de la población económicamente activa y puntos de venta en Santiago de Chile y así saber el nivel de aceptación que tendrá el producto natural de uso medicinal en este caso conocido como Reumartrin.

Tabla 3: Cálculo de la muestra

CÁLCULO DE LA MUESTRA		
		94%
Z	Nivel de significancia	1,881
σ	Desviación estándar	0,5
e	Nivel de error	0,06
N	Población del proyecto	9'533,05
n	Tamaño de la muestra	244,13

Fuente:(Investigación,2019)

Para calcular la muestra se hizo uso de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * \sigma^2 * Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 * Z^2}$$

Donde;

$$9'533.05 * (0,5)^2 * (1,881)^2$$

$$n = \frac{9'533.05 * (0,5)^2 * (1,881)^2}{(9'533.05 - 1)(0,06)^2 + (0,5)^2 * (1,881)^2}$$

$$9'533.05 * (0,5)^2 * (1,881)^2$$

$$n = \frac{9'533.05 * (0,5)^2 * (1,881)^2}{(9'533.05)(0,06)^2 + (0,5)^2 * (1,881)^2}$$

$$n = \frac{8'432.36643}{34.5401151}$$

$$n = 244,13$$

Para obtener la cantidad de encuestas a aplicar, se calculó la muestra, a través del método probabilístico aleatorio simple, que aprueba toma el número de personas al azar que consumen medicamentos naturales de uso medicinal en este caso se lo realiza con la partida general que comprende en Santiago de Chile, para ello se identifica la población económicamente activa, dando un total de 244 encuestas.

1.1 Análisis Estadístico

Para el avance de la investigación se toma en cuenta el personal de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA. , se empleó una entrevista dirigida al Gerente General y Administrador, que aportaron información sobre la maquinaria que está en función en la empresa y aporta al avance de la producción del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin, también se obtuvo información de fuentes como: Banco Mundial, Banco Central del Ecuador, Portal Trade Map, Doing Busines.

También se utilizó el sistema informático Excel para el análisis e interpretación de resultados, proyectar datos e identificar el país óptimo para la comercialización del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin, así como el análisis de la Oferta, Demanda, entre otros.

3.6. RECURSOS

Tabla 4: Recursos Utilizados

HUMANOS	INSTITUCIONALES	MATERIALES	ECONÓMICOS	TECNOLÓGICOS
Investigador.	Universidad Politécnica Estatal del Carchi. (UPEC)	Notas plegables	Dinero en Efectivo	Cámara fotográfica
Docentes (tutor y lector)	Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)	Lápiz	Transporte	Celular
		Borrador	Impresiones	Computadora
Centros Naturistas		Hojas papel bond	Empastados	Impresora
		Anillados	Internet	
		Tinta para impresión		
	Empresa Distrilife Cía Ltda.	Esferos		

3.7. Selección de Mercados Internacionales alternativos para la comercialización del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin, de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., en el cantón Tulcán de la Provincia del Carchi – Ecuador

El mercado internacional tiene mercadeo del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin, se compara sistemáticamente varios factores que poseen los mercados, mediante herramientas estadísticas como son: TradeMap, Doing Business y Banco Mundial, sujetan datos estadísticos que tienen relación con el comercio internacional en importaciones y exportaciones.

3.7.1. Top Ten de Exportaciones de Ecuador al mundo.

Tabla 5: Top Ten de Exportaciones de Ecuador al mundo

TOP TEN DE EXPORTACIONES DE ECUADOR AL MUNDO					
En Miles de USD					
PRODUCTO 1211.- Se utiliza la totalidad de la planta para utilizar principalmente en perfumería, medicina, insecticidas entre otros productos.					
N°	País	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020
1	Estados Unidos	1054681	850571	403789	352453
2	China	224	20500	-	-
3	Madagascar	580300	-	-	580300
4	Alemania	181389	198616	115222	110200
5	Italia	120401	187430	128884	113456
6	Francia	27060	161396	186343	174532
7	Chile	4	20147	10	6720
8	Argentina	-	-	-	-
9	Brasil	-	20	181	101
10	Turquía	-	-	-	-

Fuente: <https://trade.nosis.com>

Figura 1: Top Ten de Exportaciones de Ecuador al mundo

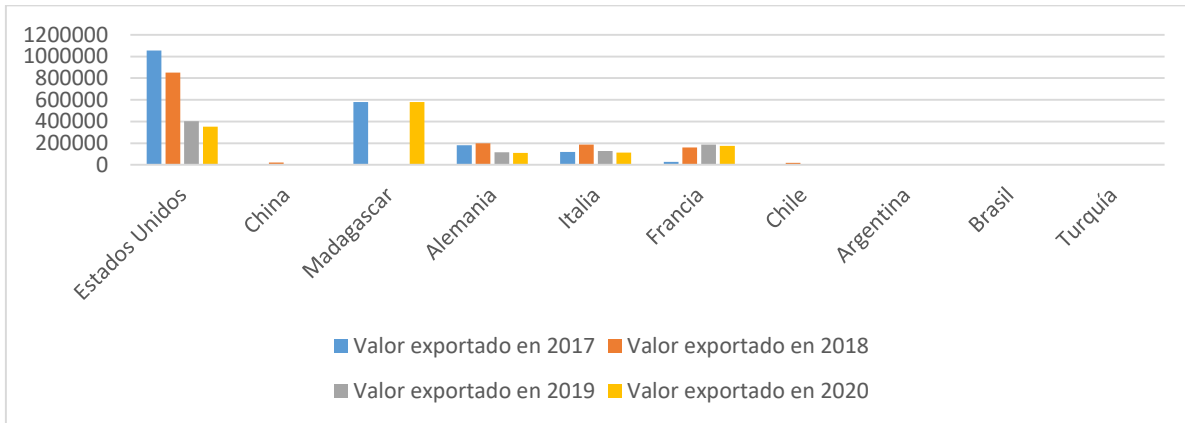


Figura 1: Top Ten de las Exportaciones de Ecuador al mundo.

Fuente: <https://trade.nosis.com>

En la Tabla 7, se toma en cuenta las exportaciones de la partida 1211 que comprende Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados, hacia varios países que ha realizado Ecuador, donde se presenta un historial del valor con alta demanda en varios países como Estados Unidos el mismo que está en el primer lugar de consumo, seguido de Alemania, ocupando Chile el séptimo lugar, sin embargo, se debe considerar que la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., está iniciando y no cuenta con el suficiente capital y los requisitos para ingresar a mercados fuertes como Estados Unidos y Alemania por lo que Chile es una alternativa factible para iniciar con la Internacionalización del producto, se ha tomado en cuenta los costos mínimos que generaría la exportación del producto al país, la aceptabilidad del cliente ya que los chilenos prefieren todo lo que sea natural.

En la selección del mercado internacional óptimo se toma en mercados potenciales como : Estados Unidos, es un país muy grande, principal economía mundial de acuerdo con la Investigación realizada los estadounidenses en un “38% utilizan la medicina natural, entre los más destacados se encuentran los suplementos en base a hierbas” (Innovación Digital, 2020), Alemania consume anualmente “45000 toneladas de plantas curativas, además los medicamentos derivados de plantas curativas se han convertido en los últimos años en los preferidos por médicos y pacientes alemanes” (FAO, 2020) y Chile más del 53% de los Chilenos prefieren alimentos naturales libres de azúcar y colorantes, cuidan de su salud mediante la adquisición de productos naturales de uso medicinal (Universia, 2020).

3.8. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

3.8.1. Estados Unidos de América

Capital: Washington D.C

Ubicación: América del Norte, que limita con el Océano Atlántico Norte y el Océano Pacífico Norte, entre Canadá y México

Referencias de Mapa: Norteamérica

Es la primera economía del mundo por volumen de PIB. Su deuda pública en 2018 fue de 18.160.427 millones de euros, es el país más endeudado de todo el mundo, con una deuda del 104,26% del PIB está entre los países con más deuda respecto al PIB mundial. Su deuda es de 55.477€ euros por habitante. En cuanto al IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país la calidad de vida cada habitante, indica que “los estadounidenses se encuentran entre los que mejor calidad de vida tienen” (Economía y demografía de Estados Unidos, 2018, pág. 1).

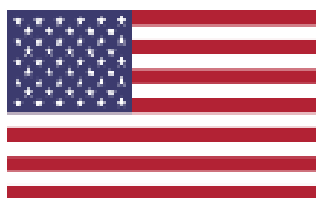
Si el objetivo de visita a los Estados Unidos son negocios, debe saber que Estados Unidos se encuentra en el 8º puesto de los 190 que conforman el ranking Doing Business, debido a que se encuentra en ella la lista de países que tienen mayor facilidad de negociación.

Es una de las alternativas para para análisis del desarrollo de la investigación debido a que tiene liderazgo en los campos de investigación y tecnología, ocupa el octavo puesto en el ranking Doing Business, su economía es abierta a las negociaciones e inversiones extranjeras.

3.8.1.1 Factores Sociales

- **Población**

Tabla 6: Población de Estados Unidos



AÑO	Millón
2015	81,67
2016	82,34
2017	82,65
2018	82,92
2019	83,13
2020	83,78




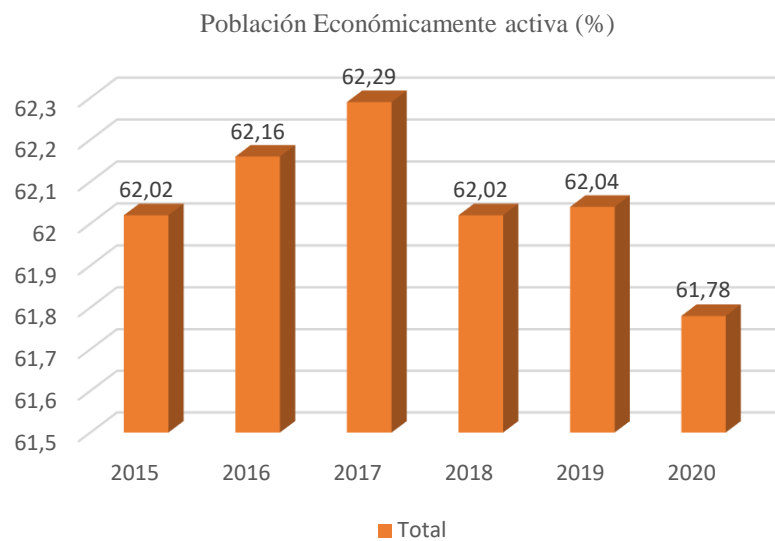
Fuente: (Banco Mundial, 2020)

Estados Unidos, según la Oficina del Censo indica que “para el 2019 se espera un nacimiento cada 8 segundos y una muerte cada 10 segundos, y se calcula que la inmigración internacional neta agregue una persona a la población del país cada 29 segundos” (2018). “La población se encuentra repartida en todos los países que conforman los Estados Unidos, donde varias cifras indican un acelerado crecimiento” (Expansión, 2018, pág. 1).

- **Población Económicamente Activa**

Tabla 7: Población Económicamente Activa de Estados Unidos

	AÑO	Total
	2015	62,02
	2016	62,16
	2017	62,29
	2018	62,02
	2019	62,04
	2020	61,78



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

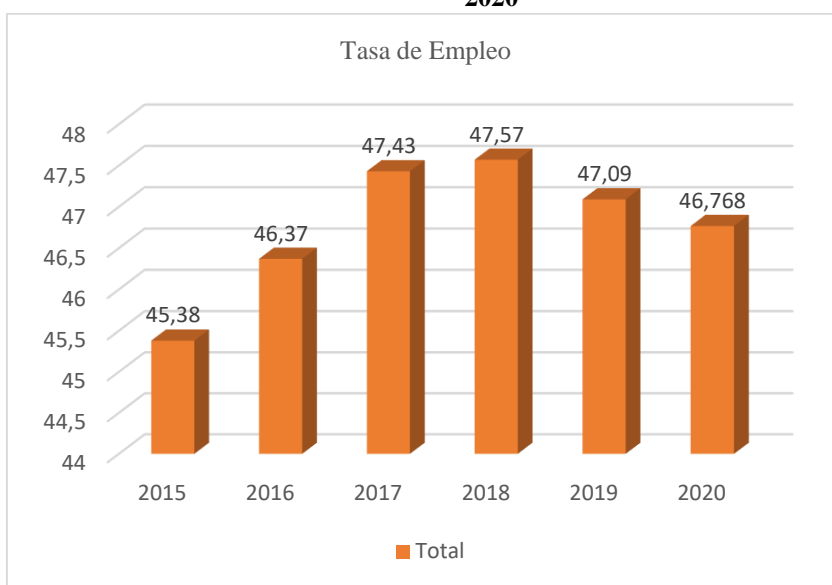
En la Población Económicamente Activa de Estados Unidos se tomó en cuenta a personas mayores de 15 años, cada año aumenta considerablemente debido a que los habitantes cuentan con un empleo estable y cuyo sueldo permite el sustento de las familias estadounidenses brindando un excelente estilo de vida, para el año 2020 el porcentaje ha disminuido ya que la pandemia obligó a suspender la actividad comercial de manera que la fuerza laboral ya no era necesaria.

- **Tasa de Empleo**

Tabla 8: Tasa de Empleo de Estados Unidos



AÑO	Total
2015	45,38
2016	46,37
2017	47,43
2018	47,57
2019	47,09
2020	46,77




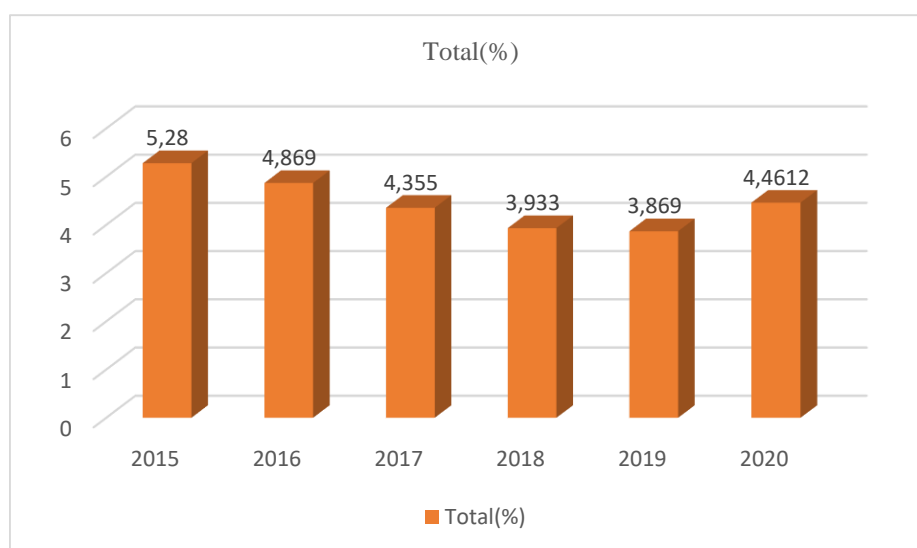
Fuente: (Banco Mundial, 2020)

Se estableció la relación empleo y población, cuyas edades son entre 15 y 24 años mismos que actualmente se encuentran empleados, y de acuerdo con los porcentajes ha ido aumentando, ya que las Industrias aportan con empleos, y conforme el volumen de ventas aumenta mayor es el sueldo que perciben los empleados, sin embargo, en el año 2020 el panorama es diferente ya que presenta un porcentaje bajo debido a la pandemia.

- **Tasa de Desempleo**

Tabla 9: Tasa de Desempleo de Estados Unidos

	AÑO	TOTAL (%)
	2015	5,28
	2016	4,869
	2017	4,355
	2018	3,933
	2019	3,869
	2020	4,46



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

Como se observa en el gráfico en el año 2019 Estados Unidos tiene una tasa de 3,869% lo que refleja que es mínima la población que se encuentra desempleada y que mediante el crecimiento industrial acelerado de las empresas estadounidenses se reducirá cada vez más el desempleo, para el año 2020 “Estados Unidos muestra una tasa de crecimiento del 10,2% en cuanto a la tasa de

Desempleo, debido a la pandemia por el COVID-19, que ocasionó muertes y despidos, sin embargo en el mes de junio las ventas de minoristas aumentaron en un 18% un escenario esperanzador para el país” (Tasa de Desempleo , 2020).

- **Perfil del Consumidor**

La tendencia de las personas va dirigida a tener conciencia de la necesidad de llevar una vida saludable. Es por eso la demanda de productos libres de grasas transgénicas y aditivos químicos. El consumidor siempre buscare productos novedosos. Tiene información y conciencia del cuidado ambiental. “Los productos que tenga innovación, que no perjudique el ecosistema además son, funcionales y orgánicos, serán valorados por su calidad y no por su precio”. (Globofran, 2016, pág. 1).

- **Comportamiento del Consumidor**

La crisis mundial ocasiono que los consumidores estadounidenses cambien sus marcas habituales por una que tenga menos poder adquisitivo. A pesar de lo mencionado existen grupos de personas que tienen fidelidad hacia una determinada marca, más que bajando de categoría a opciones más económicas, buscan el ahorro familiar “Menos del 10% compraran marcas económicas a diferencia de las marcas que tienen posición en el mercado” (Santander Trade Markets, 2019, pág. 1).

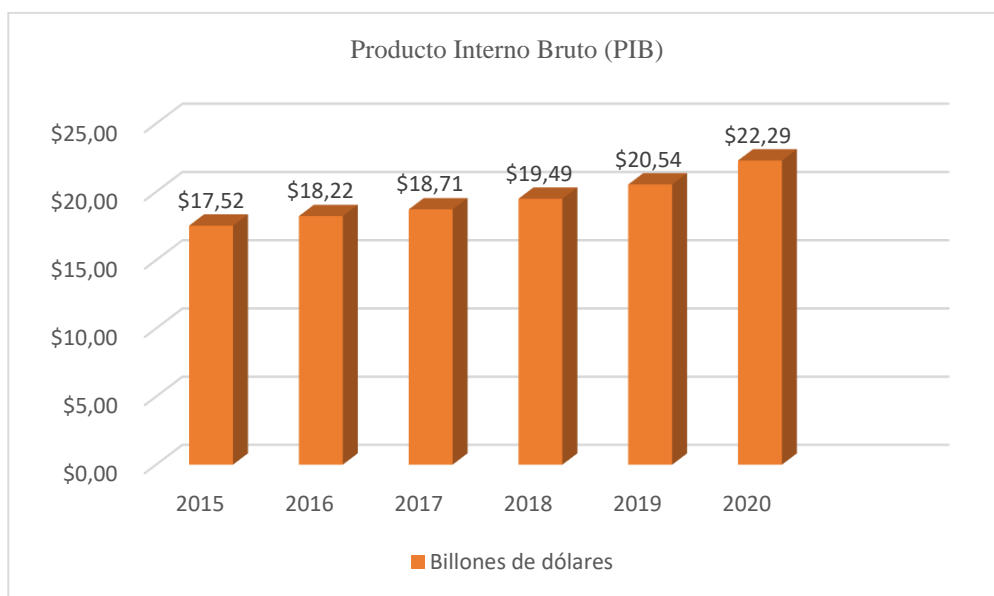
3.8.1.2. Factores Económicos

- **Producto Interno Bruto (PIB)**

Tabla 10: PIB EEUU



AÑO	Billones de dólares
2015	\$17,52
2016	\$18,22
2017	\$18,71
2018	\$19,49
2019	\$20,54
2020	\$22,29



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

Estados Unidos tiene un buen nivel de vida de sus habitantes, debido a que el PIB está en constante crecimiento, en el 2018 ha existido un crecimiento lo que significa que al haber un aumento de la actividad económica el desempleo tiende a reducirse, en el año 2019 tiende a aumentar, “pese a que incumplió con las estimaciones previstas tendió a expandirse lentamente

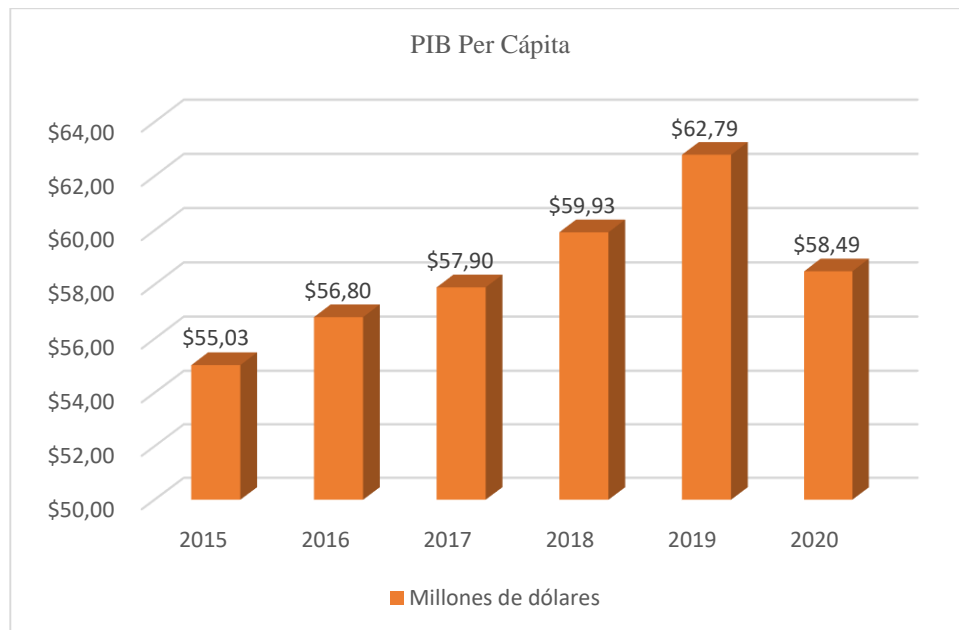
debido a que las tensiones comerciales deterioraron los volúmenes de inversión de las empresas” (Economía Estados Unidos , 2019), para el año 2020 no muestra el crecimiento que e esperaba sin embargo el nivel de vida de sus habitantes es bueno.

- **PIB Per Cápita**

Tabla 11: PIB Per Cápita de EE UU



AÑO	Millones de dólares
2015	\$55,03
2016	\$56,8
2017	\$57,9
2018	\$59,93
2019	\$62,79
2020	\$58,49

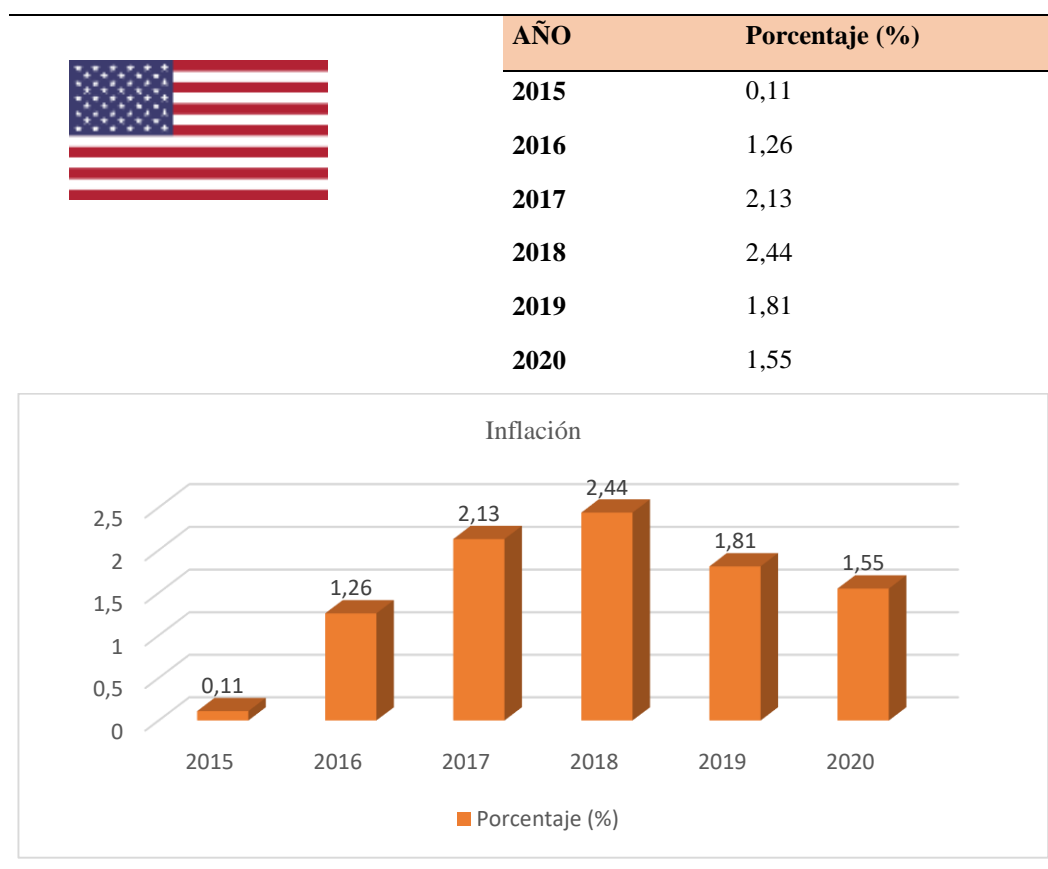


Fuente: (Banco Mundial, 2020)

El PIB Per Cápita en comparación con los otros años cada vez ha ido evidenciando un constante crecimiento de manera que se puede decir que el país cada año aumenta su productividad por lo tanto promueve el desarrollo económico de sus habitantes mejorando la calidad de vida de los habitantes al promover fuentes de empleo que permitan generar ingresos para el sustento diario de las familias, sin embargo en el año 2020 se ve afectado significativamente debido a la pandemia misma que ha generado la disminución de la actividad comercial.

- **Inflación**

Tabla 12: Inflación de Estados Unidos



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

Para el año 2020 Estados Unidos presenta una reducción en la Inflación lo que significa que los precios en cuanto a los bienes y servicios se mantienen de tal manera que no afecte a la población, en este país cada vez más aumentan las empresas y con ello es necesario contratar mano de obra, de manera que al incrementar las ganancias en las empresas se puede aumentar el sueldo de los empleados sin que afecte la capacidad de compra, no existen muchos compradores

debido a que existe una disminución de la economía, pese a que la pandemia afectó la actividad comercial la correcta administración de la economía en este país facilita la reactivación financiera del mismo.

3.8.1.3. Factores Políticos

- **Política Comercial**

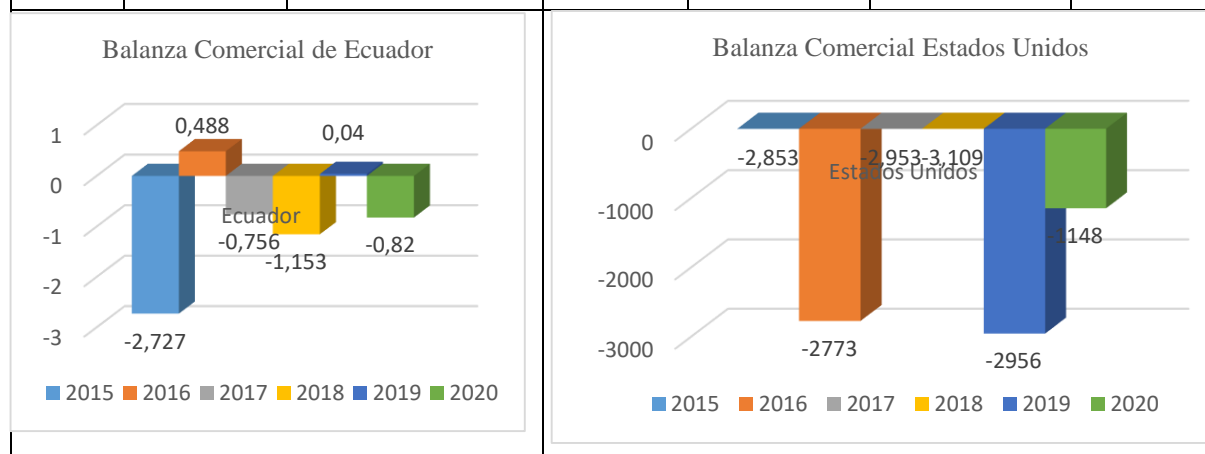
Sistema Generalizado de Preferencias – SGP

Permite promover la economía de los países miembros con la autorización para que los productos ingresen con arancel cero o aranceles reducido, que beneficia a países menos desarrollados, lo que favorece la preferencial de ciertos productos, con ello aumenta los ingresos de exportación, con ello se promueve la industrialización y se obtiene beneficios para la empresa DISTRILIFE CÍA LTDA.

- **Balanza Comercial Ecuador – Estados Unidos USD FOB.**

Tabla 13: Balanza Comercial de bienes y servicios Ecuador – Balanza comercial Estados Unidos (% del PIB)

País	AÑO					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ecuador	-2,727	0,488	-0,756	-1,153	0,04	-0,8216
Estados Unidos	-2,853	-2773	-2,953	-3,109	-2956	-1148



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

La Balanza Comercial de bienes y servicios (% del PIB) de Ecuador- Estados Unidos de acuerdo con los valores que se muestra presenta un déficit lo que significa que existe un incremento de las importaciones y disminución de las exportaciones, por lo tanto, se debe apoyar a las pequeñas empresas para que fabriquen productos terminados y se promueva las exportaciones mediante un correcto asesoramiento para la investigación de mercados internacionales oportunos.

3.8.1.4 Factores Legales

- **Barreras Arancelarias y Barreras No Arancelarias**

Todo producto que se exporte a Estados Unidos debe tener un etiquetado que señale el origen del producto. Además, se debe considerar lo siguiente:

- Declaración SGP
- Facturas
- Órdenes de compra
- Información de nómina para fundamentar los costos de mano de obra
- Perfil de fábrica
- Declaración juramentada
- **Barreras arancelarias**

Aranceles aplicados por Estados a todos los países exportadores en 2019 (ITC)

País Socio: Ecuador

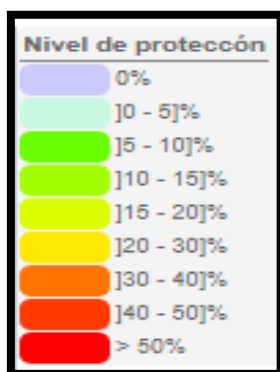



Tabla 14: Barreras Arancelarias Estados Unidos

Código del producto	Descripción del producto	N- de líneas arancelarias nacionales	Total Advalorem	Nivel de protección
1211	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados.	10	0%	

Fuente: <http://legacy.macmap.org>,2020

Barreras No Arancelarias

Empaques y Normas

Tabla 15: Barreras No Arancelarias Estados Unidos

El embalaje	<p>Embalar el producto en contenedores fuertes, que absorban la humedad</p> <p>Distribuir el peso del producto uniformemente</p> <p>Utilizar una protección adecuada y un anclaje dentro del contenedor</p> <p>Utilizar paletas para el embalaje y asegurar un fácil manejo.</p>
Idiomas permitidos en el embalaje y el etiquetado	El inglés es obligatorio. Otros idiomas son optativos.
Unidades de medida autorizadas	Unidades métricas de medida y peso.
Marcado de origen "Hecho en"	Es obligatorio

Normativa relativa al etiquetado

Los productos importados tienen una etiqueta que mencione su país de origen. Dependiendo del producto, aplican especificaciones particulares. Los productos destinados a la alimentación deben especificar los ingredientes que contienen: de mayor a menor prevalencia. Adicional debe tener información nutricional del producto. Los productos de origen textil y la ropa indicaran, el contenido de sus fibras con las instrucciones de cuidado de las mismas.

Reglamentos específicos

Para ciertos productos alimenticios, textiles, aparatos eléctricos y bienes para el consumidor.

Fuente: (Santander, 2019)

3.8.2. Alemania

Capital: Berlin

Ubicación: Europa Central, que limita con el Mar Báltico y el Mar del Norte, entre los Países Bajos y Polonia, al sur de Dinamarca

Referencias de Mapa: Europa

Moneda oficial: Euro

Idioma: El alemán “Idioma oficial en Alemania, pertenece a la lengua Indoeuropea y se encuentra considerada dentro del llamado grupo de las lenguas germánicas occidentales” (Idioma de Alemania, 2016, pág. 1).

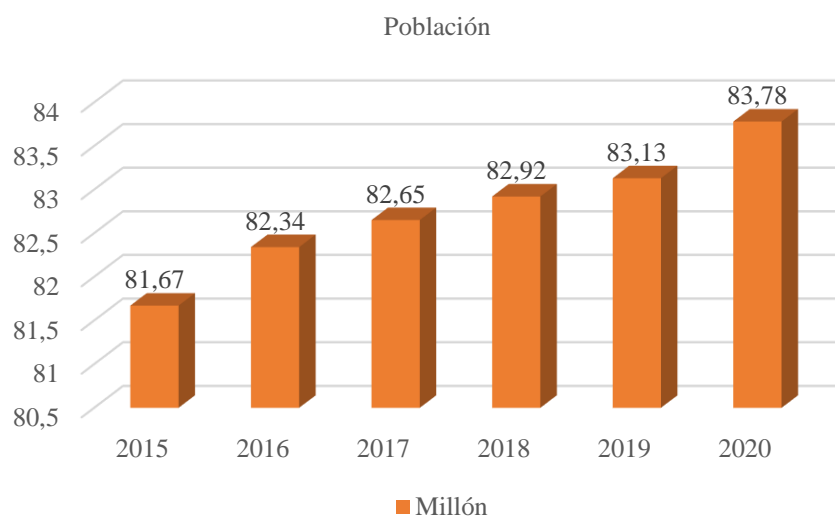
Alemania es un hermoso país ubicado en el nor centro de Europa. Sus fronteras están divididas con Dinamarca, Países Bajos, Polonia, República Checa, Austria, Suiza, Francia, Luxemburgo y Bélgica. En su zona norte. Es considerado una potencia tecnológica a nivel mundial “ocupa el tercer lugar como importador y exportador (detrás de China y Estados Unidos); además mantiene un superávit a su favor, puesto que su principal socio comercial es la Unión Europea” (Idioma de Alemania, 2016, pág. 1).

3.8.2.1. Factores Sociales

- Población

Tabla 16: Población de Alemania

	AÑO	Millón
	2015	81,67
	2016	82,34
	2017	82,65
	2018	82,92
	2019	83,13
	2020	83,78



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

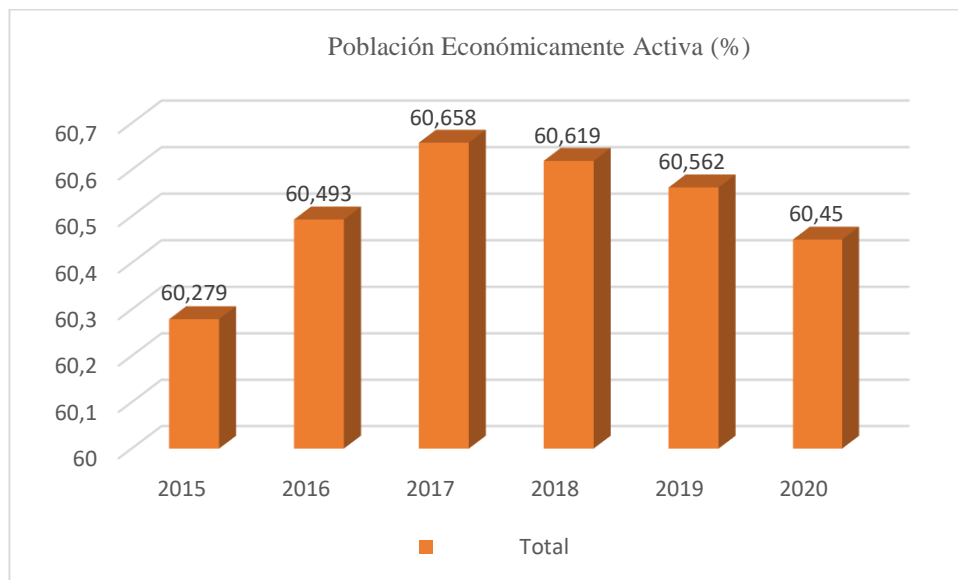
Alemania “está entre los países con más población del mundo, dentro del ranking de 196 estados que componen la tabla de población mundial” (Datos Macro, 2018, pág. 1).

Para el año 2020 se muestra crecimiento de la población, además es un país muy desarrollado que ofrece un correcto estilo de vida a sus habitantes en cuanto a salud y educación.

- **Población Económicamente Activa**

Tabla 17: Población Económicamente Activa de Alemania

	AÑO	Total
	2015	60,279
	2016	60,493
	2017	60,658
	2018	60,619
	2019	60,562
	2020	60,45




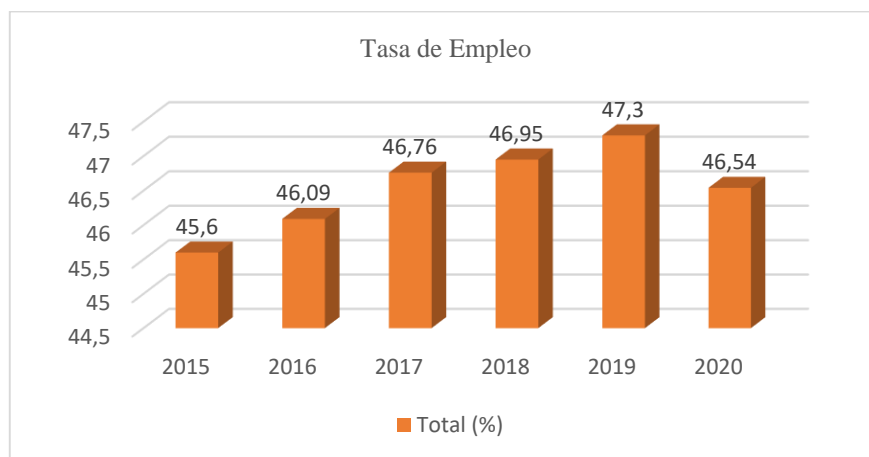
Fuente: (Banco Mundial, 2020)

En la Población Económicamente Activa de Alemania se analizó a personas mayores de 15 años, edad en la que se está en la capacidad de ejercer cualquier tipo de trabajo, cada año aumenta considerablemente debido a que cada vez se suman más empresas que necesitan mano de obra calificada y que se encuentran con el suficiente capital para pagar a los empleados.

