

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

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

Tema: “Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de ropa de cama de la empresa Mayra – Tex de la ciudad de Tulcán provincia del Carchi.”

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

AUTOR: Kevin José Salazar Montenegro.

TUTOR: Msc. Luís García.

TULCÁN-ECUADOR

2019

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que el estudiante Kevin José Salazar Montenegro, con el número de cédula 0401589106 ha elaborado el trabajo de titulación: “Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de ropa de cama de la empresa Mayra – Tex de la ciudad de Tulcán provincia del Carchi”

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.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Luis García', written over a horizontal dotted line.

Msc. Luis García

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Germán Ruiz', written over a horizontal dotted line.

Msc. Germán Ruiz

Tulcán, 18 de febrero de 2019

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Kevin José Salazar Montenegro, con cédula de identidad número 0401589106 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Kevin Salazar Montenegro', is written over a horizontal dotted line. The signature is stylized and cursive.

Kevin Salazar Montenegro

Tulcán, 18 de febrero de 2019

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Kevin José Salazar Montenegro declaro ser autor de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de ropa de cama de la empresa Mayra – Tex de la ciudad de Tulcán provincia del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Kevin José Salazar Montenegro', is written over a horizontal dotted line. The signature is stylized and cursive.

Kevin José Salazar Montenegro

Tulcán, 18 de febrero de 2019

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedicó a Dios por ser el aliento de la vida, así como también a mi familia principalmente a mis padres quienes fueron forjadores de mi destino y a todo quienes contribuyeron con un granito de arena en mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

Es importante empezar este agradecimiento con Dios, por darme la fuerza y el valor para concluir una etapa más de mi vida académica; y así demostrarme que la perseverancia siempre tiene resultados gratificantes a futuro.

Agradezco también a las personas infaltables en mi vida, esas personas que han demostrado ser el impulso necesario en los momentos en que más he herrado, quienes me han demostrado ese amor incondicional; mis abuelos, mi mamá y papá. Cada uno ha marcado mi vida siendo mi ejemplo y motivación a seguir; pretendiendo demostrarme que la educación es la mayor riqueza que una persona puede tener y encaminándome en cada momento hacia mis metas, tratando de hacer de mí un hombre de bien.

Mi familia pilar fundamental en este recorrido académico, animando, colaborando en cada momento que parecía todo terminar, sin pedir nada a cambio todas estas personas no han dejado que yo conozca la soledad.

Agradezco a mi tutor Magister Luis García por brindar el tiempo requerido para culminar mi investigación, generando un amplio conocimiento dentro de la rama y a la vez brindando una amistad verdadera durante el transcurso de este tiempo.

No puedo dejar a un lado a todos mis amigos que han estado compartiendo día a día como una familia en el salón de clases, me refiero tanto a docente como a estudiantes. Los profesores que nunca se guardaron un solo conocimiento y buscaban hacer de nosotros personas listas y ejemplares; Msc. Edison Caza, Msc. Beatriz Realpe; Dr. Milena Gutiérrez; Msc. Luis Vela; Msc. Gerardo Mera y el Msc. Germán Ruíz. Mis amigos y compañeros Cristian Gómez; Darío Chunéz; Johana Castillo; Marjorie Guijarro y Leydi Martínez por nunca dejar ni permitir que diera un paso atrás cuando todo se tornaba gris.

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR.....	2
AUTORÍA DEL TRABAJO	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	4
DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTO	6
RESUMEN	15
ABSTRACT	16
I. INTRODUCCIÓN	17
1.1. EL PROBELMA	18
1.1.1. Planteamiento del problema.....	18
1.1.2. Formulación del problema	20
1.1.3. Delimitación.....	20
1.1.4. Justificación	20
1.1.5. Objetivos y preguntas de investigación	22
1.1.5.1 Objetivo General	22
1.1.5.2 Objetivos Específicos	22
1.1.5.3 Preguntas de investigación	22
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	23
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	23
2.2. MARCO TEÓRICO.....	27
2.2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	27
2.2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	28
III. METODOLOGÍA	32
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	32
3.1.1. Enfoque.....	32
3.1.2. Tipo de investigación.....	32
3.2. IDEA A DEFENDER.	32
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	33
3.3.1. Definición de variables	33
3.3.2. Operacionalización de las variables.....	34
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.....	36
3.4.1. Población y muestra.....	36

3.4.2. Métodos.....	37
3.4.3 Técnicas para la recolección de datos	37
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	38
3.5.1. Análisis e interpretación de resultados	40
3.5.2. Diagnóstico de mercados internacionales.....	51
3.6 FACTORES INTERNOS	52
3.6.1 Análisis de mercado del Ecuador	52
3.6.1.1 Factores Político – Legales.....	52
3.6.2 ANÁLISIS MERCADO PRODUCTO – ECUADOR.....	54
3.6.2.2 Producción dentro de la empresa Mayra – Tex.....	55
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	56
4.1. RESULTADOS.....	56
4.1.1 FACTORES EXTERNOS.....	56
4.1.1.1 Análisis de factores externos	56
4.1.1.2 Análisis POAM	71
4.1.1.3 Canal de distribución.....	71
4.1.1.4 Determinación de Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades.....	73
4.1.1.5 PROYECCIONES DEL ESTUDIO	73
5.1 ESTUDIO TÉCNICO.....	77
5.1.1 Localización de la empresa	77
5.1.2 Macro Localización	78
5.1.3 Micro localización del proyecto	78
5.2 ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN	79
5.2.1 Nombre de la empresa	79
5.2.2 Misión.....	80
5.2.3 Visión	80
5.2.4 Políticas Corporativas.....	80
5.3 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	81
5.3.1 Conformación del talento Humano	81
5.3.2 Funciones del Cargo	82
5.4 FLUJOGRAMAS DE PROCESO	84
5.4.1 Flujograma del proceso de producción y comercialización de ropa de cama... ..	84
5.4.2 Proceso de exportación de ropa de cama.....	85
5.5 MARKETING.....	86

5.5.1	Presentacion del producto.....	86
5.5.2	Naturaleza de la carga.....	87
5.5.3	Determinar la preparación que requiere la carga para ser transportada, embalada, marcada y unitarizada.....	88
5.5.4	Marca.....	88
5.5.5	Envase y embalaje del producto.....	88
5.5.6	Marcado del producto.....	89
5.5.7	Unitarización del producto.....	90
5.5.8	Modo de transporte.....	90
5.5.9	Cubicaje componentes y costos.....	91
5.6	INFORMACIÓN DEL PRODUCTO.....	93
5.6.1	Costos directos.....	94
5.6.1.1	Empaque y marcado.....	94
5.6.1.2	Embalaje.....	94
5.6.1.3	Manipulación en el local del exportador.....	95
5.6.1.4	Documentación.....	95
5.6.2	Transporte interno.....	96
5.6.2.1	Manipuleo de embarque.....	96
5.6.2.2	Agentes.....	96
5.6.2.3	Costos bancarios.....	97
5.6.2.4	Capital e inventario.....	97
5.6.2.5	Flete internacional.....	97
5.6.3	Seguro internacional.....	98
5.6.4	Capital e inventario – Tránsito internacional.....	98
5.6.5	Manipuleo desembarque.....	98
5.6.6	Almacenamiento.....	98
5.6.7	Documentación.....	99
5.6.8	Agentes.....	99
5.6.10	Transporte interno.....	100
5.6.11	Capital e inventario – país de destino.....	100
5.6.12	Incoterms.....	101
5.6.13	Matriz general de exportación.....	102
5.2	ESTUDIO FINANCIERO.....	103
5.2.1	Infraestructura y equipamiento.....	103

5.2.2 Inversión de costos	103
5.2.3 Inversión inicial	107
5.2.4 Amortización de la deuda	108
5.2.5 Balance general	108
5.2.6 Estado de resultados	109
5.2.7 Flujo de efectivo neto	111
5.2.8 Punto de equilibrio	113
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	114
Conclusiones.....	114
Recomendaciones	115
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	116
VII. ANEXOS	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variable dependiente	34
Tabla 2 Variable independiente	35
Tabla 3 Países importadores de ropa de cama desde Ecuador.....	38
Tabla 4 Cantidad de compra	41
Tabla 5 Lugar de compra	42
Tabla 6 Aspecto de compra	43
Tabla 7 Tipos en la confección	44
Tabla 8 Gasto promedio.....	45
Tabla 9 Aceptación de la comercialización	46
Tabla 10 Adquisición directa.....	47
Tabla 11 Tipo de promoción.....	48
Tabla 12 Tipo de publicidad	49
Tabla 13 Informe Riesgo País Colombia.....	50
Tabla 14 Perfil Consumidor Colombia.....	50
Tabla 15 Características y relaciones comerciales con Ecuador	51
Tabla 16 Acuerdos Comerciales en los que Participa Ecuador	53
Tabla 17 Balanza Comercial Total, USD FOB.....	53
Tabla 18 Factores Socioeconómicos.....	54
Tabla 19 Ficha Técnica de Ropa de Cama	55
Tabla 20 Usos de la Ropa de Cama	55
Tabla 21 PIB Per cápita	56
Tabla 22 Tipo de Cambio	57
Tabla 23 Inflación.....	58
Tabla 24 Tasa de Desempleo	59
Tabla 25 Balanza de Pagos	60
Tabla 26 Población	61
Tabla 27 Edad Estructurada.....	62
Tabla 28 Población Económicamente Activa	63
Tabla 29 Barreras Arancelarias.....	64
Tabla 30 Barreras no Arancelarias.....	65
Tabla 31 Acuerdos Comerciales	66
Tabla 32 Gasto Público.....	67

Tabla 33 Lenguaje	67
Tabla 34 Normas de Cortesía.....	68
Tabla 35 Factores geográficos	68
Tabla 36 Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio	69
Tabla 37 FODA	73
Tabla 38 Proyección del estudio.....	73
Tabla 39 Cálculos matemáticos $x*y$; x^2	75
Tabla 40 Proyección $Y=a +b.x$ (exportación).....	75
Tabla 41 Cálculos matemáticos $x*y$; x^2	75
Tabla 42 Proyección $Y=a +b.x$ (Importaciones).....	75
Tabla 43 Cálculos matemáticos $x*y$; x^2	76
Tabla 44 Proyección $Y=a +b.x$ (Producción Nacional).....	76
Tabla 45 Capacidad Instalada	76
Tabla 46 Cálculo de la Capacidad instalada	76
Tabla 47 Conformación del talento Humano.....	82
Tabla 48 Funciones del Cargo de Gerente	82
Tabla 49 Funciones del Cargo de Secretaria	82
Tabla 50 Funciones del Cargo de Jefe de Producción	83
Tabla 51 Funciones del Cargo de Ventas	83
Tabla 52 Cubicaje componentes y costos	91
Tabla 53 Proyecciones	92
Tabla 54 Información del Producto	93
Tabla 55 Información básica del embarque	93
Tabla 56 Información Adicional.....	94
Tabla 57 Empaque y Mercado	94
Tabla 58 Embalaje	95
Tabla 59 Manipulación en el local del exportador.....	95
Tabla 60 Documentación	95
Tabla 61 Transporte Interno	96
Tabla 62 Manipuleo de embarque	96
Tabla 63 Agentes	96
Tabla 64 Costos Bancarios	97
Tabla 65 Capital e Inventario.....	97
Tabla 66 Flete Internacional	97

Tabla 67 Seguro Internacional	98
Tabla 68 Capital e Inventario - Tránsito Internacional.....	98
Tabla 69 Manipuleo de embarque	98
Tabla 70 Almacenamiento	99
Tabla 71 Documentación	99
Tabla 72 Agentes	99
Tabla 73 Aduaneros	100
Tabla 74 Transporte Interno	100
Tabla 75 Capital Inventario- País de destino	100
Tabla 76 Incoterms	101
Tabla 77 Costos	101
Tabla 78 Matriz General de exportación	102
Tabla 79 Inversión de Costos.....	103
Tabla 80 Activos Diferidos.....	104
Tabla 81 Ventas Anuales	104
Tabla 82 Costos de Producción	105
Tabla 83 Gastos Administrativos.....	105
Tabla 84 Gastos de Venta	106
Tabla 85 Inversión Inicial	107
Tabla 86 Capital de Operación	107
Tabla 87 Estructura Financiamiento	107
Tabla 88 Costo Capital	108
Tabla 89 Amortización	108
Tabla 90 Balance General.....	109
Tabla 91 Estado de Resultados	110
Tabla 92 Flujo de Efectivo.....	111
Tabla 93 Evaluadores Financieros	111
Tabla 94 Punto de Equilibrio	113

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Variables de investigación	28
Ilustración 2 Balanza Comercial no Petrolera (2014 - 2018)	38
Ilustración 3 Exportaciones de textiles en el mundo	39
Ilustración 4 Cantidad de compra	41
Ilustración 5 Lugar de compra	42
Ilustración 6 Aspecto de compra	43
Ilustración 7 Tipos de confección.....	44
Ilustración 8 Gasto promedio.....	45
Ilustración 9 Aceptación de comercialización	46
Ilustración 10 Adquisición de juegos de sábanas	47
Ilustración 11 Promoción.....	48
Ilustración 12 Tipo de publicidad	49
Ilustración 13 Mapa Físico de la Provincia del Carchi	78
Ilustración 14 Empresa Mayra - Tex	79
Ilustración 15 Estructura Organizativa de la Empresa "Mayra - Tex"	81
Ilustración 16 Flujograma del Proceso de Producción y Comercialización de Ropa de Cama	84
Ilustración 17 Flujograma del Proceso de Exportación de Ropa de Cama.....	85
Ilustración 18 Marca	88
Ilustración 19 Modelo de Envase de Ropa de Cama	89
Ilustración 20 Embalaje de la Ropa de Cama	89
Ilustración 21 Marcado de Caja	90

RESUMEN

El presente trabajo trata sobre el estudio de factibilidad para la comercialización internacional de ropa de cama de la empresa Mayra – Tex de la ciudad de Tulcán Provincia del Carchi, el cual contiene los siguientes hallazgos: Mediante el estudio de mercado se caracterizaron alternativas internacionales para la comercialización de ropa de cama, donde se indagó el entorno de los países: Perú, Brasil y Colombia; identificando las oportunidades que ofrecen a las exportaciones, con la aplicación del análisis estratégico del perfil de amenaza y oportunidades del medio, se determinó que Colombia es un mercado atractivo para exportar ropa de cama, debido a que existe una demanda potencial que desea adquirir el producto. Con respecto a la empresa en estudio se estableció los factores internos y externos, entre los aspectos más relevantes se puede manifestar que tiene años de experiencia en el mercado local, cuenta con una amplia capacidad de producción, así como mano de obra calificada. Es importante mencionar que existe la predisposición por parte de los propietarios de la empresa Mayra – Tex en incursionar en el comercio internacional. Dentro del proyecto se diseñó la ingeniería de logística estableciendo el proceso adecuado para la compra, embarque, desembarque, asignación de costos del producto a exportar al vecino país. Se planteó la evaluación económica financiera del proyecto, determinando que el presente proyecto constituye una alternativa de dinamismo productivo y económico en la ciudad o para la provincia.

ABSTRACT

This work deals with the feasibility study for the international commercialization for bed clothing done in Mayra - Tex Company in Tulcán City Province of Carchi, which after its research has become with the following findings: Through the market study, international options for marketing were characterized for bed clothing. The environment of the countries such as Peru, Brazil and Colombia was investigated identifying the opportunities they offer to exports, applying an strategic analysis based on the threats and opportunities profile of the environment. It was determined that Colombia is the most attractive market for exporting bed clothing, because there is a potential demand that wants to acquire the product . The company on which the study has been done has established internal and external factors, the most relevant aspects can be stated as the many years of experience into the local market, it has a wide production capacity, as well as qualified labor. It is important to mention that the owners of Mayra-Tex Company are willingness to be part of this international trade. Within the project, logistics engineering was designed, establishing the appropriate process for the purchase, shipment, disembarkation, allocation of product costs to export to the neighboring country. The financial economic evaluation of this project that has been proposed determined that it constitutes a productive and economic dynamism alternative for the city or for the province.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las exportaciones de mercancías a mercados internacionales es una buena alternativa para diversificar el mercado, así como también aprovechar la globalización, por lo tanto, se hace necesario realizar un estudio de factibilidad donde se realice un análisis minucioso de las variables que define el éxito empresarial. Por tal motivo se ha realizado el presente trabajo que contiene los siguientes apartados.

En el primer capítulo se habla acerca al sector textil en lo que tiene que ver con la fabricación de ropa de cama que cada vez es más competitivo en el ámbito local, debido a que existen productos de otras latitudes a bajos precios y de baja calidad, además los hábitos de compra, el poder adquisitivo de la población ecuatoriana es bajo, razón por la cual buscan productos de bajos precios. Por consiguiente, las ventas disminuyen drásticamente ocasionando pérdidas, esto genera un cambio en la mentalidad de quienes hacer empresa en buscar soluciones comerciales como la exportación.

En el capítulo segundo se encuentra el marco teórico compuesto por la contextualización de los términos utilizados en el desarrollo del trabajo investigativo. El capítulo tres es la metodología donde se encuentra los métodos y técnicas que se aplicó para la recolección de información.

La propuesta está compuesta del estudio técnico donde se encuentra la localización del proyecto; se realizó además el estudio administrativo que pondrá en práctica la organización para desarrollar las actividades de comercialización internacional; así como también se encuentra la ingeniería logística con todo el proceso que se necesita en el transporte y costos de la mercadería; finalmente este capítulo hace referencia al estudio económico financiero donde se estableció las inversiones, costos operativos, estado situación inicial, estado de resultados y ratios financiero de evaluación del proyecto. Al final del trabajo se encuentra los hallazgos generales con sus respectivas recomendaciones en base a lo investigado.

1.1. EL PROBELMA

1.1.1. Planteamiento del problema

La clave del desarrollo económico de los países se debe a su internacionalización, para ello es necesario que estos se encuentren inmersos en la globalización. Los países latinoamericanos no han logrado un avance económico representativo debido al ambiente en el que se encuentran; Mateus & Brassat (2012) señalan que la falta de un sistema democrático - económico sólido en determinado país ocasione vulnerabilidad frente a la influencia de economías más fuertes y estables. En la actualidad los países de Latinoamérica atraviesan una crisis que detiene todo intento de inmiscuirse en una internacionalización significativa. Es así que la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), (2017), menciona que el comercio internacional en América Latina, ha perdido dinamismo tras la última crisis económica y financiera mundial; el crecimiento promedio era de en promedio un 6,3% anual, y con la crisis solo alcanzaba un 2,2% anual. La relación entre el comercio y el PIB mundial también ha tenido su impacto negativo al 2016 la tasa de crecimiento del comercio fue inferior a la del PIB; los factores que inciden para este panorama son “el bajo dinamismo de la demanda global, un menor ritmo de expansión de las cadenas globales de valor y una menor liberalización comercial, o incluso un aumento del proteccionismo” (CEPAL, 2017).

En el Ecuador, la industria textil ha tenido fluctuaciones, donde se ha producido productos terminados para hacerlos competitivos con el resto de países, según datos del Banco Central al país que se exporta mayor cantidad de productos es a Colombia, siendo 13,41 Millones de dólares según la Corporación Financiera Nacional (CFN, 2018), entre ellos aproximadamente 3 millones de dólares en textiles para el Hogar, con el tiempo constituyéndose como una importante fuente generadora de empleo. Al intentar competir en un mundo globalizado las principales dificultades que se presentan en la industria textil ecuatoriana son los requerimientos de calidad emitidos por cada país y la tecnología con la que transforman los textiles lo que demuestra que nuestra industria aún opera de forma tradicional o, dicho de otra manera, funciona verticalmente. En su artículo: *Momentos difíciles para el textil ecuatoriano*, Jaime Cevallos (2016) hace un énfasis a la situación actual de producción textil: en los últimos años el país se encuentra enfrentándose a algunas dificultades como la competencia ilegal y desleal de productores chinos, de contrabandistas,

importadores que sub facturan, mercancías que no pagan los impuestos, que no facturan el IVA, que no pagan prestaciones.

En la actualidad el ambiente económico se ha vuelto cambiante y más aún en la provincia del Carchi en dónde años atrás se vivía un dinamismo económico movido por ser una provincia fronteriza, especialmente Tulcán en donde el comercio de los días jueves y domingos tornaban a una ciudad de comercio, en cambio en la actualidad hay negocios que no dan ganancias para los propietarios, teniendo estos que cambiar de actividad, una de ellas es la elaboración de productos terminados como es la confección de ropa de cama, en dónde las personas que se dedican a esta actividad tienen una ganancia por dar un valor agregado a los productos que se encuentran dentro de esta categoría, es así que dicho aporte les permite situarse en el mercado nacional, e internacional con un producto terminado de calidad, entre estos productos tenemos: sábanas, cobertores, funda de almohada, entre otros, además de generar rentabilidad, genera fuentes de empleo para las personas de la ciudad, que antes solo miraban en el comercio una fuente de ingreso.

En Carchi la mayor fuente de ingresos se obtiene del sector primario – servicios como es la elaboración de productos lácteos, que en los últimos años se da valor agregado y se entrega productos terminados, según censo el 22,2% de la población masculina son agricultores y trabajadores calificados y de población femenina el 10,1%, el 11,3% son oficiales, operarios y artesanos, en cambio el 5,2% de la población femenina se dedica a estas actividades (INEC, 2010), se puede visualizar que del porcentaje de las personas que se dedican a labores de manufactura es aproximadamente el 50% de las personas que se dedican a la agricultura, según el Censo Económico realizado en la ciudad de Tulcán el 2% de ingreso anual proviene de la Fabricación de otros textiles n.c.p., ya que el restante del ingreso proviene de principalmente la elaboración de productos lácteos y demás actividades realizadas en el cantón, en lo que concierne al campo textil el 43% de los ingresos provienen de la fabricación de ropa de cama, mantelería, tejidos de punto, cobertores, mantas, entre otros que estén se encuentran en fabricación de otros textiles n.c.p. (INEC, 2011), se puede evidenciar que la población de Tulcán genera ingresos comercializando productos de esta industria, identificado de esta manera la existencia de la fábrica Mayra – Tex que elabora productos terminados enfocados a la lencería de hogar o también llamados ropa de cama como son sábanas, cobertores, edredones, cobijas, entre otros, está fábrica se ubica en la ciudad de Tulcán. Se puede plantear preguntas que faciliten la formulación del problema tales como:

¿Mayra – Tex cumple con las normas de calidad internacionales para la producción de ropa de cama? ¿Mayra – Tex tiene conocimiento la demanda insatisfecha de ropa de cama a nivel internacional? ¿Cuál es la oferta que la fábrica Mayra – Tex puede cubrir en el mercado internacional? ¿La fábrica Mayra – Tex se encuentra en la capacidad competir a nivel internacional? ¿Es rentable internacionalizar el producto producido por Mayra – Tex? Según la Corporación Financiera Nacional da a conocer que el principal mercado comprador de lencería de hogar es Colombia, siendo el 45% del total de las exportaciones en millones de dólares (CFN, 2018), para Tulcán esto es una ventaja debido que Colombia está cerca y el producto se lo puede obtener a un precio más económico, por comprarlo directamente al productor.

1.1.2. Formulación del problema

¿Qué factibilidad existe para comercializar a nivel internacional la ropa de cama de la empresa Mayra – Tex de la ciudad de Tulcán provincia del Carchi?

1.1.3. Delimitación

El objeto de estudio son las oportunidades de realizar negocios internacionales, el sujeto abordado es la ropa de cama producido por la empresa Mayra – Tex, Cantón Tulcán - Ecuador/Mercados y el área de conocimiento, comercio exterior.

1.1.4. Justificación

Con la presente investigación se pretende beneficiar principalmente a los comerciantes de la ciudad de Tulcán, ya que tendrán mejores ingresos y los productos serán conocidos a nivel internacional, específicamente a los propietarios y trabajadores de la empresa Mayra -Tex, quienes podrán incursionar en las exportaciones de sus productos y con ello obtener mejores utilidades, además de ocasionar un efecto multiplicador, al incrementar la producción se requiere más materia prima, suministros y mano de obra que debe ser adquirida en la localidad, logrando así también que otros emprendimientos y personas se beneficien de este proyecto.

Resumiendo los datos obtenidos del INEC, tanto el censo económico realizado en el 2010 y el económico de 2009, en donde reflejan datos positivos para la rama textil del país especialmente para la zona Norte que a pesar de ser zona ganadera, la fabricación de productos textiles están tomando fuerza con el fin de dar un producto con valor agregado y el fabricante obtener rentabilidad y sustentabilidad haciendo conocer que la zona norte entrega productos de Calidad, los cuales se los exportaría ya que entran en los productos con potencial de Exportación hacia la zona del Caribe (PRO ECUADOR, 2017), en lo que se refiere a fabricación de ropa de cama según (INEC, 2011) es el cuarto rubro más importante que genera ingresos en la ciudad de Tulcán, al pasar los años se ha evidenciado su crecimiento ya que no solo abastece a la provincia del Carchi, sino también a otras provincias debido a la calidad y precios competitivos frente al mercado, no solo nacional, también internacional, ya que personas vienen desde Colombia a comprar este tipo de productos a Tulcán.

Tomando en cuenta los acuerdos comerciales implementados actualmente en el Ecuador, tales como el Acuerdo Multipartes con la Unión Europea, Polo de Desarrollo Productivo (PDP) y Acuerdo de Asociación Económico Inclusivo entre la República del Ecuador y los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), han logrado un progreso para el país por lo que se pudo incrementar las exportaciones de diferentes productos como es el caso del sector del calzado del Tungurahua, gozando de los incentivos a las exportaciones y apoyando a la matriz productiva generando un aporte a la balanza comercial del país.

Así también se busca mantener la identidad del sector textil ecuatoriano como uno de los pilares que han contribuido con el desarrollo socio cultural de nuestros pueblos, debido a que esta actividad se la ha denominado como herencia ancestral, teniendo en cuenta que Ecuador abastecía especialmente de prendas de vestir, fabricadas en los obrajes, manufacturas que se destacan en los siglos XVI y XVII, con tejidos de lana, algodón, cabuya sombreros, alpargatas, sogas, cordobanes, mechas e hilos de algodón según Velasco Fernando, (1983), la fabricación de sombreros alpargatas, ponchos se mantiene hasta la actualidad en cada comunidad indígena ya que cada una se distinguen por su manera de vestir, colores, tejidos, entre otras cosa en lo que respecta al campo textil, de esta manera se busca explotar y perfeccionar la identidad textil incorporando tecnología con la finalidad de cumplir con el primer paso a la competitividad internacional, al fin de establecerla como marca país.

Se pretende que toda la información obtenida y procesada genere en la persona que realiza la investigación un perfil profesional acorde a sus lineamientos de estudio, y así, fomentar una mejora en el bienestar social, provocado el desarrollo del sector textil ubicado en la ciudad de Tulcán.

1.1.5. Objetivos y preguntas de investigación

1.1.5.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad para la comercialización a nivel internacional de ropa de cama de la empresa Mayra – Tex de la ciudad de Tulcán provincia del Carchi.

1.1.5.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente el estudio de factibilidad y comercialización internacional de ropa de cama de la empresa Mayra-Tex de la ciudad de Tulcán provincia del Carchi.
- Diagnosticar el mercado oferente y demandante para la comercialización internacional de ropa de cama producida por la fábrica Mayra – Tex de la ciudad de Tulcán provincia del Carchi.
- Realizar un estudio de factibilidad para comercialización internacional de ropa de cama de la de la fábrica Mayra – Tex.

1.1.5.3 Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son los procesos necesarios que permitan la comercialización a nivel internacional de la ropa de cama en función de las 2 variables?
- ¿Cuál es la oferta de ropa de cama en el mercado internacional?
- ¿Cuáles son los países de la región que importan ropa de cama?
- ¿Cuáles son los países de la región que exportan ropa de cama?
- ¿Cuál es el mercado factible para la exportación de ropa de cama?
- ¿Cómo determinar la demanda insatisfecha para la exportación de ropa de cama?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

1. Autor: William Ariel Sarache Castro; Omar Danilo Castrillón & Jaime Alberto Giraldo

Procedencia: Universidad Nacional de Colombia. / Revista Scielo, No.5, Pág. 35

Año: 2012

Tema: Prioridades competitivas para la industria de la confección.

