

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**



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

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

Tema: “Análisis de la internacionalización de las Mipymes y la comercialización de los productos de la microempresa Sábanas Vanessa de Tulcán.”

Trabajo de titulación previa la obtención del  
título de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

AUTORA: Santillán Pucuna Jéssica Andrea

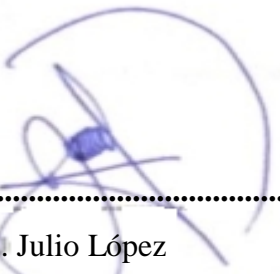
TUTOR: Msc.Julio López

Tulcán, 2021


## CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Santillán Pucuna Jéssica Andrea con el número de cédula 040172007-3 ha elaborado el trabajo de titulación: “Análisis de la internacionalización de las Mipymes y la comercialización de los productos de la microempresa Sábanas Vanessa de Tulcán.”

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. Julio López  
**TUTOR**



f.....  
Msc. Jimmy Valdivieso  
**LECTOR**

Tulcán, 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, Santillán Pucuna Jéssica Andrea con cédula de identidad número 040172007-3 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. 

Santillán Pucuna Jéssica Andrea

AUTORA

Tulcán, marzo de 2021

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Santillán Pucuna Jéssica Andrea declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Análisis de la internacionalización de las Mipymes y la comercialización de los productos de la microempresa Sábanas Vanessa de Tulcán.” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

  
f.....

Santillán Pucuna Jéssica Andrea

AUTORA

Tulcán, marzo de 2021

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradezco a Dios por cuidarme y siempre darme sabiduría en todo lo que realicé durante mi vida estudiantil, por guiarme en cada paso que fui dando día con día y por permitirme alcanzar este logro en mi vida, gracias por ayudarme a culminar mi carrera.

A mi querido padre Germán Oswaldo Santillán Males, este logro es más suyo que mío por siempre haberme apoyado durante mi vida estudiantil, papi gracias por ser mi padre y por haber creído en mi, a pesar de todos los obstáculos que eh tenido, siempre ah estado a mi lado en mis peores momentos, gracias por su apoyo y por todos los consejos que me dio durante mi vida, lo quiero mucho, sin usted no habría podido alcanzar este logro, gracias por la orientación que me ha dado. Agradezco los consejos sabios que en el momento exacto ha sabido darme para no dejarme caer, y por enseñarme que si me caigo debo levantarme una y mil veces y seguir adelante, por ayudarme a tomar decisiones que me ayudaron a balancear mi vida, y sobre todo gracias por nunca darme la espalda sé que usted nunca me dejara y siempre confiara en mi, lo quiero mucho.

A mi madre Lucía Pucuna Pucuna por haberme dado la vida, por sus enseñanzas por la oportunidad que me dio de estudiar, le agradezco por haberme apoyado económicamente para mi formación profesional, no fue sencillo culminar con éxito mi tesis, sin embargo lo logre, le agradezco mucho por su apoyo.

A mi esposo Diego Armando Quishpe García que durante todo este tiempo me brindo su apoyo incondicional día tras día, a pesar de mis locuras siempre estuvo apoyándome durante mi vida estudiantil, también este trabajo se lo dedico a mis dos hermanos Germán Israel Santillán Pucuna y Sarita Pakary Santillán Pucuna, quienes han sido mi inspiración para poder cumplir este logro.

A mi tutor MSc. Julio López y a mi lector MSc. Jimmy Valdivieso quienes han estado siempre predisuestos a brindarme su tiempo y por toda la enseñanza que eh recibido. Estoy muy agradecida por su paciencia y su dedicación para poder culminar mi tesis.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo que realice durante todos estos años se lo dedico a Dios por haberme dado sabiduría y por haberme cuidado durante todo este tiempo, así como también se lo dedico a mis dos grandes amores de mi vida, Germán Santillán y Lucía Pucuna mis padres porque gracias a sus valiosos consejos eh llegado hasta aquí, a ustedes les dedico todos mis éxitos.

## ÍNDICE

I. PROBLEMA.....	18
1.1. Planteamiento del problema .....	18
1.2. Formulación del problema.....	20
1.3. Justificación.....	20
1.4. Objetivos y preguntas de investigación .....	22
1.4.1. Objetivo General.....	22
1.4.2. Objetivos Específicos .....	22
1.4.3. Preguntas de Investigación .....	22
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	23
2.1. Antecedentes investigativos .....	23
2.2. Marco teórico.....	30
2.2.1. Constitución del Ecuador.....	30
Comercio internacional.....	31
Teorías del comercio internacional.....	31
2.2.2 Internacionalización de las mipymes.....	33
2.2.3 Mipymes .....	34
2.2.4 Exportacion.....	34
2.2.5 Negocios internacionales .....	34
2.2.6 Intercambio comercial .....	35
2.2.7 Comercialización .....	35
2.2.8 Marketing internacional.....	35
2.3. Variables.....	36
2.3.1. Variable independiente: Internacionalización de las Mipymes .....	36
2.3.2. Variable dependiente .....	36
III. METODOLOGÍA.....	37
3.1. Enfoque metodológico.....	37

3.1.1. Enfoque cualitativo.....	37
3.1.2. Enfoque cuantitativo.....	37
3.1.2. Tipo de Investigación .....	38
3.2. Hipótesis o idea a defender.....	39
3.3. Definición y operacionalización de variables.....	40
3.4. Métodos utilizados.....	43
3.4.1 Población y muestra de la investigación.....	43
3.4.2. Técnicas para la recolección de datos.....	44
3.5. Análisis Estadístico.....	45
3.5.1 Plan de recolección de información.....	45
3.6. Factores internos.....	50
3.6.1.Factores económicos.....	50
3.7 Factores externos de Colombia, Estados Unidos y Canadá.....	52
3.7.1 Factor económico. ....	52
3.8.1. Factores políticos.....	58
3.9.1. Balanza Comercial.....	61
3.10.1 Acuerdos comerciales.....	63
3.11.1 Factores legales.....	64
3.11.2. Factores geográficos .....	66
3.11.3. Perfil del consumidor.....	68
3.12 Análisis del mercado de destino .....	72
3.12.1. Perfil del consumidor de Colombia .....	72
3.12.2 Segmentación del mercado.....	72
3.12.3. Requisitos para la exportación.....	74
3.13 Producto a exportar.....	74
3.13.1 Clasificación arancelaria.....	74
3.13.2. Descripción del producto.....	75



3.13.3. Etiqueta.....	76
3.13.4. Empaque y embalaje.....	76
3.15 Estudio técnico .....	78
3.15.1. Localización de la microempresa .....	78
3.16. Oferta exportable .....	86
3.17. Análisis situacional interno .....	86
3.17.1. Oferta del producto por parte de la Microempresa Vanessa .....	86
3.17.2. Sectores Oferentes .....	87
3.17.3. Logística de exportación.....	88
3.18. Canal de Distribución .....	89
3.19. Proyecciones de estudio.....	89
3.19.2. Proyecciones de importaciones de Colombia.....	90
3.19.3. Proyecciones de la producción en Colombia.....	91
3.19.4. Consumo Nacional Aparente.....	92
3.19.5. Demanda potencial del producto .....	92
3.19.6. Cobertura del proyecto .....	93
3.19.9. Cubicaje.....	94
3.19.10. Incoterms .....	95
3.19.11. Estimación de ventas .....	96
3.19.12. Ventas mercado internacional Bogotá.....	96
3.20. Estudio económico .....	97
3.20.1. Inversión Inicial.....	97
3.20.2. Capital de Operación .....	98
3.20.1. Proyección del Costo de Materia Prima .....	98
3.20.2. Proyección del Costo de Mano de Obra Directa .....	98
3.20.3. Proyección Costos Indirectos de Fabricación.....	99
3.20.4. Proyección Gastos Administrativos.....	99

3.20.5. Proyección Gastos de Exportación .....	100
3.21. Estructura del financiamiento .....	101
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	102
4.1. Resultados .....	102
4.1.1. Resultados Matriz POAM .....	102
4.1.2. Resultados de la encuesta aplicada a los demandantes del producto de la Ciudad de Bogotá.....	103
4.1.4. Estudio Financiero.....	115
4.2. Discusión.....	118
4.2.1. Análisis PESTEL.....	119
4.2.2. Barreras arancelarias Ecuador – Estados Unidos .....	120
4.2.3. Barreras arancelarias Ecuador – Canadá .....	120
4.2.4. Barreras arancelarias Ecuador – Colombia .....	120
4.2.5. Barreras no arancelarias.....	120
4.2.6. Balanza comercial.....	121
4.2.8. Perfil del consumidor.....	121
4.2.9. Canal de distribución .....	121
4.2.10. Demanda potencial internacional .....	121
4.2.11. Análisis de la competencia .....	122
4.2.12. Análisis de la microempresa Sábanas Vanessa .....	122
4.2.13. Plan logístico de exportación.....	122
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	124
5.1. Conclusiones .....	124
5.2. Recomendaciones.....	125
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	126
V. ANEXOS .....	128

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Lista de los principales importadores .....	47
Gráfico 2 Lista de mercados exportadores .....	48
Gráfico 3 Países importadores de Sábanas .....	49
Gráfico 4 Producto Interno Bruto y PIB Per cápita.....	51
Gráfico 5 Producto Interno Bruto .....	53
Gráfico 6 PIB Per cápita.....	54
Gráfico 7 Inflación.....	55
Gráfico 8 Desempleo .....	56
Gráfico 9 Balanza Comercial Ecuador Estados Unidos .....	61
Gráfico 10 Balanza Comercial Ecuador- Canadá.....	62
Gráfico 11 Balanza Comercial Ecuador – Colombia .....	63
Gráfico 12 Población.....	67
Gráfico 13 Miembros de la familia.....	103
Gráfico 14 Frecuencia de compras .....	104
Gráfico 15 Cantidad de juegos de sábanas .....	105
Gráfico 16 Preferencia de compra .....	106
Gráfico 17 Atención al cliente.....	107
Gráfico 18 Aspectos de decisión de compra .....	108
Gráfico 19 Ingresos promedio para la compra .....	109
Gráfico 20 Apreciación del precio.....	110
Gráfico 21 Tipos de ofertas para la compra .....	111
Gráfico 22 Medios de Comunicación.....	112

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración1 Teorías del comercio internacional .....	31
Ilustración 2 Análisis de la internacionalización .....	33
Ilustración 3 Mapa de la Zona 1 .....	78
Ilustración 4 Instalaciones Sábanas Vanessa.....	78
Ilustración 5 Logotipo de la Empresa.....	79
Ilustración 6 Distribución Sábanas Vanessa.....	79
Ilustración 7 Flujograma del proceso de elaboración de las sábanas térmicas.....	83
Ilustración 8 Organigrama de la Microempresa .....	84

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	40
Tabla 2 Recolección de datos cuantitativos.....	44
Tabla 3 Técnicas para recolección de datos cualitativos .....	45
Tabla 4 Análisis de la partida arancelaria.....	46
Tabla 5 Lista de los principales importadores .....	46
Tabla 6 Lista de los mercados exportadores.....	48
Tabla 7 Lista de mercados importadores .....	49
Tabla 8 Análisis de indicadores económicos.....	50
Tabla 9 Posición arancelaria para textiles .....	52
Tabla 10 Producto Interno Bruto .....	53
Tabla 11 PIN Per cápita.....	54
Tabla 12 Inflación.....	55
Tabla 13 Tasa de desempleo.....	56
Tabla 14 Riesgo país Colombia.....	57
Tabla 15 Riesgo país Canadá.....	57
Tabla 16 Riesgo país Estados Unidos.....	58
Tabla 17 Barreras arancelarias .....	59
Tabla 18 Balanza comercial Ecuador - EEUU. ....	61
Tabla 19 Análisis de la balanza comercial .....	62
Tabla 20 Análisis Balanza comercial Ecuador - Colombia.....	62
Tabla 21 Acuerdos comerciales.....	63
Tabla 22 Normativa Ambiental .....	66
Tabla 23 Población .....	67
Tabla 24 Índice de desempeño logístico.....	68
Tabla 25 Facilidad de negocios .....	68
Tabla 26 Análisis de la matriz Poam .....	70
Tabla 27 Resultados del análisis Poam.....	71
Tabla 28 Segmentación del Mercado .....	73
Tabla 29 Comportamiento y perfil del consumidor.....	74
Tabla 30 Clasificación arancelaria .....	75
Tabla 31 Descripción del producto.....	75
Tabla 32 Información del producto .....	76

Tabla 33 Embalaje y Empaque .....	76
Tabla 34 Maquinaria para la elaboración de Sábanas .....	80
Tabla 35 Matriz FODA.....	81
Tabla 36 Manual de funciones Gerente .....	85
Tabla 37 Manual de funciones Departamento Comercial y Financiero .....	85
Tabla 38 Manual de funciones Departamento de Producción y Empaquetado .....	85
Tabla 39 Manual de funciones Colaboradores .....	86
Tabla 40 Cálculos matemáticos $x*y$ ; $x^2$ .....	90
Tabla 41 Proyección $Y=a +b.x$ (exportación) .....	90
Tabla 42 Cálculos matemáticos $x*y$ ; $x^2$ .....	90
Tabla 43 Proyección $Y=a +b.x$ (Importaciones) .....	91
Tabla 44 Proyección de la producción en Colombia.....	91
Tabla 45 Producción Nacional .....	91
Tabla 46 Consumo Nacional Aparente.....	92
Tabla 47 Demanda potencial del producto .....	92
Tabla 48 Cobertura del proyecto .....	93
Tabla 49 Cubicaje.....	94
Tabla 50 Incoterms .....	95
Tabla 51 Ventas mercado Internacional Bogotá.....	96
Tabla 52 Inversión Inicial.....	97
Tabla 53 Activos Fijos.....	97
Tabla 54 Activos Diferidos.....	97
Tabla 55 Capital de Operación .....	98
Tabla 56 Proyección del Costo de Materia Prima .....	98
Tabla 57 Proyección del Costo de mano de Obra Directa.....	99
Tabla 58 Proyección de Costos Indirectos de Fabricación.....	99
Tabla 59 Proyección de Gastos Administrativos.....	100
Tabla 60 Proyección Gastos de Exportación.....	100
Tabla 61 Financiamiento .....	101
Tabla 62 Miembros de la Familia.....	103
Tabla 63 Frecuencia de compra.....	104
Tabla 64 Cantidad de juegos de sábanas .....	105
Tabla 65 Preferencia de compra .....	106
Tabla 66 Atención al cliente.....	107

Tabla 67 Aspectos de decisión de compra.....	108
Tabla 68 Ingresos promedio para la compra .....	109
Tabla 69 Apreciación del precio.....	110
Tabla 70 Tipos de ofertas para la compra.....	111
Tabla 71 Medios de Comunicación .....	112
Tabla 72 Estado de Resultados .....	116
Tabla 73 Estado de Flujo de Efectivo.....	117
Tabla 74 Valor Actual Neto.....	117
Tabla 75 Tasa Interna de Retorno.....	118

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

Anexo 1: Certificado o Acta del Perfil de Investigación .....	128
Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas .....	129
Anexo 3: Formato de encuesta dirigida a la población de la ciudad de Bogotá.....	131
Anexo 4: Formato de entrevista dirigida al propietario de la Microempresa Sabanas Vanessa de la ciudad de Tulcán.....	134
Anexo 5: Formato de entrevista dirigida al representante del MIPRO Y PROECUADOR de la ciudad de Tulcán.....	136
Anexo 6: Información de producto.....	138
Anexo 7: Análisis de costos y gastos.....	139

## RESUMEN

El presente trabajo investigativo titulado “Análisis de la internacionalización de las Mipymes y la comercialización de los productos de la microempresa Sábanas Vanessa de Tulcán.” tiene como finalidad determinar las oportunidades que existen en mercados extranjeros para los productos de la microempresa, por consiguiente se efectuó diferentes estudios, tales como: el análisis de los mercados de Estados Unidos, Colombia y Canadá considerados alternativas para la exportación de los productos de la microempresa, mediante la matriz POAM se identificó que Colombia reúne las condiciones adecuadas para la exportación, debido a que los aspectos socioeconómicos, políticos, tecnológicos, legales y geográficos de este país fortalecen y generan buenas oportunidades de negocios. La Microempresa Sábanas Vanessa a nivel local es reconocida por entregar al mercado productos de alta calidad a precios acorde a la realidad económica del país, además se estableció que existe la capacidad productiva para poder cubrir la demanda de la ciudad de Bogotá y cuenta con la mayor parte de recursos para invertir y llevar a cabo las negociaciones internacionales. Se efectuó el plan logístico con la finalidad de establecer el proceso adecuado para el transporte de la mercadería en todas sus etapas como embarque, desembarque, almacenamiento, transporte interno, transporte externo, esto permitirá reducir los costos en el rubro exportación que de alguna manera interviene en la rentabilidad de la microempresa y su desenvolvimiento operacional en el mercado extranjero. Con el estudio financiero se planteó las inversiones necesarias para dar inicio a la gestión comercial a nivel internacional cuya inversión inicial asciende a 48.299 dólares, al estructurar los ingresos y gastos mediante la elaboración del estado de resultados se determinó que el proyecto generará utilidad durante la vida productiva comercial. Aplicando los evaluadores financieros que toman en cuenta el valor del dinero a tiempo presente se estableció que el proyecto es factible, ya que genera un VAN de 40.995 dólares y un TIR de 32,78%, por tanto, es recomendable ejecutar el proyecto tomando en cuenta los escenarios analizados.

Palabras claves: Mipymes, internacionalización, comercialización, microempresa

## **ABSTRACT**

The present research work entitled "Analysis of the internationalization of SMBs and the commercialization of the products of the micro-enterprise Sábanas Vanessa of Tulcán." It is held with the purpose of determining the opportunities that exist in foreign markets for the products of the microenterprise. Therefore, different studies were carried out, such as: the analysis of the markets of the United States, Colombia and Canada considered alternatives to export the products of the microenterprise. Through the POAM matrix it was identified that Colombia meets the appropriate conditions to export, because the socioeconomic, political, technological, legal and geographical aspects of this country strengthen and generate good business opportunities. The Sabanas Vanessa Microenterprise at the local level is recognized for delivering high quality products to the market at prices according to the economic reality of the country, it was also established that there is the productive capacity to be able to meet the demand of the Bogota city and has the largest part of resources to invest and carry out international negotiations. The logistics plan was carried out in order to establish the appropriate process for the transport of the merchandise in all its stages such as shipment, disembarkation, storage, internal transport, external transport. This will reduce cost in the item exportation that somehow intervenes in the profitability of the microenterprise and its operational development in the foreign market. With the financial study, the necessary investments were raised to start commercial management at an international level, whose initial investment amounts to \$ 48,299, by structuring the income and expenses through the preparation of the income statement, it was determined that the project will generate profit during the productive life commercial. Applying the financial evaluators that take into account the value of money at present time, it was established that the project is feasible, since it generates a NPV of 40,995 dollars and an IRR of 32.78%, therefore, it is advisable to execute the project taking into account the analyzed scenarios.

**Keywords:** SMBS, internationalization, commercialization, microenterprise



## INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como finalidad determinar las oportunidades que existe en mercados internacionales para los productos de la Microempresa Sabanas Vanessa, aprovechando los acuerdos que son comerciales que mantiene el Ecuador con el resto de los países, los cuales fomentan las exportaciones e importaciones. El trabajo se encuentra plasmado en cinco capítulos.

El capítulo I tiene que ver con “El Problema”, donde se hace referencia al problema de investigación que atraviesa la Microempresa Sabanas Vanessa, con un enfoque holístico que permite relacionar las causas que provocan el problema y las consecuencias, además se justifica la importancia de efectuar el estudio para dar solución a la problemática, también se plantea los objetivos que permiten direccionar el estudio.

En el capítulo II se encuentra la “Fundamentación Teórica”, que contiene los antecedentes de la investigación y el marco teórico. En esta parte se recopila toda la información teórica relacionado al tema que permite contrastar con estudios efectuados anteriormente para poder entender el desarrollo e identificar aportes que fortalezcan el proyecto planteado, además se contextualizó los términos que se utilizaron en la investigación.

El capítulo III hace referencia a la “Metodología”, en esta parte se encuentra detallado el proceso investigativo que se utilizó para poder alcanzar los objetivos planteados, además se estableció las variables con sus respectivos indicadores y las fuentes de información para poder efectuar el análisis del entorno del proyecto.

En el capítulo IV se encuentra “Resultados y la Discusión” del estudio, el cual está conformado por el análisis POAM, el resultado de las encuestas a la población de Bogotá, las entrevistas y todo el análisis del entorno externo e interno del proyecto.

Finalmente, en el último capítulo V corresponde a las “Conclusiones y Recomendaciones” que están relacionadas a cada uno de los capítulos efectuados en proyecto.

## **I. PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Las Mipymes en el Ecuador representan un sector muy importante para el desarrollo del país, debido a que dinamizan la economía a través de la generación de empleo, pero con el apareamiento de eventos inesperados corren el riesgo de desaparecer, por consiguiente deben adaptarse a través de la aplicación de estrategias comerciales y económicas a las nuevas condiciones del mercado provocadas por la pandemia del COVID-19 usando sus fortalezas y debilidades a favor, ofertando mercancías acorde a los gustos, preferencias, además tomando en cuenta la situación actual del consumidor. Las Mipymes son micro, pequeñas y medianas empresas que existen en Tulcán, que se han visto afectadas por la falta de innovación, tecnología y ausencia de maquinaria de alta calidad, que impide a la microempresa ofrecer un producto nuevo y atractivo para el mercado, debido a falta de capacitación de los propietarios de los negocios.

Córdova, (2016), afirma: “Se conoce como microempresa a aquella empresa de tamaño pequeño, que casi siempre es el resultado del esfuerzo de un proyecto de emprendedores, que incluso serán los encargados de administrar y gestionar a la misma” (p.76).

Las microempresas locales carecen de tecnología para realizar un mejor producto y lanzarlo al mercado Internacional; por lo que, su inmersión en un nuevo modelo económico podría posicionarlas dentro del nicho mercantil, coexistiendo con facilidad con las grandes empresas ya sea como proveedores de materia prima o productores a baja escala aportando a la economía local.

En el cantón Tulcán, la falta de visión empresarial de las Mipymes a los procesos de globalización ha ocasionado que muchos emprendimientos no sean sustentables e inclusive les ha dificultado comercializar a nivel local como también a mercados extranjeros, impidiendo que se desarrolle la economía del sector. Los objetivos no están claramente definidos y el mal manejo de los inventarios y la falta de control de calidad empeoran el panorama.

En este mundo globalizado donde la competitividad cada vez es más fuerte, las microempresas deben estar dispuestas a los cambios comerciales, financieros y sociales poder subsistir, debido a que están en constante desventaja; ya que no cuentan con los mismos recursos económicos que las grandes corporaciones, ni contratos benéficos con proveedores importantes dentro del mercado de producción.

Las Mipymes proliferan en el mercado local pero su rentabilidad es muy baja; ya que, no han entrado en el proceso de internalización comercial, lo cual produce recesión económica y dificulta competir con productos extranjeros de bajo costo y adaptación a las exigencias de los consumidores.

Para García (2018):

El comercio exterior hace referencia al intercambio comercial entre dos o más países con economías diferentes, con un origen remoto. Uno de los problemas que enfrentan las Mipymes es el mal trato al cliente debido a que si las microempresas tienen una mala organización lleva una mala atención al cliente, no considerando las necesidades que tiene y las quejas en el diseño del producto o del servicio. (p.5)

Las Mipymes de la ciudad de Tulcán independientemente de sus características están obligadas a implementar nuevas tendencias administrativas, productivas y comerciales, para poder crear productos competitivos de calidad y diseños únicos que permitan satisfacer nuevos nichos de mercados locales e internacionales.

En la actualidad los procesos de internacionalización hacen parte fundamental del desarrollo de las economías, siendo esta una de las claves que tienen las Mipymes para aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas.

La Mipymes Sábanas Vanessa dedica a la producción de sábanas térmicas, para poder internacionalizar y comercializar, necesita elaborar productos competitivos donde la calidad, diseños y precios sean los aspectos que identifiquen a la organización, dentro del ámbito local a través del tiempo la microempresa se ha posicionado con sus productos obteniendo un prestigio en la ciudad de Tulcán, esto le ayudaría a tener una buena adaptación en el mercado internacional.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

La limitada internacionalización de los productos de las Mipymes genera decrecimiento económico de la ciudad de Tulcán.

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

La elaboración de productos de calidad es parte fundamental para el proceso económico que ha venido transformando el mundo, es por ello que las Mipymes deben comprender el complejo desenvolvimiento de relaciones internacionales de tipo económico, comercial, político y social. Esto ha conllevado a que el mercado se vuelva cada vez más competitivo y las microempresas tengan que luchar por conseguir y conservar la mayor cantidad de consumidores para sus productos.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad hacer un análisis de la internacionalización de la Mipymes y la comercialización de la microempresa Sábanas Vanessa de Tulcán, el cual permita obtener información sobre el proceso de fabricar los productos para la comercialización internacional.

Para poder internacionalizar a las Mipymes primeramente es muy importante el cambio de mentalidad de los empresarios ante las nuevas condiciones operativas y comerciales que surgieron con el apareamiento de la pandemia del COVID 19, la utilización de estrategias comerciales innovadores permitirán aprovechar los aspectos positivos que tiene la microempresa hacia la búsqueda de nuevos horizontes comerciales internacionales, donde los desafíos son más fuertes y la única manera de permanecer en el mercado es satisfacer las necesidades mediante productos de buena calidad que se ajusten a la realidad económica de la población.

Con la internacionalización comercial se puede tener una mejor economía para la Mipymes, es decir los nuevos mercados permitirán el crecimiento de la empresa en todos los ámbitos favoreciendo principalmente a los dueños y trabajadores.

Para el caso de la Mipymes Sábanas Vanessa de la ciudad de Tulcán, con el ingreso a mercados extranjeros se generará más empleo, debido a que necesitan personal para poder

fabricar y cumplir con los pedidos de los productos, así como también rentabilidad para los propietarios.

Los beneficiarios directos del estudio son los dueños y empleados de las microempresas del sector textil de Tulcán principalmente de Sabanas Vanessa, debido a que mejoraran sus ingresos por la cobertura operacional y comercial de las empresas. Como beneficiarios indirectos se encuentran los consumidores de los productos de las empresas de esta categoría, así como también la población en general porque de alguna manera los efectos comerciales internacionales generados provocaran dinamismo económico en la ciudad.

El tema es muy importante porque abarca a todo lo que se refiere en cuanto al crecimiento de cualquier microempresa y como se realiza sus actividades económicas de la comercialización, cabe destacar que las Mipymes tienen un espíritu emprendedor es por esto que con esta investigación se desea abrir nuevos pensamientos a sus dueños y a darles nuevas opciones empresariales para que no solo se queden en una idea o en algo que fracaso y se suspendan sus actividades económicas, sino que salgan a comercializar e internacionalizar sus productos con la finalidad de no desaparecer del mercado y del mundo empresarial.

Tomando en consideración los acontecimientos de la actualidad la microempresa Sabanas Vanessa deberá adoptar un pensamiento estratégico comercial grande para poder internacionalizarse en el mercado, y ser reconocida en el extranjero, es por esto que la investigación busca identificar de forma técnica el plan adecuado para internacionalizar y comercializar los productos y dejar la zona de confort de la mayoría de los empresarios de la localidad.

## **1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo General**

Analizar la internacionalización de las Mipymes como alternativa de comercialización de los productos de la microempresa Sábanas Vanessa de Tulcán.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Fundamentar bibliográfica y documentalmente la internacionalización de las Mipymes y la comercialización.
- ✓ Diagnosticar la situación actual del sector textil y de la microempresa Sábanas Vanessa de ciudad Tulcán para la internacionalización de sus productos.
- ✓ Elaborar un plan para la comercialización e internacionalización de los productos de la microempresa Sábanas Vanessa.

### **1.4.3. Preguntas de Investigación**

¿Qué es la internacionalización?

¿Qué es una Mipymes?

¿Cuál es la situación actual de las microempresas del sector textil de la ciudad de Tulcán?

¿Cómo influye la adaptación de la Mipymes Sábanas Vanessa a los procesos de internacionalización?

¿Cómo implementar un plan adecuado para la comercialización e internacionalización de los productos de Sábanas Vanessa?

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En el presente trabajo de estudio denominado “Análisis de la internacionalización de las Mipymes y la comercialización de los productos de la microempresa Sábanas Vanessa de Tulcán” se ha tomado en cuenta artículos científicos, trabajos de grado y proyectos relacionados con el tema a fin de enriquecer la investigación.