- **Tasa de empleo**

Tabla 18: Tasa de Empleo de Alemania

	AÑO	Total (%)
	2015	45,60
	2016	46,09
	2017	46,76
	2018	46,95
	2019	47,3
	2020	46,54




Fuente: (Banco Mundial, 2020)

En el gráfico se muestra la relación entre empleo y la población cuyas edades están entre los 15 a 24 años de edad que actualmente se encuentran empleados además Alemania es un país que a medida que aumenta su población va aumentando su producción de manera que se promueve la contratación de mano de obra calificada para los diferentes puestos de trabajo, y gracias a la solvencia económica de las organizaciones ofrecen un sueldo digno que contribuye a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

- **Tasa de Desempleo**

Tabla 19: Tasa de Desempleo de Alemania

	AÑO	Total (%)
	2015	4,62
	2016	4,12
	2017	3,74
	2018	3,42
	2019	3,19
	2020	4,4



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

El resultado muestra la tasa de desempleo en Alemania de manera que ha ido reduciendo debido a la industrialización por lo tanto aumenta la contratación de mano de obra y en consecuencia la generación de empleo para los ciudadanos que mejoraran a futuro la calidad de vida.

- **Perfil del consumidor**

Con un PIB de 48.100 USD, los consumidores alemanes gozan de un poder adquisitivo elevado, los consumidores de 50 años o más conforman el principal grupo con poder adquisitivo elevado, con más de 50% del poder adquisitivo por habitante.

“El consumidor alemán tiene criterios de selección muy estrictos según el tipo de producto que desea comprar, el precio no es uno de los criterios determinantes en este tipo de productos” (Santander, 2015)

- **Comportamiento del consumidor**

Alemania es la cuarta economía mundial, y aporta más de 20% del PIB de la Unión Europea. Los consumidores alemanes cada vez más tienden a mejorar sus recursos. Compran tanto productos de descuento como de marca, según las oportunidades disponibles.

“Los consumidores alemanes adquieren productos por catálogo y por Internet. Casi 90% de la población dispone de Internet por lo que sus compras en línea son continuas” (ICEX, 2017)

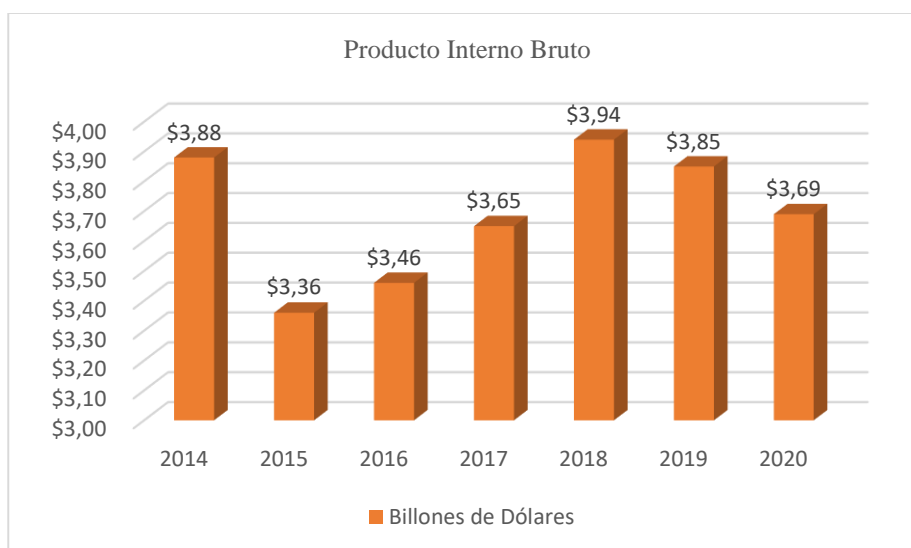
3.8.2.2. Factores Económicos

- **Producto Interno Bruto (PIB)**

Tabla 20: Producto Interno Bruto de Alemania



AÑO	Billones de Dólares
2014	\$3,88
2015	\$3,36
2016	\$3,46
2017	\$3,65
2018	\$3,94
2019	\$3,85
2020	\$3,69



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

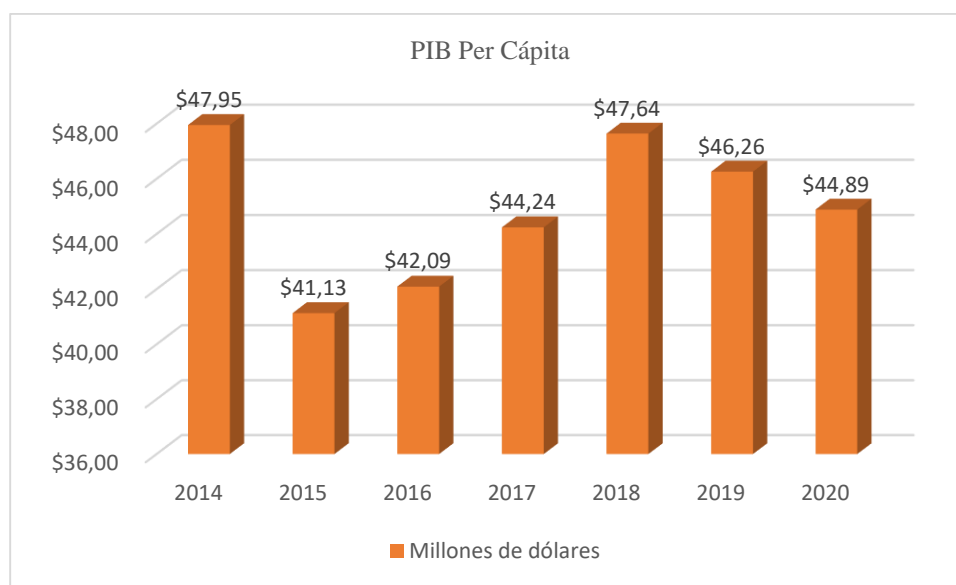
En el año 2018 existe un incremento del PIB por lo que aumentan los precios tanto en bienes como en servicios sin embargo las empresas alemanas a mayor productividad suben el sueldo a los empleados, lo que convierte al país en una economía más eficaz a nivel mundial, para el año 2020 muestra una disminución debido a la pandemia del COVID-19, misma que ha afectado significativamente a la economía mundial.

- **PIB Per Cápita**

Tabla 21: PIB Per Cápita de Alemania



AÑO	Millones de dólares
2014	\$47,95
2015	\$41,13
2016	\$42,09
2017	\$44,24
2018	\$47,64
2019	\$46,26
2020	\$44,89



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

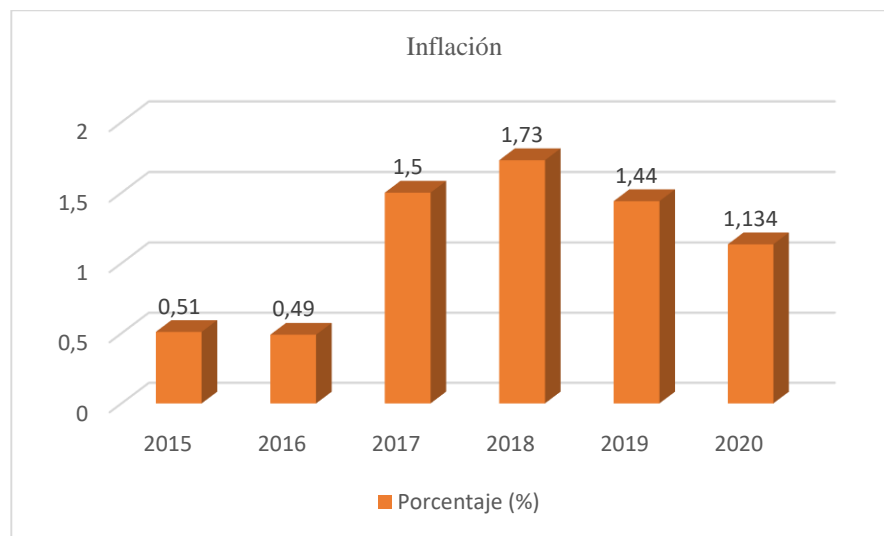
El PIB Per Cápita muestra un constante crecimiento de manera que se puede decir que el país cada año aumenta su productividad por lo tanto promueve el desarrollo económico de sus habitantes mejorando la calidad de vida de los habitantes al promover fuentes de empleo que permitan generar ingresos para el sustento diario de las familias.

- **Inflación**

Tabla 22: Inflación de Alemania



AÑO	Total
2015	0,51
2016	0,49
2017	1,5
2018	1,73
2019	1,44
2020	1,13



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

La inflación de Alemania en comparación con el año 2018 en el año 2019 ha reducido en vista de que según datos publicados por la Oficina Federal de Estadística en el último mes del año de 2019 el precio de la energía bajo respecto al año 2018, para el año 2020 muestra un bajo porcentaje según el Departamento Federal de Estadística es debido a la variante en el precio del sector energético

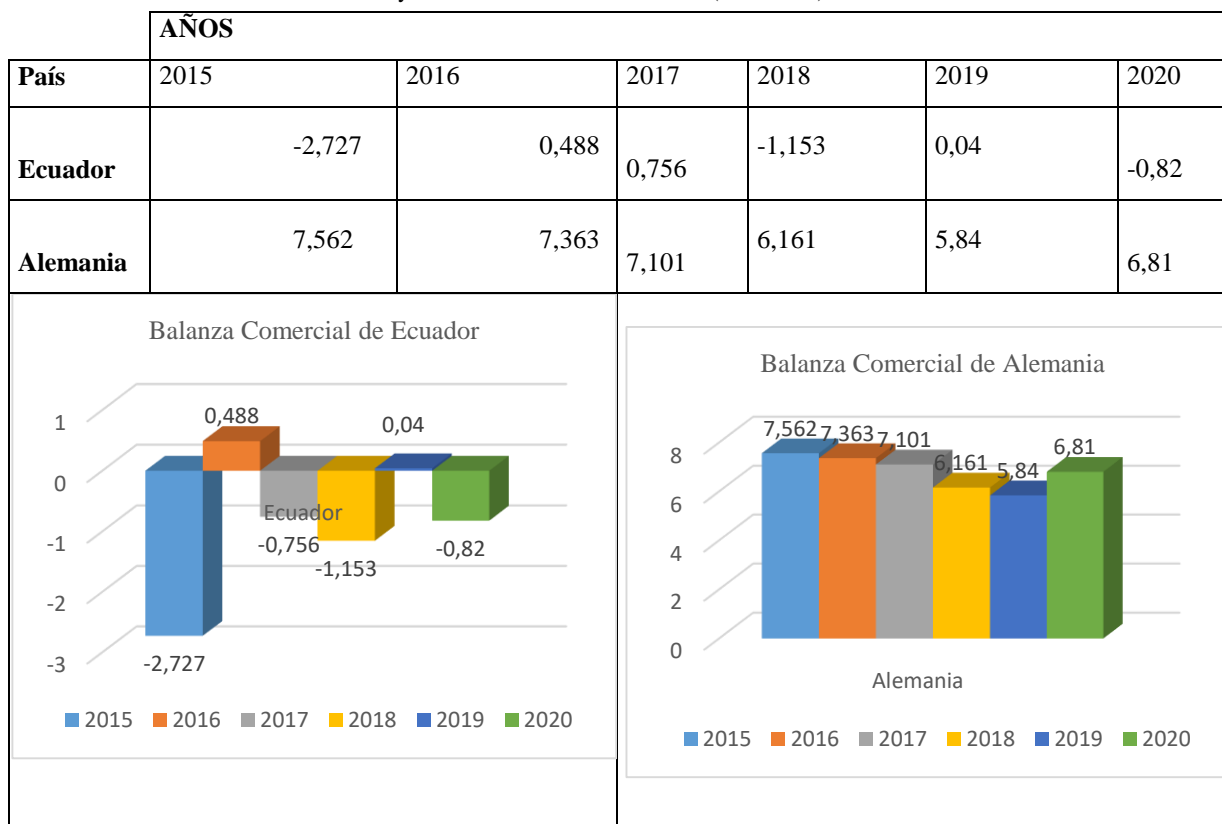
3.8.2.3. Factores Políticos

- **Política Comercial**

Ecuador y Alemania corresponden al Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y Alemania y sus Estados miembros lo que facilita la liberalización del 99,7% de la oferta exportable en comparación a los productos agrícolas y del 100% de los productos industriales ecuatorianos de manera que se obtiene mercados que contribuyan para la comercialización.

Balanza Comercial Ecuador- Alemania USD FOB

Tabla 23: Balanza Comercial de bienes y servicios Ecuador – Alemania (% del PIB)



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

La Balanza Comercial de bienes y servicios (% del PIB) de Ecuador- Alemania de acuerdo con los valores que se muestra presenta un déficit lo que significa que existe un incremento de las importaciones y disminución de las exportaciones, por lo tanto, se debe apoyar a las pequeñas empresas para que fabriquen productos terminados y se promueva las exportaciones mediante un correcto asesoramiento para la investigación de mercados internacionales oportunos.

3.8.2.4. Factores Legales


Barreras Arancelarias y Barreras No Arancelarias

Barreras Arancelarias

Aranceles aplicados por Alemania todos los países exportadores en 2019 (ITC)

País Socio: Ecuador

Tabla 24: Barreras Arancelarias de Alemania

Código del producto	Descripción del producto	N- de líneas arancelarias nacionales	Total Advalorem	Nivel de protección
1211	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados.	9	0%	

Fuente: <http://legacy.macmap.org>,2020.

Barreras No Arancelarias

Entre los productos que se prohíbe ingresar a Chile figuran los narcóticos y los medicamentos ilícitos. Hay productos que requieren una autorización, como el cobre, y productos agrícolas están sometidos a restricciones según la temporada. Hay productos que tienen restricciones basadas en las políticas de cada país al que se pretenda ingresar el producto.

Reglas de embalaje y etiquetado en Alemania

El embalaje

Debe tener relación con la legislación europea sobre prevención de riesgos para la salud de los consumidores y protección del ecosistema; especialmente lo concerniente al tratamiento de los desechos. Los envases de madera o de material vegetal podrán verse sometidos a controles fitosanitarios.

El etiquetado para productos exportados a Alemania debe estar en idioma alemán. También está permitido el uso de otro idioma que sea fácilmente comprendido por los consumidores alemanes o las etiquetas en varios idiomas.

Etiquetado Ecológico de la UE

El etiquetado ecológico está respaldado por el Consejo Europeo y es administrado por la Comisión Europea, conjuntamente con organismos de los Estados Miembros y otras entidades interesadas. El sistema incluye la certificación y monitoreo de conformidad por parte de científicos calificados e independientes para productos en las siguientes industrias: salud, belleza y cuidado personal, limpieza, confecciones, equipos electrónicos, muebles, productos de papel.

Idiomas que se aceptan en el embalaje y el etiquetado

Alemán. Sin embargo, el inglés se utiliza para dar imagen internacional a cierto producto. Estudios han demostrado lo difícil que es para un consumidor comprender el sentido de un eslogan en inglés.

Unidades de medida autorizadas

- Sistema métrico decimal.
- Marcado de origen "Hecho en"
- No es obligatorio, excepto para los productos alimentarios y las bebidas alcohólicas. Actualmente, el "made in" es un argumento comercial y está presente en la mayoría de los productos.
- El acuerdo de Madrid prevé sanciones en caso de información falsa sobre la procedencia del producto.
- Normativa relativa al etiquetado
- Para obtener más información, consulte la guía de la legislación sobre el etiquetado (en inglés) de la agencia de promoción de las exportaciones de Hong Kong. La palabra no debe tener un uso obligatorio "Green Dot", que simboliza el reciclaje, está presente en todos los productos vendidos en Alemania y es muy recomendable.

3.8.3. Chile

Capital: Santiago de Chile

Ubicación: América del Sur

Referencias de Mapa: Sudamérica

Lenguas Oficiales: Español

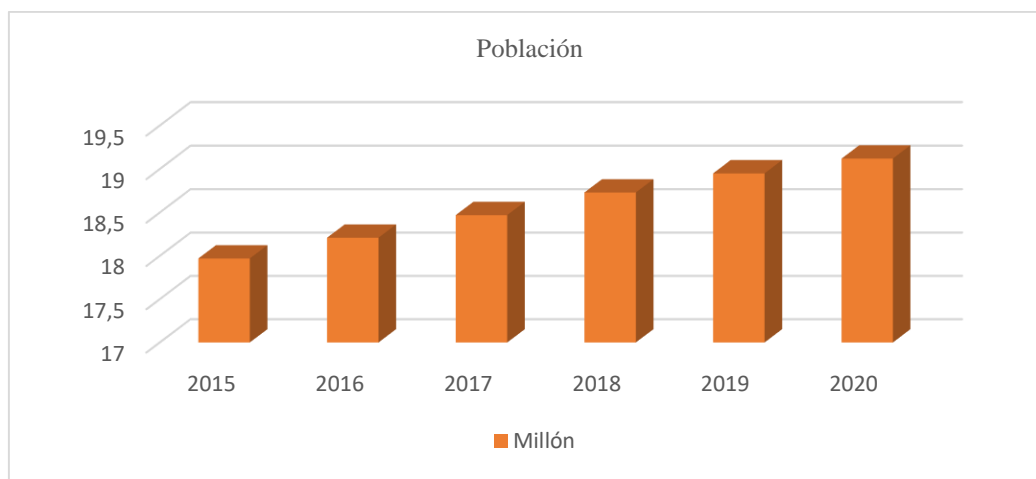
Factores Sociales

- **Población**

Tabla 25: Población de Chile



AÑO	Millón
2015	17,97
2016	18,21
2017	18,47
2018	18,73
2019	18,95
2020	19,12



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

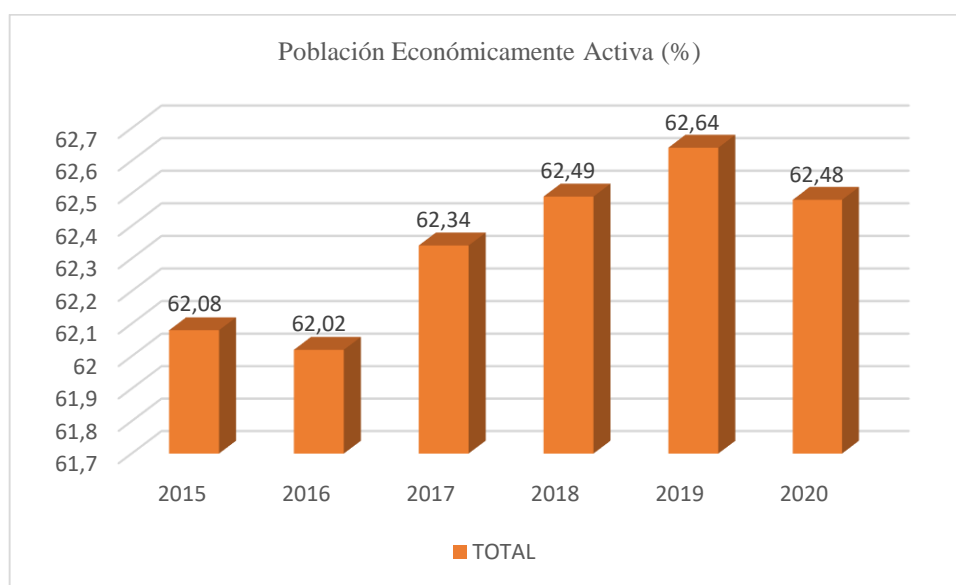
Chile cuenta con una población que ha ido aumentando, de manera que se encuentra en la posición 62 de la tabla de población compuesta por 196 países y presenta una moderada densidad de población.

- **Población Económicamente Activa**

Tabla 26: Población Económicamente Activa de Chile



AÑO	TOTAL
2015	62,08
2016	62,02
2017	62,34
2018	62,49
2019	62,64
2020	62,48

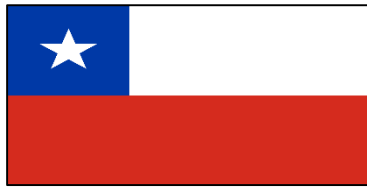


Fuente: (Banco Mundial, 2020)

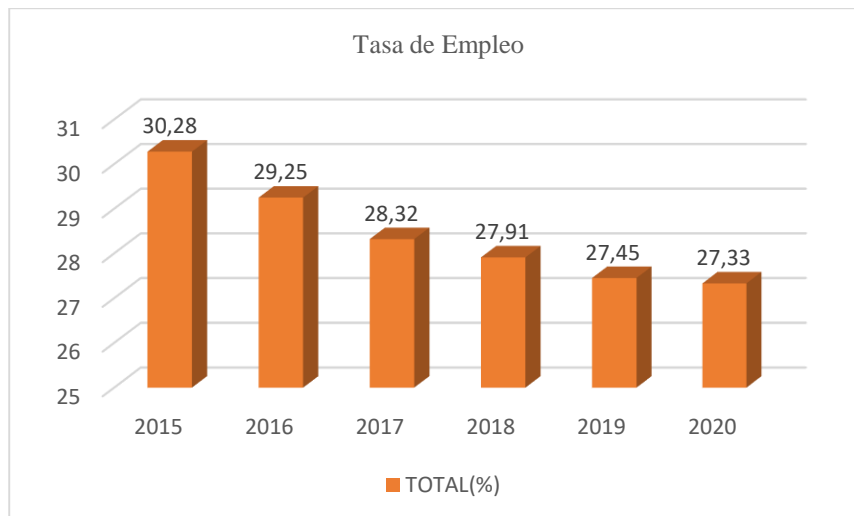
Para obtener la Población Económicamente Activa de Chile se tomó en cuenta a las personas mayores de 15 años, en el gráfico se evidencia que entre el año 2018 al 2019 pese a que el porcentaje ha incrementado de manera que en este grupo de personas se encuentran todos quienes contribuyen con su trabajo para producir bienes y servicios durante un periodo determinado, sin embargo, para el año 2020 muestra una disminución en vista a la pandemia causada por el COVID-19.

- **Tasa de Empleo**

Tabla 27: Tasa de Empleo de Chile



AÑO	Total (%)
2015	30,28
2016	29,25
2017	28,32
2018	27,91
2019	27,45
2020	27,33

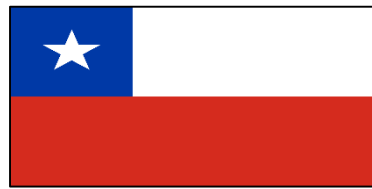


Fuente: (Banco Mundial, 2020)

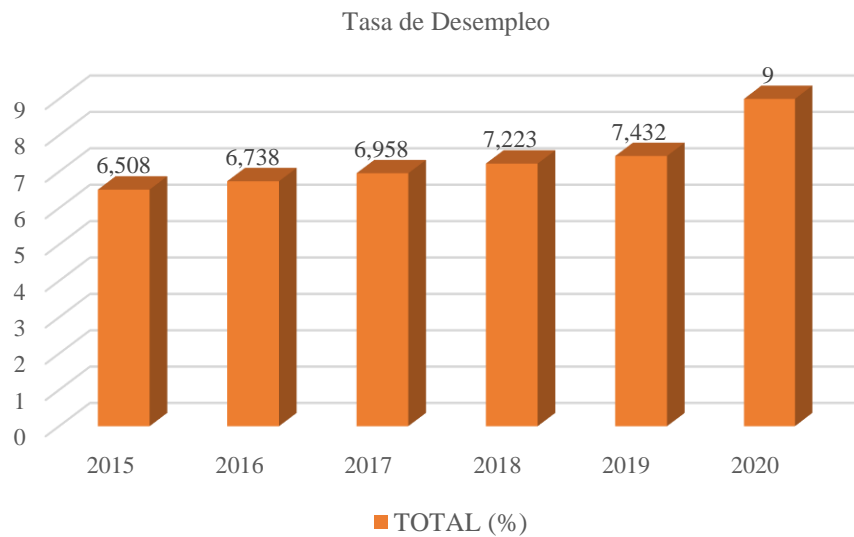
El gráfico muestra la relación empleo y población, edades entre 15 y 24 años de manera que el gráfico revela que existe una disminución debido a que para éste rango de edad no hay muchas oportunidades laborales, menos de la mitad de los empleos asalariados se dedican a la producción de bienes y servicios, incluyendo la industria , construcción, transporte, educación, salud, servicios profesionales y alimentación mientras que en un mínimo porcentaje se dedica a la agricultura lo que genera un desfase en la economía chilena.

- **Tasa de Desempleo**

Tabla 28: Tasa de Desempleo



AÑO	Total (%)
2015	6,508
2016	6,738
2017	6,958
2018	7,223
2019	7,432
2020	9,00



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

La tasa de desempleo en Chile presenta un aumento debido a la crisis política a la que se enfrenta el país, así como la rigidez salarial, en vista de que la economía se presenta con una tasa inferior de desempleo debido a que la económica que se maneja dentro de estos países posee una flexibilidad al cambio del entorno.

- **Perfil del consumidor**

El consumidor chileno es uno de los más exigentes en Latinoamérica, pero se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros, aunque el precio sigue siendo un factor importante en el momento de tomar una decisión con respecto a la compra, también se toma en cuenta la calidad del producto, perpetuación, el uso de la tecnología, el servicio que se presta al cliente y la disponibilidad del servicio al momento de su adquisición. (Jaramillo, 2017)

- **Comportamiento del consumidor**

Los jardines se han convertido en uno de los elementos importantes de los hogares, en especial los chilenos quienes buscan hacer el uso de hierbas curativas que favorecen la salud.

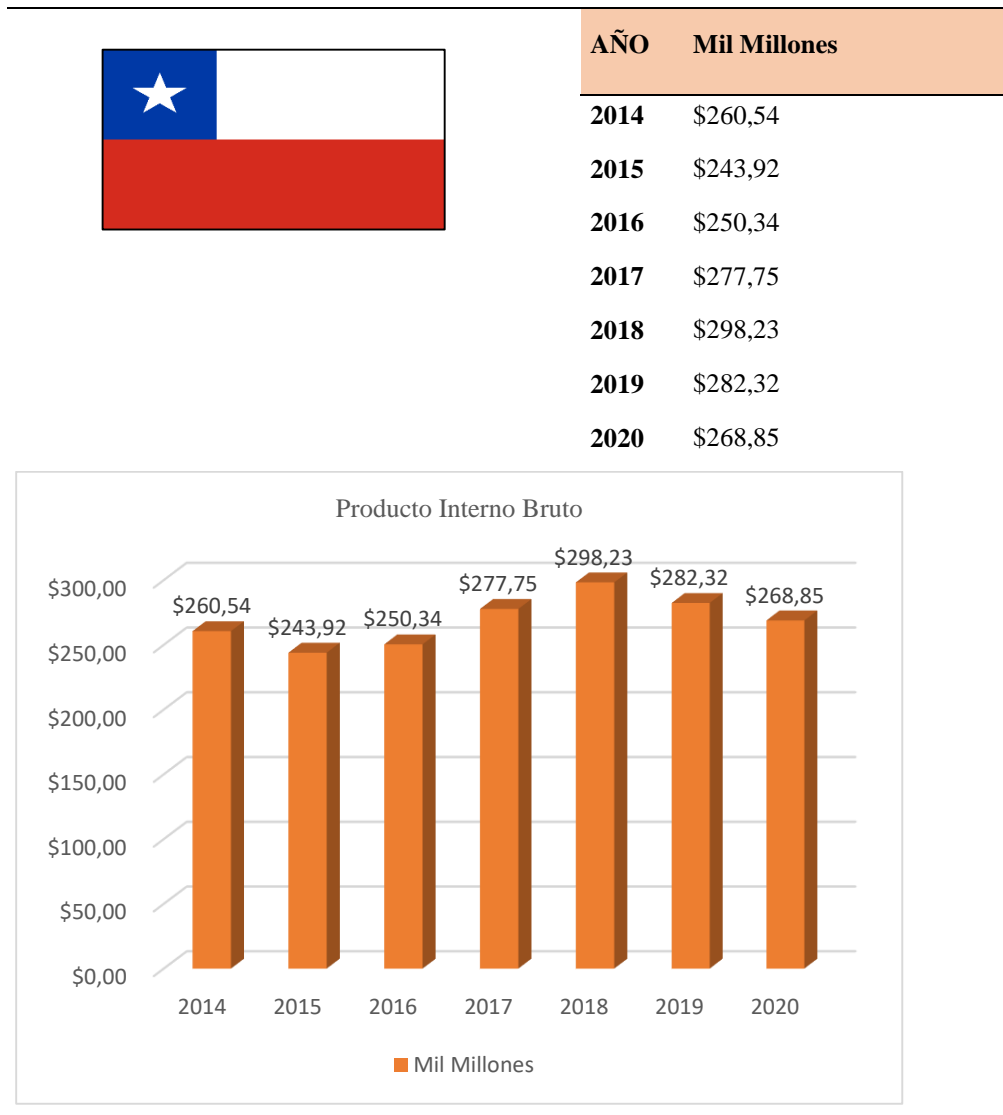
Los productos naturales en la actualidad están teniendo una competencia en el mercado tanto en los productos de origen fármaco y la medicina tradicional. Recomiendan su consumo de forma constante, infusiones u otras preparaciones con hierbas, en reemplazo de un tratamiento convencional.

María Pinto es la persona que tiene valles en la que se elaboró un huerto para el respectivo cultivo de hierbas medicinales. Por ejemplo, el desconocimiento de plantas como la romasa, que limpia infecciones y tiene propiedades antisépticas, como la ortiva, que es un activador de la circulación sanguínea.

3.8.3.1. Factores Económicos

- **Producto Interno Bruto (PIB)**

Tabla 29: Producto Interno Bruto de Chile



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

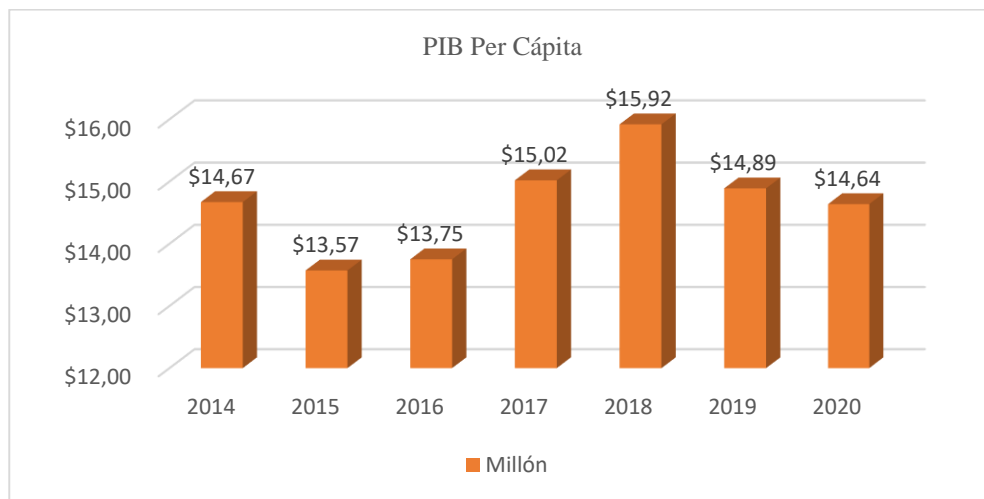
Chile se ha convertido en uno de los países con alto crecimiento a nivel latinoamericano en las últimas décadas, debido a un marco macroeconómico sólido lo que le ha permitido reducir la pobreza, en el año 2018 incrementó en la primera mitad del 2019 presentó una caída debido a algunas reformas del Gobierno.

- **PIB Per Cápita**

Tabla 30: PIB Per Cápita de Chile



AÑO	Millón
2014	\$14,67
2015	\$13,57
2016	\$13,75
2017	\$15,02
2018	\$15,92
2019	\$14,89
2020	\$14,64

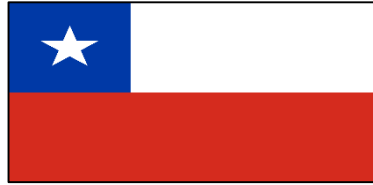


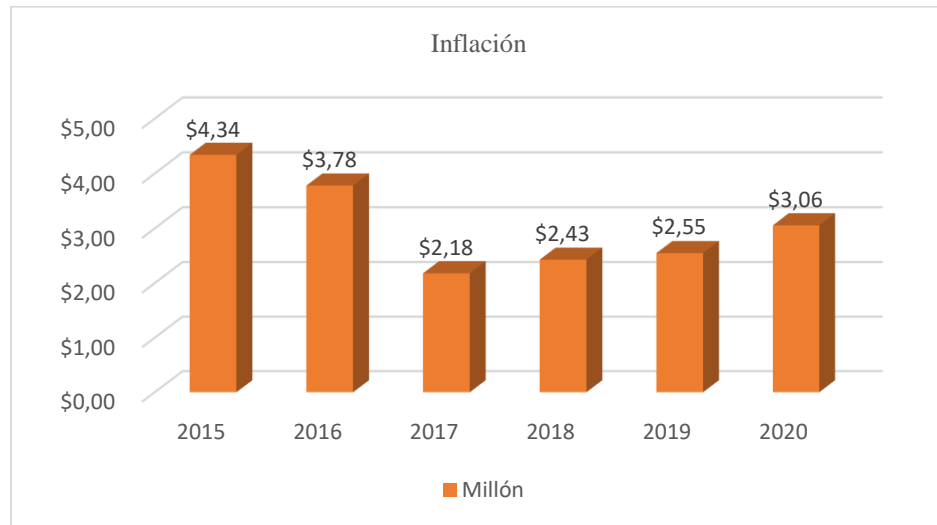
Fuente: (Banco Mundial, 2020)

El PIB Per Cápita es un indicador que muestra el nivel de vida, en el gráfico se muestra un ascenso, lo que significa que la actividad económica de manera que todas mostraron cifras positivas según datos del Banco Central.

- **Inflación**

Tabla 31: Inflación de Chile

	AÑO	Millón
	2015	4,34
	2016	3,78
	2017	2,18
	2018	2,43
	2019	2,55
	2020	3,06



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

De acuerdo con los datos la Inflación en Chile muestra un aumento entre el año 2018 al 2019, sin embargo, en comparación con los otros años ha ido disminuyendo lo que significa que el país tiene menos presión en cuanto a la política monetaria.

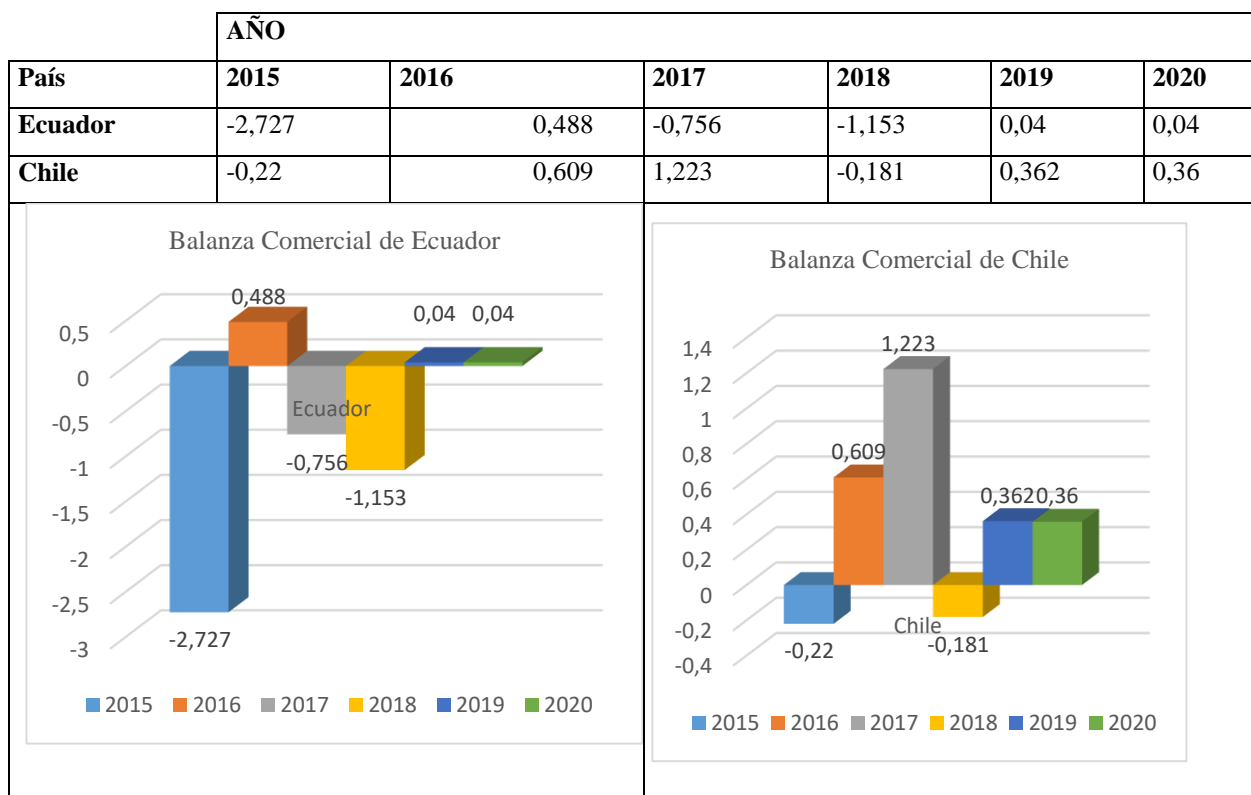
3.8.3.2. Factores Políticos

- **Política Comercial**

Chile se puede considerar como uno de los países de América Latina con la política Comercial más abierta al comercio, así como una de las menos protegidas y gracias a ello es un país muy competitivo a nivel Internacional. La brecha comercial ha generado resultados positivos durante los últimos años pues “al ser un país relativamente pequeño su capacidad productiva es relativamente limitada, deshacerse de las barreras comerciales le ha permitido conseguir un lugar importante en el mercado mundial” (Santander Trade, 2020).

Balanza Comercial Ecuador- Chile USD FOB

Tabla 32: Balanza Comercial de bienes y servicios Ecuador – Chile (% del PIB)



Fuente: (Banco Mundial, 2020)

La Balanza Comercial de bienes y servicios de Ecuador-Chile, de acuerdo con los valores que se muestra presenta un déficit lo que significa que existe un aumento de las importaciones y disminución de las exportaciones, por lo tanto, se debe apoyar a las pequeñas empresas para que

fabriquen productos terminados y se promueva las exportaciones mediante un correcto asesoramiento para la investigación de mercados internacionales oportunos.

3.8.3.3. Factores Legales

Barreras Arancelarias y Barreras No Arancelarias

Barreras Arancelarias

Aranceles aplicados por Chile a todos los países exportadores en 2019 (ITC)

País Socio: Ecuador

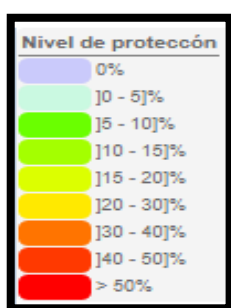


Tabla 33: Barreras Arancelarias de Chile

Código del producto	Descripción del producto	N- de líneas arancelarias nacionales	Total Advalorem	Nivel de protección
1211	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados.	23	0%	0%

Fuente: <http://legacy.macmap.org>, 2019.