Objetivos: Aplicación de un procedimiento multi-criterio para que la industria de confecciones defina prioridades desde la óptica de sus clientes.

Conclusiones / Recomendaciones:

Las crecientes exigencias de competitividad que el mercado contemporáneo impone a las empresas plantean la búsqueda permanente de la excelencia en la función de operaciones. Se destaca el papel en que las prioridades competitivas cumplen en dos vías fundamentales; por un lado, representan las variables o factores de desempeño que el sistema de producción deberá proveer a sus clientes y, por otro, se convierte en un insumo fundamental para orientar la estrategia y mejoramiento del sistema de manufactura que permita lograr un impacto adecuado en los objetivos estrategias de la organización.

Relación:

La fábrica Mayra – tex está dedicada a la confección de ropa de cama, buscando internacionalizar sus productos debiendo emplear procesos de mejoramiento continuo. Las estrategias son parte fundamental para volver a una organización más competitiva y lograr los objetivos planteados

2. Autor: Paola A. Sánchez; Fernando Ceballos & Germán Sánchez Torres

Procedencia: Ciencia e Ingeniería Neogranadina. / Revista Scielo, No.6, Pag. 45

Año: 2014

Tema: Análisis del proceso productivo de una empresa de confecciones: modelación y simulación.

Objetivos: Incentivar el interés de incrementar la productividad, mediante el desarrollo de un modelo de sistema real con la herramienta Arana logrando identificar las partes de los procesos responsables de astros y cuellos de botella, que permitan plantear el escenario de solución.

Conclusiones / Recomendaciones:

El objetivo principal fue identificar las falencias en los procesos actuales y proponer escenarios de solución orientados a incrementar la productividad de la compañía. El interés principal del proceso divulgativo es incentivar a empresas pequeñas el uso de herramientas de simulación de sistemas para optimizar sus procesos y ganar competitividad. La simulación del sistema actual permitió evidenciar demoras en el proceso productivo generadas por la utilización inapropiada de las máquinas existentes.

Relación:

Toda estrategia que permita hacer más competitiva la empresa es relevante para el tema de investigación. En este caso se hace una implementación de un modelo específicamente para una empresa de confecciones.

3. Autor: Marco Esteban García Paz.

Procedencia: Universidad Politécnica Estatal del Carchi. /Tesis universitaria

Año: 2012

Tema: Estudio de factibilidad para la confección, promoción y comercialización de camisería fina para caballeros en la ciudad de Tulcán.

Objetivos: Determinar el eslabón en el proceso de diseño que nos dará un valor agregado; Agregar valor a nuestros productos con respecto a la competencia; Producir camisas con telas de alta calidad y variedad; Determinar el proceso de creación de las camisas.

Conclusiones / Recomendaciones:

Mediante el presente trabajo investigativo se logró determinar la viabilidad del proyecto, así como concluir diferentes aspectos del ambiente sobre el cual se desarrollará el mismo, las cuales inciden directamente sobre el proyecto.

Relación:

La relación que se establece con el tema a investigar es la similitud con la que se establece el tema, los procesos que desarrollan pueden tener mucha utilidad como referencia o guía de mi estudio de factibilidad.

4. Autor: Carlos Enrique Ramírez R.

Procedencia: Universidad Javeriana. / Revista Scielo, No.4, Pag. 23

Año: 2006

Tema: Internacionalización de Leonisa: Una empresa de ropa interior.

Objetivos: Presentar las diferentes estrategias que esta empresa ha utilizado (exportaciones, montaje de distribuidoras en el exterior e inversión extranjera), así como los mercados donde ha tenido presencia.

Conclusiones / Recomendaciones:

En Colombia, Leonisa ha sido un pionero de la ropa interior y ha contribuido al desarrollo de marcas que hoy le son competencia y que la mantienen activa en un mercado muy competido.

Relación:

La empresa busco internacionalizar los productos Leonisa abriendo mayores mercados y por hecho una mayor demanda de sus productos. La Fabrica Mayra – Tex que también se encuentra en la industria textil busca apertura mercado a nivel internacional con la finalidad de posicionar estratégicamente su marca y producto.

Según Boletín 2015 de la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), las actividades de manufactura en Ecuador cuentan con 11.006 establecimientos, de los cuales el 74,2% corresponde a la fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel; el 8,2%

a fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir; el 8,2% a fabricación de calzado y el 9,4% restante a otras actividades de manufactura. En las actividades de comercio existen 31.983 establecimientos económicos, de los que el 80% se dedican a la venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados; el 13% a la venta al por menor de textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y mercado; y el 7% a otros negocios similares. (Muñoz, Durán, & González, 2016)

Los mercados de destino de las exportaciones del Ecuador son: Estados Unidos, Perú, Panamá, Colombia, Chile, Unión Europea. Siendo Perú es el primer socio comercial del Ecuador a nivel andino y segundo a nivel mundial después de Estados Unidos. (Villena, 2011)

La política de comercio exterior de Ecuador está a cargo del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI), el cual establece aranceles, medidas de salvaguardia y otros mecanismos relacionados al acceso de bienes y servicios a Ecuador. (Departamento de Inteligencia de Mercado, 2017)

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Adam Smith establece la importancia del libre comercio con la finalidad de que la nación aumente su riqueza, su teoría indica que se obtiene ventaja absoluta cuando se tiene la capacidad de producir un bien a un costo absolutamente menor.

La teoría de las proporciones factoriales indica que las naciones difieren de los factores de producción (tierra, trabajo, recursos naturales y capital), insumos que permiten la producción, por lo que se adquiere una ventaja competitiva cuando se hace el uso adecuado de los recursos que abundan y exportando los bienes producidos e importando en los que se tiene desventaja.

De acuerdo con el modelo de la ventaja competitiva de Porter, la estrategia competitiva toma acciones ofensivas y defensivas para crear una posición defendible en una industria, usa estrategias como: liderazgo en costos, diferenciación, enfoque. Krugman en su nueva teoría del comercio internacional involucra el concepto de economías a escala determinando que donde existen rendimientos crecientes, al duplicar los insumos o recursos de una industria, la producción aumentará en más del doble y así disminuye el costo por unidad producida.

2.2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

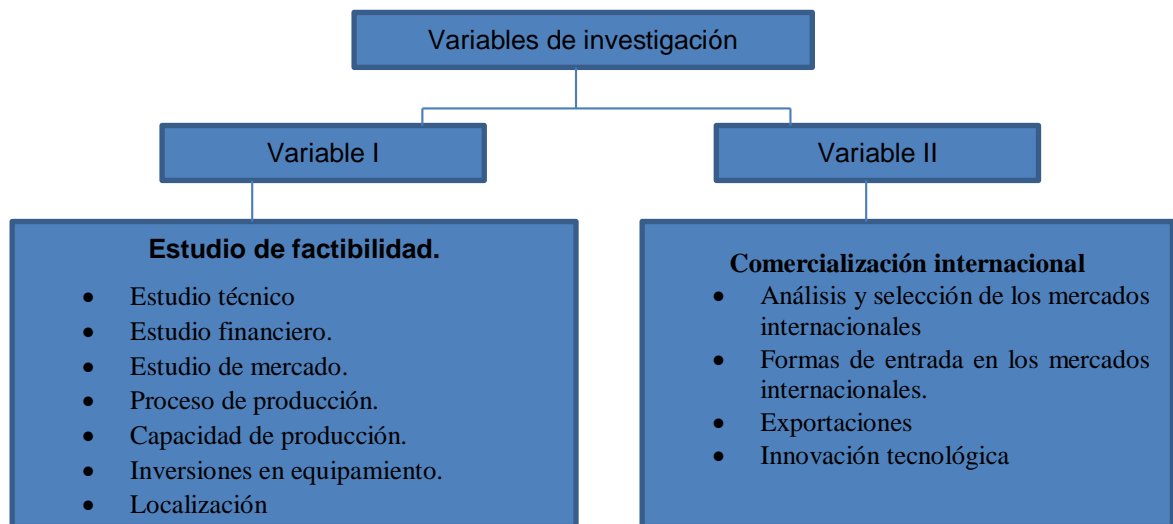


Ilustración 1 Variables de investigación
Elaborado por: Kevin Salazar

VARIABLE I

Estudio técnico

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005, pág. 115)

Estudio financiero

Permite analizar los costos, gastos, ingresos, estados financieros, flujo de caja y determinar los ratios financieros como VAN, TIR, C/B, periodo de recuperación de la inversión, entre otros, mismos que demuestran la factibilidad del proyecto, es decir de indicar en términos económicos el retorno de la inversión y sus beneficios adicionales.

Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

Este estudio profundiza el examen en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad

económica del proyecto y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión. (Baca, 2013, pág. 4)

Estudio de mercado

Permite determinar la oferta, demanda, demanda insatisfecha, precio, frecuencia de compra, así como de reconocer las preferencias de compra por parte del mercado objetivo.

Proceso de producción.

Se define también como un conjunto secuencial de operaciones unitarias aplicadas a la transformación de materias primas en productos aptos para el consumo, es decir, es el conjunto de equipos que realizan todas las operaciones unitarias necesarias para conseguir dicha transformación. (Sapag, 2008, pág. 54)

Capacidad de producción.

Lo ideal es que la estructura permita tener una capacidad productiva flexible (minimizando costos fijos e incrementando los variables), que nos permita adaptarnos a variaciones de los niveles de producción. Esto se puede conseguir con herramientas como la subcontratación. (Sapag, 2008, pág. 56)

Inversiones en equipamiento.

Por inversión en equipamiento se entenderán todas las inversiones que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto. En este caso estamos hablando de maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos en general. (Sapag, 2008, pág. 57)

Localización

En el caso de una construcción nueva, el sitio puede estar impuesto desde el principio del proyecto (es una constante) o depende de los primeros estudios técnicos (es una variable). En cualquier caso, la elección del sitio debe efectuarse lo más tarde después de la fase de validación del anteproyecto. (Sapag, 2008, pág. 61)

Distribución de la planta

La distribución en planta implica la ordenación física de los elementos industriales. Esta ordenación, ya practicada o en proyecto, incluye tanto los espacios necesarios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores, como todas las otras actividades o servicios, incluido mantenimiento. (Sapag, 2008, pág. 63)

Inversión en obras físicas

Para cuantificar estas inversiones es posible utilizar estimaciones aproximadas de costos (por ejemplo, el costo del metro cuadrado de construcción) si el estudio se hace en nivel de perfectibilidad. Sin embargo, en nivel de factibilidad la información debe perfeccionarse mediante estudios complementarios de ingeniería que permitan una apreciación exacta de las necesidades de recursos financieros en las inversiones del proyecto. (Sapag, 2008, pág. 64)

Variable II

Análisis y selección de mercados internacionales

Con la asesoría de PRO ECUADOR, se analizaría que países son los potenciales importadores de ropa de cama, así también del empleo de un estudio de mercado que permita determinar la demanda insatisfecha, analizando las preferencias de compra de los habitantes de la ciudad de Bogotá.

Comercialización Internacional de ropa de cama

Dependiendo del país donde se haya seleccionado, se cumple con las normas de etiquetado, modelos, tamaños, se conoce los días en que la mercadería llega a destino, costos de transportación, en fin, lo que se necesite para que el producto se comercialice en otro país.

Formas de entrada en los mercados internacionales

Permite buscar nuevas fuentes de crecimiento, ante una caída o decrecimiento del mercado doméstico, así como de dar seguimiento a clientes del mercado nacional.

Mercado internacional

Los mercados internacionales pueden suponer una oportunidad interesante para nuevos proyectos basados tanto en la exportación de productos/servicios como para los que apuestan por importar mercancías de otros países y comercializarlas en nuestro país. (Fondo Social Europeo dentro del Programa Operativo Lucha contra la Discriminación, 2013, pág. 11)

Exportaciones

Las exportaciones son la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes; es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países. El vendedor (residente) es llamado “exportador” y el comprador (no residente) “importador”. (Galindo & Ríos, 2015)

Innovación tecnológica

Se consideran los procesos de innovación tecnológica como una alternativa mediante la cual los países pueden enfrentar la competencia del comercio internacional. En términos generales, señalan que las economías que realizan actividades persistentes de innovación superan a aquellas sin procesos innovadores o escasos. (Valderrama & Castillo, 2010, pág. 67)

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo. El enfoque cualitativo permitió determinar los gustos y preferencias, procesos de producción, permisos de calidad y procesos de exportación sobre los productos que realiza la fábrica Mayra – Tex, y el enfoque Cuantitativo se lo usó para el análisis estadístico de la oferta y demanda actual de los productos y la capacidad de competitiva sobre el mercado nacional e internacional.

3.1.2. Tipo de investigación.

En el estudio de factibilidad para comercialización internacional de ropa de cama de la fábrica Mayra – Tex se aplicó los siguientes tipos de investigación: el estudio descriptivo que permitió identificar las propiedades y características de los procesos que utiliza la empresa para producir y competir en el mercado de confección textil. También permite detallar la situación actual de la empresa y su posición para lograr internacionalizar sus productos.

El estudio explicativo da a conocer los aspectos que determinan si la producción que tiene la fábrica puede ser internacionalizada identificando los aspectos positivos de la empresa y sus deficiencias, los requerimientos necesarios para exteriorizar los productos teniendo en cuenta los procesos necesarios, la demanda y la factibilidad económica y financiera, política.

La investigación y acción que de paso a la solución de problemas y toma de decisiones gracias a la interpretación de los datos que se obtendrá mediante la aplicación del estudio técnico, de mercados y financiero.

3.2. IDEA A DEFENDER.

El estudio de factibilidad permitirá que la empresa Mayra – Tex de la ciudad de Tulcán provincia del Carchi logre comercializar ropa de cama en los mercados internacionales.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.3.1. Definición de variables

El estudio de factibilidad es la variable independiente de estudio del presente proyecto de investigación, según Luna (1999) afirma que “Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse” (p.16). Para lograr un estudio de factibilidad se establecen una serie de supuestos y la veracidad de la información dependerá de la confiabilidad de los resultados.

El estudio de factibilidad en su dimensión abarca un estudio técnico, un estudio financiero y un estudio de mercados. El estudio técnico permitirá analizar y proponer indicadores tecnológicos para la producción como: cuán óptima es la localización actual de la empresa, determinar si el tamaño de la planta es el adecuado, cual es el funcionamiento que le dan a la planta de fabricación y como está organizada la empresa. El estudio financiero dará a conocer la situación económica en la que se encuentra su empresa y la rentabilidad que esta puede dar en un futuro. Por último, el estudio de mercado se enfocará en detallar sobre el producto, la plaza, precio, promoción, personas etcétera.

Como variable dependiente se ha identificado a la comercialización internacional. Según Olivieri (2010) define que “La comercialización es una filosofía empresarial que guía a toda la organización para lograr el deleite del cliente dentro de un marco que permita su crecimiento genuino al largo plazo” (p.11). Dentro de esta variable se podrá obtener información acerca de la oferta y demanda que tiene el producto, detallar las características que necesita el producto para ingresar a un mercado internacional y las estrategias que se utilizarán para lograr que el producto llegue hasta el consumidor final.

3.3.2. Operacionalización de las variables

Tabla 1 Variable dependiente

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Estudio de factibilidad	Estudio técnico	Análisis y determinación de la localización óptima de la empresa.	¿Cuál es la ubicación del mercado del consumo? ¿Cuáles son las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible? ¿Cuál es la cercanía con el mercado consumidor?	Entrevista.
		Determinación del tamaño óptimo de la planta.	¿Cuál es el monto de inversión? ¿Cuál es el monto de ocupación efectiva de mano de obra? ¿Cuándo opera con los menores costos totales? ¿Cuál es la máxima rentabilidad económica?	Entrevista.
		Ingeniería de la planta.	¿Cuál es el funcionamiento de la planta?	Entrevista.
		Organización del talento humano y los procesos	¿Cuál es la estructura de la organización? ¿Cuáles son los intereses de los socios?	Entrevista.
	Estudio financiero.	Estudio Financiero	¿Cuáles son los ingresos netos por operaciones? ¿Cuál es el aporte de capital de los socios? ¿Cuáles son los fondos por resultados acumulados? ¿Qué préstamos bancarios se tiene? ¿Existen liquidaciones de activos?	Entrevista.
	Estudio de mercado.	Producto Mercado Internacional	¿Existe reconocimiento del producto? ¿Su producto posee calidad?	Encuesta.
		Plaza	¿Cómo entrega sus productos a los clientes? ¿En qué lugares puede entregar sus productos?	Entrevista.
		Promoción Mercado Internacional	¿Su empresa maneja promociones o descuentos por compras de sus productos?	Entrevista.
		Precio M2	¿El precio que usted oferta le genera rentabilidad?	Entrevista.
		Personas	¿Su empresa emplea personal calificado y capacitado?	Entrevista
Evidencias físicas		¿Maneja estándares de calidad en sus productos? ¿Dispone en stock sus productos?	Entrevista	
Proceso	¿Mantiene un proceso sistematizado? ¿El proceso de producción de su empresa es controlado y continuo?	Entrevista		
Productividad	¿Su capacidad de producción es limitada?	Entrevista.		

Elaborado por: Kevin Salazar

Tabla 2 *Variable independiente*

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Comercialización internacional de ropa de cama de la fábrica Mayra - Tex	Análisis y selección de los mercados internacionales	Ajuste producto – mercado en cada país	¿El producto necesita de sustanciales modificaciones para poder ser exportado? ¿La Empresa deberá realizar: Análisis Económicos, Políticos, Legales, ¿para no tener problemas al momento de su comercialización?	Entrevista.
		Exportación directa.	¿El enfoque de comercializar internacionalmente sus productos sería enfocándose a los consumidores directamente?	Entrevista.
		Exportación indirecta.	¿Desearía que sus productos sean comercializados en el exterior por medio de intermediarios?	Encuesta
	Formas de entrada en los mercados internacionales.	Empresa conjunta.	¿Estaría dispuesto a realizar una asociación con otra empresa para lograr la exportación de sus productos?	Encuesta

Elaborado por: Kevin Salazar

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Población y muestra.

La población objeto de estudio son las personas que conforman la empresa siendo 12 a las que se les aplicó un censo mediante la entrevista para conocer datos relevantes para plantear las condiciones internas.

A demás para conocer las características del consumidor al cual va dirigido el producto se aplicó una encuesta. Para el caso en estudio la información fue recopilada a la población de Bogotá 4789009 personas, representada por el número de familias para esto se dividió para 4 que es el componente familiar ($4789009/4$), dando como resultado 1197252 familias a las que se debe investigar.

Tomando en cuenta que la población es significativa se obtuvo una muestra, utilizando la siguiente fórmula.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

Simbología:

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

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:

$$N = 1197252$$

$$d^2 = 0,25$$

$$Z = 95\% \quad 1,96$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(1197252)}{(0,05)^2 (1197252 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$e = 5\%$$

$$n = 384$$

3.4.2. Métodos.

Se pretende aplicar el método no experimental debido a que no se va a manipular las variables ya establecidas. Para los métodos se incluirá la definición de universo, la muestra y su tamaño con la finalidad de interrelacionar las variables y determinar cuan factible es comercializar a nivel internacional la ropa de cama producida por la fábrica Mayra – Tex.

3.4.3 Técnicas para la recolección de datos

Las técnicas para la recolección de datos de la presente investigación son: la entrevista estructurada que se la realizará directamente al gerente de la fábrica Mayra – Tex, con esta entrevista estructurada se pretende obtener información relevante sobre la situación actual de la empresa y su funcionamiento; también se aplicará el cuestionario hacia la población objetivo que tendrá como finalidad arrojar información que determine la demanda del país con el que se pretenda trabajar y los documentos, registros, materiales y artefactos que permitan entender el funcionamiento cotidiano de la empresa a estudiar con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

A continuación, se muestran ilustraciones con la cantidad de exportaciones no petroleras realizadas por Ecuador y enseguida los países que más importan textiles del Ecuador, donde la mayor cantidad abarca el país vecino Colombia, brindado de esta manera buenas expectativas de implementar el proyecto de factibilidad para exportar ropa de cama a dicho país.



Ilustración 2 Balanza Comercial no Petrolera (2014 - 2018)
Fuente: PRO ECUADOR

A medida que la estabilidad monetaria mundial ha mejorado, la situación del país también incrementó, en la ilustración 2 se observa como las exportaciones no son tan fluctuantes, sin embargo, a pesar de la situación económica mundial la cantidad de exportaciones se podría manifestar que casi se mantienen, entre ellas las exportaciones textiles. A continuación, se muestra en la tabla 3 los países que mayor participación tienen en la importación de ropa de cama desde Ecuador.

Tabla 3 Países importadores de ropa de cama desde Ecuador.

Importadores	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017
Mundo	8130	5871	2584	734	795
Estados Unidos de América	83	201	329	246	281
Colombia	4859	4738	2119	331	277
Canadá	38	70	79	75	119
Perú	37	72	2	28	28
Australia	20	29	8	17	20
Países Bajos	0	8	11	2	19
Reino Unido	54	21	10	6	12
Dinamarca	2	3	0	0	8
Chile	2	0	4	8	6
Bolivia	0	22	0	0	5
Brasil	3014	683	0	0	2
Francia	1	0	0	1	2

Fuente: TradeMap, (2018)
Elaborado por: Kevin Salazar

A través de la tabla 3 podemos evidenciar que Ecuador en lo que respecta a exportaciones de la partida 6301 Mantas de todo tipo material textil tiene una gran acogida en Colombia con un valor exportado en el 2017 de 277 lo que representa una participación del 34,8% , a continuación le sigue Perú con un valor exportado de 28 el mismo que constituye el 3,5% de participación y finalmente tenemos a Brasil con un valor exportado de 2, dando así a entender que su participación en dicho mercado equivale al 0,3%, dentro de este análisis podemos deducir que a Chile no se lo toma en cuenta debido a que sus importaciones han sido reducidas y únicamente en un tiempo específico, además, este país tiene mayor relación comercial con China lo cual sería un aspecto desfavorable para poder competir o ingresar a dicho mercado, mientras que con los tres países nombrados anteriormente la relación comercial se denota siempre.

Exportaciones de textiles 2015 USD FOB

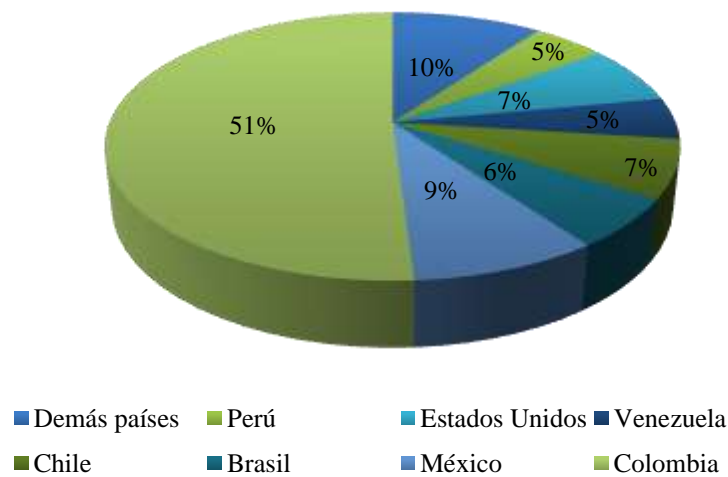


Ilustración 3 Exportaciones de textiles en el mundo
Fuente: Asociación de Textiles del Ecuador

Se observa que la mayor cantidad de productos o el mayor socio comercial en exportaciones textiles es Colombia, representando el 51% del total de las exportaciones textiles en 2015, con la ayuda de PRO ECUADOR, se conocería que países necesitan cubrir demanda de lencería para cama.

3.5.1. Análisis e interpretación de resultados

Se ha determinado que la ciudad de Bogotá tiene claras oportunidades para comercializar ropa de cama en producida en Ecuador provincia del Carchi. Esta ciudad mantiene una alta capacidad de compra en Latinoamérica, un constante movimiento, ofrece un amplio portafolio de oportunidades para empresarios interesados en desarrollar verdaderos planes de negocios. También porque está más cerca de los mercados Desde el punto de vista logístico, Bogotá está estratégicamente situada en el centro del continente. Menos de tres horas de vuelo lo llevan a las principales ciudades. El aeropuerto El Dorado es el segundo en Latinoamérica, en materia de manejo de carga proveniente del exterior, también ocupa la casilla 13 frente al tema de atención de pasajeros y el cuarto lugar en volumen de operaciones aéreas, según agencias internacionales como IATA.

Para obtener datos importantes de las características del mercado objetivo se aplicó una encuesta a las familias de la ciudad de Bogotá. A continuación, los resultados.

Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Bogotá

1. ¿Qué cantidad de juegos de ropa de cama adquiere usted anualmente?

Tabla 4 Cantidad de compra

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 3 juegos	335	87%
De 4 a 6 juegos	42	11%
De 7 a 9 juegos	7	2%
Total	384	100%

Elaborado por: Kevin Salazar

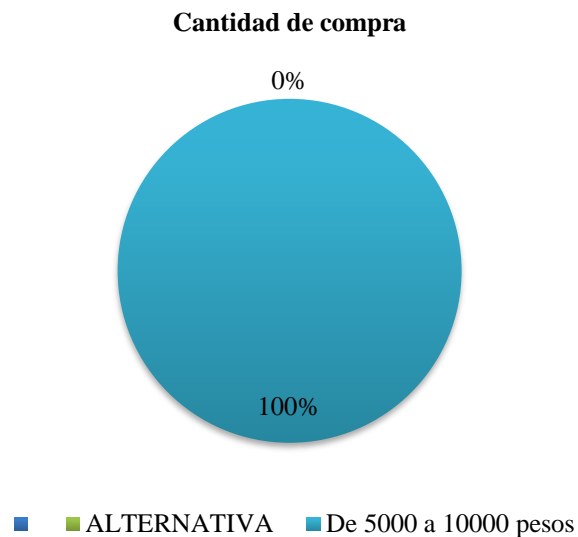


Ilustración 4 Cantidad de compra

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Kevin Salazar

ANÁLISIS:

La mayoría las familias de la ciudad de Bogotá adquieren entre 1 a 3 unidades de juegos de ropa de cama de manera anual, esto se debe a que es un producto básico del hogar pero que es demandado en bajas unidades y es de uso final de las personas. En un porcentaje menor compra anualmente cuatro a seis unidades, por último, un porcentaje mínimo entre uno a tres juegos.

2. ¿A cuál de estos lugares suele acudir para comprar ropa de cama?

Tabla 5 Lugar de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centros comerciales	46	12%
Almacenes	98	26%
Bazares	15	4%
Mercados	202	53%
Otros	23	6%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Kevin Salazar

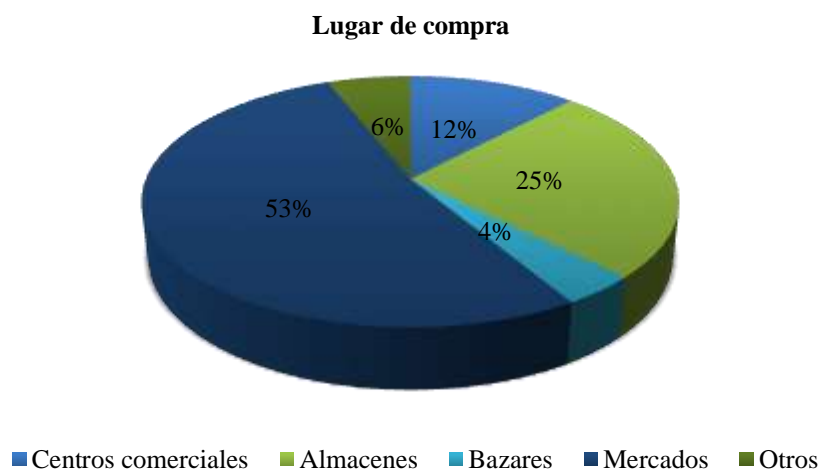


Ilustración 5 Lugar de compra

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Kevin Salazar

ANÁLISIS:

El lugar más frecuente a los que acuden las familias a adquirir ropa de cama, es los diferentes mercados de la ciudad debido a que existe variedad de locales y prendas de vestir, así también en estos lugares los precios son más competitivos. Un poco más de la cuarta parte adquiere en almacenes, seguido de centros comerciales, entre otros. En estos últimos el precio suele incrementar por los costos que estos establecimientos demandan, en especial relacionados al alquiler del local comercial.