Como antecedentes se determinaron las siguientes investigaciones:

#### **Antecedente No. 1**

**Tema:** Innovación en las Mipymes manufactureras de Ecuador y Argentina

En Latinoamérica, el impulso a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) es uno de los principales objetivos de las naciones. En estas condiciones, muchos estudios sobre las pequeñas empresas se han realizado en los países de la región y se ha generado una considerable atención a los aspectos que las caracterizan, con un especial interés en la innovación como un factor clave para la mejora de su competitividad. (Astudillo & Briozzo, 2015, p. 119)

**Fuente:** Scielo

**Tipo:** Artículo científico.

**Autor:** Silvana Astudillo y Anahí Briozzo

**Conclusión:** La internacionalización es el resultado de estrategias donde se consideran recursos y capacidades que tiene la empresa como las oportunidades y las amenazas que tiene el entorno.

**En que aporta a la investigación:** En identificar cuáles son las estrategias de la microempresa Sábanas Vanessa para el desenvolvimiento comercial internacional.

## **Antecedente No. 2**

**Tema:** Estrategias para la internacionalización de las pymes ecuatorianas.

Si es posible que la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas se den de manera exitosa, lo más importante es elaborar una buena estrategia para así no caer en fracaso, elaborar un estudio de mercado realista, estudiar todos los aspectos necesarios y culturales acerca del país donde se desea internacionalizar la pyme, tomar en cuenta hasta el más mínimo factor que ayude a que avance y no se vuelva estática siendo evolutiva y constante, creando nuevos productos que capten la atención del consumidor. (Merizalde, 2018, p. 13)

**Fuente:** Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana

**Tipo:** Artículo científico.

**Autora:** Marlene Merizalde

**Conclusión:** la internacionalización es sumamente importante para cualquier micro empresa para que sus productos puedan salir al mercado y de esta manera ser más reconocidos internacionalmente.

**En que aporta la investigación:** Al internacionalizar los productos que ofrece la Mipymes Sábanas Vanessa se puede generar más ingresos y por ende dinamizar la economía del sector, además conocer cuáles son las estrategias que permitan que la microempresa pueda surgir a un mundo globalizado.

## **Antecedente No. 3**

**Tema:** Caracterización del proceso de internacionalización de las Pymes ecuatorianas

Comercializar los bienes y/o servicios que son generados en territorio ecuatoriano, lo cual se convierte en un indicador de que en el medio de la internacionalización de las PyME del Ecuador, a pesar de que algunas ya han experimentado el relacionamiento con compradores internacionales, todavía hay un camino por recorrer, en donde la articulación



basada en el diálogo y acción pública - pública, privada - privada y pública - privada se convierta en el soporte sobre el cual se levante una estrategia nacional dirigida al fortalecimiento de la capacidad exportadora de la empresa ecuatoriana. (Arguello, 2017, p. 33)

**Fuente:** Revista FIR, FAEDPYME International Review

**Tipo:** Artículo científico.

**Autores:** Andrés Jorge Argüello Salazar

**Conclusión:** la cooperación e innovación exterior es una herramienta importante que se utiliza para desarrollar procesos hacia el bienestar común. Debido a que vincula a dos o a más empresas en un mundo globalizado.

**En que aporta a la investigación:** La microempresa debe estar al día en todo lo que se refiera a la globalización debido a que los procesos de internacionalización ayudan a crecer económicamente de esta manera podrá tener una mejor acogida en el mercado.

#### **Antecedente No. 4**

**Tema:** Estrategias de comercialización.

Adoptar una cultura “estratégica” en comercialización significa analizar los negocios desde lo económico y lo financiero, pero también desde lo simbólico y lo competitivo. La comercialización sí o sí es estratégica, porque el productor debe enfrentar competidores sin saber muchas veces sus objetivos y planes, operar en un mercado que no conoce, y tratar de entender qué quieren los clientes hoy y qué querrán en el futuro. Tiene que combinar ideas, observación, análisis y sentido común y ser capaz de entender la lógica del deseo, que suele ser irracional. (Burin, 2017, p. 11)

**Fuente:** Manual de facilitadores de procesos de innovación comercial

**Tipo:** Artículo científico.

**Autor:** David Burin

**Conclusión:** La comercialización es una estrategia debido a que el productor debe enfrentarse a competidores sin saber muchas veces sus objetivos y planes, conocer el mercado para saber cuáles son los gustos y las preferencias que tiene la población.

**En que aporta a la investigación:** realizar un estudio de mercado para saber cuáles necesidades adquieren productos de la microempresa Sábanas Vanessa.

#### **Antecedente No. 5**

**Tema:** Comercialización y estrategias de ventas

“La importancia de la comercialización radica en la posibilidad de disminuir los costos (terreno, mano de obra, impuestos, distribución, materia prima y provisiones) o incrementar la ventaja frente al cliente” (Zárate, 2016, p. 12).

**Fuente:** Desarrollo económico

**Tipo:** Artículo científico

**Autor:** Carlos Zárate.

**Conclusión:** los mercados son importantes se debe saber cuál es su necesidad y su demanda, para poder vender el producto, satisfaciendo las necesidades de nichos de mercados internacionales.

**En que aporta a la investigación:** La comercialización es sumamente importante en la microempresa Sábanas Vanessa debido a que el trato al cliente es trascendental para el intercambio de bienes y servicios, se debe conocer el mercado al cual va dirigido los productos.

#### **Antecedente No. 6**

**Tema:** Qué es la comercialización.

La comercialización es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor. Siendo el intercambio comercial, la actividad de comprar y vender mercancías entre dos contrayentes, este acto

es fundamental en el comercio y tiene un impacto en el mercado de bienes, servicios y la propiedad intelectual (Fiallos, 2018, p. 23).

**Fuente:** Revista América Económica

**Tipo:** Artículo científico.

**Autor:** Artur Fiallos.

**Conclusión:** La comercialización de productos son actividades que hacen que los productos de una u otra manera lleguen al consumidor final con las mejores expectativas que este requiera.

**En que aporta a la investigación:** La comercialización es importante para que los productos que se comercializan en la microempresa Sábanas Vanessa puedan generar ganancias, es por esto que se debe comprar transportar y vender.

#### **Antecedente No. 7**

**Tema:** Internacionalización de la pyme análisis de recursos y capacidades internas mediante lógica difusa.

“La internacionalización debe considerar el fortalecimiento del entorno empresarial para abordar un proceso de globalización gradual y exigente, tomando el tema de la exportación como el primer paso para posicionarse en el escenario mundial” (Restrepo, 2015, p. 2).

Fuente: sciencedirect

**Tipo:** Artículo científico.

**Autor:** Jorge Aníbal Restrepo.

**Conclusión:** La internacionalización es el fortalecimiento de una empresa desde la más pequeña a la más grande.

#### **En que aporta a la investigación:**

La internacionalización debe estar presente en esta investigación debido a que la microempresa Sábanas Vanessa debe hacer que los productos sean reconocidos en otros lugares, para poder abordar a un proceso de globalización y generar más ingresos.

## **Antecedente No. 8**

**Tema:** ¿Cómo internacionalizar una empresa?

“La importancia que tiene para las empresas el proceso de internacionalización y como este se convierte en una oportunidad de entrar en nuevos mercados y potencializar tanto a aquellas entidades que deciden hacerlo como a las economías nacionales” (Salazar, 2017, p.4).

**Tipo:** Tesis, Universidad Cooperativa de Colombia

**Autor:** Juliana Salazar

**Conclusión:** Es importante la internacionalización en la empresa por qué todo cambia constantemente y todos los productos se hacen cada vez más competitivos, debido a que cada vez se busca nuevos mercados de esta manera las empresas se hacen conocidas y generan mayor rentabilidad.

**En que aporta a la investigación:** Es muy beneficioso conocer sobre el proceso de internacionalización, debido a que se da en todo el mundo por esta razón que la microempresa debe buscar nuevos mercados para internacionalizarse de esta manera ser cada vez más competitivos.

## **Antecedente No. 9**

**Tema:** Estrategias de internacionalización de la empresa.

Cortes (2015) afirma:

La globalización que caracteriza a muchos aspectos de la economía actual, así como el creciente grado de internacionalización de las empresas puede hacer pensar que los factores vinculados a la nación están perdiendo relevancia. Sin embargo, nos encontramos con empresas líderes a nivel internacional en muchos sectores que tienden a concentrarse geográficamente en países determinados o en regiones concretas dentro de los mismos.  
(p.22)

**Tipo:** Tesis Universidad de Alicante

**Autor:** Enrique Claver Cortés.

**Conclusión:** La globalización es sumamente importante al momento de la internacionalización porque abre nuevas fronteras a mercados internacionales en el mundo actual en el que vivimos.

**En que aporta a la investigación:** las estrategias de la globalización en la microempresa Sábanas Vanessa son ineficientes, por tal motivo se deberá implementar estrategias adecuadas a las condiciones actuales para que puede acceder a mercados más grandes, es decir por todo el mundo; por la economía actual, y tomando en cuenta el creciente grado de la internacionalización, en muchos sectores se encuentran empresas líderes que están en todo el mundo esto es gracias a que están enfocadas a un mundo cambiante.

#### **Antecedente No. 10**

**Tema:** La internacionalización

En el mundo globalizado en el que nos encontramos, la internacionalización ya no es una simple elección que puedan hacer las empresas, se ha convertido en una necesidad. Es posible que una empresa no quiera entrar en un mercado exterior, sin embargo, el surgimiento de una empresa de fuera que realice el mismo producto hará que la empresa vea en los mercados exteriores la oportunidad de no quedarse estancada. La internacionalización implica una serie de beneficios, riesgos y dificultades. Es necesaria la utilización de las ventajas competitivas de otros países como las diferencias de los costes unitarios o la disponibilidad de determinados recursos. Además, las empresas buscan la deslocalización de su producción, para situarla en lugares donde los costes son más bajos y así poder tener economías de escala (Castán, 2016, p.41)

**Tipo:** Tesis Universidad de Barcelona

**Autor:** José María Castán Farrero.

**Conclusión:** La mercadería va de un lugar a otro ayudando a que el producto sea reconocido en el mercado.

**En que aporta a la investigación:** La internacionalización en la microempresa Sábanas Vanessa es una necesidad para que sus productos se vendan en el mercado extranjero, es por ello que se debe cambiar la manera de pensar y adquirir nuevas costumbres que ayude a cambiar de pensamiento y abrir nuevos mercados.

## 2.2. MARCO TEÓRICO

### 2.2.1. CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR.

Según Constitución de la Republica del Ecuador (2008) afirma que:

**En el Art. 284 numeral 2** habla que se debe Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional, en el **numeral 8** del mismo artículo habla que se debe propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en el mercado transparente y eficiente. **En el Art. 304 numeral 5**, habla de impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo. **En el 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.

El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

Según (Código Orgánico de la Producción e Inversiones ) afirma que:

En el **Art.4 numeral c** habla de fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas y en el **literal i** dice que se debe impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico **literal p** del mismo artículo, habla de facilitar las operaciones de comercio exterior.

**El Art.93** manifiesta que 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. **Art. 104** dentro del literal **a** dice que la facilitación al Comercio Exterior. Los procesos aduaneros serán rápidos, simplificados, expeditos y electrónicos, procurando el aseguramiento de la cadena logística a fin de incentivar la productividad y la competitividad nacional.

## Comercio internacional

“El comercio internacional es aquella actividad económica que se refiere al intercambio de bienes y servicios entre todos los países del mundo” (González, 2016, p.34).

### Teorías del comercio internacional.

Para Minguez (2015) las teóricas del comercio internacional son:

Ilustración1

*Teorías del comercio internacional*



**Fuente:** Bibliográfica

**Elaborado por:** Jéssica Andrea Santillán Pucuna

### La ventaja absoluta.

Esta teoría fue ideada por Adam Smith que nos dice que un país es capaz de poder exportar un bien en función de la productividad.

## **La ventaja comparativa**

Un país obtendrá ventajas en el comercio internacional, a pesar de que los costes de la producción sean más elevados para otros tipos de productos que están fabricado debido a que este país podrá especificarse en la producción en la que comparativamente sea más eficiente.

## **Teoría del ciclo del producto.**

Minguez (2015) afirma:

La teoría sugiere que en las fases tempranas del ciclo de vida del producto la producción se lleva a cabo en el mismo lugar donde fue inventado y se exporta a países similares en nivel de desarrollo y preferencias de la demanda. En una segunda etapa aparecen copias del producto que se producen en otros países y se introducen en el país de origen.<sup>1</sup> En la tercera etapa, llamada de madurez, el mercado deja de crecer y sólo se mantienen las empresas que logran producir con menores costes. En la cuarta etapa, sólo los países con menor nivel de desarrollo producen y comercializan el producto en su propio territorio. (p.55)

## **Ventaja competitiva Michael Porter**

Las 5 fuerzas de Porter es un modelo de gestión empresarial

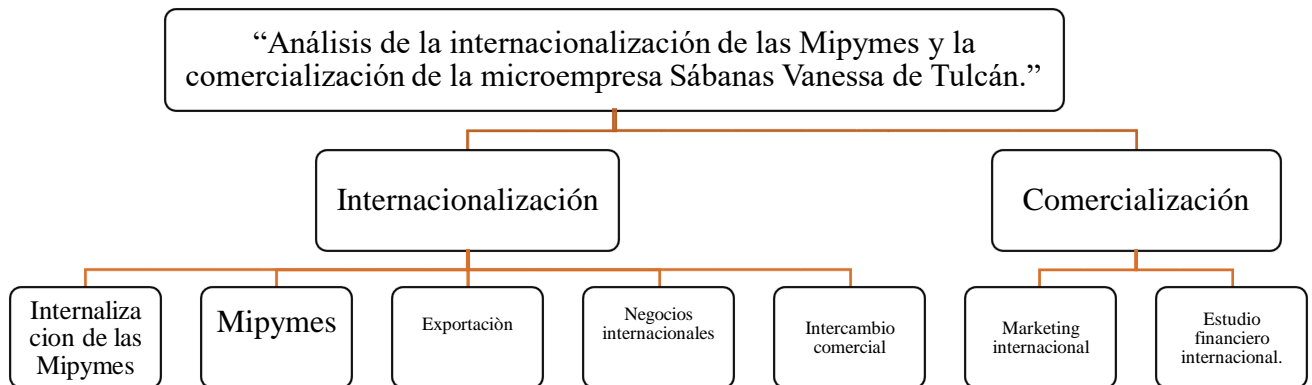
- Poder de negociación de clientes: si dentro del mercado se cuenta con pocos clientes se puede correr el riesgo de que tengan una organización respecto a los precios.
- Rivalidad entre empresas: Es el resultado de la rivalidad de competencia entre una o más empresas.
- Amenaza de los nuevos competidores: Los productos nuevos tienen barreras de entrada al introducirse al mercado.
- Poder de negociación de proveedores: Amenaza con la que cuentan los proveedores en el poder de negociación.



## Fundamentación conceptual.

Análisis de la internacionalización de las Mipymes y la comercialización de la microempresa Sábanas Vanessa de Tulcán.

Ilustración 2  
*Análisis de la internacionalización*



Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

### 2.2.1 INTERNACIONALIZACIÓN

Según Fanjul,( 2017) La internacionalización de la empresa puede definirse:

“Es muy importante en la empresa debido a que en la actualidad engloba todo lo que se refiere a la economía, desde hacer intercambios comerciales hasta conocer nuevas culturas y la diversidad de los gustos que tienen las personas”. (pag.1)

### 2.2.2 INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS MIPYMES

La internacionalización es la libertad que tiene el dinero, el negocio y el comercio al rededor del mundo, también se añaden las comunicaciones y en última instancia las redes sociales a esto, realmente, en las demás cuestiones, cada país tiene sus fronteras sus políticas, su cultura, sus deficiencias, su economía es por ello que debemos fomentar a la microempresa sábanas Vanessa que cambien la manera de ver la vida es decir que nos desarrollemos no solo como microempresa para de esta manera poder generar más economía y hacer conocer los productos que realmente son buenos.

### 2.2.3 Mipymes

Mipymes a aquellas micro, pequeñas y medianas empresas cuyas características están definidas por el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI, como se detalla a continuación: (COPCI, 2015)

- ✓ **Microempresa:** Es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas anuales iguales o menores de cien mil.
- ✓ **Pequeña empresa:** Tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil uno y un millón de dólares.
- ✓ **Mediana empresa:** Tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas entre un millón uno y cinco millones de dólares.

Según Martínez (2017) manifiesta:

Salir a la conquista de los mercados exteriores ya no es solo cuestión de grandes compañías. Muchas empresas medianas y pequeñas se han subido al carro de la globalización como recurso para ganar tamaño, mercados, diversificar riesgos y buscar nuevos clientes y socios. Para una pyme puede ser un proceso complicado ya que no cuenta con los recursos de una gran empresa, pero no es imposible (p.21).

### 2.2.4 EXPORTACION

Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente. (SENAE)

### 2.2.5 NEGOCIOS INTERNACIONALES

La competitividad en los negocios es un factor que impulsa y motiva la creatividad de quien está dedicado al comercio. Mantener el vínculo social y relacionarlo con la

demanda de productos, es una cuestión que se combina con ciertos conocimientos culturales que llevan al éxito la globalización es una apertura comercial (Lopez, 2015, pág. 1)

### **2.2.6 INTERCAMBIO COMERCIAL**

Según (Cervera, 2018) afirma:

Que este planteamiento teórico todavía resulta válido para explicar ciertas parcelas de la realidad comercial del mundo actual, sin embargo, en la medida en que el sistema económico internacional está experimentando un doble e intenso proceso de regionalización económica y de mundialización financiera y comercial, que confluyen en provocar una creciente interdependencia económica real que afecta, en mayor o menor grado a las economías de todos los países, se impone, de forma cada vez más evidente, introducir el análisis que aporta la teoría del comercio internacional.(p.3)

### **2.2.7 COMERCIALIZACIÓN**

(Muñoz, 2015, p. 56). Afirma “que la comercialización es el conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor”

#### **Las 4 P del marketing.**

Para Kotler (2016) el mix de marketing es: producto, promoción, precio y punto de venta

Con las 4P del marketing internacional se puede llegar a más personas dándoles a conocer un producto rentable y de calidad.

### **2.2.8 MARKETING INTERNACIONAL**

Según Retos directivos, (2016) afirma:

Si exportar es la materialización del plan de internacionalización de una empresa, el marketing internacional es el punto de enlace entre los dos pasos, es decir, el cómo se

llevará a cabo la entrada, el posicionamiento y la comercialización de los productos en el mercado que se ha trazado como objetivo. Para ser más precisos, este tipo de marketing se encarga de diseñar estrategias para que un producto elaborado localmente satisfaga las necesidades de un consumidor que se encuentra en un mercado externo. De ahí su vínculo directo con las exportaciones y su aporte a la internacionalización de la marca. (p.1)

## **2.3. Variables**

### **2.3.1. Variable independiente:** Internacionalización de las Mipymes

Proceso mediante las Mipymes desarrollan capacidades para poder realizar negocios por fuera de mercados que se constituyen en su entorno.

### **2.3.2. Variable dependiente:** Comercialización.

Proceso desde el cual el producto sale del establecimiento del productor hasta poder llegar al consumidor.

### **III. METODOLOGÍA**

La metodología que se utilizó para esta investigación está determinada de la siguiente manera:

#### **3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO**

##### **3.1.1. Enfoque cualitativo.**

Según Hernandez, Fernanadez, & Baptista, (2010). “Es un proceso que recolecta, analiza y vincula características cualitativas en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema” (p. 755).

La presente investigación pretende destacar características cualitativas relacionadas a la internacionalización de las Mipymes y la comercialización de productos de la microempresa Sábanas Vanessa de la ciudad de Tulcán, para lo cual se utiliza la entrevista dirigida al dueño de la microempresa objeto de estudio, para recolectar información pertinente que permita analizar y vincular dichos aspectos concernientes.

##### **3.1.2. Enfoque cuantitativo**

Según Hernández Sampieri (2010) “El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base a la medición numérica, y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p.221).

El estudio de la investigación tiene un enfoque cuantitativo debido a que se orienta hacia los factores que influyen en la toma de decisiones para poder saber más sobre la comercialización y la internacionalización de los productos de la Mipymes Sábanas Vanessa, se realizó la interpretación de resultados en la elaboración de tablas y cuadros que permitieron identificar la oferta y demanda de las sábanas térmicas, se realizó la matriz POAM para determinar el mercado objetivo, es indispensable la información bibliográfica de los mercados internacionales.

### **3.1.2. Tipo de Investigación**

#### **Investigación bibliográfica**

La investigación es de tipo bibliográfica, debido a se destacan teorías y conceptos relacionados a la internacionalización y a la comercialización de productos, mismos que se investigaron en libros, artículos científicos, tesis, y páginas web fidedignas, tal como lo indica Campos (2017), “Una investigación bibliográfica o documental es aquella que utiliza textos (u otro tipo de material intelectual impreso o grabado) como fuentes primarias para obtener sus datos” (p.17); dicha información permitió ampliar los conocimientos sobre la temática.

#### **Investigación de campo**

Según Baena (2014) , señala que “Las técnicas específicas de la investigación de campo, tienen como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio. La observación y la interrogación son las principales técnicas que usaremos en la investigación” (p.12).

Para la recolección de información y su respectivo registro, se utiliza la investigación de campo, utilizando técnicas e instrumentos que permitan conocer los gustos y preferencias de las personas, saber cuáles son las características que esperan de un producto al momento de consumirlo.

#### **Investigación descriptiva**

Según Campos (2017), manifiesta que “Su objetivo es especificar las propiedades del objeto o fenómeno que se va a estudiar y dar un panorama lo más exacto posible de éste. Es necesario, por lo tanto, seleccionar los rasgos o conceptos” (p.18).

Este tipo de investigación servirá para describir la realidad presente de la internacionalización de las Mipymes de la microempresa Sábanas Vanessa, para poder recoger datos sobre la base teórica planteada, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyen a la investigación de la internacionalización y la comercialización, obteniendo de esta manera la información necesaria para el desarrollo de la investigación.

### **3.2. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER**

El análisis de la internacionalización de las Mipymes incide en la comercialización de la microempresa sábanas Vanessa de Tulcán.

### 3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1  
*Operacionalización de variables*

<b>Variable independiente</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Informante</b>
		Factores político-legal	Fichaje	Ficha bibliográfica	Bibliografía
Internacionalización	Participación de las Mipymes en el entorno externo.	Barreras arancelaria y no arancelarias	Fichaje	Ficha bibliográfica	Bibliografía
		Aspectos socio-económicos (PIB, IPC, Balanza comercial, etc.)	Fichaje	Ficha bibliográfica	Bibliografía



---

	Mercado internacional	Fichaje	Ficha bibliográfica	Bibliografía
Estudio de mercado internacional	Producto, precio, plaza, promoción, proceso, personas,	Encuesta	Cuestionario	Habitantes del mercado internacional,
	Oferta, producción nacional	Fichaje		-Bibliografía
Análisis mercado - Producto	Demanda insatisfecha Perfil del consumidor.	Fichaje	Ficha bibliográfica	-Habitantes del mercado internacional,
	Competencia	Fichaje	Ficha bibliográfica	-Habitantes del mercado internacional,

---

Variable dependiente	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento	Informante
Comercialización	Entorno Interno Tulcán - Mipymes	Factores económicos	Fichaje	Ficha bibliográfica	Bibliografía
		Producción local	Entrevistas Fichaje	Cuestionario Ficha bibliográfica	Propietario de la Microempresa Sabanas Vanessa. -Bibliografía
	Logística exportable	Mipymes ofertantes	-Entrevistas Fichaje	Cuestionario Ficha bibliográfica	Representante del sector textil de la ciudad de Tulcán -Bibliografía
		-Transporte internacional	Fichaje	Ficha bibliográfica	Bibliografía
		-Incoterms	Fichaje	Ficha bibliográfica	Bibliografía
		Canales de distribución	Fichaje	Ficha bibliográfica	Bibliografía

**Elaborado por:** Jéssica Andrea Santillán Pucuna

### 3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

#### 3.4.1 Población y muestra de la investigación.

La población a investigarse en el presente proyecto está representada por las familias en la ciudad de Bogotá de todos los extractos sociales debido a que el producto es un bien que puede ser adquirido por todos. Por lo tanto, se procedió de la siguiente manera, la población de la ciudad de Bogotá está conformada por 4'907.791 personas, para obtener el número de familias se dividió para el componente familiar (4'907.791/4), obteniendo como resultado 1'226.948 familias, tomando en cuenta que las personas que van a adquirir este producto son las mujeres. La población representada por familias es significativa se procedió a obtener la muestra aplicando la siguiente fórmula.

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

d= Varianza 0,25

Z= Nivel de Confianza

**Datos:**

N = 1'226.948

d<sup>2</sup> = 0,25

Z = 95% 1,96

e = 5%

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (1'226.948)}{(0,05)^2 (1'226.948 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

**n= 384**

Además, en el proyecto se llevó a cabo una entrevista al gerente de la microempresa Sábanas Vanessa en la ciudad de Tulcán la cual proporciona toda la información sobre la producción, elaboración y comercialización de las sábanas térmicas, también se determinó las importaciones realizadas con la partida arancelaria, 6301.40.00.00 que contiene las sábanas térmicas y se determinó a Colombia.

### 3.4.2. Técnicas para la recolección de datos.

#### Cuantitativos

Tabla 2  
*Recolección de datos cuantitativos*

<b>Datos técnicas e instrumentos</b>	<b>Características</b>
<b>Entrevista</b>	Se utilizó la entrevista al gerente de la microempresa Sabanas Vanessa el señor Germán Santillán, así como también al representante del sector textil de la ciudad de Tulcán, con el fin de poder recolectar información de la elaboración y comercialización de los productos.
<b>Encuesta</b>	Se realizó la encuesta a madres de familia en la ciudad de Bogotá por ser quienes adquirieren el producto, con la finalidad de obtener información sobre la dinámica de la demanda de sabanas térmicas.
<b>Fichas bibliográficas</b>	Se utilizaron fichas para cada país, para realizar la matriz POAM.

**Elaborado por:** Jéssica Andrea Santillán Pucuna

## Datos cualitativos

Tabla 3

*Técnicas para recolección de datos cualitativos*

<b>Datos secundarios</b>	Se realizó esta investigación con fuentes fiables para la realización de las dos variables.
<b>Entrevista</b>	Se efectuó una entrevista al Ing. Oscar Ruano, representante de PROECUADOR PROECUADOR, para obtener información sobre los mercados potenciales para la exportación de los productos de la microempresa Sábanas Vanessa, la segunda entrevista se la realizó a la ingeniera Laura Carolina Cadena Representante del MIPRO que proporciono información sobre las normas y requisitos que los textiles necesitan cumplir.

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

### 3.5. Análisis Estadístico

El análisis estadístico se basó principalmente en la recolección de los datos cuantitativos y cualitativos utilizando diferentes técnicas de investigación, como las encuestas, entrevistas y consulta bibliográfica, además utilizó la fuente Trade Map para identificar los tres países importadores que corresponde a la subpartida 6301.40.00.00.

#### 3.5.1 Plan de recolección de información.

Se aplicó la entrevista al dueño de la microempresa Sábanas Vanessa quien facilitó la información relacionada a la microempresa como: cuáles son los procedimientos para la elaboración del producto, como adquiere la materia prima para obtener el producto terminado, precios, conocimiento para exportar, capacitación, y calidad de producto.

Se utilizó información secundaria para obtener datos estadísticos del Ministerio de comercio exterior, Trade Map, Banco Central del Ecuador, Cobus Group, y Datos Mac, con el fin de establecer los aspectos positivos y negativos que tiene que ver con la internacionalización de los productos de la microempresa.