Las etiquetas deben tener el idioma español, también se hace el uso de otros idiomas adicionales.

Unidades de medida autorizadas: Las medidas deben ser expresadas usando el sistema métrico.

Marcado de origen "Hecho en": El país de origen debe estar obligatoriamente indicado en el embalaje.

Reglas de embalaje y etiquetado en Chile

El producto embalado debe constar el detalle la calidad del mismo, los ingredientes y el peso o medida netos del contenido. Los productos importados como enlatados o embalados necesitan traer una etiqueta en la que se traduzca el idioma oficial como es el español de todos los ingredientes, incluyendo aditivos, fecha en la que se fabrica el producto y también debe estar la fecha de vencimiento adicional debe estar el nombre del productor o importador. El sistema métrico también debe estar acorde a las necesidades de los consumidores en especial los valores que se manejan en nuestro país.

3.9. Análisis POAM- Selección del Mercado Meta

En la matriz de Oportunidades y Amenazas llamada (POAM), intervienen las variables externas de la empresa, para ello es necesario analizar los factores sociales, económicos, políticos y legales de los países alternativos que han sido objeto de estudio para identificar el mercado internacional y ofertar los jarabes naturales el mismo que tiene un uso medicinal de la empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA, el mismo que debe estar en óptimas condiciones, en especial las condiciones del mercado para favorecer la estrategia de venta.

En la Matriz POAM, se inicia calificando las oportunidades y amenazas de cada uno de los factores como son: Sociales, Económicos, Políticos y Legales, mediante un puntaje asignado de acuerdo al nivel sea este bajo=1, medio=2 y alto=3. Para la construcción de la matriz POAM, se debe:

Insertar columnas e identificarlas como: oportunidades y amenazas por cada uno de los países como alternativas de mercados.

Se procede a evaluar cada uno de los factores mediante una escala ordinal, para identificar si es oportunidad o amenaza.

Para la evaluación se emplea el siguiente esquema:

Tabla 34: Calificación ponderada de la Matriz POAM

OPORTUNIDAD			AMENAZA		
ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
3	2	1	3	2	1

3.9.1. Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio

Tabla 35: Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM)

PAÍS	ESTADOS UNIDOS			ALEMANIA			CHILE						
	FACTORES SOCIALES	OPORTUNIDAD NIVEL	PTS	AMENAZA NIVEL	PTS	OPORTUNIDAD NIVEL	PTS	AMENAZA NIVEL	PTS	OPORTUNIDAD NIVEL	PTS	AMENAZA NIVEL	PTS
	Población	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
	Población Económicamente Activa	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
	Tasa de Empleo	Medio	2			Medio	2			Bajo	1		
	Tasa de Desempleo			Bajo	1			Alto	3			Bajo	1
	Perfil del Consumidor	Bajo	1			Bajo	1			Alto	3		
	Comportamiento del Consumidor	Bajo	1			Bajo	1			Alto	3		
	SUMA		10				10				13		
	PROMEDIO		1,7				1,7				2,2		
	FACTORES ECONÓMICOS												
	Producto Interno Bruto	Alto	3			Medio	2			Alto	3		
	PIB Per Cápita	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
	Inflación			Medio	2			Bajo	1			Bajo	1
	SUMA		6		2		5		1		6		1
	PROMEDIO		3		2		2,5		1		3		1
	FACTORES POLÍTICOS												
	Política Comercial			Bajo	1			Bajo	1			Alto	3
	Balanza Comercial	Medio	2			Medio	2			Medio	2		
	SUMA		2				2		1		3		2
	PROMEDIO		2		1		2		1		3		2
	FACTORES LEGALES												
	Barreras Arancelarias y No Arancelarias			Medio	2			Medio	2			Alto	3
	SUMA				2								3
	PROMEDIO				2				2				3

Tabla 36: Resumen de la Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

	ESTADOS UNIDOS		ALEMANIA		CHILE	
	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA
FACTORES SOCIALES	1,67	0,0	1,7	0,00	2,17	0,00
FACTORES ECONÓMICOS	3,00	2,00	2,50	1,00	3,00	1,00
FACTORES POLÍTICOS	2	1	2	1	3	2
FACTORES LEGALES		2		2	3	
SUMA	6,67	5,00	6,17	4,00	11,17	3,00
PROMEDIO	1,667	1,250	1,542	1,000	2,792	0,750
		0,42		0,54		2,04

Una vez que se ha analizado y evaluado cada uno de los factores sean sociales, económicos, políticos y legales de los países objeto de estudio como son Estados Unidos, Alemania, y Chile, se obtiene la matriz de oportunidades y amenazas, al identificar si el factor evaluado era una oportunidad o amenaza, se establece un promedio general de manera que se obtiene los siguientes valores: 0,42 para Estados Unidos, 0,54 para Alemania y 2,04 para Chile. De manera que se obtiene como resultado que Chile es el mercado internacional óptimo ya que brinda más oportunidades para realizar la Comercialización Internacional de jarabes naturales de uso medicinal de la empresa DISTRILIFE. CÍA. LTDA.

El país de Chile es un mercado potencial para la comercialización de jarabes naturales de uso medicinal, ya que el consumidor chileno pese a ser el más exigente a nivel de Latinoamérica está abierto a adquirir productos del extranjero, además a nivel de costes en cuanto al transporte es mucho más económico que realizar envíos a países como Estados Unidos y Alemania, en la última década existen un porcentaje positivo de chilenos interesados en conocer las propiedades curativas de distintas hierbas, que antiguamente crecían en los patios y jardines de las casas.

3.9.2. Análisis del mercado meta Chile

3.9.2.1. Perfil del consumidor chileno

Chile en la actualidad es un mercado óptimo en la que los “consumidores exigentes, que apuestan por la calidad y están abiertos a nuevas tendencias lo que plantea retos y oportunidades para las empresas, en Chile existen consumidores que tienen un poder adquisitivo, que es bueno para la empresa que va a ofertar el producto, en comparación con el resto de Latinoamérica y con una orientación muy marcada a buscar productos de mayor calidad” (Roca, 2017) . El consumidor tiene y posee mayor información acerca del producto que va a adquirir sabe que tiene derechos como obligaciones en la que exige a las empresas se respete, en este punto es muy importante la responsabilidad de que tienen las empresas antes las conductas y apreciaciones del consumidor, en Chile es muy buen negocio atenderlo bien.

En la actualidad Chile posee 26 acuerdos comerciales en vigencia, lo cual le permite comercializar bienes y servicios con 64 distintos mercados que representan el 64,10% de la población mundial y el 86,30% del PIB Global conforme a la Dirección General de Relaciones Económicas (DIRECON) del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile.

Tabla 37: Acuerdo Chile-Ecuador

En Vigencia	
Acuerdos de Complementación Económica	
Acuerdo parte(s) signataria(s)	Fecha de entrada en vigor
Ecuador	25 de enero del 2010

Fuente: (SICE, 2020)

Yoga, reiki, acupuntura, homeopatía llenan la lista de disciplinas de medicina complementaria que buscan mayor respaldo de las autoridades. El Ministerio de Salud ya trabaja en la regularización de algunas, actualmente existe un espacio dedicado a esta área dentro del Ministerio de Salud y Medicinas Complementarias.

En la encuesta que se realizó a nivel nacional la misma que se elaboró en los años 2009 y 2010 al 84,8% de los chilenos les gustaría recibir terapias el 70% ha hecho uso de estas terapias. Martín Espinoza 17 de oct del 2017.

El consumo de productos que se conoce como fitofármacos ha tenido un crecimiento espontaneo en los últimos tiempos, entre la población chilena quedaron atrás los tratamientos medicinales, tras la aparición de productos conocidos como fitofármacos en la que tienen una composición de origen natural, que son cada día más utilizados por los chilenos para combatir enfermedades.

Es así como Chile consiguió hacer un uso duplicado en productos fitoterápicos según Cecilia González directora médico de laboratorios KNOP, especializado en la elaboración de medicamentos naturales.

La publicidad a través de los teléfonos móviles a través de las aplicaciones y la geolocalización es una nueva tendencia en desarrollo 14 millones de chilenos usaron internet en 2016. De manera que se tenga un alcance global incluyendo zonas urbanas, una buena estrategia es poner publicidad en carteles publicitarios, buses o el metro. El gasto en publicidad en áreas públicas creció 6,2% durante el primer semestre de 2017.

3.9.2.2. Gustos y Preferencias

A pesar de que el comercio electrónico en Chile aún es incipiente, su crecimiento es constante, atravesando por el mejor momento. En tal escenario, La Cámara de Comercio de Santiago (CCS) prevé que el 2017 cerraría ventas por un valor aproximadamente USD 5,50 millones, es así que dentro de las empresas las casa naturistas que son una cadena de tiendas de productos naturales y medicina natural manejan su contacto a través de la siguiente página web: www.casanaturista.cl.

3.9.2.3.Tendencias de Consumo

Estas tendencias están basadas en la opinión del Químico Farmacéutico del Jardín de Plantas Medicinales de la Victoria ubicado en la ciudad de Santiago de Chile elabora productos farmacéuticos en base a materias primas naturales, siendo este profesional quien puede discernir qué tipo de preparaciones son más adecuadas, más fáciles de elaborar y con un mejor resultado terapéutico la selección de las plantas que utiliza para sus productos ha sido de acuerdo a las más conocidas y usadas por los pobladores, otro criterio es la identificación de plantas que a través de estudios han permitido identificar como beneficiosas para determinadas enfermedades, ejemplo

de ello son la uña de gato y la Caigua que han incorporado exitosamente en sus indicaciones y preparados.

Los productos que elaboran están destinados a tratar problemas más comunes de los pobladores:

Tabla 38: Enfermedades más frecuentes de la población de Santiago de Chile

Enfermedades más frecuentes de la población de Santiago de Chile.
Dolores reumáticos y musculares
Trastornos respiratorios
Depresión
Nerviosismo
Insomnio
Asma
Diabetes

Fuente: (Cerde, Faúndez, Fischer, & Wilckens, 2017)

Plantas Utilizadas

Tabla 39: Plantas medicinales utilizadas incluidas en la Norma Técnica Minsal

Incluidas en Norma Técnica N 133 Minsal
Albahaca
Aloe Vera
Borraja
Caléndula
Manzanilla
Uña de Gato

Fuente: (Cerde, Faúndez, Fischer, & Wilckens, 2017)

Tabla 40: Preparados que elaboran en Santiago de Chile

Preparados que elaboran
Cremas medicinales
Cremas Cosméticas
Jarabes
Geles
Lociones
Champú
Hierbas frescas o secas

Fuente: (Cerde, Faúndez, Fischer, & Wilckens, 2017)

3.9.3. Producto

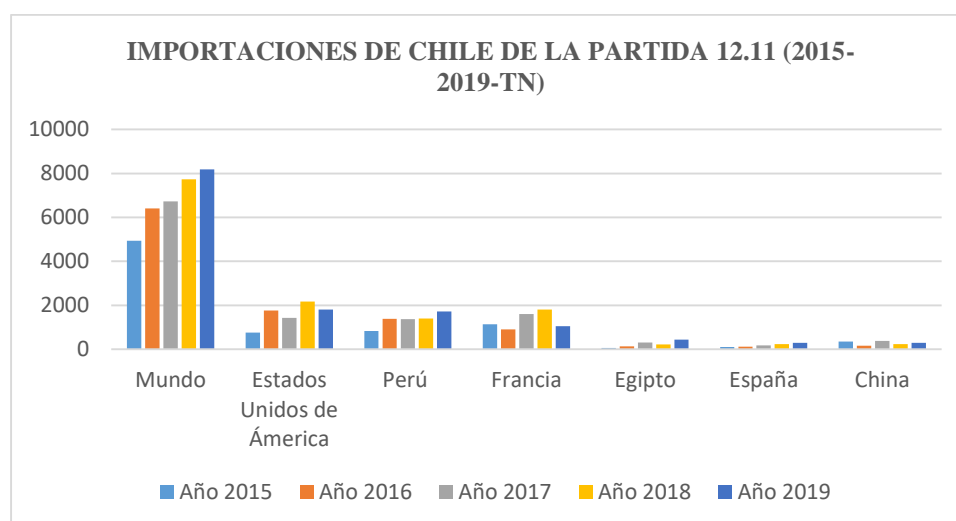
3.9.3.1. Importación de Plantas y partes como sus semillas, frutos de las especies utilizadas principalmente en la elaboración de cosméticos, de uso para eliminar los parásitos, en los que se encuentra en estado natural o secos, 121190 de Chile (Toneladas)

Las importaciones que un país realiza son con el fin de adquirir y disponer de productos que no se producen en un país y sí en otro o que se consiguen más baratos en otra nación y son de mejor calidad.

La cantidad importada en toneladas muestra que los principales proveedores de la partida 1211 que comprende Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados son Estados Unidos de América, Perú y Francia en vista de que en estos países mayoritariamente se utiliza y produce lo que comprende la partida 1211, el uso de plantas en la medicina es amplio, los países que los países anteriormente mencionados son competitivos, sin embargo, Ecuador mediante el fomento de la industrialización de las empresas puede ser proveedor de productos naturales de uso medicinal.

Tabla 41: Importaciones de Chile con el uso de la partida 121190 (2015-2019-Tn)

Países	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Mundo	4942	6406	6725	7733	8186
Estados Unidos de América	765	1764	1433	2172	1804
Perú	832	1390	1365	1394	1725
Francia	1140	905	1607	1812	1058
Egipto	57	138	310	217	438
España	110	118	182	230	298
China	352	164	376	242	296



Fuente: (Trade Map, 2019)

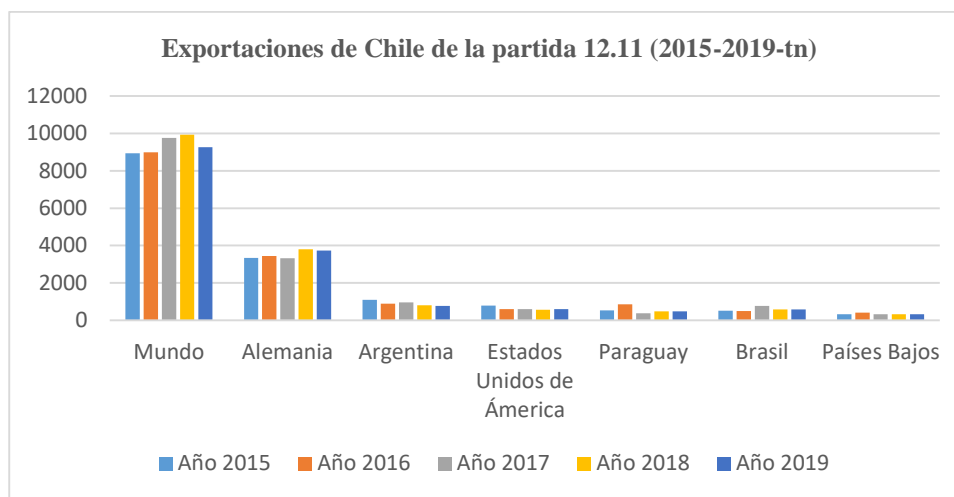
3.9.3.2. Exportación de productos naturales de uso medicinal

3.9.3.2.1. En cuanto a la producción de Chile

Las exportaciones en toneladas muestran que los principales destinos para la partida 1211 que comprende Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados son Alemania y Argentina cuyos porcentajes son los más altos.

Tabla 42: Exportaciones de la partida 1211(2015-2019-Tn)

Países	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Mundo	8925	8988	9748	9933	9256
Alemania	3342	3438	3325	3806	3733
Argentina	1094	898	971	807	780
Estados Unidos de América	787	597	607	564	607
Paraguay	536	870	379	493	493
Brasil	512	503	775	592	592
Países Bajos	333	417	335	326	326



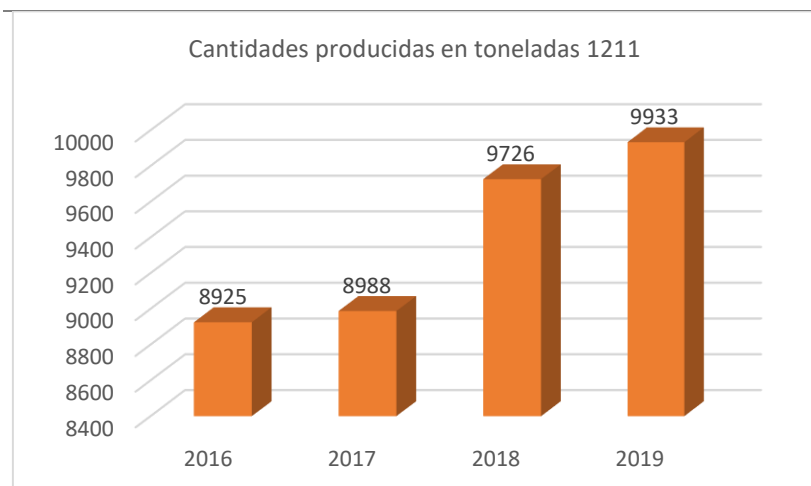
Fuente: (Trade Map, 2019)

3.9.3.3. Producción de plantas medicinales en Chile que comprende la partida 1211.

De acuerdo con el Ministerio de Agricultura de Chile para obtener los datos de la producción de jarabes naturales de uso medicinal en Chile se lo debe realizar con la partida 1211 ya que esta comprende plantas utilizadas en la medicina y a la vez están sujetas a transformación de manera que se obtiene lo siguiente:

Tabla 43: Cantidades producidas en toneladas

	2016	2017	2018	2019
Cantidades producidas en toneladas	8925	8988	9726	9933



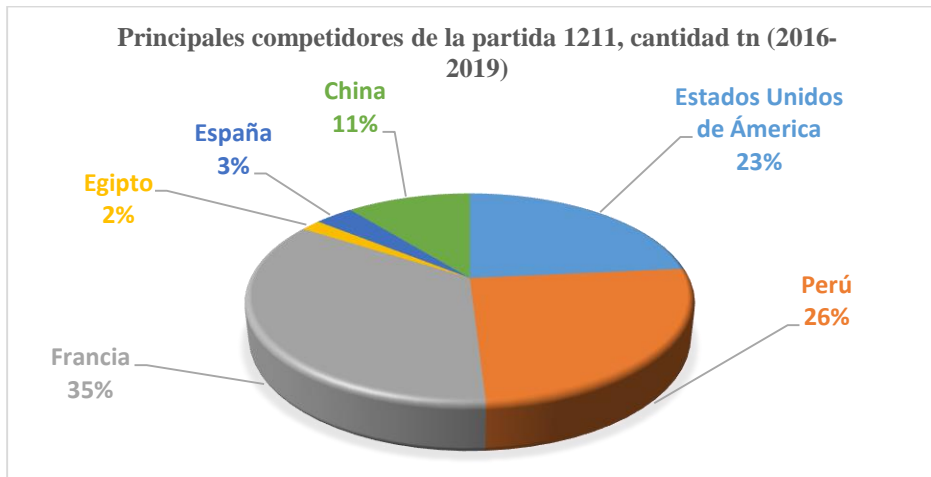
Fuente: <https://www.minagri.gob.cl/>

El gráfico muestra que del año 2016 al 2019 ha existido un incremento en cuanto a la cantidad producida de la partida 1211 que comprende plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina en toneladas.

3.9.3.4. Análisis de la Competencia

Según la herramienta informática de Trade Map que despliega estadísticas del comercio e información en cuanto al ingreso a mercados para el desarrollo internacional de las empresas, } datos comerciales anuales y muestra que dentro de los principales proveedores de la partida 1211 que comprende plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina son: Francia, Estados Unidos y Perú , siendo así los principales competidores en este caso para el jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato, que es elaborado a base de plantas medicinales en este caso la uña de gato.

Figura 2: Principales competidores de la partida 1211, cantidad Tn



Fuente: (Trade Map, 2019)

3.9.3.4.1. Empresas Importadoras – Competencia en Chile

Mediante la página web de Trade Map se investigó las principales Empresas importadoras de plantas utilizadas en la medicina basada en la clasificación arancelaria 1211, cabe mencionar que las plantas son importadas para posteriormente ser transformadas o comercializarse en estado natural.

Tabla 44: Empresas Importadoras-Competencia en Chile

Empresa	Número de productos comercializados	Número de empleados	País	Ciudad
Agroindustrial Vallenar S.A	1	250	Chile	Vallenar
El Almendro Sociedad Anónima	1	65	Chile	Angol

Fuente: (Trade Map, 2019)

3.9.3.5. Descripción del producto

Los productos naturales “tienen ingredientes naturales de uso medicinal o combinaciones de estos como droga cruda, extracto o en una forma farmacéutica que hace uso con la finalidad de obtener resultados terapéuticos” (ARCSA, 2015, pág. 1).

De manera que en este caso el jarabe natural de uso medicinal conocido como Reumartrin se considera un producto natural de uso medicinal ya que es elaborado a base de la planta medicinal a que se conoce como uña de gato, de manera que sus propiedades contribuyen al “tratamiento del cáncer, reumatismo, otros. Clínicamente se ha comprobado la efectividad de estas especies para contrarrestar estas enfermedades, gracias a sus propiedades en especial como inmune estimulante” (Garzón, 2019, pág. 1).

3.9.3.5.1. Normativa de etiquetado de los jarabes naturales de uso medicinal

Tabla 45: Normativa de etiquetado de los jarabes naturales de uso medicinal

NORMA	DESCRIPCIÓN												
Idioma en el etiquetado	Las etiquetas deben estar redactadas en español, pero se autoriza el uso de otros idiomas adicionales. Menciones obligatorias: Ingredientes,												
Información obligatoria en el etiquetado	<table border="0"> <tr> <td>Ingredientes</td> <td>Razón</td> </tr> <tr> <td>social del productor o distribuidor</td> <td>Cantidad</td> </tr> <tr> <td>Número de Lote</td> <td>Fecha</td> </tr> <tr> <td>de Elaboración</td> <td>Fecha</td> </tr> <tr> <td>de vencimiento</td> <td>Vía</td> </tr> <tr> <td>de Administración</td> <td></td> </tr> </table>	Ingredientes	Razón	social del productor o distribuidor	Cantidad	Número de Lote	Fecha	de Elaboración	Fecha	de vencimiento	Vía	de Administración	
Ingredientes	Razón												
social del productor o distribuidor	Cantidad												
Número de Lote	Fecha												
de Elaboración	Fecha												
de vencimiento	Vía												
de Administración													
Marcado de origen "Hecho en"	El país de origen necesariamente debe estar en el embalaje del producto.												

Fuente: (Santander Trade, 2019)

3.9.3.6. Análisis del mercado, producto (situación interna)

3.9.3.6.1. Factores Socioeconómicos

Ecuador presenta los siguientes datos en cuanto a los aspectos sociales y económicos:

Tabla 46: Indicadores socioeconómicos de Ecuador

Indicadores Socioeconómicos	
Capital	Quito
Moneda	Dólar Americano (USD)
Idioma	Español (93%) de la población, quechua 7,1% de la población
Tasa de crecimiento poblacional anual	1,76%
Índice de Gini	0,45% (dic-2019)
Producto Interno Bruto (PIB)	107,436 Mil Millones
PIB Per Cápita	6183,824
Inflación Anual	0,26%
Tasa de empleo adecuado	71,14%
Tasa de desempleo	3,96%
Riesgo País	2183 puntos (3-Sep-2020)

Fuente: (Banco Mundial, 2020); (Banco Central del Ecuador, 2020)

La economía de Ecuador en el año 2018 mostró una disminución debido a que la oferta muestra poco dinamismo debido a la escasa competitividad en materia de costos que no logran ser compensados con aumentos sostenidos de la productividad, por otro lado, de acuerdo con los datos del Banco mundial, Ecuador en cuanto al PIB muestra un crecimiento y para sostener su crecimiento el Gobierno se ha planteado el cambio de la matriz productiva.

El PIB Per Cápita de acuerdo con Datos Macro Ecuador en el año 2019 “ocupa el puesto 92 de la tabla, así pues, sus ciudadanos tienen, según este parámetro, en el que su nivel de vida es inferior a los 196 países del ranking de PIB per cápita” (Datos Macro , 2018).

En cuanto a la tasa de empleo en el año 2019 muestra una reducción en comparación a años anteriores mientras que la tasa de desempleo llegó al nivel más alto, tomando en cuenta el porcentaje de inflación ya que la población está demandando menos bienes por factores como el desempleo y la disminución del empleo.

La inversión en Ecuador está cuestionada, por eso que se incrementa el interés cuando busca financiamiento, de manera que si se decidiera emitir una deuda en el mercado Internacional pago de interés del país ya es una carga pesada para las finanzas públicas.

3.9.3.6.2. Factores Políticos

3.9.3.6.2.1. Política Económica

Mediante el fortalecimiento de la Política Económica Ecuador busca estimular el crecimiento de la economía mediante el aumento de empleo mediante la eliminación de obstáculos a la creación y operación de empresas, así como promover la apertura del Comercio Internacional.

“Ecuador mediante un plan económico permite colocar la deuda en escala descendente, de manera que les permita generar empleo, debe proteger a los pobres y a los grupos más vulnerables (Fondo Monetario Internacional, 2019).

3.9.3.6.2.2. Política Comercial

De acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador 2008, establece en el Artículo 304 los objetivos de la política comercial entre ellos mencionan el “desarrollo de los mercados internos, la inserción del país en la economía mundial, así como impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo” (Constitución, 2008, pág. 96).

Ecuador cuenta con los siguientes: Acuerdo de Cartagena (CAN), Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica con Cuba, Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación con México, Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica CAN-MERCOSUR, Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica con Chile, Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica Ecuador con Guatemala, Acuerdo Comercial Unión Europea, Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica Ecuador con El Salvador, Acuerdo de Asociación Económica Inclusivo EFTA, Acuerdo con Reino Unido (2019).

Todos los Acuerdos Comerciales anteriormente mencionados están vigentes, de manera que Ecuador puede concesionar con los diferentes países preferencias arancelarias mutuas, así como la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios.

3.9.3.6.3. Factores Legales-Exportación de jarabes naturales de uso medicinal

De acuerdo con la Normativa ecuatoriana los productos naturales procesados de uso medicinal requerirán registro sanitario para su fabricación y comercialización a nivel nacional e Internacional mediante el Ministerio de Salud Pública, paralelamente con (ARCSA).

3.9.3.6.3.1. Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de establecimientos

Tabla 47: Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de establecimientos

Requisitos de Funcionamiento	
Clases de Establecimientos	Laboratorios de producción; establecimientos de envasado, almacenaje o distribución; establecimientos de venta.
Permiso de Funcionamiento	Deberá contar con el permiso de funcionamiento, expedido por el Ministerio de Salud Pública a través de las direcciones provinciales y cumplir con el Reglamento de derechos por servicios.

Fuente: (Reglamento y control de Productos Naturales de Uso Medicinal, 2020, pág. 24).

El Reglamento de Productos Naturales de uso Medicinal en el Capítulo IV menciona en cuanto a la Exportación se podrá realizar únicamente de aquellos productos naturales de uso medicinal

que posean certificado sanitario y el certificado de libre venta emitido por el Director General de Salud a través de la Dirección de Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria.

La etiqueta debe contar con la siguiente información según el Anexo 5 del Reglamento y control de Productos Naturales de uso Medicinal:

1. Marca con la que se va a ofertar el producto, forma farmacéutica, cantidad contenida en el envase.
2. Nombre de uso científico y nombre común de la planta, su composición también su fecha de elaboración y vencimiento.
3. Las condiciones de almacenamiento del producto.
4. Leyenda: en la que es obligatorio usa la frase "Producto medicinal, manténgase fuera del alcance de los niños".
5. Nombre del laboratorio si se trata de productos elaborados en Ecuador, incluir la leyenda: producto natural procesado de uso medicinal hecho en Ecuador.
6. No podrá hacer uso del nombre del algún componente del mismo.
7. Se aceptarán indicaciones terapéuticas que no induzcan a engaño al consumidor y la frase: Si los síntomas persisten, consulte a su médico.

3.9.4. Análisis Fuerzas de Porter

3.9.4.1. Poder de negociación de los proveedores

La empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., tiene una alianza con su proveedor en este caso es la empresa Aromas del Tungurahua quien provee de materia prima para la producción de toda su línea de jarabes, la empresa representa significativamente en los negocios del proveedor por lo que existe una relación consolidada.

3.9.4.2. Poder de negociación de los compradores

En el caso de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., que ofrece productos naturales de uso medicinal existe un exceso de oferta, razón por la cual la empresa constantemente realiza promociones, obsequios, brinda exámenes cuánticos gratis al cliente, degustaciones, ferias en las que da a conocer los beneficios de los productos con el fin de atraer al cliente.

Si el cliente adquiere grandes cantidades del producto, la empresa tiene establecido un precio mínimo con bajos costos, para mantener su fidelidad maneja promociones y obsequios que le recuerden al cliente que para la empresa es siempre importante.

3.9.4.3. Amenaza de nuevos entrantes o competidores

DISTRILIFE CÍA. LTDA., tiene competitividad con empresas: Nature's Garden, Aromas del Tungurahua, Labmac y Pharma son laboratorios dedicados a la producción de jarabes naturales de uso medicinal, están ubicados en la ciudad de Quito.

La ventaja de ubicación está dada en la ciudad de Tulcán por tanto es la única que distribuye a nivel local en dos locales diferentes y a nivel nacional abastece a 150 centros naturistas, por lo tanto para enfrentarse a sus competidores produce en altas cantidades con el fin de que el costo de su producto sea menor al de su competencia, en cuanto a la presentación del producto el envase luce mucho más colorido con el fin de llamar la atención del cliente, el sabor del producto es agradable al gusto y al consumirlo responsablemente sus propiedades contribuyen a la salud del cliente.

3.9.4.4. Amenaza de productos sustitutos

Existe la sustitución en cualquier producto, los clientes van a poder hacer uso de diferentes productos que talvez tengan el mismo componente pero en diferente estado, para realizar la respectiva preparación en infusión, sin embargo, por cuestión de salud existen personas que necesariamente deben tomar jarabe y en cuestión de gustos y preferencias la mayoría prefiere el jarabe natural.

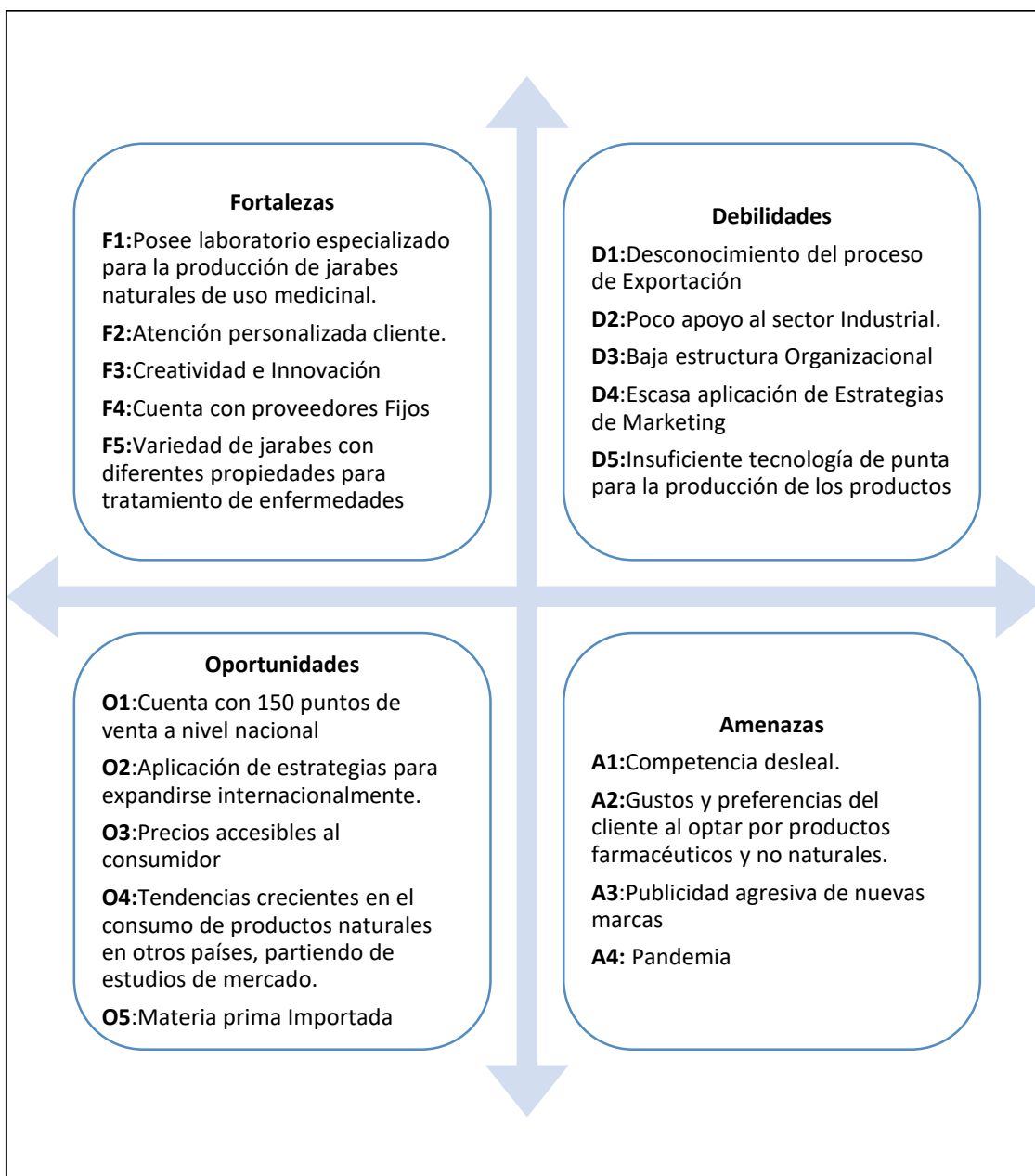
3.9.4.5. Rivalidad competitiva

La empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., se enfrenta a la competencia con precios más bajos, fabrica productos naturales de uso medicinal que la competencia no ha desarrollado, con ello llama la atención del cliente y siempre trata de hacer que el cliente perciba la importancia para la empresa mediante promociones y obsequios de muestras de los jarabes.

3.9.5. Análisis FODA

Un Método para identificar la situación de una empresa se resume en cuatro factores como son: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, una vez analizado el método se estableció los aspectos que hacen única a la empresa, así como aquellos a los que debe enfrentarse para mejorar.

Tabla 48: Matriz FODA.



Fuente: Matriz FODA Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA.

3.9.5.1. Matriz DAFO

La Matriz DAFO permite establecer una comparación entre las Fortalezas-Oportunidades, Debilidades-Oportunidades, Fortalezas-Amenazas y finalmente Debilidades- Oportunidades de la empresa para posteriormente establecer Estrategias que contribuyan al crecimiento de la Empresa “DISTRILIFE CÍA. LTDA”.

Tabla 49: Matriz Estratégica DAFO

<p>EMPRESA DISTRILIFE CÍA. LTDA.</p>	<p>Fortalezas</p> <p>F1: Posee laboratorio especializado para la producción de jarabes naturales de uso medicinal</p> <p>F2: Atención personalizada al cliente.</p> <p>F3: Creatividad e Innovación</p> <p>F4: Cuenta con proveedores Fijos</p> <p>F5: Variedad de jarabes con diferentes propiedades para tratamiento de enfermedades</p> <p>F6: Cuenta con 150 puntos de venta a nivel nacional</p>	<p>Debilidades</p> <p>D1: Desconocimiento del proceso de Exportación.</p> <p>D2: Poco apoyo al sector Industrial.</p> <p>D3: Baja estructura Organizacional</p> <p>D4: Escasa aplicación de Estrategias de Marketing</p> <p>D5: Insuficiente tecnología de punta para la producción de los productos</p>
<p>Oportunidades</p> <p>O1: Precios accesibles</p> <p>O2: Aplicación de estrategias para expandirse internacionalmente.</p> <p>O3: Precios accesibles al consumidor</p> <p>O4: Tendencias crecientes en el consumo de productos naturales</p>	<p>Estrategias (FO)</p> <p>F1-F5-O2-O5: Cubrir el mercado nacional mediante la mejora constante del producto.</p> <p>F2-F3-O1: Investigar mercados Internacionales para aumentar ventas.</p> <p>F4-O3-O4: Ofrecer un producto de calidad al mejor costo.</p>	<p>Estrategias (DO)</p> <p>D1-D2-O2: Buscar la asesoría de organismos que promuevan las exportaciones.</p> <p>D4-O4: Incrementar la publicidad de la empresa mediante el manejo de redes</p>

<p>en otros países, partiendo de estudios de mercado.</p> <p>O5: Materia prima Importada</p>		<p>sociales que den a conocer los beneficios del producto.</p> <p>D5-O5: Optimizar costos de producción para posteriormente invertir en tecnología.</p>
<p>Amenazas</p> <p>A1: Competencia desleal.</p> <p>A2: Gustos y preferencias del cliente al optar por productos farmacéuticos y no naturales.</p> <p>A3: Publicidad agresiva de nuevas marcas</p> <p>A4: Pandemia</p>	<p>Estrategias (FA)</p> <p>F1-A1: Innovar continuamente el producto, realizar promociones.</p> <p>F2-A2: Informar los beneficios de consumir productos naturales de uso medicinal.</p> <p>F5-A3: Incentivar al cliente mediante descuentos y promociones.</p> <p>F4-F5: Adaptar las medidas necesarias para que la empresa continúe su funcionamiento.</p>	<p>Estrategias (DA)</p> <p>D1-A2.- Realizar un estudio de mercado que permita identificar el mercado potencial para el producto.</p> <p>D4-A1.- Atraer al cliente mediante la oferta de productos económicos y de excelente calidad.</p>

Una empresa pueda mantenerse en el mercado tiene que conocer la competencia en la que se desarrolla o se oferta el producto y para lograrlo según Michael Porter (1985) menciona tres Estrategias competitivas.

El resultado es una estrategia competitiva en la que haga constancia la marca haciendo siempre la diferencia mediante el empleo de materia prima para la fabricación del producto, lograr que el sabor del producto sea agradable, ofrecer ofertas constantes como es la que la empresa emplea; por la compra de doce jarabes gratis obtiene uno como promoción, de manera que resulte un incentivo para el cliente y a su vez premiar su fidelidad.