3. ¿Qué aspecto toma en cuenta al momento de adquirir ropa de cama?

Tabla 6 Aspecto de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad de la tela	98	26%
La marca	17	4%
El diseño	43	11%
Los acabados	87	23%
El precio	139	36%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Kevin Salazar

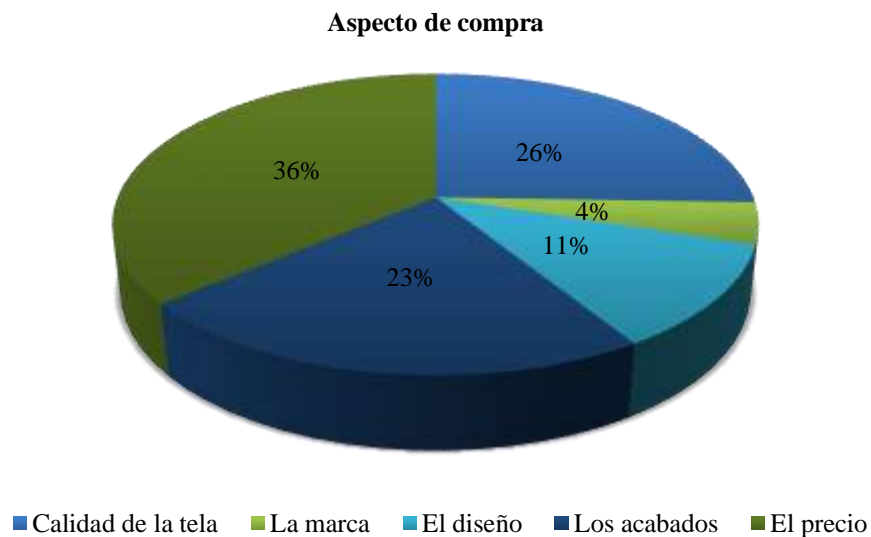


Ilustración 6 Aspecto de compra

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Kevin Salazar

ANÁLISIS:

El aspecto que prevalece a la hora de decidir la compra de ropa de cama por parte de los demandantes es el precio, si es bajo el consumidor se siente atraído y decide hacer la compra. De la misma manera más de la cuarta parte prefiere fijarse en la calidad de la tela, para que el producto sea más duradero y satisfaga sus expectativas. En porcentajes menores ponen como referencia la marca, el diseño y los acabados.

4. ¿Cuál de estos tipos prefiere en la confección de ropa de cama?

Tabla 7 Tipos en la confección

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Llana	124	32%
Bordados	79	21%
Estampados	181	47%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Kevin Salazar

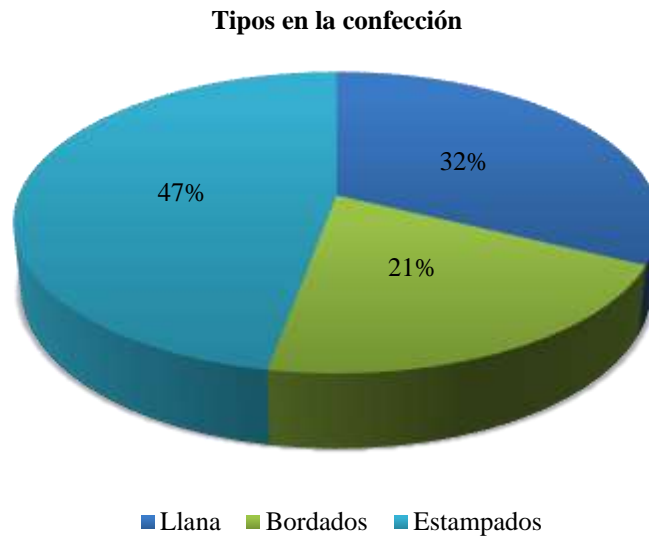


Ilustración 7 Tipos de confección
Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Kevin Salazar

ANÁLISIS:

Las personas que fueron objeto de estudio que demandan juegos de ropa de cama, adquieren el producto en base a los gustos y preferencias inclinándose la mayor parte por ropa de cama tipo estampada, tomando en cuenta la ilustración más de la cuarta parte adquiere ropa de cama llana sin ningún tipo de adorno. Los gustos por estas prendas varían de acuerdo a la edad de las personas.

5. ¿Cuánto suele gastar en promedio al comprar juegos de ropa de cama?

Tabla 8 Gasto promedio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 5000 a 10000 pesos	25	7%
De 11000 a 16000 pesos	236	61%
De 17000 a 22000 pesos	116	30%
De 23000 a más	7	2%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Kevin Salazar

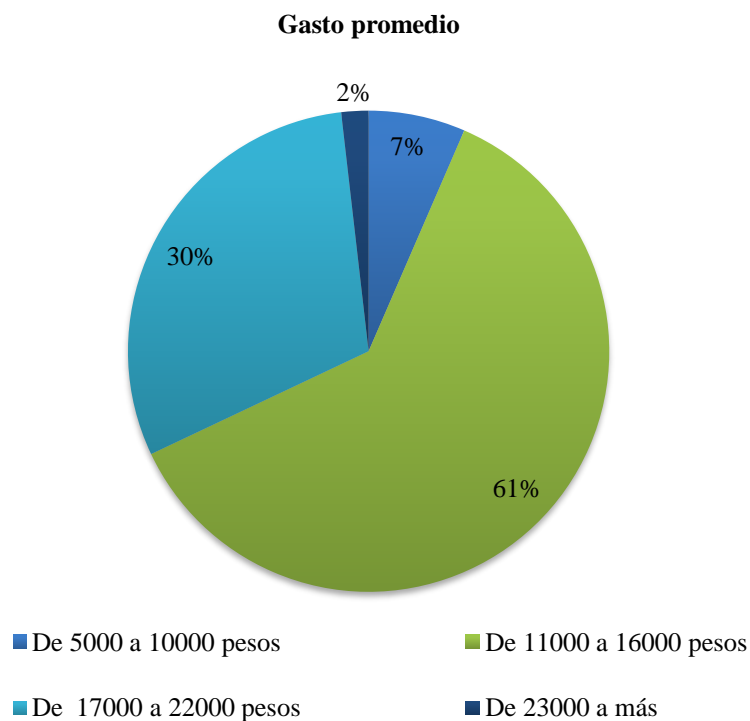


Ilustración 8 Gasto promedio
Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Kevin Salazar

ANÁLISIS:

Las familias de la ciudad de Bogotá tienen presupuestado para la compra de un juego de ropa de cama entre 11.000 a 16.000 pesos, esto depende de los factores económicos como ejemplo, la apreciación del dólar lo que afecta la compra de este producto ya que depende del tipo de cambio para que los precios de la lencería de cama pueden incrementar o disminuir en la ciudad de destino que es Bogotá.

6. ¿Le gustaría que en la ciudad de Bogotá se comercialice ropa de cama de producción ecuatoriana?

Tabla 9 Aceptación de la comercialización

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	366	96%
NO	5	1%
TAL VEZ	13	3%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Kevin Salazar



Ilustración 9 Aceptación de comercialización

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Kevin Salazar

ANÁLISIS:

Se observa mediante ilustración que la mayor parte de la población investigada está de acuerdo que en la ciudad de Bogotá se comercialice ropa de cama de buena calidad de origen ecuatoriano, esto permitirá que exista variedad y alternativas del producto, generando buenas expectativas para emprender en la exportación de este producto.

7. ¿Qué tan de acuerdo estaría en adquirir los juegos de ropa de cama a través de una tienda online?

Tabla 10 Adquisición directa

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	384	1
Medianamente de acuerdo	0	
Ni acuerdo ni desacuerdo	0	
Medianamente desacuerdo	0	
Totalmente desacuerdo	0	
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Kevin Salazar

ADQUICISIÓN LOS JUEGOS DE SÁBANAS

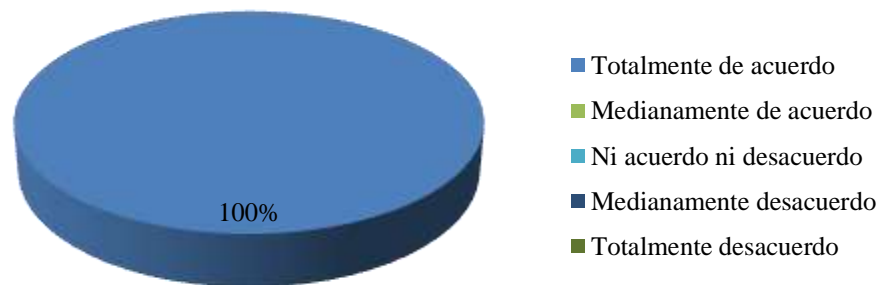


Ilustración 10 Adquisición de juegos de sábanas
Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración Kevin Salazar

ANÁLISIS:

El 100% de la población investigada consideran que estarían totalmente de acuerdo en adquirir ropa de cama a través de una tienda online, ya que consideran que el precio sería más bajo.

8. ¿Qué tipo de promociones cree usted que debería existir en la comercialización de ropa de cama?

Tabla 11 Tipo de promoción

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sorteos	71	18%
Dos por uno	98	26%
Cuponeras	17	4%
Descuentos	198	52%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Kevin Salazar

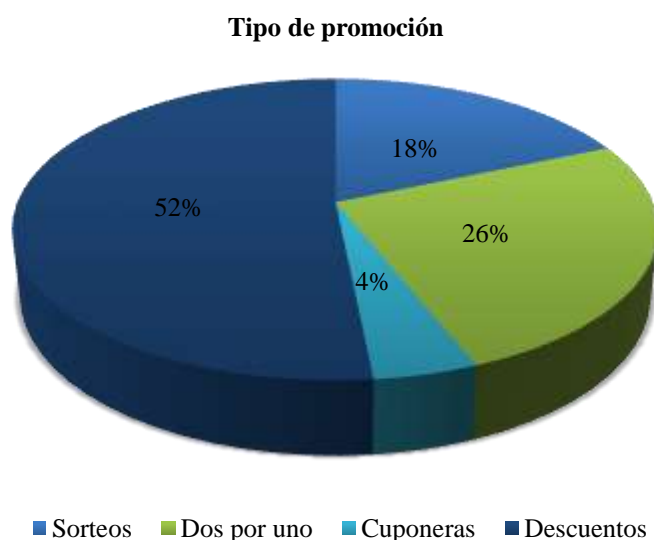


Ilustración 11 Promoción
Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Kevin Salazar

ANÁLISIS:

La promoción que más prefieren e incentiva a la compra del producto son los descuentos ya que esto incide en el factor económico, además un grupo menor de personas prefieren los sorteos, dos por uno o cuponeras.

9. ¿Qué tipo de publicidad prefiere?

Tabla 12 Tipo de publicidad

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE
Radio	48	13	13%
Internet	134	37	37%
Televisión	151	42	42%
Diario	27	8	8%
Total	360	100	100%

Elaborado por: Kevin Salazar

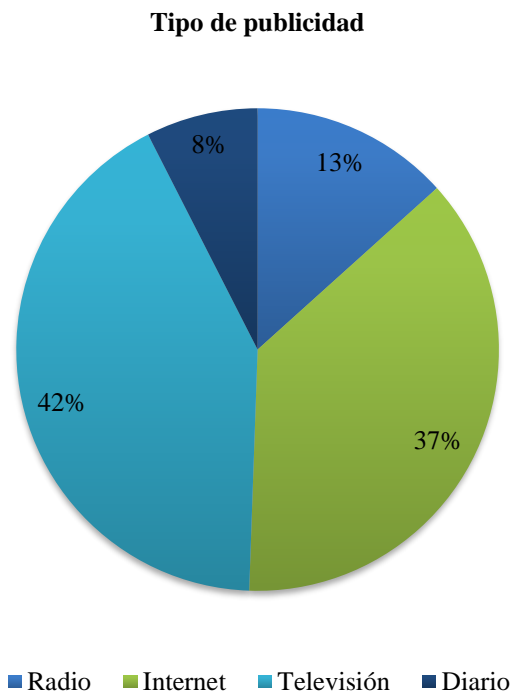


Ilustración 12 Tipo de publicidad

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Kevin Salazar

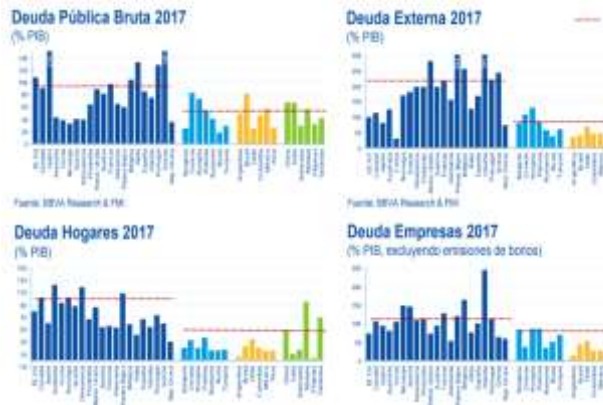
ANÁLISIS:

Entre los medios de publicidad que la población investigada prefiere se encuentra la televisión, seguido de quienes utilizan el internet mediante las páginas sociales, en un porcentaje menor se encuentra la publicidad de radio y televisión.

Riesgo país de Colombia

Tabla 13 Informe Riesgo País Colombia

Informe del Riesgo País Colombia.



De acuerdo al Banco La República de Colombia, el riesgo país a finales de 2018 se ubicó en 190 puntos, por lo que es bajo en consideración a Ecuador. Colombia se encuentra bajo los puntos establecidos en riesgo manteniendo deudas externas, deudas en hogares y la deuda en empresas manejables, lo que hace permisible trabajar en este entorno.

Fuente: BBVA, 2018
Elaborado por: Kevin Salazar.

Perfil del consumidor Colombia.

Tabla 14 Perfil Consumidor Colombia



Actualmente el consumidor colombiano ha presentado cambios en sus dinámicas de compras, fijándose mucho en la economía el 30%, estabilidad laboral el 41% y el 39% en otros factores, por lo que mantener un equilibrio económico de subsistencia en base al poder adquisitivo representa una prioridad. (Perea, 2016)

Fuente: Estudio Global del consumidor Nielsen, 2018
Elaborado por: Kevin Salazar.

3.5.2. Diagnóstico de mercados internacionales.

Al momento en que se decide introducir un bien o servicio a un territorio internacional es necesario identificar los mercados más atractivos y ventajosos, aprovechando la demanda internacional, generando oportunidades al país y dando a conocer los productos nacionales. Se seleccionará tres países que potencialmente tienen mayor demanda de ropa de cama y, se pretende establecer un perfil de oportunidades y amenazas que arrojará como resultado el país más óptimo con el que se trabajará. Entre los países se encuentran.

- Colombia es uno de los países con los que Ecuador ha establecido una relación históricamente comercial muy estrecha, estableciendo así convenios binacionales, ferias sectoriales internacionales con la finalidad de aprovechar factores comunes entre ambas naciones, abarca el 45% del total de las exportaciones textiles (CFN, 2018), anualmente Colombia importa aproximadamente 3 millones de dólares sin contar con los productos que entran directamente por pasos fronterizos.
- Brasil es una nación que ha demostrado muchos avances tecnológicos, económicos y culturales por lo que ha sido considerada una de las principales naciones emergentes en el mundo (Domínguez, José 2014); las relaciones comerciales con Ecuador se desarrollan bajo las ventajas que presenta el Acuerdo de Complementación Económica No. 59 que establece la cooperación e integración económica y permita crear un área de libre comercio entre las partes, del 100% de las exportaciones de textiles ecuatorianos, el 11% importa Brasil (CFN, 2018), por su clima caluroso se hace necesaria lencería de cama delgada.
- Perú, a partir del Acuerdo de Paz en 1998, el comercio con Ecuador ha crecido de manera destacada (Novak & Namihas, 2010), impulsado también por la firma del Convenio de Aceleración y Profundización del Libre Comercio entre estos países, que estableció el arancel cero para el intercambio bilateral.

Tabla 15 Características y relaciones comerciales con Ecuador

País	Características y relaciones comerciales con Ecuador
Colombia	Buenas relaciones comerciales. Convenios binacionales. Ferias sectoriales internacionales.
Brasil	Acuerdo de Complementación Económica Nación emergente. Área de libre comercio
Perú	Convenio de Aceleración y Profundización del Libre Comercio. Arancel cero

Elaborado por: Kevin Salazar

3.6 FACTORES INTERNOS

3.6.1 Análisis de mercado del Ecuador

3.6.1.1 Factores Político – Legales

La actualidad política del Ecuador mantiene una serie de controversias que siguen saliendo al conocimiento público debido a la corrupción que existe en el país generando que la ciudadanía mantenga deslealtad y desconfianza política en el país. Con la elección del actual presidente de la República Lenin Moreno se pudo conocer esta realidad, sin embargo, es bastante notorio que en Ecuador se ha visto afectado debido a las diferentes decisiones gubernamentales que han tomado cada uno de los gobiernos implicando así una extrema limitación a la inversión extranjera y desarrollo del país, aun así, dependiendo de las exportaciones del petróleo este impacto ha provocado un efecto negativo para el país.

Tomando en cuenta todos los factores actuales que han llevado al Ecuador a atravesar situaciones difíciles el 02 de abril del 2018 el jefe de estado ha comunicado a la población que se tomarán 14 medidas con la intención de reactivar la producción y generar el empleo.

Entre las medidas se tiene: el incremento de aranceles, reducir el presupuesto de la función ejecutiva, eliminar los ministerios, subsecretarías, reducir el número de asesores, optimizar contratos petroleros, devolución de tributos al exportador, incentivar a la banca internacional, reducir gradualmente el Impuesto a la Salida de Divisas, entre otras.

Tabla 16 Acuerdos Comerciales en los que Participa Ecuador

Acuerdos multilaterales.	
Miembros de la OMC	Fecha de suscripción 21 de enero de 1996
Uniones aduaneras	
Comunidad Andina	Fecha de suscripción 26 de mayo de 1969
Acuerdos de libre comercio	
Unión Europea	Fecha de suscripción 12 de diciembre del 2014
Acuerdos comerciales preferenciales	
Guatemala (AAP.A25TM N42)	Fecha de suscripción 15 de abril del 2011
Chile (AAP.CE N65)	10 de marzo del 2008
Colombia – Ecuador – Venezuela – MERCOSUR (AAP. CE N59)	18 de octubre 2004
México (AAP 29)	30 de abril 1983

Elaborado por: Kevin Salazar

Fuente: SICE

Tabla 17 Balanza Comercial Total, USD FOB

AÑO	2014	2015	2016	2017
EXPORTACIONES	22036,4	15661,3	13778,4	15721,4
IMPORTACIONES	21886,6	17585,5	12576,6	15534,6
SALDO	149,8	-1924,2	1201,8	186,8

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Kevin Salazar

Debido a las políticas monetarias del gobierno anterior tratando de estabilizar la economía nacional, evitando que el país se contagie con la crisis mundial se observa en la tabla que en el año 2016 generó resultados positivos luego de tener un saldo negativo en el año 2015, al pasar los años se observa de igual manera que las importaciones se disminuyen, debido a las políticas de consume lo nuestro, para que el dinero se quede en el país y los pequeños emprendedores pongan un valor agregado a sus productos, mejorando la calidad de vida de los que les rodea.

Tabla 18 Factores Socioeconómicos

Población	Aproximación metodológica (julio de 2017)
Crecimiento poblacional	1.28% (2017)
Capital	Quito Guayaquil, Quito, Cuenca, Santo Domingo, Ambato, Portoviejo, Machala, Duran, Manta, Principales ciudades Riobamba, Loja, Esmeraldas, Ibarra, Quevedo, Milagro, Babahoyo, Santa Elena.
PIB	\$ 188.5 mil millones (2017)
Crecimiento PIB	1.9% (2018)
PIB per cápita	\$ 6035 (2018)
Riesgo País	453 puntos al 11 de enero de 2018
Tasa de variación PIB Trimestral	
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	6,5%
Servicios	59,7%
Industria manufacturera	33,8%
Moneda oficial	Dólar americano
Tasa de inflación anual	0,18%
Salario unificado nominal	394,00 usd (enero 2019)
Reservas internacionales	\$ 3,935 mil millones (31 de diciembre de 2017)
Exportaciones no petroleras	\$ 18,34 mil millones

Fuente: Ficha técnica de Ecuador

Elaborado por: Kevin Salazar

Ecuador tiene una tasa de crecimiento poblacional de 1.28% de acuerdo al INEC 2018, para el año 2017 contó con un PIB de \$ 188.5 mil millones, el riesgo país se ubicó en 463 puntos o el 4.63%, demostrando que los índices de seguridad han aumentado por lo que este indicador también puede atraer la inversión extranjera. El salario básico es uno de los más altos comparados con los de la región, este se ubicó para el año 2019 en \$394, demostrando un aumento con respecto al año 2018 de 8 dólares.

3.6.2 ANÁLISIS MERCADO PRODUCTO – ECUADOR.

3.6.2.1 Características del producto.

La ropa de cama es un producto indispensable para el ser humano, brindando protección y confort permitiendo mantener la temperatura adecuada al usuario el momento de dormir. En la actualidad la ropa de cama también es utilizada como una prenda que embellece la apariencia del hogar siendo presentada con novedosos diseños y confeccionadas con diversos materiales. Para el caso de la Fabrica Mayra – Tex sus productos son elaborados con un cien por ciento de fibra sintética en poliéster, según investigación exploratoria.

Ficha técnica de la ropa de cama.

Tabla 19 Ficha Técnica de Ropa de Cama

Nombre comercial:	Mantas de fibras sintéticas (excepto las eléctricas)
Partida arancelaria:	6301.40.00.00
Sección XI:	Materiales textiles y sus manufacturas.
Capítulo 63:	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos.
Partida Sistema Armonizado 6301:	Mantas.
Subpartida Regional 63014000	Mantas de fibras sintéticas (excepto las eléctricas)
Subpartida Nacional 6301400000	Mantas de fibras sintéticas (excepto las eléctricas)
Descripción	Mantas de fibras sintéticas (excepto las eléctricas)

Fuente: Ecuapass

Elaborado por: Kevin Salazar.

Tabla 20 Usos de la Ropa de Cama

Usos
<ul style="list-style-type: none">• Producto utilizado para mantener la temperatura corporal del cuerpo, también es usado como un artículo que permite adornar la apariencia de la cama y de su entorno.• Composición de la ropa de cama:• La ropa de cama tiene una composición del 100% poliéster.• Proceso de elaboración:• La tela es desenrollada y cortada en medidas de 2,15 cm de largo con 1,85 cm de largo procediendo a eliminar las arrugas con vaporadoras que a la vez este proceso permite que la cobija tenga un proceso antialérgico. Como último paso se pega la cinta textil que son los bordes de la cobija.

Fuente: Ecuapass

Elaborado por: Kevin Salazar.

3.6.2.2 Producción dentro de la empresa Mayra – Tex.

La empresa Mayra-*Tex*, confecciona ropa de cama en poliéster, los procesos de producción parte de la adquisición de los rollos de tela desde la China para ser procesada y confeccionada de acuerdo a los colores y tallas. La producción mensual bordea las 20.000 unidades dependiendo la temporada y el clima.

La mano de obra empleada cumple con los requisitos y conocimientos para ocupar los cargos operativos y administradores, son la fuerza laboral que empuja el crecimiento de la empresa. La plantilla está constituida por 12 personas distribuidos en los diferentes puestos de trabajo. Hay que destacar que la producción en su mayoría se realiza en territorio ecuatoriano, y los acabados se deben realizar en el vecino país de Colombia.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de ropa de cama de la empresa Mayra – Tex de la ciudad de Tulcán provincia del Carchi, para aprovechar la oportunidad de negocio que brinda el mercado colombiano.

4.1.1 FACTORES EXTERNOS

4.1.1.1 Análisis de factores externos

Tabla 21 PIB Per cápita

FACTORES SOCIOECONÓMICOS.			
INDICADOR	COLOMBIA	BRASIL	PERÚ
PIB PERCÁPITA	2018: 5803\$ variación -4,0 %	2018: 8727\$ variación -1,0%	2018: 6204\$ variación 0,5%
	2017: 6048\$ variación -23,8%	2017: 8810\$ variación -27,3%	2017: 6174\$ variación -6,3%
	2016: 7938\$ variación -1,6%	2016: 12112\$ Variación -1,5%	2016: 6592\$ variación 3,4%
	2015: 8068\$ variación 1,7%	2015: 12295\$ variación -0,6%	2015: 6492\$ variación 3,4%
	2014: 7931\$ variación 8,9%	2014: 12367\$ variación -6,6%	2014: 6280\$ variación 10,8%

Fuente: Datos macro, (2018)

Elaborado por: Kevin Salazar.

De acuerdo a los factores socioeconómicos Perú indica la variación más alta de los tres países latinoamericanos con un 10,8%, mostrando así que su población ha tenido una calidad de vida moderada, sus ingresos por persona se mantienen sin variaciones fuertes. Según el INEI se establece que estas cifras han dependido de una mayor producción en el sector minero, transporte, almacenamiento y mensajería.

Tabla 22 Tipo de Cambio

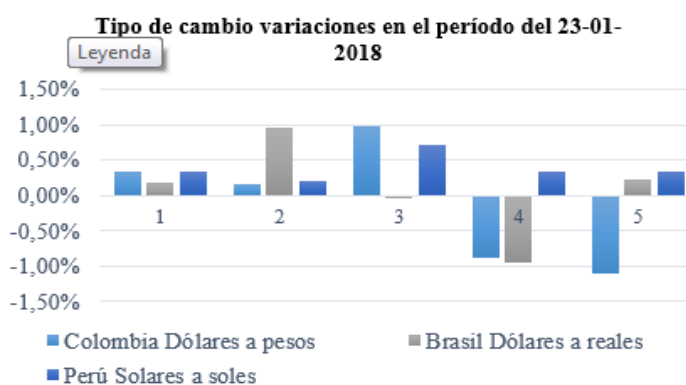
FACTORES SOCIOECONÓMICOS.

Tipo de cambio. - Es el valor que tiene una divisa de un país en comparación de la divisa de otro. El tipo de cambio se determina por la oferta y demanda de cada divisa.

Este factor permitirá determinar en qué situación del mercado se encuentra el mercado de divisas y cómo influye en el intercambio comercial la cotización de cada moneda.

INDICADOR	COLOMBIA	BRASIL	PERÚ
TIPO DE CAMBIO	Cambio de dólares a pesos	Cambio de dólares a reales.	Cambio de solares a soles.
	29/01/2018	29/01/2018	29/01/2018
	3472,45 0,33%	3,9209 0,18%	3,9944 0,33%
	23/01/2018	23/01/2018	23/01/2018
	3496,55 0,17%	3,9453 0,95%	3,9393 0,21%
	24/01/2018	24/01/2018	24/01/2018
	3530,81 0,99%	3,9437 -0,04%	3,9675 0,72%
	25/01/2018	25/01/2018	25/01/2018
	3499,43 - 0,89%	3,9063 -0,95%	3,9814 0,35%
	26/01/2018	26/01/2018	26/01/2018
3461,10 - 1,10%	3,9149 0,22%	3,9944 0,33%	

Perú demuestra que su tipo de cambio se ha mantenido muy estable en los últimos años, sin embargo, para dicho análisis se ha tomado como referencia al período del 23 de enero del 2018 en donde se identifica que este país tiene una variación más significativa el 24-01-2018 con 0,72% y a la vez teniendo menos variación en comparación con Colombia y Brasil. Por otro lado, Colombia siempre varía su tipo de cambio, porque siempre deprecian su moneda para ser más atractivo a mercados internacionales.



Fuente: Datosmacro, (2018)
Elaborado por: Kevin Salazar.