### **Análisis de la partida arancelaria.**

Tabla 4  
*Análisis de la partida arancelaria*

<b>Nombre comercial</b>	Mantas de fibras sintéticas
<b>Partida arancelaria</b>	6301.40.00.00
<b>Sección XI</b>	Mantas textiles y sus manufacturas
<b>Capítulo 63:</b>	Los demás artículos textiles confeccionados, juegos prendería y trapos.
<b>Partida Sistema Armonizado 6301</b>	Mantas
<b>Subpartida Regional 630114000</b>	Mantas de fibras sintéticas (excepto las eléctricas)
<b>Subpartida Nacional 6301400000</b>	Mantas de fibras sintética (excepto las eléctricas)
<b>Descripción.</b>	Mantas de fibras sintéticas (excepto las eléctricas)

**Fuente:** Ecuapass.

**Elaborado por:** Jéssica Andrea Santillán Pucuna

### **Lista de los principales importadores de mantas de fibra sintética en miles de dólares.**

Tabla 5  
*Lista de los principales importadores*

<b>Países importadores de sábanas térmicas de la subpartida: 6301.40 Mantas de fibra sintéticas (exc. Mantas electicas, manteles y colchas, así como artículos)</b>						
<b>País importador</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>Tasa de crecimiento</b>
Estados Unidos	781.359	857.016	934.088	1.186.095	1.312.002	11%
Japón	129.581	142.944	156.549	141.565	143.218	1%

Emiratos Árabes Unidos	82.961	90.269	68.656	128.620	147.795	15%
Alemania	120.684	127.596	130.184	111.523	108.300	-3%
Reino Unido	70.413	78.924	83.392	88.771	95.744	8%
Canadá	57.851	66.048	81.166	85.068	94.147	11%
Brasil	44.102	70.895	79.411	76.812	85.162	11%
Francia	69.244	73.448	76.458	70.852	71.481	1%
Irán	61.384	88.576	47.752	58.982	56.594	-4%
<b>Total, de países</b>	<b>1.417.579</b>	<b>1.595.716</b>	<b>1.657.656</b>	<b>1.948.288</b>	<b>2.114.441</b>	

Fuente: Trade Map

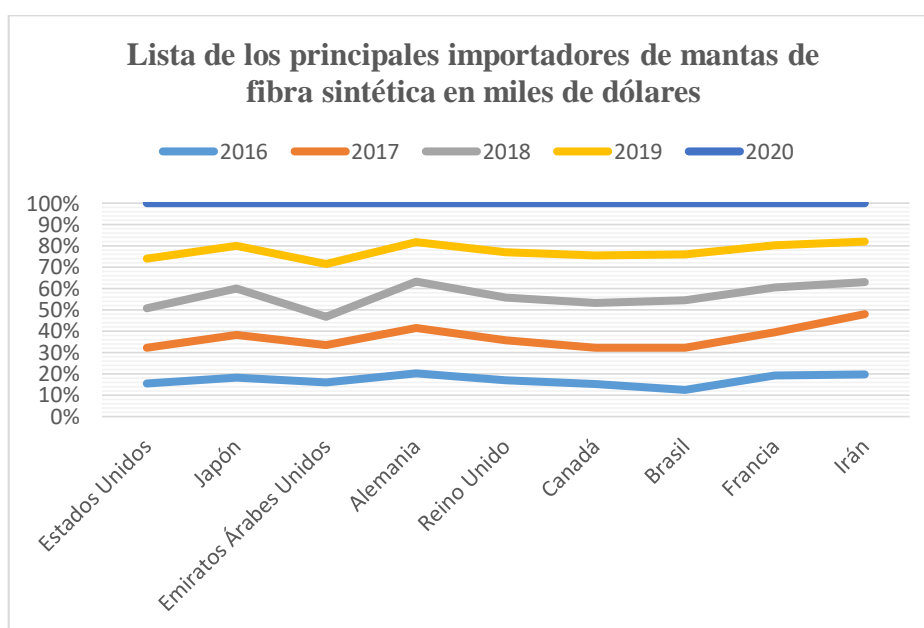


Gráfico 1 *Lista de los principales importadores*  
Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

## Análisis

Se puede observar que los principales países a nivel mundial son muchos, uno de ellos es Estados Unidos, el valor importado en el año 2020 es de \$1.312.002 este valor refleja que las sábanas térmicas, tienen una tasa de crecimiento de 11%, seguido por Japón el valor importado es de 143.218 y con una tasa de crecimiento de 1%, seguidamente de Emiratos Árabes Unidos con un valor de 147.795 y con una tasa de crecimiento de 15%.

La subpartida arancelaria 6301.40.00 contiene a las sábanas térmicas, para establecer posibles mercados se recopiló información de Trade Map sobre el valor de las importaciones mundiales de la subpartida 6301.40 en miles de dólares, y la tasa de crecimiento de Estados

Unidos, Japón y Emiratos Unidos que son los principales países es importaciones de este producto con una tasa de crecimiento de 10%, 1% y 15% respectivamente.

### 3.5.1.2. Lista de los países exportadores de fibras sintéticas exportadas en miles de dólares.

Tabla 6  
Lista de los mercados exportadores

Países exportadores de la subpartida 6301.40					
país exportador	2016	2017	2018	2019	2020
China	2.949.991	3.230.745	3.228.397	3.258.307	3.288.797
Países Bajos	32.374	36.410	39.047	59.614	71.514
Paraguay	29.223	49.677	52.250	50.539	57.158
Alemania	39.101	42.425	40.970	40.775	39.482
Bélgica	32.093	37.163	35.359	31.316	31.455
Polonia	16.610	22.162	28.601	30.623	38.083
España	36.867	33.046	34.272	29.910	28.525
India	31.888	31.703	31.801	26.401	23.760
Estados Unidos de América	15.883	18.654	22.462	25.260	28.130
Turquía	22.232	26.013	20.198	23.797	23.160
Total	3.485.249	3.789.839	3.773.824	3.761.472	3.778.491

Recuperado de: Trade Map, 2021

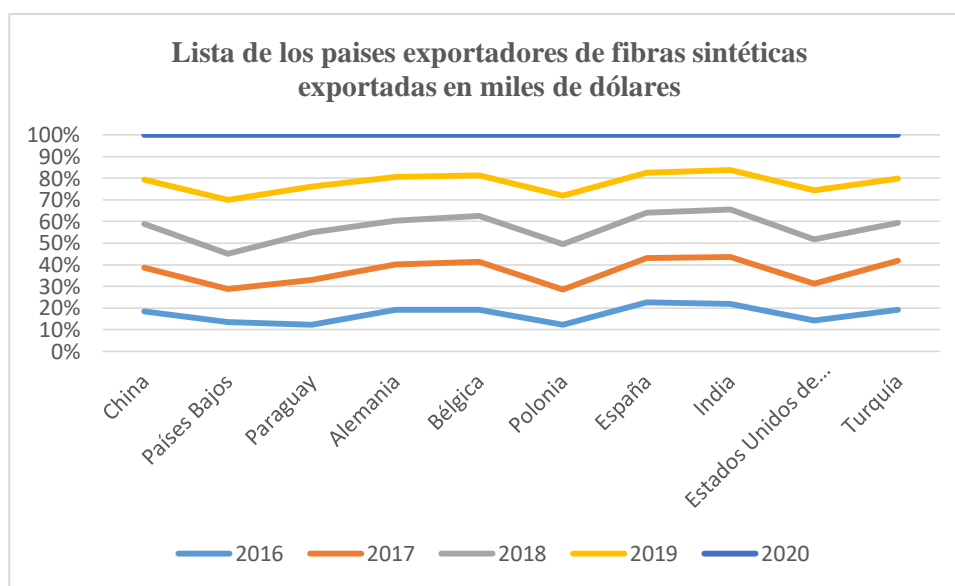


Gráfico 2 Lista de mercados exportadores  
Recuperado de: Trade Map, 2021



## Análisis.

De acuerdo a los datos de Trade Map, se observa el top 10 de los países exportadores de la subpartida 6301.40, China se muestra desde el 2016 hasta el 2020, para el último año se realizó una exportación de \$3.288.797, es un valor alto a comparación de los otros países.

### 3.5.1.3. Lista de los mercados importadores de sábanas térmicas exportadas en Ecuador en miles de dólares.

Tabla 7

*Lista de mercados importadores*

Importadores	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020
Colombia	331	277	132	221	174
Estados Unidos de América	46	59	84	145	195
Canadá	6	18	32	52	94
Australia	1	16	16	14	64
Chile	4	5	9	8	12

Adaptado de: Trade Map,2021

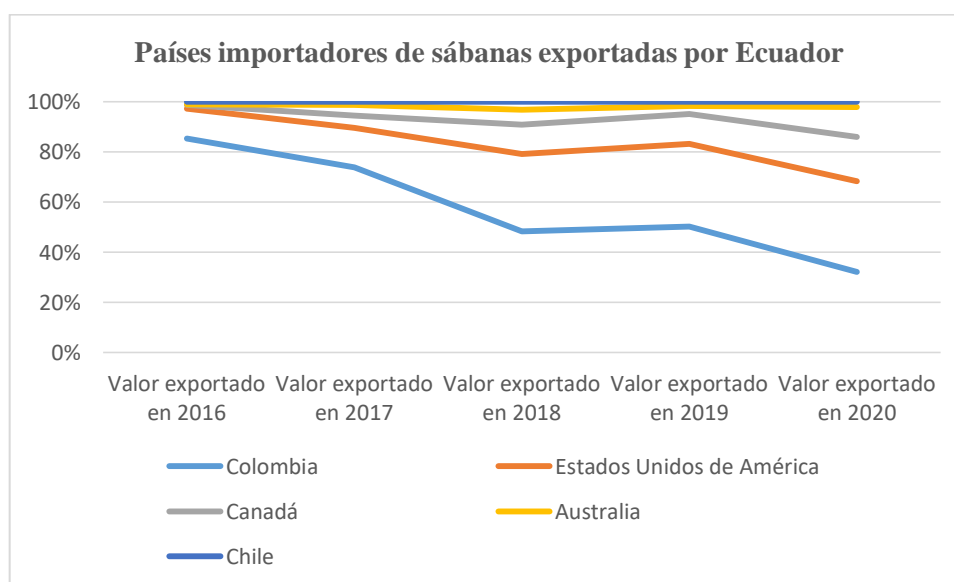


Gráfico 3 Países importadores de Sábanas

## **Análisis.**

En la tabla se detalla que Colombia es el principal importador de fibras sintéticas Ecuatorianas en el año 2020 con un total de 174 miles de dólares es un valor alto respecto a los otros países es muy rentable exportar en este país debido a que a las personas les gusta la calidad y la composición que tienen las mantas sintéticas, esto les lleva a consumirla y dejar a un lado las sabanas normales, como se puede apreciar en la imagen Colombia se posesiona en el primer lugar para exportar el producto, seguido por Estados Unidos de América con una valor de 195 mil dólares que es bajo a comparación de Colombia y por último esta Canadá que tienen un valor bajo a comparación de los dos países anteriores en el año 2020 con un total de 94 mil dólares.

## **3.6. FACTORES INTERNOS**

### **3.6.1. Factores económicos**

#### **3.6.1.1 Situación actual del Ecuador**

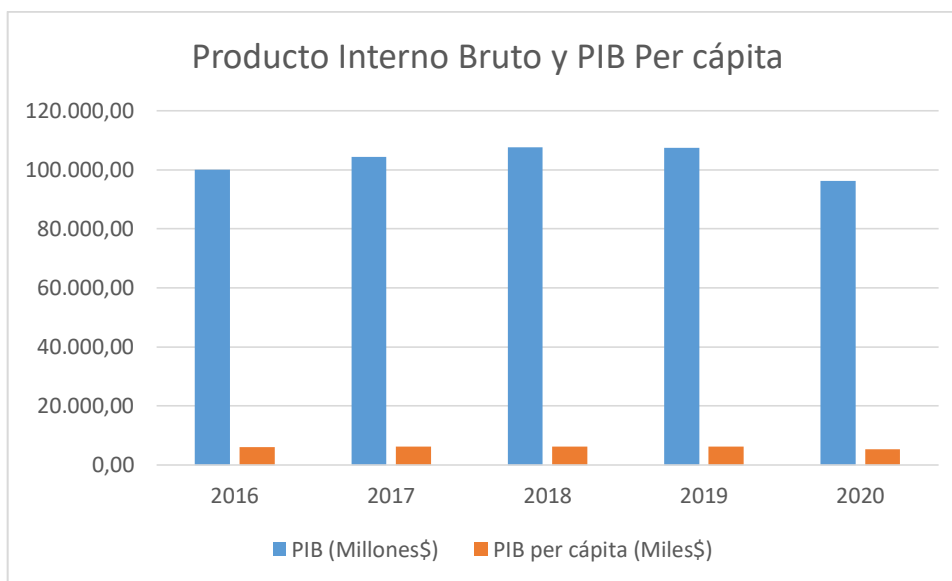
La situación actual del Ecuador si bien la consolidación fiscal en curso ha permitido reducir el déficit del sector público no financiero de un pico de 7,3% del PIB en 2016 a 1,2% en 2019, aún queda muchos desafíos para alcanzar la senda hacia una prosperidad compartida sostenible.

El crecimiento del PIB ha promediado sólo 0,6% entre 2015 y 2019 y la pobreza y el índice de Gini se han mantenido relativamente estables en torno al 22,7% y 0,47 respectivamente desde el 2014. (Banco Mundial, 2019)

Tabla 8  
*Análisis de indicadores económicos*

<b>Años</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
PIB (Millones\$)	99.937,00	104.295,00	107.562,00	107.435,00	96.150,00
PIB per cápita	6.060,00	6.213,00	6.295,00	6.183,00	5.316,00
Tasa de inflación	1,73	0,42	-0,22	0,27	-0,93
Tasa de desempleo	4,59	3,83	3,52	3,97	6,60
Población	16.491.115	16.785.361,	17.084.357	17.376.662	17 509 095

**Fuente:** (Banco Mundial, 2019)



**Gráfico 4** Producto Interno Bruto y PIB Per cápita

**Elaborado por:** Jéssica Andrea Santillán Pucuna

## **Análisis**

### **PIB millones**

De acuerdo a la tabla se puede ver que el Producto Interno Bruto existe una variación entre el año 2016 y el año 2017 mientras que en el año 2018 y 2019 no existe variación debido a que tienen los valores casi similares, para el 2020 decrece.

### **PIB per cápita**

El PIB per cápita es un indicador económico donde se puede medir con la relación que existe entre el nivel de renta de un país población y la riqueza de sus habitantes de un periodo determinado con los datos que se puede visualizar en la tabla se mantiene en el año 2018 y el año 2019 y el 2020 tiene una caída.

### **Tasa de inflación**

La tabla de inflación ha disminuido en el año 2018, se refleja un déficit lo que implica una disminución de precios de los bienes de la población ecuatoriana, así como también en el 2020 por efectos de la pandemia.

### **Tasa de desempleo**

La tasa de población se mantiene para el año 2014 y 2017, pero en el año 2020 se ubica en 6,6.

## **Población**

La tasa población ha ido incrementando en los últimos años en Ecuador entre el año 2016 y 2020 en el último año podemos ver que tienen un total de 17 509 095 habitantes.

## **Factores políticos.**

## **Política económica**

El Ecuador es un país que cuenta con muchos acuerdos comerciales que favorece para realizar exportaciones, otorgando beneficios entre países como las rebajas arancelarias y aduaneras, esto motiva a que las empresas cada vez quieran exportar productos a diferentes partes del mundo.

## **Factores legales**

Tabla 9

*Posición arancelaria para textiles*

<b>Posición arancelaria para textiles</b>	
<b>Sección XI</b>	Materias textiles y sus manufacturas
<b>Capítulo 63</b>	Los demás artículos textiles confeccionados, juegos preñería y trapos.
<b>Partida S. A</b>	<b>6301</b>

**Fuente:** Arancel del Ecuador

## **Proceso para la exportación.**

- ✓ Contar con el RUC
- ✓ Firma digital para el ECUAPASS y Ventanilla Única Ecuatoriana
- ✓ Registrarse como exportador en el Ecuapass. (PROECUADOR,2020)

## **3.7 Factores externos de Colombia, Estados Unidos y Canadá.**

### **3.7.1 Factor económico.**

(Redondo Ramires & Ramos Gonzáles, 2016) Nos dice sobre el factor económico que “El desarrollo económico exige cambios en las técnicas de producción en las actitudes sociales

y en las instituciones. Estos cambios pueden originar el crecimiento económico, el conservadurismo y la represión del cambio es probable que inhiban el crecimiento” (p.13)

### 3.7.1.1 Producto Interno Bruto (PIB)

Gracias al Producto Interno Bruto se puede saber la economía de un país el valor de los bienes y servicios que tiene en un determinado tiempo, gracias a esto cada país puede saber si su economía baja o sube.

Tabla 10  
*Producto Interno Bruto*

Años	Estados Unidos	Colombia	Canadá
2016	18.707.188	282.825.012	1.528.243
2017	19.485.393	311.883.730	1.649.878
2018	20.580.223	333.568.926	1.716.262
2019	21.427.700	323.802.808	1.736.425
2020	22.315.581	332.439.047	1.785.763

Fuente: *Banco Mundial, 2021*

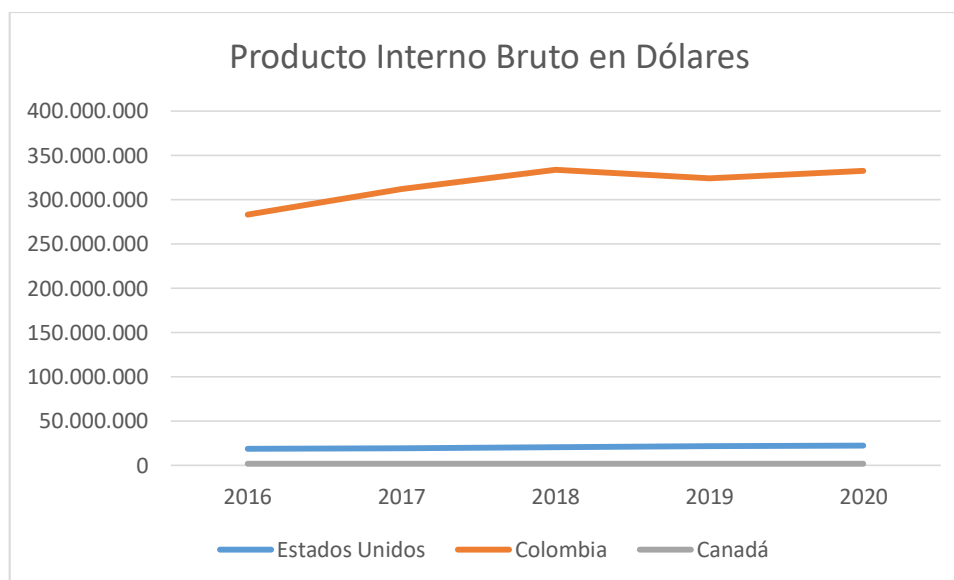


Gráfico 5 *Producto Interno Bruto*

## Análisis

Se tomó en cuenta datos desde el año 2016 hasta el año 2020 en este caso de los tres países, este indicador de cada producto al exportarse, se puede apreciar que el país que más consume es Colombia este país es el que genera mayor rentabilidad económica, le sigue Estados Unidos y Canadá.

Se puede ver que el país más factible es Colombia para poder exportar los productos en este caso las sábanas térmicas.

### 3.7.1.2 PIB Per cápita

Sánchez Galán (2020), dice que “El PIB per cápita, ingreso per cápita o renta per cápita es un indicador económico que mide la relación existente entre el nivel de renta de un país y su población.”

Tabla 11  
*PIB Per cápita*

Año	Estados Unidos	Colombia	Canadá
2016	57.927	5,871	42,322
2017	59.957	6,377	45,148
2018	62.996	6,718	46,313
2019	65.280	6,432	46,194
2020	67.588	4,981	46,901

Fuente: Banco Mundial, 2021

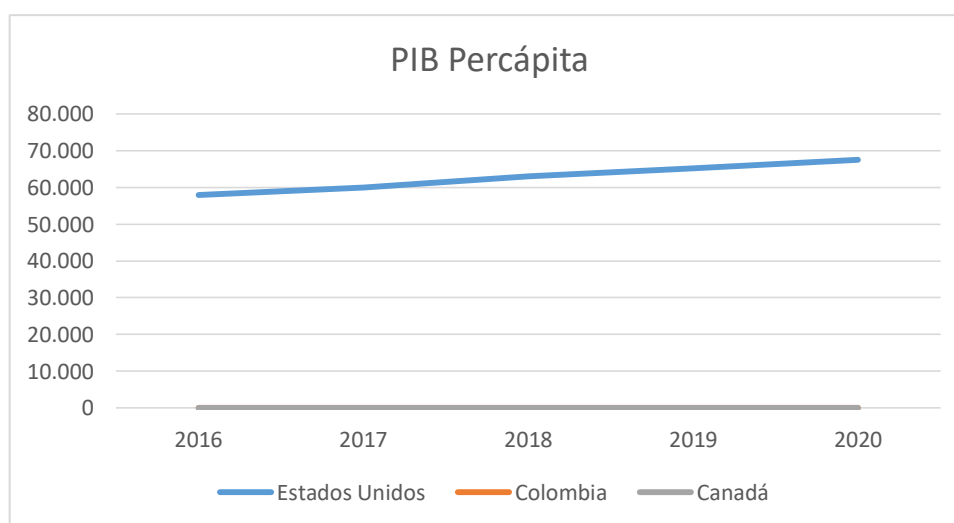


Gráfico 6 *PIB Per cápita*

## Análisis

Se puede apreciar que la cantidad de servicios y bienes en Estados Unidos es alta para el año 2020 es de 67.588 se puede ver que este país va a aumentando paulatinamente, mientras que Canadá tiene un total de 46,901, Colombia muestra un bajo nivel en adquirir productos mientras que Estados Unidos es grande y por eso consume más productos no solo comparándolo con estos dos países sino más bien en el mundo entero.

### 3.7.1.3 Inflación.

Tomando en cuenta que la inflación es aumento de consumir productos en este caso los bienes y servicios en un determinado tiempo, por lo tanto, si la tasa de inflación es alta se adquieren menos bienes.

Tabla 12  
*Inflación*

Año	Estados Unidos	Colombia	Canadá
2016	1,261	7,514	1,428
2017	2,13	4,312	1,596
2018	2,442	3,24	2,268
2019	1,812	3,525	1,949
2020	1,36	1,61	0,29

Fuente: Banco Mundial, 2021

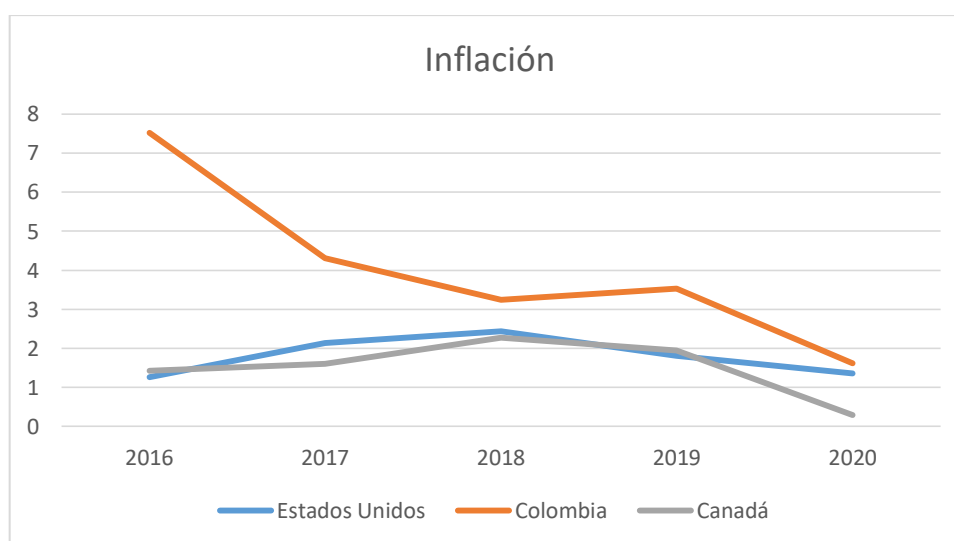


Gráfico 7 *Inflación*

## Análisis

Se ha analizados datos de Estados Unidos Colombia y Canadá, indican que en el año 2019 Colombia es el país que más tiene una inflación alta con el 1,61%, mientras que en Estados Unidos los valores han ido disminuyendo en comparación del año 2017 y Estados Unidos está en segundo lugar en comparación con Colombia con un 1,36%, con esto se determina que Canadá es el país que menos inflación tiene en el año 2020. Colombia es el país con mayor inflación esto quiere decir que si la inflación es alta se adquieren menos bienes por la misma cantidad de dinero, si se tienen un producto al alcance de los colombianos se puede vender y generar rentabilidad.

### 3.7.1.4 Tasa de desempleo

Existe en todo pis por la falta de trabajo y la inseguridad que exite en cada pais, el desempleo es una desajuste grave economico.

Tabla 13  
*Tasa de desempleo*

Año	Estados Unidos	Colombia	Canadá
2016	4,86	8,7	6,99
2017	4,35	8,87	6,34
2018	3,9	9,11	5,83
2019	3,68	9,7	5,56
2020	6,7	13,3	7,47

Fuente: Banco Mundial, 2021

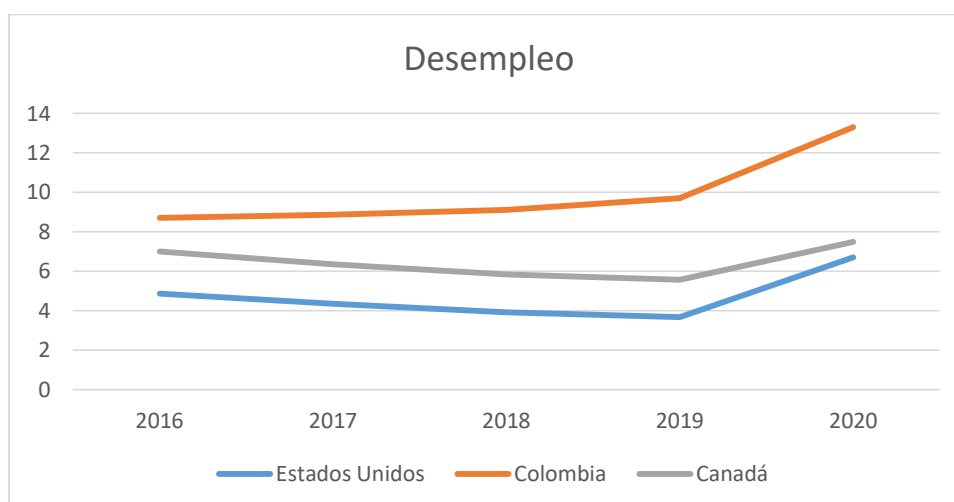


Gráfico 8 Desempleo



## Análisis

Como se puede apreciar en la imagen, Colombia tiene como tasa de desempleo un valor de 13,3% le sigue Canadá con un 7,47% y Estados Unidos con un 6,7% con esto se aprecia que este país muestra una mejor estabilidad económica para todos y cada uno de sus habitantes, también se puede ver que por esta razón las personas emigran a este país debido a que en otros países se puede ver una baja estabilidad económica por parte del gobierno.

### 5.7.1.5 Riesgo país.

Bolaños(2019), dice que “El riesgo país es el grado de probabilidad de que un país incumpla con sus obligaciones en moneda extranjera, de su calificación depende, en gran medida, la inversión extranjera directa a cada nación y en consecuencia su desarrollo”.

Tabla 14  
*Riesgo país Colombia*

<b>Colombia</b>	
<b>Situación política:</b>	Relativamente estable
<b>Economía interna:</b>	
Estado	Favorable
Evolución	Estable
<b>Economía externa:</b>	
Estado	Favorable
Evolución	Estable

Adaptado de: CESCE,2020

Tabla 15  
*Riesgo país Canadá*

<b>Canadá</b>	
<b>Situación política:</b>	Muy estable
<b>Economía interna:</b>	
Estado	Regular
Evolución	Estable
<b>Economía externa:</b>	
Estado	Favorable
Evolución	Estable

Adaptado de: CESCE,2020

Tabla 16  
*Riesgo país Estados Unidos*

<b>Estados Unidos</b>	
<b>Situación política:</b>	Muy estable
<b>Economía interna:</b>	
Estado	Regular
Evolución	Estable
<b>Economía externa:</b>	
Estado	Desfavorable
Evolución	Estable

*Adaptado de: CESCE, 2020*

Análisis.

Estados Unidos tienen una economía muy estable, esto es factible al momento que se realice algún negocio con proveedores de este país, mientras que Colombia tiene una situación relativamente estable y Canadá una economía muy estable.

### **3.8.1. Factores políticos**

Forex (2015), manifiesta que “Los factores políticos tienen también una gran importancia en el precio de las divisas

#### **3.8.1.1. Política Comercial**

Es un conjunto de normas de un país para poder regular las relaciones comerciales con otros países, está influenciado por carácter cultural, social y político.

##### **3.8.1.1.1. Barreras arancelarias**

Impuestos o aranceles que las personas que importan o exportan algún producto deben pagar a las aduanas de entrada y salida de la mercancía.