Una vez analizadas las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA. Para posteriormente hacer la elaboración de la matriz DAFO que

permite establecer estrategias, en la que se establezca Fortalezas-Oportunidades, las estrategias a aplicar son la innovación del producto, promover la Internacionalización con el fin de aumentar las ventas, y ofrecer un buen producto al menor costo; en cuanto a Debilidades-Oportunidades, es necesario buscar la ayuda de organismos que promuevan las exportaciones, así como promover la publicidad del producto mediante el uso de redes sociales, estas se definen como estrategias ofensivas para incursionar en el mercado Internacional por otro lado se encuentran los factores FA y DO que promueven estrategias defensivas de manera que al relacionar Fortalezas-Amenazas se obtiene que se debe realizar continuamente promociones del producto es una opción, así como dar a conocer sus beneficios en la salud y finalmente Debilidades- Oportunidades para enfrentarlas es indispensable realizar una investigación de mercado que permita la expansión de la empresa.

3.9.6. Mix de Marketing Internacional

Mediante el Marketing Mix se busca potenciar la venta del jarabe natural a base de uña de gato con el fin de lograr la satisfacción del cliente que se puede lograr mediante el análisis y aplicación de las herramientas como son producto, precio, plaza y promoción.

Tabla 50: Aplicación de Herramientas del Marketing Mix

Marketing Mix	Descripción
	Marca
Producto	Presentación Cartera de Productos
Precio	Costes de producción y distribución
Plaza	Canales de Distribución
Promoción	Difundir mediante medios de comunicación características del producto, beneficios y recordar la marca

Fuente: (Borragini, 2017)


3.9.6.1. Producto

Esta variable contiene “el producto, en la que satisfaga una necesidad de los consumidores, como todos aquellos elementos/servicios suplementarios a ese producto en sí. Estos elementos pueden ser: embalaje, atención al cliente, garantía, etc” (Marchal, 2016).

El jarabe de Reumatrin tiene múltiples beneficios gracias a su componente principal que es la uña de gato (uncaria tomentosa), que “favorece la actividad antiinflamatoria, además previene enfermedades como la prostatitis, úlceras, diabetes, alivia dolores producidos por la ciática, evita la aparición de tumores malignos” (Natural, 2019).

3.9.6.1.1. Ficha Técnica del producto

Tabla 51: Ficha técnica del producto

Subpartida Arancelaria	Subpartida 1211.90.50	
Nombre del Producto	Reumatrin uncaria tomentosa/ Uña de gato	
Descripción Arancelaria	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies que se utilizan en la elaboración de una variedad de productos como cosméticos en los que esta los perfumes, remedios anti parasitarios, en los que están en estado natural o secos.	
Unidad de Medida	Litro	
Descripción del producto	Es un líquido espeso, no tiene sabor y su aroma es a plantas naturales. El extracto de uña en el interior del cuerpo humano es capaz de fortalecer la actividad antiinflamatoria, previniendo enfermedades como la prostatitis, úlceras, diabetes, alivia dolores producidos por la ciática.	
Composición	Cada 100 ml de suspensión contiene: Extracto de uña de gato (Uncaria tomentosa.....300 ml equivale a 0.3% de 1,8 alcaloides) Excipientes C.S.P.....100 ml	
Presentación y envases comerciales	Envase de plástico de 550 ml Empaque de cartón	
Requisitos mínimos y normativas	Regirse a lo que establece el Anexo V del Reglamento y Control de Productos Naturales de Uso Medicinal	
Tipo de conservación	Almacenar en un lugar seco, fresco y oscuro.	

3.9.6.1.2. Envase, Empaque y Embalaje

Envase “es todo recipiente que contiene o guarda un producto, protege la mercancía, facilita su transporte” (Thompson, 2019).

En envase del jarabe Reumartrin, es económico de igual forma al llevar o transportarlo hace que este proceso tenga una mayor facilidad.



Empaque “es el que protege al producto y envase dándole a ambos mayor presentación” (Thompson, 2019)

En el caso del jarabe Reumartrin el empaque es práctico, sin embargo, de acuerdo con la Normativa Chilena debe contar con un código de barras mismo para ello se ha diseñado el siguiente modelo:



Embalaje “Para realizar el respectivo transporte del producto va acompañado de un buen embalaje para cubrir el producto, permitiendo asegurar la entrega y estos ser ofertados a los consumidores” (Thompson, 2019).

Elementos que se debe incluir en el marcado de la caja:

Marca de despachador

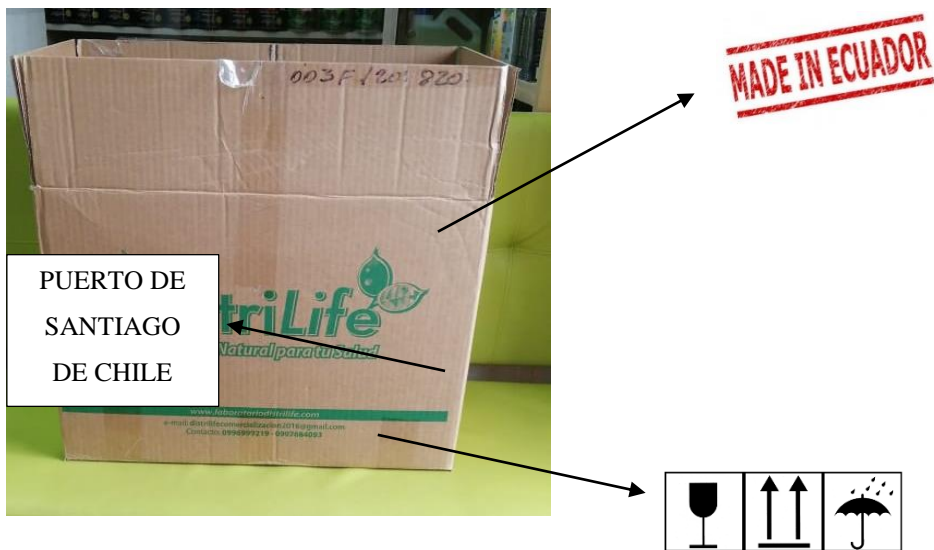
País de Origen

Destinatario, destino, número de orden

Puerto de entrada

Número de cajas y tamaño de la caja

Especificar el peso de la caja



3.9.6.2. Precio

El precio del producto es uno de los elementos importantes y es el que a futuro generara ganancias para quien lo oferte. Este elemento “tiene competitividad en el mercado, ejerce un poder sobre el consumidor.” (Marchal, 2016).

El jarabe Reumartrin se lo comercializa a un precio de 3,50\$ la unidad, las dos unidades del producto por 6 \$, al por mayor por cada 12 jarabes el precio es de 2,80 y se obsequia un jarabe más, de manera que por cada seis unidades de jarabe se deja en 2,80 y se obsequia shots o muestras médicas dependiendo del tratamiento que necesite el cliente.

Precio Referencial de la competencia

Tabla 52: Precio referencial de la competencia

	<p>Santiago de Chile</p>	<p>8,40</p>
	<p>Antofagasta</p>	<p>10,50</p>
	<p>Valparaíso</p>	<p>15,40</p>

Fuente: (Mercado Libre, 2020)

La producción anual de la empresa DISTRILIFE CÍA LTDA es de 25000 unidades de 550 ml que produce anualmente, lo que permitirá cubrir la demanda en el mercado chileno, la comercialización se la realizará utilizando modo de transporte marítimo en vista de que tiene mayor capacidad además al tratarse de una distancia larga este medio es más barato, a continuación, se detallan los rubros:

INCOTERMS	
VALOR DEL EMBARQUE	26068
EXW	26068
Manipulación local X	30,00
Unitarización	20,00
FCA/FAS	26118
Transporte Interno	600,00
Manipuleo Embarque	75,00
Agentes	178,00
Documentación	201,00
Capital e inventario país de Origen	28,00
Bancarios	876,00
FOB	28076
Costo c/u	4,12
Utilidad 30%	30%
Precio de venta	5,356

3.9.6.3. Plaza

En esta variable se analizan los canales que cursa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor. “El almacenaje, es uno de los elementos que tiene importancia ya que la postura que se coloque el producto tendrá la vista hacia el consumidor, esta debe tener las óptimas condiciones” (Marchal, 2016).

El Gerente de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., se encarga de comercializar los productos en las diferentes ciudades a nivel nacional como por ejemplo en Cuenca en el Centro Naturista Supervivencia, en la ciudad de Tulcán tiene dos Centros Naturistas el principal se llama “Distrinat” y la sucursal “Naturlife”.

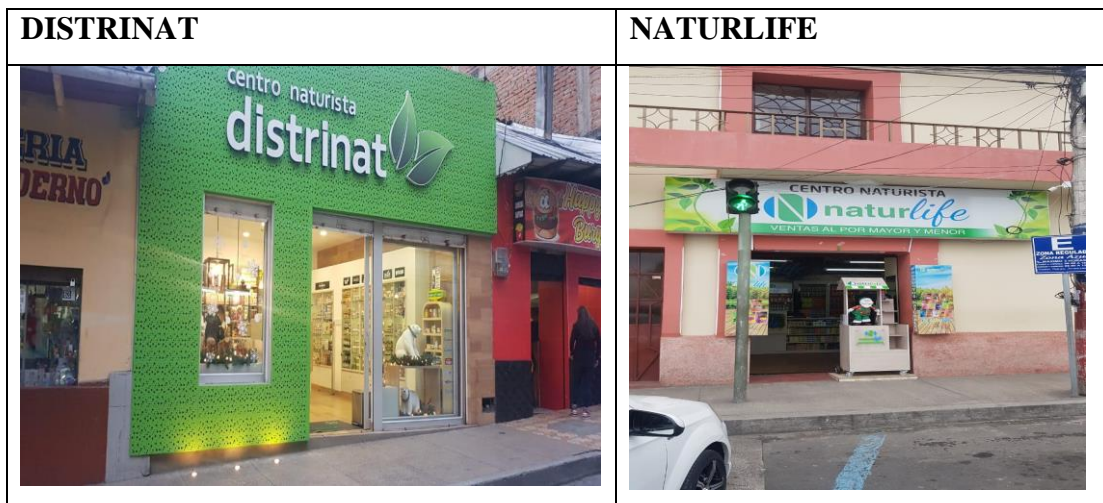


Figura 3: Centro Naturista Distrinat y Naturlife

3.9.6.4. Promoción

Se realiza un respectivo análisis del producto “Se busca estrategias en la que se pueda dar a conocer la marca del producto y ampliar sus ventas, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas, etc.” (Marchal, 2016).

Los jarabes de la Empresa DISTRILIFE se promociona a través de la entrega de trípticos, se realiza degustaciones gratuitas del jarabe, además de la entrega de shots para que el cliente deguste y ensaye el producto. Además, mediante programas de radio se informa a la gente que enfermedades puede curar de acuerdo a la medicina natural mediante el consumo de jarabes de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA.

Se puede considerar además como estrategia de comercialización la participación en misiones comerciales “es una técnica de promoción empresarial que llevan a cabo muchas compañías con el objetivo de establecer nuevas relaciones comerciales en un mercado exterior” (Fernández, 2020); mediante la siguiente estrategia de comercialización la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., puede lograr una reunión más directa con clientes en el Exterior, de manera que se facilita su acceso al mercado extranjero con ello se incrementa la productividad y rentabilidad de la empresa.

3.9.6.4.1. Principales ofertantes de jarabes naturales ecuatorianos

Se debe analizar la competencia de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., a nivel local y nacional, afortunadamente a nivel local según información de EMIS (Emerging Markets Information System) en la ciudad de Tulcán es la única “empresa dedicada a la producción de productos naturales de uso medicinal” (EMIS, 2019).

Mientras que a nivel nacional las empresas que son competencia para la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., son las siguientes en vista de que son marcas que mayoritariamente se comercializan en la ciudad de Tulcán:

Tabla 53: Empresas productoras de Productos Naturales de uso medicinal

Empresa	Productos	Ciudad
Pronavit	Productos naturales con grandes beneficios en la salud de quienes los utilizan como prevención y tratamiento de enfermedades. https://www.pronavit.com/	Quito
Labmac	En este negocio ofertan productos en estados como sobres, capsulas las mismas que se usan para el tratamiento del reumatismo. https://www.laboratorioslabmac.com/blog/	Guayaquil
Aromas del Tungurahua	Es una de las tantas empresas en las que su actividad radica en el cultivo de plantas medicinales para posteriormente ofertar en el mercado. https://connectamericas.com/es/company/aromas-del-tungurahua	Ambato
Fitoterapia	Elaboración de productos naturales de uso medicinal. https://www.fitoq.com/index.php/es/nosotros	Quito
Phyto Pharma	Ofrece productos naturales para el tratamiento de afecciones respiratorias, estado de fatiga mental y muscular, afección del aparato urinario, entre otros. https://phytopharma.com.ec/	Quito
Nature´s Garden	Elabora productos para el sistema digestivo, nervioso, inmunológico y respiratorio. https://www.naturesgarden.com.ec/	Quito

3.9.6.5. Canal de Distribución

Para la comercialización del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato, con el fin de obtener mayor utilidad es recomendable que se lo haga mediante la exportación con la ayuda de un Broker “su función principal es la de actuar de intermediario entre sus clientes y el mercado encontrando un comprador cuando su cliente le da una orden de venta” (Vásquez, 2018).

En la siguiente figura se muestra el canal de distribución logística del producto en este caso del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin a través de un bróker, en este caso el trabajador del Centro Naturista “KNOP” en Chile:

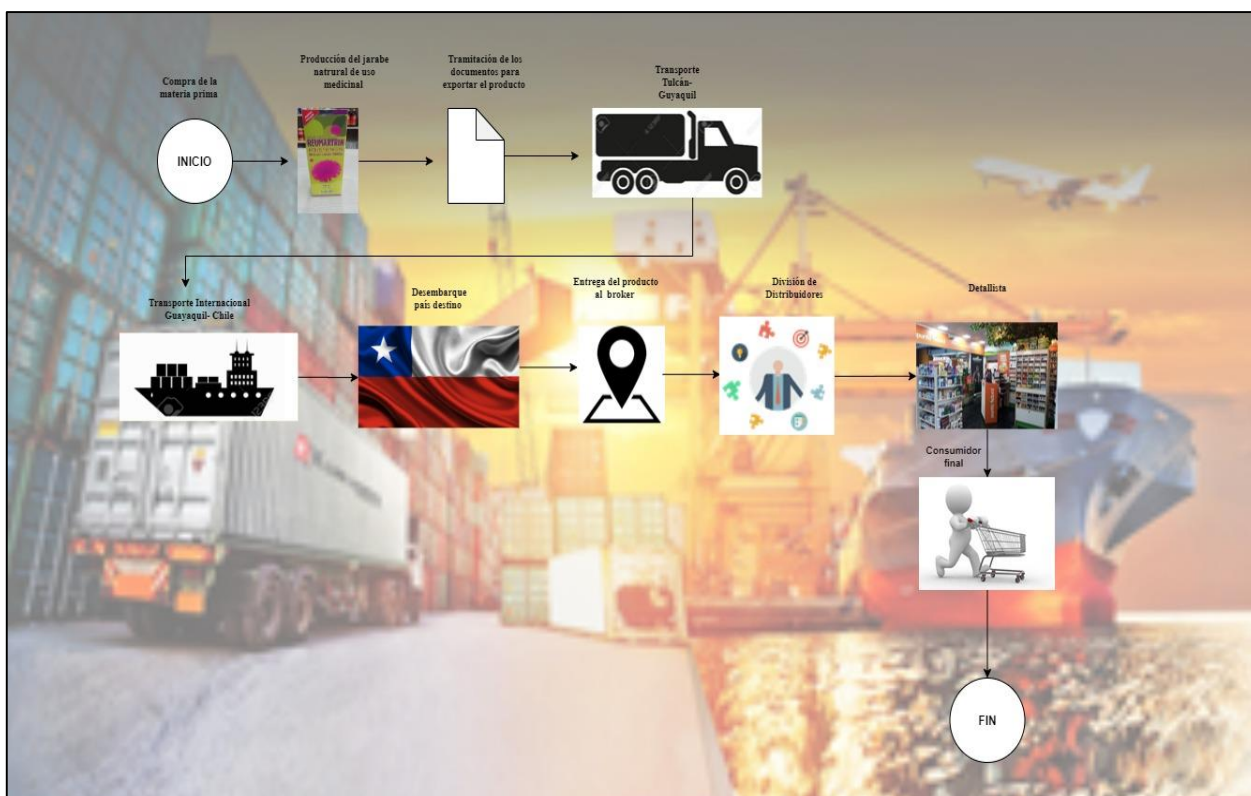


Figura 4: Canal de Distribución

Elaborado por: Andreina Ruiz

Para la distribución Logística del producto natural de uso medicinal Reumartrin de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., se inicia con la compra de la materia prima que comprende desde la planta en este caso la uña de gato, los ingredientes para la elaboración del jarabe hasta los envases y empaques, con ello se da lugar a la producción del jarabe Reumartrin a base de uña de gato,

después se procede a realizar los respectivos trámites que avalen el transporte, en el que se debe tomar en cuenta el costo, seguridad y tiempo más convenientes para la empresa.

DISTRILIFE CÍA.LTDA., requiere de un Bróker quién se encargará de realizar la división del producto en los centros de comercialización masiva de la ciudad de Santiago de Chile hasta llegar al detallista y finalmente al consumidor final.

3.9.6.6. Localización geográfica de la Demanda

Se hace necesario hacer una segmentación del mercado chileno, para de esta manera hacer un uso correcto de todos los elementos que corresponde a la variable de la demanda, mayoritariamente existen Centros Naturistas de manera que se obtiene que son: Antofagasta, Valparaíso y Santiago.

Tabla 54: Principales ciudades de Chile en las que mayoritariamente existen Centros Naturistas

Antofagasta	Valparaíso	Santiago
		

Fuente: (Mapas y banderas , 2020)

3.9.7.1. Principales Centros Naturistas en la ciudad de Chile

Tabla 55: Principales Centros Naturistas en la ciudad de Chile

Cuidado Natural	Antofagasta	https://cuidadonatural.cl/
Bazar Wada	Antofagasta	https://www.wada.cl/
Emporio Newen	Chillán	https://emporio-newen.negocio.site/
Mi Mercado Verde	Valparaíso	http://mimercadoverde.mercadoshops.cl/
Emporio Naranja	Valparaíso	http://www.emporionaranja.cl/
Centro Naturista Ximena Polanco	Santiago	https://www.civico.com/lugar/centro-naturista-ximena-polanco-santiago/
Tienda Natural	Santiago	http://tiendanatural.cl/
Naturland	Santiago	https://www.naturland.cl/
Pronamed	Santiago	http://www.pronamed.cl/
Dellanatura Panorámico	Providencia	https://www.dellanatura.cl/

Fuente: (Mercantil.com, 2019)

De acuerdo a la información que se muestra se identifica que existen más Centros Naturistas en la ciudad de Santiago de Chile, sin embargo, se debe hacer uso correcto de la comercialización del jarabe natural y ofertar el producto en una de las ciudades principales para la venta de productos de uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin se analiza aspectos económicos, políticos, sociales y culturales de cada una de las ciudades.

3.9.7.2. ASPECTOS ECONÓMICOS

Mediante el análisis del factor económico de cada una de las ciudades que conforman el país de Chile se puede evidenciar las actividades a las que se dedican sus habitantes y a través de las cuales generan ingresos.

Tabla 56: Economía en Antofagasta, Valparaíso y Santiago

Antofagasta	Valparaíso	Santiago
La actividad económica principal es la minería. La actividad primordial en la actualidad es el comercio, las actividades inmobiliarias y empresariales.(Región de Antofagasta, 2020, pág. 1)	Dentro de las actividades económicas destacan la industria manufacturera el transporte y las comunicaciones, el comercio, la hostelería y restauración, la actividad agropecuaria y silvícola, la construcción y los servicios financieros. (Economía, 2020, pág. 2)	Santiago de Chile, capital de Chile, “es una de las ciudades “top” con oportunidades de negocios a nivel internacional, el auge de la economía es el turismo internacional” (Historia de Santiago , 2020).

Fuente: (Datos Macro, 2020)

3.9.7.3. ASPECTOS POLÍTICOS

Comprende la Administración que rige a cada una de las ciudades y el comportamiento de la sociedad a fin de que se logre una correcta convivencia entre quienes la conforman de manera que si surgen inconvenientes las autoridades competentes actúen correctamente.

Tabla 57: Aspectos Políticos en las ciudades de Antofagasta, Valparaíso y Santiago

Antofagasta	Valparaíso	Santiago
Para los efectos de la administración local, “las provincias están divididas en nueve comunas, es una zona de tradicional tendencia izquierdista atendida por su condición minera” (Política de Antofagasta, 2020).	Las políticas van “encaminadas a fortalecer la participación de la ciudadanía y contribuir al desarrollo del territorio” (Política Valparaíso, 2019).	En general, dos tipos de órganos son los que intervienen en la administración de la ciudad, por un lado, están “las treinta y siete municipalidades, encargadas de la administración la misma que se encuentra a cargo de la autoridad competente como es el alcalde y previa autorización de la comuna popular” (Política Santiago de Chile, 2019).

Fuente: (Datos Macro, 2020)

El último Censo de Chile fue realizado en el año 2017 en el que constan datos como la estimación y proyección de la población, de manera que se obtiene los siguientes datos de acuerdo al lugar de residencia:

Tabla 58: Número de Habitantes en Antofagasta, Valparaíso y Santiago

Antofagasta	Valparaíso	Santiago
296.905 habitantes	275.982 habitantes	147.940 habitantes

Fuente: (<https://es.db-city.com/>, 2017)

3.9.7.4. ASPECTOS SOCIALES

Es importante analizar la actividad económica a la que se dedican en cada una de las ciudades con el fin de identificar sus preferencias y el comportamiento de las personas de acuerdo a su lugar de residencia.

Tabla 59: Aspectos Sociales de Antofagasta, Valparaíso y Santiago

Antofagasta	Valparaíso	Santiago
Su importante desarrollo se debe a las “actividades portuarias e industriales que se realizan en la zona, contando con un Barrio Industrial que se caracteriza por poseer instalaciones con tecnología de primera línea” (Historia de Antofagasta, 2017).	Posee dos importantes puertos de embarque de diversos tipos de productos chilenos de exportación: Valparaíso y San Antonio, además en la actualidad Valparaíso tiene 3 centros comerciales, 3 stripcenter, y 4 ejes comerciales importantes” (Chile, 2017)	La ciudad alberga los “principales organismos públicos (palacio de gobierno, Poder Judicial y una serie de organismos internacionales), comerciales, culturales y financieros del país, es la segunda ciudad más competitiva de América Latina, solo superada por São Paulo” (Santiago de Chile, 2017).

Fuente: (Datos Macro, 2020)

3.9.7.5. ASPECTOS CULTURALES

Comprende las tradiciones y costumbres que caracterizan a cada una de las ciudades de Chile y que permiten identificarlas:

Tabla 60: Aspectos Culturales Antofagasta, Valparaíso y Santiago

Antofagasta	Valparaíso	Santiago
La plaza Emilio Sotomayor concentra a un grupo de pequeños artesanos locales, aquí se ubica el mercado municipal, aquí se vende alimentos y flores, también “concentra una importante cantidad de restaurantes de comida de casa, cuya especialidad viene dada por los productos marinos, es un punto de encuentro de actividades culturales y recreativas, una importante fuente de trabajo” (Antofagasta , 2018).	La ciudad es reconocida por ser un gran centro de educación superior, ya que están establecidas algunas de las universidades, es sede de importantes eventos culturales de nivel internacional, como el Forum universal “tiene publicidad por sus escenas artísticas y también se incluye la bohemia, donde se reúnen estudiantes, extranjeros, pintores, poetas y escritores, inspirados por el puerto” (Cultura vida urbana, 2018).	La capital, Santiago de Chile, es el centro económico y cultural de la sociedad chilena dominante, está considerada como “la segunda ciudad más importante del país, debido a las grandes industrias.” (Rodríguez J. , 2017).

Fuente: (Datos Macro, 2020)

Para seleccionar la ciudad más adecuada es necesario investigar el idioma que caracteriza a cada una de ellas, con el fin de adecuar el empaque, envase y embalaje del producto a exportar.

El español en Chile es la principal lengua que habla la mayoría de la población en la forma conocida como castellano chileno, un porcentaje medianamente alto del “4,1% de la población chilena que se considera indígena mantiene sus lenguas, aunque no explicita si las utiliza como primera lengua” (Idioma de Chile, 2017).

De acuerdo con la información recopilada de cada una de las ciudades objeto de estudio en este caso: Antofagasta, Valparaíso y Santiago para ello se analizó aspectos relevantes como son económicos, políticos, sociales y culturales con el fin de identificar en que ciudad de Chile tiene mayor capacidad de adquisición del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato, de modo que mediante la aplicación de la siguiente Matriz que permitirá tomar una decisión precisa, se pondera de acuerdo al siguiente criterio: Alto 3 puntos, Medio 2 puntos, Bajo 1 punto.

Tabla 61: Identificación de la ciudad meta

FACTORES	Ciudades		
	Antofagasta	Valparaíso	Santiago
Económicos	1	3	3
Políticos	2	2	2
Sociales	2	2	3
Culturales	3	3	3
Total	8	10	11

Fuente: Investigación, 2020.

Los resultados obtenidos indican que la ciudad de Chile con mayor capacidad para la comercialización del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin es Santiago convirtiéndose en una prelación por la existencia de mayores oportunidades de que se comercialice el producto, además es una de las ciudades que mayoritariamente brinda oportunidades de comercialización, así como la segunda ciudad debido a que se concentran gran parte de las industrias.

3.9.8. Proyecciones de Estudio

3.9.8.1. Demanda Proyectada

Para el cálculo de las Proyecciones se utiliza el Método de Mínimos Cuadrados, el cual mediante el análisis de las ventas de años anteriores hasta el actual, mediante la aplicación de la respectiva fórmula se puede proyectarlas a años futuros. De manera que en la fórmula se obtiene lo siguiente:

- Se debe identificar la variable X y Y
- Se multiplica X*Y, se eleva al cuadrado cada una de las variables
- Se obtiene la sumatoria de cada columna
- Finalmente se calcula el valor de a y b en las siguientes fórmulas:

$$b = \frac{n \cdot \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

En la siguiente fórmula se obtiene la recta de Mínimos Cuadrados para pronosticar los siguientes años:

Fórmula: $y = a + bx$

Es así que la variable “x” son los años y la variable “y” son los valores pronosticados, por otro lado, se debe calcular el Consumo Nacional Aparente-CNA, para ello se toma en cuenta la producción, importaciones y exportaciones de producto en la ciudad de Santiago de Chile.

Para determinar el Consumo Nacional Aparente del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin se procedió a relacionar los datos de población, importaciones y exportaciones que ha realizado la ciudad de Santiago de Chile de la partida 1211.

Tabla 62: Población Importaciones y Exportaciones del mercado meta-Santiago de Chile

CIUDAD SANTIAGO DE CHILE					
AÑO	POBLACIÓN	PRODUCCIÓN NACIONAL (+)	IMPORTACIONES TN	EXPORTACIONES TN	CONSUMO NACIONAL APARENTE TONELADAS
2016	5561000	0	22103	2807	19296
2017	6257516	0	29439	5475	23964
2018	7000000	0	31000	5863	25137
2019	7112808	0	58260	6422	51838
2020	7014702	0	70950	6880	64070

Fuente: (Chile-Censo, 2017)

3.9.8.2. Proyección de las Importaciones

La partida 1211 que comprende plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares en todos sus estados.

Tabla 63: Importaciones (2016-2020).

AÑO (X)		IMPORTACIONES TN (Y)	XY	x^2	y^2
2016	1	22103	22103	1	488542609
2017	2	29439	58878	4	866654721
2018	3	31000	93000	9	961000000
2019	4	58260	233040	16	3394227600
2020	5	70950	354750	25	5033902500
$\Sigma=$	15	211752	761771	55	10744327430

Fuente: (Cobus Group, 2020)

En la tabla se muestra la cantidad de importaciones que ha realizado la ciudad de Santiago de Chile, a continuación, se calcula las variables reemplazando valores en la fórmula de Mínimos Cuadrados.

$$b = \frac{5x761771 - 15x211752}{5(55) - (15)^2}$$

$$b = 12651,50$$

$$a = \frac{211752 - 12651,50x15}{5}$$

$$a = 21979,50$$

3.9.8.2.1. Pronóstico de las Importaciones para los siguientes años en Santiago de Chile

Recta de Mínimos Cuadrados: $y = 13575 + 7269,20x$

Tabla 64: Pronóstico de las Importaciones para los siguientes años en Santiago de Chile

AÑO (X)		IMPORTACIONES TN
2021	6	57190,2
2022	7	64459,4
2023	8	71728,6
2024	9	78997,8
2025	10	86267
2026	11	93536,2

Una vez que se obtuvo la ecuación mediante el método de Mínimos Cuadrados, se reemplaza la variable x con los años, para obtener los valores, para calcular la demanda en años posteriores.

3.9.8.3. Proyección de Exportaciones de la partida 1211.

Tabla 65: Exportaciones de la partida 1211 (2016-2020).

AÑO (X)	EXPORTACIONES		XY	x^2	y^2
	TN (Y)				
2016	1	28070	28070	1	787924900
2017	2	6880	13760	4	47334400
2018	3	6422	19266	9	41242084
2019	4	5863	23452	16	34374769
2020	5	5475	27375	25	29975625
$\Sigma=$	15	52710	111923	55	940851778

Fuente: (Cobus Group, 2020)

En la tabla se muestra la cantidad de exportaciones que ha realizado la ciudad de Santiago de Chile, a continuación, se calcula las variables reemplazando valores en la fórmula de Mínimos Cuadrados.

$$b = \frac{5x111923 - 15x52710}{5(55) - (15)^2} \qquad a = \frac{52710 - 231035x15}{5}$$

$$b = 231035 \qquad a = 682563$$

3.9.8.3.1. Pronóstico de las Exportaciones para posteriores años a Santiago de Chile.

Recta de Mínimos Cuadrados: $y = 682563 + 231035x$

Tabla 66: Pronóstico de las Exportaciones para posteriores años a Santiago de Chile

AÑO (X)	EXPORTACIONES	
	TN	
2021	6	2068773
2022	7	2299808
2023	8	2530843
2024	9	2761878
2025	10	2992913
2026	11	3223948

Una vez que se ha obtenido la ecuación mediante el Método de Mínimos Cuadrados se reemplaza la variable x con los años, con el fin de obtener la cantidad de exportación en los años siguientes.

3.9.8.3.2. Consumo Nacional Aparente

Tabla 67.CNA. Santiago de Chile

AÑO	PRODUCCIÓN NACIONAL (+)	IMPORTACIONES TN	EXPORTACIONES TN	CONSUMO NACIONAL APARENTE (TN)
2016	0	22103	2807	19296
2017	0	29439	5475	23964
2018	0	31000	5863	25137
2019	0	58260	6422	51838
2020	0	70950	6880	64070
2021	0	97888,5	19263,3	78625,2
2022	0	110540	20172,6	90367,4
2023	0	123191,5	21081,9	102109,6
2024	0	135843	21991,2	113851,8
2025	0	148494,5	22900,5	125594
2026	0	161146	23809,8	137336,2

Fuente: (TRADE MAP, 2019)

El Consumo Nacional Aparente ayuda a conocer la cantidad de productos que tiene un determinado país para la utilización, a continuación se observa la producción nacional, importaciones y exportaciones en este caso de las plantas medicinales que son sujetas a transformación para uso medicinal, para deducir la cantidad aproximada de la demanda requerida en los años siguientes, se ha tomado como base desde el año 2016 hasta el año 2020, la proyección se realizó para cinco años.

3.9.8.3.3. Oferta

Para determinar la capacidad productiva de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., se investigó la cantidad de litros producidos de forma anual y mensual de jarabe natural e uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin.

Tabla 68: Oferta Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA.

	TOTAL, DE LITROS	TOTAL, DE MILILITROS	TOTAL DE FRASCOS (500 ML)
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN			
EMPRESA DISTRILIFE CÍA. LTDA	14896 litros anuales	14896000	29792
	1233litros mensuales	1233000	2466

Fuente: Investigación, 2020.

De acuerdo a la Investigación realizada se obtiene que la empresa produce anualmente un valor de (14896 L), el envase es de plástico de 500 ml siendo la producción de un total de 29792 frascos de jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin que se producen anualmente, y de forma mensual son (12330 L), dando un total de 2466 frascos producidos mensualmente.

3.9.8.3.4. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La Proyección de la Oferta incluye valores como la capacidad de producción total en ml y el índice porcentual de crecimiento en ventas de la empresa, a continuación, se muestra la proyección realizada a cinco años.

N°	AÑO	OFERTA ANUAL EN UNIDADES (550 ML)
0	2019	29792
1	2020	30537
2	2021	31300
3	2022	32083
4	2023	32885
5	2024	33707

Fuente: Investigación, 2020.

A continuación, se muestran los valores en unidades de los frascos de 500 ml de jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin con su respectiva proyección de producción en un periodo de 5 años con una tasa de crecimiento del 2,5%.

3.9.8.3.5. DEMANDA INSATISFECHA

Tabla 69: Demanda Insatisfecha

AÑO	PRODUCCIÓN NACIONAL	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	CONSUMO NACIONAL APARENTE	POBLACIÓN CHILE	CONSUMO PER CÁPITA KG			POBLACIÓN SANTIAGO DE CHILE	DÉFICIT TOTAL KG	DEMANDA INSATISFECHA TM	OFERTA TN	COBERTURA
						REAL	RECOMENDADO	DÉFICIT KG					
2016	0	22103	2807	19296	18167000	1,06	7,5	6,44	5561000	35800908	35801		
2017	0	29439	5475	23964	18419000	1,30	7,5	6,20	6257516	38790042	38790		
2018	0	31000	5863	25137	18729160	1,34	7,5	6,16	7000000	43105078	43105		
2019	0	58260	6422	51838	18952038	2,74	7,5	4,76	7112808	33890963	33891		
2020	0	70950	6880	64070	19000000	3,37	7,5	4,13	7014702	28955951	28956	14,00	0,00052
2021	0	97888,5	19263,3	78625	19266519	4,08	7,5	3,42	7442348	25445953	25446	14,86	0,00059
2022	0	110540	20172,6	90367	19463107	4,64	7,5	2,86	7680785	21943925	21944	14,91	0,00068
2023	0	123191,5	21081,9	102110	19659695	5,19	7,5	2,31	7919221	18262874	18263	14,96	0,00082
2024	0	135843	21991,2	113852	19856282	5,73	7,5	1,77	8157658	14408118	14408	15,01	0,00104
2025	0	148494,5	22900,5	125594	20052870	6,26	7,5	1,24	8396094	10384765	10385	15,06	0,00145

Fuente: <https://knoema.es/atlas/Chile>

La Demanda Insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta en cuanto al consumo de la uña de gato como planta de uso medicinal el uso recomendado es de “7,5 kg al año de acuerdo con estudios Chile es el único país de la región donde el consumo de infusiones de plantas medicinales es mayor que el consumo de café” (Rojas, 2018), para el año 2020 se obtiene una demanda insatisfecha de 28956 TN.

3.10. Estudio Técnico

3.10.1. Macro Localización

La ciudad de Tulcán es la capital de la provincia del Carchi, la cual está delimitada al norte Colombia, la ciudad de IpiALES.; al sur con los cantones de Huaca, también se encuentra Montúfar, y el cantón Espejo y Mira; al este con Colombia y la provincia de Sucumbíos; se obtiene una localización al oeste con Colombia, y la provincia de Esmeraldas. Un 85% de sus habitantes se dedica al comercio con el vecino país del norte, es una ciudad eminentemente comercial, “la principal motivación para visitarla son las negociaciones, siempre ha existido un fuerte movimiento en intercambio de mercaderías entre Ecuador y Colombia” (Gobierno Municipal de Tulcán, 2020).



Figura 5: Ubicación del cantón Tulcán en la provincia del Carchi

Fuente: (EcuRed, 2020)

3.10.2. Micro Localización

La empresa objeto de estudio se encuentra ubicada en el cantón Tulcán, el nombre comercial con el que se identificara la empresa es “DISTRILIFE CÍA. LTDA.” Aporta soluciones en el tratamiento de dolores articulares gracias a su componente principal que es la uña de gato, está ubicada en la Avenida Rafael Arellano S/N 9 de octubre Olímpico.