Tabla 23 *Inflación*

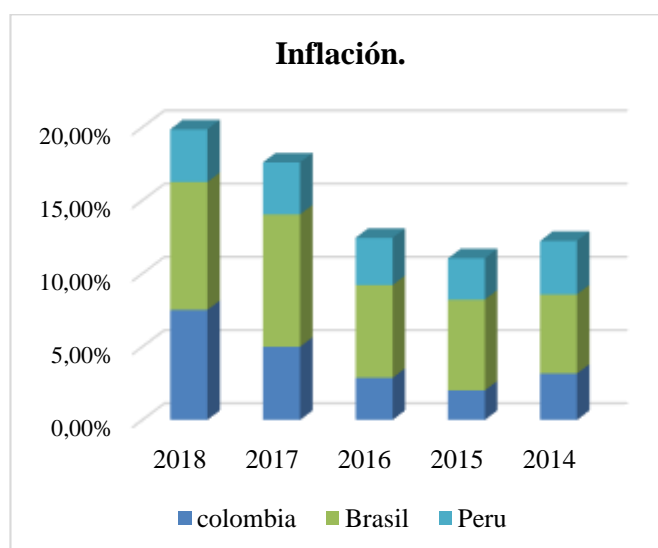
FACTORES SOCIOECONÓMICOS.

Inflación. - “Inflación es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo.” (Díaz, 2015, p.2)

Este indicador permite medir el índice de aumento de precios que tiene la canasta básica, como también los servicios, repercutiendo en el nivel de vida de la población.

INDICADOR	COLOMBIA	BRASIL	PERÚ
INFLACIÓN.	2018: 7,517%	2018: 8,739%	2018: 3,596%
	2017: 5,005%	2017: 9,028%	2017: 3,555%
	2016: 2,878%	2016: 6,332%	2016: 3,226%
	2015: 2,023%	2015: 6,202%	2015: 2,817%
	2014: 3,177%	2014: 5,402%	2012: 3,654%

Brasil es el país que presenta un porcentaje de inflación más alto en comparación con Colombia y Perú dejando ver que el costo de los bienes y servicios han sufrido un alza en el precio. Por otro lado, Perú ha logrado mantener una inflación no muy agresiva. Colombia también ha sufrido procesos inflacionarios por lo que también se han enarecido los bienes y servicios



Fuente: Banco Mundial, (2018)
Elaborado por: Kevin Salazar.

Tabla 24 *Tasa de Desempleo*

FACTORES SOCIOECONÓMICOS.

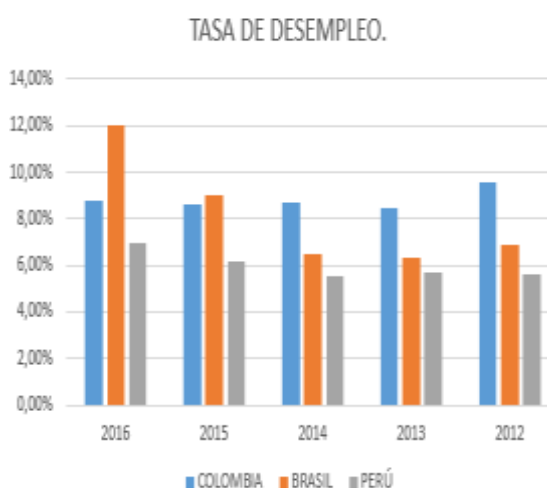
Tasa de desempleo. Es la situación que atraviesan las personas que tienen la edad, la capacidad y el deseo de trabajar, pero no pueden conseguir ser empleados ateniéndose a un ocio involuntario.

Este indicador permitirá identificar qué porcentaje de la población se encuentra inactiva en un lugar de trabajo

INDICADOR	COLOMBIA	BRASIL	PERÚ
TASA DE DESEMPLEO.	2012: 9,55%	2012: 6,90%	2012: 5,60%
	2013: 8,44%	2013: 6,30%	2013: 5,70%
	2014: 8,72%	2014: 6,50%	2014: 5,50%
	2015: 8,59%	2015: 9,00%	2015: 6,20%
	2016: 8,74%	2016: 12,00%	2016: 7,00%

Colombia, Brasil y Perú muestran un incremento del desempleo para el año 2016, aunque en el primero con una incidencia menos representativa, estos procesos de desempleo, desestabilizan la economía porque reduce el poder adquisitivo de sus habitantes.

Bajar la tasa de desempleo es un objetivo de la macro economía y de la política económica, al reducir su porcentaje se crean mejores oportunidades para la clase trabajadora.



Fuente: Cesla.com, (2018)

Elaborado por: Kevin Salazar.

Tabla 25 Balanza de Pagos

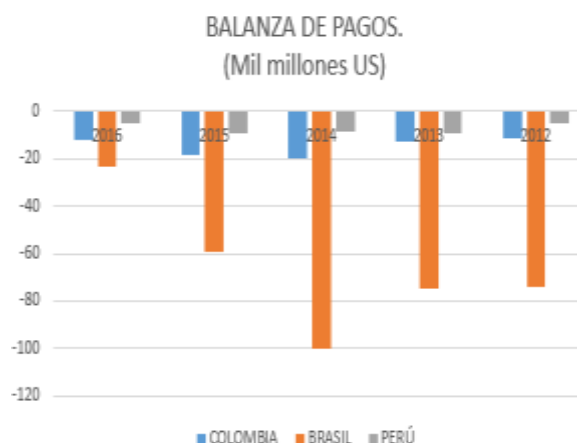
FACTORES SOCIOECONÓMICOS.

Balanza de pagos. “La balanza de pagos es un documento contable en el que se registran todas las operaciones derivadas del comercio de bienes y servicios, así como las operaciones derivadas de los movimientos de capital, entre unos países y otros.”

Este indicador macroeconómico brinda información sobre el entorno económica del país de una manera generalizada, permite informar sobre los ingresos y pagos que se realizan a nivel internacional por medio de las importaciones y exportaciones de bienes y servicios.

INDICADOR	COLOMBIA (mil millones \$)	BRASIL (mil millones \$)	PERÚ (mil millones \$)
BALANZA DE PAGOS.	2012: -11,366	2012: -74,059	2012: -5,388
	2013: -12,502	2013: -74,839	2013: -9,388
	2014: -19,764	2014: -100,023	2014: -8,925
	2015: -18,777	2015: -59,434	2015: -9,169
	2016: -12,305	2016: -23,53	2016: -5,303

Los países que se están analizando mantienen una balanza de pagos negativa, aunque para el 2016 ha reducido, el país con la balanza de pagos que menos ha variado y se ha mantenido demostrando que trata mantener una economía estable en su población es la de Perú. Esta balanza de pagos muestra que los países tienen un déficit por lo que están comprando más en el exterior de lo que ellos pueden vender.



Fuente: Banco Mundial, (2018)

Elaborado por: Kevin Salazar.

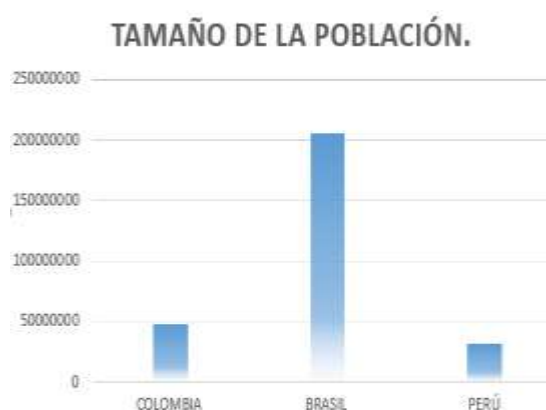
Tabla 26 Población

FACTORES DEMOGRÁFICOS.

Población. “El concepto de población se utiliza para señalar la misma agrupación humana, pero como elemento componente indeterminado del Estado, ya que se refiere a todos sus habitantes, tengan el carácter o la condición que tuvieren, nacionales, extranjeros, residentes, transeúntes, particulares, funcionarios, etcétera” (Herrera, 2003, p.225). Este índice nos permitirá conocer el tamaño de la población de los países y como resultado tener en cuenta las políticas públicas que establecen en los mismos

INDICADOR	COLOMBIA	BRASIL	PERÚ
TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	2018: 48 553,419	2018: 206 101,000	2018: 31 481,000

En relación a los tres países analizados, Brasil cuenta con una población que supera los 206 millones en tal razón su PIB per cápita también va a ser superior, esto a su vez demanda de más gasto de gobierno para atender a las necesidades básicas de sus habitantes. Tomando en cuenta el número de habitantes, este sería un país atractivo para implementar el estudio de factibilidad para exportar ropa de cama, pero se deben analizar las distancias, tipo de moneda, entre otras variables.



Fuente: Datos macro, (2018)
Elaborado por: Kevin Salazar.

Tabla 27 *Edad Estructurada*

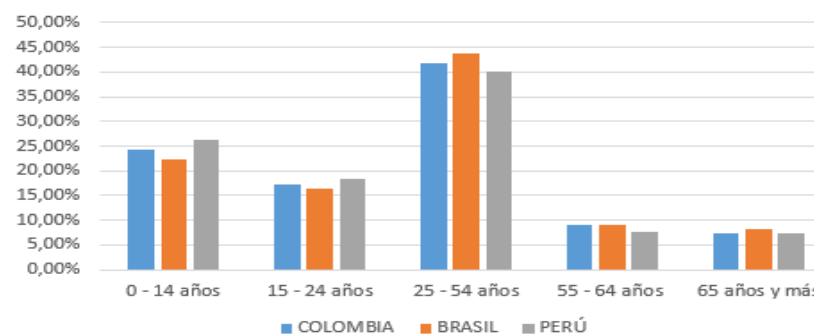
FACTORES DEMOGRÁFICOS.

Edad estructurada. “Esta entrada proporciona la distribución de la población según la edad. La información está incluida por sexo y grupo de edad de la siguiente manera: 0-14 años (niños), 15-24 años (edad laboral temprana), 25-54 años (edad laboral máxima), 55-64 años (edad laboral madura), 65 años y mayores (personas de edad avanzada). La estructura de edades de una población afecta los principales problemas socioeconómicos de una nación” (CIA, 2018)

Este indicador permite analizar las distintas necesidades que debe cubrir el país según su población; si su población mayormente es joven necesita invertir en escuela por el contrario si su población mayormente es de mayores su inversión será en el sector de la salud.

INDICADOR	COLOMBIA	BRASIL	PERÚ
ESTRUCTURA POR EDAD.	0 – 14 años: 24,22% (masculino 5.917.425 / femenino, 5.634.516)	0-14 años: 22.33% (masculino 23.599.867 /femenino 22.696.756)	0-14 años: 26.31% (masculino 4.155.672 / femenino 4.009.888)
	15-24 años: 17.25% (masculino 4.191.033 /femenino 4.038.314)	15-24 años: 16.36% (hombres 17.212.048 / mujeres 16.721.295)	15-24 años: 18.31% (hombres 2.847.460 / 2.835.727 mujeres)
	25-54 años: 41.91% (9.918.698 varones /10.071.419 varones)	25-54 años: 43,86% (hombres 45.114.076/ mujeres 45.836.147)	25-54 años: 40.19% (masculino 5.985.354 /femenino 6.487.232)
	55-64 años: 9.18% (masculino 2.059.712 / femenino 2.318.320)	55-64 años: 9.12% (masculino 8.931.065 /femenino 9.974.723)	55-64 años: 7.78% (masculino 1.168.533/femenino 1.247.299)
	65 años y más: 7.44% (masculino 1.480.966 /femenino 2.068.121)	65 años y más: 8.33% (masculino 7.356.838 /femenino 9.910.576)	65 años y más: 7.41% (masculino 1.086.790 / femenino 1.212.701)

ESTRUCTURA DE EDAD.



Los tres países analizados tienen similitudes en cuanto a la edad de su población, siendo esta concentrada en un rango de 25 a 54 años correspondiente a la población económicamente activa, es decir en edad de trabajar y producir; así también seguida por la edad de 0 a 14 años, este grupo demanda más atenciones del estado en cuanto a inversión enfocada a la educación y salud.

Fuente: Central Intelling Agency.com, 2018

Elaborado por: Kevin Salazar.

Tabla 28 Población Económicamente Activa

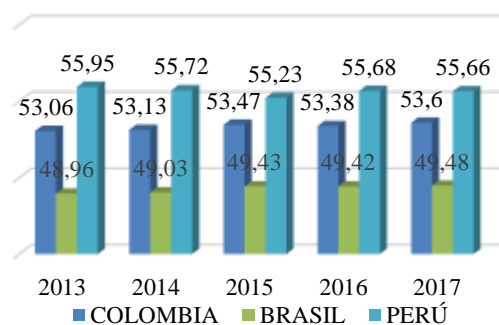
FACTORES DEMOGRÁFICOS.

PEA. - Es el indicador que se ubica en la parte de la población que se encuentra laborado, se constituye entre las edades pertinentes a ejercer una labor.

Este indicador permite tener en cuenta cual es la cantidad de personas que están interesadas en participar activamente en el mercado de trabajo.

INDICADOR	COLOMBIA	BRASIL	PERÚ
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.	2013: 53.06%	2013: 48.96%	2013: 55.95%
	2014: 53.13%	2014: 49.03%	2014: 55.72%
	2015: 53.47%	2015: 49.43%	2015: 55.23%
	2016: 53.38%	2016: 49.42%	2016: 55.68%
	2017: 53.60%	2017: 49.48%	2017: 55.66%

Brasil abarca el mayor número de habitantes entre los países analizados, pero no el PEA no es representativa, Perú con el mayor porcentaje de la población ubicada en la PEA para el año 2017 es de 55.66%, seguido de Colombia con el 53.60%.



Fuente: Banco Mundial, 2018
Elaborado por: Kevin Salazar.

Tabla 29 Barreras Arancelarias

POLÍTICA COMERCIAL.			
<p>Barreas arancelarias. - “Las barreras arancelarias son restricciones al comercio externo de un país, mediante impuestos a la exportación e importación de bienes o servicios por parte de un país o una zona económica. A estos impuestos se les conoce como aranceles”. Economipedia.com</p> <p>Este indicador permite determinar el nivel de proteccionismo que tiene cada país con sus mercados, restringiendo el ingreso de productos extranjeros y dinamizando su economía.</p>			
INDICADOR	COLOMBIA	BRASIL	PERÚ
BARRERAS ARANCELARIAS.	Arancel Advalorem:	Arancel Advalorem:	Arancel Advalorem:
	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos a las naciones más favorecidas (NMF) 15% • Preferencia arancelaria regional (ALADI) 10,80% • Arancel preferencial para los países de la CAN 0,00% 	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos a las naciones más favorecidas (NMF) 35% • Preferencia arancelaria regional (ALADI) 21,00% • Arancel preferencial para Ecuador 0,00% 	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos a las naciones más favorecidas (NMF) 11,00% • Arancel preferencial para los países de la CAN 0,00%
<p>Se puede identificar las diferentes tarifas que tienen establecidas los países para el ingreso de la ropa de cama ecuatoriana a su territorio nacional. Es notable que Colombia tiene sus barreras arancelarias para productos ecuatorianos en un porcentaje más bajo, representado una ventaja comercial con el mencionado país.</p>			

Fuente: Macmap, 2018

Elaborado por: Kevin Salazar.

Tabla 30 Barreras no Arancelarias

POLÍTICA COMERCIAL.			
INDICADOR	COLOMBIA	BRASIL	PERÚ
BARRERAS ARANCELARIAS.	<p>Requerimientos de etiquetado:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Resolución N 1950 Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. ➤ Resolución N 388 Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. ➤ Resolución N 7408 Dirección General de Impuestos y Aduanas. <p>Concesión de licencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Decreto N 1573 del Ministerio del Comercio Exterior. ➤ Decreto N 1299 	<p>Requerimientos de etiquetado:</p> <p>Resolución N 2 CONMETRO</p>	<p>No cuenta con barrera arancelarias a la importación de ropa de cama que provienen de Ecuador</p>

Es evidente el proteccionismo en cada uno de los países a enfocarse, Colombia establece algunos lineamientos previos la importación de productos textiles con la finalidad de cuidar esa industria en su país que también es un sector muy explotada. Brasil establece requerimientos necesarios de etiquetados y Perú no establece barreras no arancelarias para los productos textiles que importa.

Fuente: Macmap, 2018

Elaborado por: Kevin Salazar

Tabla 31 Acuerdos Comerciales

POLÍTICA COMERCIAL.			
INDICADOR	COLOMBIA	BRASIL	PERÚ
<p>Acuerdos comerciales. - Son acuerdos donde se reúnen dos o más países con la finalidad de establecer preferencias arancelarias comunes y reducir las barreras no arancelarias para el intercambio de bienes y servicios.</p> <p>Los acuerdos comerciales tienen gran importancia para el impulso de las industrias de un país permitiendo el acceso a nuevos mercados y contribuyendo con mayor competitividad a cada país.</p> <p style="text-align: center;">ACUERDOS COMERCIALES.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Acta de la Reunión del Comité ➤ Técnico Binacional de Asuntos Económicos y Comerciales en el marco de la Comisión de la Vecindad e Integración Colombo Ecuatoriana. ➤ Declaración Presidencial. ➤ Acuerdo de Reconocimiento Mutuo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ VIII Protocolo al ACE Nro. 59 con el cuál la República de Brasil otorga preferencias arancelarias a la República del Ecuador. ➤ Memorando de entendimiento para la promoción e implementación de proyecto “Exportación por envíos postales para medias, pequeñas y micro empresas” entre el Gobierno de la República federativa del Brasil y el Gobierno de la República del Ecuador. ➤ Acuerdo complementario al acuerdo básico de cooperación técnica entre el gobierno de la república federativa de Brasil y el Gobierno de la República de Ecuador para la implementación de la televisión digital terrestre en Ecuador. ➤ Protocolo de Adhesión de la República de Panamá – Apertura de Mercados a Favor de Ecuador. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comité Técnico Binacional de Facilitación del Comercio, Inversiones y Turismo. ➤ IX Comisión de Vecindad Ecuatoriano-peruana. ➤ Memorando De Entendimiento en Materia de Promoción Turística entre la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación del Turismo Promperu y el Ministerio de Turismo del Ecuador. ➤ Memorando de Entendimiento Pro Ecuador y Pro inversión. ➤ Declaración Conjunta Presidencial Ecuador- Perú.

Los acuerdos comerciales que se han establecido de manera más representativa están con Brasil permitiendo una iteración comercial mayor con este país y pretendiendo impulsar a sus industrias. Brasil es un mercado competitivo debido a su auge económico en América latina.

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior, 2018
Elaborado por: Kevin Salazar.

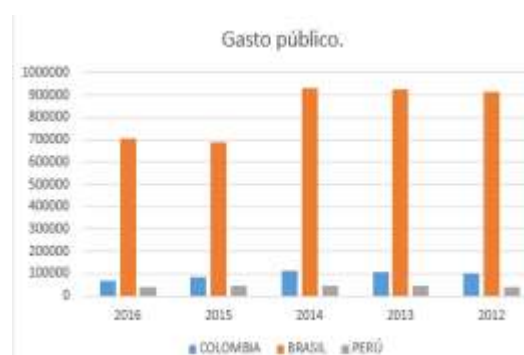
Tabla 32 Gasto Público**POLÍTICA COMERCIAL.**

Gasto público. - Hace referencia la cantidad de dinero, recursos materiales y talento humano que el gobierno invierte con la finalidad de cumplir con sus funciones.

Este indicador ayuda a determinar los niveles de consumo, inversión, empleo, entre otros. También es considerado como una devolución a la sociedad de los recursos económicos porque ahí está reflejado el dinero de la población.

INDICADOR	COLOMBIA	BRASIL	PERÚ
Gasto público.	2012: \$104370,9	2012: \$916761,3	2012: \$39769,6
	2013: \$110206,3	2013: \$925534,4	2013: \$43562,5
	2014: \$111358,0	2014: \$929183,3	2014: \$45745,6
	2015: \$86837,6	2015: \$689163,1	2015: \$42796,7
	2016: \$70425,3	2016: \$706329,6	2016: \$41001,1

Brasil al concentrar el mayor número de habitantes, también abarca el mayor gasto público, al ser directamente proporcional las necesidades de la población a su tamaño. Seguido se encuentra Colombia que para el año 2016 a destinado \$70.425 millones de dólares para cubrir el pago de trabajadores, medicinas, asistencia médica, entre otras.



Fuente: Datosmacro.com, 2018

Elaborado por: Kevin Salazar.

Tabla 33 Lenguaje**FACTORES CULTURALES.**

Lenguaje. - Se considera como el sistema de signos y la capacidad de comunicarse de forma común en un pueblo o nación.

Este indicador permite determinar que dialecto es más común y práctico para lograr una comunicación exitosa.

INDICADOR	COLOMBIA	BRASIL	PERÚ
LENGUAJE.	Lenguaje oficial es el español.	Lenguaje oficial es el portugués.	Lenguaje oficial es el español.

La mayor dificultad de comunicación es con Brasil debido a que su idioma es el portugués que a pesar de ser un país latinoamericano, es el único que no usa el español.

Fuente: Datosmacro.com, 2018

Elaborado por: Kevin Salazar.

Tabla 34 Normas de Cortesía

FACTORES CULTURALES.			
Normas de cortesía. – La cortesía es uno de los comportamientos de las personas que refleja las buenas costumbres permitiendo que las personas de su alrededor se mantengan relajados y cómodos en el entorno. Conocer las normas de cortesía que se utilizan en cada país puede permitir que la interacción con las personas se logre de manera más cómoda y eficiente, llegando a un mutuo acuerdo.			
INDICADOR	COLOMBIA	BRASIL	PERÚ
NORMAS DE CORTESÍA.	Conocer previamente la historia y cultura de este país. Mantener contacto visual mientras conversa.	El inglés no es un idioma muy hablado. Los hispanohablantes deben tener cuidado con expresiones que dan otro significado en este país.	La conducta del peruano es conocida por la impuntualidad y la informalidad.

En cada país existen sus normas de cortesía sin embargo es importante tomar en cuenta que el país con el que se puede lograr una comunicación más eficiente es Colombia debido a que se asemejan mucho a las normas que se usan en el Ecuador.

Fuente: Datosmacro.com, 2018
 Elaborado por: Kevin Salazar

Tabla 35 Factores geográficos

FACTORES GEOGRÁFICOS.			
Localización. – Se entiende como la ubicación, delimitación de algo. Este indicador permitirá determinar la localización del país y las diferencias existentes en distancias, permitirá determinar las rutas y medios de transporte más óptimos.			
INDICADOR	COLOMBIA	BRASIL	PERÚ
LOCALIZACIÓN.	Está situado a la esquina noroccidental de América del sur y tiene un área de 1.141.748 Km cuadrados.	Brasil es el país más grande américa latina y el quinto más grande del mundo tiene un área de 8.514.215 km cuadrados.	Está situado en la parte central y occidental de américa del sur, tiene una superficie de 1.285.215 km cuadrados.

Los países más cercanos a Ecuador son Colombia y Perú, por otro lado, Brasil es el país más alejado por lo que se necesitaría una mayor cantidad de tiempo hasta enviar la mercancía hasta destino.

Fuente: Datosmacro.com, 2018
 Elaborado por: Kevin Salazar.

Para evaluar la información recopilada a través de la estrategia POAM se utilizó el siguiente cuadro de ponderación tanto para las oportunidades y amenazas.

Bajo = 1

Medio = 2

Alto = 3

El puntaje esta dado según la influencia de la oportunidad o amenaza en el entorno donde se comercializará el producto.

Tabla 36 Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio

PAÍS	COLOMBIA				BRASIL				PERÚ			
FACTORES	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
PIB PER CÁPITA	BAJO	1		0	ALTA	3		0	MEDIO	2		0
TIPO DE CAMBIO		0	MEDIO	2	BAJO	1		0	MEDIO	2		0
INFLACIÓN		0	ALTO	3		0	MEDIO	2		0	BAJO	1
TASA DE DESEMPLEO		0	MEDIO	2		0	ALTO	3		0	BAJO	1
BALANZA DE PAGOS		0	MEDIO	2		0	ALTO	3		0	BAJO	1
	SUMA	1	SUMA	9	SUMA	4	SUMA	8	SUMA	4	SUMA	3
	PROMEDIO	0,2	PROMEDIO	1,8	PROMEDIO	0,8	PROMEDIO	1,6	PROMEDIO	0,8	PROMEDIO	0,6
FACTORES DEMOGRÁFICOS												
POBLACIÓN	MEDIO	2		0	ALTO	3	0	0	BAJO	1		0
EDAD ESTRUCTURADA	MEDIO	2		0	ALTO	3	0	0	BAJO	1		0
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	MEDIO	2		0	ALTO	3	0	0	BAJO	1		0
	SUMA	6	SUMA	0	SUMA	9	SUMA	0	SUMA	3	SUMA	0
	PROMEDIO	2,0	PROMEDIO	0	PROMEDIO	3,0	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1,0	PROMEDIO	0,00
FACTORES POLÍTICOS												
BARRERAS ARANCELARIAS		0	MEDIO	2		0	ALTO	3		0	BAJO	1
BARRERAS NO ARANCELARIAS		0	ALTO	3		0	MEDIO	2	ALTO	3		0
ACUERDOS COMERCIALES	MEDIO	2		0	ALTO	3		0	MEDIO	2		0
FACTORES CULTURALES												
PAÍS												
COLOMBIA				BRASIL				PERÚ				
GASTO PÚBLICO	MEDIO	2		0	ALTO	3		0	BAJO	1		0
	SUMA	4	SUMA	5	SUMA	6	SUMA	5	SUMA	6	SUMA	1
	PROMEDIO	1,0	PROMEDIO	1,3	PROMEDIO	1,5	PROMEDIO	1,3	PROMEDIO	1,5	PROMEDIO	0,3
LENGUAJE	ALTO	3		0		0	BAJO	1	MEDIO	2		0
NORMAS DE CORTESÍA	ALTO	3		0	MEDIO	2		0	BAJO	1		0

	SUMA	6	SUMA	0	SUMA	2	SUMA	1	SUMA	3	SUMA	0
	PROMEDIO	3,0	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1,0	PROMEDIO	0,5	PROMEDIO	1,5	PROMEDIO	0,0
FACTORES GEOGRÁFICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
LOCALIZACIÓN	ALTO	3		0	BAJO	1		0	MEDIO	2		0
	SUMA	3	SUMA	0	SUMA	1	SUMA	0	SUMA	2	SUMA	0
	PROMEDIO	3,0	PROMEDIO	0,00	PROMEDIO	1,0	PROMEDIO	0,0	PROMEDIO	2,0	PROMEDIO	0,0
RESUMEN POAM												
COLOMBIA				BRASIL				PERÚ				
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FAC. OCIOECONÓMICOS	0,2		1,8		0,8		1,6		0,8		0,6	
FAC. DEMOGRÁFICOS	2,0		0		3,0		0		1,0		0,00	
FACTORES POLÍTICOS	1,0		1,3		1,5		1,3		1,5		0,3	
FACTORES CULTURALES	3,0		0,0		1,0		0,5		1,5		0,0	
FACTORES GEOGRÁFICOS	3,0		0,0		1,0		0,0		2,0		0,0	
SUMA	9,20		3,05		7,30		3,35		6,80		0,85	
PROMEDIO	1,84		0,61		1,46		0,67		1,36		0,17	
			1,23				0,79				1,19	

Elaborado por: Kevin Salazar

R= Oportunidad – Amenaza

Al comparar la oportunidad con la amenaza se obtendrá el nivel de influencia en el entorno de las variables en estudio.

4.1.1.2 Análisis POAM

El análisis POAM permite hacer un estudio de los factores externos que tienen algún efecto o incidencia sobre la empresa, por lo que se evalúan variables externas que de alguna manera pueden incidir positiva o negativamente en la organización.

Colombia ha sido seleccionada como el país objetivo para la exportación de ropa de cama, los indicadores que más sobresalen en el análisis POAM son:

Los factores políticos han representado una oportunidad exportable de ropa de cama contando con un promedio bajo de barreras arancelarias y no arancelarias para el producto; también los acuerdos comerciales que se han firmado en los últimos años representan una ventaja para trabajar con el vecino país.

Otro de los factores donde se evidencia una clara ventaja para negociar con Colombia, son los culturales, así también es necesario destacar que Ecuador al limitar con el mencionado país, mantiene una relación estrecha por lo que se genera una cultura similar hablando en términos de lenguaje y forma de convivencia.