Tabla 17  
Barreras arancelarias

Estados Unidos	Colombia	Canadá
SGP (Sistema General de preferencias arancelarias)	Arancel preferencial para los países de la CAN 0,00%	Sistema General de Preferencias – SGP
	Derechos a las naciones más favorables 15%	
Ad - Valorem 6%	Preferencia arancelaria regional (ALADI) 10,80%	

Adaptado de: *Banco Mundial, 2019*

Colombia tiene establecidos a los países con ingreso de ropa de cama ecuatoriana sus barreras arancelarias un porcentaje muy bajo, esto es una ventaja para poder exportar a este país, debido a que se ahorraría la tarifa, poniéndola a favor de la microempresa.

### 3.8.1.1.1. Barreras arancelarias de Estados Unidos

Sistema General de Preferencias – SGP

### 3.8.1.1.1.2 Barreras arancelarias de Colombia

Son barreras que cada país tiene en este caso las barreras arancelarias de Colombia son:

- ✓ Derechos a las naciones más favorecidas con el 15%.
- ✓ Arancel preferencial para los países de la CAN con el 0,00
- ✓ Preferencia arancelaria regional (ALADI) 10,80%

### 3.8.1.1.1.3 Barreras arancelarias de Canadá

En el caso específico de Ecuador, si bien no existe un acuerdo comercial, algunos productos que se exportan a este mercado se benefician del Sistema General de Preferencias – SGP-, en vigencia desde 1974 y sujeto a revisiones periódicas. El actual SGP vence en el 2014 y cubre la mayoría de productos a excepción de algunos productos agrícolas regulados como lácteos, avícolas y huevos, así como azúcar refinada, y la mayoría de los textiles, vestimenta y calzado, alimentos procesados, derivados de acero, televisores a color. (Intercambio comercial Ecuador-Canada)

### **3.8.1.1.2 Barreras no arancelarias**

#### **3.8.1.1.2.1 Barreras no arancelarias de Estados Unidos**

Los productos fabricados deben cumplir los estándares estadounidenses, lo que implica una serie de costes potenciales adicionales. Un tercero ha de garantizar sistemáticamente el equipamiento electrónico. Debido a que no hay una fuente central de información sobre los aspectos normativos, es obligatorio buscar de antemano la ayuda de un importador. (SANTANDER)

#### **3.8.1.1.2.2 Barreras no arancelarias de Colombia**

- ✓ Resolución N 1950 Ministerio de Comercio Industria y Turismo.
- ✓ Resolución N 7408 Dirección General de Impuestos y Aduanas
- ✓ Resolución N 388 Ministerio de Comercio Industria y Turismo
- ✓ Concesión de licencias:
- ✓ Decreto N 1299
- ✓ Decreto N 1573 del Ministerio del Comercio Exterior. (Intercambio comercial Ecuador-Canada)

#### **3.8.1.1.2.3 Barreras no arancelarias Canadá**

Canadá toma en cuenta la normativa y reglamentación internacional para la importación de bienes en su territorio para eso cuenta con disposiciones a nivel nacional orientados sobre protección de la salud humana, salud ambiental y seguridad integral de productos

- ✓ Licencias de Importación y exportación
- ✓ Normativas de calidad
- ✓ Medidas Fitosanitarias
- ✓ Medidas sanitarias
- ✓ Normas Técnicas Normas de Calidad
- ✓ Requisitos de origen

### 3.9.1. Balanza Comercial

Cárdenas (2015) nos dice que “La balanza de bienes o balanza de mercancías que refleja la diferencia entre las exportaciones e importaciones de bienes”. (p.8)

Balanza comercial Ecuador – Estados Unidos.

Tabla 18

*Balanza comercial Ecuador - EEUU.*

Año	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones	5.436,10	5.968,40	6.631,30	6.732,90	6.693,49
Importaciones	4.129,30	4.532,00	5.531,20	5.269,80	5.248,37
Balanza Comercial	1.306,80	1.436,40	1.100,10	1.463,10	1.501,82

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2021

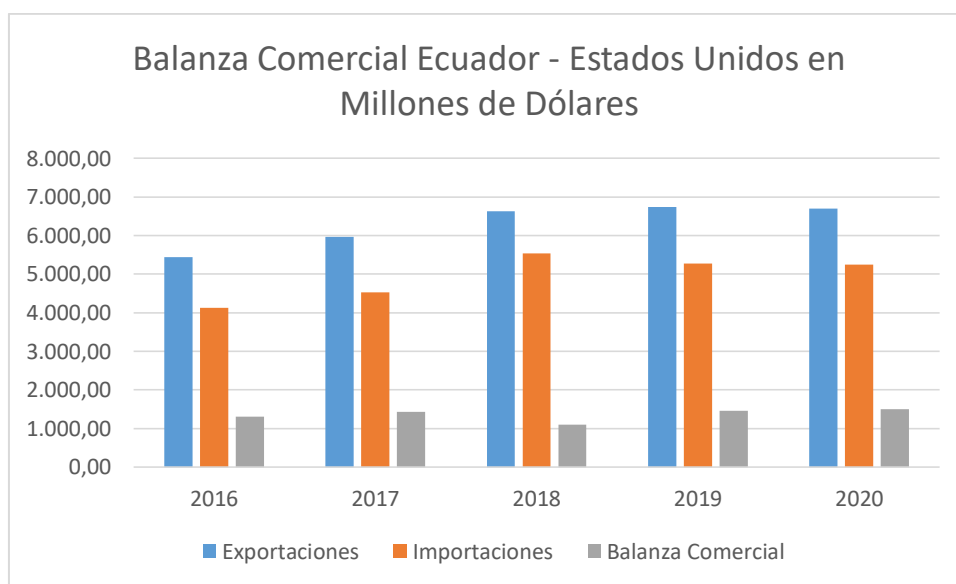


Gráfico 9 Balanza Comercial Ecuador Estados Unidos

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2021

#### Análisis

Estados Unidos y Ecuador mantienen una relación económica como se puede ver en el gráfico desde el año 2016 hasta el año 2020 tanto en exportaciones como en importaciones el total es factible se puede apreciar que para el año 2020 tenemos un total de 1.501,82, se puede decir que el saldo comercial es aceptable durante estos años entre Ecuador y Estados Unidos

Tabla 19  
Análisis de la balanza comercial

Año	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones	77,9	85,2	85,5	81,5	75,70
Importaciones	190,2	217,4	242,1	302,1	316,87
Balanza Comercial	-112,3	-132,2	-156,6	-220,6	-247,14

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2021

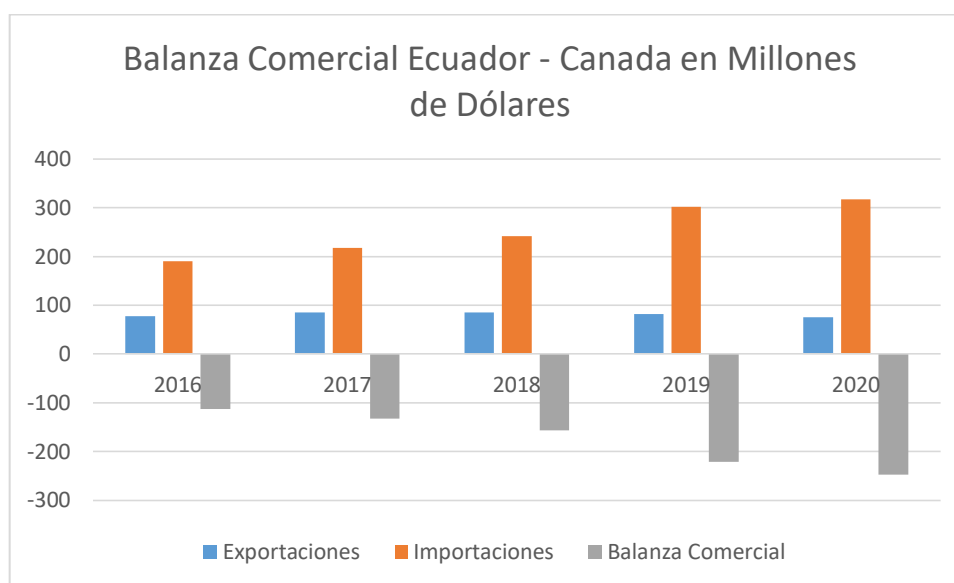


Gráfico 10 Balanza Comercial Ecuador- Canadá

### Análisis

La relación que existe entre Ecuador y Canadá se aprecia que las exportaciones desde el año 2016 hasta el año 2020 ha ido decayendo, para el año 2020 se obtuvo como resultado 75,70, mientras que en las importaciones ha ido aumentando para el año 2020 se aprecia un total de 316,87, se puede observar que no es factible exportar a este país.

Tabla 20  
Análisis Balanza comercial Ecuador - Colombia

Años	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones	810,5	790,9	834,8	855	874,09
Importaciones	1.421,10	1.716,10	1.922,60	1.872,20	1.922,11
Balanza Comercial	-610,6	-925,2	-1.087,80	-1.017,20	-1.080,31

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2021

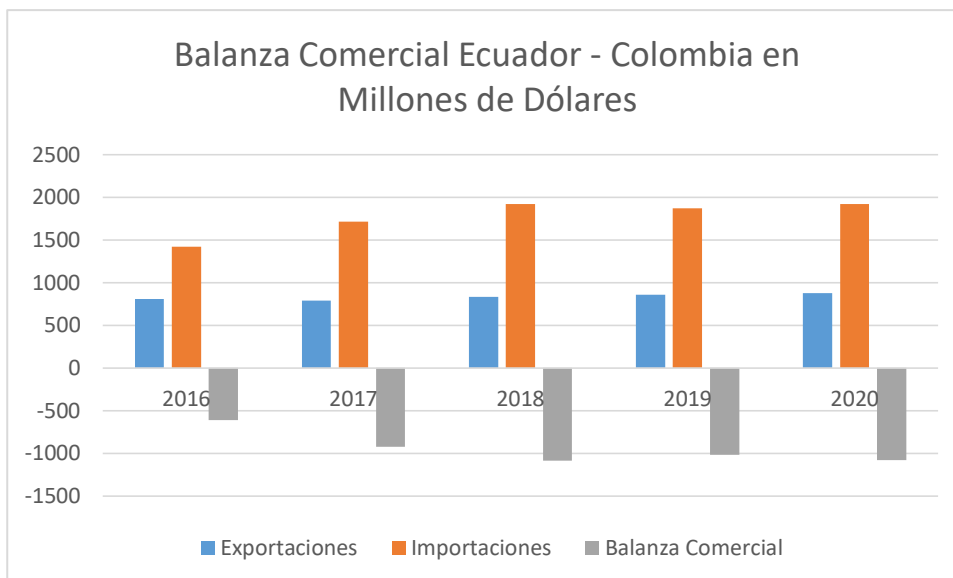


Gráfico 11 *Balanza Comercial Ecuador – Colombia*



### Análisis

La balanza comercial que se puede mirar entre Ecuador y Colombia es -1.080,31 de pero se puede ver que desde el año 2016 hasta el 2018 ha ido aumentando las importaciones con un total de 1.922,60 mientras que las exportaciones igualmente se han mantenido a lo largo de estos años.

#### 3.10.1 Acuerdos comerciales.

Un acuerdo comercial es un pacto o negociación entre dos o más países con el objetivo de armonizar intereses en materia de comercio e incrementar los intercambios entre las partes firmantes (Galindo, 2008).

Tabla 21  
*Acuerdos comerciales*

País	Acuerdo
Estados Unidos 	SGP (Sistema Generalizado de preferencias)
Colombia 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Acta de la reunión del Comité</li> <li>✓ Acuerdo de Reconocimiento Mutuo</li> </ul>

- 
- ✓ Técnico Binacional de Asuntos Económicos y comerciales en el marco de la comisión de la Integración Colombo Ecuatoriana.
  - ✓ CAN

## Canadá



---

Fuente: *Ministerio de Comercio Exterior, 2020*

### 3.11.1 Factores legales

#### 3.11.1.1. Normativa Aduanera

En todos los países se aplican reglamentos de regulación de las mercancías.

##### 3.11.1.1.2 Normativa Aduanera de Estados Unidos

Estados Unidos aplica la tarifa aduanera que está entre las más bajas del mundo 3,5% en promedio. La OMC ofrece un sumario de tarifas aduaneras por país productos lácteos, dulces y confitería, bebidas y tabaco, ropa (Trade Markets, 2020).

##### 3.11.1.1.3 Normativa Aduanera de Colombia

Para Sánchez Julia (2016) la Normativa Aduanera de Colombia dice que:

La eliminación de trámites innecesarios, como la no exigencia de una declaración para los destinos aduaneros o para las operaciones aduaneras especiales de ingreso o de salida del territorio aduanero nacional o para las operaciones de transporte. La eliminación o reducción de las garantías. Las declaraciones anticipadas para regímenes aduaneros diferentes a la importación. (p.16)



### **3.11.1.2 Normativa Aduanera de Canadá**

TFO (2013) dice que:

Canadá participa de varios acuerdos comerciales regionales, bilaterales y multilaterales para bienes y servicios. Estos acuerdos cubren temas como acceso al mercado; inversión; adquisiciones gubernamentales; subsidios; competencia de agricultura y servicios; derechos de propiedad intelectual; solución de disputas; antidumping; y derechos compensatorios. (p.25)

### **3.11.1.3 Normativa tributaria de Estados Unidos**

En el Sistema General de Preferencias Arancelarias se calcula el ad Valorem sobre el valor del coste el seguro y el flete, debemos de tomar en cuenta que en Estados Unidos las reglas son diferentes.

### **3.11.1.4 Normativa tributaria de Colombia**

El control de diferencias que deben llevar los contribuyentes obligados a llevar contabilidad entre sus registros y reportes contables bajo los nuevos marcos de las NIIF y las disposiciones tributarias que permitan llegar a las bases fiscales fiscal tendrá dos componentes esenciales que pueden ser solicitados por la DIAN en cualquier momento: el control de detalle y el reporte de conciliación fiscal.

### **3.11.1.5 Normativa tributaria de Canadá**

Impuestos en América nos dice que “Impuestos de ventas que aplican a la compra de la mayoría de bienes y servicios. El impuesto sobre Bienes y Servicios se aplica a la mayoría de las compras. El impuesto federal sobre las ventas y es del 5%”. (p.85)

### 3.11.1.2. Normativa Ambiental

Tabla 22

*Normativa Ambiental*

<b>Estados Unidos</b>	<b>Canadá</b>	<b>Colombia</b>
<b>Agencia de protección ambiental de Estados Unidos</b>	<b>Ley Canadiense para la Protección del Medio Ambiente</b>	<b>Norma de la biodiversidad Ley 1333 de 2009</b>
Es un programa que previene la contaminación del aire y el agua del desarrollo del medio ambiente.	Consolidó varias leyes ambientales, creó un marco para la gestión de las sustancias tóxicas, otorgó para reglamentar las diversas fuentes de contaminación	Por lo cual se establece el procedimiento sancionatorio ambiental y se dictan otras disposiciones.

**Fuente:** *Gestión Ambiental, 2020*

Los tres países tienen una normativa ambiental que los protege de la mejor manera posible. En Estados Unidos el programa que previene la contaminación del aire y del agua, en Canadá tienen varias leyes ambientales para su país, mientras que Colombia tienen la ley sancionatoria.

### 3.11.2. Factores geográficos

Según Gurisatti (2015) Son el tipo de suelo, la naturaleza del territorio, el microclima con sus temperaturas máximas y mínimas, las lluvias y la luminosidad hasta la amplitud térmica, la latitud y la altitud sobre el nivel del mar.

#### 3.11.2.1. Población

Es un conjunto que se encuentran en un determinado territorio los cuales aumentan cada año en una ciudad o en un país determinado, existen países que tienen más población mientras otros que no tienen mucha.

Tabla 23  
Población

Año	Estados Unidos	Colombia	Canadá
2016	322.941.311	48.171.392	36.109.487
2017	324.985.539	48.901.066	36.543.321
2018	326.687.501	49.648.685	37.057.765
2019	328.239.523	50.339.443	37.589.262
2020	330.168.775	51.069.897	38.076.252

Fuente: Banco Mundial, 2021

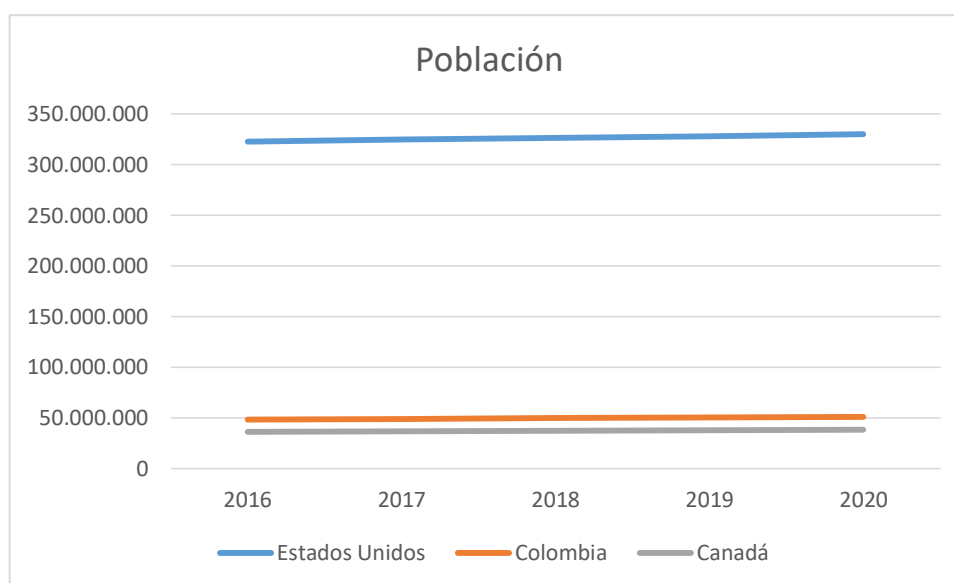


Gráfico 12 Población

Según los datos del Banco Mundial analizando los tres países Estados Unidos es el país que más población tiene con un total de 330.168.775 habitantes en el año 2020, esto quiere decir que demanda más gasto del gobierno para poder atender todas las necesidades básicas que requiere el país, sería un país factible para exportar pero se debe analizar la distancia y los acuerdos que tiene el país al momento de exportar, seguido por Colombia que tiene un total de 51.069.897 habitantes y le sigue Canadá con 38.076.252 habitantes.

### 3.11.2.2. Índice de desempeño logístico

Tabla 24  
*Índice de desempeño logístico*

Estados Unidos	Colombia	Canadá
3,89	2,94	3,73

Fuente: *Banco Mundial, 2020*

Se puede observar que el país más alto es Estados Unidos debido a que es un país muy desarrollado y eso hace que la demanda de los productos crezca también porque en este país tienen puertos que le ayuda a recibir más mercancía de todo el mundo, mientras que Colombia tienen el 2,94 es decir trata de mantenerse solo que se debe buscar buenas estrategias para poder implementar mejor la economía de este país

### 3.11.2.3. Facilidad de negocios

Tabla 25  
*Facilidad de negocios*

Estados Unidos	Colombia	Canadá
6	67	23

Fuente: *Banco Mundial, 2020*

Los datos proporcionados en el Banco Mundial se pueden ver que Estados Unidos ocupa el sexto lugar debido a que es un país grande donde siempre ha existido una demanda de exportaciones e importaciones, seguido por Canadá y Colombia tienen el número 67 puesto que es un país más pequeño el cuál no cuenta con muchas empresas para exportar e importar.

### 3.11.3. Perfil del consumidor

#### 3.11.3.1. Perfil de consumidor de Estados Unidos

Los clientes de Estados Unidos son personas que les gusta mucho los productos y más aún si estos son novedosos y les sirven para momentos que ellos necesiten les gusta la calidad, y sobre todo el precio, la presentación debe ser llamativa y atractiva.

Estados Unidos siempre ha sido y será un mercado potencial debido a la población que tiene esta va en aumento cada año y por esa razón la gente consume más productos, le llama la atención lo novedoso lo que sea útil más en tiempo de invierno donde hace mucho frío y si tienen algo con que cubrirse será muy cómodo para ellos.

### **3.11.3.2. Perfil de consumidor de Colombia**

El comprador colombiano realiza una evaluación de los productos es decir si es más económico es mucho mejor para ellos, siempre y cuando tenga una buena calidad que lo complemente, les atrae algo novedoso y que tenga un buen empaque, si el producto cumple con un buen estándar de calidad las personas lo consumirán de una mejor manera, les gusta los colores llamativos que sean elegantes y que pueda complacer todas las expectativas que requiere.

Sin embargo, se puede ver que el peso colombiano está devaluado, pero las personas colombianas son las que más requieren sábanas térmicas por su composición y porque es llamativo para ellos, por consiguiente, se puede afirmar que, con buenos precios, las personas de Colombia adquirirán los productos para beneficio mutuo.

### **3.11.3.3. Perfil de consumidor de Canadá**

Los compradores de Canadá les atrae productos novedosos que tengan una buena textura y si su precio es cómodo para el cliente, les agrada la calidad de los productos y si su empaque es novedoso ellos comprarán los productos.

## Análisis de la Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

Tabla 26

Análisis de la matriz Poam

PAÍS	Estados Unidos				Colombia				Canadá			
	Oportunidades	Valor	Amenazas	Valor	Oportunidades	Valor	Amenazas	Valor	Oportunidades	Valor	Amenazas	Valor
<b>FACTORES POLÍTICOS LEGALES</b>												
Política comercial	ALTO	3			ALTO	3			BAJO	1		
Barreras arancelarias			MEDIO	2			ALTO	3			BAJO	1
Barrera no arancelarias			MEDIO	2			ALTO	3			BAJO	1
Balanza Comercial	ALTO	3			MEDIO	2			MEDIO	2		
Normativa aduanera	MEDIO	2			ALTO	3			BAJO	1		
Acuerdos comerciales	BAJO	1			ALTO	3			BAJO	1		
SUMA		9		4		11		6		6		2
PROMEDIO		<b>1,3333</b>		<b>0,6667</b>		<b>1,8333</b>		<b>1</b>		<b>1</b>		<b>0,333333</b>
<b>FACTORES ECÓNOMICOS</b>												
PIB	ALTO	3			MEDIO	2			MEDIO	2		
PIB per cápita	MEDIO	2			MEDIO	2			MEDIO	2		
Tasa de desempleo			BAJO	1			BAJA	1			BAJO	1
Inflación			MEDIA	2			BAJA	1			BAJO	1
SUMA		5		3		4		2		4		2
PROMEDIO		<b>1,25</b>		<b>0,75</b>		<b>1</b>		<b>0,5</b>		<b>1</b>		<b>0,5</b>
<b>FACTORES SOCIO CULTURALES</b>												
Hábitos de uso	MEDIO	2			MEDIO	2			BAJO	1		
SUMA		2				2				1		
PROMEDIO		2				2				1		
<b>FACTORES GEOGRAFICOS</b>												
Población	ALTA	3			MEDIO	2			MEDIO	2		
Índice de desempeño logístico	MEDIO	2			ALTO	3			MEDIO	2		
Tamaño del mercado	ALTO	3			MEDIO	2			MEDIO	2		
SUMA		8				7				6		
PROMEDIO		<b>4</b>				<b>4</b>				<b>3</b>		

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

## Análisis de la Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

Tabla 27

*Resultados del análisis Poam*

País	Estados Unidos		Colombia		Canadá	
	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
<b>Resultados análisis</b>						
<b>FACTORES</b>	1,33	0,66	1,83	1	1	0,33
<b>POLÍTICOS Y LEGALES</b>						
<b>FACTORES</b>	1,25	0,75	1	0,5	1	0,5
<b>ECONOMICOS</b>						
<b>SOCIO CULTURALES</b>						
<b>FACTORES</b>	2	0	2	0	1	0
<b>GEOGRÁFICOS</b>	4	0	4	0	3	0
<b>TOTAL</b>	8,58	1,41	8,83	1,5	6	0,83
<b>PROMEDIO</b>	2,145	0,3525	2,2075	0,375	1,5	0,2075
<b>PONDERACIÓN</b>	<b>1,7925</b>		<b>1,8325</b>		<b>1,2925</b>	

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

Se analizó los factores políticos, legales, económicos, culturales y geográficos de Estados Unidos Colombia y Canadá en la matriz POAM, se dio a cada indicador un valor para poder establecer las amenazas y oportunidades, dentro de los siguientes rangos 3= alta, 2=media y 1=baja, se puede observar que la mayor oportunidad de mercado es Colombia con un 1,83, seguido por Estados Unidos con 1,79 y Canadá con 1,29

Se elaboró una tabla de semaforización tomando en cuenta tres colores que son verde como oportunidad, el color amarillo como oportunidad media y el color rojo como una baja oportunidad de establecer negocios.

Se realizó el cálculo sumando todos los totales de cada país para poder saber cuáles son sus oportunidades y amenazas de mercado, obteniendo como país óptimo a exportar a Colombia las sábanas térmicas, siendo un país que se acoge a todos los estándares de negocio que se necesita para poder exportar un producto.

Este país demuestra que es más factible debido a que las barreras arancelarias favorecen y los acuerdos comerciales son beneficioso para nuestro país, a pesar de la devaluación de la moneda si se tiene precios factibles y se establece un mercado potencial el producto será consumido por sus habitantes, también es factible por la distancia que no es tan lejos más bien se ahorraría costos y tiempo al momento de transportar la mercancía al país vecino.

Finalmente, el aparecimiento del Covid 19, ha marcado un antes y un después en la forma de realizar las actividades de las empresas. Los tres países analizados como alternativas para las exportaciones han sufrido grandes cambios conforme avanza la pandemia en el 2020, el impacto comercial de la crisis económica está encaminada hacia un problema mundial. Por consiguiente, a futuro los tratados, acuerdos, normativas comerciales tendrán modificaciones para enfrentar esta nueva realidad.

### **3.12 ANÁLISIS DEL MERCADO DE DESTINO**

#### **3.12.1. Perfil del consumidor de Colombia**

Colombia es un importador de textiles como se pudo ver en las estadísticas de Trade Map, esto es una oportunidad grande para los exportadores de todo el mundo debido a su alta demanda en adquirir productos de calidad y que a la vez sean novedosos, las sábanas térmicas son ideales para los consumidores debido a sus colores y por ser abrigadas y novedosas, más en el tiempo de verano donde hay mucha demanda del producto por el frío.

Las sábanas térmicas cumplen con los requisitos que el consumidor colombiano requiere, siendo de buena calidad y muy novedosas en su presentación, aspectos que toma en cuenta el consumidor del país a exportar al momento de adquirir el producto.

#### **3.12.2 Segmentación del mercado**

Como población objetivo para la comercialización de las sábanas térmicas son los habitantes de Bogotá, debido a que el lugar en estudio es de clima frío, y tomando en cuenta que el producto a comercializar es de un material que abriga mucho a las personas, nace la oportunidad de internacionalizar el producto.



Tabla 28  
Segmentación del Mercado

Factores	
Culturales	Las personas de Bogotá tienen una cultura extrovertida, aquí as culturas de las regiones les gusta la gastronomía de la zona cafetera.
Sociales	El idioma oficial es el español, Bogotá es la capital de Colombia y la ciudad más grande de este país. La estructura familiar está conformada por 4 miembros las mujeres desempeñan la actividad de comprar accesorios para el hogar El producto está dirigido a todas las personas desde niños pequeños, hasta adultos mayores debido a que es una sábana que ayudara a tener una mayor comodidad en el hogar.
Personales	Los habitantes de la ciudad de Bogotá tienen múltiples ocupaciones como profesionales, se dedican al comercio al transporte, entre otros. El estilo de vida de los consumidores es múltiple, a pesar de sus diversos cargos siempre llegan a su hogar a relajarse y sentirse bien después de un duro trabajo.
Psicológicas	La ideología que tienen Bogotá es probar cosas nuevas que estén acorde al perfil del consumidor y si se trata de una sábana que sea llamativa, a un buen precio y de una excelente calidad, los consumidores estarán satisfechos y será bien recibido en los habitantes.
Económicas	El promedio de ingreso de una familia en la ciudad de Bogotá depende debido a sus múltiples trabajos, su economía es de \$238 dólares cada mes.
Población	49.648.685
Área geográfica	1,775 km <sup>2</sup>

**Fuente:** (Kotler & Armstrong)

**Elaborado por:** Jéssica Andrea Santillán Pucuna

De acuerdo a la información obtenida se puede apreciar que Bogotá presenta un clima frío a lo largo del año, está siempre presente el producto, se lo utiliza desde el más pequeño de la casa hasta las personas mayores, debido a que el clima es frío las personas buscan algo novedoso con lo que se sientan cómodos, ellos buscan productos que sean llamativos de buena calidad y sobre todo que el precio sea acorde para poder adquirir un producto y llevarlo a su hogar después de su trabajo

Tabla 29  
*Comportamiento y perfil del consumidor*

<b>Comportamiento del consumidor</b>	<b>Perfil del consumidor y su poder adquisitivo</b>
<p>Los habitantes de Bogotá buscan productos que sean llamativos de buena calidad y sobre todo que tenga un precio accesible al bolsillo del consumidor</p>	<p>Dos tipos de hogares sobresalen en esa región. El primero es el vanidoso, el cual hace un gasto importante en productos de aseo y cuidado personal. Es la segunda región más importante para las compras por catálogo, después de Bogotá, además el 40% de estos hogares se ubican en los niveles socioeconómicos.</p> <p>El segundo son hogares con hijos, con madres y padres solteros. (PORTAFOLIO, 2019)</p>

**Adaptado de:** Portafolio, 2019

### **3.12.3. Requisitos para la exportación**

Colombia es un mercado muy exigente con la calidad del producto y el precio al momento de adquirirlo, dentro de los requerimientos existen reglas como el embalaje y el etiquetado, que es la protección no afecte de ninguna manera al producto, las etiquetas necesitan especificar todo lo relacionado al producto, es obligatorio que en el producto debe contar con el país de origen, tener toda la información como las instrucciones de su uso y la composición que tiene.