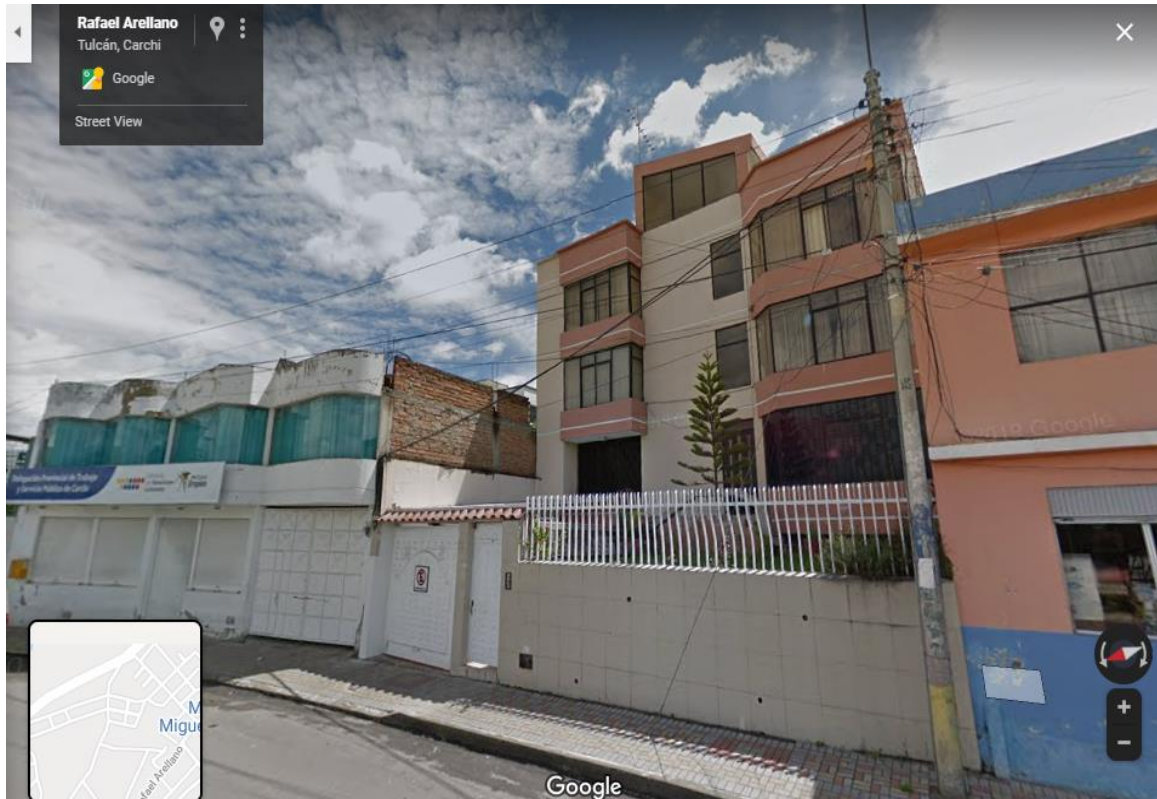


Figura 6: Ubicación de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., en el cantón Tulcán

Fuente: (Google Maps, 2020)

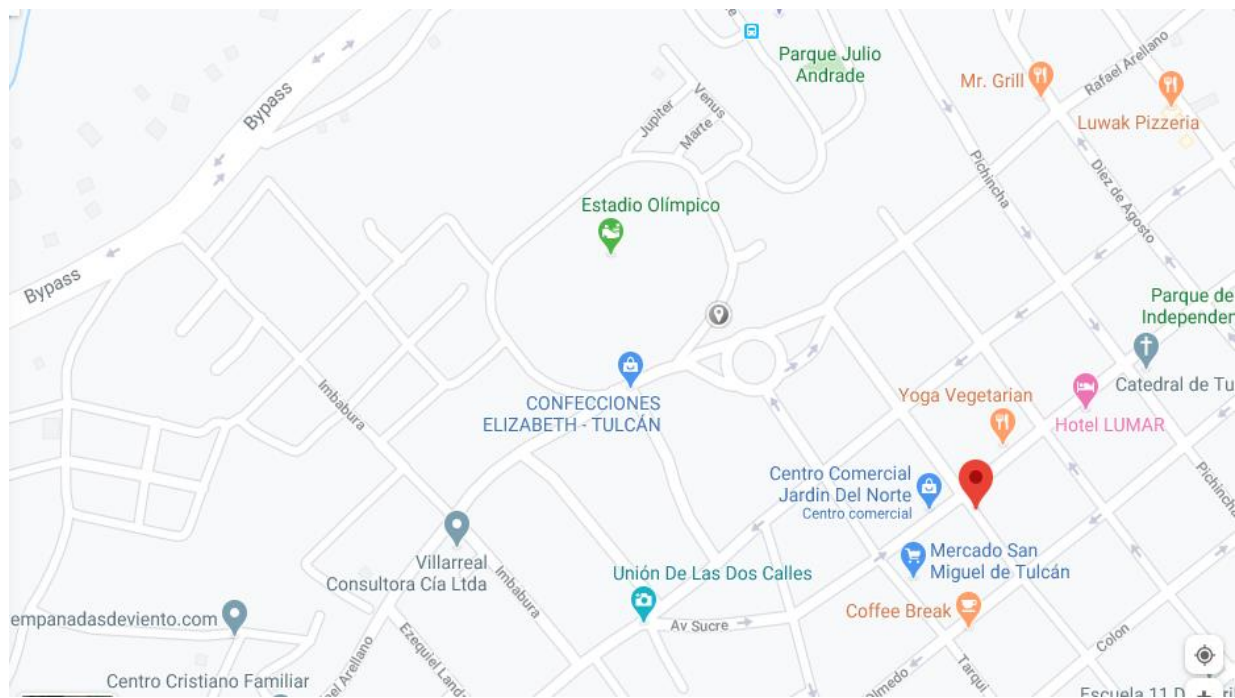


Figura 7: Ubicación de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA. en el cantón

Fuente: (Google Maps, 2020)

3.10.3. Misión

Elaborar productos naturales para uso medicinal de alta calidad con la finalidad de satisfacer las exigencias y necesidades de nuestros clientes, convirtiéndonos en una empresa cada vez más competitiva y eficiente, en la que se permita lograr una rentabilidad que permita el crecimiento de la misma e incremente el bienestar de nuestros trabajadores y por ende nuestro aporte a la sociedad.

3.10.4. Visión

En el año 2023, ser reconocidos como una empresa líder en la producción y comercialización de productos naturales para uso de medicinal a nivel nacional e internacional, desarrollando productos innovadores y de calidad para sus clientes.

3.10.5. Identificación de Procesos



Figura 8: Mapa de Procesos de Exportación de jarabe natural de uso medicinal "Reumartrin"

A continuación se muestra los procesos que la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA. debe seguir para lograr la exportación del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin al mercado meta en este caso la ciudad de Santiago de Chile de manera que en el primer cuadrante se muestran las entradas en las que intervienen los insumos que la empresa necesita para elaborar el producto, en el segundo cuadrante están los procesos que transforman los insumos en productos existen procesos de apoyo y funcionamiento, finalmente las salidas que son los resultados, en este caso la satisfacción del cliente en Santiago de Chile y la Internacionalización del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin.

3.10.5.1. Descripción de los Procesos

Tabla 70: Proceso de Negociación de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA


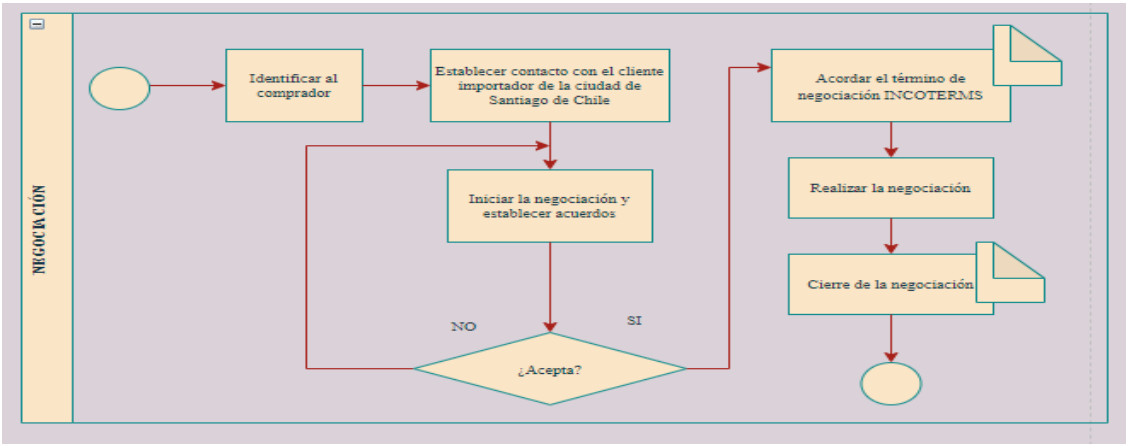
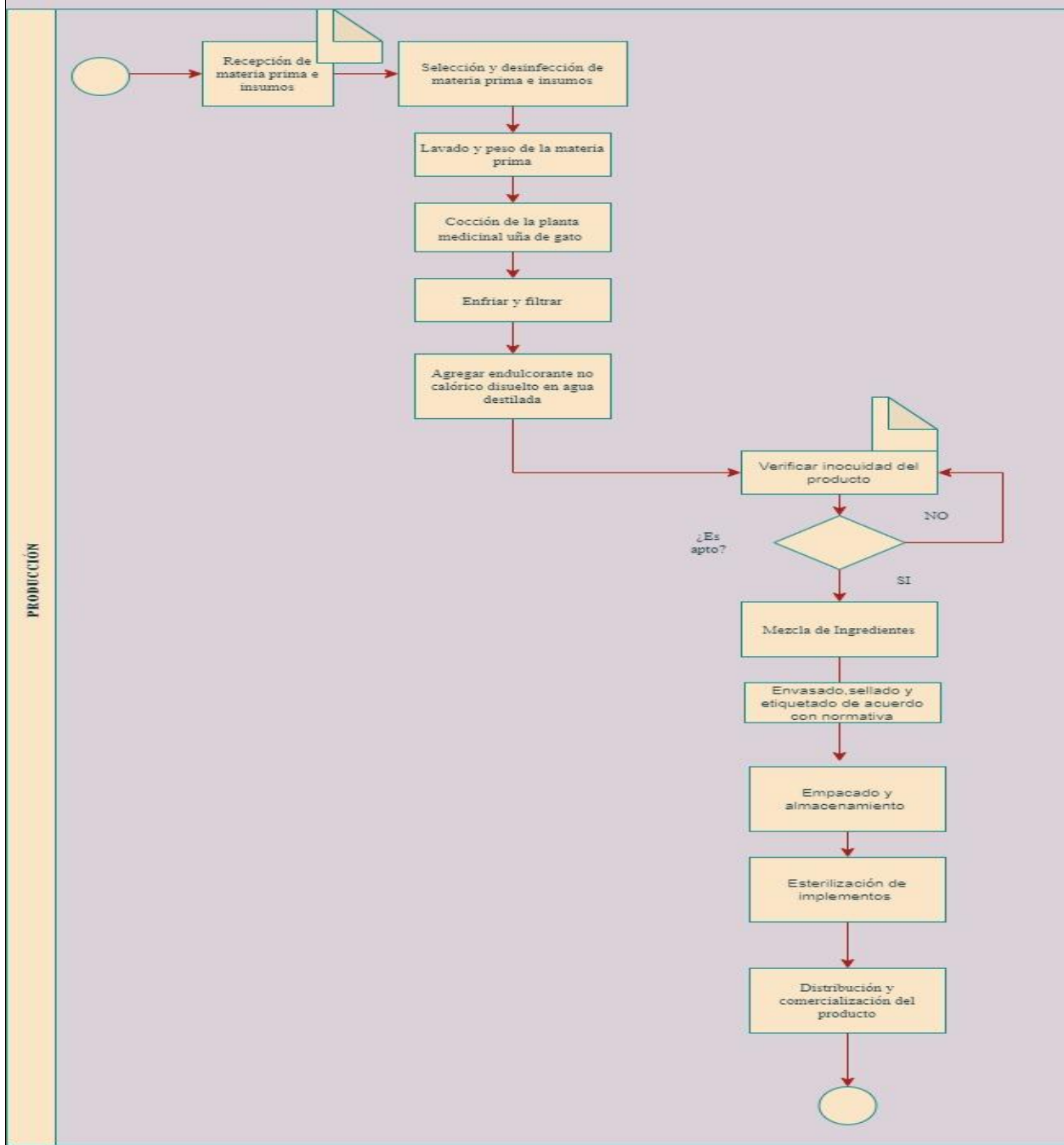
		Nombre del proceso: Negociación	Código: Página:	T-NI-01 1-1
Responsable		Administrador		
Objetivo:		Identificar y establecer importadores y comercializadoras internacionales de Plantas utilizadas para la medicina para posteriormente ser transformadas en jarabes naturales de uso medicinal.		
Alcance:		Contacto con el importador		
1. Detalle				
Actividades:		Fuentes:	Documento generado:	
<ul style="list-style-type: none"> Investigar potenciales clientes y obtener contacto. Acuerdo entre las partes. Dan a conocer los términos de negociación Finaliza la negociación 		Redes Sociales Correo electrónico Números telefónicos	Proformas de venta.	
2. Flujo de proceso				
 <pre> graph TD Start(()) --> A[Identificar al comprador] A --> B[Establecer contacto con el cliente importador de la ciudad de Santiago de Chile] B --> C{¿Acepta?} C -- NO --> B C -- SI --> D[Acordar el término de negociación INCOTERMS] D --> E[Realizar la negociación] E --> F[Cierre de la negociación] F --> End(()) </pre>				
Medición y Seguimiento del proceso				
Indicador	Estándar/Meta	Prioridad de cálculo	Responsable	
Numero de negociaciones, contratos confirmados	(Negociaciones realizadas/Negociaciones programadas) *100%	90% de las negociaciones programadas trimestral	Mensual	Administrador

Tabla 71: Proceso de Producción de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA

	Nombre del proceso: Producción	Código: PREX-01 1-1 Página:1-1	
Responsable	Jefe de producción		
Objetivo:	Recepción y transformación de insumos y materia prima en jarabe natural de uso medicinal.		
Alcance:	Obtención de jarabe natural a base de uña de gato		
3. Detalle			
Actividades		Fuentes:	Documento generado:
<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de materias primas e insumos • Desinfección de materia prima e insumos • Lavado y peso de la materia prima • Cocción de la planta medicinal uña de gato • Enfriar y filtrar • Agregar edulcorante no calórico disuelto en agua destilada • Mezcla de ingredientes • Envasado, sellado y etiquetado de acuerdo con normativa • Empacado y almacenamiento • Esterilización de implementos. 		Check list de insumos y materias Check list de proceso Kardex	<ul style="list-style-type: none"> • Lista productos de terminados.


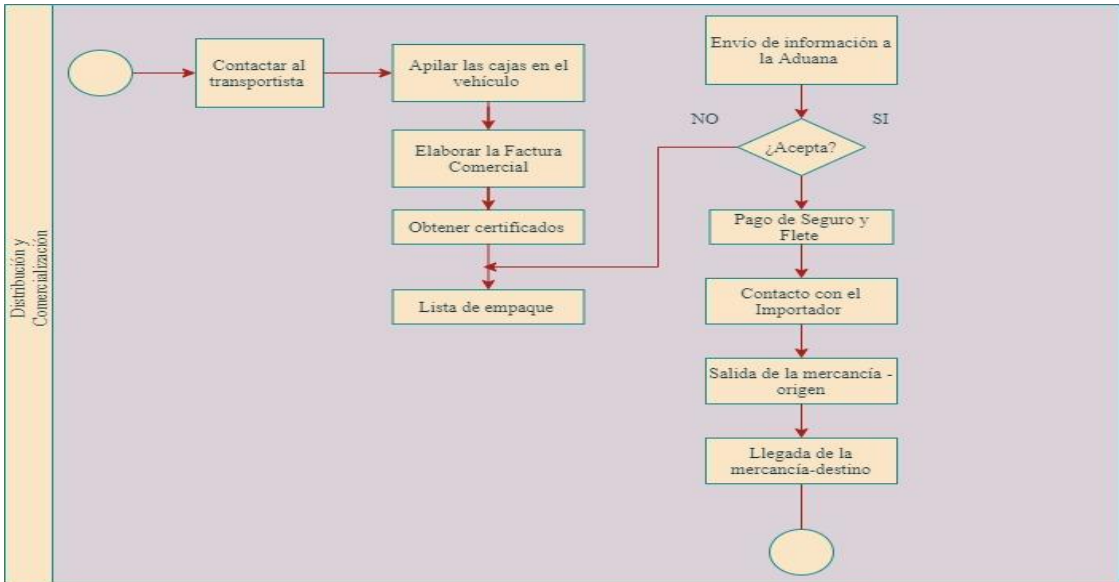
4. Flujo de proceso de producción



Medición y Seguimiento del proceso

Indicador		Estándar/Meta	Prioridad de cálculo	Responsable
Mililitros producidos	(Mililitros de jarabe producido/mililitros de jarabe sin procesar) * 100%	90% de producto terminado, quincenalmente	Diario	Jefe de producción

Tabla 72: Proceso de Comercialización- Exportación de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA

	Nombre del proceso: Distribución y Comercialización	Código: CEX-01 1-1 Página:1-1		
Objetivo:	Realizar la exportación del jarabe natural de uso medicinal "Reumartrin"			
Alcance:	Direccional las actividades para la exportación del producto			
Actividades:		Fuentes:	Documento generado:	
<ul style="list-style-type: none"> • Contratar al transportista • Apilar las cajas en el vehículo • Realizar la factura comercial • Obtener Certificados • Lista de empaque • Enviar datos a la Aduana • Pago Seguro y Flete • Contactarse con el Importador • Despacho de la mercancía del puerto de origen • Arribo de la mercancía al puerto destino 		Sistema del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (ECUAPASS) Correo electrónico	Factura comercial Certificado de Origen Certificado Fitosanitario Certificado de calidad Lista de empaque	
2.Flujograma de proceso				
 <pre> graph TD Start(()) --> A[Contactar al transportista] A --> B[Apilar las cajas en el vehículo] B --> C[Elaborar la Factura Comercial] C --> D[Obtener certificados] D --> E[Lista de empaque] E --> F[Envío de información a la Aduana] F --> G{¿Acepta?} G -- NO --> D G -- SI --> H[Pago de Seguro y Flete] H --> I[Contacto con el Importador] I --> J[Salida de la mercancía - origen] J --> K[Llegada de la mercancía-destino] K --> End(()) </pre>				
Medición y Seguimiento del proceso				
Indicador	Estándar/Meta	Prioridad cálculo	Responsable	
Numero de exportaciones realizadas	(Exportaciones realizadas/Exportaciones programadas) *100%	90% de exportaciones, realizadas	Mensual	Auxiliar de comercio exterior

3.10.6. Estructura Organizacional

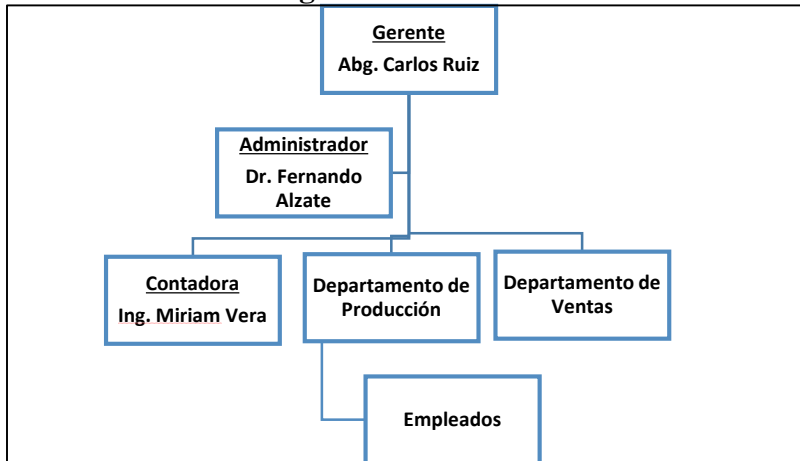


Figura 9: Organigrama DISTRILIFE CÍA. LTDA.

Fuente: Empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA.

Los Organigramas muestran de manera jerárquica la estructura de la empresa, su importancia radica en la correcta aplicación de ellos procesos lo que permite llevarlos a cabo de forma ordenada, en el caso de la producción del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin los empleados respetan cada una de las actividades que les compete. El Organigrama que maneja la empresa es de tipo Vertical.

Propuesta de Organigrama

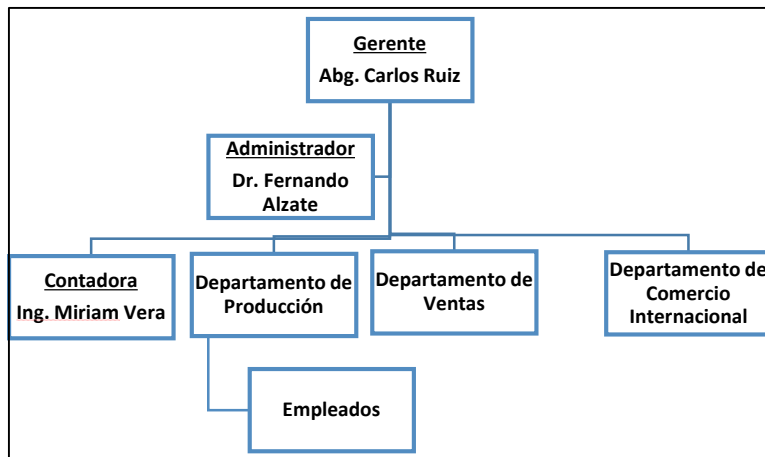


Figura 10: Propuesta Organigrama DISTRILIFE CÍA.LTDA.

El Departamento de Comercio Internacional es necesario para vincular las gestiones del proceso de Exportación del producto natural, el mismo que es de uso medicinal Reumartrin, como en toda empresa es necesario hacer la respectiva contratación de un profesional en esta área para poder realizar de forma correcta el proceso de envío.

3.10.7. Manual de Funciones

3.10.7.1. Gerente General

Tabla 73: Perfil del Gerente de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA.

Nombre del puesto:	Gerente General
Unidad:	Dirección
Supervisa:	Jefe de producción, contador, asistente comercial y empleados
Reporta:	Junta directiva de accionistas
Coordina:	Todas las áreas
PROPÓSITO PRINCIPAL	
Diseñar permanentemente estrategias, formular planes de acción y llevarlos a cabo.	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Planificación, organización y supervisión de las actividades que se realizan en la empresa	
Administrar los recursos de la entidad	
Realizar una correcta distribución del trabajo	
Supervisión de todas las actividades de la empresa	
Escuchar de forma activa, resolver problemas y conectar personas	
PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
Educación:	Ingeniería comercial, Economista, Lcdo. Administración y Dirección de Empresas
Conocimientos:	Comercio exterior, Marketing, Inteligencia Emocional.
Experiencia	1 año
HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
Pensamiento crítico, buena comunicación, autocontrol, iniciativa, capacidad de negociación.	

3.10.7.2. Administrador

Tabla 74: Perfil del Administrador de la Empresa Distrilie Cía. Ltda.

Nombre del puesto:	Administrador
Unidad:	Dirección
Supervisa:	Talento Humano
Coordina:	Todas las áreas
PROPÓSITO PRINCIPAL	
Evaluación de los perfiles necesarios para cada área y gestiona la cantidad de empleados y procesos.	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Toma de decisiones	
Dirección de la empresa	
Para contratar personal debe investigar a los candidatos mediante llamadas de referencia y cuando sea necesario	
Debe asegurarse de que todo el trabajo es realizado correctamente por los subordinados	
PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
Educación:	Ingeniería comercial, Economista, Lcdo. Administración y Dirección de Empresas
Conocimientos:	Proceso Administrativo, Teoría de las Organizaciones, Ética.
Experiencia	1 año
HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
Pensamiento crítico, buena comunicación, autocontrol, iniciativa, capacidad de negociación.	

3.10.7.3. Jefe de Producción

Tabla 75: Perfil del Jefe de Producción de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA.

Nombre del puesto:	Jefe de producción
Unidad:	Supervisión
Supervisa:	Empleados
Reporta:	Gerente general
Coordina:	Todas las áreas
PROPÓSITO PRINCIPAL	
Planificar, supervisar y controlar el proceso productivo en planta de productos naturales de uso medicinal.	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Elaborar y hacer un diseño del Plan de Producción	
Recepción de materiales	
Seguimiento de la producción	
Gestión de pedidos y proveedores	
Vigilar la ejecución de la producción	
PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
Educación:	Administración de empresas, Dirección comercial y Marketing
Conocimientos:	Gestión de empresas, conocimiento técnico de industrias
Experiencia	al menos 2 años
HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
Trabajar bajo presión, capacidad de direccionar al personal hacia el máximo rendimiento.	

3.10.7.4. Contadora

Nombre del puesto:	Contador
Unidad:	Operativo
Reporta:	Gerente general
Coordina:	Todas las áreas
PROPÓSITO PRINCIPAL	
Manejo e interpretación oportuna de la contabilidad de una organización	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Documentar informes financieros	
Manejar registros, sistemas y presupuestos financieros	
Brindar capacitación en temas de como mejoras para su negocio, reducción de costos,	
PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
Educación:	Contador público, Auxiliar contable
Conocimientos:	Especialista en áreas financieras, uso de paquetes administrativos y de contaduría.
Experiencia	al menos 2 años
HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
Compromiso, responsabilidad, conocimientos técnicos	

3.10.7.5. Operario

Tabla 76: Perfil del Operario de la Empresa Distrillife Cía. Ltda.

Nombre del puesto:	Operario
Unidad:	Operativo
Reporta:	Jefe de producción
Coordina:	Todas las áreas
PROPÓSITO PRINCIPAL	
Uso de maquinarias para la manipulación necesaria y así lograr la transformación del producto.	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Receptar las materias primas	
Inspeccionar los implementos de producción y limpieza	
Verificar el proceso de producción	
Almacenar el producto terminado	
Registro de unidades producidas	
PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
Educación:	Educación secundaria
Conocimientos:	Producción de jarabes naturales de uso medicinal
Experiencia	al menos 1 año
HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
Proactividad, responsabilidad, agilidad, puntualidad, capacidad de seguir instrucciones.	

3.10.7.6. Requerimientos de mano de obra

Según la estructura organizacional de la empresa DISTRILIFE. CÍA. LTDA., se determina el personal adecuado para el correcto funcionamiento de la misma:

Tabla 77: Talento Humano de la Empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA.

DESCRIPCIÓN	NÚMERO DE TRABAJADORES
Gerente General	1
Administrador	1
Jefe de Producción	1
Contador	1
Operarios	8
TOTAL	12

Las personas que conforman la Empresa están designadas en cada área de acuerdo a las actividades que hay que realizar de manera que la conforman: Gerente General, Administrador, jefe de producción, Contadora, Operarios, los últimos son los encargados de la producción de los jarabes naturales de uso medicinal.

3.10.7.7. Infraestructura

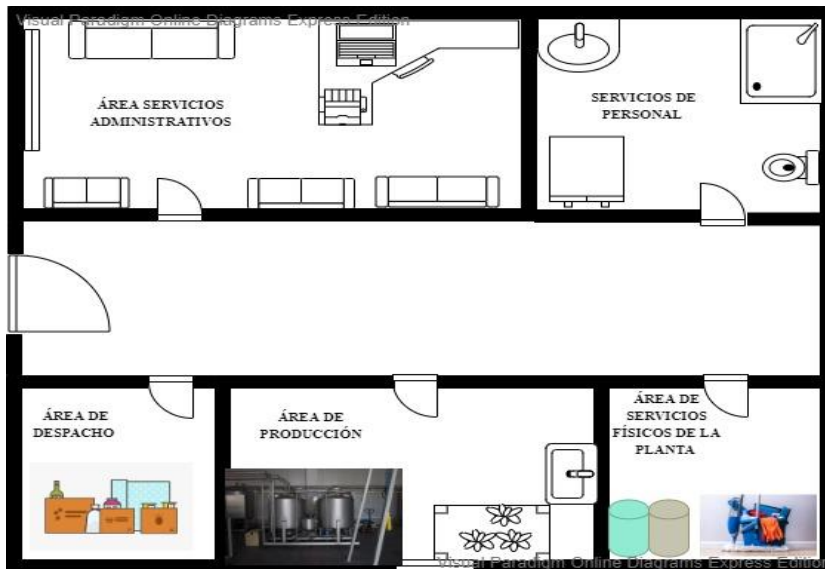


Figura 11: Infraestructura de la Empresa Distrilife Cía.Ltda.

Fuente: <https://www.smartdraw.com/>

Las instalaciones de la planta son acordes al espacio físico requerido, además la empresa está ubicada en una zona de fácil acceso en la ciudad de Tulcán lo que facilita la recepción de materia prima así como la distribución del producto una vez terminado, la planta está dividida en cinco áreas diferentes que permite el correcto funcionamiento de las actividades que se llevan a cabo para la producción de jarabes naturales de uso medicinal siendo el caso del Área de servicios administrativos, Área de servicios físicos, Área de producción, Área de despacho y bodega, finalmente el Área de servicios de personal.

3.10.7.8. Proceso de Exportación

Para la Exportación del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato Reumatrin se lo realiza bajo el Régimen Exportación Definitiva (40), permite la libre circulación de la mercancía

fuera del territorio Aduanero o a una Zona Especial de Desarrollo Económico de acuerdo al Artículo 158 del Reglamento al COPCI. (SENAE, 2020).

Con el registro único de contribuyente conseguido en el SRI se realiza los siguientes pasos:

- 1.- Obtención del Certificado Digital o firma electrónica y autenticación, otorgada por el Banco Central del Ecuador, Security Data y Fedexpor. (Asesoría Legal en Trámites Aduaneros , 2018).
- 2.- Realizar el Registro en el sistema de ECUAPASS, en donde es necesario: Actualizar la base de datos, crear usuario y contraseña en el sistema integrado, aceptar políticas de uso, términos y condiciones, registro de firma electrónica. (Asesoría Legal en Trámites Aduaneros , 2018).
- 3.- Con el TOKEN, se debe registrar en el portal del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, mismo que entregará las claves de acceso respectivas para regularizar las operaciones o documentación.
- 4.- Evaluar el origen del producto mediante el ingreso a la ventanilla única del ECUAPASS y llenar los módulos de calificación de origen.

3.10.7.8.1. Trámite para una Exportación Definitiva

La empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA respalda la negociación con un contrato de compra-venta, que contiene los deberes que deben cumplir las partes implicadas, la negociación se la realizará con el INCOTERM FOB, de manera que el proceso de exportación de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA inicia desde la fábrica hasta el puerto de Guayaquil, es así que la operatividad le corresponde al importador de Santiago de Chile, misma que se transmite cuando el producto se encuentra en la embarcación dirigido a Ecuador, a partir de aquí debe asumir costos hasta llegar al país acordado para ello a continuación se detalla los documentos :

3.10.7.8.2. Elaborar la Factura Comercial

Este documento tiene una importancia dentro de la transacción y validez para el importador ya que “evidencia la venta realizada, contiene toda la información relativa a la transacción comercial, en la cual se detallan las mercancías, precios y condiciones de pago” (Diario del Exportador , 2020).



EMPRESA DSITRILIFE CIA.LTDA
 Dir: Rafael Arellano Sa 9 de octubre
 OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI
 Comercio Exterior: EXPORTADOR

R.U.C.: 0491514485001

FACTURA

No. 005-002-000000219

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN:

0512201801179208335400120050020000002190000021911

AMBIENTE: PRODUCCIÓN

EMISIÓN: NORMA

CLAVE DE ACCESO:



0512201801179208335400120050020000002190000021911

Razón Social / Nombres y Apellidos: DISTRILIFE CIA LTDA	Identificación: 900950001
Fecha Emisión: /12/	Guía Remisión: 005-001-000023399

Cod. Principal	Cod. Auxiliar	Cant	Descripción	Detalle Adicional	Detalle Adicional	Detalle Adicional	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
1RREC000211		57	CAJAS DE REUMATRIN	0.000%	0.000%	0.000%	-	0.00	11571

- DATOS EXPORTACIÓN -			
Incoterm Factura:	F0B	Lugar Incoterm:	Santiago - Chile
País Origen:	-	Puerto Embarque:	Guayaquil-Ecuador
País Destino:	-	Puerto Destino:	Valparaíso -Chile
País Adquisición:	-	Incoterm Total Sin Impuestos:	
Flete Internacional:	-		
Seguro Internacional:	0.00		
Gastos Aduaneros:	0.00		
Gastos Transporte Otros:	0.00		

Información Adicional
Dirección: CRA TMA Correo Electrónico: distri@comercializaciones2015@gmail.com MONEDA USD

Forma de Pago	Total	Plazo	Tiempo
GIRO DIRECTO	11571	0	DÍAS

SUBTOTAL IVA	11571
SUBTOTAL 0 %	
SUBTOTAL No objeto de IVA	
SUBTOTAL Exento de IVA	
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS	
TOTAL, Descuento	
ICE	
IVA	
IRBPNR	
PROPIVA	
VALOR TOTAL	11571

3.10.7.8.3. Conocimiento de Embarque

Este procedimiento está dirigido en vía marítima, lo confecciona la compañía naviera, su agente naviero o el capitán del barco y en él consta haber recibido la carga a bordo de la nave para ser transportada al puerto que se indicará en el documento (Diario del Exportador , 2020).

BILL OF LADING CONOCIMIENTO DE EMBARQUE						
1. SHIPPER / EXPORTER (Complete name adres) Embarcador		3. BOOKING No (Reserva No)		3(a) BILL OF LADING No		
		3(b) DATE (Fecha)				
		4. EXPORT REFERENCE (referencias de exportación)				
5. CONSIGNEED TO (Consignado a)		6. FORWARDING AGENT (agente embarcador)				
7. NOTIFY PARTY (notifíquese a)		8. DOMESTIC ROUTING / EXPORT INSTRUCTIONS (ruta doméstica/instrucciones de exportación)				
9. VESSEL (nave)	10. PLACE OF RECEIPT BY CARRIER (carga recibida en)	11. RELAY POINT (puerto de conexión)	12. POINT AND COUNTRY OF ORIGIN (lugar y país de origen)			
VOYAGE (viaje)	13. PORT OF LADING (puerto de carga)	14. LOADING PIER (terminal / muelle)	15. TYPE OF MOVE (tipo de movimiento)			
FLAG (bandera)	17. PLACE OF DELIVERY BY CARRIER (lugar de entrega de la carga)	18. ORIGINALS TO BE RELEASED AT (originales para entregarse en)				
PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER contenido según el embarcador						
19. MARKS AND NUMBERS (marcas y números)	20. NUMBERS OF PACKAGES (número de bultos)	21. DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOOD (descripción de la mercadería)		22. WEIGHT (libras / kilos)	23. MEASUREMENTS (medidas)	
FREIGHT CHARGES flete	RATED AS flete básico	PER por	RATE tarifa	TO BE PREPAID IN US DOLLARS pre pagado en dólares	COLLECT IN USD a cobrar en dólares	ORIGIN CURRENCY moneda local
			TOTAL			
SIGNATURE IN WITNESS WHERE OF THE CARRIER BY ITS AGENT HAS SIGNED ORIGINAL B / L						
DECLARED VALUE BY CARRIER						
FOR SHIPPER						

3.10.7.8.4. Certificado de Origen

Acredita el envío del producto, haciendo uso de un beneficio arancelial mediante reducciones arancelarias que otorgan los países en el marco de los tratados o acuerdos comerciales internacionales o regímenes preferenciales (Diario del Exportador , 2020).

**CERTIFICADO DE ORIGEN
COMUNIDAD ANDINA**

No del Certificado
1693148520180000089P

PAIS EXPORTADOR: ECUADOR PAIS IMPORTADOR: CHILE

No. de Orden (1)	NANDINA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERIAS
1	12.11.50.90	JARABE NATURAL REUMATRIN

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial No. [001-009-000003706] cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) CARTAGENA de conformidad con el siguiente desglose:

No. de Orden (1)	NORMAS (3)
1	Decisión 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal b)
FECHA: 06-06-2020 RAZON SOCIAL: DISTRILIFE CIA.LTDA. CIUDAD: TULCÁN Sello y firma del exportador o productor	

OBSERVACIONES: MATERIA PRIMA: PLANTAS MEDICINALES

CERTIFICACION DE ORIGEN
Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de QUITO a las PENDIENTE APROBACION
_____ Nombre, sello y firma de la Entidad Certificadora

NOTAS: (1): Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.
(2): Especificar si se trata de un Acuerdo de Alcance Regional Parcial, indicando número de registro.
(3): En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden
- El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmiendas.

3.10.7.8.5. Aprobar DAE electrónicamente en el SENA E

La Declaración Aduanera para la Exportación de un producto es un formulario en la que se toma como base de datos de la persona que realiza la exportación.

La información que se encuentra en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción se coloca la mercancía que se vende
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso

La documentación digital que está en la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (en caso de ser necesario).
- Certificado de Origen electrónico (en caso de ser necesario)

Cuando se concluye la aceptación de la mercadería por parte de la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación y al exportar se le notificará el canal de aforo que se le ha asignado.

Canal de Aforo Automático, “la autorización de salida, en el embarque la mercancía, será automática al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias” (SENAE, 2018).

Canal de Aforo Documental “El objetivo es que la mercadería llegue en óptimas condiciones con el manejo de la documentación y esta persona conozca, el ingreso de la carga al depósito temporal, para proceder al estudio de los respectiva información electrónica; y procederá al cierre si no existieren novedades” (SENAE, 2018).

Canal de Aforo Físico “Al trámite es necesario investigar la mercadería mediante la documentación electrónica a manera de evitar problemas de exportación y digitalizada enviada en la DAE” (SENAE, 2018).

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DECLARACIÓN ADUANERA DE
EXPORTACIÓN

Nombre de DAE			
Información general			
Código del distrito		Código de régimen	
tipo de Despacho		Código del declarante	
Información del Exportador			
Nombre del Exportador		Teléfono del exportador	
Dirección del Exportador			
Número de documento		Ciudad del exportador	
CIU		Número de documento	
Nombre del declarante			
Dirección del declarante			
Código de forma de pago		Código de moneda	
Información de Carga			
Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de destino		Fecha de la carta de	
Nombre del consignatario			
Dirección del			
Ciudad del Contribuyente		Tipo de carga	
Almacén o lugar del		Medio de transporte	
País de destino final			
Totales			
Código de moneda		Tipo de cambio	
Total, monedatransacción (FOB)		Cantidad de ítem	
Peso neto total		Peso total	
Cantidad total de bultos		Cantidad de contenedores	
Cantidad total de unidades físicas		Cantidad total de unidades comerciales	
Código de la mercancía de despacho		Código de solicitud de aforo	
Fecha inicial ingreso		Fecha primera embarcacion	
Ítem			

No ítem	Código Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Descripción de la mercancía	País de Origen	Peso Neto	Cantidad de U comerciales
Despacho precedente							
Número de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente		Secuencial precedente	Número ítem	
Observaciones de oca – ítem							
Número de ítem	Tipo de observación			Contenido			
Documentos							
Número de ítem	Número de documento	Tipo de documento		Fecha de fin de vigencia		Fecha de emisión	
Firma del Exportador							
Firma del Declarante							

3.10.8. INCOTERMS

El INCOTERM que se ha tomado en cuenta para la comercialización del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato Reumatrin, tomando en cuenta que se lo va a realizar utilizando el modo de transporte marítimo, es el término FOB (Franco a bordo), en vista de que es el más manejado en el comercio internacional y establece que el vendedor es el responsable del embalaje, apilar cajas, cargar el contenedor, organizar los respectivos documentos de exportación y entregar la mercancía al borde del buque mismo que debe ser designado por el comprador mismo que debe encontrarse en el puerto establecido, en caso de que la mercancía presente daños, corre por cuenta del comprador, de acuerdo con la página Sea Rates el tiempo estimado de llegada del embarque es de aproximadamente seis días.