Por último, como factores geográficos Colombia obtiene la ventaja clara sobre otros países debido a la ubicación de la fábrica local y la población colombiana se puede lograr un tiempo de respuesta a la demanda mucho más eficiente permitiendo logara una satisfacción con el cliente mayor y los costos de transporte también son más reducidos.

4.1.1.3 Canal de distribución

Según Proexport los canales de distribución más utilizados para comercialización de productos textiles en Colombia son:

- Productor y exportador directo.
- Importador o distribuidor mayorista.

- Tiendas departamentales.
- Marcas propias.
- Tiendas de descuento.
- Tiendas especializadas.
- Catálogos o internet.

El canal de distribución a emplearse para el presente proyecto es del productor y exportador directo, permitiendo de alguna manera reducir el costo para el consumidor final al estrechar la cadena de comercialización.

4.1.1.4 Determinación de Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades

Tabla 37 FODA

Fortalezas		Debilidades	
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa tiene experiencia en las actividades de producción y comercialización. • La empresa cuenta con talento humano operario calificado. • Se encuentra en una ubicación estratégica. • Cuenta con maquinaria en buen estado • El lugar de almacenamiento es amplio 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de conocimiento en estrategias comerciales • Poca diversificación en materia prima • Falta de aplicación de un modelo de determinación de precios • La administración del negocio no aplica gestión basado en nuevas tendencias. 		
Amenazas		Oportunidades	
<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos impuestos a los materiales • Competencia local • Inflación • Inseguridad • Falta de conocimiento de mercados internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización global • Créditos de las instituciones financieras • Frontera con el vecino país colombiano • Comercio electrónico 		

Elaborado por: Kevin Salazar

4.1.1.5 PROYECCIONES DEL ESTUDIO

En esta tabla se presenta la simulación de proyecciones de mercado, donde se determina que existe un mercado en Bogotá que puede ser captado.

Según el libro Dinámica del Consumo en Colombia (2016, pág.127) indica que el consumo per cápita de cobijas en este país es de 5,0 y va creciendo paulatinamente.

Tabla 38 Proyección del estudio

Años	X(-) unid	M(+) unid	Producción (+) unid	CNA unid	Población total Colombia	Consumo Pér cápita	Población Bogotá	Demanda potencial unid	Proyecto	
									(unid)	% de cobertura
2016	59419048	209285714	63809524	213676190	48480000	4,4	4560000	20098255	65400	0,325
2017	62390000	219750000	67000000	224360000	49682452	4,5	4673102	21103169	76500	0,363
2018	65509500	230737500	70350000	235578000	50914728	4,6	4789009	22158326	80000	0,361
2019	68784975	242274375	73867500	247356900	52177569	4,7	4907791	23266242	89600	0,385
2020	72224224	254388094	77560875	259724745	53471732	4,9	5029519	24429554	100352	0,411
2021	75835435	267107499	81438919	272710983	54797994	5	5154266	25651029	112394	0,438
2022	79627207	280462874	85510865	286346532	56157152	5,1	5282108	26933583	125881	0,467
2023	83608567	294486018	89786408	300663859	57550020	5,2	5413120	28280260	140987	0,499

Fuente: Trade Map-Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Kevin Salazar

Consumo Aparente

Su fórmula es:

$$CA_{xj} = P_{xj} + M_{xj} - X_{xj}$$

En donde:

CA_{xj} : Consumo aparente del bien x en año j

P_{xj} : Producción del bien x en año j

M_{xj} : Importaciones del bien x en año j

X_{xj} : Exportaciones del bien x en año j

El consumo aparente se utiliza para realizar proyecciones, más si la investigación de mercado es cuantitativa.

Cálculo de las proyecciones

Para determinar el Consumo Nacional Aparente

Producción Nacional + Importaciones – Exportaciones = Consumo Nacional

Para el déficit total

Déficit total = Déficit per-cápita * población estratificada de Francia

Fórmula matemática de la regresión lineal simple y los mínimos cuadrados

$$Y = a + b * x$$

$$a = \frac{\sum y - b * \sum x}{N}$$

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

Simbología de la fórmula

- ✓ 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

A continuación, se especifica las tablas de datos proyectados para la determinación de la demanda efectiva.

Proyecciones

Proyecciones –Exportaciones

Tabla 39 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

Fuente: Juan Carlos Velásquez
Elaborado por: Kevin Salazar

Tabla 40 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

Fuente: Juan Carlos Velásquez
Elaborado por: Kevin Salazar

Proyección Importaciones

Tabla 41 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

Fuente: Juan Carlos Velásquez
Elaborado por: Kevin Salazar

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

Nº Años	Proyección	Importaciones Futuras
6	2021	267.107.499
7	2022	280.462.874
8	2023	294.486.018
9	2024	309.210.319

Fuente: Juan Carlos Velásquez
Elaborado por: Kevin Salazar

Proyección Producción Nacional Bogotá

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

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

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Kevin Salazar

Tabla 44 Proyección $Y=a + b.x$ (Producción Nacional)

Nº Años	Proyección	Futura Producción
6	2018	81.438.919
7	2019	85.510.865
8	2020	89.786.408
9	2021	94.275.728

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Kevin Salazar

Capacidad Instalada de la Empresa

Tabla 45 Capacidad Instalada

N	AÑO	OFERTA ANUAL EN UNIDADES
1	2018	79980
2	2019	89578
3	2020	100327
4	2021	112366
5	2022	125850
6	2023	140952

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Kevin Salazar

Tabla 46 Cálculo de la Capacidad instalada

Capacidad de producción en unidades semanal	4999
Capacidad de producción en unidades mensual	19995
Capacidad de producción en unidades anual	79980
Índice de crecimiento del sector	12,00%

Fuente: Juan Carlos Velásquez, Gerente de Mayra Tex
Elaborado por: Kevin Salazar

En base al estudio de mercado aplicado en Bogotá se llegó a determinar que existe la aceptación por parte de la población en comprar la ropa de cama de nacionalidad ecuatoriana, para ello se partió del número de habitantes por la frecuencia de compra de los futuros compradores. Además, se realizó un análisis del consumo per cápita de ropa de cama, dando

como resultado la demanda potencial del proyecto de exportación, el porcentaje a satisfacer se tomó en cuenta solo el 10% del total de la población, debido que no todos están en la capacidad de consumir según datos obtenidos por el estudio.

Conclusiones

- Colombia es uno de los países de América que más exporta Textiles por lo que abarca el 57% de los rubros nacionales. Siendo un referente en la práctica de comercio exterior, permitiendo dinamizar la economía y contribuir a que exista un superávit en la balanza de pagos.
- Empezar en la exportación de ropa de cama a Colombia genera una ventaja para los productores ecuatorianos, sobre todo para la empresa Mayra – Tex al encontrarse ubicada en la frontera, lo que facilita el traslado a la ciudad de Pasto a pactar las ventas realizadas.
- Las familias colombianas, específicamente de la ciudad de Bogotá se encuentran interesadas en demandar ropa de cama proveniente del Ecuador, por lo que resulta llamativo al ofrecer productos de calidad e innovadores.

5.1 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico, también conocido como ingeniería del proyecto determina la localización del proyecto tomando en consideración aspectos muy relevantes, de la macro y micro localización; así como también se determinará cual es el proceso de producción en este caso de la ropa de cama, el equipo, maquinaria, mano de obra entre otros costos en los que la empresa establecerá para su correcto funcionamiento.

5.1.1 Localización de la empresa

La localización adecuada de la empresa, comprende varios aspectos que podrán determinar el éxito o fracaso de esta, en base a diversos criterios tanto geográficos, financieros, sociales e institucionales.

5.1.2 Macro Localización

La lugar del proyecto, será en la Provincia del Carchi, limitada al sur con Imbabura, por el occidente con Esmeraldas, al este con Sucumbíos y por el norte con el departamento de Nariño perteneciente a Colombia. A continuación, se observa la parte geográfica de su ubicación.



Ilustración 13 Mapa Físico de la Provincia del Carchi

5.1.3 Micro localización del proyecto

La ubicación de la microempresa Mayra Tex, será en la ciudad de Tulcán, exactamente en las Avenida Bolívar y las Gradadas.



Ilustración 14 Empresa Mayra - Tex

El motivo que se escogió este lugar es porque cuenta con las siguientes ventajas:

- Vías de acceso
- Disponibilidad de Transporte
- Disponibilidad de servicios básicos
- Disponibilidad de servicios Bancarios.
- Es un área sumamente tranquila.

5.2 ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN

5.2.1 Nombre de la empresa

Como la empresa ya se encuentra constituida, y posee un nombre legal, razón por la cual se procede hacer uso del mismo, denominándose Mayra - Tex.

5.2.2 Misión

Mayra-Text, es una empresa dedicada a la producción de ropa de cama, que ofrece sus clientes cobijas elaboradas con los más altos estándares de calidad y a precios competitivos con proyección internacional.

5.2.3 Visión

En el año 2023 Mayra – tex será una empresa textil líder, integrada, innovadora, con productos diversificados y de calidad, cuya flexibilidad permita atender a mercados internacionales de segmento alto, con los mejores diseños en estampados.

5.2.4 Políticas Corporativas

- a) **Innovación.** La empresa textil buscará siempre la innovación en el área de su trabajo, ya sea en las maquinarias y equipo que utiliza, así como también el mejoramiento continuo de su trabajo textil.
- b) **Honestidad.** la honestidad es un valor clave para el desarrollo de las actividades de toda empresa, que conlleva al éxito o fracaso de la misma, esta política será apegada conjuntamente con todos los colaboradores de la organización y sus clientes.
- c) **Respeto.** Ante cualquier circunstancia expuesta dentro y fuera de la entidad textil, primara el respeto hacia sus clientes, y hacia todo el equipo de trabajo que conforma la empresa.
- d) **Colaboración.** Ser solidarios y colaborador en todas las acciones que requiera la presencia del talento humano, tanto en las áreas internas como externas de la empresa.
- e) **Auto superación.** Incentivar diariamente a superarse, es uno de los valores más importantes, ya que se estimulará todo el personal a ser mejores cada día en el ámbito laboral y personal.

- f) **Actitud de servicio.** Mantener siempre una actitud positiva para servir a los clientes, brindando confianza y seguridad en todo momento, siempre tratando al cliente de la mejor manera y respondiendo a todas las inquietudes que se pueda originar

5.3 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

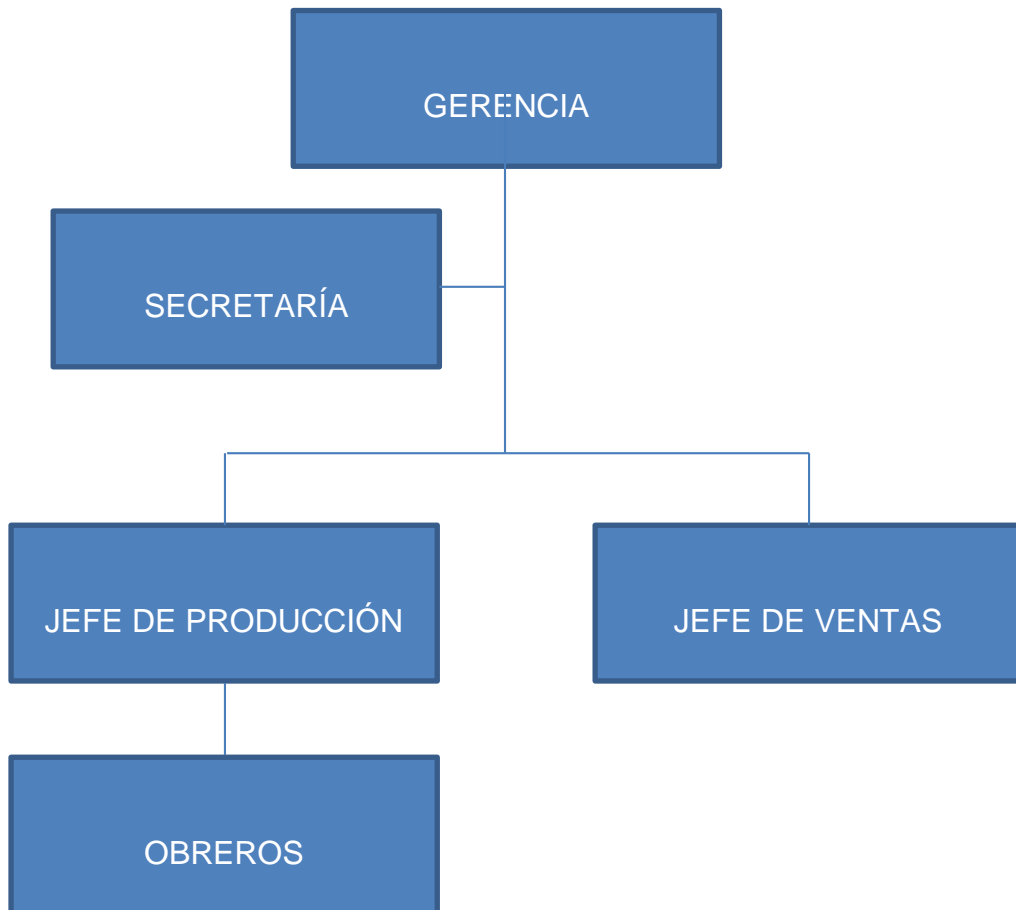


Ilustración 15 Estructura Organizativa de la Empresa "Mayra - Tex"

5.3.1 Conformación del talento Humano

EL talento humano de la empresa "Mayra-Tex", se encuentra constituido en el área administrativa de la siguiente manera:

Tabla 47 Conformación del talento Humano

TALENTO HUMANO	Nro. De Personal.
Gerente	1
Secretaria - Contadora	1
Área de Producción	9
Área de Comercialización Internacional	1
TOTAL	12

Elaborado por: Kevin Salazar

5.3.2 Funciones del Cargo

Tabla 48 Funciones del Cargo de Gerente

Cargo:	Gerente (propietario)
Identificación del puesto	Es el propietario y representante de la empresa, es el encargado de la planificación, control y desarrollo de las operaciones para lograr los objetivos y políticas previamente establecidas.
Funciones y Responsabilidades.	<ul style="list-style-type: none"> • Ser el representante legal de la empresa. • Receptar y aprobar documentos administrativos y de comercialización. • Coordinar la producción y comercialización de la ropa de cama. • Planificar, dirigir y evaluar las líneas de financiamiento más adecuado.

Elaborado por: Kevin Salazar

Tabla 49 Funciones del Cargo de Secretaria

Cargo:	Secretaria
Identificación del puesto	Es la encargada de llevar la documentación y control de las actividades contables del centro de fabricación, para lo cual se basa en normas técnicas de contabilidad y legislación comercial.
Funciones y Responsabilidades.	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información administrativa y contable. • Llevar los registros de las actividades comerciales y contables del centro de fabricación. • Llevar un control de las facturas emitidas por la venta del producto y las demás que determine el jefe inmediato superior. • Preparar y presentar las obligaciones del centro de fabricación. • Revisar, registrar, clasificar y distribuir la documentación que ingresa y sale al centro de fabricación. • Receptar los pedidos de los clientes nacionales y extranjeros para brindar información acerca de los productos ofertados.

Elaborado por: Kevin Salazar

Tabla 50 *Funciones del Cargo de Jefe de Producción*

Cargo:	Jefe de producción
Identificación del puesto	Se encarga de supervisar, controlar y coordinar el abastecimiento de materias primas y la elaboración de la producción de ropa de cama.
Funciones y responsabilidades	<ul style="list-style-type: none">• Supervisar el proceso de elaboración del producto• Analizar los imprevistos durante la elaboración y los solucionar.• Llevar al día los registros para controlar la elaboración.• Buscar nuevos diseños para ser plasmados en nuevos productos

Elaborado por: Kevin Salazar

Tabla 51 *Funciones del Cargo de Ventas*

Cargo:	Ventas
Identificación del puesto	Se ocupa en el desarrollo de la logística para la comercialización de la ropa de cama tanto en el mercado nacional, como al mercado colombiano, realizando el seguimiento adecuado hasta que el producto esté en el destino final.
Funciones y responsabilidades	<ul style="list-style-type: none">• Realizar la logística para la exportación de la ropa de cama.• Controlar y verificar el producto final• Hacer el seguimiento hasta el producto lleguen al destino final.• Realizar las negociaciones con los clientes.

Elaborado por: Kevin Salazar

5.4 FLUJOGRAMAS DE PROCESO

5.4.1 Flujograma del proceso de producción y comercialización de ropa de cama

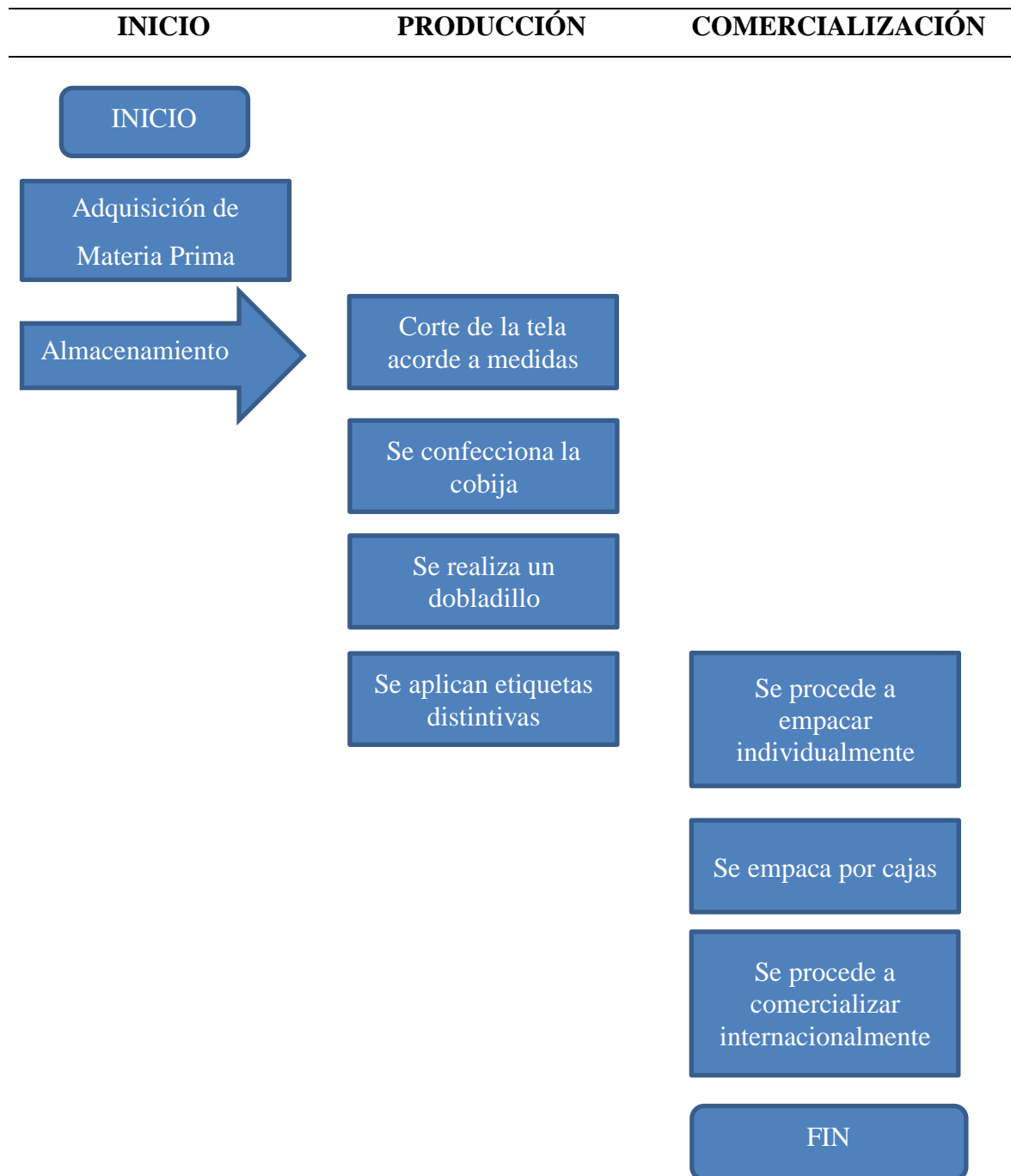


Ilustración 16 Flujograma del Proceso de Producción y Comercialización de Ropa de Cama

5.4.2 Proceso de exportación de ropa de cama

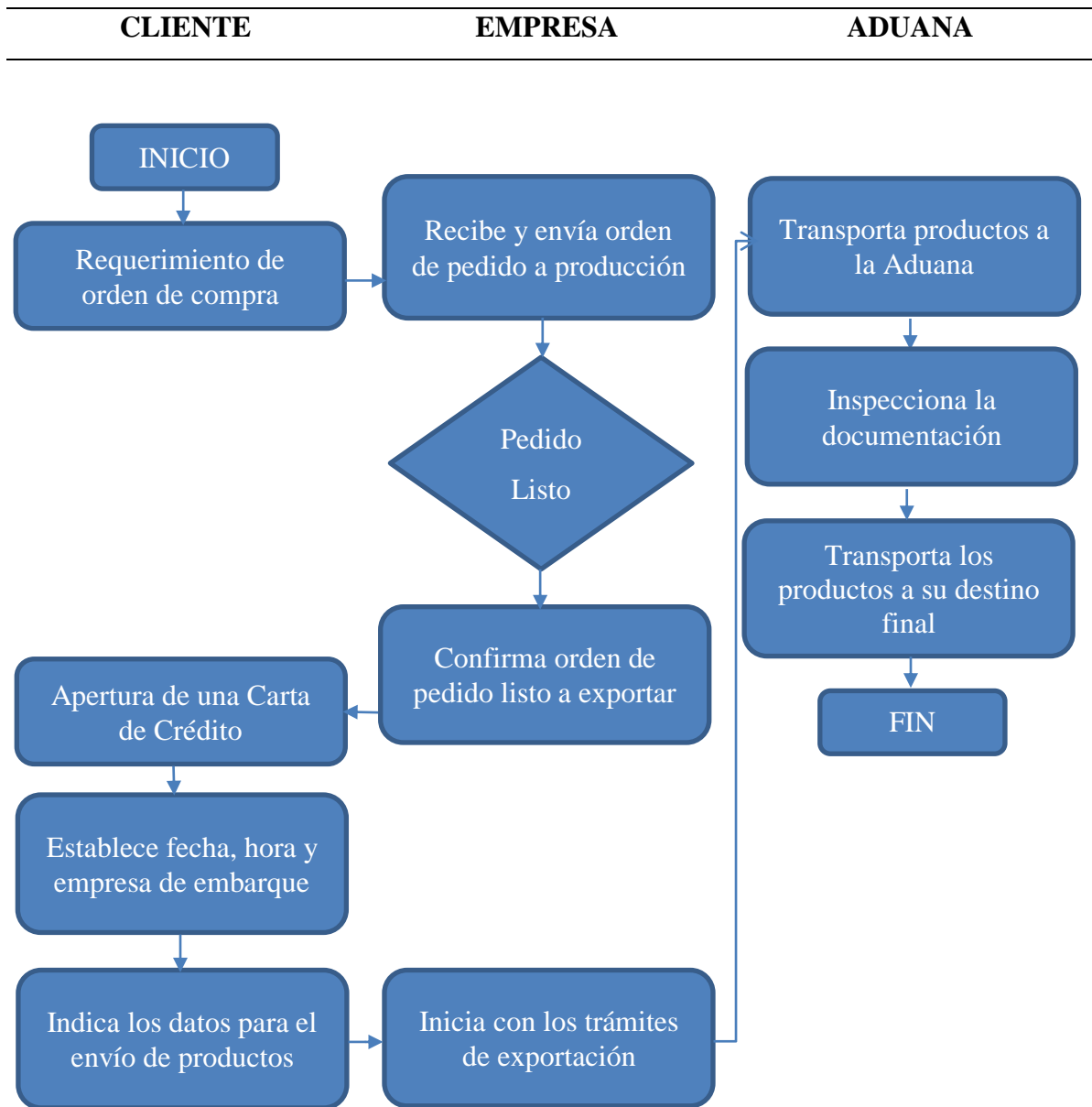


Ilustración 17 Flujograma del Proceso de Exportación de Ropa de Cama

5.5 MARKETING

Para dar a conocer la ropa de cama que la empresa Myra – Tex produce es necesario emprender en estrategias de marketing operativo, donde se mezcla las cuatro Ps para potencializar la gestión de ventas y por consiguiente las utilidades para los propietarios.

Producto: el producto está constituido por la ropa de cama en diferentes tallas, colores y modelos, mismos que están elaborados a base de poliéster que es importado desde la China y confeccionado en el 80% en el Ecuador y el 20% en Colombia.

Precio: los precios son establecidos en base a los costos de producción, y también tomando en cuenta los precios de referencia de la competencia para poder introducir en el mercado y ser competitivo, así los demandantes tengan la oportunidad de analizar y decidir su compra. En la tabla 81 se da a conocer de manera detallada el precio de 5.31 dólares que va hacer el costo de las sábanas, y la cantidad que se debe producir para que la empresa se sustente en el tiempo.

Plaza: la empresa Mayra – Tex tiene sus instalaciones en la ciudad de Tulcán, frontera con Colombia, donde se tiene la oportunidad de ejercer el comercio internacional aprovechando la cercanía a Pasto para abarcar más mercado y hacer conocer el producto ecuatoriano.

Promoción: la promoción se realiza por medio del uso de redes sociales, aprovechado la tecnología y la facilidad de su manejo para que la información llegue a más personas y así pueda posicionarse el producto en la mente del consumidor, valorando la calidad ecuatoriana, dando a conocer de qué manera es producido y los materiales que se usa para la elaboración del producto, de esta manera el cliente observa y tiene ya una idea del producto final, en cuanto a calidad.

5.5.1 Presentacion del producto

El producto que se va producir y comercializar en el mercado internacional es ropa de cama térmica, dirigido a cualquier extracto social.

A continuación, se presenta algunas imágenes de los diseños de telas térmicas para la ropa de cama.



Ilustración 18 Tipo de ropa de cama

5.5.2 Naturaleza de la carga

Por tratarse una mercadería que no puede sufrir daños en el momento de trasportación, no se considera como frágil, ya que no puede romperse, deteriorarse por ningún motivo, lo que significa que puede manipularse libremente.

5.5.3 Determinar la preparación que requiere la carga para ser transportada, embalada, marcada y unitarizada.

5.5.4 Marca



Ilustración 18 Marca

La marca de la empresa está definida como Mayra – Tex que identifica la actividad económica a la que se dedica, así como de los productos que se fabrican para satisfacer las necesidades de los consumidores.

5.5.5 Envase y embalaje del producto

Envase.

El producto final será envasado en una funda de plástico Pvc reciclable, el mismo que protegerá al producto del polvo, logrando que este, llegue hacia su consumidor final en forma limpia. Las medidas del producto serán de 0,42 m. de largo, 0,32 m. de alto y 0,30 m. de ancho.



Ilustración 19 Modelo de Envase de Ropa de Cama

Embalaje.

Una vez que el producto sea empaquetado individualmente este será depositado en caja de cartón corrugadas reciclables. Las medidas de la caja serán de 0,74 m. de largo, 0,34 m. de alto y 0,45 m. de ancho.



Ilustración 20 Embalaje de la Ropa de Cama

5.5.6 Mercado del producto

Para determinar el mercado del producto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que deben ser impresos en las cajas de cartón, con la finalidad de dar a conocer en el área de embarque, el tipo de producto a transportar y los cuidados de debe emplearse al momento de su manipulación.

Elementos que se deben incluir en el mercado de cajas



Ilustración 21 Mercado de Caja

5.5.7 Unitarización del producto

Para poder unitarizar la carga, se debe determinar el número de caja que se van utilizar con sus respectivas medidas, además de estas características, se debe tomar en cuenta aspectos muy importantes como: la cantidad de cajas por pallet, medidas del pallet, la cantidad de pallets por contenedor, peso neto, bruto y por unidad de cada pallet, la cantidad de cajas, el peso neto, y bruto de cada una de estas, con el propósito de determinar los costos equivalentes de almacenamiento.