## **3.13 PRODUCTO A EXPORTAR**

### **3.13.1 Clasificación arancelaria**

La OMC que asigna el código es importante en la comercialización tanto para el país que exporta como para el país que importa, para saber cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias que debe cumplir las sábanas térmicas al momento de ingresar a Colombia.

Tabla 30  
*Clasificación arancelaria*

<b>Nombre comercial</b>	Mantas de fibras sintéticas
<b>Partida arancelaria</b>	6301.40.00.00
<b>Sección XI</b>	Mantas textiles y sus manufacturas
<b>Capítulo 63:</b>	Los demás artículos textiles confeccionados, juegos prendería y trapos.
<b>Partida Sistema Armonizado 6301</b>	Mantas
<b>Subpartida Regional 630114000</b>	Mantas de fibras sintéticas (excepto las eléctricas)
<b>Subpartida Nacional 6301400000</b>	Mantas de fibras sintética (excepto las eléctricas)
<b>Descripción.</b>	Mantas de fibras sintéticas (excepto las eléctricas)

Adaptado de: OMC, 2020

### 3.13.2. Descripción del producto

El producto que se va a producir en el mercado internacional es sábana térmica, dirigido a todo extracto social, sus medidas son de 2.30 por 1.85 de largo, con colores llamativos con variedad de diseño ya sea para niños o para adultos con la mejor materia prima traída desde Shanghái- China, que satisfaga al cliente al momento de su adquisición.

Tabla 31  
*Descripción del producto*

<b>Ficha técnica</b>	
<b>Producto</b>	Sábanas térmicas, apto para niños adultos y mayores, elaborada con tela poliéster de alta calidad.
<b>Descripción</b>	Es un producto textil para el hogar como es la ropa de cama, con la calidad térmica que abrigue al momento de dormir.
<b>Usos</b>	La sábana térmica se la utiliza en la cama para descanso relajación, también sirven para decorar el hogar y la habitación se vea más colorida y bonita.

Adaptado de: Sábanas térmicas, 2020

Es necesario conocer la información del producto como son las sábanas térmicas para analizar todos los requerimientos que tienen el cliente.

Tabla 32  
*Información del producto*

<b>Nombre comercial del producto</b>	<b>Moneda de transacción</b>	<b>Medida</b>	<b>Valor EX WORD</b>
Sábanas térmicas	Dólares	2.30 por 1,85 de ancho	3,19

Adaptado de: Sábanas Vanessa

### 3.13.3. Etiqueta

La etiqueta es muy importante en un producto debido a que brinda la información necesaria para saber todo sobre lo que compramos o consumimos.

Además, es la extensión que envuelve al producto en una cinta de información útil para el cliente, con la que podrá diferenciar, clasificar, describir y conocer características como el modo de empleo o fecha de elaboración cuando es la caducidad. (3PLS, 2020)

### 3.13.4. Empaque y embalaje

Tabla 33  
*Embalaje y Empaque*

<b>Empaque</b>	<b>Embalaje</b>
La sabana térmica es empacada en una funda plástica para que se pueda apreciar su color al momento de entregarle al consumidor, las dimensiones son de 35 x 4 x 20 cm	Las sábanas térmicas serán embaladas en una caja de cartón corrugado. Las medidas de la caja serán de 0,74 m. de largo, 0,34 m. de alto y 0,45 m. de ancho.

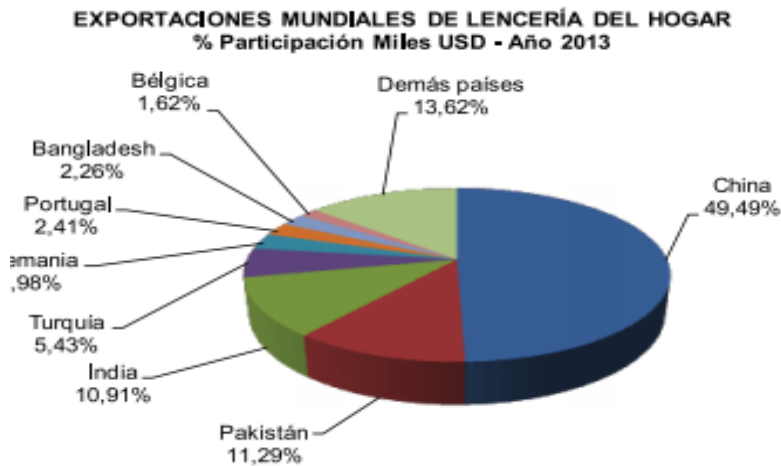


Adaptado de: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

Tomando en cuenta las medidas de la caja y del producto, en cada caja se empacará 32 unidades de sabanas térmicas.

### 3.14. COMPETIDORES DE SÁBANAS TÉRMICAS O LENCERÍA PARA EL HOGAR A NIVEL MUNDIAL

Como se puede en China es el mayor exponente en exportaciones de lencería para el hogar donde se encuentra la ropa de cama.



### 3.15 ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.15.1. Localización de la microempresa

##### 3.15.1.1. Macro Localización

Dentro de la provincia del Carchi se encuentra ubicada en Tulcán, en este sector donde se encuentra la microempresa Sábanas Vanessa.



Ilustración 3 *Mapa de la Zona 1*  
**Adaptado de:** Ministerio de Industrias y productividad

##### 3.15.1.2. Micro Localización

En la ciudad de Tulcán que está en la provincia del Carchi, en la región norte del Ecuador.

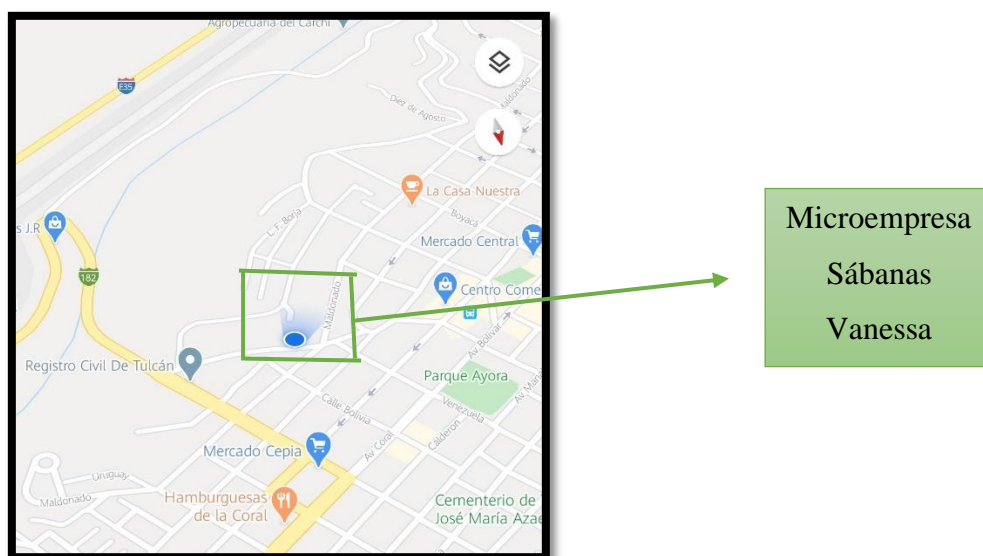


Ilustración 4 *Instalaciones Sábanas Vanessa*  
**Recuperado de:** Google Maps.

### 3.15.1.3. Nombre de la empresa

El señor Germán Santillán es dueño y gerente de la microempresa, es una microempresa dedicada a la elaboración de textiles térmicos y a la comercialización de sus productos, ayudando con generación de ingresos que permiten mejorar la calidad de vida de sus trabajadores. Su denominación comercial es “Sábanas Vanessa”.

### 3.15.1.3. Logotipo de la empresa

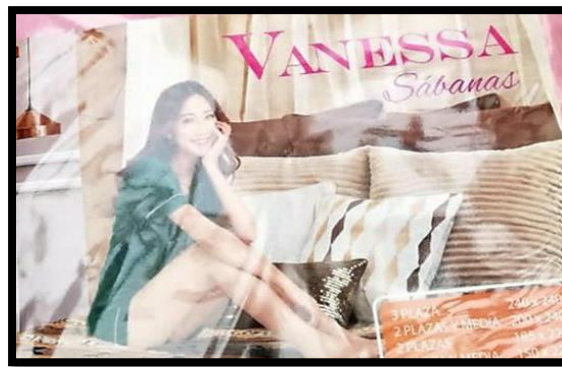


Ilustración 5 Logotipo de la Empresa  
Adaptado de: Sábanas Vanessa, 2020

El logotipo de la microempresa Sabanas Vanessa, tiene una variedad de colchas y colores a su alrededor, con una modelo que ayuda a que se pueda percibir que se siente satisfecha con el producto, la cama es muy cómoda para que se pueda ver que la calidad del producto es muy buena al momento de utilizarlo.

### 3.15.1.4. Distribución Sábanas Vanessa



Ilustración 6 Distribución Sábanas Vanessa

Tabla 34  
 Maquinaria para la elaboración de Sábanas

Nombre maquinaria	Imagen	Descripción
Obtención de materia prima		<p>En esta fase se adquiere la materia prima de China-Shanghái de la empresa DELTEX</p>
Máquina semi manual		<p>En esta fase del procedimiento se va cortando los filos, innecesarios de la tela polar</p>
Maquina cortadora		<p>A continuación, se le da la medida a la sábana térmica que es de 2,30 por 1,85 de largo</p>
Hilado		<p>Se escoge el color de hilo que va acorde al color de la tela térmica, para proceder a cocerle</p>
Maquinaria		<p>Se procede a coser las cuatro piezas de la sábana como son la sabana, sobre sabana y las dos fundas de almohada.</p>



Doblaje		Se dobla las cuatro piezas de la sábana térmica, poder ingresar al empaque que tiene cada unidad.
Empaque y etiquetado		A continuación, se empaca la sábana térmica y se le pone la etiqueta y la marca de la sábana para proceder a su venta al público.

Adaptado de: Sábanas Vanessa

**3.15.1.5. Misión y Visión de Sábanas Vanessa**

**Misión**

Elaborar productos de la más alta calidad, que superen las expectativas de los clientes, en cuanto a la calidad y el diseño de cada producto, comprometidos en dar la mejor confianza a nuestros clientes.

**Visión**

“Ser reconocidos como una microempresa líder en textiles innovadores de excelente calidad, en el 2025 ser una de las mejores microempresas en el país”

**3.15.1.6. Matriz FODA**

Tabla 35  
Matriz FODA

<b>FACTORES INTERNOS</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La originalidad que se refleja en cada sábana térmica le ha otorgado prestigio a la microempresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La microempresa no cuenta con personal capacitado para poder</li> </ul>

- 
- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La microempresa Sábanas Vanessa inicio como un negocio familiar</li> <li>✓ La materia prima es de muy buena calidad.</li> <li>✓ La microempresa posee instalaciones propias que le permiten fabricar sus productos.</li> <li>✓ Se cuenta con capital propio para poder realizar la expansión de la microempresa.</li> </ul> | <p>internacionalizar sus productos en el mercado internacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Las ventas que realizan solo se enfocan localmente</li> <li>✓ Tienen una poca difusión de producto.</li> <li>✓ La microempresa no cuenta con conocimientos logísticos.</li> <li>✓ Escaso conocimiento de realizar negocios internacionales.</li> </ul> |
|--|---|

---

## **FACTORES EXTERNOS**

---

### **OPORTUNIDADES**

- ✓ Existe adaptación en mercados internacionales por las sábanas térmicas
- ✓ Las sábanas térmicas son llamativas y de buena calidad para sus consumidores
- ✓ La microempresa ha participado en ferias como en Cuenca y Atuntaqui dando a conocer su producto
- ✓ Mayor demanda en adquirir este producto en mercados como Colombia, por su calidad y su precio
- ✓ Los turistas de Colombia adquieren el producto por su calidad y precio.

---

### **AMENAZAS**

- ✓ Existe competencia internacional de sábanas térmicas.
- ✓ Existe tela térmica más económica pero que no es de buena calidad
- ✓ Existe un incremento promedio del 8% en la competencia nacional e internacional
- ✓ Existe el contrabando por el hecho de vivir en la frontera.
- ✓ Aumento del precio de la materia prima.

---

**Adaptado de:** *Formato de Investigación, UPEC, 2019*

### 3.15.1.7. Proceso de producción

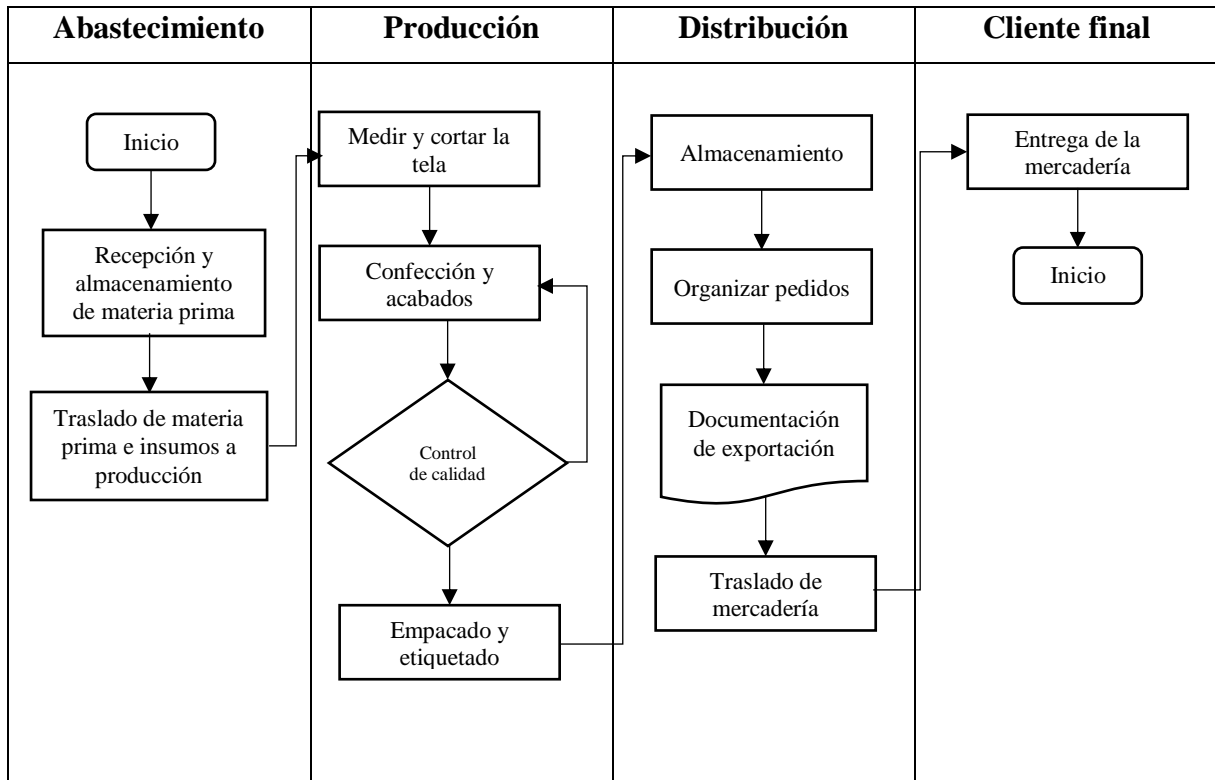


Ilustración 7 Flujograma del proceso de elaboración de las sábanas térmicas

Adaptado de: Estudio Investigado

#### Ficha del Proceso de Producción

<b>NOMBRE</b>	Proceso de Producción	
<b>DEPENDENCIA</b>	Departamento de Producción	
<b>OBJETIVO</b>	Transformación de la materia prima, utilizando los recursos e insumos para confeccionar el producto (sábanas térmicas), para cumplir con los pedidos y la producción planificada.	
<b>ALCANCE</b>	<p><b>Empieza:</b> Al ingresar la materia prima a la maquinaria, es cortada por el personal.</p> <p><b>Incluye:</b> Hacer mediciones y cortar las telas, confeccionar el producto, efectuar el control de calidad, verificando errores en la confección, para luego empacar y etiquetar.</p> <p><b>Termina:</b> Una vez terminada la confección del producto, se empaca para luego comercializar al cliente.</p>	
<b>ENTRADAS Y RESULTADOS DEL PROCESO</b>		
<b>Entradas</b>	<b>Proveedores</b>	
Materia prima	Proveedores (Textilínea, Delltex)	
Orden de pedido		
Maquinaria		
<b>Salida</b>	<b>Clientes</b>	
Producto Terminado	Despacho	
<b>PERSONAL INVOLUCRADO EN EL PROCESO</b>		
<b>Puesto</b>	<b>Función principal</b>	

Gerente General	Administrar la empresa, cumplir y hacer cumplir las políticas y efectuar el seguimiento oportuno a los procesos.	
Operarios	Receptar la materia prima e insumos, confeccionar la prenda textil.	
Contador	Efectuar auditorías internas, seguimiento y control de adquisiciones y gastos de la organización.	
Vendedor	Gestionar la comercialización de los productos terminados en el mercado interno y externo.	
<b>INDICADORES/METAS/RESPONSABLES</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>	<b>Responsable</b>
Nivel de producción Número de metros de metería prima receptados Número de productos terminados	Con base a tiempos planificados	Operarios
Eficiencia	Con base a tiempos planificados	Operarios
Margen de ventas	Con base a número de productos vendidos	Vendedor

### 3.15.1.8. Organigrama de la microempresa

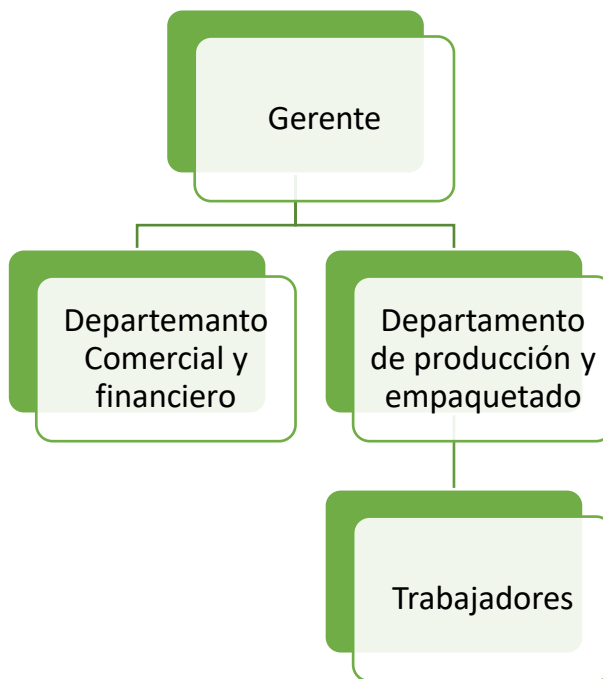


Ilustración 8 *Organigrama de la Microempresa*  
**Adaptado de:** Sábanas Vanessa

### 3.15.1.9. Manuel de funciones

Tabla 36

*Manual de funciones Gerente*

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Denominación del cargo</b>	✓ Gerente
<b>Objetivo principal</b>	✓ Organiza y planea las operaciones de toda la microempresa ✓ Planificar estratégicamente
<b>Funciones</b>	✓ Supervisar al personal que trabaja dentro de la microempresa Sábanas Vanessa

Adaptado de: Sábanas Vanessa

Tabla 37

*Manual de funciones Departamento Comercial y Financiero*

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Denominación del cargo</b>	✓ Jefa de departamento comercio financiero
<b>Objetivo principal</b>	✓ Efectuar actividades encomendadas por el gerente. ✓ Administrar la economía de la microempresa Sábana Vanessa.
<b>Funciones</b>	✓ Administrar los ingresos y los egresos de la microempresa. ✓ Promocionar las sábanas térmicas ✓ Ejecutar todo tipo de negociación.

Adaptado de: Sábanas Vanessa

Tabla 38

*Manual de funciones Departamento de Producción y Empaquetado*

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Denominación del cargo</b>	✓ Empaquetado
<b>Objetivo principal</b>	✓ Controla la producción y el empaquetado de cada sábana térmica.

---

<b>Funciones</b>	✓ Organizar la producción y el empaquetado de los pedidos solicitados
	✓ Manejar el aprovisionamiento de la materia prima.
	✓ Direccionar la confección de las sábanas térmicas
	✓ Supervisar cada producto al momento de su entrega al cliente final.

---

Adaptado de: Sábanas Vanessa

Tabla 39  
Manual de funciones Colaboradores

---

### IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

---

<b>Denominación del cargo</b>	✓ Trabajadores
<b>Objetivo principal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cumplir con cabalidad la eficiencia y eficacia de la elaboración de las sábanas térmicas.</li> <li>✓ Coser la materia prima de la mejor manera, para procesar el producto final.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cumplir de una forma rápida y ordenada los pedidos solicitados.</li> <li>✓ Cuidar cada detalle al momento de realizar el producto.</li> </ul>

---

Adaptado de: Sábanas Vanessa

### 3.16. Oferta exportable

De acuerdo a la investigación exploratoria, la capacidad de producción según el gerente Germán Santillán de la microempresa Sábanas Vanessa produce 100000 sábanas térmicas anualmente al mes 8333 unidades. De ahí que el 79,80 se destinará para la exportación ósea 79980 unidades.

### 3.17. ANÁLISIS SITUACIONAL INTERNO

#### 3.17.1. Oferta del producto por parte de la Microempresa Vanessa

La empresa nació aproximadamente hace 10 años, en sus inicios contaba con tres empleados su capacidad productiva era de unas 1500 unidades al mes, en la actualidad la capacidad productiva asciende a 100000 sábanas al año con el apoyo de empleados distribuidos

en producción y comercialización, se cuenta con la maquinaria y equipo de última generación que permiten elaborar prendas de calidad a bajo precio.

### **3.17.2. Sectores Oferentes**

En la ciudad de Tulcán existen algunos oferentes de los productos, los más importantes son:

#### **Mayoristas**

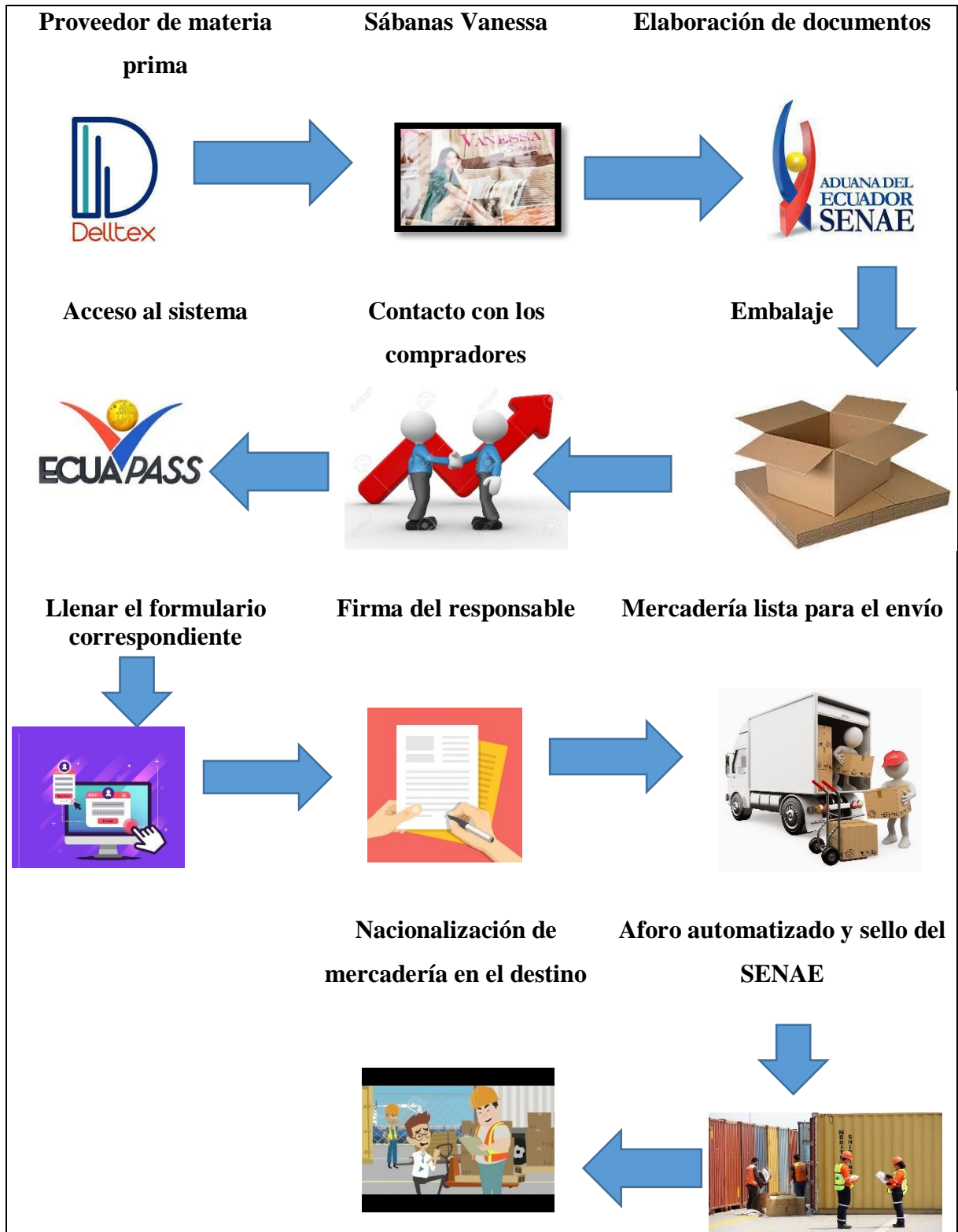
- ✓ Fábrica de sábanas Amanda: Fundada desde hace 53 años<sup>0</sup>, dedicada a la confección de sábanas y cubrecamas, conocida por sus productos duraderos, y por su crecimiento en el mercado.
- ✓ Fábrica de sábanas Rose: Existe desde hace 27 años. Creada con el fin de fabricar juegos de sábanas para la venta y comercialización, ofrece a la clientela productos variados.
- ✓ Fábrica de Sábanas Rosita: Fundada hace 15 años, dedicada a la creación de juegos de sábanas, para venta por detal, luego se expandió y se dedicó a la comercialización al por mayor de juegos de sábanas y cubrecamas.
- ✓ Fábrica de sábanas Loly: Existe desde el año 1997. Se identificó en el mercado de la ciudad de Tulcán desde el año 2005, ofreciendo juegos de sábanas y posteriormente cubrecamas, en varios colores y diferentes modelos.

#### **Minoristas**

- ✓ Fábrica de sábanas Jessica: Fundada en el 2010. Se dedica a la confección minorista de juegos de sábanas y cobijas, para comercializarlas al detal.
- ✓ Fábrica de sábanas el Cuencano: Creada en el 2009, dedicada a la confección de juegos de sábanas para ventas al detal en el Centro Comercial Popular.

### 3.17.3. Logística de exportación

Tabla 40  
Plan Logístico



Adaptado por: Estudio Investigado



### 3.18. Canal de Distribución

El canal de distribución que se utilizará para la comercialización de los productos de la Microempresa es básicamente el indirecto donde interviene el productor y mediante un importador del país destino de la mercancía llegara al cliente final. Además, para hacer conocer y posicional la marca se participará en las ferias textiles de organice la Municipalidad de Bogotá.