Tabla 78: Incoterms

VALOR DEL EMBARQUE	26068
EXW	26068
Manipulación local X	30,00
Unitarización	20,00
FCA/FAS	26118
Transporte Interno	600,00
Manipuleo Embarque	75,00

Agentes	178,00
Documentación	201,00
Capital e inventario país de Origen	28,00
Bancarios	876,00
FOB	28076

Fuente: Investigación 2020

De manera que el desglose de los términos de negociación se muestra tomando en cuenta que la cantidad de frascos de jarabe que se va a comercializar es de 7448 frascos de jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin.

3.10.9. Distribución Física Internacional

Es necesario hacer un respectivo análisis de cada punto del producto que se pretende vender, en este caso del jarabe natural de uso medicinal con el fin de desarrollar el proceso de comercialización internacional del cantón Tulcán hasta la ciudad de Santiago de Chile.

Tabla 79: Información del Producto

INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	
Nombre técnico o comercial del producto	Jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato
Posición arancelaria en el país exportador	12.11.90.50
Posición arancelaria en el país importador	12.11.90.50
Unidad comercial de venta	Unidades
Moneda de transacción	Dólar-USD
Valor Ex-work de la unidad comercial	3,5
INFORMACIÓN DEL EMBARQUE	
País de Origen	Ecuador
Ciudad del punto de embarque	Tulcán
País de Destino	Chile

Ciudad punto de destino	Santiago
N° de unidades comerciales por embarque cada cuatro meses	7448 frascos- 133cajas
Valor inicial del embarque (EXW)	26068
Tipo de Embalaje	Cajas
Tipo de unidad de carga	Contenedor de 20´
N° Total de unidades de carga	1
N° Total de envíos al año	3

INFORMACIÓN ADICIONAL

Término de Negociación	FOB
Tipo de cambio	1
Porcentaje tasa de seguro	1%

En la tabla se menciona el nombre del producto, unidad de comercialización, país de embarque y de desembarque, así como el término de negociación.

3.10.9.1. Información Relevante

Valor EXW de la Unidad Comercial, los costos por unidad de producto en este caso por cada frasco de 500ml, la empresa lo vende por el valor de 3,50 USD, siendo así el costo en fábrica del jarabe natural a base de uña de gato Reumartrin, no incluye gastos extras de comercialización.

Número de elementos productivos por embarque, Es el número total de frascos en las que se va a realizar el envío cada cuatro meses a Chile a la ciudad de Santiago, de manera que son 7448 frascos con un contenido de 500 ml cada uno.

Valor inicial del embarque, el valor inicial de la mercancía siendo obtenidos de los rubros correspondientes a la comercialización nacional de manera que es por el valor de 26068. USD.

3.10.10. Cubicaje en el contenedor

Es necesario especificar el número de unidades de frascos de jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin serán enviados en un contenedor Dry Van, a continuación, se detalla el cálculo del cubicaje del producto.

Tabla 80: Cubicaje de la mercancía en la unidad de carga

Unidad de carga (Contenedor de 20 pies)		Empaque Cajas	
			
Largo (m)	5,9	Largo (cm)	51
Alto (m)	2,4	Alto (cm)	40
Ancho (m)	2,34	Ancho (cm)	31
Peso vacío	2300 kg	Peso caja (56 unidades)	33kg
Peso máximo	28000kg		
Estimación del espacio			
Largo (m)		5	Cajas
Alto (m)		5	Cajas

Ancho (m)	6	Cajas
Capacidad total de unidad de carga	385	Cajas

Fuente: Investigación

Para el cálculo del cubicaje de la mercancía para un contenedor marítimo de 20 pies, se realizó tomando en cuenta las medidas de largo, ancho, y alto del contenedor de igual forma de las cajas, de manera que se ha obtenido la estimación del total de cajas a enviar, según el espacio del contenedor de 20 pies siendo así que a lo largo caben 5 cajas, a lo ancho 6 cajas y de alto 5 cajas, la capacidad total de unidades de carga del contenedor de 20 pies es de 385cajas, se debe tomar en cuenta que la carga no sobrepase el peso de manera que el envío se lo va a realizar de 133 cajas con un peso de 33kg cada una.

3.11. Estudio Económico

Mediante el Estudio Económico de la Empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., se puede determinar la rentabilidad y viabilidad del Proyecto de Investigación, el estudio económico “pretende determinar cuál es el monto de los recursos que se destinara para el desarrollo del proyecto, hablando en términos monetarios, y saber cuál será el costo total de operación de la planta, así como otra serie de indicadores que servirán como base final” (Estudio de Mercado, 2017).

3.11.1. Inversión Inicial

Incluye los activos fijos, diferidos, capital de operación, siendo necesarios para determinar la rentabilidad del Proyecto de Exportación.

3.11.2. Activos Fijos

Tabla 81. Activos Fijos

Activos Fijos - Inversión Fija			2020
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Edificios - Infraestructura			17.500
Area Administrativa	1	3.000,00	3.000
Area Industrializacion	2	5.000,00	10.000
Sanitario	1	2.000,00	2.000
Bodega	1	2.500,00	2.500
Maquinaria y Equipo			8.090
Báscula	1	655	655
Mesa de acero inoxidable	2	455	910
Tina de Lavado	1	315	315
Licuada Industrial	1	990	990
Marmita	1	1650	1.650
Mezcladora	1	1300	1.300
Utensilios de cocina	1	2000	2.000
Gavetas de plástico	6	45	270
		0,00	0
Muebles y Enseres			605

Escritorio	2	120	240
Sillas giratorias	2	35	70
Sillas	3	20	60
Archivadores	2	80	160
Armario	1	75	75
Equipo de Computo			750
Computadora	1	500	500
Impresora	1	250	250
Total Activos Fijos - Inversión Fija			26.945

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

La tabla indica los Activos Tangibles con los que cuenta la empresa siendo importantes en la actividad de producción de la misma.

Tabla 82.Activos Diferidos

Activos Diferidos - Gastos de Constitución			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2020
Gasto Constitución	1	3.000,00	3.000
Permiso bomberos	1	45,00	45
Estudios y diseño	1	500,00	500
Patente Municipal	1	150,00	150
			0
			0
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			3.695

Activos Diferidos - Gastos de Constitución			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2020
Registro sanitario	1	3200	3200

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

Los Activos Diferidos incluyen los costos necesarios para el funcionamiento de la Empresa, mismos que se debe mantener actualizados.

3.11.3. Costos de Producción y Gastos Operacionales

Para la producción del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato se necesita identificar los costos de materia prima, costos directos e indirectos de producción, es así que se obtiene los valores que inciden para la obtención del producto.

También se consideran los valores Administrativos importantes para el inicio de le empresa, se obtuvo valores relacionados a la exportación utilizando el término de negociación FOB, para las proyecciones se tomó como base el año cero y se analizó valores de inflación, incremento en el Sueldo Básico Unificado, con la finalidad de establecer una aproximación en valores y establecer costos tanto de la producción como de la comercialización del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin.

Tabla 83: Costos de Producción

Costos de Producción			Total	Proyección Costos de Producción				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Materia Prima			4.388	4.515	4.645	4.780	4.918	5.060
Uña de gato	40	5,00	200	206	212	218	224	231
Endulcorante no calórico	300	5,00	1.500	1543	1588	1634	1681	1730
Agua Purificada	1200	2,24	2.688	2766	2846	2928	3013	3100
			0					
Mano de Obra			34.519	37.985	39.853	41.819	43.886	46.060
Operarios	8	34.519	34.519	37.985	39.853	41.819	43.886	46.060
			0					
Costos Indirectos de Fabricación:			12.869	13.217	13.576	13.945	14.325	14.716
Envases de plástico con tapa	29.792	0,30	8.938	9.196	9.462	9.736	10.017	10.307
Embalajes	532	3,50	1.862	1.916	1.971	2.028	2.087	2.147
Agua	12	30,00	360	370	381	392	403	415
Energía	12	15,00	180	185	191	196	202	208
Suministros de Oficina	12	60,00	720	741	762	784	807	830
Depreciaciones	1	809	809	809	809	809	809	809
Total Costo de Producción			51.775	55.717	58.075	60.544	63.129	65.836

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

Tabla 84: Gastos Administrativos

Gastos Administrativos			Total	Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Sueldos	1	17.814	17.814	18.697	19.626	20.602	21.630	22.710
Servicios Básicos	12	25,00	300	309	318	327	336	346
Suministros de Oficina	12	15,00	180	185	191	196	202	208
Suministros de Limpieza	12	20,00	240	247	254	261	269	277
Depreciaciones	1	311	311	311	311	311	311	311
+ Amortizaciones Reg. Sanitario				640	640	640	640	640
Amortizaciones	1	1739	1.739	739	739	739	739	739
Total Gastos Administrativos			20.584	21.127	22.077	23.076	24.126	25.230

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

Tabla 85: Gastos de Ventas

Concepto	Cantidad	Valor Un.	2020	2021	2022	2023	2024	2025
UNITARIZACIÓN	3	20,00	60	340	349	359	370	588
MANIPULEO EN EL LOCAL DE EXPORTADOR	3	30,00	90	93	93	98	101	208
DOCUMENTACIÓN	3	201,00	603	620	657	715	802	925
TRANSPORTE INTERNO	3	600,00	1.800	1.852	1.906	1.961	2.017	4.151
MANIPULEO DE EMBARQUE	3	80,00	240	247	254	261	269	554
AGENTES	3	320,00	960	988	1.046	1.139	1.277	1.472
COSTOS BANCARIOS	3	653,86	1.962	2.089	2.178	2.273	2.371	529
FLETE INTERNACIONAL	3	1.532,00	4.596,00	4.728,89	4.865,62	5.006,31	5.151,06	10.600,00
SEGURO INTERNACIONAL	3	723,23	2.169,69	2.304,33	2.401,92	2.505,32	2.614,87	895,68
Total Gastos de Exportación (Ventas)			12.480	13.261	13.750	14.318	14.973	19.923

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

3.11.4. Capital de Trabajo

Es el valor con el que la empresa debe contar para iniciar a trabajar durante un periodo de tiempo en el que se hayan realizado ventas y se requiera cubrir gastos, adicionalmente se determinó un ciclo de caja de 120 días, de acuerdo con los envíos anuales que se realizarán.

Tabla 86: Capital de Operación

Capital de Operación	
Concepto	Valor
Costos de Producción	51.775
Gastos Administrativos	20.584
Gastos de Exportación	12.480
Total Costo Anual	84.839
Total Costo Diario	235,66
Ciclo de caja	120
Capital de Operación	28.280

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

Para determinar el capital de operación , se necesita conocer los gastos que tiene la empresa ya sean en producción, administración y exportación del producto en este caso del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin, mostrándose en la tabla que el total de costo anual de Operación es de \$84839 y el costo diario de \$235,66, con un ciclo de caja de 120 días ya que los envíos se los realizará cada cuatro meses dando la cantidad de \$28280, cantidad con la que la empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., debe contar cada cuatro meses, con el fin de que la empresa continúe operando.

Tabla 87: Total, Inversión Inicial

Concepto	Valor
Inversión Fija	26.945
Capital de Operación	28.280
Gastos de Constitución	3.695
Registro sanitario	3.200
Total Inversión Inicial	62.120

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

La inversión inicial con la que debe contar la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA para realizar la exportación del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato es de \$62120, ya que la cantidad cubre maquinaria, instalaciones, así como los respectivos permisos de funcionamiento.

3.11.5. Estudio del Proyecto (Con Financiamiento)

3.11.5.1. Financiamiento

Los recursos financieros de la Empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., que se utiliza para el desarrollo de las actividades, el cual representa el 40% del capital propio que corresponde a los miembros de la empresa, y el 60% es de una Institución bancaria.

Tabla 88: Estructura de Financiamiento

Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	40%	24.848
Capital Préstado	60%	37.272
Total	100%	62.120

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

Tabla 89: Costo del Capital Promedio

Recursos	Participación	Costo	Ponderación
Propios	40%	15,00%	6,00%
Crédito	60%	9,82%	5,89%
Total	100%		11,9%

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

3.11.6. Estados Financieros

Los Estados Financieros son informes financieros que muestran la contabilidad de la empresa mostrando la estructura económica de la misma, “se presentan de forma anual, y en ellos se plasman las actividades económicas que se realizan en la empresa además permiten saber si la empresa tiene una estructura solvente o no” (Sevilla, 2019).

3.11.6.1. Balance General

Tabla 90: Balance General

Balance General - Con Financiamiento

Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	28.280	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	28.280	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	23.500	Préstamos Bancarios	47.684
Maquinaria y Equipo	8.090	Total Pasivos Largo Plazo	47.684
Muebles y Enseres	605		
Equipo de Computo	750	Total Pasivos	47.684
Total Activos Fijos	32.945		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	3.695	Capital Social	20.436
Registro Sanitario Chile	3.200		
Total Activos Diferidos	6.895	Total Patrimonio	20.436
Total Activos	68.120	Total Pasivo + Patrimonio	68.120

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

3.11.6.2. Estado de Resultados

Tabla 91: Estado de Resultados

Detalle	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Ventas	0	121.871	126.061	130.479	133.416	144.870
Cantidad	0	29.792	29.792	29.792	29.792	29.792
Precio FOB	0,00	4,09	4,23	4,38	4,48	4,86
- Costo de Ventas	0	55.717	58.075	60.544	63.129	65.836
Utilidad Bruta en Ventas	0	66.154	67.986	69.935	70.287	79.034
- Gastos Operacionales	0	34.388	35.827	37.394	39.099	45.153
Gastos Administrativos	0	21.127	22.077	23.076	24.126	25.230
Gastos de Exportación	0	13.261	13.750	14.318	14.973	19.923
Gastos de Publicidad	0	250	300	350	400	450
Utilidad Operacional	0	31.766	32.159	32.540	31.188	33.882
- Gastos Financieros	0	3.392	2.768	2.080	1.321	485
Interés Bancario	0	3.392	2.768	2.080	1.321	485
U.A.T.I	0	28.374	29.391	30.460	29.867	33.397
- 15% Particip. Trabajadores	0	4.256	4.409	4.569	4.480	5.010

Utilidad Antes de Impuestos	0	24.118	24.982	25.891	25.387	28.387
- 25% Impuesto a la Renta	0	6.029	6.246	6.473	6.347	7.097
Utilidad Neta	0	18.088	18.737	19.419	19.040	21.291

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

El Estado de Resultados es un reporte financiero que muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, así como los gastos permitiendo identificar si la empresa ha tenido ganancia o pérdida, en este caso se obtienen valores positivos durante el periodo de cinco años, lo que significa que el proyecto es rentable.

3.11.6.3. Flujo de Efectivo

Tabla 92: Flujo de Efectivo

Entradas de efectivo	Año 2020	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Utilidad Neta		18.088	18.737	19.419	19.040	21.291
+ Depreciaciones		1.120	1.120	1.120	1.120	1.120
+ Amortizaciones		739	739	739	739	739
+ Amortizaciones Reg. Sanitario		640	640	640	640	640
Liquidación del Proyecto						17.723
Recuperación Capital de Operación						28.280
Préstamos Bancarios						
Total Entradas		20.587	21.235	21.917	21.539	69.791
Salidas de Efectivo	Año 2020	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Inversión Inicial	62.120					
Amortización de la Deuda		6.072	6.696	7.384	8.142	8.979
Reposición de Activos				772		
Total Salidas	62.120	6.072	6.696	8.155	8.142	8.979

= Flujo de efectivo Neto	-62.120	14.515	14.540	13.762	13.397	60.813
---------------------------------	----------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

Tabla 93: Indicadores Financieros

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 62.119,73		
1	14.515,15	0,8937	12.972,46
2	14.539,65	0,7987	11.613,31
3	13.761,79	0,7138	9.823,76
4	13.396,61	0,6380	8.546,71
5	60.812,55	0,5702	34.673,53
		SFE	77.629,77
		- I.I.	62.119,73
		VAN	15.510,04
		TIR	19,38%
		PR	3,10
		C/B	1,25

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

Con la información de la tabla N°92 se demuestra que es óptima la utilización de capital financiero de esta manera que se muestra el Valor Actual Neto (VAN) es un indicador financiero que se encarga de medir flujos de ingresos y egresos futuros y que permite conocer la ganancia del Proyecto, de manera que es de \$15510,04 ; por otro lado, el TIR, es un indicador de rentabilidad, mismo que entre más alto sea mayor será la rentabilidad del Proyecto, este tiene un valor de 19,38%, de manera que el proyecto es factible a un periodo de recuperación de 3 meses con un costo beneficio de 1,25, mismo que quiere decir que por cada dólar que se invierte en la producción de jarabe natural de uso medicinal Reumartrin se obtendrá beneficios de 0,25 ctvs de dólar por lo que resulta favorable para la empresa.

3.11.7. Estudio del Proyecto (Sin Financiamiento)

3.11.8. Estados Financieros

Son estados contables que permiten dar a conocer la situación económica de la empresa así también muestra los cambios que se ha dado en la misma.

3.11.8.1. Balance General

El Balance General muestra la posición financiera del estudio en el cual se detalla el valor de Activos, Pasivos y Patrimonio de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA.

Tabla 94: Balance General

Entradas de efectivo	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Utilidad Neta		21.061	21.321	21.574	20.678	22.464
+ Depreciaciones		1.120	1.120	1.120	1.120	1.120
+ Amortizaciones		739	739	739	739	739
+ Amortizaciones Reg. Sanitario		640	640	640	640	640
Liquidación del Proyecto						17.723
Recuperación Capital de Operación						28.280
Total Entradas	0	23.559	23.820	24.073	23.176	70.964
Salidas de Efectivo	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Inversión Inicial	62.120					
Reposición de Activos				772		
Total Salidas	62.120	0	0	772	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-62.120	23.559	23.820	23.301	23.176	70.964

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

3.11.8.2 Estado de Resultados sin Financiamiento

Tabla 95: Estado de Resultados

Detalle	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Ventas	0	121.871	126.061	130.479	133.416	144.870
Cantidad	0	29.792	29.792	29.792	29.792	29.792
Precio	0,00	4,09	4,23	4,38	4,48	4,86
- Costo de Ventas	0	55.717	58.075	60.544	63.129	65.836
Utilidad Bruta en Ventas	0	66.154	67.986	69.935	70.287	79.034
- Gastos Operacionales	0	34.388	35.827	37.394	39.099	45.153
Gastos Administrativos	0	21.127	22.077	23.076	24.126	25.230
Gastos de Exportación	0	13.261	13.750	14.318	14.973	19.923
Gastso de Publicidad	200	250	300	350	400	450
Utilidad Operacional	0	31.766	32.159	32.540	31.188	33.882
- Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0
Interés Bancario	0	0	0	0	0	0

U.A.T.I	0	31.766	32.159	32.540	31.188	33.882
- 15% Particip. Trabajadores	0	4.765	4.824	4.881	4.678	5.082
Utilidad Antes de Impuestos	0	27.001	27.335	27.659	26.510	28.799
- 22% Impuesto a la Renta	0	5.940	6.014	6.085	5.832	6.336
Utilidad Neta	0	21.061	21.321	21.574	20.678	22.464

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

La tabla muestra la utilidad Neta misma que ha sido proyectada a cinco años, de manera que los valores al ser positivos se muestra la rentabilidad del Proyecto.

3.11.8.4. Flujo de Efectivo

Tabla 96: Flujo de Efectivo

Entradas de efectivo	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Utilidad Neta		21.061	21.321	21.574	20.678	22.464
+ Depreciaciones		1.120	1.120	1.120	1.120	1.120
+ Amortizaciones		739	739	739	739	739
+ Amortizaciones Reg. Sanitario		640	640	640	640	640
Liquidación del Proyecto						17.723
Recuperación Capital de Operación						28.280
Total Entradas	0	23.559	23.820	24.073	23.176	70.964
Salidas de Efectivo	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Inversión Inicial	62.120					
Reposición de Activos				772		
Total Salidas	62.120	0	0	772	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-62.120	23.559	23.820	23.301	23.176	70.964

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA

Tabla 97: Indicadores Financieros

Año	FE	Fat. Act	FE Descuento
0	-	62.119,73	
1	23.559,14	0,8696	20.486,21
2	23.819,80	0,7561	18.011,19
3	23.301,05	0,6575	15.320,82
4	23.176,38	0,5718	13.251,17
5	70.964,25	0,4972	35.281,78
		SFE	102.351,16
		- I.I.	62.119,73
		VAN	40.231,44
		TIR	35,51%
		PR	2,55
		C/B	1,65

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

3.11.8.5. Punto de Equilibrio

Tabla 98: Punto de Equilibrio

Costo de Producción	Año 2020		Año 2021		Año 2022		Año 2023	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
MPD		4.388		4.515		4.645		4.780
MOD	34.519		37.985		39.853		41.819	
Costos Indirectos								
Fabricación								
Envases		8.938		9.196		9.462		9.736
Embalajes		1.862		1.916		1.971		2.028
Agua	360		370		381		392	
Energía	180		185		191		196	
Suministros	720		741		762		784	
Asistencia Técnica	0		0		0		0	
	0		0		0		0	
	0		0		0		0	
Otros	0		0		0		0	
Depreciaciones	809		809		809		809	

Total Costo de Producción	36.588	15.188	40.090	15.627	41.996	16.079	44.000	16.543
Gastos Operacionales	200	0	21.377	13.261	22.377	13.750	23.426	14.318
Gastos Administrativos	0		21.127		22.077		23.076	
Gastos de Exportación		0		13.261		13.750		14.318
Gastos de Publicidad	200		250		300		350	
Gastos Financieros	0		3.392		2.768		2.080	
Interés Bancario			3.392		2.768		2.080	
Costos y Gastos Totales	36.788	15.188	64.859	28.888	67.141	29.829	69.506	30.862
Unidades	29.792		29.792		29.792		29.792	
Costos y Gastos Unitarios	1,23	0,51	2,18	0,97	2,25	1,00	2,33	1,04
Total Costos y Gastos Unitarios	1,74		3,15		3,25		3,37	
% Utilidad	30%		30%		30%		30%	
Precio de venta Unitario	2,27		4,09		4,23		4,38	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	20.923		20.781		20.786		20.787	

Fuente: Investigación-2020 DISTRILIFE CÍA. LTDA.

Está previsto exportar tres veces en el año, teniendo como precio de venta por unidad (botella 550 ml) \$4,09, siendo el valor por cada caja (56 unidades) de \$229,04.

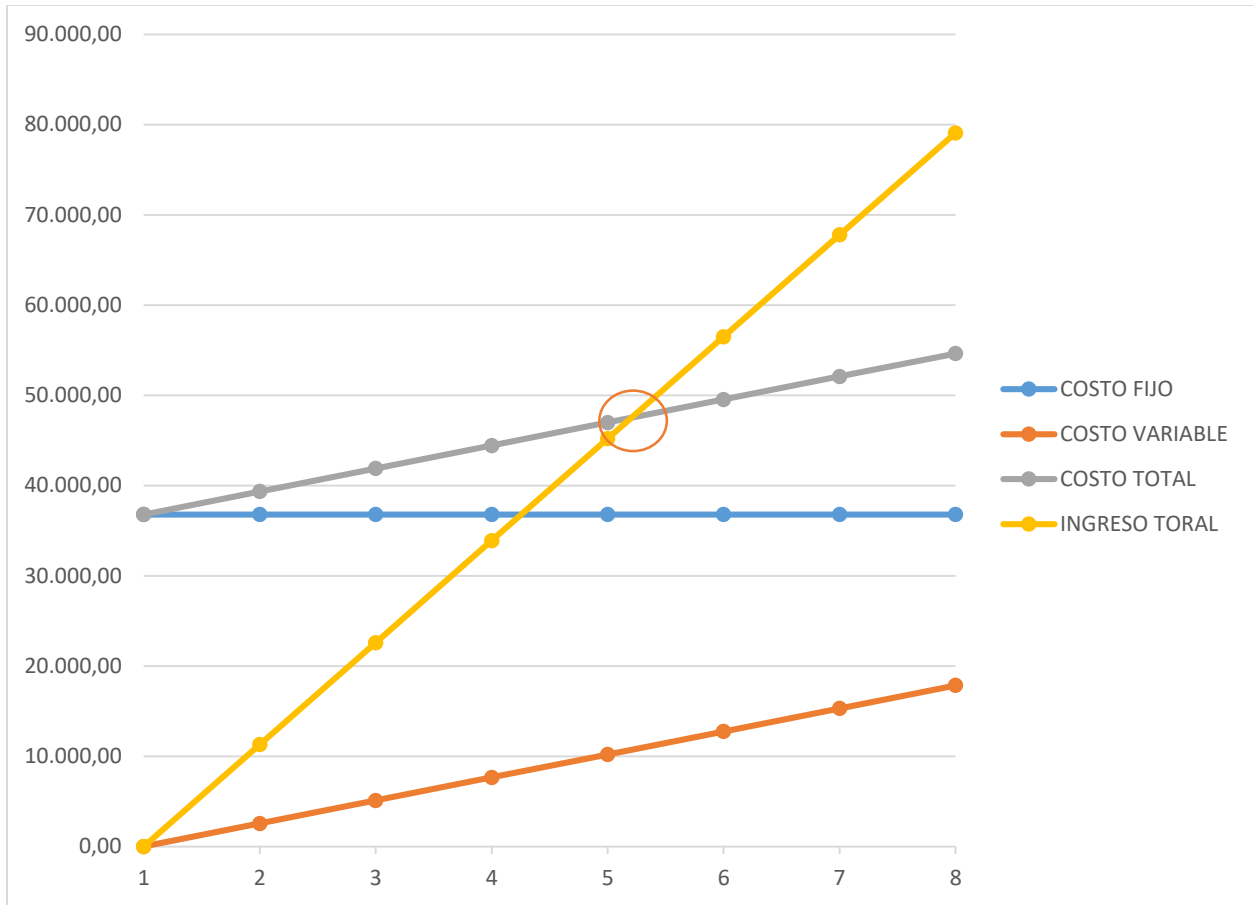


Figura 12: Punto de Equilibrio

Mediante el Punto de Equilibrio se determina la viabilidad el Proyecto, ya que “permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los gastos totales, siendo una herramienta estratégica para determinar la solvencia del negocio” (Moreno, 2017).

En este caso se analizó costos fijos, costos variables, ventas, y el costo total de manera que al cruzarse la línea de ventas con la del costo total se forma un punto que muestra el punto de equilibrio en este caso es cuando se venda 20781 unidades exactamente, donde no se gana ni se pierde.

CONCLUSIONES

Al analizar las alternativas de mercados se obtiene que el mercado factible para la exportación del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin es el país de Chile específicamente la ciudad de Santiago, de acuerdo a la Investigación realizada en esta ciudad existe mayor afluencia de Centros Naturistas, además el consumidor chileno se caracteriza por preferir lo natural ya que mediante las encuestas aplicadas el 48% de la población prefiere productos naturales de uso medicinal para tratar la enfermedad, de manera que el jarabe Reumartrin se adapta a los gustos y preferencias ya que tiene como principal componente la uña de gato que es una planta natural que ayuda a tratar problemas de dolores articulares, así como también reforzar el sistema inmunológico. Por otro lado, el país de Chile, posee los factores políticos, económicos y comerciales idóneos para la internacionalización del producto.

Mediante la interpretación de resultados de las encuestas aplicadas el 63% de las personas de Santiago de Chile prefieren un sabor de jarabe semi-dulce lo que resulta favorable para la empresa ya que el jarabe natural a base de uña de gato Reumartrin es semi-dulce; por otro lado, al momento de adquirir el producto el 33% lo que toma en cuenta es la composición del producto, en el caso del jarabe Reumartrin es la uña de gato.

La distribución Internacional se la realizará con la ayuda de un Bróker quién se encargará de realizar la división del producto en los centros de comercialización masiva de la ciudad de Santiago de Chile hasta llegar al detallista y finalmente al consumidor final.

De acuerdo con los resultados obtenidos de las entrevistas aplicadas a expertos el jarabe natural de uso medicinal Reumartrin gracias a las propiedades curativas que poseen, contribuyen al tratamiento de enfermedades de forma natural a un costo accesible por lo que es un mercado que en la actualidad está creciendo porque la mayoría de las personas están optando por productos naturales que contribuyan en el tratamiento de las enfermedades. Cabe mencionar que las empresas ecuatorianas que se dedican a la producción de jarabes naturales de uso medicinal tienen debilidades como son el escaso apoyo por entidades que promuevan la Internacionalización de los mismos, así como la poca aplicación de Estrategias de Negociación.

Una vez realizado el Estudio Financiero se determinó que el Proyecto es factible ya que los índices de rentabilidad como VAN (15510,04) y TIR (19,38%), son márgenes positivos, de manera que el proyecto es factible.

El transporte de la mercancía se ha elegido tomando en cuenta el tiempo, costo y la seguridad que son factores que inciden en la entrega de la mercancía de manera que el óptimo en este caso es el transporte marítimo ya que es beneficioso en el caso de transporte de medicamentos como es el caso del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin es el modo de transporte más utilizado y al tratarse de una larga distancia es más barato.

RECOMENDACIONES

Se recomienda al Gerente de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA y al personal administrativo trabajar más en cuanto a la obtención de certificaciones que garanticen la calidad del producto con el fin de que la empresa logre expandirse a nivel Internacional.

El diseño de un Manual de Procesos les permitirá coordinar de mejor manera las actividades que se realizan dentro de la empresa así como facilitará el control de las mismas para mejorar el funcionamiento de la empresa y la producción del jarabe.

Tomar en cuenta la matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas con el fin de aplicar estrategias que permitan superar las Debilidades y Amenazas que tiene la empresa con el fin de evitar que la empresa cierre sus operaciones y al contrario aumente sus ingresos y pueda enfrentar la crisis económica por la que actualmente atraviesa el mundo .

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Resultados

En la Investigación se cumplió los objetivos específicos planteados de manera que como primer objetivo es el de diagnosticar las alternativas de mercados internacionales y la comercialización de productos naturales de uso medicinal de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., para ello fue necesario el análisis de factores políticos, legales, económicos, sociales, culturales de países que tengan la capacidad y condiciones para importar el jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin, mediante una matriz de evaluación (POAM) se obtiene que le país potencial para la comercialización Internacional es Chile.

Con el estudio técnico-operativo para el correcto proceso de exportación en cuanto a los productos naturales de uso medicinal, se estableció el correcto canal de distribución para la entrega del producto en el mercado destino en este caso el país de Chile, así como también se analizó los costos, del transporte y la forma de envío del producto, además fue necesario hacer un estudio de la ubicación geográfica de la demanda en este caso se empleó la matriz (POAM) para determinar la ciudad de Chile en la que se concentra la mayor parte de población cuyos gustos y preferencias sean por el jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato siendo la ciudad de Santiago de Chile.

Al realizar el estudio administrativo y financiero de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., que permita de alguna manera hacer el respectivo mercadeo del producto que tiene componentes naturales además que es de uso medicinal a mercados Internacionales, para ello se realizó estados financieros, se procedió a calcular el TIR y el VAN para determinar viabilidad del Proyecto, con el punto de equilibrio se obtuvo la venta de un total de 19204 unidades del jarabe natural a base de uña de gato no se gana ni se pierde y es un promedio de ventas para que la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., se mantenga estable.

5.1.1. Discusión

De acuerdo con lo que establece Pablo Saz (2017), en la revista Indexada de medicina Naturista establece que la medicina natural ha tenido logros en cuanto a la prevención y rehabilitación de múltiples enfermedades, lo cual se puede afirmar mediante la entrevista dirigida a la Msc. Eliana Herrera quien como técnico aduanero manifestó que el mercado de productos naturales de uso medicinal está creciendo y se debe a los gustos y preferencias de los clientes por la medicina natural en el caso del mercado meta que en este caso es Santiago de Chile mediante la encuesta que se aplicó se obtiene que la mayoría de personas para tratar la enfermedad emplean productos naturales de uso medicinal, de manera que se puede comprobar que el mercado de productos naturales de uso medicinal está en constante crecimiento.

Una vez que se analizó factores económicos, sociales y culturales de las ciudades más comerciales y que cuentan con centros naturistas de la ciudad de Chile siendo Antofagasta, Valparaíso y Santiago de Chile mediante una Matriz que permite evaluar cada uno de los factores se obtiene que la ciudad de Santiago de Chile es el mercado potencial para el mercadeo del jarabe natural de uso medicinal conocido como Reumartrin en vista de que aquí se concentran la mayor parte de Centros Naturistas y a su vez es la ciudad más comercial.

Mediante la aplicación de encuestas dirigidas a la ciudad de Santiago de Chile se obtiene que los lugares en los que adquieren frecuentemente los productos naturales de uso medicinal son los Centros Naturistas información que concuerda con la Investigación realizada en cuanto a la ciudad que cuenta con más Centros Naturistas en este caso es la ciudad de Santiago de Chile.

Por otro lado, para el desarrollo de la Investigación se plantearon objetivos que se los cumplieron de la siguiente forma:

El primer objetivo que consiste en diagnosticar las alternativas de mercados Internacionales y la comercialización de productos naturales de uso medicinal de la empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., para ello se investigó la sub partida del producto, de manera que se evidenció una mayor demanda en los mercados de Estados Unidos, Alemania y Chile, una vez que se realizó la evaluación de factores sociales, políticos, económicos y legales de cada país asignando un

respectivo puntaje de manera que se determinó que el país idóneo para la comercialización Internacional del jarabe natural de uso medicinal llamado Reumartrin es Chile, tomando en cuenta además que DISTRILIFE CÍA. LTDA., es una empresa que busca abrir mercado en el mercado Internacional sin embargo los estándares de calidad que se exigen son muchos, para iniciar y de acuerdo con las condiciones económicas de la empresa Chile es una buena opción ya que es un país que cuenta con una población que ha ido aumentando, de manera que presenta una moderada densidad de población, además se considera como uno de los países de América Latina con la política Comercial más abierta al comercio, así como una de las menos protegidas y gracias a ello es un país muy competitivo a nivel Internacional.

Chile ha sido una de las economías que pertenece a Latinoamérica y la que desarrollo un nivel macroeconómico sólido lo que le ha permitido reducir la pobreza, en el año 2018 incrementó en la primera mitad del 2019 presentó una caída debido a algunas reformas del Gobierno, además de acuerdo con el Producto Interno Bruto muestra Chile mediante el progreso macroeconómico reduciendo la pobreza, generando resultados positivos para sus habitantes en donde pueden vivir en mejores condiciones.” (Santander Trade, 2019).

Por otro lado, el consumidor chileno es uno de los más exigentes en Latinoamérica, pero se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros, aunque el precio sigue siendo un factor importante en las decisiones de compra, también se toma en cuenta factores que resalte el beneficio del producto, mediante la resistencia del mismo con el servicio al cliente y la disponibilidad del mismo cuando el cliente decida hacer una adquisición. (Jaramillo, 2017).

El remedio natural tiene un uso el mismo que reemplaza a los productos fármacos de igual forma reemplaza a la medicina natural. Quienes han hecho uso de estos productos aluden a que se debe hacer infusiones u otras preparaciones con hierbas, en reemplazo de un tratamiento convencional.

Dando cumplimiento con el segundo objetivo de la Investigación que es el diseñar un estudio técnico-legal para el correcto proceso de Exportación en cuanto a los productos naturales de uso medicinal se analiza tanto la macro localización como la micro localización de la empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., así como los requerimientos para la exportación del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin a la ciudad de Santiago de Chile previamente se analizó los

requerimientos de manera que se obtiene en cuanto al Idioma permitidos en el embalaje y el etiquetado: Las etiquetas debe constar el idioma español, es mismo que se habla y es admitido a nivel nacional, pero se autoriza el uso de otros idiomas adicionales, las medidas deben ser expresadas usando el sistema métrico, también el marcado de origen "Hecho en": El país de origen se debe detallar en el embalaje.

En cuanto a la comercialización del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin se la ha realizado de acuerdo con la capacidad de producción de la empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., los envíos se los realizará cada cuatro meses siendo un total de tres envíos anualmente.

Finalmente, con respecto al tercer objetivo de la Investigación que consiste en realizar un Estudio de factibilidad económico financiero de la Empresa Distrilife Cía. Ltda., se realizó un estudio contable con financiamiento y sin financiamiento mediante la elaboración de Estados de Resultados se observa en el Flujo de Efectivo que es más conveniente para la Empresa DISTRILIFE. CÍA. LTDA., utilizar el capital financiero ya que de esta forma se obtendrá un beneficio de 0,29 centavos por cada dólar invertido.

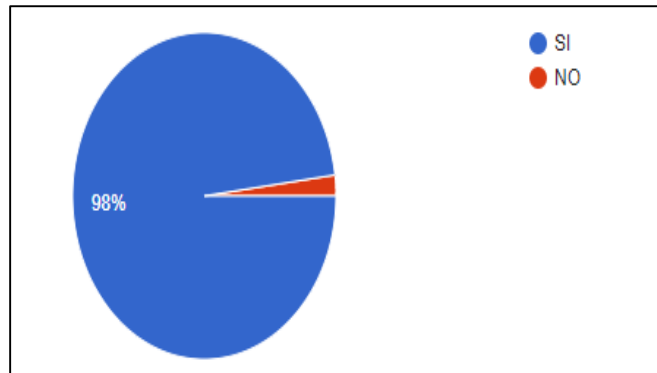
Análisis de la situación actual-Formulario 001

Para el estudio de mercado se consideró la población total de la ciudad de Santiago de Chile y se aplicó la fórmula estadística que permitió conocer el número de encuestas que se debe aplicar, obteniendo como resultado 244 encuestas, que fueron dirigidas a personas de la ciudad de Santiago de Chile, a continuación, se da a conocer los resultados de cada una de las preguntas de la encuesta, con su respectivo análisis.

Pregunta 1.

¿Consumen los productos naturales de uso medicinal? En caso de ser no su respuesta revise la pregunta número 2.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	239	98%
NO	5	2%
TOTAL	244	100%



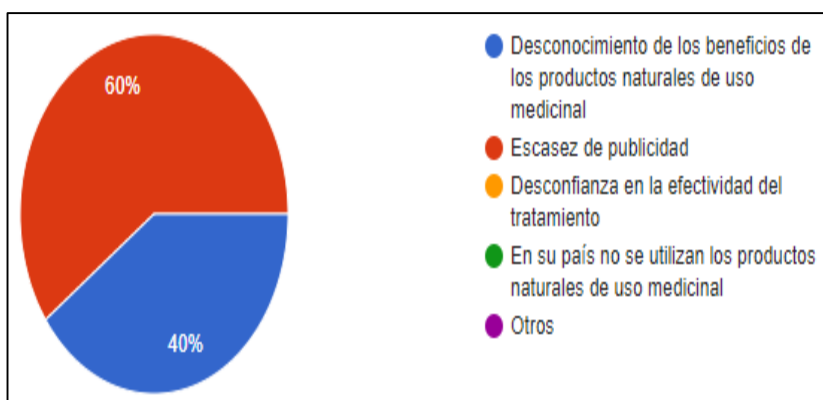
Consumo de productos naturales de uso medicinal por la población de Santiago de Chile

En la ciudad de Santiago de Chile se evidencia que existe preferencia de la mayoría de personas por los productos naturales de uso medicinal evidenciándose en el 98% mientras que apenas el 2% no los consume, de acuerdo con la investigación realizada los habitantes procuran consumir lo natural al tratarse de su salud sus aliados son los productos naturales de uso medicinal.