5.5.8 Modo de transporte

Una vez realizado todo el proceso de empaque del producto, se debe elegir el medio de transporte por el cual se va a trasladar el producto hacia el país de destino, en este caso el transporte para la ropa de cama, se lo realizará por vía terrestre, utilizando un camión tipo F. que tenga capacidad para 24.000 kg.

5.5.9 Cubicaje componentes y costos

El cubicaje es de suma importancia tanto para la persona que va a transportar la mercancía, como para aquella que la va a subir a bordo, ya que al ejecutar un cubicaje imperfecto puede llegar afectar el costo de la operación de todos los que intervienen en el proceso de abastecimiento.

Tabla 52 *Cubicaje componentes y costos*

Calculo de cubicaje	Empaque / embalaje caja	Unidad de carga	Estimación del espacio	Nº de contenedores a utilizar envío 0	Nº de contenedores a utilizar envío 1	Nº de contenedores a utilizar envío 2	Nº de contenedores a utilizar envío 3	Nº de contenedores a utilizar envío 4	Nº de contenedores a utilizar envío 5
Nº de unidades	100	15		14	15	17	19	21	24
Largo mts	0,74	0,74	1						
Alto mts	0,34	1,75	5						
Ancho mts	0,45	1,5	3						
Volumen total del embarque m3	0,11322	1,9425	17						
Peso por unidad kg	100	1500	15						
Peso total del embarque ton	0,100	1,50	15						

Elaborado por: Kevin Salazar

En esta parte se encuentra el plan de ventas donde se observa la cobertura los envíos. Para sacar la tasa de crecimiento del proyecto, se procedió a investigar al mercado internacional, donde se conoció que tenía las exportaciones de textiles según el INEC 2018, un incremento del 12% anual.

Tabla 53 *Proyecciones*

DATOS	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Oferta exportable	80000	89600	100352	112394	125881	140987
Demanda insatisfecha	22158326	23266242	24429554	26933583	28280260	29694274
% De cobertura de la demanda	0,361%	0,385%	0,411%	0,417%	0,445%	0,475%
Frecuencia de envío	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral
Numero de envíos al año	4	4	4	4	4	4
Tamaño del embarque	20000,00	22400,00	25088,00	28098,50	31470,25	35246,75
Nº de empaques / embalajes	200,00	224,00	250,88	280,99	314,70	352,47
Nº de pallets	13	15	17	19	21	24
Estimación de ventas según embalajes por envío	199,95	223,95	250,95	280,95	314,70	352,50
Estimación de ventas según unidad comercial (envases) por envío	19995,00	22395	25095	28095	31470	35250
Estimación de ventas según empaques / embalajes al año	799,80	895,80	1003,80	1123,80	1258,80	1410,00
Estimación de ventas según unidad comercial	79980	89580	100380	112380	125880	141000

Elaborado por: Kevin Salazar

La capacidad de producción de la empresa Mayra es de 19995 unidades, se pretende exportar de forma trimestral, esta cantidad se multiplica para cuatro que son los envíos que se va a realizar anualmente dando una oferta exportable de 79980 unidades para el año 2018.

En cuanto a la demanda insatisfecha, se determinó multiplicando el número de ropa de cama que las familias compran y que estarían dispuestos a comprar anualmente por cuatro personas que son en promedio los integrantes del hogar dando un total de 22.158.326 de forma trimestral. La demanda insatisfecha tiene un incremento para los años proyectados del 5% anual de acuerdo a la evolución de las importaciones.

5.6 INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

Tabla 54 *Información del Producto*

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO:	
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

Elaborado por: Kevin Salazar

El valor ex – work de la unidad comercial se llegó a determinar sumando los costos de producción de la empresa, menos los gastos Administrativos y esto dividido para el número de unidades comerciales dando así el costo de \$3,19 por cada unidad.

En la tabla siguiente se encuentra la información del embarque

Tabla 55 *Información básica del embarque*

País de origen	Ecuador
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	13,33

Elaborado por: Kevin Salazar

De acuerdo a la investigación exploratoria, la capacidad de producción de la empresa según Juan Carlos Velásquez gerente de la fábrica Mayra – Tex el valor Inicial de (EXW) en el país de origen es de \$ 63.834 dólares este valor se lo obtiene multiplicando el número de unidades comerciales que es de 19995 por \$ 3,19 dólares que es el costo de cada unidad.

La información adicional son los términos de negociación

Tabla 56 Información Adicional

Acuerdos de negociación	CIP
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%

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.1 Costos directos

5.6.1.1 Empaque y marcado

En la siguiente tabla se demuestra los costos generados por el empaque; es decir la envoltura que se va a necesitar para el producto.

Tabla 57 Empaque y Marcado

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

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.1.2 Embalaje

En la siguiente tabla se indica el precio del embalaje de la ropa de cama, el mismo que será transportado.

Tabla 58 Embalaje

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

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.1.3 Manipulación en el local del exportador

La manipulación en el local del exportador se basa en el manejo o transporte de la mercadería por parte del exportador, es decir hace énfasis en el embarque de los productos hacia un determinado vehículo para que sean transportados hacia el lugar de embarque para su posterior envío.

Tabla 59 Manipulación en el local del exportador

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

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.1.4 Documentación

Una parte esencial de la exportación es la presentación de todos los documentos para poder enviar la mercadería hacia el país de destino, en la siguiente se tabla se muestra los costos generados por dichos documentos.

Tabla 60 Documentación

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

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.2 Transporte interno

En la siguiente tabla se determinará el costo de flete para transportar la mercadería desde la fábrica, hacia el lugar de embarque.

Tabla 61 *Transporte Interno*

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

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.2.1 Manipuleo de embarque

Una vez instalada la mercadería en el puerto de embarque, una empresa comercial de transporte será la encargada de recibir la mercadería para subirla a bordo, en este caso como es por vía terrestre, se cargará en un camión F.

Tabla 62 *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
Totales				1,130	671,85

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.2.2 Agentes

Los agentes de aduanas son las personas responsables de realizar el proceso de legalizar la mercadería a exportar en un determinado tiempo, en el siguiente cuadro se que presenta a continuación se expresa los valores a cancelar por sus servicios prestados.

Tabla 63 *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
		Totales	30	1,25	200

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.2.3 Costos bancarios

Para determinar el pago de la mercadería por parte del importador, se establece una Carta de Crédito, la misma que es generada por medio de una entidad financiera, dentro de esta se debe considerar ciertos costos que el Banco genera por sus servicios, estos valores se muestran a continuación en la siguiente tabla.

Tabla 64 *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

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.2.4 Capital e inventario

El costo generado por la mercadería de ropa de cama.

Tabla 65 *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

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.2.5 Flete internacional

A continuación, en la siguiente tabla se contemplan los valores a cancelar a la empresa de transporte internacional terrestre.

Tabla 66 *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
Totales			1,25	20341,58

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.3 Seguro internacional

Para transportar la mercadería hacia el país de destino, la empresa contrató un seguro.

Tabla 67 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

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.4 Capital e inventario – Tránsito internacional

El costo de circulación internacional de la ropa de cama se determina a continuación

Tabla 68 Capital e Inventario - Tránsito Internacional

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

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.5 Manipuleo desembarque

Una vez que haya llegado la mercadería de ropa cama al aeropuerto internacional, deberá ser desalojada del medio de transporte para su posterior almacenamiento, lo que genera un costo que se presenta a continuación en la tabla siguiente.

Tabla 69 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
Totales				0,1	333,25

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.6 Almacenamiento

Una vez que la mercadería a exportar se encuentre la zona lista para ser internacionalizada, es de gran importancia que esta sea almacenada hasta cumplir con todos los trámites pertinentes para poder legalizarla, la misma que generará un costo de 90 dólares.

Tabla 70 Almacenamiento

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

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.7 Documentación

En lo que se refiere a la documentación existen papeles en donde se especifica si los productos tienen algún componente químico, o si se lo considera como natural, el cual se debe cancelar un valor por su ingreso, pero en el caso de este producto no consta de ninguna de estos dos aspectos, es así que se procede a realizar la documentación necesaria y acorde a este producto.

Tabla 71 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
		Totales	0,9	0,0375	76

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.8 Agentes

Al momento de ingresar la mercadería a país internacional, el agente de aduana será el encargado de proceder a nacionalizar la mercadería, los costos de este servicio se muestran a continuación.

Tabla 72 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
Totales			30	1,25	130

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.9 Aduaneros

La mercadería consta de impuesto aduaneros que deben ser cancelados en aduana para permitir el ingreso de la mercadería, en el este caso, los impuestos generados por aduana tienen un valor de cero impuestos, de en base al acuerdo de preferencias arancelarias para países en vías de desarrollo.

Tabla 73 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			

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.10 Transporte interno

El importador asumirá los costos de transporte interno, esto es, llevará la mercadería hacia el sitio específico en donde se encuentra el local o negocio del importador, tomando en consideración datos específicos como son la dirección exacta, así como se demuestra en la siguiente tabla.

Tabla 74 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
Totales			6	0,25	2999,25

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.11 Capital e inventario – país de destino

Finalmente se determinó el costo de la ropa de cama en el país extranjero.

Tabla 75 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

Elaborado por: Kevin Salazar

5.6.12 Incoterms

En la siguiente tabla se resumen todos los costos generados para la exportación de los productos de ropa de cama, mismos que han sido proyectos para los próximos cinco años, con el propósito de conocer cuánto será el total del costo por envío asumiendo todos los costos concebidos en el proceso de exportación, en esta tabla solo se toma en cuenta el total de costos generados posteriormente se desarrolla los costos del producto hasta el precio final al consumidor.

Tabla 76 Incoterms

INCOTERMS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de embarque	63.834	111.369	128.431	148.174	171.233	198.092
EXW	63.834	111.369	128.431	148.174	171.233	198.092
Manipulación local X	333	390	456	533	624	730
FCA/FAS	64.167	111.758	128.887	148.708	171.857	198.822
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
FOB	66.610	114.936	132.565	152.978	176.833	204.642
Flete Internacional	20.342	23.795	27.847	32.561	38.091	44.561
CFR	86.952	138.731	160.413	185.538	214.925	249.203
Seguro Internacional	1.739	2.775	3.208	3.711	4.298	4.984
CIP	88.691	141.505	163.621	189.249	219.223	254.187

Elaborado por: Kevin Salazar

Tabla 77 Costos

Descripción	Precios
Valor cada unidad en la Fabrica Mayra	\$2,50
Valor inicial Ex – Work cada Unidad	
Gastos de producción -Gastos Administrativos / de envíos anuales	\$ 3,19
Valor CIP en el País de destino	\$4,44
88.691/ 19.995 unidades que es el primer envío	
15 % Porcentaje de Ganancia	\$5,11

Elaborado por: Kevin Salazar

El precio de cada unidad de la empresa Mayra Tex de la ciudad de Tulcán es de 2,50 dólares, el valor inicial en ex word es de 3,19 dólares concluyendo así que este precio está relacionado con la producción de la fábrica y para lo cual en este ejercicio se optó por este valor ya que en él está inmiscuidos los gastos de producción y gastos administrativos.

5.6.13 Matriz general de exportación

Dentro de esta tabla que se presenta a continuación, un resumen de todos y cada uno de los costos generados, que el país exportador deberá asumir, hasta que la mercadería llegue a su destino final.

Tabla 78 Matriz General de exportación

COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACION			
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
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN			
Costos Bancarios	641,70	2,4	0,10
Capital e inventario país de origen	115,40	187,2	7,80
Total costo - tiempo DFI país exportador	6509,30	187,20	7,80
VALOR ExWork	63834,2	48,0	2,0
VALOR FCA	64167,5	153,6	6,4
VALOR FOB	66610,2	187,2	7,8
ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL			
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 (CIP)	88690,8	223,2	9,3
Precio (c/u) en país de destino	4,44		
Porcentaje de ganancia 15%	0,66		
PRECIO DE VENTA	5,11		

Elaborado por: Kevin Salazar

Estos costos se encuentran clasificados en los costos directos, indirectos en donde consta desde la presentación del producto; es decir el envase, empaque, embalaje, documentación requerida, el costo de transporte. Seguro; entre otros. Todos estos costos serán asumidos desde el momento que la mercadería sale del país exportador, hasta el destino de llegada; en este caso al país importador.

El margen de ganancia se determinó en base al análisis de costos de producción, sumado los gastos administrativos y de exportación, obteniendo un precio de venta en el lugar de destino de \$5.179 y el precio de venta de \$5.334.

5.2 ESTUDIO FINANCIERO

5.2.1 Infraestructura y equipamiento

Cabe mencionar que la infraestructura de la empresa textil Mayra-*Tex*, es propia, pero se debe considerar que se debe realizar algunas remodelaciones para poder distribuir la planta física adecuadamente para la operatividad del negocio, las mismas que serán tomadas en cuenta para la realización de las siguientes tablas que se presentarán a continuación.

5.2.2 Inversión de costos

Dentro de la inversión de costos se toma en cuenta aspectos importantes como la utilización de muebles y enseres, que son de gran utilidad para el área administrativa, así como también los equipos y herramientas necesarias para poder producir los productos, también se analizará los costos generados por la remodelación de la infraestructura física de la empresa, así como también los diferentes gastos ocasionados en lo que se refiere a la venta, constitución; etc.

Tabla 79 *Inversión de Costos*

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Total
Edificios - Infraestructura Remodelación			2.900
Mano de obra	1	1.100,00	1.100
Material de construcción	1	1.800,00	1.800
Maquinaria y Equipo			3.450
Equipo de medición	3	250,00	750
Máquina de corte	2	600,00	1.200
Máquina de acabados	2	750,00	1.500
Muebles y Enseres			3.942
Archivadores	2	150,00	300
Escritorios	2	400,00	800
Muebles de oficina	2	380,00	760
Sillones ejecutivos	2	150,00	300
Sillas de oficina	8	33,00	264
Mesa para empaquetado	1	250,00	250

Mesas auxiliares	2	180,00	360
Estanterías metálicas	1	120,00	120
Papel	12	31,00	372
Esferos	8	9,00	72
Papeleras	3	36,00	108
Carpetas	10	12,00	120
Perforadoras y grapadoras	6	6,00	36
otros	1	80,00	80
Equipo de Computo			1.900
Computadora	2	700,00	1.400
Impresora	1	380,00	380
Teléfono	1	120,00	120
			0
			0
Total Activos Fijos - Inversión Fija			12.192

Elaborado por: Kevin Salazar

Tabla 80 *Activos Diferidos*

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Total
Investigación	1	600,00	600
Diseños	1	380,00	380
Permisos	1	350,00	350
Marca	1	140,00	140
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			1.470

Elaborado por: Kevin Salazar

La inversión diferida corresponde a todos los tramites de constitución que requiere hacer la empresa para poder exportar la ropa de cama, para ello se incurre en investigaciones de expertos que asciende a \$600.00, diseños \$380, permisos \$350.00 y \$140.00 de marca, dando un total de \$1.470 dólares, estos valores son desembolsados una sola vez hasta que la empresa tenga todos los permisos para poder realizar el comercio exterior.

Tabla 81 *Ventas Anuales*

Producto	Ventas Anuales en Tn - Proyección					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Cobijas	79.980	89.580	100.380	112.380	125.880	141.000

Elaborado por: Kevin Salazar

La demanda insatisfecha es de 22158326 unidades de ropa de cama, el proyecto está en la capacidad de cubrir el 0.361% de la demanda insatisfecha anual, dando un total de 79.980 unidades, el mismo que tiene un incremento para los siguientes años proyectados del 12%.

Tabla 82 Costos de Producción

DETALLE	CANTIDAD	Valor Unitario	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Materia Prima			195951	229216	268254	313658	366936	429259
Material principal	79980	2,45	195951	229216	268254	313658	366936	429259
Mano de Obra			48734	54767	57803	60988	64321	67855
Obreros	1	48734	48734	54767	57803	60988	64321	67855
Costos Indirectos de Fabricación:			3600	4169,3	4250,26	4333,93	4420,42	4492,8
Envases	800	1,2	960	976	992	1008	1024	1040
Embalajes	100	18	1800	1826	1852	1879	1907	1935
Agua	12	20	240	250,66	261,79	273,41	285,55	298,23
Energía	12	30	360	375,98	392,68	410,11	428,32	447,34
Suministros	12	20	240	250,66	261,79	273,41	285,55	298,23
Depreciación				490	490	490	490	490
Total Costo de Producción			248285	288152,3	330307,3	378979,9	435677,4	501622,8

Elaborado por: Kevin Salazar

La producción de ropa de cama demanda de costos directos correspondientes a la materia prima y mano de obra directa, así como costos indirectos de fabricación necesarios para cumplir con todos los procesos. El valor de cada juego de cama es de \$2.45, esto multiplicado por las 79.980 unidades en el primer año se obtiene \$195.951 de materia prima, se toma en cuenta una tasa de inflación del 0,47% del año 2018.

La proyección de los costos del personal operativo se consideró el incremento salarial del 2,94% por cada año, la proyección de los datos se la realizo por los próximos cinco años con la finalidad de obtener los costos de producción a través del tiempo. Los costos indirectos de fabricación ascienden a \$3.599,76 correspondientes a envases, embalajes, servicios básicos, suministros y también se toma en cuenta el valor de la depreciación de los activos fijos.

Tabla 83 Gastos Administrativos

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Salarios	1	6092	6092	6846	7225	7623	8040	8482
Servicios Básicos	12	35	420	439	458	478	500	522
Insumos de oficina	12	25	300	313	327	342	357	373
Suministros de aseo	12	20	240	251	262	273	286	298
Depreciaciones			0	1028	1028	1028	1056	1056
Amortizaciones			0	5451,36	5451,36	5451,36	5451,36	5451,36
Total Gastos Administrativos			7052	14328,36	14751,36	15195,36	15690,36	16182,36

Elaborado por: Kevin Salazar

Tabla 84 Gastos de Venta

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Unitarización	4	0,00	0	0	0	0	0	0
Manipulación del 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
Flete Interno	4	799,80	3.199	3.742	4.380	5.121	5.991	7.008
Manipulación de embarque	4	671,85	2.687	2.807	3.285	3.841	4.493	5.256
Agentes Aduaneros	4	200,00	800	836	911	1.038	1.235	1.535
Importe Bancario	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
Transporte 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 - tránsito 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
Total Gastos de Exportación (Ventas)			160.065	208.988	243.110	282.801	329.396	383.955

Elaborado por: Kevin Salazar

5.2.3 Inversión inicial

La inversión inicial se determina en base a los resultados obtenidos de la inversión fija, los gastos de operación y gasto de constitución, así como se demuestra en la siguiente tabla.

Tabla 85 *Inversión Inicial*

Detalle	Valor
Inversión Fija	12.192
Capital de Operación	34.617
Gastos de Constitución	1.470
Total Inversión Inicial	48.279

Elaborado por: Kevin Salazar

Capital de operación

Son los rubros para la constitución

Tabla 86 *Capital de Operación*

Detalle	Valor
Costos de Producción	248.285
Gastos para Exportar	160.065
Gastos de Administración	7.052
Total Costo Anual	415.402
Total Costo Diario	1.154
Ciclo de caja	30
Capital de Operación	34.617

Elaborado por: Kevin Salazar

Tabla 87 *Estructura Financiamiento*

Detalle	Participación	Valor
Capital Propio	62%	30.000
Capital Ajeno	38%	18.279
Total	100,00%	48.279

Elaborado por: Kevin Salazar

Costo capital

Tabla 88 *Costo Capital*

Recursos	Participación	Costo	Ponderación
Propio	62%	8,00%	4,97%
Préstamo Financiero	38%	17,00%	6,44%
Total	100%		11,41%

Elaborado por: Kevin Salazar

5.2.4 Amortización de la deuda

Dentro de este campo se consideran los costos generados por amortizar el monto de financiamiento generado para la puesta en marcha del negocio, en la siguiente tabla se presentan Como se puede evidenciar en la tabla se muestra la tasa de interés el plazo y la cuota a pagar mensualmente.

Tabla 89 *Amortización*

Monto	18279
Tasa Anual	17%
Plazo	60
Cuota	\$ 454,28 fórmula de cuota fija

Elaborado por: Kevin Salazar

5.2.5 Balance general

En este balance se detallan los activos corrientes, fijos y diferidos que posee la empresa “Mayra-Tex”, así como también con el patrimonio con la que cuenta.

Tabla 90 *Balance General*

Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	34.617	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	34.617	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Remodelación Infraestructura	2.900	Préstamo Financiero	18.279
Maquinaria - Equipo	3.450	Total Pasivos Largo Plazo	18.279
Muebles y Enseres	3.942		
Equipo de Computación	1.900	Total Pasivos	18.279
Total Activos Fijos	12.192		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Constitución de la Empresa	1.470	Capital Social	30.000
Total Activos Diferidos	1.470	Total Patrimonio	30.000
Total Activos	48.279	Total Pasivo + Patrimonio	48.279

Elaborado por: Kevin Salazar

La actividad económica de producción de ropa de cama requiere el empleo de maquinaria para poder confeccionar el número de unidades a exportar, para ello se ha determinado la inversión de \$48.279 en activos, divididos en activo corriente, fijo, y diferido. Así también para cubrir el total de la inversión es necesario recurrir a un financiamiento de \$ 18.279 correspondiente al 37.86% de total de la inversión.

5.2.6 Estado de resultados

El estado de resultados generado por la empresa “Mayra-Tex”, determina que posee un margen de utilidad positiva durante los próximos cinco años, lo que demuestra una rentabilidad muy atractiva hacia el empresario.

La cantidad a exportarse para el primer año es de 79980 unidades este rubro se lo saca multiplicando el valor del primer despachó el cual es de 19995 unidades por 4 envíos que se van a realizar anualmente.

Para calcular el precio unitario del país de destino se lo obtiene del valor CIP el mismo que es el término de negociación y su valor es de \$88,691, este rubro lo dividimos para el primer envío que son 19995 unidades dándonos un valor de \$4,44, a esto le multiplicamos el 15

de utilidad arrojándonos un valor CIP de \$5,11 centavos por cada unidad en el país de destino.

Tabla 91 Estado de Resultados

Detalle	Año	Año	Año	Año	Año	Año
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	419895	524043	607299	713613	824514	951750
(-) Costo de ventas	248285	288152,3	330307,3	378979,9	435677,4	501622,8
Utilidad Bruta en ventas	171610	235890,7	276991,7	334633,1	388836,6	450127,2
(-) Gastos Operacionales	167117	223316,36	257861,4	297996,4	345086,4	400137,36
Gastos de Administración	7052	14328,36	14751,36	15195,36	15690,36	16182,36
Gastos para exportar	160065	208988	243110	282801	329396	383955
Utilidad Operacional	4493	12574,34	19130,38	36636,71	43750,22	49989,84
(-) Gastos Financieros						
Interés Financiero		1795,56	1795,56	1795,56	1795,56	1795,56
U.A.T.I.	4493	10778,78	17334,82	34841,15	41954,66	48194,28
Participación Trabaj.15%	673,95	1616,817	2600,223	5226,173	6293,199	7229,142
Utilidad antes de Impuestos	3819,05	9161,963	14734,6	29614,98	35661,46	40965,138
Impuesto a la renta 22%	840,191	2015,6319	3241,611	6515,295	7845,521	9012,3304
Utilidad Neta	2978,86	7146,33	11492,99	23099,68	27815,94	31952,81

Elaborado por: Kevin Salazar

5.2.7 Flujo de efectivo neto

En esta tabla se puede evidenciar que el flujo de efectivo, en donde se puede apreciar que es positivo ya que posee una utilidad positiva.

Tabla 92 Flujo de Efectivo

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Entradas de efectivo						
Utilidad neta		7146,33	11492,99	23099,68	27815,94	31952,81
(+) Depreciaciones		1518	1518	1518	1546	1546
(+) Amortizaciones		5451,36	5451,36	5451,36	5451,36	5451,36
Liquidación del Proyecto						6532
Recuperación Capital de Operación						34617
Préstamos Bancarios	18279					
TOTAL ENTRADAS	18279,00	14115,69	18462,35	30069,04	34813,30	80099,17
Salidas de Efectivo						
Inversión Inicial	48279					
Amortización de la deuda		5451,36	5451,36	5451,36	5451,36	5451,36
Reposición de activos					1984	
TOTAL SALIDAS	48279	5451,36	5451,36	5451,36	7435,36	5451,36
(=) FLUJO DE EFECTIVO NETO	-30000,00	8664,33	13010,99	24617,68	27377,94	74647,81

Elaborado por: Kevin Salazar

Tabla 93 Evaluadores Financieros

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	-	30.000,00	
1	10.360,14	0,8976	9.299,32
2	12.239,16	0,8057	9.861,04
3	12.429,03	0,7232	8.988,64
4	16.982,62	0,6491	11.024,20
5	66.386,00	0,5827	38.681,63
		□FE	77.854,83
		- I.I.	48279
		VAN	33.412,27
		TIR	27.12%
		C/B	1.61

Elaborado por: Kevin Salazar

De acuerdo a Benalcázar, Barreno, Puentestar, & Valenzuela (2014), para calcular las ratios financieras como es VAN, TIR y Costo Beneficio, es necesario calcular el flujo de caja actualizado o descontado, dando un total de flujo de efectivo actualizado de \$77.854,83.

El VAN calculado es de \$33.412,27, es decir al invertir \$48279, a cabo de 5 años se obtendrá \$33.412,27 adicional a la inversión demostrando la factibilidad del proyecto de inversión para la exportación de ropa de cama.

El TIR es de 27.12% es mayor a la tasa de descuento o de oportunidad del 8.98% por lo que el proyecto representa buenas expectativas para que el dueño del proyecto pueda invertir en la exportación de ropa de cama.

El Costo beneficio fue calculado tomando en cuenta la suma de los flujos de caja actualizados de \$77.854,83, dividido para la inversión inicial de \$48279, obteniendo un C/B de \$1.61, es decir por cada dólar invertido, se logra recuperar un dólar de inversión más 0.61 para cubrir costos, gastos y beneficios para el inversor.

5.2.8 Punto de equilibrio

Efectuado el análisis de este indicador se puede observar que la empresa textil “Mayra-Text”, debe vender 31.011 unidades, para poder generar equilibrio operativo, en otras palabras, cubrir los costos y gastos generados en el negocio.

Tabla 94 Punto de Equilibrio

	AÑO 2018		AÑO 2019		AÑO 2020		AÑO 2021		AÑO 2022		AÑO 2023	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
Costos de Producción												
MPD		195.951		229.216		268.254		313.658		366.936		429.259
MOD		48.734		54.767		57.803		60.988		64.321		67.855
Costos Indirectos de Fabricación												
Envases		960		133.787		156.573		183.074		214.171		250.547
Embalajes		1800		17.168		20.092		23.492		27.483		32.151
Agua	240		251		262		273		286		298	
Energía	360		376		393		410		428		447	
Suministros	240		251		262		273		286		298	
Depreciaciones	0		490		490		490		490		490	
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	840	247.445	1.368	434.938	1.407	502.722	1.446	581.212	1.490	672.911	1.533	779.812
Gastos Operacionales	7.502	160.065	9.170	208.988	9.594	243.110	10.039	282.801	10.532	329.396	11.024	383.955
Gastos Administrativos	7.502		9.170		9.594		10.039		10.532		11.024	
Gastos de Exportación		160.065		208.988		243.110		282.801		329.396		383.955
Gastos Financieros	0		2.916		2.450		1.898		0		0	
Interés Bancario			2.916		2.450		1.898					
COSTOS Y GASTOS TOTALES	7.892	407.510	13.453	643.926	13.450	745.833	13.383	864.012	12.021	1.002.30	12.558	1.163.767
Unidades		79.980		89.580		100.380		112.380		125.880		141.000
COSTOS Y GASTOS UNITARIOS	0,1	5,10	0,15	7,19	0,13	0,43	0,12	0,69	0,10	7,96	0,09	8,25
TOTAL COSTOS Y GTOS UNITARIOS		5,19		7,34		7,56		7,81		8,06		8,34
% Utilidad		3%		3%		3%		3%		3%		3%
Precio de Venta Unitario		5,35		7,56		7,79		8,04		8,3		8,59
Pto de Equilibrio Unid. = Ctos Fijos/(P-CV)		31.011		36.327		37.266		37.879		35.647		37.007

Elaborado por: Kevin Salazar

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Una vez efectuado el estudio de factibilidad para la exportación de ropa de cama a mercados internacionales se ha identificado los siguientes hallazgos.