### 3.19. PROYECCIONES DE ESTUDIO

Para las proyecciones se aplicó las fórmulas matemáticas tanto de regresión lineal simple y la de los mínimos cuadrados.

$$Y = a + b * x$$

$$a = \frac{\sum y - b * \sum x}{N} \qquad b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

**Donde:**

a = Desviación del origen de la recta (constante)

b= Pendiente de la recta (variable)

x = Representa el número de años

y = Representa la importaciones, exportaciones, producción nacional y población

N = Representa el número total de años

Las proyecciones permitirán determinar la demanda efectiva que existe para el producto de la microempresa Sabanas Vanessa.

#### 3.19.1. Proyecciones de exportaciones de Colombia

Las exportaciones de Colombia en año 2016 fueron de 59419048 unidades llegando a 72224224 unidades en el año 2020.

Tabla 41  
Cálculos matemáticos  $x*y$ ;  $x^2$

Años (x)	Exportación X(-)	$x^2$	$x*y$
1	59419048	1	59.419.048
2	62390000	4	124.780.000
3	65509500	9	196.528.500
4	68784975	16	275.139.900
5	72224224	25	361.121.120

Adaptado de: Estudio investigado

Con base a los datos anteriores se procedió a obtener las proyecciones para los siguientes años de estudio.

Tabla 42  
Proyección  $Y=a +b.x$  (exportación)

Nº Años	Proyección	Exportaciones futuras
6	2021	75.835.435
7	2022	79.627.207
8	2023	83.608.567
9	2024	87.788.995

Adaptado de: Estudio investigado

### 3.19.2. Proyecciones de importaciones de Colombia

Para los cálculos de utilizó información de años pasados para poder aplicar la formulas pertinentes y obtener las proyecciones futuras.

Tabla 43  
Cálculos matemáticos  $x*y$ ;  $x^2$

Años(x)	Importaciones M(+)	$x^2$	$x*y$
1	209285714	1	209.285.714
2	219750000	4	439.500.000
3	230737500	9	692.212.500
4	242274375	16	969.097.500
5	254388094	25	984.098.200

Adaptado de: Estudio investigado

En la tabla siguiente se puede observar que las importaciones ascienden para el año 2021 a 267107499.

Tabla 44  
*Proyección  $Y=a +b.x$  (Importaciones)*

<b>N° Años</b>	<b>Proyección</b>	<b>Importaciones Futuras</b>
6	2021	267.107.499
7	2022	280.462.874
8	2023	294.486.018
9	2024	309.210.319

**Adaptado de:** Estudio investigado

### 3.19.3. Proyecciones de la producción en Colombia

Para la proyección de la producción de Colombia se utilizaron cálculos matemáticos  $x*y$ ;  $x^2$

Tabla 45  
*Proyección de la producción en Colombia*

<b>Años(x)</b>	<b>Producción Nacional</b>	<b><math>x^2</math></b>	<b><math>x*y</math></b>
<b>1</b>	63809524	1	63.809.524
<b>2</b>	67000000	4	134.000.000
<b>3</b>	70350000	9	211.050.000
<b>4</b>	73867500	16	295.470.000
<b>5</b>	77560875	25	306.789.000

**Adaptado de:** Estudio investigado

La proyección de la producción nacional se la obtuvo haciendo referencia a la siguiente fórmula

*Proyección  $Y=a +b.x$  (Producción Nacional)*

Tabla 46  
*Producción Nacional*

<b>N° Años</b>	<b>Proyección</b>	<b>Futura Producción</b>
<b>6</b>	2021	81.438.919
<b>7</b>	2022	85.510.865
<b>8</b>	2023	89.786.408
<b>9</b>	2024	94.275.728

**Adaptado de:** Estudio investigado

### 3.19.4. Consumo Nacional Aparente

En esta parte del proyecto se determinó el consumo de la población en periodos determinados, para esto se procedió a sumar las exportaciones más la producción nacional menos las importaciones del producto ene estudio.

Tabla 47  
*Consumo Nacional Aparente*

<b>Años</b>	<b>X (-) unid</b>	<b>M (+) unid</b>	<b>Producción (+) unid</b>	<b>CNA unid</b>
2016	59419048	209285714	63809524	213676190
2017	62390000	219750000	67000000	224360000
2018	65509500	230737500	70350000	235578000
2019	68784975	242274375	73867500	247356900
2020	72224224	254388094	77560875	259724745
2021	75835435	267107499	81438919	272710983
2022	79627207	280462874	85510865	286346532
2023	83608567	294486018	89786408	300663859
2024	87788995	309210319	94275728	315697052

**Adaptado de:** Estudio investigado

### 3.19.5. Demanda potencial del producto

Se tomó en cuenta la población de Bogotá y el consumo per cápita.

Tabla 48  
*Demanda potencial del producto*

<b>Años</b>	<b>Población total Colombia</b>	<b>Consumo per cápita</b>	<b>Población Bogotá</b>	<b>Demanda Potencial unid</b>
2016	48480000	4,4	4560000	20098255
2017	49682452	4,5	4673102	21103169
2018	50914728	4,6	4789009	22158326
2019	52177569	4,7	4907791	23266242
2020	53471732	4,9	5029519	24429554
2021	54797994	5,0	5154266	25651029
2022	56157152	5,1	5282108	26933583
2023	57550020	5,2	5413120	28280260
2024	58977436	5,4	5547382	29694274

**Adaptado de:** Estudio investigado

### 3.19.6. Cobertura del proyecto

Con respecto a la cobertura del proyecto, corresponde en identificar el nivel de porcentaje que captará la microempresa.

Tabla 49  
*Cobertura del proyecto*

Años	Demanda Potencial unidad	Proyecto	
		(unid)	% de cobertura
2016	20098255	56928	0,283
2017	21103169	63760	0,302
2018	22158326	71411	0,322
<b>2019</b>	<b>23266242</b>	<b>79980</b>	<b>0,344</b>
2020	24429554	89578	0,367
2021	25651029	100327	0,391
2022	26933583	112366	0,417
2023	28280260	125850	0,445
2024	29694274	140952	0,475

**Adaptado de:** Estudio investigado

### 3.19.9. Cubicaje

En esta parte se encuentra determinado el cubicaje, debido a que es importante este análisis para poder transportar la mercadería de manera óptima evitando la pérdida de recursos innecesarios.

Tabla 50  
*Cubicaje*

CALCULO DE CUBICAJE	EMPAQUE / EMBALAJE CAJA	UNIDAD DE CARGA VEHÍCULO	Estimación del espacio	Nº de	Nº de	Nº de	Nº de	Nº de	Nº de
				vehículos NPR 4,8 Ton utilizar envío 0	vehículos NPR 4,8 Ton utilizar envío 1	vehículos NPR 4,8 Ton utilizar envío 2	vehículos NPR 4,8 Ton utilizar envío 3	vehículos NPR 4,8 Ton utilizar envío 4	vehículos NPR 4,8 Ton utilizar envío 5
Nº de unidades	168	1							
Largo mts	0,74	5,9	7						
Alto mts	0,34	2,3	6						
Ancho mts	0,45	2,2	4	14	16	18	20	23	26
volumen total del embarque m3	0,11322	29,85	264						
Peso por unidad kg	0,25	42	168						
Peso total del embarque ton	0,00025	0,04	0,168						

**Adaptado de:** Estudio investigado

### 3.19.10. Incoterms

La tabla que a continuación se encuentra, representa el análisis de los Incoterms es decir los costos generados para la exportación de los productos de la microempresa Sabanas Vanessa, los cuales esta proyectados a cinco años.

Tabla 51 *Incoterms*

<b>INCOTERMS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>VALOR POR UNIDAD COMERCIAL</b>
Costo de embarque	63.834	
<b>EXW</b>	<b>63.834</b>	<b>0,93</b>
Manipulación local X	333	
<b>FCA/FAS</b>	<b>64.167</b>	<b>1,03</b>
Flete Interno	800	
Manipuleo Embarque	672	
Agentes de Aduana	200	
Documentación	14	
Capital e inventario país de origen	115	
Importe Bancario	642	
<b>FOB</b>	<b>66.610</b>	<b>1,07</b>
Flete Internacional	20.342	
<b>CFR</b>	<b>86.952</b>	<b>1,23</b>
Seguro Internacional	1.739	
<b>CIF</b>	<b>88.691</b>	<b>1,26</b>
Capital e inventario Tránsito Internacional	32	
Manipulación descargue	333	
<b>DAT</b>	<b>89.056</b>	<b>1,41</b>
Bodega temporal	90	
Documentación	76	
Agentes Aduaneros	130	
Transporte interno	2.999	
<b>DAP</b>	<b>92.351</b>	<b>1,43</b>
Agentes Aduaneros	11.140	
Capital e inventario país de destino	54	
<b>DDP</b>	<b>103.545</b>	<b>2,16</b>

**Adaptado de:** Estudio investigado

Con los valores obtenidos en el análisis Incoterms, donde están reflejados los costos y gastos para el proceso productivo y comercial se determinó el valor de 4,63 dólares por unidad más una utilidad del 15% dando un precio de venta de 5,33 dólares.

### 3.19.11. Estimación de ventas

Corresponde el determinar la cantidad de producto que la empresa enviará al extranjero. Tomando en consideración que la capacidad de producción de la microempresa Vanessa es de 19995 unidades, la exportación de la efectuará en forma trimestral, por consiguiente, se multiplica por cuatro que son el número de envíos que realizara anualmente la empresa dando una oferta exportable óptima de 79980 unidades para el año 2019.

### 3.19.12. Ventas mercado internacional Bogotá

Para establecer las ventas al mercado internacional de tomó en cuenta la oferta exportable.

Tabla 52

*Ventas mercado Internacional Bogotá*

<b>DATOS</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
OFERTA EXPORTABLE unid.	79.980	89.580	100.380	112.380	125.880	141.000
DEMANDA INSATISFECHA unid	23.266.242	24.429.554	25.651.029	26.933.583	28.280.260	29.694.274
% DE COBERTURA DE LA DEMAMDA	0,344%	0,367%	0,391%	0,417%	0,445%	0,475%
FRECUENCIA DE ENVIO	TRIMESTRAL	TRIMESTRAL	TRIMESTRAL	TRIMESTRAL	TRIMESTRAL	TRIMESTRAL
NUMERO DE ENVÍOS AL AÑO	4	4	4	4	4	4
TAMAÑO DEL ENVÍO Unid.	19.995	22.395	25.095	28.095	31.470	35.250
No. Vehículos NPR 4,8 Ton envío	4	4	5	5	6	7
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN						
UNIDAD COMERCIAL CAJAS POR ENVÍO	625	700	784	878	983	1.102
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN						
EMBALAJES (CAJAS) AL AÑO	2.499	2.799	3.137	3.512	3.934	4.406
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN						
UNIDAD COMERCIAL	79.980	89.580	100.380	112.380	125.880	141.000

**Adaptado de:** Estudio investigado



## 3.20. ESTUDIO ECONÓMICO

### 3.20.1. Inversión Inicial

Para llevar a cabo el proyecto es necesario una inversión inicial de 48.279 dólares distribuida en tres rubros como son: inversión fija, inversión variable e inversión diferida.

Tabla 53  
*Inversión Inicial*

Concepto	Valor
Inversión Fija	12.192
Capital de Operación	34.617
Gastos de Constitución	1.470
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>48.279</b>

**Adaptado de:** Estudio investigado

#### 3.20.1.1. Activos Fijos

La inversión fija de Sabanas Vanessa asciende a 12.192 dólares, distribuida en la remodelación de la infraestructura, maquinaria y equipo, muebles y enseres, y equipo de computación.

Tabla 54  
*Activos Fijos*

Detalle	Valor
Edificios - Infraestructura Remodelación	2.900
Maquinaria y Equipo	3.450
Muebles y Enseres	3.942
Equipo de Computo	1.900
<b>TOTAL</b>	<b>12.192</b>

**Adaptado de:** Estudio investigado

#### 3.20.1.2. Activos Diferidos

El rubro de la inversión diferida es de 1470 dólares.

Tabla 55  
*Activos Diferidos*

Detalle	Valor
Activos Diferidos	1.470
<b>TOTAL</b>	<b>1.470</b>

**Adaptado de:** Estudio investigado

### 3.20.2. Capital de Operación

El capital de operación de Sabanas Vanessa representa al dinero que se necesita contar para los gastos corrientes del funcionamiento de la microempresa.

Tabla 56  
*Capital de Operación*

Concepto	Valor
Costos de Producción	248.285
Gastos Administrativos	7.052
Gastos de Exportación	160.065
<b>Total Costo Anual</b>	<b>415.402</b>
<b>Total Costo Diario</b>	<b>1.154</b>
Ciclo de caja	30
<b>Capital de Operación</b>	<b>34.617</b>

Adaptado de: Estudio investigado

### 3.20.1. Proyección del Costo de Materia Prima

El costo de materia prima comprende el rubro más importante porque está relacionado directamente con el producto a elaborarse, para el cálculo se procedió a multiplicar el número de unidades a confeccionarse por el costo de materia prima a utilizarse.

Tabla 57  
*Proyección del Costo de Materia Prima*

Concepto	Cantidad	Valor Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Materia Prima</b>			<b>195.951</b>	<b>229.216</b>	<b>268.254</b>	<b>313.658</b>	<b>366.936</b>	<b>429.259</b>
Material principal	79.980	2,44	195951	229216	268254	313658	366936	429259

Adaptado de: Estudio investigado

### 3.20.2. Proyección del Costo de Mano de Obra Directa

La microempresa para efectuar las actividades requiere el personal operativo que efectuará sus labores en el área de producción, el costo por mano de obra directa asciende a 48.734 dólares.

Tabla 58  
*Proyección del Costo de mano de Obra Directa*

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Mano de Obra</b>	<b>48.734</b>	<b>54.767</b>	<b>57.803</b>	<b>60.988</b>	<b>64.321</b>	<b>67.855</b>
Obreros	48.734	54.767	57.803	60.988	64.321	67.855

Adaptado de: Estudio investigado

### 3.20.3. Proyección Costos Indirectos de Fabricación

Los rubros que conforman los costos indirectos de fabricación son: Envases, embalajes, agua, energía, suministros, depreciaciones.

Tabla 59  
*Proyección de Costos Indirectos de Fabricación*

COCEPTO	Cantidad	Valor unitario	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costos Indirectos de Fabricación:</b>			<b>3.599,76</b>	<b>152.322,08</b>	<b>178.070,99</b>	<b>208.012,81</b>	<b>243.142,95</b>	<b>284.231,57</b>
Envases	750	1,20	959,76	133.787,01	156.573,03	183.073,57	214.170,78	250.547,15
Embalajes	100	18,00	1.800,00	17.167,77	20.091,71	23.492,31	27.482,75	32.150,63
Agua	12	20,00	240,00	250,66	261,79	273,41	285,55	298,23
Energía	12	30,00	360,00	375,98	392,68	410,11	428,32	447,34
Suministros	12	20,00	240,00	250,66	261,79	273,41	285,55	298,23
Depreciaciones				490,00	490,00	490,00	490,00	490,00
<b>Total Costo de Producción</b>			<b>248.285,06</b>	<b>436.304,51</b>	<b>504.128,56</b>	<b>582.657,86</b>	<b>674.400,41</b>	<b>781.345,41</b>

Adaptado de: Estudio investigado

### 3.20.4. Proyección Gastos Administrativos

Dentro de los gastos administrativos se encuentran: sueldos por administración, servicios básicos, suministros de oficina, suministros de limpieza, depreciaciones, amortizaciones.

Tabla 60  
*Proyección de Gastos Administrativos*

<b>Concepto</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Sueldos por administración	6.092	6.846	7.225	7.623	8.040	8.482
Servicios Básicos	420	439	458	478	500	522
Suministros de Oficina	300	313	327	342	357	373
Suministros de Limpieza	240	251	262	273	286	298
Depreciaciones	0	1028	1028	1028	1056	1056
Amortizaciones	0	294	294	294	294	294
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>7.052</b>	<b>9.170</b>	<b>9.594</b>	<b>10.039</b>	<b>10.532</b>	<b>11.024</b>

Adaptado de: Estudio investigado

### 3.20.5. Proyección Gastos de Exportación

Comprende a los rubros que intervienen en el traslado del producto a un destino internacional.

Tabla 61  
*Proyección Gastos de Exportación*

<b>Concepto</b>	<b>Cant.</b>	<b>Valor Un.</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Manipuleo en el local de exportador	4	333,25	1.333	1.559	1.825	2.134	2.496	2.920
Documentación	4	14,00	56	58	64	73	86	107
Transporte interno	4	799,80	3.199	3.742	4.380	5.121	5.991	7.008
Manipuleo de embarque	4	671,85	2.687	2.807	3.285	3.841	4.493	5.256
Agentes	4	200,00	800	836	911	1.038	1.235	1.535
Costos bancarios	4	641,67	2.567	4.470	5.155	5.948	6.874	7.953
Capital e inventario - país de origen	4	115,38	462	796	919	1.060	1.225	1.418
Flete internacional	4	20.341,58	81.366	95.179	111.389	130.243	152.366	178.245
Seguro internacional	4	1.739,03	6.956	11.098	12.833	14.843	17.194	19.936
Capital e inventario - transito internacional	4	31,53	126	201	233	269	312	362
Almacenamiento	4	90,00	360	364	367	371	375	378
Manipuleo de desembarque	4	333,25	1.333	1.559	1.825	2.134	2.496	2.920
Documentación	4	76,00	304	307	310	313	316	320
Agentes	4	130,00	520	543	592	675	803	998
Transporte interno	4	2.999,25	11.997	14.034	16.424	19.204	22.465	26.281
Aduaneros	4	11.139,56	44.558	71.092	82.203	95.079	110.138	127.704
Capital e inventario en el país de destino	4	360,00	1.440	342	395	457	530	614
<b>Total Gastos de Exportación</b>			<b>160.065</b>	<b>208.988</b>	<b>243.110</b>	<b>282.801</b>	<b>329.396</b>	<b>383.955</b>

Adaptado de: Estudio investigado

### 3.21. Estructura del financiamiento

La estructura de financiamiento de la Microempresa Sabanas Vanessa es de origen propio en un 62% y a través de un préstamo del 38%, otorgado por BanEcuador.

Tabla 62  
*Financiamiento*

<b>Concepto</b>	<b>Participación</b>	<b>Valor</b>
Capital Propio	62%	30.000
Capital Ajeno	38%	18.279
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>48.279</b>

**Adaptado de:** Estudio investigado

## **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. RESULTADOS**

#### **4.1.1. Resultados Matriz POAM**

##### **Análisis del perfil de la matriz POAM**

La metodología POAM permitió efectuar el análisis a tres posibles países como destino para exportar el producto, los cuales fueron: Estados Unidos, Colombia, Canadá. Una vez efectuado el estudio correspondiente de los aspectos relacionados a lo político, legal, económico, sociocultural y geográfico se obtuvo una ponderación matemática que mide en forma cuantitativa y cualitativa la oportunidad que prestan los países en estudio para efectuar negociaciones comerciales internacionales, se obtuvo una puntuación para Estados Unidos de 1,79 puntos, Colombia con 1,83 puntos y Canadá con 1,29 puntos. Colombia se convierte en un destino de muy buenas oportunidades para comercializar los productos de la Microempresa Sabanas Vanessa, además la segmentación de mercado, efectuada con datos estadísticos permitió identificar a la ciudad de Bogotá como el mercado meta para la comercialización de los productos textiles de la microempresa de origen ecuatoriano

#### 4.1.2. Resultados de la encuesta aplicada a los demandantes del producto de la Ciudad de Bogotá.

##### 1. ¿Cuántas personas forman parte de su familia?

Tabla 63

*Miembros de la Familia*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 1 y 3 miembros familiares	146	38
Entre 3 y 5 miembros familiares	169	44
Entre 5 y 7 miembros familiares	69	18
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

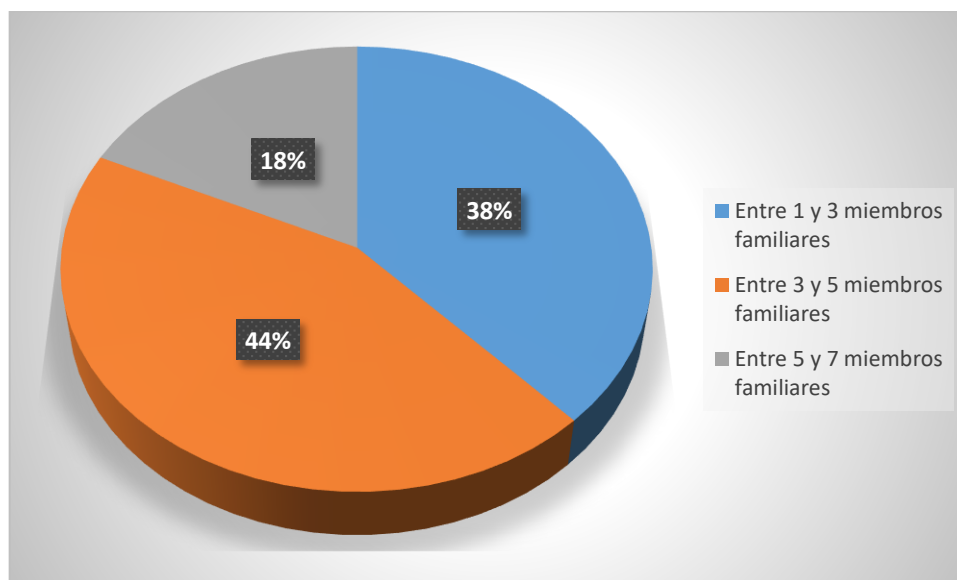


Gráfico 13 Miembros de la familia

##### Análisis:

En base a las 384 personas encuestadas, se puede deducir que un hogar se compone de 3 a 5 miembros correspondiente a un 44%, del total de 169 familias; así mismo existe un 38% que se componen entre 1 y 3 miembros.

## 2. ¿Cuál es la frecuencia de compra de sabanas térmicas para su hogar?

Tabla 64

*Frecuencia de compra*

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trimestralmente	50	13
semestralmente	99	26
Anualmente	235	61
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

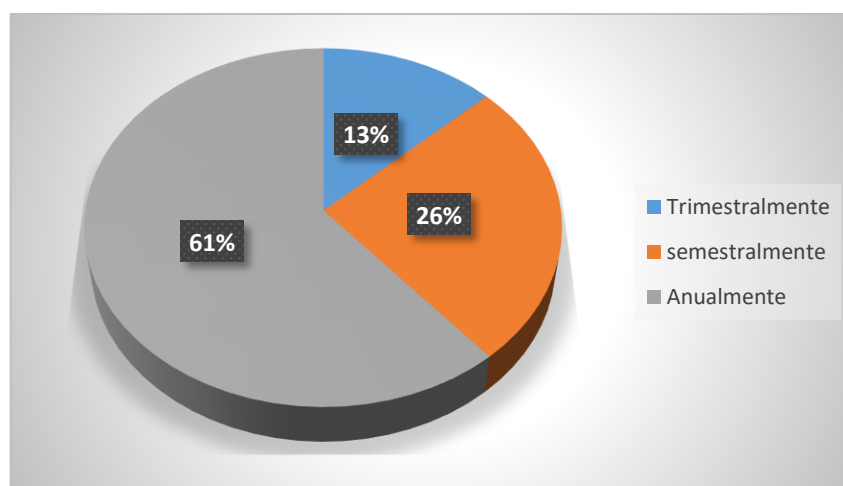


Gráfico 14 Frecuencia de compras

### Análisis:

De las 384 personas encuestadas, el 61% correspondiente a 235 personas manifestaron que adquieren sus juegos de sábanas anualmente, mientras que un 26% lo hacen semestralmente.



### 3. ¿Cuál es la cantidad de juegos de sábanas térmicas que compra al año?

Tabla 65

*Cantidad de juegos de sábanas*

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 1 a 3 juegos	134	35
Entre 4 a 6 juegos	188	49
Entre 7 a 9 juegos	62	16
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

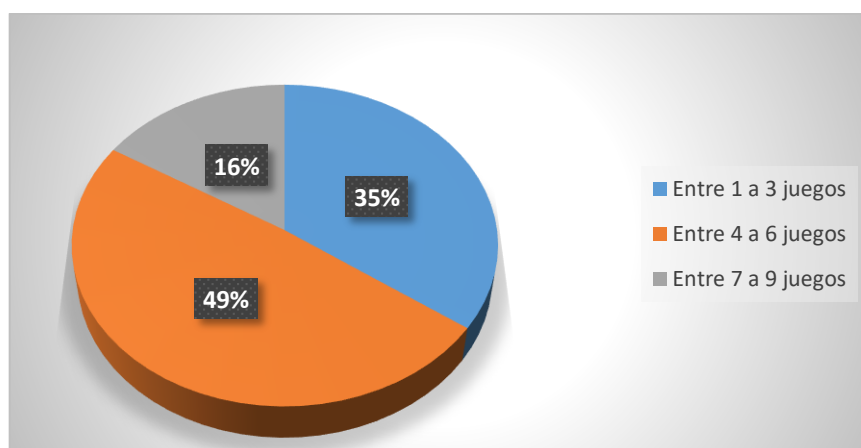


Gráfico 15 *Cantidad de juegos de sábanas*

#### **Análisis:**

Se puede evidenciar en el gráfico que un porcentaje del 49% de las personas encuestadas adquieren entre 4 a 6 juegos de sábanas, mientras que un 35% correspondiente a 134 personas, compran entre 1 a 3 juegos de cama.

#### 4. ¿El lugar de preferencia para adquirir juegos de sábanas térmicas es?

Tabla 66

*Preferencia de compra*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercados	81	21
Ferias	54	14
Centros Comerciales	119	31
Tiendas especializadas	81	21
Internet	42	11
Otros	7	2
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

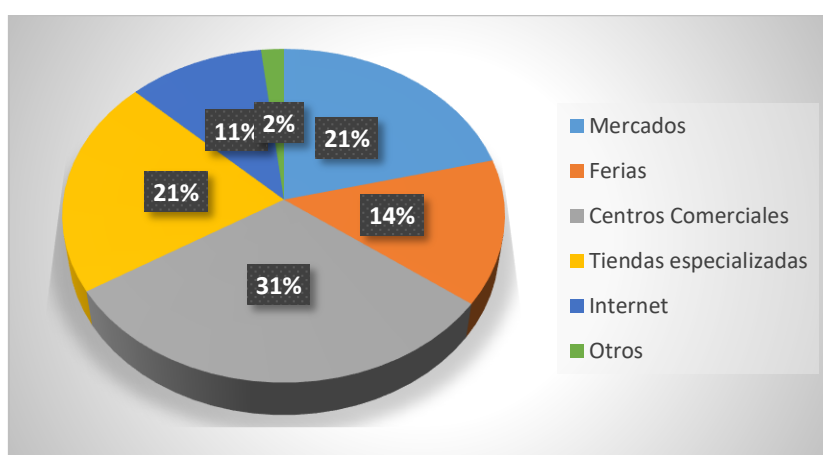


Gráfico 16 Preferencia de compra

#### **Análisis:**

En base a la encuesta aplicada a las 384 personas, se puede observar en el gráfico que la mayor parte de estas compran sus juegos de cama en centros comerciales en un 31%, también un considerable porcentaje del 21% lo hacen en mercados y tiendas especializadas.

## 5. ¿La atención al cliente que recibió fue?

Tabla 67  
*Atención al cliente*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	142	37
Buena	111	29
Regular	96	25
Mala	35	9
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

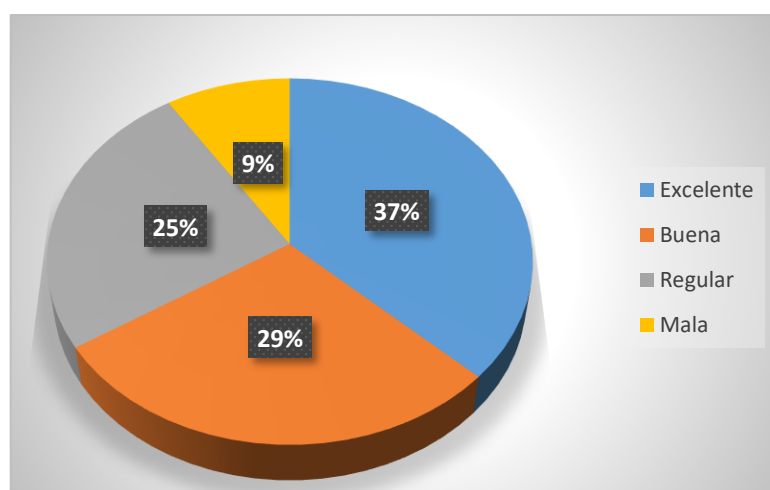


Gráfico 17 Atención al cliente

### Análisis

En base al gráfico obtenido se puede observar que 142 personas encuestadas equivalente al 37% afirmaron que la atención que recibieron fue excelente, mientras que el 29% que corresponde a 111 personas consideraron que el servicio hacia el consumidor es buena, así también el 25% de estas personas manifestaron de la atención hacia el consumidor es regular, concluyendo en este último porcentaje que su atención no cumple aun con las expectativas del consumidor en cuanto a su trato comercial.