Pregunta 2.

No consume productos naturales de uso medicinal por lo siguiente:

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Desconocimiento de los beneficios de los productos naturales de uso medicinal	2	40%
Escasez de publicidad	3	60%
Desconfianza en la efectividad del tratamiento	-	-
En su país no se utilizan los productos naturales de uso medicinal	-	-
Otros	-	-
Total	5	100%



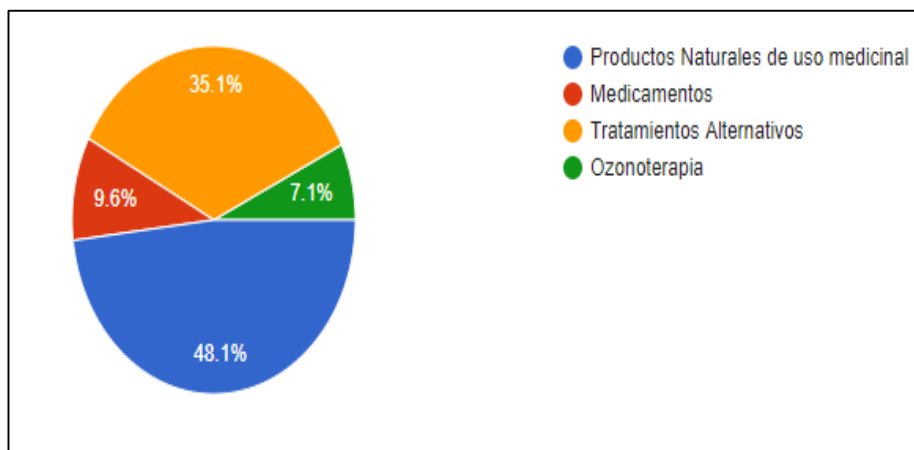
Razones por las que no consume productos naturales de uso medicinal

A las personas cuya respuesta fue que no consumían productos naturales de uso medicinal se les pregunto las razones por las que no lo hacían de manera que las que señalaron fue escasez de publicidad el 60%, por el desconocimiento de los beneficios de los productos naturales de uso medicinal un 40 % y siendo mínimas las personas que no consumen productos naturales de uso medicinal una respuesta favorable, ya que el nivel de aceptabilidad por parte de las personas de Santiago de Chile es muy positivo.

Pregunta 3.

Para tratar su enfermedad o la de un familiar usted prefiere:

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Productos Naturales de uso medicinal	115	48%
Medicamentos	23	10%
Tratamientos Alternativos	84	35%
Ozonoterapia	17	7%
TOTAL	239	100%



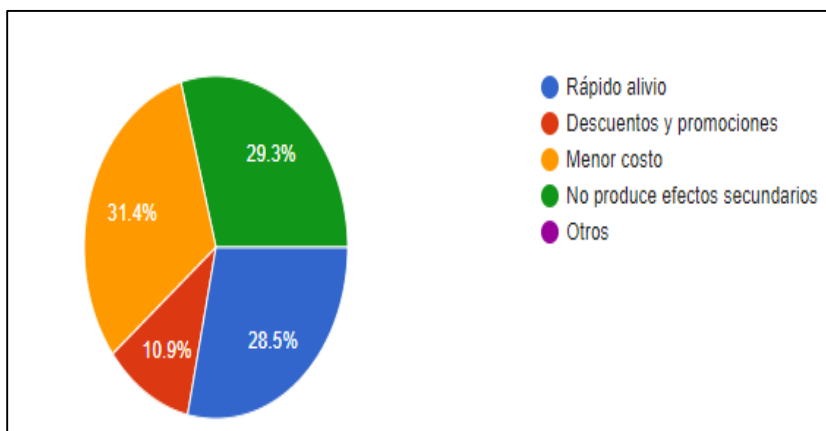
Preferencia de las personas al tratar su enfermedad o la de un familiar

Para el tratamiento de la enfermedad ya sea la de algún familiar la mayoría de personas encuestadas han optado por los productos naturales de uso medicinal en un 48%, seguido de ello también recurren a tratamientos Alternativos en un 35%, en los cuales también interviene la medicina natural, medicamentos en un 10% y ozonoterapia con un 7%; están en un mínimo porcentaje de manera que las probabilidades de aceptabilidad del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato son muy favorables.

Pregunta 4.

¿De los siguientes beneficios cuáles ha tenido usted al utilizar productos naturales de uso medicinal?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Rápido alivio	68	29%
Descuentos y promociones	26	11%
Menor costo	75	31%
No produce efectos secundarios	70	29%
Otros	-	-
TOTAL	239	100%



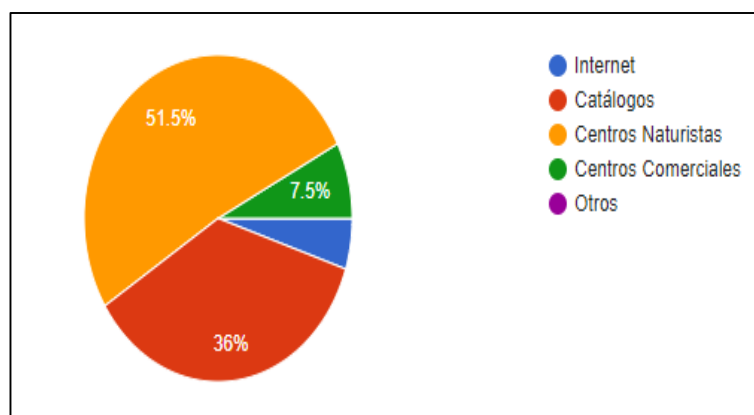
Beneficios al utilizar productos naturales de uso medicinal

El mayor beneficio que las personas han tenido al momento de utilizar los productos naturales de uso medicinal es el menor costo en un 31% al momento de comprarlos, seguido del rápido alivio 29% y con similar porcentaje no produce efectos secundarios, con un porcentaje de 11% se benefician por los descuentos y promociones; efectivamente la medicina natural busca que quienes consuman productos naturales de uso medicinal traten la enfermedad sin dar lugar a generar daños en otras partes del cuerpo al menor costo.

Pregunta 5.

¿Cómo adquiere frecuentemente los productos naturales de uso medicinal?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Internet	12	5%
Catálogos	86	36%
Centros Naturistas	123	52%
Centros Comerciales	18	8%
Otros	-	-
TOTAL	239	100%



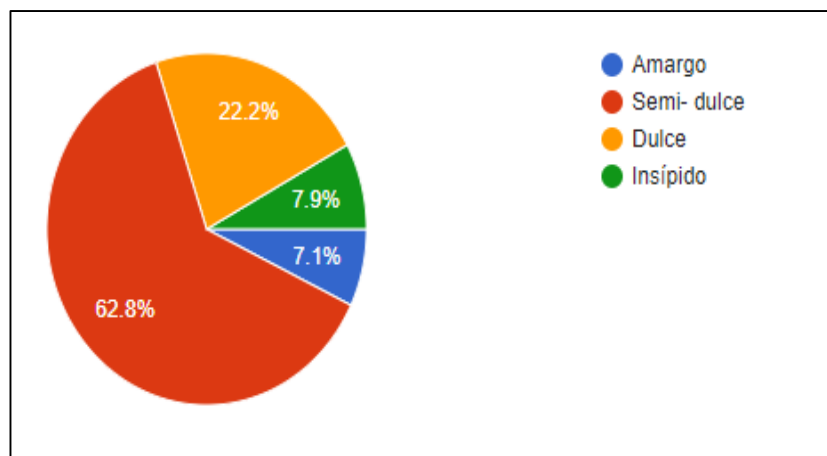
Forma de adquisición de los productos naturales de uso medicinal

De acuerdo con los resultados que se muestra en la tabla la mayoría de las personas de Santiago de Chile adquieren en un 52% el producto en Centros Naturistas de la ciudad, por otro lado, también lo hacen mediante catálogos en un mínimo porcentaje de 36% en los Centros Comerciales 8%, por internet el 5%, en vista de que en la ciudad de Santiago existe una gran afluencia del comercio y de acuerdo con la investigación aquí se concentran la mayor parte de Centros Naturistas.

Pregunta 6.

Considera que el sabor del jarabe a base de uña de gato debe ser:

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Amargo	17	7%
Semi dulce	150	63%
Dulce	53	22%
Insípido	19	8%
TOTAL	239	100%



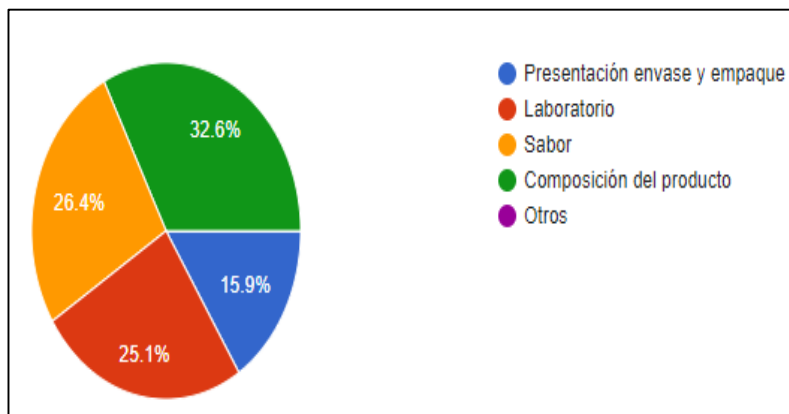
Sabor del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato

De acuerdo con la información recopilada el sabor del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato las personas prefieren sea semidulce el 63%, dulce 22%, insípido 8% y amargo el 7%, en efecto el jarabe tiene un sabor semidulce lo que resulta agradable al gusto de quien lo consume.

Pregunta 7.

A la hora de adquirir un producto natural de uso medicinal ¿Qué aspectos toma en cuenta?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Presentación envase y empaque	38	16%
Laboratorio	60	25%
Sabor	63	26%
Composición del producto	78	33%
Otros	-	-
TOTAL	239	100%



Aspectos que las personas toman en cuenta a la hora de adquirir un producto natural de uso medicinal.

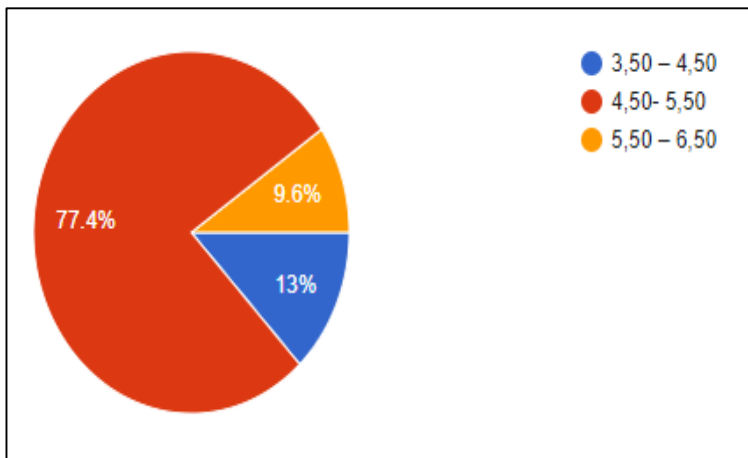
Los aspectos que toman en cuenta las personas de Santiago de Chile a la hora de adquirir un producto natural de uso medicinal es la composición del producto en un 33%, seguido del sabor el 26%, el Laboratorio 25%, por la presentación envase y empaque 16%; lo que significa mayor oportunidad por parte de la empresa ya que es nueva en el mercado, sin embargo, al mostrar mayor preferencia por la composición del producto existe mayor probabilidad en que lo adquieran. Por

otro lado, con un porcentaje mínimo la presentación del envase y empaque, sin embargo, todos estos factores son importantes para la comercialización del producto.

Pregunta 8.

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato de 550 ml?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
3,50 – 4,50	31	13%
4,50- 5,50	185	77%
5,50 – 6,50	23	10%
TOTAL	239	100%



Precio a pagar por el jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato de 550ml

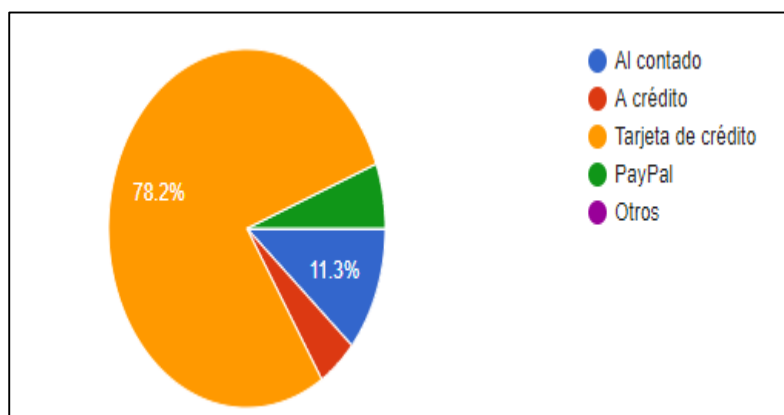
El precio es un factor decisivo en la adquisición del producto, a la vez sirve de directriz para analizar el poder adquisitivo de las personas de Santiago de Chile, de manera que de acuerdo con

la información recopilada el precio de un jarabe natural de uso medicinal de uña de gato en presentación de 500 ml que están dispuestos a pagar es de \$4,50 a \$5,50 en un porcentaje de 77%, mientras que el 13% pagaría \$3,50-\$4,50, finalmente el 10 % pagaría \$5,50 a \$6,50 se puede decir que la economía está en un nivel intermedio.

Pregunta 9.

¿Qué forma de pago preferiría usted?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Al contado	27	11%
A crédito	11	5%
Tarjeta de crédito	187	78%
PayPal	14	6%
Otros		
TOTAL	239	100%



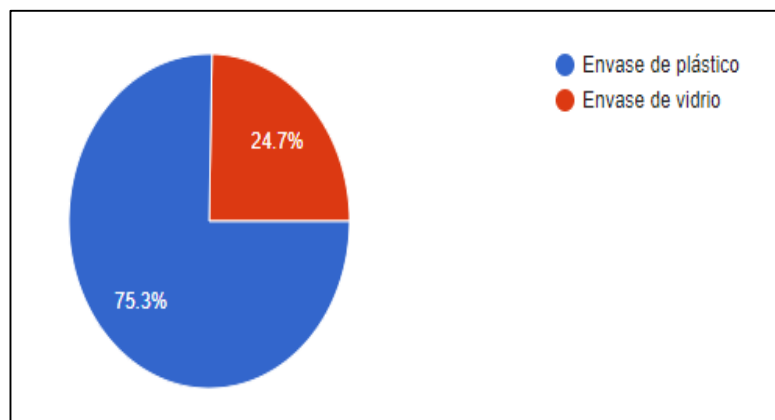
Forma de pago

En un 78% las personas prefieren pagar con tarjeta de crédito, de manera que al comprar por internet, pagar con una tarjeta es una opción rápida y accesible, de esta forma tanto el banco y el sitio donde se está realizando la compra están en contacto directo, de esta forma se podrá llevar a cabo la comercialización del jarabe natural de uso medicinal de forma segura, por otro lado el 11% prefiere la forma de pago al contado, el 6% Pay Pall y tan solo el 5% a crédito.

Pregunta 10.

En cuanto al envase del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato usted preferiría:

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Envase de plástico	180	75%
Envase de vidrio	59	25%
TOTAL	239	100%

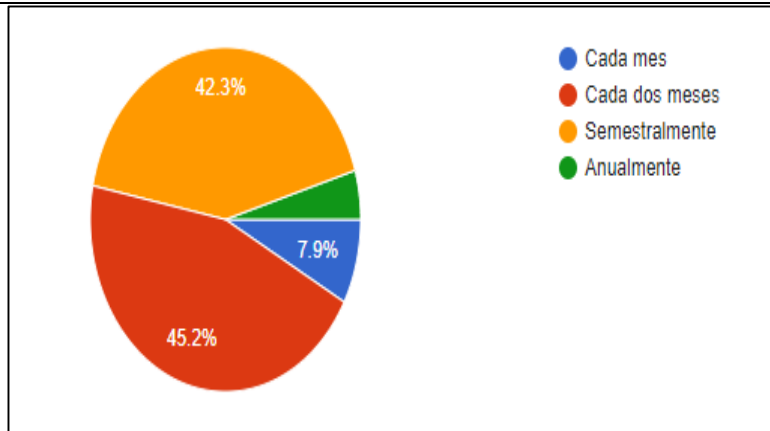


La presentación más adecuada del jarabe natural de uso medicinal Reumatrin para las personas de Santiago de Chile es el envase de plástico material que resulta amigable con el ambiente, tiene alta resistencia lo que evita derrames o daños y es higiénico en un 75% de la población encuestada eligió esta opción y el 25% opto por el envase de vidrio.

Pregunta 11.

¿Con que frecuencia consumiría el jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Cada mes	19	8%
Cada dos meses	108	45%
Semestralmente	101	42%
Anualmente	11	5%
TOTAL	239	100%



Frecuencia de consumo del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato

Los datos muestran que las personas de la ciudad de Santiago de Chile consumirían el jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato en mayor porcentaje cada dos meses el 45%, lo que muestra un nivel de aceptabilidad muy bueno del producto por parte de la población, en un porcentaje del 42% lo consumirían semestralmente, en un 8% cada mes y en un 5 % lo consumirían anualmente.

Pregunta 12.

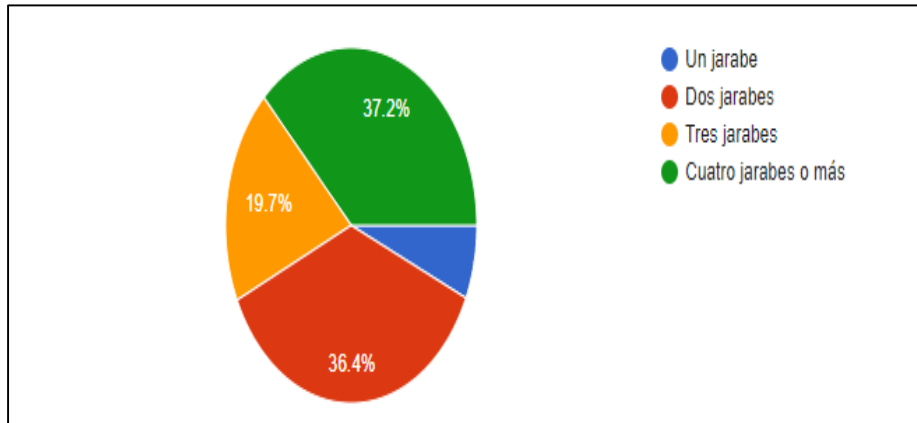
¿Qué cantidad de jarabes consumiría?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Un jarabe	16	7%
Dos jarabes	87	36%
Tres jarabes	47	20%
Cuatro jarabes o más	89	37%

TOTAL

239

100%



Cantidad de jarabes

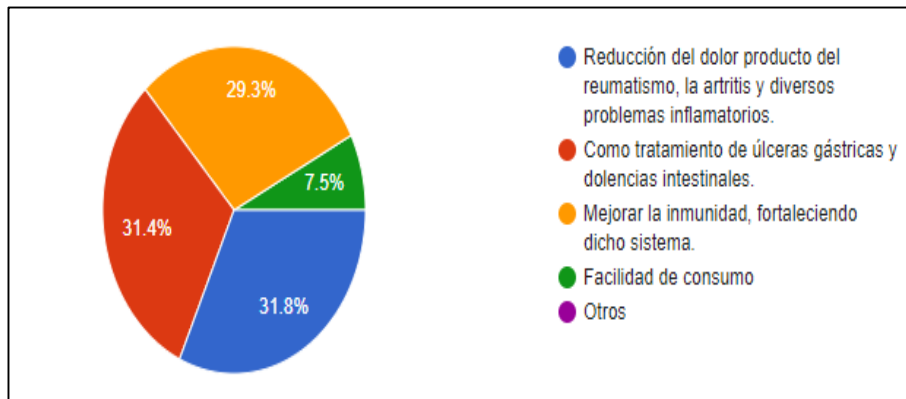
La cantidad de jarabes que las personas de Santiago de Chile consumirían es de cuatro jarabes o en un porcentaje del 37%, un dato muy satisfactorio ya que significa que el producto tiene gran oportunidad de aceptabilidad en la población, seguido consumirían cada dos meses dos jarabes es un porcentaje del 36% las personas que consumirían tres jarabes son el 20% y un jarabe consumirían en un 7%.

Pregunta 13.

Usted consumiría el jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato para:

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Reducción del dolor producto del reumatismo, la artritis y diversos problemas inflamatorios	76	32%

Como tratamiento de úlceras gástricas y dolencias intestinales.	75	31%
Mejorar la inmunidad, fortaleciendo dicho sistema.	70	29%
Facilidad de consumo	18	8%
Otros		
TOTAL	239	100%



Razones por las que consumirían el jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato

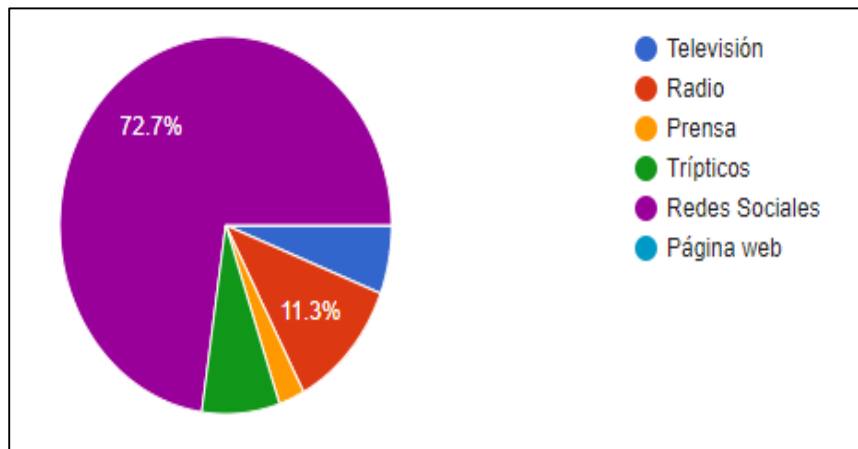
Hoy en día el tratamiento de enfermedades mediante productos naturales de uso medicinal tiene mayor aceptabilidad de manera que el jarabe Reumatrin gracias a su principal componente que es la uña de gato sirve para reducir el dolor producto del reumatismo la artritis y diversos problemas inflamatorios razón por la que en su mayoría lo consumiría exactamente en un 32%, así como para el tratamiento de úlceras gástricas, dolencias intestinales un 31% y debido a la pandemia también les interesa porque mejora la inmunidad, fortaleciendo dicho sistema un 29% y por la facilidad de consumo un 8%.

Pregunta 14.

¿Mediante qué medio le gustaría recibir información sobre jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
----------	------------	------------

Televisión	14	6%
Radio	27	11%
Prensa	6	3%
Trípticos	18	8%
Redes Sociales	173	73%
Página web	-	-
TOTAL	238	100%



Medio de comunicación para recibir información sobre jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato.

Los medios de comunicación sirven como estrategia para la introducción y publicidad de un producto en este caso existe cierta inclinación por las redes sociales en cuestión de recibir información acerca del producto, por lo tanto, mediante el manejo de las mismas permitirá dar a conocer los beneficios, promociones, todo en cuanto al jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato Reumartrin en un porcentaje más alto que es el de 73% prefieren las redes sociales, en un 11% radio, el 8% mediante trípticos, el 6% mediante la televisión y el 3% mediante la prensa.

Pregunta 15.

¿Qué tipo de ofertas llamarían su atención al adquirirlo?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
----------	------------	------------

Por la compra de 1 jarabe recibe gratis 2 shots bebibles de jarabes	12	5%
Por la compra de 2 jarabes recibe gratis un jarabe.	186	78%
Por la compra de 6 jarabes recibe gratis un vaso con el logo de DISTRILIFE CÍA.LTDA.	41	17%
TOTAL	239	100%



Ofertas

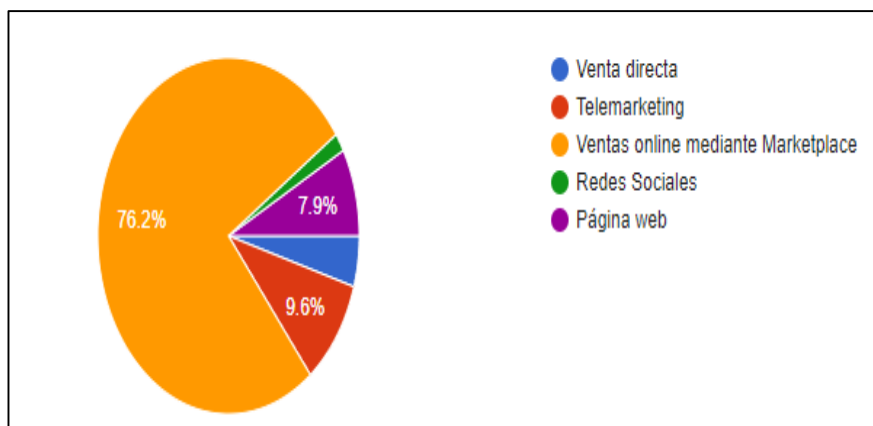
Las ofertas y promociones permite desarrollar estrategias para favorecer la tención del cliente de manera que se premia e incentiva su compra en este caso la oferta que más llamaría la atención de acuerdo a la información recopilada es por la compra de 2 jarabes recibe gratis un jarabe el 78%, así como la de por la compra de 6 jarabes recibe gratis un vaso con el logo de DISTRILIFE CÍA.LTDA., el 17%, estas opciones la empresa las aplica con sus clientes constantemente a nivel nacional, siendo una excelente opción para el cliente a nivel Internacional, finalmente por la compra de 1 jarabe recibe gratis 2 shots bebibles de jarabes un porcentaje mínimo del 5%.

Pregunta 16.

¿Qué formas de comercialización usted preferiría del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
----------	------------	------------

Venta directa	11	4,60%
Telemarketing	23	9,60%
Ventas online mediante Marketplace	182	76,20%
Redes Sociales	4	1,70%
Página web	19	7,90%
TOTAL	239	100%



Formas de comercialización del jarabe natural de uso medicinal a base de uña de gato

Para la venta del producto hoy en día existen diversas formas mismas que se las ha planteado a continuación y de las cuales la que mayor aceptabilidad tuvo es la de ventas online mediante Marketplace un 76,20%, ya que hoy en día las ventas por mercados virtuales son de fácil acceso y permiten el contacto con el vendedor de manera directa, en un porcentaje mínimo está también la opción del telemarketing con el 9,60% una opción que permite dar a conocer con más detalle el producto por medio de una llamada telefónica, con un porcentaje de 7,90% prefieren que la comercialización se la realice mediante una Página web, venta directa el 4,60 % y con un porcentaje de 1,70 mediante redes sociales.

Fichas de Observación de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA. en la siguiente Ficha se muestran aspectos relacionados con el proceso productivo y de comercialización que se lleva cabo dentro de la empresa:

Tabla 99: Ficha de Observación de la Empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA.

Ficha de observación de la Empresa “DISTRILIFE CÍA. LTDA.”		001	
Tema: “Estudio de factibilidad para la comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa DISTRILIFE CIA.LTDA., para aumentar la participación en el mercado.”			
Fecha: 27-03-2020			
Grupo: Área de producción de jarabe natural de uso medicinal Reumatrin			
INDICADORES		ESCALA CUALITATIVA	
INFRAESTRUCTURA	Muy Bueno	Bueno	Regular
Pisos y techo	X		
Herramientas de trabajo	X		
Tamaño de las instalaciones	X		
Distribución de espacios	X		
Vías de acceso	X		
Lugares de asepsia	X		
Disponibilidad de servicios básicos (agua, luz)	X		
Señalización y pictogramas de peligro	X		
PROCESO DE PRODUCCIÓN	SI	NO	
Espacios segmentados de producción	X		
Recepción de materia prima e insumos	X		
Adecuación de bodega materia prima	X		
Bodega de producto terminado	X		
Control de calidad del producto	X		
Registro de proceso de producción	X		
Tiempo de producción adecuado	X		
Merma en materia prima	X		
Producción acorde a la demanda	X		
Capacidad de producción	X		
Cumple con normas de comercialización	X		
RECURSOS HUMANOS	SI	NO	
Mano de obra disponible	X		
Personal calificado	X		
Remuneración de trabajadores	X		
Capacitación y asistencia técnica			X
Manual de procesos			X
ORGANIZACIÓN	SI	NO	
Niveles estratégicos definidos			X

Cumple con requisitos de constitución	X	
Tiene establecido un organigrama		X
Apoyo de entidades públicas o privadas		X
Capacitaciones		X
Financiamiento		X
COMERCIALIZACIÓN	SI	NO
Venta en el mercado local	X	
Puntos de distribución establecidos	X	
Capacidad de negociación		X
Estrategias de promoción		X
Conocimiento de mercados internacionales potenciales	X	
Conocimiento de necesidades de los consumidores	X	

Fuente: Empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA.

De acuerdo con la información de la Ficha de observación de la empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA., se tomó en cuenta varios indicadores entre ellos la infraestructura misma que está en perfectas condiciones ya que al tratarse de la producción de jarabes naturales de uso medicinal destinados para el consumo humano la empresa está sujeta a un riguroso control por parte del ARCSA, en cuanto al Proceso de Producción se lleva un correcto control sin embargo la empresa debe implementar un Manual de Procesos que facilite la mejor organización de la empresa.

Los Estados Financieros presentan resultados favorables para la Empresa en cuanto a la producción de jarabes natural de uso medicinal como es Reumartrin, siendo la inversión inicial para la exportación de 82.577 dólares americanos, el valor está en el Balance General.

El Estado de Resultados muestra que la producción de la Empresa genera ganancias de manera que dentro del primer año de la implementación tendría una ganancia de 12.213 dólares americanos in embargo, la mepresa constantemente debe trabajar en la mejora de los procesos de producción y de organización, para mantenerse en el mercado y aprovechar oportunidades a nivel Internacional.

Se obtuvo como resultado un VAN y un TIR positivos de manera que el dinero invertido va a ser recuperado ya que los valores son mayores a cero, siendo el periodo de recuperación de la inversión de aproximadamente 3 años, finalmente el costo beneficio que son las ganancias por cada dólar invertido de 1,59\$.

3. V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Actividades Económicas. (2017). Obtenido de <https://sites.google.com/site/orgullosamente04tierralinda/home/actividades-economias>
- ALADI. (2018). [http://www2.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/D2B634039C9872BF0325856100603DF2/\\$FILE/235.pdf](http://www2.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/D2B634039C9872BF0325856100603DF2/$FILE/235.pdf).
- Antofagasta . (2018). Obtenido de [https://www.ecured.cu/Antofagasta_\(Chile\)](https://www.ecured.cu/Antofagasta_(Chile))
- ARCSA. (2017). Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/I-SGC-DEMNP-MDN-004-Inscripci%C3%B3n-del-Registro-Productos-naturales-de-uso-medicinal-para-Extranjeros.pdf>
- Asesoría Legal en Trámites Aduaneros . (2018). Obtenido de <http://www.asesoraduanero.com/importar-y-exportar.html>
- Banco Central del Ecuador. (2019). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/search/?searchword=Tasa%20de%20interes&searchphrase=all&Itemid=101>
- Banco Mundial. (2018). Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/>
- Banco Mundial. (2019). Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.GROW?locations=EC&view=chart>
- Bernal, J. (02 de 02 de 2018). Obtenido de <https://www.pdcahome.com/9628/las-estrategias-genericas-de-porter/>
- Bonal, R. (2016). Moringa oleifera: una opción saludable para el bienestar. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30192012001000014
- Borragini, H. (08 de 07 de 2017). Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>
- Bussman, R. (2017). Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Rainer_Bussmann/publication/283355334_PLANTAS_MEDICINALES_DE_LOS_ANDES_Y_LA_AMAZONIA_-

[_La_Flora_magica_y_medicinal_del_Norte_del_Peru/links/563a6f7808ae405111a5883f/PLANTAS-MEDICINALES-DE-LOS-ANDES-Y-LA-AMAZONIA-La-Flo](#)

Cedillo, J. (2018). PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE MEDICINA. Obtenido de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3906.pdf

Cerda, R., Faúndez, M., Fischer, S., & Wilckens, R. (2017). Competitividad de la Industria Chilena de Plantas Medicinales, Aromáticas y Condimentarias (PLMAC). Obtenido de [file:///C:/Users/Andreina/Downloads/Competitividad%20de%20la%20industria%20chilena%20de%20plantas%20medicinales%20FIA%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Andreina/Downloads/Competitividad%20de%20la%20industria%20chilena%20de%20plantas%20medicinales%20FIA%20(1).pdf)

Chile. (2017). Obtenido de https://www.bcn.cl/siit/nuestropais/index_html

Chile-Censo. (2017). Obtenido de <https://www.censo2017.cl/>

Cobus Group. (2020). Obtenido de <https://www.cobusgroup.com/home>

Comercio Exterior. (2020). Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/m/blogpost?id=2927438%3ABlogPost%3A69366>

Constitución. (2018). Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Constitución. (2020). Constitución de la República del Ecuador . Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Cultura vida urbana. (24 de 09 de 2018). Obtenido de <https://chile.travel/valparaiso-de-chile-patrimonio-cultura-y-diversion>

Datos Macro . (2018). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/ecuador>

Datos Macro. (03 de 03 de 2018). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/alemania>

David Ricardo . (1817). Obtenido de <https://policonomics.com/es/ventaja-comparativa/>

Diario del Exportador . (2020). Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2017/10/factura-comercial-definicion-contenido.html>

Economía. (2018). Obtenido de <http://www.vregion.cl/economia.php>

Economía y demografía de Estados Unidos. (03 de 03 de 2018). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/usa>

Ecured. (2018). Obtenido de https://www.ecured.cu/Santiago_de_Chile

EcuRed. (2020). Obtenido de [https://www.ecured.cu/Tulc%C3%A1n_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Tulc%C3%A1n_(Ecuador))

EMIS. (06 de 03 de 2019). DISTRILIFE CÍA LTDA ECUADOR. Obtenido de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Distrilife_CIA_Ltda_es_4902550.html

Estudio de Mercado. (2017). Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2011/eva-elePro/4.pdf>

Expansión. (2018). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/usa>

Fondo Monetario Internacional. (2019). Obtenido de <https://www.imf.org/es/News/Articles/2019/03/20/NA032119-Ecuador-New-Economic-Plan-Explained>

FUNDESYRAM, (. p. (07 de 09 de 2018). La importancia de la Medicina Natural. Obtenido de <http://www.fundesyram.info/biblioteca.php?id=3026>

Gallegos, M. (2018). Las plantas medicinales: principal alternativa para el cuidado de la salud, en la población rural de Babahoyo, Ecuador. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-55832016000400002

Garzón, L. (2019). ETHNOSCIENTIA. Obtenido de <http://www.ethnoscientia.com/index.php/revista/article/view/236>

Globofran. (28 de 01 de 2019). Obtenido de <http://globofran.com/caracteristicas-del-consumidor-estadounidense/>

Gobierno Municipal de Tulcán. (2020). Obtenido de <https://www.gmtulcan.gob.ec/>

Google Maps. (2020). Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/9+De+Octubre,+Tulc%C3%A1n/@0.8113843,-77.7247462,17z/data=!4m5!3m4!1s0x8e296f352a668e39:0xdc78f00071f3322!8m2!3d0.8103491!4d-77.71965>

Herrera, T. (2018). Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/471/1/361%20oportunidad%20de%20mercado%20con%20Chile%20y%20la%20comercializaci%C3%B3n%20de%20caf%C3%A9%20en%20bolsitas%20de%20infusi%C3%B3n.pdf>

Historia de Antofagasta. (03 de 12 de 2017). Obtenido de <http://bibliotecaregionalantofagasta.gob.cl/sitio/Secciones/Quienes-somos/Historia/>

Historia de Santiago . (02 de 02 de 2020). Obtenido de <https://www.welcomechile.com/santiago/historia.html>

<https://es.db-city.com/>. (2017). Obtenido de <https://es.db-city.com/search?q=chile&sa.x=0&sa.y=0>

Idioma de Alemania. (2016). Obtenido de <https://www.guiadealemania.com/idioma-de-alemania/>

Idioma de Chile. (2017). Obtenido de <https://www.thisischile.cl/idioma-de-chile/>

Krugman, P. (1979). Nueva Teoría del Comercio. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4547087>

La clave del Comercio. (04 de 05 de 2018). Obtenido de https://comunidadilgo.org/back/_lib/file/doc/portaldoc178_3.pdf

Ley Orgánica para el fomento productivo, atracción de inversiones, generación empleo, estabilidad y equilibrio Fiscal . (2018). Obtenido de <https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2018/08/Ley-Org%C3%A1nica-para-el-Fomento-Productivo-Atracci%C3%B3n-de-Inversiones-Generaci%C3%B3n-de-Empleo-y-Estabilidad-y-Equilibrio-Fiscal.pdf>

Mapas y banderas . (2020). Obtenido de <https://www.mapasybanderas.com/>

Marchal, N. (2016). Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix>

Mercantil.com. (2018). Obtenido de <https://www.mercantil.com/empresa/centro-naturista-integral-mundo-nuevo/valparaiso/300003141/frn>

Moreno, M. (2017). Punto de Equilibrio. <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>.