- La preferencia de los consumidores bogotanos por una línea de productos para el hogar de calidad, las variables macroeconómicas y crecimiento de las importaciones de ropa de cama, hacen considerar este proyecto como una excelente oportunidad de negocio.
- Mediante el estudio de mercado se pudo identificar los gustos, preferencias, entorno de cada país y las oportunidades que estos ofrecen a las exportaciones de dichos productos, sin embargo, con la aplicación del análisis estratégico POAM se determinó que Colombia se muestra como el país más atractivo para realizar la comercialización, siendo éste el que más ventajas brindó para ejecutar el proyecto, entre ellas ofrece un nicho de mercado aceptable y la cercanía con Ecuador, a partir de esta información secundaria se da cumplimiento con uno de los objetivos planteados.
- Con respecto a la empresa en estudio, se puede manifestar que tiene años de experiencia en el mercado local, cuenta con la capacidad de producción, y lo es más importante los propietarios se encuentran entusiasmados con la puesta en marcha del proyecto porque al contar con demanda insatisfecha la empresa puede o está en la capacidad de cubrirla, no obstante, el producto que ellos ofrecen es de calidad y estas dispuestos a incrementar su tecnología para mejorar sus procesos de producción.
- Se realizó la evaluación económica financiera del proyecto, partiendo con la identificación de recursos a utilizarse, donde se pudo observar que se necesita una inversión total de 48.279 dólares compuesta de 30.000 dólares como capital propio y 18.279 de origen financiero, aplicado los índices de evaluación se determinó que el proyecto es factible en términos monetarios, debido a que se obtiene un VAN de \$33.412,27 y un TIR de 27.12%, superior a la tasa de oportunidad del mercado de 8.98%.
- De acuerdo a las encuestas realizadas se obtuvo que el 100% de los encuestados están de acuerdo en adquirir los juegos de cama a través de una tienda online, la empresa Mayra Tex está dispuesta a crear dicha tienda con el fin de que su producto sea reconocido y acogido no sólo en Colombia sino en diferentes partes del mundo, siendo esta una estrategia de mejora y promoción para su producto.

- La distribución física que se planteó o la más adecuada para la comercialización de ropa de cama fue por vía terrestre, utilizando un camión tipo F permitiendo así cubrir con la demanda solicitada, igualmente la negociación se la realiza en términos EXW con un valor proyectado en el primer año de 111.369 dólares.

Recomendaciones

- Realizar sondeos de mercado para poder actualizar e innovar el producto de acuerdo a los cambios de preferencias del mercado meta, así como también diseñar estrategias comerciales para posicionar la marca en el mercado colombiano.
- Aprovechar la capacidad de producción de la empresa para llevar a cabo la exportación tomando en cuenta la cantidad y tiempos de despacho de mercadería, además se debe identificar empresas similares que puedan aportar con el proyecto en caso de ser necesario.
- Realizar estudios financieros que permitan evaluar económicamente la actividad empresarial para que los inversores o dueños del proyecto conozcan el porcentaje de utilidad, retorno de la inversión y evolución de las ventas para la toma de decisiones.
- El gobierno ecuatoriano debe incentivar de manera constante a los productores nacionales de ropa de cama debido a que estos también son parte fundamental de la economía del país y de tal manera contribuyen al crecimiento y fortalecimiento del sector.
- Los directivos de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi junto las entidades del sector público y privado, deben brindar el suficiente apoyo a este tipo de investigaciones a fin de que puedan ser ejecutables y permitan sobre todo ayudar a estos pequeños productores de ropa de cama.
- Es importante también mencionar que la productividad de la empresa requiere de una preparación constante e íntegra hacia el talento humano que la conforma, con la visión de mejorar y lograr el desempeño que se necesita para una comercialización internacional de ropa de cama.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (2017). *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42315/14/S1701118_es.pdf
- Aduana del Ecuador . (DICIEMBRE de 2012). *SENAE*. Obtenido de https://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action
- ASAMBLEA. (2010). *COPCI*. Obtenido de COPCI: <http://www.imgroup.com.ec/biblioteca/codigo-organico-produccion-comercio-inversiones>
- Asociación de Textiles del Ecuador. (2017). *Relaciones Comerciales*. Obtenido de <http://www.aite.com.ec/comercio.html>
- Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hil.
- Banco central del Ecuador, (2018). *Balanza comercial*, Recuperado de: <https://contenido.bce.fin.ec/admin/dirlistEBC.php>
- Banco la República. (21 de 09 de 2018). *Riesgo país de Colombia disminuye después de elecciones presidenciales*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/economia/riesgo-pais-de-colombia-disminuye-despues-de-elecciones-presidenciales-2773455>
- Benalcázar, M., Barreno, J., Puentestar, M. R., & Valenzuela, V. (2010). *Manual de orientación en investigación*. Ibarra - Ecuador: Taller Libertario.
- Camarero, G. P.-A. (2014). INTENSIDAD EXPORTADORA Y PERCEPCIÓN DE BARRERAS A. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 14.
- Casanova, E. U.-A. (2015). ANÁLISIS DE LAS VENTAJAS COMERCIALES PARA LAS MANUFACTURAS. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 18-19.
- CES. (MARTES de OCTUBRE de 2010). Recuperado el 17 de FEBRERO de 2014, de <http://www.ces.gob.ec>
- CFN. (Febrero de 2018). *Ficha Sectorial: Hiladura, Tejedur y Acabados de productos textiles*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2018/04/Ficha-Sectorial-Hiladura-Tejedura-y-Acabados-de-Productos-Textiles.pdf>
- Departamento de Inteligencia de Mercado. (2017). *Guía de Mercado Multisectorial*. Obtenido de

- <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/79755985rad2C061.pdf>
- Datosmacro, (2018). *Pib pér cápita*. Recuperado de:
<https://datosmacro.expansion.com/pib/colombia>
- economía. (2012). *economía*. Obtenido de <http://economiaes.com/comercio/internacional-mercado.html>
- ECONOMÍA. (20 de Abril de 2015). Obtenido de ECONIMÍA:
https://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm
- Ferrer, J. (20 de Diciembre de 2010). Obtenido de
http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variable_03.html
- Fondo Social Europeo dentro del Programa Operativo Lucha contra la Discriminación. (2013). *Exportación e importación en la empresa*. Obtenido de
https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/u.d.9_exportacion_importacion.pdf
- Galindo, M., & Ríos, V. (07 de 2015). *Exportaciones en serie de estudios económicos*. Obtenido de
http://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184
- Gormaz, M. A.-R. (2013). *Manual Practico de Comercio Exterior* . madrid: FC Editorial.
- Grupo de investigadores Ambientales- GUIA. (2012). Producción de carbones activados a partir de neumaticos usados y su aplicacion en procesos de adsorcion . *Universitas Cientifica* , 32-35.
- HILL. (2007). *Teorias del comercio internacional. ventaja Absoluta* .
- Hugo Jácome. (2012). *flacso*. Obtenido de
<https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/e95f7seq84g008xi32hh5lkj7090hf.pdf>
- INCEA. (Junio de 2010). *Comercio y Aduanas*. Obtenido de
<http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior>
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/carchi.pdf>
- INEC. (Agosto de 2011). *Instituto Nacional de Esadísticas y Censos*. Obtenido de
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones_por_ciudades/Presentacion_Tulcan.pdf

- Isabel Gonzales Lopes, A. I. (2014). *Gestion del comercio exterior de las empresas* . Madrid : ESIC .
- Isabel Gonzales, A. M. (2014). *Gestion del Comercio Exterior de la empresa*. Madrid: ESIC.
- Marshall, A. (1890). *Teoria Tradicional, rl bienestar y la politica comercial* . Mexico.
- Mendoza, J. R. (2013). DOS ENFOQUES TEÓRICOS SOBRE EL PROCESO DE CRECIMIENTO. *Revista Analisis Economicos* , 3-25.
- Merino, J. P. (17 de 03 de 2017). *Definiciones del comercio internacional* . Obtenido de Definiciones del comercio internacional : <http://definicion.de/comercio-internacional/>
- Ministerio del Ambiente . (2013). *ambiente.gob.ec*. Obtenido de ambiente.gob.ec: <http://www.ambiente.gob.ec/la-gestion-integral-de-neumaticos-usados-optimiza-recursos-para-el-manejo-seguro-de-desechos/>
- Montenegro, L. (2012). El Comercio Exterior y la economía en la ciudad de Tulcán. *Sathiri*, 88.
- Morales, D. P. (2013). El proyecto de exportación, elemento básico. *Pensamiento y Gestion*, 8-13.
- Muñoz, M., Durán, F., & González, M. (2016). Contrabando y su impacto en el sector textil ecuatoriano, durante el periodo 2010 – 2015. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
- NACIONAL, A. (2008). Obtenido de <http://www.asambleanacional.gov.ec>
- Oliva, O. I. (2013). EL MARKETING INTERNACIONAL COMO HERRAMIENTA INDISPENSABLE PARA UNA EXPORTACIÓN EFECTIVA. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portuga*, 8-10.
- Perea, J. (2016). *Estudio sobre tendencias de consumo en Bogotá. Una aproximación metodológica*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Pro Ecuador. (Diciembre de 2017). *Fiha Tecnica*.
- PRO ECUADOR. (2017). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de file:///C:/Users/JuanK%20Barreno/Downloads/PROEC_EE2017_PRODUCTOS_POTENCIALES_ECUATORIANOS_CARIBE.pdf
- PROECUADOR . (2012). *PROECUADOR* . Obtenido de PROECUADOR : <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>

- Proecuador. (2013). *proecuador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/analisis-sector-de-artesantias-2013/>
- Rosales, R. (2005). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. UNED.
- Sampier, H. R. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico : McGraw-Hill.
- Sampieri. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: JPR.
- Sanchez, J. R. (mayo del 2012). segunda vida de los neumaticos usados. *Quimica Viva*, 35-36 -37.
- Sapag, S. (2008). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. Prentice Hall.
- SENPLADES. (2013). <http://www.buenvivir.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>: <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- SICE. (2018). *Acuerdos Comerciales*, Recuperado de: http://www.sice.oas.org/ctyindex/ecu/ecuagreements_s.asp
- Tamayo, M. T. (2011). *El preceso de la Investigación Científica*. Mexico: Limusa.
- Thunen, V. (1820). *Teoia de la localización*. Mexico.
- UPEL. (2010). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales*. Obtenido de Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales: <http://neutron.ing.ucv.ve/NormasUPEL2006.pdf>
- Urbina, G. B. (2015). *Evaluacion de proyotos*. Mexico: The MCGRAW-HILL.
- Valderrama, A., & Castillo, O. (2010). El efecto de la tecnología en las exportaciones manufactureras mexicanas hacia Estados Unidos. *Economía: teoría y práctica*, 65-99.
- Villena, M. (10 de 2011). *Oportunidades Comerciales en Ecuador*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/promo/Loreto-Ecuador-Maria-Teresa-Villena-Ramirez.pdf>
- Yepez, H. G. (2012). Estrategia de Comercialización de Artesanías Producidas en el Norte. *Sathiri*, 40- 45.

VII. ANEXOS



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR NEGOCIACIÓN COMERCIAL

Formato de encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Bogotá

1. ¿Qué cantidad de juegos de ropa de cama adquiere usted anualmente?

De 1 a 3 juegos

De 4 a 6 juegos

De 7 a 9 juegos

2. ¿A cuál de estos lugares suele acudir para comprar ropa de cama?

Centros comerciales

Almacenes

Bazares

Mercados

Otros

3. ¿A los lugares que usted ha visitado la atención es?

Excelente

Buen¿'

Regular

Mala

4. ¿Qué aspecto toma en cuenta al momento de adquirir ropa de cama?

Calidad de la tela

La marca

El diseño

Los acabados

El precio

5. ¿Cuál de estos tipos prefiere en la confección de ropa de cama?

Llana

Bordados

Estampados

6. ¿Cuánto suele gastar en promedio al comprar juegos de ropa de cama?

De 5000 a 10000 pesos

De 11000 a 16000 pesos

De 17000 a 22000 pesos

De 23000 a más

7. ¿Estaría de acuerdo que en la ciudad de Bogotá se comercialice ropa de cama de buena calidad de producción ecuatoriana?

SI

NO

TAL VEZ

8. ¿Qué tan de acuerdo estaría en adquirir los juegos de ropa de cama a través de una tienda online?

Totalmente de acuerdo

Medianamente de acuerdo

Ni acuerdo ni desacuerdo

Medianamente desacuerdo

Totalmente desacuerdo

9. ¿Qué tipo de promociones cree usted que debería existir en la comercialización de ropa de cama?

Sorteos

Dos por uno

Cuponeras

Descuentos

10. ¿Qué tipo de publicidad prefiere?

Radio

Internet

Televisión

Diario

Entrevista dirigida al gerente de la empresa Mayra tex

¿Cuáles son las características del producto?

El producto es fabricado en un 100 % en poliéster.

¿Cómo se realiza el proceso de elaboración de la ropa de cama que produce la fábrica Mayra – Tex?

La ropa de cama llega en rollos de tela, se procede a realizar cortes de 2,25 cm de ancho y 1,85 cm de largo; estos cortes son realizados de forma manual, se procede a la aplicación de máquinas de calor las mismas que ayudan a eliminar arrugas y hace la tela anti alérgica.

¿Cuál es la cantidad de producción que la fábrica Mayra – Tex produce actualmente?

La producción mensual ese encuentra en un promedio de 20000 unidades.

¿Con que cantidad de colaboradores cuenta la empresa actualmente?

La empresa cuenta con 12 trabajadores destinados a las distintas funciones que requiere la fábrica para su funcionamiento.

¿Cómo determinas el precio del producto para su comercialización?

El precio se lo determina realizando una división entre los valores a pagar que se requieren para la importación y la cantidad en kilos por contenedor y a eso se suma el valor de producción.

¿De dónde proviene la materia prima?

La materia prima proviene de China por lo general

¿En qué porcentajes la producción se destina al país?

La comercialización del producto es en un 80% al Ecuador y el 20% a Colombia.

Tabulación de la encuesta aplicada

No.	CÉDULA	APELLIDOS Y NOMBRES	EDAD	CARGAS FAMILIARES	LUGAR DE ENTREVISTA	ZONAS ESTABLECIDAS PARA APLICAR ENTREVISTA
1	34532270	ACOSTA ARAGON MARIA AMPARO	38	3	SANTA FE	USAQUEN
2	23833235	ADAN ALDANA NORAYANLYS YALESKA	30	1	LA CANDELARIA	
3	34531725	AGREDO TOBAR XIMENA LUCIA	39	2	BOSA	CHAPINERO
4	42870562	AGUDELO DE LOPEZ NORA ELENA	31	3	CHAPINERO	SANTA FE
5	13435799	ALMEIDA YAMAIRA DEL MILAGRO	49	2	SAN CRISTÓBAL	SAN CRISTÓBAL
6	53009064	ALONSO CIFUENTES GINA CAROLINA	31	3	USME	USME
7	108593186	ALAPALA TAPIE BEATRIZ LILIANA	36	2	PUENTE ARANDA	
8	27314293	ALVAREZ HERNANDEZ MARIA SILBERIA	48	3	TUNJUELITO	TUNJUELITO
9	41733718	ALVAREZ VEJARANO MARIA CECILIA	33	3	USAQUEN	BOSA
10	34538776	ALZATE CAMAYO MARY LUZ	35	3	KENNEDY	KENNEDY
11	34528262	ANDRADE DE VALENCIA LUZ AMPARO	32	2	SUBA	FONTIBÓN
12	34540977	ANDRADE REINOSO ESPERANZA	33	2	SAN CRISTÓBAL	ENGATIVÁ
13	141294762	ANGARITA MOROS AMANDA EDUVY	31	1	ANTONIO NARIÑO	
14	7533069	ANGARITA MARIA JASINTA	50	2	FONTIBÓN	SUBA
15	43040911	ARANGO GAVIRIA IRMA PIEDAD	34	2	USAQUEN	BARRIOS UNIDOS
16	30039472	ARCILA CAICEDO MARÍA DEL PILAR	46	3	LA CANDELARIA	
17	31223228	ARCINIEGAS MOLINA LUCIA INES	42	1	BOSA	TEUSAQUILLO
18	25559177	ARCOS DE CHILITO MARIA ELENA	49	1	USME	LOS MÁRTIRES

19	34542749	ARCOS LEGARDA YOLANDA DEL CARMEN	43	1	SANTA FE	ANTONIO NARIÑO
20	34530532	ARENAS DE ESCOBAR MARIA MARGOTH	43	1	TEUSAQUILLO	PUENTE ARANDA
21	25611423	AREVALO SANDOVAL MARTHA EUGENIA	50	1	SUBA	LA CANDELARIA
22	34551673	ARIAS SARAY LUZ ANGELICA	45	2	KENNEDY	
23	31266482	ARISTIZABAL MAGNOLIA	47	2	TUNJUELITO	
24	34562400	ASTAIZA PERAFAN ELIZABET	44	2	USAQUEN	
25	66923034	ASTUDILLO FERNANDEZ MARIA DEL PILAR	30	2	SANTA FE	
26	34562778	ASTUDILLO PEREZ MARIA YENSI	41	1	USME	
27	24525744	AULAR MEDINA ADRIANA BETZABETH	42	2	SAN CRISTÓBAL	
28	34544560	AVILA GONZALEZ GLORIA INES	40	1	BARRIOS UNIDOS	
29	34551703	BASTIDAS SANCHEZ BEATRIZ EUGENIA	41	3	USAQUEN	
30	34558659	BECERRA CORTES CLARA EUGENIA	42	2	USAQUEN	
31	26111232	BEDON PINEDA FRANCISCA VALERIA EMPERATRIZ	48	1	BOSA	
32	25277918	BELALCAZAR FERNANDEZ GLORIA MERCEDES	47	2	USME	
33	48600072	BENAVIDEZ COLLAZOS SANDRA PATRICIA	39	3	FONTIBÓN	
34	41573309	BENDECK LUGO MARIA MARLEN	40	1	SAN CRISTÓBAL	
35	31213007	BENITEZ ALEGRIA MARIA ELIZABETH	42	2	SUBA	
36	59673109	BOLAÑOS CUERO GENIT	38	2	TUNJUELITO	
37	34564081	BOLAÑOS SOLANO GLORIA AMPARO	47	2	CHAPINERO	
38	45766496	BOLIVAR LOBATO MARTHA ISABEL	36	2	BARRIOS UNIDOS	

39	31946378	BOLIVAR MARINEZ LUZ ELENA	45	2	BOSA
40	34531233	BONILLA MUNOZ JOSEFINA	42	1	USAQUEN
41	66970119	BRAVO RAMOS DIANA LISBEY	30	2	PUENTE ARANDA
42	41640024	BRAVO REALPE ISABEL DEL SOCO	39	1	USME
43	34537236	BUCHELI LOPEZ ADRIANA	44	2	SAN CRISTÓBAL
44	34570500	BUCHELI QUINA MONICA DEL PILA	41	2	TEUSAQUILLO
45	34320823	BUSTOS VIVAS MIRYAM ADIELA	43	3	ANTONIO NARIÑO
46	52021928	CADENA DURAN OLGA LUCIA	33	2	FONTIBÓN
47	34546446	CAICEDO ALZATE CLAUDIA CECILIA	40	2	CHAPINERO
48	25278450	CAICEDO CALVACHE DAIRA	47	2	USME
49	25309623	CAICEDO GONZALEZ FLORICELDA	49	2	BOSA
50	7869334	CALLES PINEDA MARGARETH TRINIDAD	45	3	ANTONIO NARIÑO
51	34531966	CAMACHO LEGARDA LUZ STELLA	40	2	USAQUEN
52	34549510	CAMACHO MUNOZ OLGA LUCIA	38	2	TUNJUELITO
53	34544605	CAMAYO CAMPO LINA MARIA	37	2	KENNEDY
54	34537877	CAMPO AURA PATRICIA	39	2	SAN CRISTÓBAL
55	52025116	CAMPOS MARTHA PILAR	31	2	USME
56	34558215	CANENCIO SANDOVAL MARIA CRISTINA	40	2	SANTA FE
57	17877415	CARDENAS ARENALES MARÍA TERESA	48	2	SANTA FE
58	24329626	CARDONA DE MANZANO MARTHA CECILIA	45	2	SUBA
59	17314144	CARRUIDO PADRON GRECIA MILEIDY	50	3	LA CANDELARIA

60	34546936	CASANOVA SEVILLANO SONIA ELENA	43	1	BARRIOS UNIDOS
61	34538323	CASAS FERNANDEZ MARIA CRISTINA	44	4	USAQUEN
62	41575274	CASAS ELSA GLADYS	48	2	BOSA
63	34529181	CASTILLO CASTILLO LUZ ALBA	46	3	USME
64	34551126	CASTILLO COBO YENNY RUBY	45	1	SAN CRISTÓBAL
65	51898307	CASTILLO GUZMAN ELIZABETH	39	2	PUENTE ARANDA
66	34535472	CASTILLO MUNOZ EDITH CRISTINA	47	3	TUNJUELITO
67	63516851	CASTRILLON OJEDA CAROLINA	30	4	CHAPINERO
68	41687109	CASTRO BOHORQUEZ GLORIA JUDITH	39	3	ANTONIO NARIÑO
69	34556269	CEBALLOS ORDONEZ ROCIO YANETH	42	2	FONTIBÓN
70	34547531	CERON FERNANDEZ CARMEN OFELIA	43	2	USAQUEN
71	34529864	CERON MUNOZ GLADYS SOCORRO	40	3	BARRIOS UNIDOS
72	22665175	CERRADA PIÑA ORLAMARI ESTRELLA LIBERTAD	49	3	ANTONIO NARIÑO
73	34557739	CERTUCHE MUNOZ OLGA MAITE	40	2	BOSA
74	34547705	CERTUCHE ROJAS LUCILA AYDEE	41	1	USME
75	34558810	CHAGUENDO DIAZ MARTA LUCIA	43	2	SAN CRISTÓBAL
76	34534297	CHAVEZ GUTIERREZ GLADYS	45	3	SANTA FE
77	12078027	CHIRINOS DE FAZIO JACINTA EMILIA	48	2	LA CANDELARIA
78	34530125	CIFUENTES PLAZA LUZ MARINA	45	3	KENNEDY
79	34542680	COBO FORERO ELIZABETH	44	2	USAQUEN

80	34570846	COLINA HENAO SANDRA LILIANA	42	1	TUNJUELITO
81	34545367	COMETA LOPEZ MARIA AMPARO	41	2	PUENTE ARANDA
82	34571854	CONDE CARDONA YENNI ANGELICA	44	3	TEUSAQUILLO
83	23475153	CONTREARAS GONZALES NAIVENLIN MARLIN	43	3	PUENTE ARANDA
84	12959258	CONTRERAS OLLARVES FANNY ELIEZE	50	2	SUBA
85	31868353	CORDOBA DE GOMEZ OLGA	47	2	CHAPINERO
86	66720313	CORREA ALBA LUCÍA	32	2	LOS MÁRTIRES
87	34066223	CORREA PINO JESSICA MILENA	39	2	LOS MÁRTIRES
88	50688168	CORTEZ BARREIRO SANDRA YANETH	32	2	FONTIBÓN
89	34552524	CORTEZ BONILLA MARTHA LUCIA	39	2	SAN CRISTÓBAL
90	9931029	COVIS MIRIAN MARLENE	49	3	ANTONIO NARIÑO
91	27168774	CUARAN GLORIA MARÍA	47	3	LOS MÁRTIRES
92	27250169	CUASPUD MALES LIDIA MAGOLA	46	2	LA CANDELARIA
93	25687227	CURBAT GUAREPUA MICHELLE KATIUSKA	42	2	LA CANDELARIA
94	34528743	DAZA CORDOBA CARMEN OFELIA	40	2	USME
95	34541388	DAZA TIMANA GLORIA ESPERANZA	42	2	BOSA
96	25274109	DELGADILLO COLLAZOS YAZMIN	48	3	SANTA FE
97	34527753	DIAGO GARCIA LUZ MARINA	40	2	TUNJUELITO
98	34537751	DIAGO GARCIA RUBY ADIELA	41	3	BARRIOS UNIDOS
99	34549144	DIAZ BETANCOURT ALICE MARINA	41	3	SAN CRISTÓBAL

10	34538613	DIAZ CASTRO ROSALBA	43	1	KENNEDY
0					
10	14074246	DIAZ DIAZ DAMARYS DEL VALLE	50	4	LOS MÁRTIRES
1					
10	126723586	DIAZ HERNANDEZ HILGRA COROMOTO	32	2	LA CANDELARIA
2					
10	817001851	ERASO MARIA GUILLERMINA	47	3	LOS MÁRTIRES
3					
2					
10	34525834	ERAZO DORADO AURA CECILIA	45	1	CHAPINERO
4					
10	34527389	ERAZO NARVAEZ DEINCY MARIA	44	2	USME
5					
10	34527449	ESCOBAR CANENCIO AMANDA BEATRIZ	44	2	USAQUEN
6					
10	34541039	ESCOBAR COBO ANA MILENA	42	2	ANTONIO NARIÑO
7					
10	50685382	ESCOBAR MARÍA DE JESUS	34	2	LOS MÁRTIRES
8					
10	34532899	ESCOBAR SOLIS STELLA	43	4	BOSA
9					
11	27450864	ESPINOSA URBANO MIRTHA GILMA	49	2	TUNJUELITO
0					
11	34525663	ESTRADA DE JIMENEZ LILIA MARLENE	46	2	SAN CRISTÓBAL
1					
11	34529138	ESTRADA MARTINEZ GLORIA ESPERANZA	46	2	SANTA FE
2					
11	51783848	FARFAN MARTINEZ MABEL ODILIA	33	2	FONTIBÓN
3					
11	25637641	FERNANDEZ ALBA NANCY	50	3	USME
4					
11	34562187	FERNANDEZ CORAL SANDRA MARIA	47	2	SUBA
5					
11	26638145	FERNANDEZ DIAZ MARIA DE JESUS	49	3	BARRIOS UNIDOS
6					
11	40757341	FIERRO DE RIVERA ADELINA	34	1	SAN CRISTÓBAL
7					
11	34555659	FIGUEROA GOMEZ MARIA FERNANDA	39	2	TEUSAQUILLO
8					

11	21245767	FREITEZ CASTAÑEDA MARÍA	45	2	ANTONIO NARIÑO
9		ANYALY			
12	34555766	GAHONA LASSO MARY LUZ	41	2	CHAPINERO
0					
12	51579468	GALINDO MANTILLA	30	3	CHAPINERO
1		GLADYS BEATRIZ			
12	34554680	GAMEZ FARIAS RUTH	45	2	PUENTE ARANDA
2		ISABEL			
12	34535976	GARCIA DE SANCHEZ	44	3	BOSA
3		YOLANDA			
12	34320529	GARCIA MARTINEZ GLORIA	44	2	USAQUEN
4		ESPERANZA			
12	29229747	GARCIA RIASCOS ISMELDA	49	3	TUNJUELITO
5					
12	34534976	GARCIA ZUNIGA MIRYAM	46	3	USME
6		ELENA			
12	34558518	GOMEZ BOLANOS CLARA	45	3	SANTA FE
7		ELISA			
12	34563309	GOMEZ VICTORIA LORENA	45	3	FONTIBÓN
8		PATRICIA			
12	34531970	GONZALEZ CUELLAR	44	2	SAN CRISTÓBAL
9		FABIOLA EUGENIA			
13	31304917	GONZALEZ CARMEN TULIA	47	2	BARRIOS UNIDOS
0					
13	34538117	GONZALEZ DE CAMPO	43	2	BOSA
1		ESPERANZA			
13	34529465	GONZALEZ MARTINEZ	41	2	KENNEDY
2		ELIZABETH			
13	34550427	GRUESO MOLINA CLAUDIA	40	1	SUBA
3		NEDELCA			
13	25274265	GUAL GUEVARA LESLIE	50	1	CHAPINERO
4		ANDREA			
13	25270859	GUERRERO DE TEJADA	49	1	USME
5		MARIA ESPERANZA			
13	34550851	GUEVARA MOLANO SANDRA	41	1	SAN CRISTÓBAL
6					
13	34556315	GUTIERREZ GUEVARA	39	1	BOSA
7		CARMENZA			

13	101000815	GUZMÁN WILLANS FAIZULY	30	2	LA CANDELARIA
8	3	MARYORY			
13	34527948	GUZMAN TERESA DE JESÚS	42	2	CHAPINERO
9					
14	34539966	GUZMAN LOPEZ SONIA	44	2	TEUSAQUILLO
0		MAGOLA			
14	34532691	GUZMAN VALENCIA LUCIA	43	2	TUNJUELITO
1		AMPARO			
14	34528792	HERNANDEZ RIVAS MYRIAM	45	2	USAQUEN
2		GLADYS			
14	31289152	HERRERA CHICA MARTHA	46	1	ANTONIO NARIÑO
3		LUCIA			
14	76633470	HERRERA GARCIA VIRGINIA	32	2	PUENTE ARANDA
4		ANTONIETA			
14	34542339	HERRERA LEON NHORA	40	1	SAN CRISTÓBAL
5		MERCEDES			
14	34541493	HERRERA SANCHEZ LUZ	43	3	PUENTE ARANDA
6		OLIVA			
14	34528877	HIDALGO OTERO ANA	42	2	ANTONIO NARIÑO
7		LILIANA			
14	34556932	HOYOS CONCHA CLAUDIA	44	1	SUBA
8		JANETH			
14	29507402	HOYOS GOMEZ LUZ MARY	47	4	PUENTE ARANDA
9					
15	31948475	HOYOS SAAVEDRA OLGA	45	2	USAQUEN
0		LUCIA			
15	38680575	HURTADO ESTACIO	39	2	ANTONIO NARIÑO
1		ELIZABETH			
15	34547961	HURTADO TIMANA DORIS	44	3	BOSA
2					
15	64275413	HURTADO VARGAS	30	2	LOS MÁRTIRES
3		ELIXBETH YUSMEYDIS			
15	34550274	IBARRA LOPEZ MARIA DEL	44	1	USME
4		CARMEN			
15	34531063	IDROBO DE MUNOZ MARY	43	2	TUNJUELITO
5		LUZ			
15	34567184	ILLERA ARISTIZABAL CLARA	40	2	SAN CRISTÓBAL
6		EUGENIA			

15	34539368	IMBACHI C ALMA ROCIO	39	2	CHAPINERO
7					
15	34495259	IMBACHI LOPEZ HERMILA	41	2	PUENTE ARANDA
8					
15	37010838	IMBAQUINGO TUPIJE LUZ	45	3	LOS MÁRTIRES
9		FLORINDA			
16	34529212	INSUASTI DE MORENO	43	2	BARRIOS UNIDOS
0		MARIA ZOE			
16	34562037	INSUASTI PATINO DORA	43	1	SANTA FE
1		NURIA			
16	34565722	JACOME VELASCO SANDRA	45	1	USAQUEN
2		JIMENA			
16	41929511	JIMENEZ ALFARO MIREYA	39	2	LA CANDELARIA
3					
16	16152429	JIMENEZ DUNO LEYDI	50	2	ANTONIO NARIÑO
4					
16	34560357	JOAQUI ASTAIZA MARIA DEL	48	2	SAN CRISTÓBAL
5		PILAR			
16	34560136	JORDAN MONTILLA	46	3	FONTIBÓN
6		MARISOL			
16	24777285	JUSTO SÁNCHEZ YEINIFER	48	3	ANTONIO NARIÑO
7		JOSEFINA			
16	25274188	LANDAZABAL CAMPO ANA	49	2	BOSA
8		MARIA			
16	25270934	LARA BRAVO ROSALBA	48	2	USME
9					
17	34544663	LEMON MERA LUZ MELIDA	44	2	SAN CRISTÓBAL
0					
17	59706220	LÓPEZ IMELDA JANETH	33	2	TUNJUELITO
1					
17	22554236	LÓPEZ AÑEZ CLAUDIMAR	47	3	LOS MÁRTIRES
2		YANETH			
17	31913268	LOPEZ CALDERON JANETH	45	2	USAQUEN
3					
17	34547717	LOPEZ CORTES DIANA	46	2	KENNEDY
4		MARIBEL			
17	34547458	LOPEZ DE VELASCO ANA	46	2	SUBA
5		MILENA			

17	48600362	LOPEZ GOMEZ MARITZA	36	2	BARRIOS UNIDOS
6					
17	52007791	LOPEZ MANZANO	32	2	SANTA FE
7		MARGARITA MARIA			
17	96429747	LOPEZ MORENO JOHANA	30	2	USME
8		CAROLINA			
17	34532839	LOPEZ PABON MARGARITA	42	2	SAN CRISTÓBAL
9					
18	28022471	LÓPEZ PISANI AMGGIE	46	3	LOS MÁRTIRES
0		JULIANNI			
18	34537406	LOPEZ RAMIREZ NANCY	44	2	TEUSAQUILLO
1					
18	24764725	LÓPEZ RENDÓN ROSA	40	2	LOS MÁRTIRES
2		AMELIA			
18	34550236	LOPEZ SERNA MARGOT	45	1	CHAPINERO
3		PATRICIA			
18	17510527	LOYO YUSTI ANAIR DEL	36	2	LA CANDELARIA
4		CARMEN			
18	12205279	LUCENA HARNANDEZ	38	2	PUENTE ARANDA
5		EVELYN DEL VALLE			
18	7695706	LUENGO RINCÓN ZULAY	50	4	PUENTE ARANDA
6		PATRICIA			
18	108592262	MACIAS TINTINAGO EMIT	31	2	LOS MÁRTIRES
7	4	ALEXANDRA			
18	34525623	MANRIQUE PAREDES LUISA	42	2	FONTIBÓN
8		MARIA			
18	34542432	MARIACA MENDEZ MARLEM	43	3	SANTA FE
9					
19	27268172	MARQUEZ PAZ MARIA	48	1	USME
0		ROSINDA			
19	27445875	MARTINEZ DE PARRA EVILA	50	2	SAN CRISTÓBAL
1		ROVIRA			
19	26325066	MARTÍNEZ GUTIERREZ	47	2	ANTONIO NARIÑO
2		YEANNY JESUINA			
19	25276005	MARTINEZ VALENCIA	50	3	TUNJUELITO
3		CLAUDIA XIMENA			
19	34549564	MARTINEZ VELASCO	46	4	SANTA FE
4		FRANCY STELLA			

19	34556088	MAYA MEJIA LINA MARIA	44	3	BOSA
5					
19	29231584	MENDEZ QUINTERO LORENA	49	2	PUENTE ARANDA
6		PATRICIA			
19	34545405	MENDEZ SAAVEDRA CLARA	40	2	SUBA
7		INES			
19	63483237	MENDOZA BECERRA	37	3	ANTONIO NARIÑO
8		MARTHA ELIANA			
19	40085828	MENDOZA MEDINA REINELA	35	2	LOS MÁRTIRES
9					
20	51599545	MENDOZA VARGAS MARTHA	33	2	TEUSAQUILLO
0		DEL PILAR			
20	26566163	MENESES MUNOZ NIDIA	49	1	SAN CRISTÓBAL
1		ROMELIA			
20	25278297	MESIAS MUÑOZ MARIA	48	2	PUENTE ARANDA
2		FERNANDA			
20	7221693	MILANO ESTHER NAIR	50	5	LOS MÁRTIRES
3					
20	34534001	MIRANDA JARAMILLO	41	3	FONTIBÓN
4		MARIA NAIRA			
20	34538605	MOLANO LOPEZ RUBY	46	3	CHAPINERO
5		AMPARO			
20	25280532	MOLINA MAMIAN ANA LUZ	50	2	USAQUEN
6					
20	34547423	MOLINA VELASCO GLORIA	44	1	TUNJUELITO
7		JANETH			
20	38613848	MONTAÑO MACHADO	46	3	PUENTE ARANDA
8		JACQUELINE			
20	34546723	MONTERO DE ARISTIZABAL	47	2	PUENTE ARANDA
9		JULIETA B			
21	51628500	MONTES ROJAS CONSUELO	35	3	SANTA FE
0					
21	24358642	MORA COVIS MAURIMAR	47	2	LOS MÁRTIRES
1		GUADALUPE			
21	34557784	MORALES VELASCO SANDRA	39	2	USME
2					
21	18489027	MORENO RATTIA DORIS	48	3	LA CANDELARIA
3		GRISEL			

21	34542390	MOSQUERA DE ASTUDILLO	41	2	SAN CRISTÓBAL
4		SILVIA CONSTANZA			
21	25343639	MOSQUERA MARIA NELLY	48	2	BARRIOS UNIDOS
5					
21	25395094	MOSQUERA SANCHEZ LYDA	46	2	BOSA
6		PATRICIA			
21	34534295	MOSQUERA URRUTIA MARÍA	40	2	PUENTE ARANDA
7		ESMERALDA			
21	68811909	MOYA DE RODRÍGUEZ	38	3	LOS MÁRTIRES
8		HAYDEE DEL CARMEN			
21	40387947	MOYA QUIJANO ROSA	31	2	USAQUEN
9		MARIA			
22	17925872	MUJICA TIGRERO NATALY	42	2	ANTONIO NARIÑO
0		GUADALUPE			
22	34543526	MUÑOZ PAREJA CARMEN	39	3	USAQUEN
1		LIBIA			
22	34554034	MUÑOZ ANASCO DAYRA	43	2	SAN CRISTÓBAL
2		MARIELA			
22	31948952	MUÑOZ ARCOS GLORIA	45	3	KENNEDY
3		JANNETTE			
22	34530104	MUÑOZ BENITEZ ZULMA	45	3	CHAPINERO
4		LILIAN			
22	34557202	MUÑOZ CAMPO MARIA	47	1	TEUSAQUILLO
5		ALEXANDRA			
22	34540950	MUÑOZ DE AMADOR ANA	46	1	USME
6		JULIA			
22	34542480	MUÑOZ HURTADO LUZ	42	2	SANTA FE
7		MARINA			
22	34530973	MUÑOZ LOPEZ MARICELA	39	2	TUNJUELITO
8					
22	34557964	MUÑOZ MONTENEGRO	44	2	SAN CRISTÓBAL
9		LENEYDA			
23	38941250	MUÑOZ MUNOZ DEYANIRA	41	4	USAQUEN
0					
23	34569042	MUÑOZ ORDOÑEZ MARISOL	46	2	USAQUEN
1					
23	34545475	MUÑOZ OROZCO CARMEN	45	2	FONTIBÓN
2		EUGENIA			

23	31913156	MUÑOZ ORTEGA GRACIELA	48	2	BOSA
3					
23	34572174	MUÑOZ SANCHEZ ANA	46	2	SUBA
4		AVELINA			
23	34570633	MUÑOZ VALENCIA VICTORIA	46	3	SANTA FE
5		EUGENIA			
23	27403267	NASTACUAS PASCAL	49	3	LOS MÁRTIRES
6		ROSARIO			
23	20213089	NAVA CARRAQUERO	38	2	LOS MÁRTIRES
7		YESSICA PAOLA			
23	34564288	NOVOA ROMERO ZULY	45	2	BARRIOS UNIDOS
8		NERIETH			
23	34530003	OCHOA CADAVID MARTA	44	3	PUENTE ARANDA
9		LUCIA			
24	20464622	OCHOA SIRA MARÍA DE LOS	47	3	LOS MÁRTIRES
0		ÁNGELES			
24	34537470	OLAVE LASSO MIRTA ELENA	42	1	ANTONIO NARIÑO
1					
24	41736871	OLIVEROS CORDOBA NUBIA	35	2	SAN CRISTÓBAL
2					
24	34535790	ORDONEZ CERON MARIA	39	2	ANTONIO NARIÑO
3		AMPARO			
24	59862557	ORDÓÑEZ DELGADO LUSERO	42	3	LOS MÁRTIRES
4					
24	34534257	ORDONEZ HUERTAS GLADYS	41	3	PUENTE ARANDA
5					
24	108775163	ORDOÑEZ ORDOÑEZ MARIA	35	2	LA CANDELARIA
6		YILECIA			
7					
24	34552276	ORDONEZ SALINAS ALBA	40	2	CHAPINERO
7		MIREYA			
24	34528351	OROZCO DE MUNOZ MARIA	40	3	TEUSAQUILLO
8		ELENA			
24	34529403	OROZCO DE PINO LUZ	42	2	USME
9		MARINA			
25	34526970	OROZCO GARCIA MARIA	46	3	SANTA FE
0		NELCY			
25	25681777	OROZCO MURILLO DORA	48	3	TUNJUELITO
1		EUCARIS			

25	138635877	ORTEGA BURGOS ALICIA	35	2	LOS MÁRTIRES
2		MARIA			
25	59675967	ORTIZ CLAUDIA PATRICIA	47	3	ANTONIO NARIÑO
3					
25	84076021	OSORIO DUARTE DUBRASKA	30	3	USAQUEN
4		XIOMARA			
25	40692374	OTALVARO BERNAL	38	2	LOS MÁRTIRES
5		BLANCA LUCELY			
25	34547683	PABON RUIZ TANIA	44	3	BOSA
6		MARITZA			
25	30735241	PALACIOS PEREZ AURA	48	2	SAN CRISTÓBAL
7		TERESA			
25	34540028	PALACIOS VALENCIA ROCIO	43	2	SUBA
8		AMPARO			
25	34526904	PALOMINO DE GONZALEZ	44	2	USME
9		EUGENIA DE LAS MERCEDES			
26	34547349	PALOMINO MARTINEZ	42	2	KENNEDY
0		MARTA CECILIA			
26	25271533	PANCHOAGA CABANZO	46	1	CHAPINERO
1		MYRIAM LUCIA			
26	34529748	PAREDES CAICEDO OLGA	41	1	TUNJUELITO
2		MARIA			
26	27366219	PAREDES GUERRERO	47	3	PUENTE ARANDA
3		YERSENIA			
26	25285339	PAREDES MAMIAN MARIA	49	1	USAQUEN
4		DEL PILAR			
26	34533114	PAREDES MUNOZ OLGA	43	1	ANTONIO NARIÑO
5		LUCIA			
26	12250249	PARRA MATOS VIOLETA	50	3	LOS MÁRTIRES
6		DANISBEL			
26	34560826	PARRA OBANDO ADALGISA	44	1	PUENTE ARANDA
7					
26	34551101	PASQUEL ROJAS MARTHA	44	2	SANTA FE
8		ELENA			
26	34545299	PAZ BURBANO LADY	42	2	BOSA
9		CRISTINA			
27	34546261	PAZ PERAFAN GISELA	45	2	USAQUEN
0		MABEL			

27	272681	PEDROSO ALFONSO ELISA	50	2	SAN CRISTÓBAL
1		BARBARA			
27	34595998	PENAGOS DAGUA MARIA	41	1	BARRIOS UNIDOS
2		EFIGENIA			
27	19469530	PEÑA AVILA ALEXANDRA	39	3	ANTONIO NARIÑO
3		JOSELIN			
27	34546429	PERAFAN NATES BEATRIZ	40	2	FONTIBÓN
4		EUGENIA			
27	34568372	PERAFAN SANCHEZ BIBIANA	42	1	CHAPINERO
5					
27	29704347	PERDOMO CARVAJAL	38	2	LA CANDELARIA
6		NANCY ADALIT			
27	5958604	PERENGUEZ AZA ROSA	35	3	LOS MÁRTIRES
7		ELENA			
27	34528225	PEREZ DORADO MEYDEE	43	3	TEUSAQUILLO
8		EUGENIA			
27	34548200	PEREZ MERA ROSANA	43	2	SAN CRISTÓBAL
9					
28	35820128	PEREZ MORENO LUZ	38	2	LOS MÁRTIRES
0		NAREYDA			
28	34545170	PEREZ TENORIO LILIANA	45	1	PUENTE ARANDA
1		MARIA			
28	25700256	PIAMBA DE BOLAÑOS	49	2	SUBA
2		GRACIELA			
28	34565754	PIAMBA RUIZ BEATRIZ ELISA	41	3	SANTA FE
3					
28	34542710	PINZON FERNANDEZ MARIA	44	1	USME
4		VIRGINA			
28	34554264	PLAZA GAVIRIA MARIA	46	2	ANTONIO NARIÑO
5		ISABEL			
28	31250072	POLO ECHEVERRY YOLANDA	48	2	TUNJUELITO
6					
28	34534313	PORTILLA ESCOBAR LUZ	44	2	USAQUEN
7		MARIELA			
28	25422600	POTOSI DE TRUJILLO DEYSI	49	2	KENNEDY
8		FABIOLA			
28	38793595	PUERTA ANDRADE LEIDY	37	2	LOS MÁRTIRES
9		DIANA			

29	34555774	PUERTA LOPEZ CONSUELO	45	2	SAN CRISTÓBAL
0		SUSANA			
29	31437017	QUINTERO CANO CLAUDIA	46	1	BOSA
1		LORENA			
29	34532750	QUIRA GUEVARA SONIA	44	1	USME
2		LILIANA			
29	34539124	RAMIREZ ALEGRIA	47	2	CHAPINERO
3		MARGARITA EUGENIA			
29	41936740	RAMIREZ GUTIERREZ	39	2	PUENTE ARANDA
4		ZORAIDA			
29	34529491	RAMIREZ ORDONEZ CARMEN	43	3	BARRIOS UNIDOS
5		ROSA			
29	34552278	RAMIREZ RENGIFO DORIS	45	2	TUNJUELITO
6		SOCORRO			
29	34532933	RAMIREZ ZULUAGA	45	2	FONTIBÓN
7		GABRIELA			
29	34542984	RAMIREZ ZULUAGA GLORIA	44	2	SANTA FE
8		AMPARO			
29	81111679	RANGEL GARCÍA AIBIL	30	1	LOS MÁRTIRES
9		ROMELIA			
30	15581350	RANGEL ROJAS SARA	48	3	ANTONIO NARIÑO
0		ELIZABETH			
30	34536646	REYES MENDEZ GRACIELA	41	2	SAN CRISTÓBAL
1					
30	39567205	REYES MURCIA DEISY	44	4	LOS MÁRTIRES
2					
30	34525989	RIVAS LUZ AIDEE	46	2	BOSA
3					
30	51926782	RIVAS VALOIS MARÍA ELVIA	34	1	LOS MÁRTIRES
4					
30	34538964	RIVERA DE BUSTAMANTE	46	2	SUBA
5		ALBA STELLA			
30	66767305	RIVERA LOZADA ISABEL	32	2	USAQUEN
6		CRISTINA			
30	34559928	RIVERA MORCILLO YULIETD	45	2	ANTONIO NARIÑO
7		PIEDAD			
30	24476060	RIVERA QUINTERO GLORIA	48	3	LA CANDELARIA
8		AIDEE			

30	63516527	ROA MARTINEZ SANDRA	34	2	USME
9		MILENA			
31	34550789	RODRIGUEZ ANDRADE	42	2	TEUSAQUILLO
0		XIMENA			
31	27155738	RODRIGUEZ GUERRA ROSA	49	2	PUENTE ARANDA
1		ELVIA DE GENIT			
31	25280521	RODRIGUEZ MENDEZ ELENA	49	2	TUNJUELITO
2					
31	34541655	RODRIGUEZ MARIA CLARA	44	1	SANTA FE
3					
31	20648871	RODRIGUEZ URBANEJA	45	3	LOS MÁRTIRES
4		MARIANELA			
31	38472896	RODRIGUEZ VENDE DIANA	39	2	KENNEDY
5		ELIZA			
31	34551642	ROJAS ALVARADO GLORIA	41	4	SAN CRISTÓBAL
6		ESPERANZA			
31	39610473	ROJAS REY LUZ MARINA	40	2	CHAPINERO
7					
31	22723540	RONDON LEAL KARLA	47	2	KENNEDY
8		ZORLY			
31	84025708	ROPERO DE GARCÍA	33	2	LOS MÁRTIRES
9		FRANCIS KARINA			
32	34530183	ROSETO ALARCON	42	3	ANTONIO NARIÑO
0		GEORGINA CECILIA			
32	49679425	ROSETO SINISTERRA EDIS	37	1	PUENTE ARANDA
1		MILENA			
32	34537521	RUALES CERTUCHE NOIRA	39	2	USAQUEN
2		MILENA			
32	27249981	RUALES VALLEJO	48	3	BOSA
3		MERCEDES DEL SOCORRO			
32	31900022	RUIZ ECHEVERRY PIEDAD	46	4	BARRIOS UNIDOS
4					
32	76308759	RUIZ OBANDO JOSE DEL	30	3	ANTONIO NARIÑO
5		CARMEN			
32	51772636	SALAMANCA RAGUA	32	2	SANTA FE
6		CLAUDIA NAYIBE			
32	34556577	SALAZAR BENACHI MARIA	39	2	USME
7		ASTRID			

32	34545440	SAMBONI MERA SUNILDE	41	3	FONTIBÓN
8		ESPERANZA			
32	34536659	SANCHEZ LOPEZ SONIA	43	2	CHAPINERO
9		ADELAIDA			
33	34556804	SANDOVAL CAMAYO ANA	44	1	KENNEDY
0		MARIA			
33	142016275	SANES DE VILLAVIZAR	30	1	BARRIOS UNIDOS
1		DEICY SULEINY			
33	13787352	SANGRONIS MIREYA	46	2	BARRIOS UNIDOS
2		JOSEFINA			
33	34545285	SANJUAN MARIA ISABEL	42	2	USAQUEN
3					
33	25270727	SATIZABAL CASTILLO NIDIA	49	3	SUBA
4					
33	27175646	SAYALPUD CHIRAN ROSA	47	2	BARRIOS UNIDOS
5		TULIA			
33	24501385	SCAPARONE MORENO	45	2	KENNEDY
6		LUISANA			
33	34475086	SILVA MOSQUERA	45	3	TUNJUELITO
7		LORENCITA			
33	20894847	SILVA TREJO AUDRY	42	4	BARRIOS UNIDOS
8		CAROLINA			
33	10135795	SOCAS DE VARGAS NELLYS	50	2	SAN CRISTÓBAL
9		GABRIELA			
34	25280778	SOLARTE DAGUA MARIA	48	1	PUENTE ARANDA
0		OTILIA			
34	15415691	SUAREZ DE CASTELIN	50	2	BOSA
1		ROMAIZA LOLIMAR			
34	15482865	SUAREZ GONZALES LUIMAR	35	2	BARRIOS UNIDOS
2		KATIUSCA			
34	29345220	TABARES TRUJILLO ROSA	49	3	SANTA FE
3		ELIZABETH			
34	66722662	TAIMAL PUNGUENAN MARÍA	30	1	BARRIOS UNIDOS
4		MERCEDES			
34	27177524	TAPIE GUADIR MARÍA	48	3	KENNEDY
5		CARMELINA			
34	27168625	TAPIE MARÍA CLEMENCIA	48	3	LA CANDELARIA
6					

34	7492282	TIGRERO RODRIGUEZ MARÍA	47	2	BARRIOS UNIDOS
7		TERESA			
34	34542328	TOBAR OROZCO AMALI	44	2	TEUSAQUILLO
8					
34	34562227	TOBAR TENJO CLARA INES	46	2	USME
9					
35	34543873	TOLEDO GOMEZ TERESA DE	46	2	USAQUEN
0		LOS ANGELES			
35	26492312	TORRES ARTUNDUAGA	49	2	ANTONIO NARIÑO
1		CLARA IMELDA			
35	29881316	TORRES LONDONO MIRYAM	50	2	BARRIOS UNIDOS
2					
35	25276265	TORRES QUINTERO LIZZETH	50	2	PUENTE ARANDA
3		MARCELL			
35	27087707	TROYA BARCENAS ANDREA	47	3	LOS MÁRTIRES
4		PATRICIA			
35	27142494	TULCAN NUPAN LUZ	48	3	ANTONIO NARIÑO
5		MARINA			
35	34554676	URREA FLODELIS	45	2	SAN CRISTÓBAL
6					
35	34544841	URREA HOYOS NUBIA	42	3	CHAPINERO
7					
35	34539672	VALDES CANENCIO OLGA	42	3	FONTIBÓN
8		ADRIANA			
35	34527012	VALDEZ DE MUNOZ RUBBY	44	1	TUNJUELITO
9		AMANDA			
36	34533437	VALLECILLA DE ORDONEZ	43	1	USAQUEN
0		JULIANA			
36	59683990	VALVERDE QUIÑONEZ	33	2	BARRIOS UNIDOS
1		MARÍA DEL CARMEN			
36	14513768	VARGAS BARCO KATIUSCA	47	3	LOS MÁRTIRES
2		CAROLINA			
36	48661503	VASQUEZ MERA AURA	37	2	SANTA FE
3		MARIA			
36	25279984	VASQUEZ MOSCOPAN	50	2	SUBA
4		SANDRA LORENA			
36	66841847	VELASCO LIZARAZO YASMIN	31	2	BARRIOS UNIDOS
5		YANETH			

36	34542310	VELASCO SANCHEZ MARIA	47	2	USME
6		ARGENIS			
36	76211401	VELASCO SANDOVAL	33	4	TEUSAQUILLO
7		GABRIEL			
36	34556513	VELASCO VALENCIA ELSA	46	2	SAN CRISTÓBAL
8		BETTY			
36	29993756	VELEZ VARELA PATRICIA	49	2	BOSA
9		EUGENIA			
37	31601540	VENTE SINISTERRA NELCY	40	3	KENNEDY
0		PAOLA			
37	25681811	VIDAL DE DIAZ MARY	49	2	CHAPINERO
1		STELLA			
37	34532362	VIDAL LOPEZ TULIA DEICY	41	2	ANTONIO NARIÑO
2					
37	22306102	VILLEGAS MOGOLLÓN	45	2	LA CANDELARIA
3		DIANA CAROLINA			
37	59824341	VILLOTA ENRIQUEZ SANDRA	35	3	KENNEDY
4		MILENA			
37	34544390	VIVAS CHACON MARTHA	40	2	FONTIBÓN
5		ISABEL			
37	13526332	VIVAS HERNANDEZ DAYANA	49	3	USAQUEN
6		ISABEL			
37	12235122	VIVAS DE PIRAS NANCY	45	1	TUNJUELITO
7		YANETH			
37	25274823	VIVEROS TOBAR CLAUDIA	48	2	USAQUEN
8		GIOVANNI			
37	108873823	YELA MORALES RINNA	33	2	BARRIOS UNIDOS
9	5	MARCELA			
38	34571582	ZAMBRANO MORALES LIX	44	2	KENNEDY
0		ADRIANA			
38	66923761	ZAMBRANO VALENCIA	33	2	BARRIOS UNIDOS
1		BERNARDA			
38	34543027	ZUNIGA MOSQUERA DOKIA	42	1	SANTA FE
2		MARYSOL			
38	25274094	ZUNIGA PINO ANGELA	47	2	SAN CRISTÓBAL
3		EUIGENIA			
38	34526987	ZURA ORDONEZ LILIANA	41	2	USME
4					

Elaborado por: Kevin Salazar



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: SALAZAR MONTENEGRO KEVIN JOSÉ
NIVEL/PARALELO: EGRESADO

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401257321
PERIODO ACADÉMICO: OCTU- FEB 2019

TEMA DE INVESTIGACIÓN: Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de ropa de cama de la empresa MAYRA-TEX de la ciudad de Tulcán Provincia del Carchi

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

PRESIDENTE: MSC. JULIO IVÁN LÓPEZ CADENA
LECTOR: MSC. GERMÁN GEORING RUIZ RIVADENEIRA
ASESOR: MSC. LUIS RAMIRO GARCÍA REVELO

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: 1 **AULA:** 1
FECHA: 22 de Enero del 2019
HORA: 0,625

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,20
2) Trabajo escrito 2,30
Nota final de PRE DEFENSA 7,50

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 22 de Enero del 2019

MSC. JULIO IVÁN LÓPEZ CADENA
PRESIDENTE

MSC. LUIS RAMIRO GARCÍA REVELO
TUTOR

MSC. GERMÁN GEORING RUIZ RIVADENEIRA
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