## 6. ¿Los aspectos que influyen en la decisión de compra es?

Tabla 68

*Aspectos de decisión de compra*

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCETAJE
Diseño	42	11
Precio	138	36
Promociones	65	17
Calidad del producto	112	29
Procedencia del producto	27	7
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

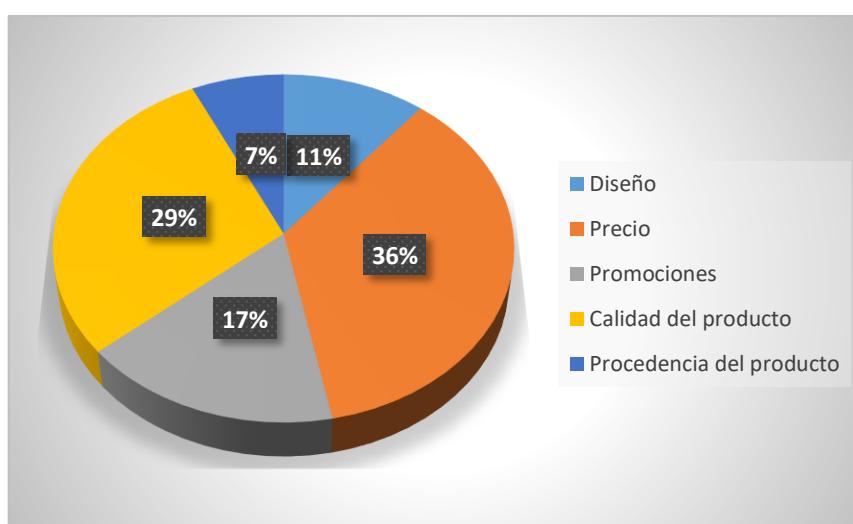


Gráfico 18 Aspectos de decisión de compra

En relación a la encuesta realizada a las 384 personas, se puede observar que el 36% que es igual a las 138 personas encuestadas, supieron manifestar que su decisión de compra se centra más en el precio; sin embargo, existe otro porcentaje equivalente a 29% dijeron que su compra influye en la calidad del producto y finalmente el 17% se centra en las promociones que exista en el producto.

## 7. ¿Cuál es el promedio que destina para la compra de juegos de sabanas térmicas?

Tabla 69

*Ingresos promedio para la compra*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCETAJE
Menos de 1000 pesos	74	19
Entre 10001 y 20001 pesos	130	34
Más de 200001 pesos	180	47
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

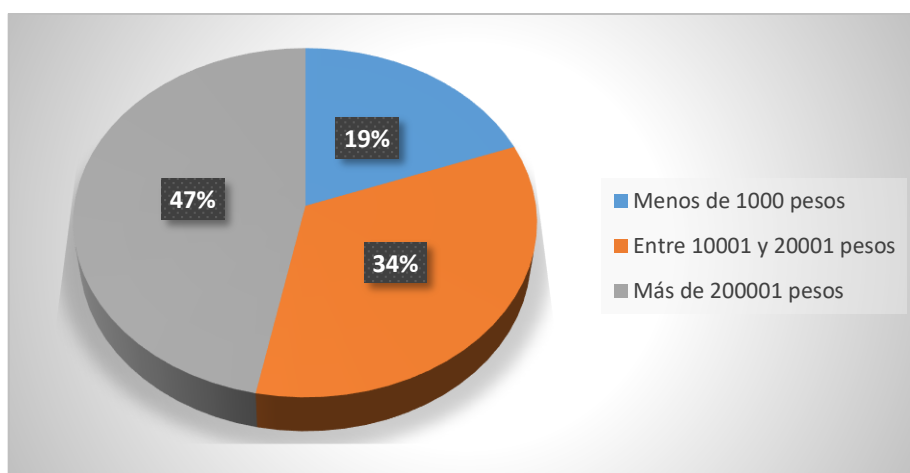


Gráfico 19 Ingresos promedio para la compra

### Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos de las personas encuestadas, se evidencia que cantidad de dinero está destinado para la adquisición de los juegos de sabanas térmicas, así lo demuestra que un 47% que equivale a 180 personas destinan más de 20001 pesos, mientras que un 34% equivalente a 134 personas destinan entre 10001 y 20001 pesos en la adquisición de sus juegos de camas.

## 8. ¿El precio que destina para la compra de este producto textil como lo considera?

Tabla 70  
*Apreciación del precio*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCETAJE
Muy alto	157	41
Alto	180	47
Medio	35	9
Bajo	12	3
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

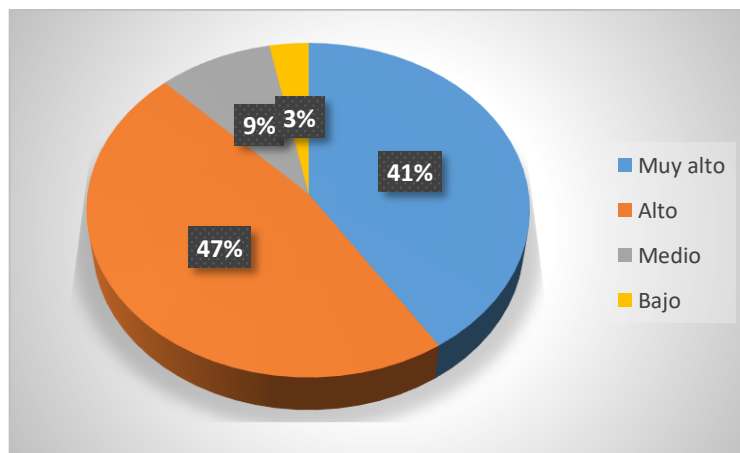


Gráfico 20 Apreciación del precio

### Análisis:

De los resultados obtenidos de acuerdo al precio de los juegos de cama térmicas, se puede observar que un alto porcentaje correspondiente al 47% del total de los encuestados que es 384, manifestaron que los precios de los juegos de cama tienen un valor alto, mientras que un 41% correspondiente a 157 personas, consideraron que el precio de las sabanas es muy alto.

## 9. ¿Qué tipo de ofertas le gustaría recibir al momento de la compra de sábanas térmicas?

Tabla 71

*Tipos de ofertas para la compra*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCETAJE
Sorteos	50	13
Precios	73	19
Promociones	104	27
Descuentos	146	38
Otros	11	3
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

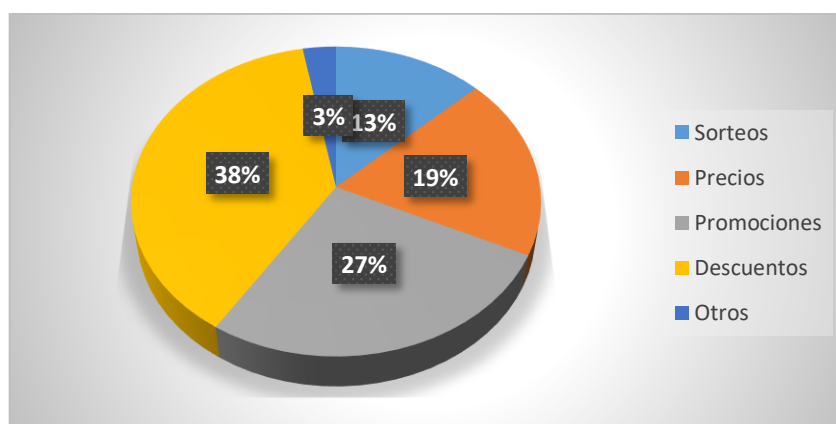


Gráfico 21 Tipos de ofertas para la compra

### Análisis:

En base a las encuestas aplicadas a las 384 personas, se puede obtener los siguientes resultados, el 38% equivalente a 146 personas comentaron que desean descuento en sus compras, mientras el 27% desean promociones y un 19% desean que los precios sean más bajos.

## 10. ¿Cuál es el medio de comunicación que prefiere?

Tabla 72

*Medios de Comunicación*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TV	126	33
Radio	65	17
Internet	108	28
Prensa escrita	49	13
Hojas publicitarias	36	9
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

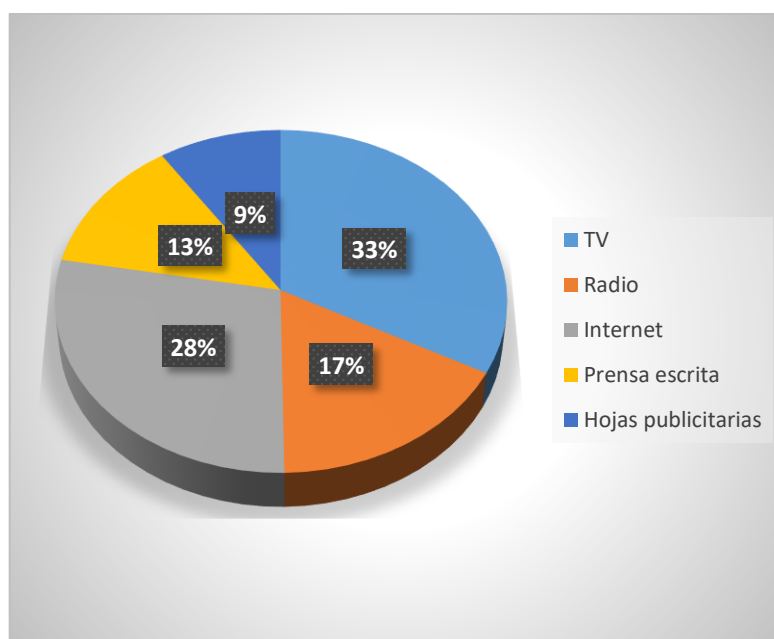


Gráfico 22 Medios de Comunicación

### Análisis:

De acuerdo a las encuestas aplicadas al consumidor final, en el gráfico se puede observar que 126 personas que se refiere al 33% afirmaron que prefieren la tv, mientras que el 28% equivalente 108 prefieren internet y el 17% desean la radio.



### **4.1.3. Resultado de las Entrevistas**

#### **Entrevista dirigida al propietario de la Microempresa Sabanas Vanessa de la ciudad de Tulcán**

##### **1. ¿Cuánto tiempo tiene en el mercado?**

La empresa lleva más de 10 años en el mercado ofreciendo productos para el hogar especialmente ropa de capa de calidad.

##### **2. ¿Qué productos produce y comercializa en la microempresa?**

La microempresa actualmente produce y comercializa todo lo que se refiere a la línea de juegos de sábanas térmicas.

##### **3. ¿Cuál es la materia prima que utiliza para la elaboración de las sabanas térmicas?**

La materia prima que se utiliza es un textil polar de poliéster manteniendo el calor y aislando el frío y la humedad.

##### **4. ¿Cuál es la capacidad de producción de sabanas de su microempresa en un mes?**

La capacidad de producción anual de la empresa es de 85000 unidades por mes aproximadamente unas 7.083 unidades.

##### **5. ¿Cuenta con financiamiento para las actividades de su microempresa?**

Para el financiamiento de las actividades se cuenta con la mayor parte de recursos económicos, pero también se ha adquirido obligaciones financieras.

##### **6. ¿Cuál es su criterio acerca de la internacionalización de los productos textiles?**

Actualmente la comercialización de productos a nivel internacional es algo muy positivo, ya que se puede dar a conocer nuestros productos a otros mercados pudiendo incrementar los ingresos de la empresa y por ende aumentar fuentes de trabajo en nuestro país que actualmente hace mucha falta.

##### **7. ¿Cuántos empleados tiene en su microempresa?**

Actualmente la empresa cuenta con 6 empleados que colaboran en la actividad de producción y comercial.

**8. ¿Ha recibido capacitación acerca de temas de comercio internacional?**

No he recibido ninguna capacitación sobre comercio internacional, ya que por falta de conocimientos y recursos financieros no se ha tenido en mente la comercialización internacional del producto, solo se lo hace a nivel interno.

**9. ¿Cómo determina el precio de venta de sus productos?**

El precio de venta se los puede determinar estableciendo los costos de producción.

**10. ¿Dónde y cómo comercializa los productos?**

Los juegos de sábanas se comercializan solo en la ciudad de Tulcán por medio de un local comercial.

**11. ¿La calidad de los productos de la microempresa Sabanas Vanessa están acorde a las exigencias del mercado internacional?**

Con respecto a mi opinión, la calidad del producto cumple con las exigencias, ya que el textil con el que se encuentra elaborados es suave, y lo más importante brindar abrigo en climas que son fríos.

**12. ¿Cómo se ha visto afectado su negocio producto de la pandemia?**

Durante la pandemia la economía de la empresa se redujo considerablemente, especialmente durante los dos meses de confinamientos en donde no hubo producción ni comercialización hubo que realizar algunos ajustes para no despedir personal, hoy en día las ventas siguen bajas por lo tanto la producción se ha reducido considerablemente.

**Entrevista dirigida al representante del MIPRO Y PROECUDOR en la ciudad de Tulcán.**

**1. ¿Cómo evalúa Usted al sector textil de la ciudad de Tulcán antes, durante y después de la pandemia?**

Lamentablemente el sector textil de la ciudad de Tulcán se ha visto muy afectada durante y después de la pandemia, por el mismo hecho que es una zona fronteriza con Colombia en donde al cerrar el paso fronterizo no ha existido brecha de comercialización.

**2. ¿Considera importante la internacionalización de los productos textiles en las condiciones actuales?**

Considero que muy importante la comercialización internacional de los productos textiles, ya que nuestra provincia es la más afectada en la parte económica y es una oportunidad muy grande el poder afianzar relaciones comerciales internacionalmente.

### **3. ¿Han recibido capacitación de como exportar el producto?**

Si hemos recibido capacitaciones en cuanto al tema de exportación.

### **4. ¿Cuáles son los aspectos a tomar en cuenta al momento de exportar?**

Un buen proceso de exportación para esto es necesario asesorarse con representantes de la cámara de comercio y el SENA.

### **5. ¿Los productos textiles donde se comercializa?**

La mayor parte comercializan sus productos solo a nivel de la ciudad de Tulcán.

### **6. ¿Los productos textiles que se elaboran en la ciudad de Tulcán tienen la calidad para ser comercializados en mercados internacionales?**

Los textiles elaborados en la ciudad cuentan con la calidad y exigencias que el consumidor necesita, son productos muy bien elaborados tomando en cuenta cada detalle para su fabricación.

#### **4.1.4. Estudio Financiero**

Corresponde a estructurar la información financiera para conocer la posición económica, financiera y el movimiento del efectivo durante la operatividad de la empresa.

##### **4.1.5.1. Estado de pérdidas y ganancias**

El estado de pérdidas y ganancias representa a los ingreso y gastos con su respectiva utilidad o pérdida del ciclo económico. Como se puede observar en el primer año proyectado se obtiene una utilidad neta de 7.427 dólares, al comercializar en el país vecino Colombia 79.980 unidades comerciales a un precio unitario de venta de 5,33 dólares americanos.

Tabla 73  
Estado de Pérdidas y Ganancias

<b>Detalle</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ventas</b>	<b>426.854</b>	<b>674.379</b>	<b>779.836</b>	<b>902.078</b>	<b>1.045.091</b>	<b>1.211.966</b>
Cantidad	79.980	89.580	100.380	112.380	125.880	141.000
Precio unitario	5,34	7,53	7,77	8,03	8,30	8,60
<b>- Costo de Ventas</b>	<b>248.285</b>	<b>436.305</b>	<b>504.129</b>	<b>582.658</b>	<b>674.400</b>	<b>781.345</b>
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>178.569</b>	<b>238.075</b>	<b>275.708</b>	<b>319.420</b>	<b>370.691</b>	<b>430.621</b>
<b>- Gastos Operacionales</b>	<b>167.360</b>	<b>218.433</b>	<b>252.994</b>	<b>293.146</b>	<b>340.251</b>	<b>395.321</b>
Gastos Administrativos	7.261	9.406	9.843	10.302	10.810	11.318
Gastos de Exportación	160.099	209.027	243.151	282.844	329.441	384.003
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>11.209</b>	<b>19.642</b>	<b>22.714</b>	<b>26.274</b>	<b>30.440</b>	<b>35.300</b>
<b>- Gastos Financieros</b>	<b>0</b>	<b>526</b>	<b>442</b>	<b>342</b>	<b>225</b>	<b>0</b>
Interés Bancario	0	526	442	342	225	
<b>U.A.T.I</b>	<b>11.209</b>	<b>19.116</b>	<b>22.272</b>	<b>25.932</b>	<b>30.215</b>	<b>35.300</b>
Particip. Trabajadores	1.681	2.867	3.341	3.890	4.532	5.295
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>9.528</b>	<b>16.248</b>	<b>18.931</b>	<b>22.042</b>	<b>25.683</b>	<b>30.005</b>
Impuesto a la Renta	2.096	3.575	4.165	4.849	5.650	6.601
<b>Utilidad Neta</b>	<b>7.432</b>	<b>12.674</b>	<b>14.766</b>	<b>17.193</b>	<b>20.033</b>	<b>23.404</b>

**Elaborado por:** Jéssica Andrea Santillán Pucuna

Además, en el estado de pérdidas y ganancias permite determinar que los ingresos brutos generados por la actividad ascienden a 426.854 dólares, una vez descontados los egresos correspondientes a costos, gastos tanto administrativos como de exportación y demás erogaciones se obtiene una utilidad neta de 23.404 dólares en último año de proyección.

### **Estado de Flujo de efectivo**

El flujo de efectivo representa el movimiento del dinero con lo que tiene que ver con las entradas y salidas del efectivo.

Tabla 74  
Estado de Flujo de Efectivo

<b>Entradas de efectivo</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Utilidad Neta		12.674	14.766	17.193	20.033	23.404
+ Depreciaciones		1.518	1.518	1.518	1.546	1.546
+ Amortizaciones		294	294	294	294	294
Liquidación del Proyecto						6.532
Recuperación Capital de Operación						15.893
Préstamos Bancarios	3.299					
<b>Total Entradas</b>	<b>3.299</b>	<b>14.485</b>	<b>16.578</b>	<b>19.004</b>	<b>21.872</b>	<b>47.669</b>
<b>Salidas de Efectivo</b>						
Inversión Inicial	48.299					
Amortización de la Deuda		458	542	641	759	
Reposición de Activos				1.984		
<b>Total Salidas</b>	<b>48.299</b>	<b>458</b>	<b>542</b>	<b>2.626</b>	<b>759</b>	<b>0</b>
<b>= Flujo de efectivo Neto</b>	<b>-30.000</b>	<b>14.028</b>	<b>16.036</b>	<b>16.378</b>	<b>21.113</b>	<b>47.669</b>

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

#### 4.1.5.2. Indicadores Financieros

En esta parte del estudio de se determina la factibilidad del proyecto, por consiguiente, se aplica los índices financieros como el valor actual neto y la tasa interna de retorno.

##### 4.1.5.2.1. Valor Actual Neto

En Valor Actual Neto representa la rentabilidad del proyecto en términos absoluto, para esto se suma los flujos descontados y se resta la inversión inicial.

Tabla 75  
Valor Actual Neto

<b>Año</b>	<b>FE</b>	<b>Fat. Act</b>	<b>FE Descontado</b>
0	-	30.000,00	
1	14.027,72	0,9207	12.915,12
2	16.035,81	0,8477	13.592,94
3	16.378,45	0,7804	12.782,22
4	21.112,86	0,7185	15.170,22
5	47.669,00	0,6615	31.534,95

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

$$VAN: -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

$$VAN = 40.995,45$$

#### 4.1.5.2.2. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno representa la rentabilidad del proyecto en términos relativos. Para obtener el TIR se procede la siguiente manera se obtiene un VAN negativo y un VAN positivo mediante la interpolación de tasas porcentuales para luego aplicar la fórmula del TIR.

Tabla 76  
*Tasa Interna de Retorno*

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	-	30.000,00	
1	14.027,72	0,9207	12.915,12
2	16.035,81	0,8477	13.592,94
3	16.378,45	0,7804	12.782,22
4	21.112,86	0,7185	15.170,22
5	47.669,00	0,6615	31.534,95

Elaborado por: Jéssica Andrea Santillán Pucuna

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

$$TIR = 32,78\%$$

## 4.2. DISCUSIÓN

Una vez recabado la información y datos pertinentes del estudio se procedió a la discusión que permitió ver con claridad los aspectos positivos y negativos que presentan las oportunidades de mercado identificadas.

Con el análisis estadístico y aplicado la técnica POAM se pudo establecer que Colombia cuenta o reúne las condiciones óptimas para una negociación internacional de los productos de la Microempresa Sábanas Vanessa. La ciudad de Bogotá específicamente, debido a posición geográfica, cercanía al país exportador, hábitos conductuales, presenta con una demanda potencial que puede ser cubierta con los productos ecuatorianos en especial de la Microempresa en estudio.

Durante la investigación se desarrolló los objetivos específicos, obteniendo los siguientes resultados:

El primer objetivo específico que corresponde la fundamentación teórica, a través de la utilización de la técnica bibliográfica se obtuvo información relevante que permitió conocer los aspectos que conforman el trabajo, donde destaca la importancia de la actividad textil a nivel local por ser generadora de empleo, además conocer el significado de aspectos técnicos para poder estructurar un buen trabajo.

En relación al segundo objetivo se indagó acerca de la demanda, oferta de los productos textiles en los mercados internacionales, además se pudo conocer la producción actual de la microempresa para poder determinar si existe o no la capacidad de producción que permita exportar, mediante la comparación de la demanda potencial que existe en el país vecino y la producción de la empresa se determinó que el proyecto es factible en términos de mercado, ya que los aspectos de las negociaciones coadyuvan para que se gestione el comercio internacional entre los dos países.

El tercer objetivo permitió realizar un estudio de mercado, estudio de técnico y financiero demostrando que el proyecto viable y que el las oportunidades de mercado depende de algunos aspectos como: la forma de ingreso, el proceso de internacionalización, capacidad productiva, calidad del producto, precios que a la finalidad determina la competitividad de la empresa frente a empresas similares.

#### **4.2.1. Análisis PESTEL**

El análisis PESTEL permitió al final aplicar la matriz POAM para establecer que Colombia presenta las mejores condiciones para el comercio internacional así lo demuestra el

contraste de los aspectos y la medición cuantitativa que arrojó un nivel de 1,83, en relación a 1,79 de Estados Unidos y 1,29 de Canadá.

Lo más relevante que se puede mencionar de Colombia, es que las barreras arancelarias son favorables y los acuerdos comerciales son beneficiosos para nuestro país, a pesar de la devaluación de la moneda si se maneja precios estratégicos no existirá problemas al momento de comercializar y obtener ganancias de la negociación internacional.

#### **4.2.2. Barreras arancelarias Ecuador – Estados Unidos**

Los Estados Unidos aplica el Sistema General de preferencias arancelarias, pero en últimos años ha existido avances en los acuerdos comerciales donde se plantea eliminar aranceles, este es un gran para para el comercio entre los dos países beneficiándose principalmente el Ecuador porque EEUU es el principal socio comercial.

#### **4.2.3. Barreras arancelarias Ecuador – Canadá**

Con Canadá las relaciones comerciales están controladas con el Sistema General de Preferencias, donde la negociación parte de acuerdos y negociaciones entre las dos naciones.

#### **4.2.4. Barreras arancelarias Ecuador – Colombia**

El comercio con el País Colombiano, se presenta beneficioso porque aparte de estar cerca geográficamente existen barreras arancelarias como el arancel preferencial para los países de la CAN 0,00%, derechos a las naciones más favorables 15%, preferencia arancelaria regional (ALADI) 10, 80% que benefician el comercio entre las dos naciones

#### **4.2.5. Barreras no arancelarias**

En los países de Norte América los productos a comercializarse deben cumplir estándares muy rigurosos, lo que implica costos altos adicionales, por otro lado, Colombia no aplica muchos controles en esta clase productos.



#### **4.2.6. Balanza comercial**

Con respecto a la balanza comercial los tres países muestran un superávit, esto quiere decir que existe más exportaciones que importaciones frente al Ecuador, siendo un factor favorable para incrementar las exportaciones nacionales, en especial la ampliación de mercado para la Microempresa Sábanas Vanessa.

#### **4.2.8. Perfil del consumidor**

El perfil de los consumidores de los Estados Unidos tiende a probar productos que sean innovadores, novedosos por lo tanto, valoran el tipo de trabajo aplicado en la elaboración del producto, el precio no es de mucha importancia. El consumidor Canadiense presenta rasgos y características al Estadounidense. El Colombia el consumidor es muy nacionalista, el precio es importante ya que presenta una economía poco apreciada, valora el uso y la calidad el producto, les gusta los colores llamativos, entre lo más destacado.

#### **4.2.9. Canal de distribución**

Los productos de la Microempresa es básicamente el indirecto donde interviene el productor y mediante un importador del país destino de la mercancía llegara al cliente final. Además, para hacer conocer y posicional la marca se participará en las ferias textiles de organice la Municipalidad de Bogotá.

#### **4.2.10. Demanda potencial internacional**

Para el cálculo de la demanda potencial internacional se tomaron datos del consumo aparente, además se aplicó el método de mínimos cuadrados para las proyecciones de exportaciones, importaciones y producción nacional, este proceso permitió establecer que existe una demanda potencial para el año 2020 de 24'429.554 unidades, el proyecto en sus inicios captará el 0,36 % de la demanda potencial identificada.

#### **4.2.11. Análisis de la competencia**

La principal competencia a nivel de países exportadores de Sábanas terminas es China, con un producto de elaboración estandarizada, donde se maneja grandes volúmenes de exportaciones al mercado colombiano. Pero es importante tomar en cuenta que el producto ecuatoriano es de buena calidad y por la cercanía geográfica se puede manejar con precios competitivos.

#### **4.2.12. Análisis de la microempresa Sábanas Vanessa**

Para conocer la situación actual de la Microempresa Sábanas Vanessa se procedió a efectuar una entrevista al propietario, cuya información permitió la elaboración de la matriz FODA donde se destacan los aspectos positivos y negativos que posee la organización. Lo más importante a destacar es la predisposición del dueño en asumir retos comerciales internacionales, además poseer la mayor parte de recursos para llevar a cabo el comercio exterior.

#### **4.2.13. Plan logístico de exportación**

En el análisis de factibilidad que se presenta se proyecta llegar al país vecino exportando los productos como son sábanas térmicas, tomando en cuenta los trámites y acciones que se deben llevar a cabo para una correcta exportación del producto.

Con la finalidad de realizar un correcto proceso de la comercialización es primordial los requisitos necesarios para este proceso, tanto en el Ecuador, como en Colombia. A continuación, se presenta algunos aspectos del producto a comercializar a futuro.

- |   |          |
|---|----------|
| • País de origen                          | Ecuador  |
| • Ciudad de punto de embarque             | Tulcán   |
| • País de destino                         | Colombia |
| • Ciudad de punto de destino              | Bogotá   |
| • N° de unidades comerciales por embarque | 19995    |
| • Valor inicial del embarque (EXW)        | 63834    |

- Tipo de embalaje cajas
- Tipo de unidad de carga Furgón
- N° total de embalajes 200
- N° total de unidades de carga 14
- Termino de negociación CIF
- Forma de pago Giro Directo

### **Requisito para ser exportador en Ecuador**

- Contar con el Registro único de Contribuyentes (RUC)
- Sacar el Token. Costo 70 USD). Banco Central del Ecuador. Registro civil. Security Dato. Requisitos: Cédula, Certificado de votación, Carta de servicios básicos.
- Registro Ecuapas. (Costo 30 USD). Requisitos: Cédula, RUC, Certificado de votación.

### **Documentos para acompañar la exportación.**

- ✓ Factura proforma
- ✓ Conocimiento de embarque.
- ✓ Fecha, nombres y razones comerciales
- ✓ Denominación precisa
- ✓ Cantidad de mercancía.
- ✓ Precio unitario y cantidad de mercancía.
- ✓ Forma, plazo y condiciones de pago.
- ✓ Tipo de embalaje.
- ✓ Términos de entrega de la mercancía. (INCOTERMS)
- ✓ Plazo de validez.
- ✓ Firma del exportador.
- ✓ Certificado de Origen.
- ✓ Los impuestos de Colombia lo expiden el importador.

## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. CONCLUSIONES

Después de haber realizado el estudio de factibilidad para la comercialización de juegos de sábanas térmicas, se puede determinar las siguientes conclusiones:

- Mediante la información obtenida por medio de la presente investigación, se pudo determinar que el país más apto para comercializar las sabanas térmicas es el país fronterizo Colombia, específicamente la ciudad de Bogotá, ya que por la posición geográfica presenta un clima frío, por consiguiente la población adquiere textiles como la ropa de cama con características principalmente térmicas que ayude a soportar este ambiente, esta es la principal condición que permite incursionar con el producto, generando una buena oportunidad de negocios a nivel internacional.
- Por medio del estudio de la microempresa Vanessa, se pudo conocer el proceso de producción, la maquinaria e insumos necesarios a utilizar para la confección del producto, la capacidad productiva que puede acaparar el mercado internacional frente a la posible demanda, y todo el personal tanto administrativo como operativo que cuenta la entidad.
- En el análisis y el estudio de los posibles países para exportar, se identificó a través de la matriz POAM que Colombia, es un país que brinda excelentes oportunidades para comercializar el producto como la cercanía para exportar, aceptación del producto, precios competitivos, idioma, entre otros, esto permitirá dinamizar y afianzar nexos comerciales entre los dos países vecinos, así también se pudo determinar que para el año 2020 la microempresa podrá cubrir una mínima parte de la demanda potencial existente.
- En cuanto a la forma de transporte del producto se determinó que la más adecuada es por vía terrestre debido a que se va exportar un producto no perecible y el tiempo de traslado no es un condicionante, además el costo se reduciría significativamente en relación a otro medio de transporte.

## 5.2. RECOMENDACIONES

- Se debe recurrir en realizar sondeos periódicos de los mercados para verificar como es el comportamiento de la oferta y la demanda en dicho país y así poder obtener datos reales y actualizados con la finalidad de mejorar el producto con nuevos diseños, y calidad.
- La empresa cuenta con su propia capacidad de producción para poder exportar el producto, sin embargo, se debe identificar otras empresas similares que se dedican a la misma actividad. Con el propósito de trabajar estratégicamente e incursionar en la comercialización y llegar a satisfacer la demanda que puede generar a futuro.
- Llevar un registro contable y actualizado de todos los movimientos de la microempresa, con la finalidad de poder conocer cada año en el cierre de sus actividades económicas el rendimiento obtenido por medio de las ventas y así poder tomar decisiones que puedan beneficiar más a la organización y poder consolidarse en el mercado extranjero.
- Los directivos de las cámaras de comercio de la ciudad de Tulcán deben brindar apoyo a los empresarios, ofreciendo charlas, cursos o emprendimientos que motiven al empresario a poder sacar sus productos a un nuevo mercado internacional.

#### IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- SENAE. (s.f.). *Que es la exportacion*.
- Araya, A. (2014). el proceso de la internañizacion de empresas. *Dialnet*.
- Arnoldo, L. (2009). El proceso de internalizacion de empresas. *TEC Empresarial*, 3, 22.
- Astudillo, S., & Briozzo, A. (2015). *Innovación en las Mipymes manufactureras de Ecuador y Argentina*. Medellin.
- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. Mèxico: Grupo editorial patria.
- Banco Mundial. (2019). *Ecuador Panorama general*.
- Bolaños, C. (2019). ¿ Qué es el riego país? *Metro*.
- Botey Pep. (2020). *Las 4P del marketing que debes conocer*.
- Burin, D. (Agosto de 2017). Estrategias de la comercialización. *Facilitadores de procesos comerciales*.
- Campos, M. (2017). *Metodos de investigación académica*. Costa Rica.
- Campos, M. (2017). Métodos de investigación académica.
- Canadá. (s.f.). *Canadá*.
- Cárdenas, S. (2015). Balanza comercial del Ecuador en tiempos de dolarización.
- Carrillo, A. (2015). *Población y muestra*.
- Cervera, D. R. (2018). Curso de comercial internacional.
- Código Orgánico de la Producción e Inversiones . (s.f.). Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp\\_ecu-int-text-const.pdf](https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf)
- Cortes, E. (s.f.). *Estrategias de internalización de la empresa*. Universidad de Alicante, departamento de organización de alicante. Club Universitario.
- De la Hoz Correa, A. P. (2013). *Generalidades de Comercio Internacioanl*. Medellin: Esumer.
- Definista. (s.f.). *definicion de intercambio comercial*.
- DIRCOMFIDENCIAL. (s.f.). *5 fuerzas de Porter*.
- Forex. (2015). *Los factores políticos y su influencia en el precio de las divisas*.
- Garcia, D. (2018). Las teorías del comercio interacional. *EALDE BUSINESS SCHOOL*.
- Gómez, J. (2007). Cooperacion Empresarial e Inversión Exterior. *Internalización de la Empresa Española*.
- Gurisatti, V. (2015). *Factores geográficos*.

- Hernández Sampieri, R. (2010). *Metodología de la investigación*.
- IMESUN. (2016). *Comercialización*.
- Impuestos en América. (s.f.). *Canadá*.
- Intercambio comercial Ecuador-Canadá. (s.f.).
- Kokemuller, N. (s.f.). Características de la comercialización de servicios. *eHow en Español*.
- Kotler & Armstrong. (s.f.).
- Lopez, H. J. (2 de Julio de 2015). Que son los negocios internacionales. *Negocios internacionales*.
- OMC. (s.f.). *La política comercial*.
- Pedrero, Y. (2014). *La estrategia de internacionalización análisis comparativo de los mecanismos de entrada en*. Tesis, Universitat de Barcelona.
- PORTAFOLIO. (2019). *En las regiones cambia el perfil del consumidor*.
- Ramos, S. (2015). *Concepto y medición del desempleo*.
- Redondo Ramires, I. M., & Ramos Gonzáles, H. F. (2016). *Factores de crecimiento económico*. Colombia.
- Restrepo, J. (2014). Internalizacion de las pyme. *sciencedirect*.
- Retos directivos. (2016). *Marketing Internacional*.
- Rivadeneira, D. (Marzo de 2012). Qué es la comercialización. *Empresa y actualidad*.
- Rodriguez, M. (2013). *Internalización de las empresas en los mercados globales*. Tesis, Universidad militar nueva granada, Bogota. Recuperado el 2013, de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/11281/RodriguezGarciaKatyMadeliny2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salazar Flores, J. A. (2017). *¿Cómo internacionalizar una empresa?, guía para la internacionalización de pymes y mipymes enfocado desde el proceso administrativo*.
- Sánchez Julia. (2016). *Regulación aduanera en Colombia*.
- Sanchez Barraza, B. J. (2014). Las Mypes en Perú su importancia y propuesta.
- Sánchez Galán, J. (2020). PIB per cápita.
- Sarmiento del Valle, S. (Junio de 2014). Estrategias de internalizacion y globales para países en desarrollo y emergentes. *Dimensión empresarial*, 12, 111- 138.
- TFO. (2013). *Manuel para la exportación a Canadá*.
- Trade Markets. (2020). *Trámites aduaneros en los Estados Unidos*.
- Valdés Dias de Villegas, J. A., & Sanchez Soto, G. A. (2012). Las Mipymes en el contexto mundial. Mexico.
- Zárate, C. (2016). Comercialización y estrategias de venta. *Eficiencia*.

## V. ANEXOS

### Anexo 1: Certificado o Acta del Perfil de Investigación



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

### ACTA

#### DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

**NOMBRE:** Santillán Pucuna Jéssica Andrea  
**NIVEL/PARALELO:** Egresada

**CÉDULA DE IDENTIDAD:** 0401720073  
**PERIODO ACADÉMICO:** Nov. 2020 marz.2021

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** "Análisis de la internacionalización de las Mipymes y la comercialización de los productos de la microempresa Sábanas Vanessa de Tulcán."

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

**PRESIDENTE:** MSC. RUIZ RIVADENEIRA GERMÁN GEORING  
**LECTOR:** MSC. VALDIVIESO ASLALEMA JIMMY ALEXANDER  
**ASESOR:** MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVÁN

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:** 0      **AULA:** VIRTUAL  
**FECHA:** miércoles, 3 de marzo de 2021  
**HORA:** 10h00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	5.90
2) Trabajo escrito	2.70
<b>Nota final de PRE DEFENSA</b>	<b>8.60</b>

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      miércoles, 3 de marzo de 2021

GERMAN  
GEORING RUIZ  
RIVADENEIRA  
MSC. RUIZ RIVADENEIRA GERMÁN GEORING  
**PRESIDENTE**

Firmado digitalmente por  
GERMAN GEORING RUIZ  
RIVADENEIRA  
Fecha: 2021.03.09 21:19:52  
+0500'

JULIO IVAN  
LOPEZ  
CADENA  
MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVÁN  
**TUTOR**

Firmado digitalmente  
por JULIO IVAN LOPEZ  
CADENA  
Fecha: 2021.03.09  
13:10:24 -0500'



Firmado digitalmente por  
JIMMY ALEXANDER  
VALDIVIESO  
ASLALEMA

MSC. VALDIVIESO ASLALEMA JIMMY ALEXANDER  
**LECTOR**

Adj.: Observaciones y recomendaciones



Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

<b>ABSTRACT- EVALUATION SHEET</b>				
<b>NAME:</b> Jéssica Andrea Santillán Pucuna <b>DATE:</b> 10 de marzo de 2021				
<b>TOPIC:</b> "Análisis de la internacionalización de las Mipymes y la comercialización de los productos de la microempresa Sábanas Vanessa de Tulcán"				
<b>MARKS AWARDED</b>		<b>QUANTITATIVE AND QUALITATIVE</b>		
<b>VOCABULARY AND WORD USE</b>	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"/>
<b>WRITING COHESION</b>	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"/>
<b>ARGUMENT</b>	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"/>
<b>CREATIVITY</b>	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"/>
<b>SCIENTIFIC SUSTAINABILITY</b>	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"/>
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		<b>TOTAL 9</b>	



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

**Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.**

**Autor:** Jéssica Andrea Santillán Pucuna

**Fecha de recepción del abstract:** 10 de marzo de 2021

**Fecha de entrega del informe:** 10 de marzo de 2021

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



Ing. Edison Peñañiel Arcos MSc  
Coordinador del CIDEN



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**

**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL  
INTERNACIONAL**

La presente encuesta tiene como propósito recopilar información para el desarrollo del trabajo de grado titulado “Análisis de la internacionalización de las MiPymes y la comercialización de los productos de la microempresa Sábanas Vanessa de Tulcán.”, la información proporcionada se utilizará con fines académicos, agradezco su colaboración.

**Objetivo:** Determinar la aceptación de los productos de la Microempresa Sábanas Vanessa en la población de la ciudad de Bogotá.

**1. ¿Cuántas personas forman parte de su familia?**

Entre 1 y 3 miembros familiares

Entre 3 y 5 miembros familiares

Entre 5 y 7 miembros familiares

**2. ¿Cuál es la frecuencia de compra de sabanas térmicas para su hogar?**

Trimestralmente

Semestralmente

Anualmente

**3. ¿Cuál es la cantidad de juegos de sabanas térmicas que compra al año?**

Entre 1 a 3 juegos

Entre 4 a 6 juegos

Entre 7 a 9 juegos

**4. ¿El lugar de preferencia para adquirir juegos de sabanas térmicas es?**

Mercados

Ferias

Centros comerciales

Tiendas especializadas

Internet

Otros

Cual .....

**5. ¿La atención al cliente que recibió fue?**

Excelente

Buena

Regular

Mala

**6. ¿Los aspectos que influyen en la decisión de compra es?**

Diseño

Precio

Promociones

Calidad del producto

Procedencia del producto

**7. ¿Cuál es el promedio que destina para la compra de juegos de sabanas térmicas?**

Menos de 10000 pesos

Entre 10001 y 20001 pesos

Más de 20001 pesos

**8. ¿El precio que destina para la compra de este producto textil como lo considera?**

Muy alto

Alto

Medio

Bajo

**9. ¿Qué tipo de ofertas le gustaría recibir al momento de la compra de sabanas térmicas?**

Sorteos

Premios

Promociones

Descuentos

Otros

Cual.....

**10. ¿Cuál es el medio de comunicación que prefiere?**

TV.

Radio

Internet

Prensa escrita

Hojas publicitarias

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo 4: Formato de entrevista dirigida al propietario de la Microempresa Sabanas Vanessa de la ciudad de Tulcán**



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**

**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL  
INTERNACIONAL**

La presente entrevista tiene como propósito recopilar información para el desarrollo del trabajo de grado titulado “Análisis de la internacionalización de las MiPymes y la comercialización de los productos de la microempresa Sábanas Vanessa de Tulcán.”, la información proporcionada se utilizará con fines académicos, agradezco su colaboración.

**Objetivo:** Conocer la situación actual de la producción y comercialización de los productos de la Microempresa Sábanas Vanessa de la ciudad de Tulcán y la perspectiva a nivel internacional.

**1. ¿Cuánto tiempo tiene en el mercado?**

.....  
.....

**2. ¿Qué productos produce y comercializa en la microempresa?**

.....  
.....

**3. ¿Cuál es la materia prima que utiliza para la elaboración de las sabanas térmicas?**

.....  
.....

**4. ¿Cuál es la capacidad de producción de sabanas de su microempresa en un mes?**

.....  
.....

**5. ¿Cuenta con financiamiento para las actividades de su microempresa?**

.....  
.....

**6. ¿Cuál es su criterio acerca de la internacionalización de los productos textiles?**

.....  
.....

**7. ¿Cuántos empleados tiene en su microempresa?**

.....  
.....

**8. ¿Ha recibido capacitación acerca de temas de comercio internacional?**

.....  
.....

**9. ¿Cómo determina el precio de venta de sus productos?**

.....  
.....

**10. ¿Dónde y cómo comercializa los productos?**

.....  
.....

**11. ¿La calidad de los productos de la microempresa Sabanas Vanessa están acorde a las exigencias del mercado internacional?**

.....  
.....

**12. ¿Cómo se ha visto afectado su negocio producto de la pandemia?**

.....  
.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

Anexo 5: Formato de entrevista dirigida al representante del MIPRO Y PROECUADOR de la ciudad de Tulcán.



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**

**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL  
INTERNACIONAL**

La presente entrevista tiene como propósito recopilar información para el desarrollo del trabajo de grado titulado “Análisis de la internacionalización de las MiPymes y la comercialización de los productos de la microempresa Sábanas Vanessa de Tulcán.”, la información proporcionada se utilizará con fines académicos, agradezco su colaboración.

**Objetivo:** Identificar la situación actual del sector textil de la ciudad de Tulcán.

**7. ¿Cómo evalúa Usted al sector textil de la ciudad de Tulcán antes, durante y después de la pandemia?**

.....  
.....

**8. ¿Considera importante la internacionalización de los productos textiles en las condiciones actuales?**

.....  
.....

**9. ¿Han recibido capacitación de como exportar el producto?**

.....  
.....



**10. ¿Cuáles son los aspectos a tomar en cuenta al momento de exportar?**

.....  
.....

**11. ¿Los productos textiles donde se comercializa?**

.....  
.....

**12. ¿Los productos textiles que se elaboran en la ciudad de Tulcán tienen la calidad para ser comercializados en mercados internacionales?**

.....  
.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 6: Información de producto

### Información del Producto

<b>INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO:</b>	
Nombre técnico o comercial del producto	Ropa de cama
Posición arancelaria en el país exportador	6302390000
Posición arancelaria en el país importador	6302000000
Unidad comercial de venta	caja
Moneda de transacción.	Usd
Valor ex-work de la unidad comercial.	3,19

### Información básica del embarque

<b>País de origen</b>	<b>Ecuador</b>
Ciudad de punto de embarque	Tulcán
País de destino	Colombia
Ciudad de punto de destino	Bogotá
Nº de unidades comerciales por embarque	19995
Valor inicial del embarque (EXW)	63834
Tipo de embalaje	cajas
Tipo de unidad de carga	Furgón
Nº total de embalajes	200
Nº total de unidades de carga	14

La información adicional son los términos de negociación

<b>Acuerdos de negociación</b>	<b>CIF</b>
Forma de pago	Giro Directo
Tiempo	X
Tipo de Cambio	1
Tasa de Seguro	2%
Tasa Pasiva de Interés (Anual)	8,00%
Tasa Promedio de Inflación (Anual)	4,44%
Inflación País de Destino (Anual)	1,00%

Anexo 7: Análisis de costos y gastos

**PROYECCIÓN DE LOS INCOTERMS**

<b>INCOTERMS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Costo de embarque	63.834	111.369	128.431	148.174	171.233	198.092
<b>EXW</b>	<b>63.834</b>	<b>111.369</b>	<b>128.431</b>	<b>148.174</b>	<b>171.233</b>	<b>198.092</b>
Manipulación local X	333	390	456	533	624	730
<b>FCA/FAS</b>	<b>64.167</b>	<b>111.758</b>	<b>128.887</b>	<b>148.708</b>	<b>171.857</b>	<b>198.822</b>
Flete Interno	800	936	1.095	1.280	1.498	1.752
Manipuleo Embarque	672	702	821	960	1.123	1.314
Agentes de Aduana	200	209	228	260	309	384
Documentación	14	15	16	18	22	27
Capital e inventario país de origen	115	199	230	265	306	354
Importe Bancario	642	1.118	1.289	1.487	1.719	1.988
<b>FOB</b>	<b>66.610</b>	<b>114.936</b>	<b>132.565</b>	<b>152.978</b>	<b>176.833</b>	<b>204.642</b>
Flete Internacional	20.342	23.795	27.847	32.561	38.091	44.561
<b>CFR</b>	<b>86.952</b>	<b>138.731</b>	<b>160.413</b>	<b>185.538</b>	<b>214.925</b>	<b>249.203</b>
Seguro Internacional	1.739	2.775	3.208	3.711	4.298	4.984
<b>CIF</b>	<b>88.691</b>	<b>141.505</b>	<b>163.621</b>	<b>189.249</b>	<b>219.223</b>	<b>254.187</b>
Capital e inventario Tránsito Internacional	32	50	58	67	78	90
Manipulación descargue	333	390	456	533	624	730
<b>DAT</b>	<b>89.056</b>	<b>141.945</b>	<b>164.135</b>	<b>189.850</b>	<b>219.925</b>	<b>255.008</b>
Bodega temporal	90	91	92	93	94	95
Documentación	76	77	78	78	79	80
Agentes Aduaneros	130	136	148	169	201	249
Transporte interno	2.999	3.508	4.106	4.801	5.616	6.570
<b>DAP</b>	<b>92.351</b>	<b>145.757</b>	<b>168.559</b>	<b>194.990</b>	<b>225.915</b>	<b>262.002</b>
Agentes Aduaneros	11.140	17.773	20.551	23.770	27.534	31.926
Capital e inventario país de destino	54	85	99	114	132	154
<b>DDP</b>	<b>103.545</b>	<b>163.616</b>	<b>189.208</b>	<b>218.874</b>	<b>253.582</b>	<b>294.081</b>

**Empaque y Marcado**

<b>Detalle</b>	<b>Costo por unidad (Dólares)</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo total (Dólares)</b>	<b>Total Costos de Operación (Dólares)</b>
<b>Caja de cartón</b>	1,20	200	239,94	240,00
<b>Etiquetas</b>	0,08	200	16,00	16,00
<b>Plástico con burbuja de aire</b>	0,15	19995	2999,25	2999,25
<b>TOTAL</b>				<b>3255,19</b>

## Embalaje

<b>Detalle</b>	<b>Costo por unidad (Dólares)</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo total (Dólares)</b>	<b>Total Costos de Operación (Dólares)</b>
<b>Pallets</b>	18,00	25	450,00	450,00
<b>Zunchos</b>	0,05	24	1,20	1,20
<b>Esquineros</b>	0,30	90	27,00	27,00
<b>TOTAL</b>				<b>478,2</b>

## Manipulación en el local del exportador

<b>Detalle</b>	<b>Coste por transporte</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Cantidad en horas</b>	<b>Tiempo Total (Días)</b>	<b>Total Costos de Operación (Dólares)</b>
<b>Transporte de cada pallet al vehículo</b>	25,00	13	3	1,9995	333,25
<b>TOTALES</b>				<b>0,08</b>	<b>333,25</b>

## Documentación

<b>Detalle</b>	<b>Costo por Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Tiempo en horas</b>	<b>Nro. en Días</b>	<b>Total Costos de operación (Dólares)</b>
<b>Factura Comercial</b>	1	1	0,24	0,01	1
<b>Lista de empaque</b>	1	1	0,24	0,01	1
<b>Certificado de Origen</b>	12	1	0,72	0,03	12
<b>Registro de Importador/Exportador</b>	0	0	0,84	0,035	0
<b>Otros</b>	0	1	0	0	0
<b>TOTALES</b>			<b>2,04</b>	<b>0,085</b>	<b>14</b>

## Transporte Interno

<b>Detalle</b>	<b>Costo por unidad de transporte</b>	<b>Cantidad de vehículos</b>	<b>Tiempo en horas</b>	<b>Nro. en días</b>	<b>Total Costos Operación (Dólares)</b>
<b>Flete Interno Vehículos</b>	60,00	13	3,24	0,135	799,8
<b>TOTALES</b>			<b>3,24</b>	<b>0,135</b>	<b>799,8</b>

Manipuleo de embarque

Detalle	Costo Unitario por Embarque	Cantidad	Tiempo en horas	Nro. en Días	Total Costos Operación (Dólares)
Elevadores de Carga	45	15	3,12	1,130	671,85
<b>TOTALES</b>				<b>1,130</b>	<b>671,85</b>

Agentes

Detalle	Honorarios Profesionales	RR.HH. de la Empresa	Tiempo en horas	Tiempo en Días	Total Costos Operación (Dólares)
Agente de Aduana	200	2	30	1,25	200
<b>TOTALES</b>			<b>30</b>	<b>1,25</b>	<b>200</b>

Costos Bancarios

Detalle	Importe FCA	Tasa Bancaria		Tiempo en horas	Contratación en días	Costo Final (Dólares)
Importe Carta de Crédito	64167,46	1%	2,00	3	0,125	641,67

Capital e Inventario

Detalle	FCA + Gastos	T.I.P. (Anual)	Nro. de días	Año Comercial	Costo Final (Dólares)
Coste Alternativo	66494,79	8%	7,81	360	115,38

Flete Internacional

Detalle	Costo por vehículo	Nro. de vehículos	Tiempo en días	Total Costos Operación (Dólares)
Importe por Flete	1526	13,3	1,25	20341,58
<b>TOTALES</b>			<b>1,25</b>	<b>20341,58</b>

Seguro Internacional

Detalle	Costo Asegurado	Prima	Contratación por horas	Nro. De días	Costo de operación
Seguro Internacional	86951,75	0,020	6	0,25	1739,03

Capital e Inventario - Tránsito Internacional

Detalle	Costos CIF	T.I.P. (Anual)	Nro. en días	Año Comercial	Costo Final (Dólares)
Coste Alternativo	88690,78	8%	1,60	360	31,53

Manipuleo de embarque

Detalle	Costo por Estiba	Cantidad	Nro. De Horas	Nro. De Días	Total Costos Operación (Dólares)
Carga de cajas para Transporte Externo	25	13	2,4	0,1	333,25
Otros	0	0		0	0
<b>TOTALES</b>				<b>0,1</b>	<b>333,25</b>

Almacenamiento

Detalle	Nro. De Almacenaje (Días)	Importe Total (Dólares)
Importe Bodega Temporal	1	90

Documentación

Detalle	Costo por unidad (Dólares)	Cantidad	Nro. de horas	Nro. de días	Total Costos Operación (Dólares)
Guía de Recepción de Carga	76	1	0,9	0,0375	76
<b>TOTALES</b>			<b>0,9</b>	<b>0,0375</b>	<b>76</b>

Agentes

Detalle	Salario Profesional	Recurso Humano	Nro. de horas	Nro. De Días	Total Costos Operación (Dólares)
Agente de Carga	130	2	30	1,25	130
<b>TOTALES</b>			<b>30</b>	<b>1,25</b>	<b>130</b>

Aduaneros

Detalle	Tasa por Impuesto	Base Imponible	Importe total (Dólares)	Nro. de horas	Nro. de Días	Importe Final (Dólares)
ADVALOREM	0,0%	88690,78	0,00	2	Incluido en agentes	11139,56
FODINFA	0,5%	88690,78	443,45			
IVA	12,0%	89134,24	10696,11			

Transporte Interno

Detalle	Costo por unidad	Nro. de vehículos	Nro. de Horas	Nro. de Días de actividad	Total Costos Operación (Dólares)
Transporte Interno	225	13	6	0,25	2999,25
<b>TOTALES</b>			<b>6</b>	<b>0,25</b>	<b>2999,25</b>

Capital Inventario- País de destino

Detalle	Importe Delivered at Place	T.I.P. (Anual)	Nro. de días	Año Comercial	Importe Total (Dólares)
Coste Alternativo	92350,82	8,00%	2,64	360	54,13

Matriz General de exportación

<b>COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACION</b>			
Detalle	Importe	Nro. en Horas	Nro. en Días
Envase, empaque, etiquetado	3255,20	48,0	2,00
Embalaje	478,20	0,0	0,00
Unitarización	0,00	72,0	3,00
Manipuleo en el local del exportador	333,30	1,9	0,08
Documentación	14,00	2,2	0,09
Transporte interno	799,80	3,4	0,14
Manipulación Embarque	671,90	3,1	1,13
Agentes	200,00	30,0	1,25
<b>COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN</b>			
Costos Bancarios	641,70	2,4	0,10
Capital e inventario país de origen	115,40	187,2	7,80
<b>Total costo - tiempo DFI país exportador</b>	<b>6509,30</b>	<b>187,20</b>	<b>7,80</b>
VALOR ExWORK	63834,2	48,0	2,0
VALOR FCA	64167,5	153,6	6,4
VALOR FOB	66610,2	187,2	7,8
<b>ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL</b>			
Transporte Internacional	20341,6	31,0	1,3
Valor Coste y Flete (CFR)	86951,7	218,4	9,1
Seguro Internacional	1739,0	7,2	0,3
Valor Coste Seguro y Flete (CIF)	88690,8	223,2	9,3
Manipulación de descargue	333,3	2,4	0,1
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
Capital e inventario	31,5	38,4	1,6
<b>Costo DFI en Tránsito Internacional</b>	<b>22445,4</b>	<b>38,4</b>	<b>1,6</b>
<b>Valor DAT</b>	<b>89055,6</b>	<b>225,6</b>	<b>9,4</b>
<b>ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR</b>			

Almacenamiento temporal	90,0	24,0	1,0
Manipuleo desembarque	333,3	2,4	0,1
Documentación	76,0	0,0	0,0
Agentes	130,0	31,2	1,3
Transporte interno	2999,3	7,2	0,3
<b>Valor DAP</b>	92350,8	288,0	12,0
Aduaneros	11139,6		adjunto en agentes
<b>COSTOS INDIRECTOS IMPORTACION</b>			
Capital e Inventario	54,1	62,4	2,6
<b>Costo DFI país importador</b>	<b>14822,2</b>	<b>62,4</b>	<b>2,6</b>
VALOR DDP	103544,5	288,0	12,0
Precio (c/u) en país de destino	5,179		
MARGEN DE VENTAS	0,155		
PRECIO DE VENTA	5,334		

### Competidores Colombianos Representativos en Bogotá

Empresa	Pullman Home	Sábanas Bellísima	Distrihogar	Palacio de las sábanas
Datos				
<b>País-Ciudad</b>	Colombia - Bogotá	Colombia - Bogotá	Colombia - Bogotá	Colombia - Bogotá
<b>Dirección</b>	Calle 8A #19A-30 San Diego	Calle 9 19-8 Local 118 Sur	Calle 79 #52 .145 La Corolla	Calle 15 #1-80 Este Madrid
<b>Teléfono &amp; email</b>	3336025002 pullmanhome@gmail.com	3105869338 ellisima@gmail.com	3208268222 www.dicubrelecho.com	3183308059 palaciosabanas@gmail.com
<b>Producto</b>	Sábanas térmicas	Sábanas térmicas	Sábanas térmicas	Sábanas térmicas
<b>Precio promedio en pesos</b>	20.500	34.000	42.000	28.000
<b>Características</b>	Fibras sintéticas, sencilla	Corolina, diseño	Algodón, poliéster, micro fibras, diseños personalizados	Fibras sintéticas, adicionales