Natural, M. (2019). Obtenido de <https://ecoinventos.com/una-de-gato-propiedades-medicinales>

Peiró, P. S. (2017). Medicina Naturista. Obtenido de <http://www.medicinanaturista.org/images/mn1.pdf>

Política de Antofagasta. (2017). Obtenido de <https://www.cultura.gob.cl/politicas-culturales/wp-content/uploads/sites/2/2018/01/politica-antofagasta-2017-2022.pdf>

Política Santiago de Chile . (2017). Obtenido de https://www.ecured.cu/Santiago_de_Chile

Política Valparaíso. (2017). Obtenido de <https://issuu.com/consejodelacultura/docs/politica-valparaiso-2017-2022>

Ramírez, A. (2017). Metodología de la Investigación . Obtenido de <http://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/1.pdf>

Región de Antofagasta. (26 de 09 de 2018). Obtenido de <https://www.goreantofagasta.cl/aspectos-economicos/goreantofagasta/2016-09-26/095739.html>

Reglamento y control de Productos Naturales de Uso Medicinal. (2020). Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/Reglamento-y-Control-de-Productos-Naturales-de-Uso-Medicinal-Decreto-Ejecutivo-1395.pdf>

Roca, A. (2017). Perfil del Consumidor Chileno. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/Documentos/NUEVO-CONSUMIDOR-CHILE-ALFREDO-ROCA-ACTUALIZACION>

Rodríguez, G. (06 de 2017). DIALNET. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/>

Rodríguez, G. (2017). La medicina tradicional y natural camagüeyana: logros y deficiencias. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-02552015000300013

Rodríguez, J. (12 de 08 de 2017). Santiago, una ciudad para vivir su historia y su cultura. Obtenido de <https://m.elcaribe.com.do/2017/08/12/santiago-una-ciudad-vivir-historia-cultura/#>

Santander. (Abril de 2019). Empaques y Normas. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/estados-unidos/empaques-y-nomas>

Santander Trade. (03 de 03 de 2019). Obtenido de Empaques y Normas: <https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/chile/empaques-y-nomas>

Santander Trade Markets. (2019). Obtenido de https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor?actualiser_id_banque=oui&id_banque=0

Santiago de Chile. (2017). Obtenido de https://www.ecured.cu/Santiago_de_Chile

SENAE. (2018). Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-la-dae>

SENAE. (2020). Obtenido de [https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/#:~:text=Exportaci%C3%B3n%20definitiva%20\(R%C3%A9gimen%2040\)Es,\(Art.](https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/#:~:text=Exportaci%C3%B3n%20definitiva%20(R%C3%A9gimen%2040)Es,(Art.)

Sevilla, A. (2019). Estados Financieros . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estados-financieros.html>

SICE. (2020). Obtenido de http://www.sice.oas.org/TPD/CHL_ECU/CHL_ECU_s.ASP#:~:text=Chile%20y%20Ecuador%20firmaron%20el,un%20tratado%20de%20libre%20comercio.

Smith, R., & Hariaran, K. (2020). El impacto del coronavirus COVID-19 en los negocios. Obtenido de <https://www.marsh.com/mx/insights/research/coronavirus-impacto-negocios.html>

Trade Map. (2019). Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Trade Map. (2019). Obtenido de <https://www.trademap.org/CompaniesList.aspx?nvpm=3%7c152%7c%7c%7c%7c1211%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c3%7c%7c2%7c1%7c1>

TRADE MAP. (2019). Obtenido de <https://www.trademap.org/>

V. ANEXOS

Anexo 1: Fundamentación Legal

Tabla 100: Fundamentación Legal

Normativa	Descripción
Constitución de la República del Ecuador	Art.306. El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.
Reglamento de control de Productos Naturales de uso medicinal, Capítulo VIII de las Importaciones y Exportaciones, en el	Art. 49 comprende sobre la Exportación, aquí se menciona que se podrá exportar aquellos Productos Naturales de uso medicinal que posean certificado de Registro Sanitario y el certificado de Libre Venta Emitido por el Director General de Salud a través de la Dirección de Control y mejoramiento en Vigilancia Sanitaria.
Código Orgánico de la Producción Comercio en Inversiones	Art 93.- Fomento a las exportaciones, el Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno.

Anexo 2: Fundamentación Teórica

Tabla 101: Fundamentación Teórica

Teorías	Características	Relación con la Investigación
Teoría Competitiva (Michael Porter)	<p>Para que una empresa logre una real capacidad de generar valor a largo plazo su estrategia empresarial debe enfocarse en trazar un plan de ventaja competitiva sostenible en el tiempo. Según Porter dos son los tipos de ventajas competitivas que se pueden observar en el mercado:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- El liderazgo en costos, 2 - La diferenciación 	<p>Liderazgo en costos.- El caso de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA, elabora productos naturales de uso medicinal de calidad aptos para el consumo humano y los ofrece a un precio accesible a diferencia de la competencia, a su vez incentiva al cliente con descuentos y promociones.</p> <p>Diferenciación.- La empresa busca innovar la presentación del producto todo un siempre, también emplea materia prima de calidad de manera que contribuya a la salud de los pacientes.</p>
Teoría de la ventaja Comparativa de David Ricardo	<p>Cada país debe producir aquel bien que posea el menor coste de oportunidad, los países eligen especializarse para poder comerciar en actividades donde tiene cierta ventaja. Es decir, en lugar de producir lo que hacen mejor de forma absoluta, producen lo que hacen mejor de forma relativa. Por lo tanto, la diferencia con la teoría de la ventaja absoluta radica en que no se produce lo que al país le cuesta menos, sino aquel con menores costes comparativos.</p>	<p>En el caso de la empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA. se analizó el producto, precio, plaza y promoción con el fin de determinar la situación actual de la empresa que permita generar competitividad.</p>
Nueva Teoría del Comercio Internacional (Paúl Krugman)	<p>Sostiene que parte del comercio internacional, especialmente el comercio entre países parecidos (por ejemplo con abundancia de capital), es explicado por la existencia de la competencia imperfecta y de economías de escala crecientes.</p>	<p>La empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA. al expandir su mercado a nivel Internacional aumentaría su producción y por ende el coste por unidad producida reduce.</p>

Anexo 3: Entrevista a expertos

Formulario 001



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN
Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL



ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS GERENTES DE LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA PRODUCCIÓN DE
JARABES NATURALES DE USO MEDICINAL

Objetivo. – Obtener información referente a la situación comercial en diferentes ámbitos del mercado de jarabes naturales de uso medicinal.

NOMBRE: MSC. Eliana Herrera

CARGO: Técnico SENAE

1.- ¿Qué tipo de certificaciones y requisitos debe tener los jarabes naturales de uso medicinal para poder ser exportados?

Se debe analizar los certificados que se exigen en los países de destino a los cuales van a ser introducidos por lo cual es importante analizar esa normativa internacional, pero por lo general este tipo de productos deberían contar con certificado del ARCSA y calidad.

2.- ¿Qué percepción tiene usted sobre el aporte de los jarabes naturales en el mercado nacional?

Actualmente es un mercado que está creciendo mucho ya que la mayoría de las personas están optando por este tipo de productos, considerando que en la actualidad se busca productos naturales que contribuyan con la salud de las personas.

3.- ¿Existen incentivos gubernamentales que reciben las empresas que se dedican a la fabricación de productos naturales de uso medicinal?

Incentivos específicos, no conozco sobre el tema, lo que sí se puede manifestar es que dentro de los procesos de importación de materia prima como las plantas los aranceles son adecuados además existe la ley de régimen tributario a la cual pueden acogerse.

4.- ¿Cómo debe ser la infraestructura de las empresas para fabricar jarabe natural de uso medicinal?

Debe cumplir con estándares de calidad tanto nacionales como internacionales, considerando que los productos que se van a producir son para uso humano por lo tanto su infraestructura debe contar con mecanismo de sanidad adecuados.

5.-¿Qué estrategias de comercialización se deben aplicar para la Internacionalización de jarabes naturales de uso medicinal?

Análisis adecuado de mercados

Alianzas estratégicas con empresas internacionales

Uso de convenios internacionales

Cumplir con exigencias de consumidores.

Buenas estrategias de marketing

Calidad de producción y presentación.

6.- ¿Considera que el nivel económico de la población actualmente se ve afectado por la pandemia Covid-19 e influye en el crecimiento del consumo de jarabes naturales de uso medicinal?

El nivel económico si se ve afectado, han disminuido las plazas de trabajo lo que no permitiría que se adquiriera productos de alto costo, ahora bien si el nicho de mercado es la población con pleno empleo puede decirse que sí.

7.- ¿Qué aspectos considera como fortalezas y debilidades de las empresas ecuatorianas que fabrican jarabes naturales de uso medicinal?

Fortalezas:

Nuevas tendencias de alimentación.

Tendencias del ser humano a consumir productos naturales.

Conocimiento sobre los procesos de uso de plantas medicinales.

Debilidades:

Infraestructura

Material tecnológico para investigación

Cultura de los seres humanos en nutrición

Economía de los países

8.- ¿Qué aspectos considera importantes para el fomento y desarrollo del sector Industrial de jarabes naturales de uso medicinal en la región?

Inversión extranjera

Infraestructura

Condiciones tributarias adecuadas

Expertos en el desarrollo de estos productos

Formulario 002



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN
Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL



ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS GERENTES DE LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA PRODUCCIÓN DE
JARABES NATURALES DE USO MEDICINAL

NOMBRE: Anita Herrera

LABORATORIO: Nature´s Garden

CARGO: Gerente Comercial

1.- ¿Qué tipo de certificaciones y requisitos debe tener los jarabes naturales de uso medicinal para poder ser exportados?

Los productos naturales de uso medicinal para ser exportados requieren contar con Certificado del ARCSA y Certificado de Calidad, en cuanto a los requisitos son dependiendo del país al que se va a exportar entre ellos obligatoriamente el producto debe contar con el Registro Sanitario, composición del producto, etiquetado del producto en el que debe contar con la información que establece el Reglamento y Control de Productos Naturales de uso Medicinal.

2.- ¿Qué percepción tiene usted sobre el aporte de los jarabes naturales en el mercado nacional?

Los jarabes naturales de uso medicinal gracias a las propiedades curativas que poseen cada uno contribuyen al tratamiento de enfermedades de forma natural a un costo accesible por lo que cada vez más son las personas que se suman a esta Industria.

3.- ¿Existen incentivos gubernamentales que reciben las empresas que se dedican a la fabricación de productos naturales de uso medicinal?

Desconozco de algún incentivo gubernamental.

4.- ¿Cómo debe ser la infraestructura de las empresas para fabricar jarabe natural de uso medicinal?

El lugar donde se produce los jarabes naturales de uso medicinal debe contar con una infraestructura que cuente con la maquinaria y personal adecuados, ya que son productos destinados para el consumo del ser humano.

5.-¿Qué estrategias de comercialización se deben aplicar para la Internacionalización de jarabes naturales de uso medicinal?

Estudio de Mercado Internacional

Ofrecer un producto de calidad al mejor precio

Joint Venture

Franquicias

6.- ¿Considera que el nivel económico de la población actualmente se ve afectado por la pandemia Covid-19 e influye en el crecimiento del consumo de jarabes naturales de uso medicinal?

La pandemia ha afectado considerablemente la economía de manera que la venta en cuanto a los jarabes naturales de uso medicinal ha reducido, sin embargo, constantemente las personas buscan productos naturales que les permita fortalecer el sistema inmunológico.

7.- ¿Qué aspectos considera como fortalezas y debilidades de las empresas ecuatorianas que fabrican jarabes naturales de uso medicinal?

Fortalezas:

Cuentan con la maquinaria necesaria para la producción de jarabes naturales de uso medicinal.

Gustos y preferencias por parte de la población hacia los jarabes naturales de uso medicinal

Cuentan con mano de obra calificada

Debilidades:

Escasez de apoyo por entidades que promuevan la Internacionalización de los jarabes naturales de uso medicinal.

Mala Administración de las empresas dedicadas a la producción de jarabes naturales de uso medicinal.

Poca aplicación de estrategias de negociación

8.- ¿Qué aspectos considera importantes para el fomento y desarrollo del sector Industrial de jarabes naturales de uso medicinal en la región?

Apoyo Gubernamental

Capacitación por parte de las autoridades de control

Generar más capital para adquirir maquinaria con tecnología de punta

9.- ¿Qué países considera usted con mayor posibilidad para la comercialización de jarabes naturales de uso medicinal?

Bolivia, Perú, Estados Unidos.

10.- ¿Usted ha exportado el producto?

Actualmente la Empresa exporta al país de Bolivia.

11.-¿En caso de haberlo realizado, cuál fue su nivel de aceptabilidad?

Nuestros productos se han adaptado a los requerimientos del país de exportación de manera que ha sido favorablemente acogido.

Formulario 003



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN
Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL



COMERCIO EXTERIOR
Universidad Politécnica Estatal del Carchi

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS GERENTES DE LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA PRODUCCIÓN DE
JARABES NATURALES DE USO MEDICINAL

Objetivo. – Obtener información referente a la situación comercial en diferentes ámbitos del mercado de jarabes naturales de uso medicinal.

NOMBRE: Denisse Rivadeneira

CARGO: Jefe de Ventas

LABORATORIO: PHYTOPHARMA

1.- ¿Qué tipo de certificaciones y requisitos debe tener los jarabes naturales de uso medicinal para poder ser exportados?

Certificado ARCOSA y Certificado de Calidad.

2.- ¿Qué percepción tiene usted sobre el aporte de los jarabes naturales en el mercado nacional?

A nivel nacional las ventas tienen un panorama positivo ya que gracias a la distribución que maneja la empresa se cubre varias ciudades del país y aquella donde mayoritariamente se comercializa son Quito y Guayaquil, los jarabes naturales de uso medicinal son muy solicitados gracias a sus propiedades.

3.- ¿Existen incentivos gubernamentales que reciben las empresas que se dedican a la fabricación de productos naturales de uso medicinal?

Desde mi punto de vista el gobierno debe ayudar a las empresas, sin embargo, la empresa no ha recibido ningún incentivo por parte del mismo.

4.- ¿Cómo debe ser la infraestructura de las empresas para fabricar jarabe natural de uso medicinal?

El establecimiento de funcionamiento debe ser legalmente responsable de manera que se realice los ensayos cumpliendo los requisitos necesarios así como manejar un sistema de calidad.

5.- ¿Qué estrategias de comercialización se deben aplicar para la Internacionalización de jarabes naturales de uso medicinal?

Marketing Mix

Comercio Electrónico

Difusión de videos promocionales con los beneficios del producto

6.- ¿Considera que el nivel económico de la población actualmente se ve afectado por la pandemia Covid-19 e influye en el crecimiento del consumo de jarabes naturales de uso medicinal?

La pandemia afectó principalmente al sector comercial de manera que las ventas si han reducido, sin embargo, nuestra empresa está desarrollando productos que permitan reforzar el sistema inmunológico para reducir el riesgo de contagio los cuales contribuyen a que las ventas se mantengan en un nivel estable.

7.- ¿Qué aspectos considera como fortalezas y debilidades de las empresas ecuatorianas que fabrican jarabes naturales de uso medicinal?

Fortalezas:

Emprendimiento

Calidad del producto

Diversidad de productos

Debilidades:

Escases de recursos económicos

Desconocimiento del Comercio Internacional

Trabajar con intermediarios

8.- ¿Qué aspectos considera importantes para el fomento y desarrollo del sector Industrial de jarabes naturales de uso medicinal en la región?

Reducción del pago de impuestos

Asesoramiento y apoyo financiero a los empresarios

Generar contacto con empresas extranjeras

9.- ¿Qué países considera usted con mayor posibilidad para la comercialización de jarabes naturales de uso medicinal?

Estados Unidos, Colombia, Perú, Chile.

10.- ¿Usted ha exportado el producto?

La empresa exporta a Colombia y está tratando de abrir mercado en Perú.

11.-¿En caso de haberlo realizado, cuál fue su nivel de aceptabilidad?

Afortunadamente la acogida de los productos de nuestra empresa es favorable, sin duda alguna el abrir mercado es muy complicado pero satisfactorio una vez que se lo logra.

Formulario 004



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN
Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL



ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS GERENTES DE LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA PRODUCCIÓN DE
JARABES NATURALES DE USO MEDICINAL

Objetivo. – Obtener información referente a la situación comercial en diferentes ámbitos del mercado de jarabes naturales de uso medicinal.

NOMBRE:

CARGO: Jefe de Ventas

LABORATORIO: ZAPHIRE

1.- ¿Qué tipo de certificaciones y requisitos debe tener los jarabes naturales de uso medicinal para poder ser exportados?

Los requisitos van de acuerdo al país que se desee exportar, mientras que las certificaciones son del ARCSA y Certificado de Calidad.

2.- ¿Qué percepción tiene usted sobre el aporte de los jarabes naturales en el mercado nacional?

Los jarabes naturales de uso medicinal son una alternativa que tiene buena acogida, es un mercado que continuamente está creciendo debido a que son varias las personas que buscan una alternativa natural para el tratamiento de sus enfermedades.

3.- ¿Existen incentivos gubernamentales que reciben las empresas que se dedican a la fabricación de productos naturales de uso medicinal?

En el caso de la empresa Zaphire no ha recibido ningún incentivo gubernamental.

4.- ¿Cómo debe ser la infraestructura de las empresas para fabricar jarabe natural de uso medicinal?

El Laboratorio debe ser una entidad que cumpla con los requisitos y Normas Sanitarias así como contar con una buena organización de su personal que lleven a cabo de forma ordenada los procesos de manera que se garantice la calidad de operaciones realizadas para la producción del jarabe natural de uso medicinal.

5.-¿Qué estrategias de comercialización se deben aplicar para la Internacionalización de jarabes naturales de uso medicinal?

Analizar los gustos y preferencias del mercado Internacional.

Hacer uso de las redes sociales para difundir el producto junto con sus beneficios.

Investigar empresas Internacionales que les interese el producto.

6.- ¿Considera que el nivel económico de la población actualmente se ve afectado por la pandemia Covid-19 e influye en el crecimiento del consumo de jarabes naturales de uso medicinal?

La pandemia Covid-19 ha afectado significativamente al mundo, el nivel de ventas en comparación a otros años no es el mismo sin embargo trabajamos para ofrecer siempre lo mejor en cuanto a jarabes naturales de uso medicinal siempre cuidando la salud de nuestros clientes.

7.- ¿Qué aspectos considera como fortalezas y debilidades de las empresas ecuatorianas que fabrican jarabes naturales de uso medicinal?

Fortalezas:

Talento humano comprometido con la producción del jarabe natural de uso medicinal

Negociaciones con empresas a nivel nacional

Aumenta la demanda de los productos naturales de uso medicinal

Debilidades:

Escases de financiamiento económico.

Falta de apoyo a las empresas que se dedican a la elaboración de jarabes naturales de uso medicinal.

Baja estructura organizacional y manejo de procesos

8.- ¿Qué aspectos considera importantes para el fomento y desarrollo del sector Industrial de jarabes naturales de uso medicinal en la región?

Brindar espacios en los medios de comunicación en los que los Gerentes den a conocer su empresa y sus productos.

Apoyo a los empresarios por parte de las autoridades de cada Región.

9.- ¿Qué países considera usted con mayor posibilidad para la comercialización de jarabes naturales de uso medicinal?

Colombia, Perú, Chile, Bolivia.

10.- ¿Usted ha exportado el producto?

La empresa ZAPHIREDELCOR exporta su línea de belleza como cosméticos faciales y corporales.

11.- ¿En caso de haberlo realizado, cuál fue su nivel de aceptabilidad?

Los productos de belleza han tenido una excelente acogida en el mercado Internacional de manera que la empresa está buscando como introducir la línea de productos naturales procesados de uso medicinal.

Anexo 4: Encuesta

Formulario 005

Preguntas Respuestas 2/3

Encuesta

Objetivo.- Investigar los gustos y preferencias de los consumidores de productos naturales de uso medicinal, con el fin de identificar el mercado potencial para la apertura de nuevos mercados de la empresa ecuatoriana "DISTRILIFE CIA. LTDA."

1.- ¿Consumes los productos naturales de uso medicinal? En caso de ser no su respuesta, revise la pregunta número 2.

SI

NO

2.- No consume productos naturales de uso medicinal por lo siguiente:

Desconocimiento de los beneficios de los productos naturales de uso medicinal

Escasez de publicidad

Desconfianza en la efectividad del tratamiento

En su país no se utilizan los productos naturales de uso medicinal

Otros

3.- Para tratar su enfermedad o la de un familiar usted prefiere :

Productos Naturales de uso medicinal

Medicamentos

Tratamientos Alternativos

Ozonoterapia

4.- ¿De los siguientes beneficios cuáles ha tenido usted al utilizar productos naturales de uso medicinal?

- Rápido alivio
- Descuentos y promociones
- Menor costo
- No produce efectos secundarios
- Otros

5.- ¿Cómo adquiere frecuentemente los productos naturales de uso medicinal?

- Internet
- Catálogos
- Centros Naturistas
- Centros Comerciales
- Otros

6.- Considera que el sabor del jarabe a base de uña de gato debe ser:

- Amargo
- Semi- dulce
- Dulce
- Inapido



Formulario 006: Entrevista al Gerente de la Empresa Disrilife Cía. Ltda.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR NEGOCIACIÓN
COMERCIAL INTERNACIONAL



ENTREVISTA AL GERENTE DE LA EMPRESA “DISTRILIFE CÍA.LTDA.”

Objetivo. - Obtener información referente a la situación comercial de la empresa “DISTRILIFE CÍA.LTDA.”

1.- ¿La Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA., cuenta con la capacidad de producción necesaria para realizar una exportación?

Nuestra Empresa actualmente cubre diferentes Centros Naturistas a nivel nacional, de manera que si cuenta con la capacidad de producción necesaria en caso de la comercialización a nivel Internacional.

2.- ¿De cuánto es el valor de ventas mensuales?

El valor de ventas mensuales es de aproximadamente 1000\$.

3.- ¿Cuál es el producto estrella de la empresa?

En total nuestra Empresa maneja una cartera de productos de 21 jarabes en total, de manera que el producto estrella es Reumartrin con un número de ventas mayor al de los demás, sin embargo seguido de este está el Colage- C que también ha tenido gran acogida por parte de la población.

4.- ¿Qué limitantes avizora usted en el proceso de la exportación?

El costo que implica realizar los trámites para la exportación, así como los requisitos exigidos por el mercado objetivo.

5.- ¿Cuál es su máxima capacidad de producción del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin?

Anualmente la Empresa produce alrededor de 14896 litros anuales es decir un total de 29792 frascos de jarabe natural, aproximadamente 1233 litros mensuales de jarabe dando un total de 2466 frascos de jarabes naturales a nivel mensual.

6.- El precio estimado para el mercado Internacional ¿Cuánto estima usted debe ser valor para obtener utilidad?

El precio unitario por cada jarabe natural de uso medicinal debería ser de 4,50 para obtener utilidad.

7.- ¿Cuáles considera usted son los mercados más adecuados para la exportación del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin?

Bolivia, Perú y Chile.

8.- ¿Alguna vez su empresa ha realizado un estudio de mercado al que desee exportar su producto?

Nuestra empresa no ha realizado ningún Estudio de Mercado.

9.- ¿Qué cantidad ha invertido en publicidad, promociones para dar a conocer su Empresa?

La Empresa invierte aproximadamente 200\$ mensuales en promoción de los jarabes naturales de uso medicinal, muestras gratuitas, trípticos.

10.- ¿Qué tipo de maquinaria tiene la empresa para la producción y comercialización del jarabe natural de uso medicinal Reumartrin?

La Empresa cuenta con una mesa de acero inoxidable, tina de lavado, licuadora industrial, marmita, mezcladora.

Anexo 5: Ficha Bibliográfica 001 Perfil del Consumidor

Ficha Bibliográfica 001	
Nombre:	Perfil del consumidor chileno
Responsable:	Andreina Ruiz
Fecha de elaboración:	Jun-2019
Perfil del consumidor chileno	
Comportamiento del consumidor	
<p>En los últimos años, hay cada vez más chilenos interesados en conocer las propiedades curativas de distintas hierbas, que antiguamente crecían en los patios y jardines de las casas.</p> <p>Los remedios naturales desafían a los fármacos y la medicina tradicional. Algunas personas recomiendan consumir, de forma constante, infusiones u otras preparaciones con hierbas, en reemplazo de un tratamiento convencional (Jaramillo, 2017).</p>	

Anexo 6: Tabla de Amortización

Tabla 102: Tabla de Amortización

Amortización de la Deuda	
Monto	37.272
Tasa Anual	9,82%
Tasa Mensual	0,0082
Plazo	60
Cuota	788,62

No.	Capital	Interés	Cuota	Saldo
0				37.272
1	483,61	305,01	788,62	36.788
2	487,57	301,05	788,62	36.301
3	491,56	297,06	788,62	35.809
4	495,58	293,04	788,62	35.314
5	499,64	288,98	788,62	34.814
6	503,73	284,89	788,62	34.310
7	507,85	280,77	788,62	33.802
8	512,00	276,62	788,62	33.290
9	516,19	272,43	788,62	32.774
10	520,42	268,20	788,62	32.254
11	524,68	263,94	788,62	31.729
12	528,97	259,65	788,62	31.200
13	533,30	255,32	788,62	30.667
14	537,66	250,96	788,62	30.129
15	542,06	246,56	788,62	29.587
16	546,50	242,12	788,62	29.041
17	550,97	237,65	788,62	28.490
18	555,48	233,14	788,62	27.934
19	560,03	228,59	788,62	27.374
20	564,61	224,01	788,62	26.809
21	569,23	219,39	788,62	26.240
22	573,89	214,73	788,62	25.666
23	578,58	210,04	788,62	25.088
24	583,32	205,30	788,62	24.504
25	588,09	200,53	788,62	23.916
26	592,90	195,72	788,62	23.323
27	597,76	190,86	788,62	22.726
28	602,65	185,97	788,62	22.123
29	607,58	181,04	788,62	21.515
30	612,55	176,07	788,62	20.903
31	617,56	171,06	788,62	20.285
32	622,62	166,00	788,62	19.663
33	627,71	160,91	788,62	19.035
34	632,85	155,77	788,62	18.402
35	638,03	150,59	788,62	17.764
36	643,25	145,37	788,62	17.121

37	648,51	140,11	788,62	16.472
38	653,82	134,80	788,62	15.819
39	659,17	129,45	788,62	15.159
40	664,57	124,05	788,62	14.495
41	670,00	118,62	788,62	13.825
42	675,49	113,13	788,62	13.149
43	681,01	107,61	788,62	12.468
44	686,59	102,03	788,62	11.782
45	692,21	96,41	788,62	11.089
46	697,87	90,75	788,62	10.392
47	703,58	85,04	788,62	9.688
48	709,34	79,28	788,62	8.979
49	715,14	73,48	788,62	8.264
50	721,00	67,62	788,62	7.543
51	726,90	61,72	788,62	6.816
52	732,84	55,77	788,62	6.083
53	738,84	49,78	788,62	5.344
54	744,89	43,73	788,62	4.599
55	750,98	37,64	788,62	3.848
56	757,13	31,49	788,62	3.091
57	763,32	25,29	788,62	2.328
58	769,57	19,05	788,62	1.558
59	775,87	12,75	788,62	782
60	782,22	6,40	788,62	0

Anexo 7: Roles de Pago

Tabla 103: Rol de Pago

Año 2020	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,15%)	Aporte Patronal (12,45%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente General	1	750	750	9.000	375	750	375	0	824	1.004	11.504
Contador	1	400	400	4.800	375	400	200	0	439	535	6.310
PRODUCCIÓN	2	1.150	1.150	13.800	750	1.150	575	0	1.263	1.539	17.814
Jefe de producción	1	600	600	7.200	375	600	300	0	659	803	9.278
Operarios	4	400	1.600	19.200	1.500	1.600	800	0	1.757	2.141	25.241
	5	1.000	2.200	26.400	1.875	2.200	1.100	0	2.416	2.944	34.519

Año 2021	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,15%)	Aporte Patronal (12,45%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente General	1	789	789	9.466	375	789	394	0	866	1.055	12.079
Contador	1	421	421	5.048	375	421	210	0	462	563	6.617
PRODUCCIÓN	2	1.210	1.210	14.514	750	1.210	605	0	1.328	1.618	18.697
Jefe de producción	1	631	631	7.573	375	631	316	0	693	844	9.739
Operarios	4	421	1.683	20.194	1.500	1.683	841	0	1.848	2.252	26.469
	5	1.052	2.314	27.766	1.875	2.314	1.157	0	2.541	3.096	36.208

Año 2022	N° Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10° Cuarto	10° Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,15%)	Aporte Patronal (12,45%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente General	1	830	830	9.956	375	830	415	0	911	1.110	12.685
Contador	1	442	442	5.310	375	442	221	0	486	592	6.940
PRODUCCIÓN	2	1.272	1.272	15.265	750	1.272	636	0	1.397	1.702	19.626
Jefe de producción	1	664	664	7.964	375	664	332	0	729	888	10.223
Operarios	4	442	1.770	21.239	1.500	1.770	885	0	1.943	2.368	27.762
	5	1.106	2.434	29.203	1.875	2.434	1.217	0	2.672	3.256	37.985

Año 2023	N° Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10° Cuarto	10° Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,15%)	Aporte Patronal (12,45%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente General	1	873	873	10.471	375	873	436	0	958	1.167	13.322
Contador	1	465	465	5.584	375	465	233	0	511	623	7.280
PRODUCCIÓN	2	1.338	1.338	16.055	750	1.338	669	0	1.469	1.790	20.602
Jefe de producción	1	698	698	8.377	375	698	349	0	766	934	10.733
Operarios	4	465	1.861	22.338	1.500	1.861	931	0	2.044	2.491	29.121
	5	1.163	2.560	30.714	1.875	2.560	1.280	0	2.810	3.425	39.853

Año 2024	N° Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10° Cuarto	10° Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,15%)	Aporte Patronal (12,45%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente General	1	918	918	11.013	375	918	459	0	1.008	1.228	13.992
Contador	1	489	489	5.873	375	489	245	0	537	655	7.638
PRODUCCIÓN	2	1.407	1.407	16.886	750	1.407	704	0	1.545	1.883	21.630
Jefe de producción	1	734	734	8.810	375	734	367	0	806	982	11.269
Operarios	4	489	1.958	23.494	1.500	1.958	979	0	2.150	2.620	30.550
	5	1.224	2.692	32.304	1.875	2.692	1.346	0	2.956	3.602	41.819

Año 2025	N° Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10° Cuarto	10° Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,15%)	Aporte Patronal (12,45%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente General	1	965	965	11.583	375	965	483	0	1.060	1.291	14.697
Contador	1	515	515	6.177	375	515	257	0	565	689	8.013
PRODUCCIÓN	2	1.480	1.480	17.760	750	1.480	740	0	1.625	1.980	22.710
Jefe de producción	1	772	772	9.266	375	772	386	0	848	1.033	11.833
Operarios	4	515	2.059	24.710	1.500	2.059	1.030	0	2.261	2.755	32.053
	5	1.287	2.831	33.976	1.875	2.831	1.416	0	3.109	3.788	43.886



Tulcán, 17 de diciembre del 2018.

Señor:
Edison Caza

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
COMERCIAL INTERNACIONAL DE LA UPEC.**

Presente. –

Yo, Karla Tamara Ruiz Borja con cédula de ciudadanía 0401113923. En calidad de Gerente General de la empresa Distrilife Cía. Ltda. En relación al trabajo de titulación "Estudio de Factibilidad para la Comercialización Internacional de Productos Naturales de uso Medicinal de la empresa Distrilife para aumentar participación en el mercado". La señorita Andreina Ruiz Pozo con cédula de ciudadanía 0401931035, se encuentra realizando como requisito para la obtención de su título de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional me comprometo a entregar la información necesaria y relevante de la empresa a la cual represento, en el momento que se considere prudente y oportuno, para el desarrollo de su investigación.

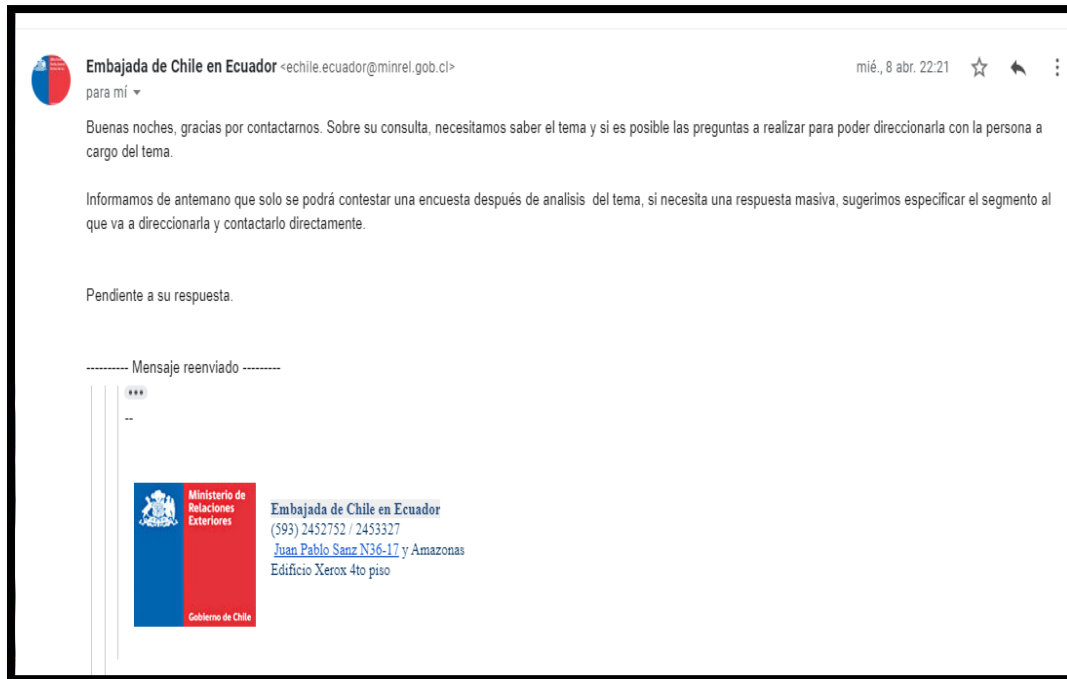
Particular que informo para los fines pertinentes pudiendo la señorita Andreina Ruiz Pozo hacer uso del presente en sus trámites académicos respectivos.

Atentamente:

Karla T. Borja Ruiz
GERENTE GENERAL
C. C. 0401113923



Anexo 9: Correo Electrónico de la Embajada de Chile



Anexo 10: Fotos de la Empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA.

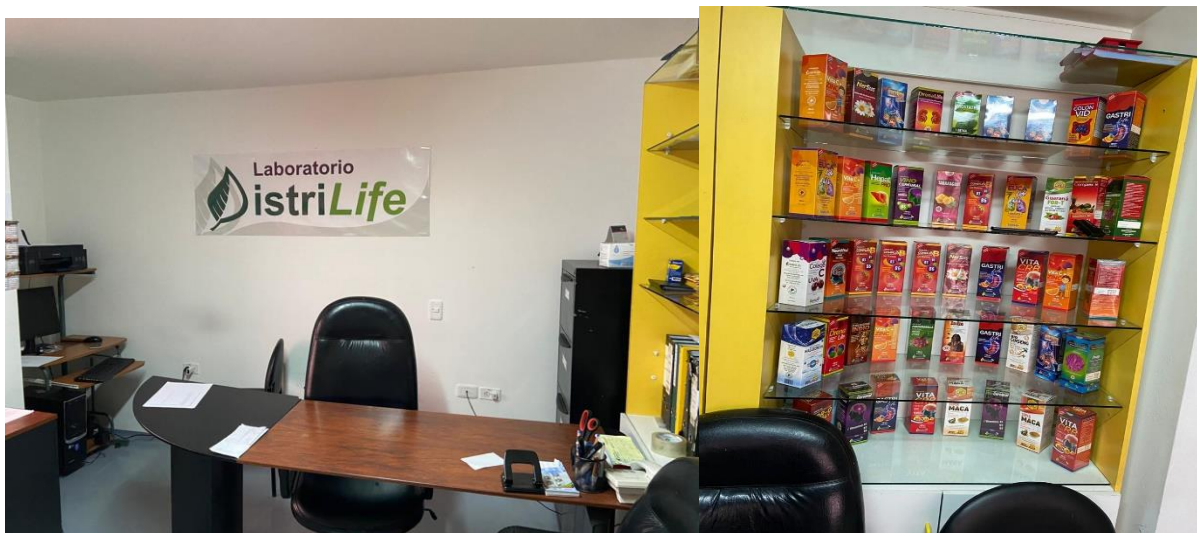


Figura 13: Oficina de la Empresa DISTRILIFE.CÍA.LTDA



Figura 14: Área de Producción de la Empresa DISTRILIFE CÍA.LTDA.



Figura 15: Área de Despacho de la Empresa DISTRILIFE CÍA. LTDA.



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Ruiz Pozo Andreina Victoria		DATE: 14 de octubre de 2020		
TOPIC: "Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa Distrilife Cia Ltda."				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT		TOTAL 9	
	7 - 8,9: GOOD			
	5 - 6,9: AVERAGE			
	0 - 4,9: LIMITED			



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Ruiz Pozo Andreina Victoria

Fecha de recepción del abstract: 14 de octubre de 2020

Fecha de entrega del informe: 14 de octubre de 2020

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



EDISON PEÑAFIEL ARCOS
COORDINADOR DEL CIDEN

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: ANDREINA VICTORIA RUIZ POZO **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 0401931035
NIVEL/PARALELO: EGRESADA **PERIODO ACADÉMICO:** 2020B

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "Estudio de factibilidad para la comercialización Internacional de productos naturales de uso medicinal de la empresa DISTRILIFE CIA.LTDA., para aumentar la participación en el mercado"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. REALPE DELGADO OFELIA BEATRIZ
LECTOR: MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVÁN
ASESOR: MSC. GUTIÉRREZ VILLARREAL MILENA DEL ROCÍO

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: VIRTUAL **AULA:** VIRTUAL

FECHA: martes, 9 de febrero de 2021

HORA: 11H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,78
2) Trabajo escrito 2,70
Nota final de PRE DEFENSA 8,48

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el martes, 9 de febrero de 2021

OFELIA BEATRIZ Firmado digitalmente por
OFELIA BEATRIZ REALPE
DELGADO
Fecha: 2021.02.09
12:31:01 -05'00'
MSC. REALPE DELGADO OFELIA BEATRIZ
PRESIDENTE



Firmado digitalmente por
MILENA DEL ROCÍO
GUTIÉRREZ
VILLARREAL

MSC. GUTIÉRREZ VILLARREAL MILENA DEL ROCÍO
TUTOR

JULIO IVAN Firmado digitalmente
por JULIO IVAN LOPEZ
CADENA
Fecha: 2021.02.09
17:40:26 -05'00'
LOPEZ
CADENA
MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVÁN
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones