

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: "Oportunidades de mercado para la internacionalización de sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa de la ciudad de Tulcán"

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del
título de Licenciado en Comercio Exterior

AUTOR: Pinango Acero Willian Vinicio

TUTOR: PhD. Terán Rosero Gustavo Javier

Tulcán, 2025.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que el estudiante Pinango Acero Willian Vinicio con el número de cédula 172804846 1 ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "Oportunidades de mercado para la internacionalización de sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa de la ciudad de Tulcán"

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

PhD. Gustavo Javier Terán Rosero

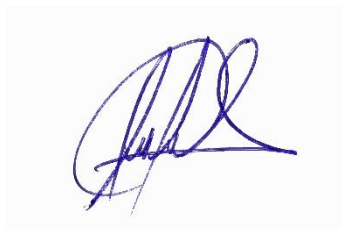
TUTOR

Tulcán, diciembre de 2025

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciado en la Carrera de comercio exterior de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Pinango Acero Willian Vinicio y con cédula de identidad número 1728048461 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Pinango Acero Willian Vinicio

AUTOR

Tulcán, diciembre de 2025

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Pinango Acero Willian Vinicio, declaro ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Oportunidades de mercado para la internacionalización de sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa de la ciudad de Tulcán" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



Pinango Acero Willian Vinicio

AUTOR

Tulcán, diciembre de 2025

AGRADECIMIENTO

Agradezco, en primer lugar, a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por brindarme la oportunidad de formarme académica y profesionalmente, proporcionándome los conocimientos, herramientas y valores necesarios para el desarrollo de esta investigación y para mi crecimiento integral como estudiante de la carrera de Comercio Exterior.

Mi sincero agradecimiento a los docentes de la carrera, quienes a lo largo de mi proceso de formación universitaria contribuyeron con su guía, experiencia y vocación académica, fortaleciendo mis competencias técnicas, analíticas y éticas. De manera especial, reconozco el acompañamiento y las observaciones realizadas durante el desarrollo del presente trabajo de titulación, las cuales permitieron enriquecer y perfeccionar esta investigación.

Expreso también mi gratitud a todos aquellos profesionales y personas que, directa o indirectamente, aportaron con información, orientación y apoyo para la culminación de este estudio.

Finalmente, elevo un profundo agradecimiento a la Virgen del Quinche, por su protección, fortaleza espiritual y guía constante a lo largo de este proceso académico, brindándome serenidad, perseverancia y fé para culminar con éxito esta etapa importante de mi vida profesional.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación, en primer lugar, a Dios, fuente infinita de sabiduría, fortaleza y esperanza, quien me ha guiado en cada etapa de mi vida personal y académica. Gracias a su presencia constante he encontrado la fé, la perseverancia y la claridad necesarias para superar los desafíos, mantener la disciplina y culminar con éxito este proceso académico, que representa no solo un logro profesional, sino también un crecimiento personal y espiritual.

A mis padres, Gregorio Pinango y Alegría Acero a quienes dedico este trabajo con profundo amor, respeto y gratitud. Su esfuerzo incansable, su apoyo incondicional y sus valores han sido el pilar fundamental de mi formación. Gracias por creer en mí incluso en los momentos de mayor dificultad, por enseñarme con el ejemplo la importancia del trabajo honesto, la responsabilidad y la constancia. Cada sacrificio realizado y cada palabra de aliento brindada se reflejan hoy en este logro académico, que también les pertenece.

A mis hermanos, por su compañía, comprensión y apoyo a lo largo de este camino universitario. Su presencia ha sido un motivo de motivación constante, recordándome la importancia de la unión familiar, el respeto mutuo y el apoyo incondicional en cada etapa de la vida. Este trabajo es también un reflejo del aprendizaje compartido y del respaldo que siempre me han brindado.

A mis compañeros de estudio, con quienes compartí jornadas de aprendizaje, esfuerzo, desafíos y experiencias que marcaron de manera significativa mi formación académica. Gracias por el compañerismo, la colaboración y el intercambio de conocimientos que enriquecieron este proceso, fortaleciendo no solo nuestras capacidades profesionales, sino también los lazos de amistad y respeto mutuo contruidos a lo largo de la carrera.

Finalmente, dedico este trabajo a todas aquellas personas que, directa o indirectamente, formaron parte de este proceso y aportaron con su apoyo, consejos y motivación. Este logro representa la culminación de una etapa importante y el inicio de nuevos retos profesionales, sustentados en los valores, conocimientos y experiencias adquiridas durante mi formación universitaria.

ÍNDICE

RESUMEN	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN	16
I. EL PROBLEMA	18
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	20
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	22
1.4.1. Objetivo General	22
1.4.2. Objetivos Específicos	22
1.4.3. Preguntas de Investigación	23
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	25
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	25
2.1.1. Antecedente 1 – Artículo científico	25
2.1.2. Antecedente 2 – Libro	26
2.1.3. Antecedente 3 – Artículo científico	27
2.1.4. Antecedente 4 – Artículo científico	27
2.1.5. Antecedente 5 – Artículo científico	29
2.1.6. Antecedente 6 – Artículo científico	30
2.1.7. Antecedente 7 – Artículo científico	31
2.1.8. Antecedente 8 – Artículo científico	32
2.1.9. Antecedente 9 – Artículo científico	33
2.1.10. Antecedente 10 - Artículo académico	33
2.2. MARCO TEÓRICO	35

2.2.1. Teorías	35
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	40
2.3.1. Constitución de la República del Ecuador (2008)	41
2.3.2. Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones	43
2.3.3. Reglamento a la Ley de defensa del Consumidor.....	44
2.3.4. Ley de Compañías	45
2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	46
2.4.1. Variable independiente	46
2.4.2. Variable Dependiente.....	49
III. METODOLOGÍA.....	53
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	53
3.1.1. Enfoque	53
3.1.2. Tipo de Investigación.....	54
3.2. IDEA A DEFENDER	57
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	57
3.3.1. Definición de variables.....	57
3.3.2. Operacionalización de variables	58
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	60
3.4.1. Análisis Estadístico	60
3.4.2. Población y muestra.....	61
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	63
4.1. RESULTADOS	63
4.1.1. Estudio de Mercado	63
4.1.2. Estudio Técnico	119
4.1.3. Estudio financiero.....	150
4.1.4. Estrategias de internacionalización	162
4.2. DISCUSIÓN	177
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	181

5.1. CONCLUSIONES	181
5.2. RECOMENDACIONES	182
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	184
VII. ANEXOS	189

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variable independiente	58
Tabla 2. Variable dependiente	59
Tabla 3. Análisis Estadístico	61
Tabla 4. Clasificación arancelaria de la sábana de piel de durazno	63
Tabla 5. Lista de países importadores de la partida 630222.....	65
Tabla 6. Ponderación de factores para seleccionar mercados importadores	67
Tabla 7. Análisis de los países principales importadores (2020-2024)	70
Tabla 8. Países exportadores de la subpartida 630222	71
Tabla 9. Indicadores Sociales por Países (Estados Unidos, Polonia y Rumania)	73
Tabla 10. Crecimiento demográfico (2020-2024)	74
Tabla 11. Características del consumidor: Estados Unidos (2020-2024)	76
Tabla 12. Características del consumidor: Polonia (2020-2024)	77
Tabla 13. Características del consumidor: Rumania (2020-2024)	78
Tabla 14. Repartición de la actividad económica por sector	79
Tabla 15. Acuerdos comerciales vigentes	80
Tabla 16. Balanza Comercial Ecuador - Estados Unidos (2020-2024)	81
Tabla 17. Balanza Comercial Ecuador - Polonia (2020-2024)	82
Tabla 18. Balanza Comercial Ecuador - Rumania (2020-2024)	83
Tabla 19. Indicadores institucionales y de gobernanza - Estados Unidos (2020-2024)	85
Tabla 20. Indicadores institucionales y de gobernanza – Polonia (2020-2024)	86
Tabla 21. Indicadores institucionales y de gobernanza - Rumania (2020-2024)	87
Tabla 22. Indicadores del sistema financiero y del mercado bursátil	88
Tabla 23. Tributación aplicada a la partida arancelaria según país	89
Tabla 24. Barreras no arancelarias para los países seleccionados.....	90
Tabla 25. Indicadores macroeconómicos de Estados Unidos (2020-2024)	91
Tabla 26. Indicadores macroeconómicos de Polonia (2020-2024)	92
Tabla 27. Indicadores macroeconómicos de Rumania (2020-2024)	93

Tabla 28. Escala de medición matriz POAM	94
Tabla 29. Matriz POAM en Estados Unidos, Polonia y Rumania.....	96
Tabla 30. Resultados de la matriz POAM.....	98
Tabla 31. Factores descriptivos de Estados Unidos.....	100
Tabla 32. Datos económicos y sociales de Estados Unidos.....	101
Tabla 33. Indicadores Económicos de Nueva York, Nueva Jersey y California	104
Tabla 34. Factores Deográficos de Nueva York, Nueva Jersey y California	105
Tabla 35. Factores Geográficos de Nueva York, Nueva Jersey y California.....	106
Tabla 36. Matriz POAM de Nueva York, Nueva Jersey y California	107
Tabla 37. Resultados de la Matriz POAM de Nueva York, Nueva Jersey y California	108
Tabla 38. Segmentación distrito de Brooklyn - Estados Unidos.....	110
Tabla 39. Datos para el cálculo de proyecciones población - Brooklyn	111
Tabla 40. Pronóstico población Brooklyn	112
Tabla 41. Datos para el cálculo proyección importaciones	113
Tabla 42. Pronóstico importaciones de Estados Unidos	113
Tabla 43. Datos para el cálculo proyección exportaciones	114
Tabla 44. Pronóstico exportaciones de Estados Unidos	114
Tabla 45. Datos para el cálculo del Consumo Nacional Aparente	115
Tabla 46. Cálculo de la demanda insatisfecha de la sábana en Estados Unidos....	117
Tabla 47. Personal de la microempresa	125
Tabla 48. Funciones del Gerente	125
Tabla 49. Funciones del secretario administrativo.....	125
Tabla 50. Funciones del área contable y financiera.....	126
Tabla 51. Funciones del área de producción.....	126
Tabla 52. Funciones del área de corte y confección.....	127
Tabla 53. Funciones del área de acabado y control de calidad	127
Tabla 54. Funciones del área comercial y logística	127
Tabla 55. Funciones del área de ventas y comercialización	128
Tabla 56. FODA	130
Tabla 57. Porcentajes de los Factores Internos	131
Tabla 58. Matriz EFI.....	131
Tabla 59. Porcentaje de los factores externos.....	132
Tabla 60. Matriz EFE	132
Tabla 61. Estrategia de Matriz EFI y EFE.....	134

Tabla 62. Cruce estratégico	135
Tabla 63. Embalaje caja	140
Tabla 64. Paletización	141
Tabla 65. Cálculo del cubicaje	141
Tabla 66. Datos del embarque	142
Tabla 67. Información básica del embarque	143
Tabla 68. Selección de los incoterms.....	145
Tabla 69. Matriz de costos de los incoterms sábanas piel de durazno.....	147
Tabla 70. Fijación de precios	148
Tabla 71. Inversión Fija.....	150
Tabla 72. Inversión Diferida	151
Tabla 73. Capital de Trabajo	151
Tabla 74. Capital Operación.....	152
Tabla 75. Resumen de la Inversión.....	152
Tabla 76. Estructura de Financiamiento	153
Tabla 77. Costos de Producción	153
Tabla 78. Gastos Administrativos.....	153
Tabla 79. Gastos de Exportación	154
Tabla 80. Gasto en Ventas	154
Tabla 81. Resumen de Egresos	155
Tabla 82. Ingresos	155
Tabla 83. Desglose de Préstamo	156
Tabla 84. Estado de Situación Inicial	157
Tabla 85. Estado de Resultados	157
Tabla 86. Estado de Flujo de Efectivo.....	158
Tabla 87. Cálculo de costo capital promedio y tasa de descuento	159
Tabla 88. Evaluación Financiera	159
Tabla 89. Cálculo del Capital Mixto	161
Tabla 90. Cálculo de Capital Financiado	161
Tabla 91. Cálculo de Capital Propio	161
Tabla 92. Comparación Capital Financiero	162
Tabla 93. Entrevista a la gerenta de Textiles Vanesa	173
Tabla 94. Entrevista al funcionario de Proecuador	175

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Variable independiente: Oportunidades de mercado	46
Figura 2. Variable dependiente: Internacionalización de sábanas de piel de durazno	49
Figura 3. Participación % en importaciones.....	66
Figura 4. Análisis de datos-selección del país.....	68
Figura 5. Tasa de crecimiento	72
Figura 6. Balanza comercial de Ecuador - Estados Unidos	81
Figura 7. Balanza comercial de ecuador – Polonia	82
Figura 8. Balanza comercial Ecuador – Rumania	84
Figura 9. Resultados de la Matriz POAM.....	98
Figura 10. Segmentación de Estados en EE. UU.	103
Figura 11. Interés por área metropolitana	109
Figura 12. Macro localización de la microempresa Textiles Vanesa.....	119
Figura 13. Micro localización de la microempresa	120
Figura 14. Diseño de instalaciones.....	122
Figura 15. Logo Textiles Vanesa	123
Figura 16. Organización actual de la microempresa	124
Figura 17. Organigrama propuesto para la microempresa.	124
Figura 18. Matriz resultante FODA.....	133
Figura 19. Proceso de producción de las sábanas de piel de durazno	137
Figura 20. Flujograma del proceso de exportación	138
Figura 21. Etiquetado	138
Figura 22. Envase	139
Figura 23. Caja de cartón con requisitos de exportación.....	140
Figura 24. Pallet americano.....	141
Figura 25. Contenedor.....	142
Figura 26. Transporte interno.	143
Figura 27. Transporte internacional.....	144
Figura 28. Precio del flete internacional.....	145
Figura 29. Flujograma Exportación Indirecta	164
Figura 30. Ecuavarietades.....	164
Figura 31. Flujograma Piggyback	165
Figura 32. Hogartex Ecuador S.A	166

Figura 33. Flujograma Joint Venture Comercial	167
Figura 34. J. Queen New York	167
Figura 35. Cadena de suministro	170

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Acta de la sustentación de Predefensa	189
Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas	190
Anexo 3. Evidencia de entrevistas.....	192
Anexo 4. Respuesta al oficio de solicitud de información	193

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar las oportunidades de internacionalización para la microempresa Textiles Vanesa, dedicada a la producción y comercialización de sábanas de piel de durazno en la ciudad de Tulcán. Este estudio se enmarca en el contexto de las microempresas ecuatorianas que buscan expandirse hacia mercados internacionales, enfrentándose a desafíos como la competencia global y los requisitos normativos internacionales. Para ello, se empleó un enfoque metodológico mixto que integró técnicas cualitativas y cuantitativas, permitiendo obtener una visión completa de la situación interna de la empresa y las condiciones externas del mercado global.

Entre los principales hallazgos se identificaron países con alta demanda para las sábanas de piel de durazno, como Estados Unidos, y la necesidad de cumplir con normativas rigurosas en cuanto a empaque, etiquetado y certificaciones. Además, se subrayó la importancia de la eficiencia logística y la adaptación a las condiciones de cada mercado para maximizar las oportunidades de exportación.

Los resultados obtenidos se compararon con estudios previos sobre internacionalización de productos similares, destacando la necesidad de fortalecer la capacidad productiva y de innovación de la microempresa. Se observó que, a pesar de las limitaciones internas, como los altos costos de producción, la empresa cuenta con un producto competitivo que puede posicionarse exitosamente en mercados internacionales si se implementan estrategias adecuadas.

Palabras Claves: internacionalización, exportación indirecta, textiles, microempresa, sábanas de piel de durazno.

ABSTRACT

The purpose of this research study is to determine the internationalization opportunities for the microenterprise Textiles Vanesa, dedicated to the production and commercialization of peach-skin sheets in the city of Tulcán. This study is framed within the context of Ecuadorian microenterprises seeking to expand into international markets, facing challenges such as global competition and international regulatory requirements. A mixed-methods approach was employed, integrating qualitative and quantitative techniques, which allowed for a comprehensive understanding of the company's internal situation and the external conditions of the global market. The main findings identified countries with high demand for peach-skin sheets, such as the United States, as well as the need to comply with strict regulations regarding packaging, labeling, and certifications. Additionally, the study underscored the importance of logistical efficiency and adaptation to market-specific conditions to maximize export opportunities. The results were compared to previous studies on the internationalization of similar products, highlighting the need to strengthen the company's productive capacity and innovation. Although internal limitations such as high production costs were identified, the study concludes that the company offers a competitive product that can be successfully positioned in international markets if appropriate strategies are implemented.

Keywords: Internationalization, indirect export, textiles, microenterprise, peach-skin sheets.

INTRODUCCIÓN

La globalización ha transformado de manera significativa la dinámica del comercio internacional, generando nuevas oportunidades de acceso a mercados externos, pero también mayores niveles de exigencia y competencia para las empresas, especialmente para las microempresas de países en desarrollo. En el sector textil, estas transformaciones se manifiestan en la necesidad de cumplir estándares internacionales de calidad, sostenibilidad, normativas técnicas y eficiencia logística, condiciones que resultan determinantes para lograr una inserción competitiva en mercados internacionales. En este contexto, productos diferenciados como las sábanas de piel de durazno, reconocidas por su suavidad, durabilidad y valor agregado, presentan un potencial importante para su comercialización internacional, siempre que cuenten con una estrategia adecuada de internacionalización.

En este escenario se ubica la microempresa Textiles Vanesa, localizada en la ciudad de Tulcán, dedicada a la producción y comercialización de ropa de cama, específicamente sábanas de piel de durazno. A pesar de haber logrado una aceptación favorable en el mercado local, la empresa enfrenta limitaciones estructurales, financieras, logísticas y normativas que han impedido su expansión hacia mercados internacionales. Estas restricciones evidencian la necesidad de identificar y analizar de manera sistemática las oportunidades de mercado que permitan superar dichas barreras y facilitar un proceso de internacionalización sostenible y competitivo.

El Capítulo I aborda el planteamiento del problema, en el cual se analiza el contexto global, nacional y empresarial en el que se desenvuelve Textiles Vanesa. En este apartado se delimitan las principales dificultades que enfrentan las microempresas textiles para acceder a mercados internacionales, se formulan los objetivos de la investigación y se justifica la relevancia académica, económica y social del estudio, destacando la importancia de fortalecer la competitividad de las microempresas ecuatorianas mediante estrategias de internacionalización.

El Capítulo II desarrolla el marco teórico, en el cual se analizan las principales teorías del comercio internacional y de la internacionalización empresarial, así como conceptos clave relacionados con oportunidades de mercado, exportación, logística internacional y competitividad. Asimismo, se revisan antecedentes investigativos que permiten sustentar teóricamente el estudio y contextualizarlo dentro de investigaciones previas relacionadas con la internacionalización de microempresas textiles.

El Capítulo III presenta la metodología aplicada, la cual se fundamenta en un enfoque mixto que combina técnicas cualitativas y cuantitativas. En este capítulo se describen el tipo y diseño de la investigación, las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de información, la operacionalización de variables y las fuentes primarias y secundarias empleadas, garantizando el rigor metodológico necesario para el cumplimiento de los objetivos planteados.

El Capítulo IV expone el análisis y la discusión de los resultados obtenidos a partir del estudio de mercado, la identificación de países con mayor potencial de demanda, el análisis de requisitos de acceso, condiciones comerciales y estrategias de internacionalización. Los hallazgos se contrastan con la literatura revisada, permitiendo evaluar la viabilidad de la internacionalización de las sábanas de piel de durazno de Textiles Vanesa y fundamentar las decisiones estratégicas propuestas.

Finalmente, el apartado de Conclusiones y Recomendaciones sintetiza los principales resultados del estudio, evidenciando el cumplimiento de los objetivos de la investigación, y propone acciones concretas orientadas a fortalecer el proceso de internacionalización de la microempresa. Estas recomendaciones buscan contribuir al crecimiento sostenible de Textiles Vanesa y servir como referencia para otras microempresas textiles ecuatorianas interesadas en incursionar en el comercio internacional.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La dinámica económica global contemporánea está marcada por una creciente interdependencia comercial y productiva que ha transformado profundamente la estructura competitiva de los mercados internacionales. La industria textil, uno de los sectores históricamente más afectados por la globalización, enfrentan presiones derivadas de la apertura comercial, el avance tecnológico, las exigencias de sostenibilidad y el aumento de competidores internacionales con mayores capacidades productivas. En este escenario, ingresar y mantenerse en un mercado globalizado exige cumplir normas rigurosas, optimizar procesos logísticos y responder a consumidores más informados y exigentes. Tal como señala González et al. (2019), las MiPymes textiles ecuatorianas experimentan “insuficiencia en recursos estratégicos, incertidumbres y barreras financieras que limitan su participación en mercados internacionales”, lo cual evidencia una problemática estructural que restringe sus oportunidades de desarrollo.

La globalización ha generado oportunidades de expansión, pero también ha intensificado la competencia internacional. Según Cambra-Fierro & Vázquez-Carrasco (2020), la creciente apertura exige a las empresas “adaptarse a condiciones más complejas, donde la falta de capacitación y recursos limita su capacidad para competir internacionalmente”. Además, las exigencias sobre la sostenibilidad, la inestabilidad económica global y los cambios en las políticas comerciales incrementan el riesgo y la incertidumbre para las microempresas que buscan internacionalizarse. Para productos como las sábanas de piel de durazno, altamente populares por su suavidad y durabilidad, la globalización presenta tanto una oportunidad de posicionamiento como una amenaza, dada a la saturación del mercado textil internacional y la abundante presencia de proveedores asiáticos que compiten con precios y volumen.

El sector textil ecuatoriano enfrenta limitaciones documentadas en estudios académicos y estadísticas nacionales: baja tecnificación, costos logísticos elevados, escasa innovación, barreras normativas y débil articulación productiva. De acuerdo con los datos más recientes del Registro Estadístico de Empresas del Instituto Nacional

de Estadísticas y Censos [INEC] (2023) el tejido empresarial ecuatoriano está dominado por empresas de pequeña escala, donde las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) constituyen más del 93,7% del total de empresas registradas, reflejando una marcada preponderancia de unidades económicas de menor tamaño en la economía nacional. Esta composición estructural indica que la gran mayoría de MiPymes enfrenta limitaciones significativas en términos de infraestructura, acceso a recursos productivos y capacidades competitivas para incursionar de manera efectiva en mercados internacionales (Díaz, 2023). Estas condiciones evidencian un ecosistema empresarial limitado, donde las microempresas textiles, pese a su importancia laboral y social, lo logran consolidar procesos de internacionalización debido a factores estructurales tanto internos como externos.

La microempresa Textiles Vanesa, ubicada en Tulcán, especializada en la confección de sábanas de piel de durazno, enfrenta restricciones que dificultan su incursión en mercados internacionales. Aunque cuenta con aceptación local por la calidad y durabilidad de su producto, la microempresa afronta barreras como: limitada capacidad productiva, ausencia de certificaciones internacionales, falta de conocimiento sobre normativas de exportación, escasos recursos financieros, desconocimiento de canales de distribución internacional y falta de personal capacitado en comercio exterior. Estos obstáculos coinciden con lo expuesto por Cardona y Bonilla (2021), quienes sostienen que las MiPymes, al intentar internacionalizarse, se enfrenta a "falta de información, carencia de capital, dificultades logísticas y desconocimiento de estándares internacionales", lo cual condiciona su posibilidad de competir fuera del país.

Asimismo, Textiles Vanesa enfrenta dificultades adicionales relacionadas con los costos logísticos, la dependencia de intermediarios, la falta de redes comerciales en el extranjero y la necesidad de adaptar su producto a exigencias internacionales de etiquetado, composición textil y embalajes sostenibles. Estas limitaciones se acentúan al no existir una estructura institucional sólida que acompañe a microempresas textiles en la transición hacia la internacionalización. En consecuencia, la microempresa no ha logrado aprovechar el potencial estratégico que supone expandir sus productos hacia mercados de alta demanda, perdiendo oportunidades de crecimiento, diversificación de ingresos y consolidación empresarial.

En lo general, el problema central se origina en la brecha existente entre las oportunidades que ofrece la globalización y las capacidades reales de Textiles Vanesa para adaptarse a las exigencias del comercio internacional. La ausencia de un enfoque estratégico que articule producción, normativas, logística, financiamiento y posicionamiento de marca limita la internacionalización del producto y coloca a la microempresa en desventaja frente a competidores que sí han logrado consolidarse globalmente.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las oportunidades de mercado para la internacionalización de las sábanas de piel de durazno producidas por la microempresa Textiles Vanesa de la ciudad de Tulcán?

1.3. JUSTIFICACIÓN

La investigación sobre las oportunidades de mercado para la internacionalización de sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa, ubicada en la ciudad de Tulcán, posee una relevancia trascendental tanto para el desarrollo empresarial como para el fortalecimiento económico de la región. En la actualidad, las microempresas textiles enfrentan un entorno competitivo complejo, caracterizado por barreras comerciales, limitaciones de financiamiento, escaso conocimiento sobre normativas internacionales y dificultades en la logística y distribución. Estas condiciones restringen las posibilidades de crecimiento y limitan la inserción en mercados internacionales. Por ello, resulta imperativo realizar un estudio que permita identificar de manera rigurosa las oportunidades más viables de expansión para esta microempresa, asegurando que su producto logre trascender el mercado local y alcanzar una proyección internacional sostenible.

La importancia práctica de este estudio radica en que proporcionará a Textiles Vanesa información estratégica sobre los mercados con mayor potencial, las tendencias de consumo, las existencias regulatorias y las barreras de entrada que deben considerarse en un proceso de internacionalización. Con base en esta

investigación, la empresa podrá formular estrategias efectivas para diversificar su producción, posicionarse en nuevos mercados y reducir su dependencia exclusiva del entorno local. La aplicación de dichas estrategias generará un impacto directo en el fortalecimiento empresarial, fomentará la creación de empleo y contribuirá al dinamismo económico de Tulcán, una ciudad que históricamente ha tenido dificultades para atraer inversiones y generar cadenas productivas sólidas.

Desde una perspectiva social, los resultados de este estudio también son significativos. La internacionalización de una microempresa textil como Textiles Vanesa no solo representa un avance individual, sino que también constituye un ejemplo replicable para otras unidades productivas locales que comparten características y enfrentan desafíos similares. El crecimiento empresarial derivado de este proceso puede estimular la economía popular y solidaria, aumentar la capacidad de empleo, fortalecer las redes de proveedores y dinamizar las cadenas de valor regionales. En este sentido, la investigación se convierte en un aporte tangible al bienestar colectivo, pues al mejorar la competitividad de la empresa, se generan beneficios que se extiende a trabajadores, familias y a la comunidad en general.

En el ámbito teórico, esta investigación contribuye al cuerpo de conocimiento sobre la internacionalización de microempresas en el sector textil ecuatoriano. Hasta ahora, la literatura académica sobre este tema ha sido limitada, enfocándose principalmente en medianas y grandes empresas con mayores recursos. Este vacío de información ha dejado a muchas microempresas sin referentes prácticos y sin modelos claros que orienten sus procesos de inserción en mercados extranjeros. Al estudiar el caso de Textiles Vanesa, este trabajo aportará elementos empíricos que permitan comprender cómo una microempresa con limitaciones financieras y tecnológicas puede diseñar estrategias de internacionalización viables, adaptadas a sus capacidades y entorno.

Asimismo, el estudio servirá como base para futuras investigaciones académicas y empresariales. Al plantear un análisis detallado sobre las oportunidades de mercado, los retos regulatorios y las estrategias de comercialización, esta investigación abre la posibilidad de generar nuevas hipótesis que expliquen la dinámica de la internacionalización en microempresas. De esta manera, se fomenta la discusión académica y se aporta con recomendaciones útiles para instituciones públicas,

gremios empresariales y organismos de apoyo a la exportación, que podrán implementar programas y políticas más efectivas para impulsar al sector textil ecuatoriano hacia los mercados internacionales.

Desde un punto de vista económico, la internacionalización de Textiles Vanesa permitirá diversificar ingresos, reducir riesgos derivados de la dependencia del mercado local y mejorar la competitividad del producto mediante la incorporación de estándares de calidad y procesos de innovación. Estos factores no solo fortalecen a la empresa, sino que también genera confianza en inversionistas y actores estratégicos que podrían contribuir al crecimiento del sector. El acceso a mercados internacionales exige eficiencia en costos, innovación en procesos y capacidad de adaptación, cualidades que pueden convertirse en motores de transformación no solo para la empresa, sino para toda la industria de la provincia del Carchi.

Finalmente, desde una perspectiva metodológica, esta investigación es pertinente porque responde a un problema concreto y actual que afecta a las microempresas textiles de la región. Al centrarse en un estudio aplicado, sus resultados no se quedarán únicamente en el plano teórico, sino que podrán implementarse en la práctica mediante estrategias específicas que orienten a Textiles Vanesa en su proceso de expansión. De este modo, la investigación adquiere relevancia científica, práctica, social y económica, convirtiéndose en un aporte integral que trasciende el interés académico y ofrece soluciones concretas a los desafíos de la internacionalización.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Determinar las oportunidades de mercado para la internacionalización de sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa de la ciudad de Tulcán.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las oportunidades de mercado para la internacionalización de sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa de la ciudad de Tulcán.

- Diagnosticar los mercados internacionales para la internacionalización de sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa de la ciudad de Tulcán.
- Proponer estrategias de internacionalización para las sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa de la ciudad de Tulcán.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- 1.- ¿Cuáles son las principales oportunidades de mercado que favorecen la internacionalización de las sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa?
- 2.- ¿De qué manera la identificación de dichas oportunidades contribuye a la inserción competitiva de Textiles Vanesa en los mercados internacionales?
- 3.- ¿Qué teorías del comercio internacional y de internacionalización empresarial sustentan la importancia de analizar oportunidades de mercado en microempresas textiles?
- 4.- ¿Qué antecedentes investigativos evidencian procesos exitosos de internacionalización de productos textiles similares al de textiles Vanesa?
- 5.- ¿Qué países presentan mayor potencial de demanda para la importación de sábanas de piel de durazno?
- 6.- ¿Cuáles son los principales requisitos de acceso, normativas técnicas y condiciones comerciales que determinan la viabilidad de ingresar a dichos mercados internacionales?
- 7.- ¿Qué estrategias de internacionalización resultarían más efectivas para el posicionamiento de Textiles Vanesa en mercados internacionales?
- 8.- ¿Qué acciones permitirían superar las barreras financieras, logísticas, técnicas y regulatorias que enfrenta Textiles Vanesa durante su proceso de internacionalización?
- 9.- ¿Por qué la modalidad de exportación indirecta y el uso de incoterms FOB constituyen la alternativa más adecuada para iniciar el proceso de internacionalización de la microempresa?

10.- ¿De qué manera los resultados del análisis financiero VAN, TIR y PRI influyen en la determinación de la viabilidad económica de la internacionalización de Textiles Vanesa?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Antecedente 1 – Artículo científico

Chen et al. (2023) realizaron la investigación titulada "Factores que afectan las exportaciones de productos textiles de los principales productores: un enfoque de modelo de gravedad", publicada en la revista Sage Journals. Los autores consideran que la globalización ha configurado nuevas dinámicas comerciales en la industria textil, y comprender los factores que determinan las exportaciones se ha vuelto indispensables. El estudio aplicó un modelo de gravedad para analizar la influencia de las variables como el Producto Interno Bruto, la distancia geográfica, los aranceles, la tasa de cambio y los acuerdos comerciales en la exportación de textiles.

La investigación evidenció que el tamaño económico de los países y los tratados preferenciales tienen una relación positiva con el aumento de exportaciones, mientras que la distancia y las barreras arancelarias reducen la posibilidad de éxito comercial. Estos resultados ofrecen un panorama cuantitativo sobre las condiciones que favorecen la internacionalización de bienes.

Asimismo, el artículo subraya que las microempresas requieren un conocimiento profundo de los mercados destino, pues la falta de información puede incrementar los costos y riesgos asociados al comercio exterior. El estudio recomienda la identificación previa de variables externas que faciliten la toma de decisiones estratégicas.

El análisis también resalta la necesidad de adaptar la oferta a los requisitos regulatorios y culturales de los países de destino, lo que demanda una gestión adecuada de la información de mercado y el diseño de políticas internas enfocadas en la competitividad. De esta forma, la investigación demuestra que el éxito de la internacionalización no depende únicamente de la calidad del producto, sino de un análisis integral de factores externos que condicionan las oportunidades de mercado.

Este antecedente aporta al estudio de Textiles Vanesa al evidenciar que identificar oportunidades de mercado en el exterior se debe evaluar no solo la demanda potencial, sino también las condiciones macroeconómicas, comerciales y logísticas que influyen en la competitividad de sus sábanas de piel de durazno.

2.1.2. Antecedente 2 – Libro

García y Halog (2021) en su obra “En busca de una industria textil circular y sostenible en América Latina”, publicado por la Universidad de Queensland, establece que la sostenibilidad se ha convertido en un criterio determinante en los patrones de consumo global; lo cual está transformando las oportunidades de mercado para la industria textil. En este sentido, los autores examinaron la evolución del sector América Latina desde una perspectiva de economía circular.

El estudio señala que los consumidores valoran cada vez más los productos elaborados bajo principios de responsabilidad ambiental, lo que abre nuevos nichos de mercado para aquellas empresas que adopten prácticas sostenibles. La investigación sostiene que la diferenciación por sostenibilidad puede convertirse en una ventaja competitiva.

Los autores también destacan que los gobiernos de la región están diseñando políticas que fomentan la producción limpia y promueven cadenas de valor sostenibles. Este entorno genera incentivos para que las microempresas busquen adaptar su oferta a las demandas internacionales. La investigación concluye que la capacidad de innovar y comunicar prácticas sostenibles no solo mejora la imagen de marca, sino que también permite acceder a segmentos de consumidores conscientes en mercados extranjeros.

De esta manera, se plantea que la transición hacia modelos sostenibles constituye tanto un reto como una oportunidad, para las microempresas textiles que buscan expandirse más allá de sus fronteras.

Este antecedente muestra que Textiles Vanesa podría identificar oportunidades de mercado si integra criterios de sostenibilidad en la producción de sus sábanas de piel de durazno, mejorando su atractivo en mercados internacionales sensibles a estos aspectos.

2.1.3. Antecedente 3 – Artículo científico

Liang (2025) en su artículo científico titulado “Explorando la eficiencia y el potencial de las exportaciones textiles y de prendas de vestir de China a los países del RCEP: Reflexiones sobre el modelo de gravedad de frontera estocástica”, publicado en la Revista Abierta de Negocios y Gestión, señala que la internacionalización de las empresas textiles en mercados culturalmente distintos exige una profunda adaptación de estrategias. Un estudio publicado en MDPI (2024) sobre la incursión de empresas portuguesas en el mercado chino explora cómo el conocimiento cultural y la construcción de imagen de destino inciden en las oportunidades comerciales.

El artículo enfatiza que los consumidores chinos valoran elementos asociados a confianza, reputación y adaptación a sus preferencias. En este sentido, la internacionalización va más allá del producto, requiriendo un enfoque integral en branding y posicionamiento.

La investigación revela que las empresas exitosas realizaron ajustes significativos en sus procesos de comunicación, envases y presentaciones, demostrando flexibilidad frente a las exigencias del mercado. Estos cambios fueron determinantes para generar aceptación en un entorno altamente competitivo.

El estudio enfatiza, además, que la internacionalización debe concebirse como un proceso gradual, donde el conocimiento acumulado y las relaciones locales fortalecen la capacidad de penetración de los productos. Así, el artículo concluye que la falta de adaptación cultural constituye una barrera significativa que puede limitar las oportunidades de mercado, incluso si el producto es de calidad.

Este antecedente es útil para comprender que Textiles Vanesa, al buscar mercados internacionales, deberá considerar no solo la calidad de sus sábanas, sino también la adaptación de prestación y estrategia de comunicación a las particularidades culturales de los países meta.

2.1.4. Antecedente 4 – Artículo científico

González et al. (2019) realizaron la investigación titulada “Estrategias de internacionalización de las MiPymes en el sector textil”, es un artículo científico publicado en Dialnet, donde se analiza cómo las pequeñas y medianas empresas del

sector textil en Ecuador pueden expandir sus operaciones a mercados internacionales, con un enfoque en la sostenibilidad y competitividad. En este estudio se exploran los elementos clave que influyen en la internacionalización de las MiPymes textiles, particularmente dentro de un contexto global desafiante.

El artículo se enfoca en la capacidad de las MiPymes para hacer frente a barreras externas y utilizar sus recursos internos de manera eficiente. Los autores explican que las microempresas en Ecuador suelen enfrentar limitaciones estructurales (capacidad productiva, falta de acceso a financiamiento y certificaciones internacionales), lo que dificulta su acceso a mercados globales. A través de un análisis detallado, se identifican varios factores críticos, como la calidad del producto, la accesibilidad a financiamiento, el desarrollo de redes comerciales y la adaptación a las normativas internacionales.

En cuanto a las estrategias de internacionalización, los autores proponen que las empresas ecuatorianas deben considerar modelos de cooperación, como el Joint Venture, la exportación indirecta y el uso de intermediarios para facilitar la entrada a mercados exigentes como el de Estados Unidos. La alianza con empresas que ya tienen presencia en mercados internacionales, y la utilización de la red logística de estas empresas pueden proporcionar un acceso más directo y seguro, minimizando los riesgos asociados con la internacionalización directa.

El estudio muestra que las pequeñas empresas textiles pueden competir en mercados internacionales si fortalecen sus capacidades productivas, mejoran su acceso a financiamiento y establecen alianzas estratégicas. La clave está en gestionar bien los recursos disponibles, especialmente en términos de certificaciones, calidad de producto y capacidad de respuesta a la demanda internacional.

Finalmente, los autores sugieren que para que las MiPymes puedan tener éxito en mercados internacionales, es necesario implementar políticas públicas de apoyo que promuevan la cooperación interempresarial, el fortalecimiento de las redes comerciales y el desarrollo de capacidades tecnológicas, asegurando así un proceso de internacionalización sostenible y escalable.

Este antecedente es crucial para el caso de Textiles Vanesa, ya que proporciona una visión detallada de cómo una microempresa en Ecuador puede superar las barreras

del comercio internacional. Las recomendaciones y estrategias presentadas en el estudio refuerzan la necesidad de fortalecer la producción de la empresa, buscar cooperaciones internacionales y explorar modelos de cooperación como Joint Venture y exportación indirecta. Además, se sugiere la adopción de nuevas tecnologías y la certificación de productos para competir en mercados internacionales exigentes como el estadounidense, lo que es fundamental para el crecimiento y expansión de Textiles Vanesa.

2.1.5. Antecedente 5 – Artículo científico

Sharma y Bharti (2025) realizaron la investigación titulada “El impacto de las políticas comerciales de la UE en sus importaciones de textiles y prendas de vestir: una comparación entre India, Bangladesh, China y Vietnam”, publicada por la editorial MDPI. Se trata de una investigación empírica que utiliza un modelo de gravedad aumentado para evaluar cómo las políticas comerciales de la Unión Europea (UE) (aranceles, medidas no arancelarias y acuerdos preferenciales), han influido en la importación de textiles y prendas de vestir, comparando los impactos sobre India, Bangladesh, China y Vietnam.

El estudio revela que en las últimas décadas Bangladesh y Vietnam han incrementado significativamente sus exportaciones hacia Europa, mientras que India ha visto disminuida su participación, principalmente debido a las medidas no arancelarias de la UE. Se señala que algunas medidas no arancelarias, especialmente aquellas relacionadas con barreras fronterizas, tiene un efecto negativo importante al aumentar los costos de cumplimiento para los exportadores, lo que obstaculizan su competitividad.

Además, se identifica que las políticas preferenciales de la UE (como el acceso libre de aranceles para países menos desarrollados) han favorecido a Bangladesh, resaltando la importancia de los incentivos comerciales y la naturaleza de los acuerdos internacionales. El artículo destaca que, aunque los aranceles convencionales han disminuido, las medidas no arancelarias siguen siendo una barrera crítica en muchos casos.

También se menciona que el tamaño de la población y el PIB del país importador son variables relevantes: cuando la economía importadora crece, la demanda de

importaciones del sector textil también tiende a aumentar, lo que representa una oportunidad de mercado, siempre que los productores puedan cumplir con los estándares técnicos y regulatorios exigidos.

El artículo utiliza datos de base internacional de comercio (UN COMTRADE, UNCTAD TRAINS, base de datos de aranceles, etc.), lo que le da robustez al análisis cuantitativo. Asimismo, al identificar escenarios de exportaciones sobre varios países y el efecto diferencial de políticas de la UE, ofrece un panorama comparativo que permite entender qué condiciones externas ofrecen o limitan la internacionalización en función del país origen y las barreras regulatorias.

Este antecedente contribuye directamente al estudio en cuanto permite conocer cómo las políticas comerciales exteriores pueden determinar oportunidades y amenazas para la internacionalización de las sábanas de piel de durazno de Textiles Vanesa. En particular, servirá para diagnosticar cuáles medidas regulatorias externas podrían afectar la entrada a ciertos mercados (la UE u otros con altos estándares), y para diseñar estrategias que mitiguen esos obstáculos.

2.1.6. Antecedente 6 – Artículo científico

Lee et al. (2022) realizaron la investigación titulada "El impacto de la experiencia en redes sociales y plataformas digitales en la orientación internacional de las PYMES: el papel moderador de la pandemia de COVID-19", publicado por la Revista de Gestión Internacional. La investigación examina cómo la experiencia y el uso de plataformas digitales y redes sociales influyen en la capacidad de las pymes para internacionalizarse. A partir de encuestas y un análisis empírico, los autores encuentran que la familiaridad con canales digitales mejora la visibilidad internacional, reduce fricciones iniciales y facilita la captación de clientes y socios en mercados extranjeros.

El estudio presenta evidencia de que las plataformas digitales actúan como un puente que compensa, en parte, la carencia de redes físicas y conocimiento previo del mercado; permiten validar demanda, recabar feedback y negociar con distribuidores sin necesidad de costosas movilizaciones. Además, muestra que la experiencia digital aumenta la confianza de compradores internacionales al disponer de información y reputación online verificable.

También se aborda el papel de la capacidad interna, el dominio de competencias digitales (gestión de e-commerce, atención en línea y logística integrada) y el efecto positivo de la visibilidad digital sobre la exportación. En otras palabras, no basta con estar en plataformas, es necesario gestionarlas profesionalmente.

Finalmente, el trabajo concluye que las estrategias digitales pueden ser una vía de entrada efectiva para pymes textiles con recursos limitados, siempre que se combinen con acciones para garantizar cumplimiento de normas, calidad y logística.

Para Textiles Vanesa, este antecedente evidencia que la adopción y profesionalización de canales digitales (catálogo online B2B/B2C, Marketplace, redes sociales orientadas a comercio) puede facilitar la internacionalización de sus sábanas de piel de durazno al reducir costes de búsqueda de mercado y mejorar la percepción de los compradores internacionales.

2.1.7. Antecedente 7 – Artículo científico

Divrik y Baykal (2024) realizaron la investigación titulada "Relación entre la digitalización y la internacionalización en las PYMES; evidencia de la industria textil y de confección turca", publicado por la Universidad Medipol de Estambul. El artículo explora la relación entre aprendizaje organizacional, procesos de digitalización y el desempeño internacional de pymes del sector textil y confección. A través de un diseño mixto, los autores muestran que la digitalización no ocurre aisladamente, está mediada por la disposición interna a aprender y a reorganizar procesos.

Los hallazgos indican que empresas que convierten en capacitación, documentación de procesos y mejora continua logran utilizar mejor las tecnologías digitales para exportar: venden más, encuentran socios y gestionan mejor la cadena logística. La digitalización aquí se percibe como herramienta y como resultado de un cambio organizacional.

Asimismo, el estudio advierte que la simple adopción tecnológica sin cambios culturales o formativos aporta poco; la digitalización efectiva requiere reorganización, roles claros y aprendizaje sistemático dentro de la microempresa.

Se discuten también barreras comunes como el financiamiento, falta de habilidades técnicas, reticencia al cambio y se proponen políticas de apoyo para superar estas limitantes en el sector.

Este antecedente aporta a Textiles Vanesa la evidencia de que la internacionalización basada en canales digitales exige simultáneamente formación y reorganización interna. Las recomendaciones sobre capacitación y procesos serán útiles al diseñar estrategias viables que no dependan solo de herramientas sino del cambio interno.

2.1.8. Antecedente 8 – Artículo científico

Ramdani et al. (2023) realizaron la investigación titulada "Internacionalización de las PYMES: ¿Importan los tipos de innovación?", publicada en la revista internacional *Análisis Financiero*, el estudio investiga si los distintos tipos de innovación (producto, proceso, servicio) inciden diferencialmente en la internacionalización de pymes. Utilizando datos empíricos, los autores hallan que la innovación de producto tiene una mayor relación positiva con la entrada a mercados externos que la innovación de proceso.

Esto sugiere que introducir mejoras en el diseño, calidad o características del producto; es decir, crear un valor distintivo es más determinante para atraer compradores extranjeros que optimizar únicamente procesos internos. En el sector textil, la diferenciación del producto se traduce en mayores posibilidades de competir en nichos especializados.

El artículo enfatiza que las certificaciones, el valor añadido y la adaptación de características a preferencias de mercado incrementan la probabilidad de exportación. Además, subraya que la innovación de producto es complementada por estrategias comerciales y canales adecuados.

Este antecedente es directamente aplicable para que Textiles Vanesa internacionalice sus sábanas de piel de durazno, resulta estratégico priorizar innovación en producto (acabados, tratamientos, empaques, certificaciones) que permitan competir en nichos específicos fuera de Ecuador.

2.1.9. Antecedente 9 – Artículo científico

Calheiros-Lobo et al. (2023) en su artículo "Internacionalización de las PYMES y desempeño exportador: una revisión sistemática con análisis bibliométrico", publicada en la revista MDPI, destaca que la revisión sistemática compila evidencia empírica sobre los determinantes de la internacionalización y el rendimiento exportador de pymes durante las últimas décadas; sintetiza factores internos (recursos, innovación, digitalización), externos (acuerdos comerciales, condiciones de mercado) e institucionales (apoyo gubernamental).

Los autores identificaron vacíos de investigación y destacan que las estrategias híbridas combinando digitalización, innovación y redes son las más exitosas para pequeñas empresas que buscan exportar. Además, señalan la importancia de la capacidad de absorción (learning) y del acceso a financiamiento y asistencia técnica como predictores robustos de éxito.

La revisión también prioriza estudios recientes sobre el efecto de la pandemia y la reconfiguración de cadenas de suministros, que han modificado las oportunidades y costes de internacionalización para las pymes.

Este antecedente ofrece un marco integrador para el trabajo, ya que permite justificar una aproximación multimodal (digitalización + innovación + apoyo institucional) en la propuesta de estrategias para Textiles Vanesa y fundamentar la metodología que combine análisis documental, diagnóstico de mercado y propuestas prácticas.

2.1.10. Antecedente 10 - Artículo académico

Sannegadu et al. (2021) realizaron la investigación "Factores que influyen en la internacionalización de pequeñas empresas textiles en un pequeño Estado insular en desarrollo: un estudio de Mauricio", publicada en la Island Studies Journal, en donde analizaron los factores que influyen en la internacionalización de pequeñas empresas textiles en Mauricio (un país insular en desarrollo).

Los autores parten del contexto de que muchas micro y pequeñas empresas textiles en Mauricio provocan saturación del mercado local, presencia de competidores importados y limitaciones estructurales que dificultan su crecimiento nacional. En

respuesta, exploran cómo estas empresas pueden expandirse hacia mercados externos mediante el entendimiento de los factores internos y externos que condicionan su capacidad de internacionalización. A través de entrevistas cualitativas y encuestas estructuradas, la investigación identifica recursos financieros y no financieros, escala de producción, acceso a redes, conocimiento del mercado y barreras regulatorias como elementos determinantes.

El estudio muestra que muchas empresas similares carecen de la escala productiva necesaria para responder a pedidos internacionales, lo que limita su credibilidad frente a compradores externos. Otro hallazgo relevante es que las empresas que logran internacionalizarse no lo hacen desde un impulso repentino, sino que desarrollan progresivamente redes comerciales, alianzas y conocimiento acumulado del entorno internacional. En este recorrido, la superación de barreras financieras y la mejora en capacidades organizativas aparecen como factores claves para lograr penetración exterior.

También se destaca que la dimensión de la empresa tamaño juega un papel moderador: aquellas firmas que operan en límite entre micro y pequeñas tienen mayores dificultades para acceder a mercados exigentes. Los autores sugieren que asociaciones entre empresas o mecanismos de cooperación pueden compensar las restricciones de escala, gestionando costos compartidos, logística colaborativa y negociación conjunta con intermediarios externos.

El artículo concluye que la internacionalización de empresas textiles pequeñas en contextos desafiantes no depende únicamente de la calidad del producto, sino de la gestión estratégica de recursos limitados: acceso a financiamiento, fortalecimiento de redes y cooperación interempresarial. Propone que los gobiernos y entidades de apoyo consideren políticas específicas para potenciar estas capacidades.

Este antecedente aporta directamente información concisa, ya que brinda un marco empírico sobre cómo pequeñas empresas del sector textil en condiciones estructurales similares pueden superar barreras para la internacionalización de sus productos. Para Textiles Vanesa, los hallazgos ofrecen criterios claros: dimensionar capacidades productivas, explorar cooperaciones con otras empresas, fortalecer redes internacionales y anticipar inversiones en recursos que le permitan afrontar requisitos de mercado externo especialmente para sus sábanas de piel de durazno.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Teorías

2.2.1.1. Teoría de la ventaja comparativa – David Ricardo

Según Costinot y Donaldson (2012) la teoría de la ventaja comparativa formulada por David Ricardo, en 1817, es uno de los pilares fundamentales del comercio internacional. Su planteamiento sostiene que un país, aunque no sea el más eficiente en la producción de todos los bienes, puede beneficiarse del comercio exterior si se especializa en aquellos productos cuyo costo de oportunidad sea relativamente más bajo que el de otros países. En otras palabras, la ganancia proviene de la especialización y el intercambio, lo que permite a todas las naciones involucradas acceder a un mayor volumen y variedad de bienes.

La ventaja comparativa se mide en términos de costos de oportunidad: el país que sacrifica menos recursos en la producción de un bien, es el que debería especializarse en producirlo y exportarlo. Asimismo, esta teoría considera que el comercio internacional puede mejorar el bienestar de todos los países participantes, siempre que cada uno se centre en su línea de mayor eficiencia relativa. Aunque se basa en supuestos simplificados como la inmovilidad de factores y ausencia de costos de transporte, el principio sigue siendo válido y aplicado en el análisis contemporáneo (Ruffin, 2002).

Esta teoría también destaca la importancia de la especialización productiva como motor de desarrollo. Al enfocarse en un sector donde posee ventajas relativas, una nación logra incrementar su eficiencia y liberar recursos que pueden emplearse en otras áreas. El comercio internacional, entonces, no solo genera mayor disponibilidad de productos, sino que fomenta la productividad interna y la integración entre economías. De este modo, se convierte en un mecanismo central para promover el crecimiento y la cooperación internacional.

Textiles Vanesa puede encontrar un espacio en el mercado internacional si identifica correctamente el producto donde posee ventaja relativa. En el caso de sábanas de piel de durazno, la empresa puede aprovechar su conocimiento en confección textil, el uso de insumos locales y su especialización en acabados de calidad para competir con éxito en nichos específicos, aunque no posea la escala productiva de grandes

competidores. La clave es identificar mercados que valoren estas características y orientar la producción hacia ellos.

Al aplicar el principio de ventaja comparativa, la investigación podrá argumentar que la internacionalización de Textiles Vanesa no debe entenderse como competir en todo el espectro textil global, sino como focalizarse en el producto que ya le da una posición favorable en costos y calidad. Así, la teoría de Ricardo se convierte en la primera herramienta metodológica que explica cómo y por qué esta microempresa puede abrirse espacio en el comercio internacional textil.

2.2.1.2. Teoría de Heckscher-Ohlin (O-H)

La teoría de Heckscher-Ohlin, desarrollada a inicios del siglo XX por Eli Heckscher y Bertil Ohlin, es uno de los modelos más influyentes para explicar los patrones de comercio internacional. Según este enfoque, los países tienden a exportar aquellos bienes que requieren de factores de producción abundantes localmente, e importar aquellos que demandan factores escasos. En términos simples, un país con abundancia relativa de manos de obra exportará bienes intensivos en trabajo, mientras que uno con abundancia de capital exportará bienes que requieran maquinaria, tecnología y recursos financieros. Esta teoría amplía las bases de Ricardo al incluir múltiples factores de producción en lugar de considerar solo la productividad relativa (Morrow et al., 2008).

Esta teoría se destaca por: la dotación relativa de factores es un elemento central que explica los flujos de comercio; se asume que los factores son móviles dentro del país, pero inmóviles internacionalmente; predice que el comercio internacional tiende a igualar los precios de los factores de producción en el largo plazo; y genera implicaciones importantes sobre la distribución de ingresos entre trabajo y capital.

La importancia de la teoría H-O radica en que no solo explica por qué los países comercian, sino también cómo la estructura productiva de cada nación influye en sus ventajas internacionales. A diferencia de Ricardo, que planteaba un análisis estático, este modelo introduce una visión más dinámica al considerar que la abundancia relativa de factores puede cambiar con la inversión, la educación o la tecnología. En consecuencia, las estrategias de desarrollo económico y las políticas

industriales inciden directamente en la capacidad de un país para insertarse en el comercio global.

Esta teoría ayuda a comprender cómo una microempresa como Textiles Vanesa puede aprovechar los factores abundantes en el país, como la mano de obra calificada a menor costo en comparación con países desarrollados. De esta manera, se fortalece la idea de que la producción de sábanas de piel de durazno puede ofrecer precios competitivos y calidad artesanal, factores que se vuelven atractivos para mercados internacionales que buscan productos textiles diferenciados.

Además, la teoría de Heckscher-Ohlin permite relacionar las condiciones estructurales del entorno productivo con las oportunidades de internacionalización. Con el modelo H-O la investigación se sustenta que el acceso a mano de obra especializada y la disponibilidad de insumos textiles convierte a Textiles Vanesa en un actor con potencial exportador. Así, esta teoría fundamenta por qué los recursos locales son una ventaja estratégica para buscar posicionamiento en mercados extranjeros.

2.2.1.3. Teoría del ciclo de vida del producto – Raymond Vernon

La teoría del Ciclo de Vida del Producto (CVP), propuesta por Raymond Vernon en 1966, ofrece una perspectiva dinámica sobre cómo evolucionan los bienes en el mercado internacional. Vernon argumenta que los productos pasan por distintas fases: introducción, crecimiento, madurez y declive (Castillo et al., 2018). Cada etapa no solo refleja cambios en la demanda, sino también transformaciones en la localización de la producción y en los flujos de comercio. La innovación suele originarse en países desarrollados, pero con el tiempo la producción migra hacia países en desarrollo, donde los costos son menores.

Para Castillo et al. (2018), esta teoría resalta características esenciales: la innovación como detonante de la primera etapa del ciclo; exportación inicial desde el país innovador hacia otros mercados; la relocalización progresiva de la producción cuando el producto madura y se vuelve más estandarizado; la eventual pérdida de ventaja competitiva del país innovador a medida que otros productores imitan y abaratan el proceso. Se trata de una visión integradora que explica la interacción entre tecnología, costos y estrategias comerciales a lo largo del tiempo.

La relevancia de esta teoría radica en que vincula la vida económica de un producto con el comercio internacional, mostrando cómo la madurez conduce a una mayor estandarización y, con ello, a la competencia basada en precios. También permite identificar momentos estratégicos para introducirse en nuevos mercados, así como los riesgos de saturación o declive. En el caso del sector textil, donde la moda y la innovación constante son factores críticos, el ciclo de vida del producto adquiere una importancia especial.

Esta teoría se incluye porque ayuda a analizar el momento oportuno para que Textiles Vanesa internacionalice sus sábanas de piel de durazno. Al considerar que en el país estas sábanas han alcanzado un nivel de aceptación local (fase de crecimiento), es posible que mercados internacionales estén listos para recibir este producto como parte de una fase de expansión. Asimismo, la teoría proviene sobre los riesgos de la madurez: cuando otros productores ya han aplicado el producto, la competencia se centra en precios y eficiencia, obligando a la empresa a diferenciarse.

Por otro lado, es que ofrece un marco temporal y estratégico porque permite sustentar que la internacionalización no debe hacerse en cualquier momento, sino cuando las condiciones del mercado local y extranjero lo justifican. Para Textiles Vanesa, aplicar el ciclo de vida significa identificar mercados donde las sábanas de piel de durazno aún estén en fase de introducción y crecimiento, de modo que pueda posicionarse antes de que el producto entre en la etapa de saturación.

2.2.1.4. Teoría de la ventaja competitiva – Michael Porter

La teoría de la ventaja competitiva, desarrollada por Michael Porter (1990), constituye uno de los enfoques más influyentes para explicar cómo las empresas y las industrias logran una posición sostenible en mercados altamente competitivos, tanto a nivel nacional como internacional. Porter sostiene que la competitividad no depende únicamente de los recursos naturales o de la mano de obra barata, sino de la capacidad de las empresas para crear valor, diferenciarse e innovar de manera continua (Grant, 2022).

Desde esta perspectiva, la ventaja competitiva se construye a partir de decisiones estratégicas conscientes que permiten a la empresa posicionarse favorablemente frente a sus competidores. Porter plantea que las organizaciones pueden alcanzar

dicha ventaja mediante la aplicación de estrategias genéricas, las cuales definen la forma en que una empresa compite dentro de su sector.

Porter (1990) identifica tres estrategias genéricas para lograr ventaja competitiva: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque.

El liderazgo en costos consiste en producir bienes o servicios al menor costo posible dentro del sector, manteniendo estándares aceptables de calidad. Esta estrategia suele ser adoptada por empresas de gran escala con altos volúmenes de producción y economías de escala, lo cual resulta difícil de aplicar para microempresas con capacidades productivas limitadas.

La estrategia de diferenciación se basa en ofrecer productos percibidos como únicos por los consumidores, ya sea por su calidad, diseño, características especiales, marca o valor simbólico. Esta estrategia permite a las empresas competir sin depender exclusivamente del precio, generando disposición a pagar un valor superior por parte del mercado.

Por su parte, la estrategia de enfoque consiste en atender un segmento específico del mercado, ya sea mediante costos o diferenciación, concentrando los esfuerzos en un nicho bien definido.

En el contexto de la presente investigación, Textiles Vanesa se vincula principalmente con una estrategia de diferenciación enfocada, ya que su propuesta no compite por volumen ni por precios bajos, sino por la calidad del producto, los acabados finos, el carácter artesanal y la durabilidad de las sábanas de piel de durazno.

Adicionalmente, Porter (1980) propone el modelo de las Cinco Fuerzas Competitivas, el cual permite analizar la estructura del sector y el nivel de competencia existente en un mercado. Estas fuerzas determinan la rentabilidad potencial de una industria y son fundamentales para evaluar la viabilidad de la internacionalización.

La rivalidad entre competidores existentes en el sector textil internacional es elevada, debido a la presencia de grandes productores y marcas globales. Sin embargo, Textiles Vanesa reduce esta presión competitiva al orientarse a nichos específicos que valoran la calidad y la diferenciación, en lugar de competir directamente con productos masivos de bajo costo.

La amenaza de nuevos entrantes es moderada, ya que, si bien el sector textil presenta barreras relativamente bajas, el posicionamiento en mercados internacionales exige cumplir normas técnicas, estándares de calidad y requisitos de etiquetado, lo cual limita el ingreso de competidores sin preparación previa.

El poder de negociación de los proveedores es controlable en el caso de Textiles Vanesa, debido al acceso a insumos textiles disponibles en el mercado nacional, lo que reduce la dependencia de un solo proveedor y permite mayor estabilidad en costos.

El poder de negociación de los compradores es significativo en mercados internacionales; sin embargo, este poder se atenúa cuando el producto ofrece atributos diferenciados. En este sentido, las sábanas de piel de durazno, al destacar por su calidad y acabados, disminuyen la sensibilidad al precio y fortalecen la posición de la microempresa frente a los compradores.

Finalmente, la amenaza de productos sustitutos existe dentro del sector textil, especialmente por la variedad de materiales disponibles en ropa de cama. No obstante, la diferenciación del producto de Textiles Vanesa, basada en confort, durabilidad y percepción de calidad, contribuye a reducir esta amenaza.

La teoría de la ventaja competitiva de Porter se incorpora en esta investigación porque permite explicar cómo una microempresa puede internacionalizarse sin competir en costos con grandes productores, enfocándose en la creación de valor y en la diferenciación del producto. En el caso de Textiles Vanesa, la aplicación de una estrategia de diferenciación enfocada, respaldada por el análisis de las Cinco Fuerzas, demuestra que existen condiciones favorables para su inserción en mercados internacionales, siempre que se priorice la calidad, el posicionamiento y la selección adecuada del segmento objetivo.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La fundamentación legal constituye un elemento esencial en toda investigación académica, pues permite enmarcar el objetivo de estudio dentro del ordenamiento jurídico vigente y garantizar que las propuestas planteadas se desarrollen conforme

a la normativa nacional e internacional. En el caso de la presente investigación sobre las oportunidades de mercado para la internacionalización de sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa, resulta imprescindible identificar las disposiciones legales que regulan la actividad productiva, comercial y de exportación. De esta manera, se asegura que la internacionalización del producto no solo responda a criterios de mercado, sino también al cumplimiento de los principios constitucionales y de las políticas públicas establecidas por el estado.

Además, permite analizar cómo los tratados internacionales, las leyes orgánicas y las regulaciones aduaneras inciden en el proceso de internacionalización. Asimismo, brinda un marco de seguridad jurídica a la microempresa, al definir con claridad cuáles son los derechos, obligaciones y beneficios a los que puede acceder en el comercio exterior.

A través de la Pirámide de Kelsen, se presentará las normas en orden jerárquico, desde la Constitución de la República hasta las resoluciones específicas del comercio exterior.

2.3.1. Constitución de la República del Ecuador (2008)

En la constitución de la República del Ecuador (2008) destacan los siguientes artículos que sustentan la presente investigación:

Son deberes primordiales del Estado “planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir” (Art. 3).

Asimismo, se reconocerá y garantizará “el derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva conforme a los principios de solidaridad responsabilidad social ambiental” (Art. 66).

También en dicho cuerpo legal se establece el siguiente objetivo “construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable” (Art. 276).

La Carta Magna del Ecuador (2008) establece:

El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende de una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. (Art. 283)

Además, se indica el siguiente objetivo "incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional" (Art. 284).

A la par se menciona la política fiscal como objetivo "la redistribución de ingresos por medio de transferencias tributos y subsidios adecuado" (Art. 285).

También se señalan los siguientes objetivos de política comercial:

"Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo" (Art. 304, numeral 1).

"Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial" (Art. 304, numeral 2).

"Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas" (Art.304, numeral 4).

"Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados" (Art. 304, numeral 6).

Se resaltan que "el Estado promoverá las exportaciones ambientales responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal" (Art. 306).

Asimismo, en la Constitución se "se reconoce diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas" (Art. 319).

Otro punto fundamental enfatiza “en las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión transparente y eficiente” (Art. 320). Igualmente, se precisa que “el Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad” (Art. 336).

En añadidura, el articulado que se reproduce inmediatamente sustenta aspectos claves de esta indagación:

El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica. (Art. 337)

El Estado promoverá las inversiones nacionales y extranjeras, y establecerá regulaciones específicas de acuerdo a sus tipos, otorgando prioridad a la inversión nacional. La inversión se orientará con criterios de diversificación productiva, innovación tecnológica, y generación de equilibrios regionales y sectoriales. (Art. 339)

“Reconocer al derecho internacional como norma de conducta, y demanda la democratización de las organizaciones internacionales y la equitativa participación de los Estados al interior de estos” (Art. 416).

Finalmente, es de señalar que la Constitución de la República del Ecuador (2008) destaca lo siguiente:

Fomenta un nuevo sistema de comercio e inversión entre los Estados que se sustente en la justicia, la solidaridad, la complementariedad, la creación de mecanismos de control internacional a las corporaciones multinacionales y el establecimiento de un sistema financiero internacional, justo, transparente y equitativo. Rechaza que controversias con empresas privadas extranjeras se conviertan en conflictos entre Estados. (Art. 416)

2.3.2. Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones

Regula y promueve la actividad productiva en el país, incluyendo a las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) además, este código impulsa el desarrollo productivo integral, a empaquetar producción, distribución, comercio y consumo que es esencial para las actividades de exportación e internacionalización.

En este documento legal se establece el fomento a la exportación "el Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno" (Art. 93).

Además, se presentan los principios fundamentales "facilitación al comercio; los procesos aduaneros serán rápidos simplificados, expeditos y electrónicos, procurando el aseguramiento de la cadena logística a fin de incentivar la productividad y la competitividad nacional" (Art. 104).

2.3.3. Reglamento a la Ley de defensa del Consumidor

Esta investigación resulta esencial para garantizar que la microempresa Textiles Vanesa cumpla con el marco normativo que protege los derechos de los consumidores. Esta norma establece directrices claras sobre la información, etiquetado y responsabilidad del proveedor, aspectos cruciales para lograr la transparencia y confianza en la comercialización de productos, tanto a nivel nacional como internacional.

Según el Reglamento a la Ley de Defensa del Consumidor (2001), "toda comunicación comercial o propaganda que un proveedor dirija a los consumidores, inclusive la que figure en empaques, etiquetas, folletos y material de punto de venta, debe ser preparada con sentido de responsabilidad" (Art. 7).

El reglamento establece que "los datos e información general de los productos importados se expresarán en castellano, mediante etiquetas o impresos complementarios, adheridos o adjuntados a los productos, salvo que en origen la información cumpla este requisito" (Art. 8).

Se indica que "cuando hubiere obligación legal de recargar montos adicionales al precio de venta al público de un producto, el valor final se hará conocer al consumidor por cualquier medio escrito, visible y legible, en el establecimiento de venta público" (Art.9).

La mencionada Ley establece:

Se entenderá por información suficiente la que debe suministrar el proveedor respecto a los datos exigidos por la ley. Esto es la rotulación mínima en

productos alimenticios procesados, la rotulación mínima en los medicamentos, seguridad de uso, instrucciones sobre adecuado manejo y advertencias, en caso de que conforme a la ley sean obligatorias; productos primarios para consumo humano o precario, mejorados genéticamente o la determinación de sí se trata de productos usados o deficientes, así como la garantía sobre aquellos productos que conforme a la ley se debe otorgar. (Art. 13)

En el mismo documento se detalla lo siguiente:

Se entiende por bienes de naturaleza durable aquellos que permite su utilización por más de una ocasión. Sin embargo, el fabricante o proveedor deberá informar expresamente al consumidor que el bien no puede ser utilizado más de una vez o más de un número determinado de veces. (Art. 18)

Finalmente, en este documento se indica:

Los bienes de naturaleza durable que deberán contar con información sobre la seguridad de uso y advertencia, según el artículo 16 de la ley, serán aquellos que puedan representar un peligro para la salud o integridad física de los consumidores o usuarios, o quieran de cierta pericia para su manejo. (Art. 19)

2.3.4. Ley de Compañías

La Ley de Compañías proporciona un marco normativo esencial que regula la constitución, organización y operación de las empresas, garantizando su funcionamiento legal y transparente. En el contexto de la internacionalización de la microempresa Textiles Vanesa, esta ley respalda la estructura legal necesaria para enfrentar los retos del comercio exterior, asegurando el cumplimiento de obligaciones y derechos de socios y administradores. De esta forma, se fundamenta la solidez legal que facilita la apertura y sostenibilidad en nuevos mercados internacionales.

Según la Ley de Compañías (2014), "El o los socios que representen por lo menos diez por ciento del capital social podrán ejercer ante el Superintendente de Compañías y Valores el derecho concebido en el Art. 213" (Art. 120).

En esta normativa se señala:

Los administradores o gerentes estarán obligados a presentar el balance anual y la cuenta de pérdida y ganancias, así como la propuesta de distribución de beneficios, en el plazo de sesenta días a contarse de la terminación del respectivo ejercicio económico; deberán también cuidar de que se lleve debidamente la contabilidad y correspondencia de la compañía y cumplir y hacer cumplir la Ley, el contrato social y las resoluciones de la junta general. (Art. 124)

Asimismo, en esta Ley se reglamenta:

Sin perjuicio de la responsabilidad penal a que hubiera lugar, los administradores o gerentes responderán especialmente ante la compañía por los daños y perjuicios causados por dolo, abuso de facultades, negligencia grave o incumplimiento de la ley o del contrato social. Igualmente responderán frente a los acreedores de la compañía y a los socios de ésta, cuando hubieren lesionado directamente los intereses de cualquiera de ellos. (Art. 128)

2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

Con la finalidad de brindar soporte teórico al proyecto, se recopilaron datos bibliográficos específicos para fundamentar las variables de estudio, facilitando así un análisis coherente y estructurado del proceso investigativo.

2.4.1. Variable independiente



Figura 1. Variable independiente: Oportunidades de mercado

2.4.1.1. Globalización

Scholte (2005) describe a la globalización como un proceso multidimensional que intensifica la interconexión entre naciones, mercados y sociedades mediante el aumento de flujos transfronterizos de bienes, capital, tecnología e información. Este fenómeno implica una profundización, ampliación y aceleración de las conexiones mundiales que hace que sucesos y decisiones en un territorio repercutan rápidamente en otros, transformando los contextos productivos, comerciales y generando nuevas posibilidades y restricciones para empresas de todo tamaño (pp. 49-52).

La globalización es el marco estructural desde el que se generan las oportunidades de mercados internacionales: abre acceso a nuevos consumidores, cadena de suministro y alianzas, pero a la vez exige adaptaciones regulatorias y competitivas que Textiles Vanesa deberá gestionar para exportar sus sábanas de piel de durazno.

2.4.1.2. Análisis de mercado internacional

El análisis del mercado internacional consiste en un examen sistemático del perfil de los consumidores tamaño y segmentación del mercado, competencia, precios y canales de distribución en un país o región objetivo. Incluye identificar quiénes son los clientes, cuántos son, a qué precio se transaccionan los productos y cuáles son las barreras de entrada; es una herramienta práctica que ayuda a estimar la demanda potencial y a diseñar las estrategias de acceso y posicionamiento adecuadas para un producto terminado (Raghu, 2017).

Para Textiles Vanesa el análisis internacional es la herramienta que permite detectar mercados con demanda real para sábanas de piel de durazno, dimensionar volúmenes vendedores (mayoristas/minoristas) y elegir canales de distribución eficientes de comprometer recursos para exportar.

2.4.1.3. Tendencias de consumo global

Las tendencias de consumo global agrupan cambios observables y sostenidos en preferencias, prioridades y comportamientos de los consumidores (por ejemplo: mayor interés por la sostenibilidad, salud, calidad o experiencias). Estas tendencias se detectan mediante encuestas y análisis de comportamiento y muestran variaciones

por cohortes y regiones conformando patrones que orientan la demanda por categorías de producto y la disposición a pagar (Grimmelt et al., 2020, pp. 1-2) .

Conocer las tendencias (salud, sostenibilidad, preferencia por calidad) permitirá a Textiles Vanesa posicionar las sábanas de piel de durazno (por ejemplo: énfasis en calidad, tratamientos ecológicos y etiquetado), para captar segmentos dispuestos a pagar un premium en mercado extranjeros.

2.4.1.4. Competencia en el mercado exterior

De acuerdo con Porter (1979), la competencia en mercados exteriores no sólo está constituida por rivales directos, sino por un conjunto de fuerzas que determinan la rentabilidad de un sector: rivalidad entre competidores, amenaza de nuevos entrantes, poder de negociación de proveedores y compradores, y la existencia de productos sustitutos. Este marco permite analizar la estructura competitiva del sector y anticipar presiones sobre precios, diferenciación y barreras de entrada.

Evaluar estas fuerzas ayuda a Textiles Vanesa a identificar si un mercado permite márgenes razonables, qué barreras (económicas o regulatorias) deberá sortear, y qué estrategia competitiva (precio, diferenciación, nicho) le dará mejor probabilidad de éxito internacional.

2.4.1.5. Regulaciones comerciales entre países

Basado en World Trade Organization (WTO, s. f.) las regulaciones comerciales comprenden el conjunto de normas, acuerdos y procedimientos (aranceles, cuotas, requisitos de etiquetado, normas técnicas y de seguridad, acuerdos multilaterales y notificaciones) que regulan la importación y exportación de bienes entre Estados. Estas normas pueden provenir de marcos multilaterales o de convenios y reglamentaciones nacionales; estas condicionan tanto los costos como la facilidad de acceso a un mercado.

Para la internacionalización de las sábanas de piel de durazno, comprender las regulaciones (por ejemplo: requisitos de etiquetado, aranceles y notificaciones de importación) es crítico para evitar rechazos, costos adicionales o sanciones y para planificar precios y certificaciones necesarias.

2.4.1.6. Oportunidades de mercado

En palabras de Ahmad y Nawab (2020), las oportunidades de mercado son situaciones o contextos identificables que permiten a una empresa incrementar ventas o rentabilidad: expansión hacia segmentos desatendidos, aprovechamiento de acuerdos comerciales, economías de escala, diferenciación de producto y canales alternativos de distribución. En el marco del marketing internacional, dichas oportunidades se definen por la confluencia de demanda potencial, capacidad competitiva y un entorno regulatorio y logístico manejable.

Identificar estas oportunidades permitirá priorizar países/segmentos donde Textiles Vanesa pueda posicionar sus sábanas (ejemplo: mercados con mayor demanda de productos de calidad, o países con aranceles reducidos por acuerdos comerciales).

2.4.2. Variable Dependiente



Figura 2. Variable dependiente: Internacionalización de sábanas de piel de durazno

2.4.2.1. Comercio Internacional

El comercio internacional comprende el conjunto de transacciones de bienes y servicios entre países, incluida sus dimensiones económicas, monetarias y políticas. No sólo implica el traslado físico de productos, sino también la aplicación de teorías de comercio., la interacción de tipos de cambio y balanzas comerciales, y la influencia de políticas públicas sobre aranceles y barreras. En este contexto, la relación entre estados y la regulación internacional condicionan el volumen y la naturaleza de las exportaciones e importaciones (Krugman et al., 2009).

A Textiles Vanesa permite ubicar dentro del entorno macro: identificando países con demanda, entender cómo variaciones en tipo de cambio o aranceles afectan precios y márgenes, y decidir en qué mercados las sábanas de piel de durazno tendrían mayor probabilidad de ingreso rentable.

2.4.2.2. Exportación

Según Águila y Díaz (2020) la exportación es la modalidad mediante la cual una empresa vende bienes o servicios producidos en un país a compradores en otro Estado, cumpliendo con requerimientos comerciales, aduaneros y de transporte del mercado destino. Puede realizarse de forma directa (la propia empresa gestiona ventas y logística) o indirecta (a través de intermediarios), y conlleva actividades de adaptación del producto, documentación de comercio exterior, y coordinación logística para garantizar la entrega y aceptación del producto en el mercado receptor.

La exportación es la vía práctica para la internacionalización: hay que evaluar si Textiles Vanesa inicia con la exportación indirecta (menor riesgo) o directa (mayor margen), qué agentes logísticos contratar y qué documentación y ajustes al producto (etiquetado, embalaje) requiere para cada mercado.

2.4.2.3. Cadena de suministro

La cadena de suministro comprende el conjunto interconectado de actividades, actores y procesos que van desde la adquisición de insumos hasta la entrega del producto final al consumidor. Incluye aprovisionamiento, producción, almacenamiento, distribución y gestión de inventarios; su eficiencia incide directamente en costes, tiempos de entrega y disponibilidad del producto. En contextos transfronterizos la complejidad aumentada por aduanas, documentación y coordinación entre múltiples proveedores y operadores logísticos (Drucker, 1969).

Analizar la cadena de suministro permite diseñar rutas de abastecimiento y producción que aseguren volumen y calidad para exportar sábanas de piel de durazno, calcular costos totales y determinar si conviene tercerizar partes del proceso.

2.4.2.4. Logística Internacional

En palabras de Christopher (2005), la logística internacional abarca la planificación y control de transporte, almacenamiento, embalaje, gestión aduanera y seguros necesarios para mover productos entre países. Su gestión considera modos de transporte (marítimo, aéreo, terrestre), tiempos de tránsito, costos, trazabilidad y requisitos regulatorios; una logística eficaz reduce pérdidas, tiempos de entrega y costos, y protege la calidad del producto durante el traslado a mercados externos.

Se propone un plan logístico que garantice que las sábanas lleguen en condiciones óptimas y a tiempo: seleccionar medios (por costo/velocidad), embalajes protectores para la piel de durazno, y operadores aduaneros que minimicen demoras y costos en los mercados objetivo.

2.4.2.5. Estrategias de internacionalización

Como indica Preeti (2023) las estrategias de internacionalización son las decisiones de entrada y expansión que adoptan las empresas al ingresar a mercados extranjeros: exportación directa/indirecta, alianzas, licencias, franquicias o inversión directa. La elección depende del grado de compromiso, recursos disponibles, apetito por el riesgo y el conocimiento del mercado; además se consideran criterios como proximidad cultural/geográfica, potencial de demanda y capacidades internas.

Se evalúa la estrategia que es visible para Textiles Vanesa: comenzar con exportación directa/proveedores exclusivos según su capacidad productiva (costo, control y rapidez de entrada).

2.4.2.6. Internacionalización de sábanas de piel de durazno

La internacionalización de un producto textil implica adaptar a la oferta y los procesos productivos, logísticos y comerciales para competir en mercados extranjeros: se requiere estudiar la demanda internacional, cumplir normas técnicas y de etiquetado, ajustar embalajes y canales de venta, y planear la producción en función de volúmenes esperados. En el sector textil, la internacionalización a menudo requiere certificaciones de calidad y sostenibilidad para acceder a determinados segmentos (Galvão et al., 2021).

Textiles Vanesa debe adaptar diseño, etiquetado, embalaje y procesos productivos, además de validar requisitos técnicos de destino y planificar volúmenes para satisfacer pedidos mayoristas, de modo que sus sábanas de piel de durazno sean aceptadas y competitivas en el mercado seleccionado.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

En el desarrollo de esta investigación se adopta un enfoque mixto, dado que la naturaleza del estudio integra componentes cuantitativos y cualitativos con el propósito de abordar el objeto de estudio desde una perspectiva integral. Esta combinación metodológica permite alcanzar los objetivos planteados y generar resultados sólidos y verificables que sustenten las decisiones estratégicas de la microempresa Textiles Vanesa en su proceso de internacionalización.

3.1.1.1. Enfoque cualitativo

Según Hernández et al. (2014) el enfoque cualitativo se fundamenta en la recolección y análisis de datos no numéricos, como entrevistas, observaciones y documentos, con el fin de comprender fenómenos en su contexto natural y desde la perspectiva de los participantes. Este enfoque no busca cuantificar, sino describir e interpretar la realidad social, resaltando los significados y percepciones que los individuos otorgan a sus experiencias.

En el contexto de esta investigación, el enfoque cualitativo se aplica para identificar las percepciones, estrategias y desafíos que enfrenta la microempresa Textiles Vanesa en el ámbito del comercio exterior.

Mediante la entrevista se busca comprender las limitaciones relacionadas con la producción, la logística y la comercialización del producto, así como los conocimientos que posee la microempresa sobre normativas internacionales y procesos de exportación. Esta aproximación permitirá interpretar de manera más precisa la situación interna de la microempresa y su nivel de preparación para incursionar en mercados extranjeros.

3.1.1.2. Enfoque cuantitativo

Por otro lado, Hernández Sampieri et al. (2014) sostienen que el enfoque cuantitativo se centra en la recopilación y análisis de información numérica con el objetivo de describir, comparar y explicar fenómenos mediante la medición de variables y el uso de técnicas estadísticas. Este enfoque garantiza objetividad y permite validar las inferencias empíricas a través de métodos estandarizados.

En este estudio, el enfoque cuantitativo se utilizará para analizar los indicadores del mercado internacional relacionado con la demanda, precios, volúmenes de importación y países competidores de las sábanas de piel de durazno. El procesamiento de esta información permitirá identificar las tendencias y oportunidades de mercado más viables, basándose en datos reales y verificables. Asimismo, se utilizarán fuentes estadísticas de comercio exterior para sustentar las conclusiones del estudio.

La adopción del enfoque mixto responde a la necesidad de integrar la objetividad del método cuantitativo con la profundidad analítica del enfoque cualitativo. Su implementación permitirá comprender las dinámicas del mercado internacional y simultáneamente, explorar los factores internos que condicionan la capacidad exportadora de la microempresa. De este modo, los resultados cuantitativos servirán para dimensionar las oportunidades de internacionalización, mientras que los hallazgos cualitativos aportarán una visión interpretativa sobre las estrategias empresariales más adecuadas para ingresar a nuevos mercados.

Además, este enfoque fortalece la confiabilidad de la investigación mediante la triangulación de datos, ya que los resultados obtenidos por medios cuantitativos se contrastarán con la información cualitativa, proporcionando conclusiones más consientes y completas.

3.1.2. Tipo de Investigación

El presente estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, de tipo aplicado, con niveles descriptivo y correlacional, sustentado en modalidades documental y de campo, lo que permite abordar el fenómeno de investigación de manera integral y contextualizada.

3.1.2.1. Investigación mixta

Según Creswell (2014), la investigación mixta integra los enfoques cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio, combinando el análisis estadístico con la interpretación de significados., busca obtener una comprensión más completa del fenómeno al contrastar datos numéricos con percepciones subjetivas.

En el presente estudio, la investigación mixta se utiliza para analizar los datos estadísticos del comercio internacional de textiles como precios, volúmenes de exportación y tendencias de consumo junto con la información cualitativa obtenida mediante entrevista a la gerente de la microempresa Textiles Vanesa. Esta integración permite generar conclusiones más sólidas y contextualizadas respecto a las oportunidades de mercado y su impacto en la internacionalización.

3.1.2.2. Investigación aplicada

De acuerdo con Hernández et al. (2014), la investigación aplicada utiliza el conocimiento científico existente para resolver problemas prácticos, generando resultados útiles para mejorar la situación específica. A diferencia de la investigación básica, su objetivo no es únicamente explicar, sino también intervenir en la realidad.

Esta investigación busca ofrecer soluciones prácticas para la internacionalización de sábanas de piel de durazno, aprovechando las oportunidades del mercado exterior. Los resultados obtenidos servirán para formular estrategias que incrementen la competitividad de la microempresa Textiles Vanesa en los mercados internacionales.

3.1.2.3. Investigación descriptiva

Según Hernández et al. (2014), la investigación descriptiva tiene como finalidad especificar las características, propiedades y comportamientos de un fenómeno, sin modificar sus variables. Su propósito es detallar y comprender los elementos que conforman el objeto de estudio.

En esta investigación, el enfoque descriptivo permite caracterizar tanto las condiciones del mercado internacional de textiles como la estructura productiva y comercial de la microempresa Textiles Vanesa. De este modo, se obtiene una visión completa de las variables internas y externas que influyen en el proceso de internacionalización.

3.1.2.4. Investigación correlacional

De acuerdo con Kerlinger y Lee (2002), la investigación correlacional analiza el grado de relación existente entre dos o más variables, sin establecer causalidad directa. Su finalidad es determinar si existe una correspondencia o vínculo entre los fenómenos observados.

En el presente estudio, este tipo de investigación resulta pertinente para examinar la relación entre las oportunidades de mercado y la internacionalización de sábanas de piel de durazno. A través del análisis de variables como demanda internacional, precios, competencia y capacidad de producción, se pretende determinar cómo los factores del mercado influyen en la expansión comercial de la microempresa.

3.1.2.5. Investigación documental

Para Arias (2012), la investigación documental se fundamenta en la revisión, análisis e interpretación de información procedente de fuentes bibliográficas, estadísticas o digitales con el objetivo de sustentar teóricamente un estudio. Este tipo de investigación permite recopilar antecedentes, teorías y datos relevantes para construir el marco conceptual y contextual de la investigación.

En este trabajo, la modalidad documental se utiliza para examinar fuentes secundarias relacionadas con el comercio internacional, la industria textil, las políticas de exportación y las oportunidades de mercado. La información proveniente de organismos como la OMC, CEPAL y TradeMap permitirá respaldar científicamente los resultados obtenidos y sustentar las estrategias propuestas para la microempresa Textiles Vanesa.

3.1.2.5. Investigación de campo.

Según Tamayo (2001), la investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente en el lugar donde ocurre el fenómeno, mediante técnicas como encuestas, entrevistas u observaciones, con el fin de obtener información de primera mano que refleje la realidad estudiada.

Se aplica esta investigación mediante entrevista a la gerente de la microempresa Textiles Vanesa, con el objetivo de conocer sus percepciones sobre las oportunidades de mercado, las limitaciones de producción y las estrategias de expansión. Esta

información empírica permitirá contrastar la teoría con la práctica, fortaleciendo la validez de los hallazgos.

3.2. IDEA A DEFENDER

La determinación de oportunidades de mercado permitirá la internacionalización de sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa en la ciudad de Tulcán.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.3.1. Definición de variables

Variable independiente: Oportunidades de mercado

Variable dependiente: Internacionalización de sábanas de piel de durazno

3.3.2. Operacionalización de variables

Tabla 1. Variable independiente

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
Variable independiente: Oportunidades de mercado	Análisis del entorno comercial internacional	Acuerdos comerciales vigentes Políticas arancelarias y no arancelarias Estabilidad económica del país destino	Investigación documental	Ficha de análisis bibliográfico
	Demanda potencial y tendencia de consumo	Preferencia del consumidor Crecimiento del mercado textil. Nivel de aceptación del producto	Investigación documental	Ficha de análisis bibliográfico
	Competitividad del producto	Calidad percibida Precios comparativos Diferenciación frente a sustitutos Identificación de intermediarios	Investigación	Revisión bibliográfica
	Canales de distribución internacionales	Costos logísticos Tiempos de entrega Accesibilidad a mercados	Investigación documental	Ficha técnica de análisis
	Factores regulatorios y logísticos	Normativas de importación, etiquetado, certificaciones y transporte	Entrevista	Guía de entrevista semiestructurada

Tabla 2. Variable dependiente

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
Variable dependiente: Internacionalización de sábanas de piel de durazno	Estrategias de internacionalización	Modalidad de ingreso (directa/indirecta)	Entrevista	Guía de entrevista semiestructurada
		Alianzas comerciales		
	Gestión logística y operativa	Adaptación del producto	Investigación documental	Ficha de análisis bibliográfico
		Costos de transporte		
		Cumplimiento de plazos de entrega		
	Adaptación del producto y calidad	Disponibilidad de infraestructura logística	Entrevista	Guía de entrevista semiestructurada
		Cumplimiento de estándares internacionales		
		Etiquetado y empaque adecuado		
		Certificaciones de calidad		
	Posicionamiento internacional	Reconocimiento de marca	Entrevista	Guía de entrevista semiestructurada
Participación en ferias/eventos internacionales				
Sostenibilidad y crecimiento empresarial	Percepción del consumidor	Investigación documental	Ficha de análisis bibliográfico	
	Potencial de incremento de exportaciones			
	Ampliación de clientes extranjeros			
		Rentabilidad del proceso de internacionalización		

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Análisis Estadístico

Para establecer el análisis estadístico fue necesario realizar un estudio de mercado orientado a determinar las oportunidades de internacionalización de sábanas de piel de durazno producidas por la microempresa Textiles Vanesa. Este proceso se sustentó en información cuantitativa provenientes de fuentes secundarias, a fin de identificar las tendencias de importación y exportación del producto, así como los principales destinos potenciales.

La información fue obtenida mediante plataformas especializadas de comercio exterior, como Trade Map, Cobus Group, Datasur y la Organización Mundial del Comercio (OMC), las cuales proporcionaron datos actualizados sobre volúmenes de importación, exportación y comportamiento de la demanda internacional. A través de estos indicadores, se aplicó la matriz POAM, que permitió ponderar en valores numéricos los factores de oportunidad y amenaza, identificando al mercado con mayor viabilidad para la expansión de la microempresa.

Asimismo, se empleó el método estadístico para analizar las variables de comercio y producción, aplicando la técnica de regresión lineal o métodos de mínimos cuadrados, con el fin de proyectar el crecimiento del consumo y estimar la demanda insatisfecha a futuro. Este análisis facilitó la interpretación de datos históricos y la identificación de patrones de comportamiento que servirán como base para la toma de decisiones.

Complementariamente, se utilizó la investigación bibliográfica y documental, que permitió revisar antecedentes, registros históricos y estadísticas oficiales de la industria textil y estudiar la situación de una empresa a través del análisis FODA. Dicho enfoque ayudó a contextualizar la situación productiva y comercial de la microempresa Textiles Vanesa, aportando una visión integral sobre su capacidad exportadora, estructura operativa y competitividad. A continuación, se expone en una tabla las técnicas que se emplearán para la recopilación de información:

Tabla 3. Análisis Estadístico

Técnicas o instrumentos	Características
Entrevista	Se aplicó a la gerente de la microempresa Textiles Vanesa Ing. Jessica Santillán, con el propósito de recopilar información relacionada con la capacidad de producción, recursos disponibles, procesos administrativos y potencial exportador de las sábanas de piel de durazno. Se aplicó al Ing. Oscar Runa especialista de Pro-Ecuador con el propósito de obtener información técnica relacionada con los requisitos normativos, logísticos y comerciales para la exportación de textiles; así como las condiciones de acceso a mercados internacionales, barreras arancelarias y no arancelarias, certificaciones requeridas y estrategias de internacionalización que permiten evaluar la viabilidad exportadora de las sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa.
Revisión bibliográfica	Las revisiones bibliográficas sirvieron para recopilar datos de artículos científicos y tesis relacionadas con el tema de estudio, lo que facilitó la identificación de dificultades de producción y comercialización de sábanas.
Datos secundarios	Se emplearon fuentes de información secundaria para la recopilación de datos estadísticos, los cuales permitieron elaborar la matriz POAM y obtener información sobre los mercados internacionales con demanda insatisfecha de sábanas de piel de durazno. Para dicho análisis, se consultaron las siguientes plataformas digitales: Banco Mundial, Banco Central, Santander Trade, Global Economy, Trade Map, WTO e indexmundi.

Fuente: Hernández, et al. (2024)

3.4.2. Población y muestra

La población objeto de estudio está conformada por la microempresa Textiles Vanesa, ubicada en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, dedicada a la confección y comercialización de sábanas de piel de durazno. Al ser la entidad que desarrolla, produce y distribuye el producto en estudio, se considera el universo total del análisis, sin necesidad de ampliar la muestra hacia otros actores del sector textil.

Debido al tamaño reducido de la población menor que 100 y a que el estudio se centra específicamente en la microempresa se realizará un censo dentro de la organización, dado que, según Otzen y Manterola (2017), "el muestreo no probabilístico se aplica cuando la elección de los elementos depende de criterios específicos del investigador y los objetivos de la investigación". Por lo tanto, la información se obtiene directamente de la fuente principal, lo cual asegura datos precisos y pertinentes.

En cuanto al análisis de la demanda internacional, este se efectuó mediante un estudio de mercado sustentado en la Matriz POAM, que permitió identificar el país y estado con mayores oportunidades de internacionalización. Por lo tanto, la demanda del producto se calculará a través de la demanda insatisfecha del mercado destino y su déficit de consumo.

Al tratarse de una investigación no experimental, no se pretende medir comportamientos individuales de los consumidores, sino identificar alternativas de mercado y el potencial competitivo del producto en el contexto internacional.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Estudio de Mercado

4.1.1.1. Clasificación arancelaria

El documento normativo identificado como resolución No. 002-2023, emitido por el Comité de Comercio Exterior (COMEX), designa la codificación arancelaria de la sábana de piel de durazno bajo la partida 6302.22.00.00 correspondiente a "De fibras sintéticas o artificiales". Sección XI, Capítulo 63, partida 6302 y sub partida 630222, garantizando su conformidad y aplicación correcta en el marco legal vigente.

Tabla 4. Clasificación arancelaria de la sábana de piel de durazno

NANDINA	Código	Descripción mercancía
Sección	XI	Materias textiles y sus manufacturas
Capítulo	63	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos
Partida	6302	Ropa de cama, mesa, tocador o cocina
Subpartida	6302.22	---
Subpartida	6302.22.00.00	De fibras sintéticas o artificiales

Fuente: COMEX (2025).

En la tabla 4 se describe la clasificación arancelaria que constituye un proceso fundamental en el comercio internacional, ya que permite identificar y codificar los productos de acuerdo con la Nomenclatura Común de los Países Miembros de la Comunidad Andina (NANDINA), establecida en la Decisión 766. Este sistema se basa en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA), el cual agrupa los productos según su naturaleza, composición y uso comercial, con el fin de determinar los aranceles aplicables.

En el caso de las sábanas de piel de durazno elaborados por la microempresa Textiles Vanesa, el análisis técnico permitió determinar que el producto se encuentra constituido por una composición mixta de 50% poliéster y 50% algodón, materiales que combinan fibras sintéticas y naturales. De acuerdo con las Reglas Generales para la Interpretación del Sistema Armonizado (RGI 3 b), cuando una mercancía está compuesta por diferentes materiales, se clasifica según la materia que le confiera el carácter esencial. En este caso, el poliéster, por su resistencia, durabilidad y textura

dominante en acabado de piel de durazno, es el componente determinante para su clasificación.

Con base en el anexo I se la Resolución COMEX No. 002-2023, que adopta la Séptima Enmienda del Sistema Armonizado (2022) en el Ecuador, este producto se ubica dentro de la sección XI, correspondiente a "Materiales textiles y sus manufacturas", dentro del capítulo 63, que comprende "Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos". Específicamente dentro de la partida 6302, que abarca la "Ropa de cama, mesa, tocador o cocina". A su vez, la subpartida 6302.22.00.00 designa "De fibras sintéticas o artificiales", que se ajusta a la composición de las sábanas producidas por la microempresa, cuyo componente predominante es el poliéster.

4.1.1.2. Principales países ofertantes y demandantes

En esta sección se identificaron los principales países ofertantes y demandantes en el comercio internacional del producto analizado, con el propósito de examinar el comportamiento del mercado global y detectar oportunidades de exportación para la microempresa Textiles Vanesa.

Tabla 5. Lista de países importadores de la partida 630222

Producto: Sábanas de piel de durazno (Partida 630222, valor expresado en miles de dólares)								
Países importadores	Valor importado 2020	Valor importado 2021	Valor importado 2022	Valor importado 2023	Valor importado 2024	Crecimiento importaciones (2020-2024)	% de participación	Arancel
Estados Unidos de América	291.631	386.597	332.741	320.315	344.053	7,82%	48%	13,2%
Reino Unido	120.095	132.747	121.816	111.635	115.532	-1,22%	17%	2,5%
Alemania	51.884	56.314	55.638	47.119	57.125	3,24%	8%	3,3%
Francia	25.199	38.228	31.264	31.589	39.732	9,46%	5%	3,3%
Rusia	4.190	5.174	42.280	46.540	37.634	-2 %	4%	14,5%
Australia	31.056	34.693	39.718	38.244	36.529	2,67%	5%	3,1%
España	29.611	42.446	45.567	31.146	32.149	-0,22%	5%	3,3%
Polonia	14.707	17.363	24.449	16.710	28.727	15,60%	3%	3,3%
Rumania	2.274	13.760	15.416	27.004	28.372	77%	2%	3,3%
Países Bajos	9.544	19.345	15.626	11.742	27.480	44,13%	2%	3,3%

Fuente: Trade Map (2025).

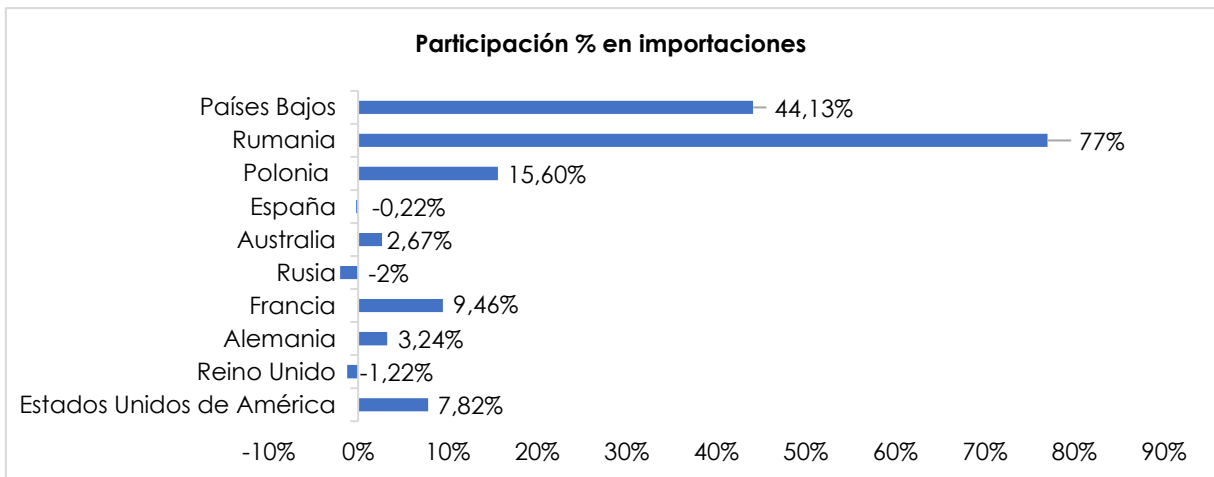


Figura 3. Participación % en importaciones

Fuente: Trade Map (2025).

El resultado de la tabla refleja el comportamiento de las importaciones de sábanas de piel de durazno durante el periodo 2020-2024, considerando el Top 10 de los países con mayor demanda. Se evidencia una tendencia de crecimiento sostenido en las importaciones globales de esta partida, pasando de USD 580.191 mil en 2020 a USD 747.333 mil en 2024, lo que representa un incremento acumulado del 28,8%, reflejando un dinamismo positivo del mercado internacional para este tipo de textil. Este comportamiento indica un interés creciente por productos textiles de calidad media-alta, especialmente aquellos que combinan fibras de poliéster y algodón, como las elaboradas por Textiles Vanesa.

Los datos muestran que Estados Unidos de América se consolida como el mayor importador mundial con un valor de importaciones que pasó de USD 291.631 mil en 2020 a USD 344.053 mil en 2024, registrando un crecimiento acumulado del 7,82% y una participación del 48% del total global. Este liderazgo reafirma el poder adquisitivo y la alta demanda del mercado estadounidense en productos textiles de calidad, aunque se destaca un arancel del 13,2% que puede representar una barrera moderna para nuevos exportadores.

En segundo lugar, el Reino Unido mantiene una participación del 17% con un ligero decrecimiento de -1,22% en el periodo analizado. A pesar de esta contracción, su mercado sigue siendo atractivo por su volumen de importación USD 115.532 mil en 2024 y su bajo arancel promedio 2,5%, lo que lo posiciona como un destino viable para textiles con alto valor agregado. Alemania por su parte, conserva un comportamiento estable con un crecimiento del 3,24% y una participación del 8%,

acompañado de un arancel del 3,3% reflejando un comportamiento maduro y competitivo que prioriza la calidad y sostenibilidad del producto.

Francia muestra una tendencia positiva al registra un crecimiento del 9,46%, alcanzando USD 39.732 mil en importaciones y representando el 5% de participación, mientras que Rusia presenta un comportamiento irregular, con una ligera caída del -2%, aunque mantiene una participación relevante del 4%. No obstante, su arancel del 14,5% constituye una barrera significativa que podría limitar las exportaciones directas desde Ecuador.

Por otro lado, países como Australia y España mantienen una demanda estable con participaciones del 5%, tasas de crecimiento del 2,67% y -0,22 %, respectivamente, lo cual representa mercados consientes, pero con ritmos moderados de expansión. Sin embargo, Polonia y Rumania emergen como mercados de interés estratégico: Polonia presenta un incremento del 15,60% mientras que Rumania exhibe un notable crecimiento del 77% en el mismo periodo, lo que evidencia una fuerte expansión de la demanda en Europa del Este, con aranceles uniformes del 3,3%, facilitando la competitividad de los productos importados.

Finalmente, los Países Bajos registran un incremento sobresaliente del 44,13% en sus importaciones, alcanzando USD 27.480 mil en 2024, con una participación del 2% y un arancel moderado 3,3%, consolidándose como un importante punto logístico para la redistribución de productos textiles dentro de la Unión Europea.

Tabla 6. Ponderación de factores para seleccionar mercados importadores

No	Países	Crecimiento importaciones (2020-2024)	Calif.	Participación	Calif.	Arancel	Calif.	CAE %	Calif.	Total
1	Estados Unidos de América	7,82%	2	48%	3	13,2%	1	1%	1	7
2	Reino Unido	-1,22%	1	17%	2	2,5%	2	3%	1	6
3	Alemania	3,24%	1	8%	1	3,3%	2	2%	1	5
4	Francia	9,46%	2	5%	1	3,3%	2	1%	1	6
5	Rusia	-2%	1	4%	1	14,5%	1	1%	1	4
6	Australia	2,67%	1	5%	1	3,1%	2	2%	1	5
7	España	-0,22%	1	5%	1	3,3%	2	3%	1	5
8	Polonia	15,60%	3	3%	1	3,3%	2	3%	1	7
9	Rumania	77%	3	2%	1	3,3%	2	4%	2	8

10	Países Bajos	44,13%	3	2%	1	3,3%	2	2%	1	7
Tasa de crecimiento: Mayor a 10% = 3 puntos, entre 5% a 6% = 2 puntos y menor al 5% = 1 punto										
Participación: Mayor a 20% = 3 puntos, entre 10% a 19% = 2 puntos y menor a 10% = 1 punto										
Arancel: 0% = 3 puntos, entre 1% y 10% = 2 puntos, del 10% a 15% = 1 punto, de 16% a 20% = -1 punto, de 21% a 29% = -2 puntos y mayor a 30% = -3 puntos										
CAE%: Superior al 6% = 3 puntos, entre 3% y 6% = 2 puntos y menor o igual a 3% = 1 punto										

Fuente: Trade Map (2025).

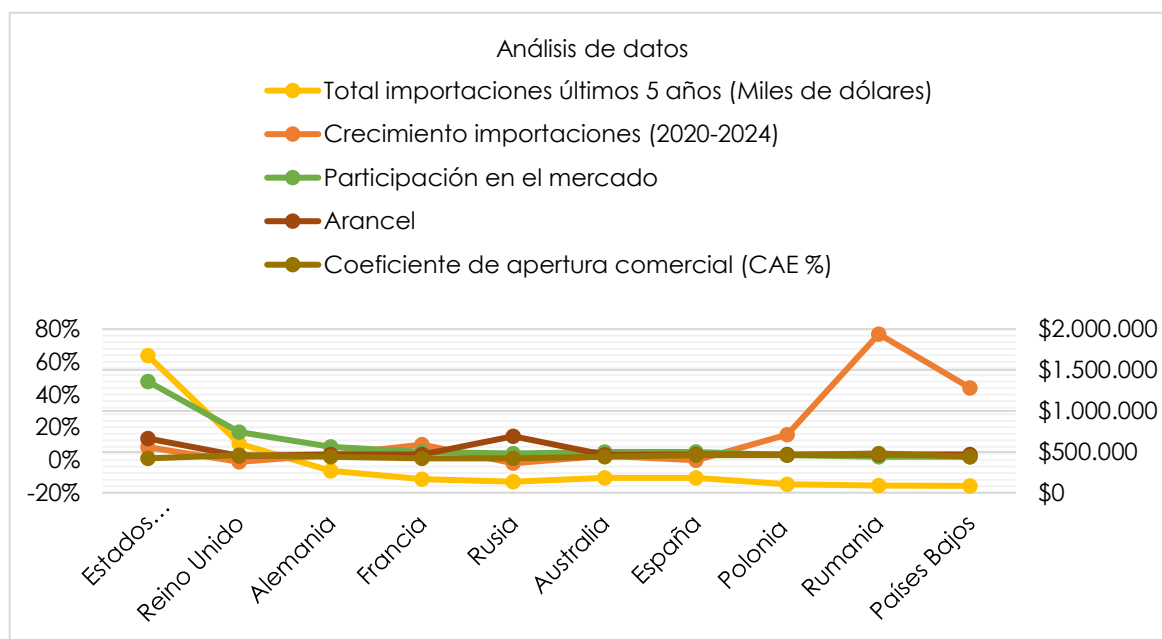


Figura 4. Análisis de datos-selección del país

La metodología empleada en esta tabla se basa en la ponderación de factores clave y se sustenta en un modelo multicriterio (crecimiento, participación, arancel y coeficiente de apertura económica (CAE)). Este enfoque permite una visión integral del desempeño comercial de cada país, priorizando aquellos destinos con mayor dinamismo de demanda, condiciones arancelarias favorables y relaciones comerciales estables con Ecuador.

De acuerdo con los resultados obtenidos, Polonia emerge como el mercado con mayor potencial de crecimiento y atractivo comercial, entre los tres países seleccionados registra la mayor tasa de incremento en importaciones 15,60% y un arancel de 3,3%, factores que, sumados a un coeficiente de apertura favorable, la posicionan como un destino emergente en el sector textil. Aunque su participación en el mercado global es aún reducida, el rápido aumento en su demanda representa una ventaja estratégica para ingresar con productos diferenciados antes de que el mercado alcance madurez y competencia elevada.

Por su parte, Estados Unidos se mantiene como un mercado clave gracias a su elevada participación mundial 48%, reflejo de su alto consumo y capacidad adquisitiva. Su tasa de crecimiento estable del 7,82% y un arancel promedio del 13,2% no limitan su atractivo, dado que su estructura logística avanzada y su apertura a productos textiles diversificados ofrecen amplias oportunidades de posicionamiento. Para Textiles Vanesa, este mercado representa una opción estratégica de alto volumen, donde la clave será implementar estrategias de precios y alianzas comerciales que compensen los costos arancelarios, manteniendo competitividad frente a grandes proveedores asiáticos.

Asimismo, Rumania constituye una alternativa de gran valor estratégico debido a su crecimiento acelerado del 77% y su condición de hub logístico europeo, con un arancel igualmente competitivo del 3,3%. Su ubicación geográfica y su red de distribución lo convierten en el punto de entrada ideal hacia los mercados del norte y oeste de Europa. A pesar de no liderar en participación, su papel como centro exportador ofrece ventajas logísticas sustanciales, permitiendo optimizar costos de transporte, reducir tiempos de envío y mejorar la visibilidad del producto en el mercado europeo.

El análisis del Coeficiente de Apertura Económica (CAE) complementa la evaluación al medir la integración comercial de cada país con el entorno global. Se evidencia que mercados con alto CAE y crecimiento sostenido, como Polonia y Países Bajos, ofrecen condiciones más favorables para nuevas relaciones comerciales, mientras que países con CAE bajo, aunque con alta participación, como Estados Unidos, mantienen atractivo por su magnitud económica y estabilidad institucional. Esta condición confirma que la ponderación utilizada es adecuada, al equilibrar el tamaño del mercado con su accesibilidad operativa.

Finalmente, la priorización de Rumania, Polonia y Estados Unidos como destinos estratégicos se justifica por su potencial crecimiento, apertura comercial y equilibrio entre riesgo y rentabilidad. Estos países presentan escenarios complementarios: Polonia como mercado de expansión dentro de la Unión Europea, Estados Unidos como destino de alto volumen y Rumania como plataforma logística de redistribución internacional.

Tabla 7. Análisis de los países principales importadores (2020-2024)

Importadores	Total, importaciones últimos 5 años (Miles de dólares)	Crecimiento importaciones (2020-2024)	Participación en el mercado	Arancel	Coefficiente de apertura comercial (CAE %)
Estados Unidos de América	1.675.377	7,82%	48%	13,2%	1%
Reino Unido	601.825	-1,22%	17%	2,5%	3%
Alemania	268.080	3,24%	8%	3,3%	2%
Francia	166.012	9,46%	5%	3,3%	1%
Rusia	135.818	-2 %	4%	14,5%	1%
Australia	180.240	2,67%	5%	3,1%	2%
España	180.919	-0,22%	5%	3,3%	3%
Polonia	101.956	15,60%	3%	3,3%	3%
Rumania	86.846	77%	2%	3,3%	4%
Países Bajos	83.737	44,13%	2%	3,3%	2%

Fuente: Trade Map (2025).

Estados Unidos lidera con un volumen de importaciones de USD 1.675.377 y una participación en el mercado del 48%, su considerable barrera arancelaria del 13,2% y un bajo coeficiente de apertura comercial (CAE del 1%) lo perfilan como un mercado de alta saturación y competencia intensa. Esta tendencia se replica en el Reino Unido, cuya significativa participación del 17% se mitiga por una contracción de la demanda del -1,22%, lo que desaconseja una inversión inicial de alto riesgo en estos mercados maduros y estancados.

El potencial real de la inserción para Textiles Vanesa reside en los mercados que exhibe un dinamismo de crecimiento excepcional y un acceso arancelario favorable. Es este espectro, Rumania emerge como el destino de mayor impacto estratégico, impulsado por un crecimiento asombroso del 77% lo que sugiere una demanda insatisfecha y en plena aceleración. Esta expansión se complementa con una tasa arancelaria mínima 3,3% y un CAE del 4%, la más alta de la muestra. En un segundo plano, Polonia refuerza esta estrategia con un robusto crecimiento del 15,60% bajo las mismas condiciones de acceso, configurando ambos países como la principal vía de capitalización.

4.1.1.3. países exportadores

El análisis de los principales exportadores del producto en estudio permite dimensionar la estructura competitiva global y la sensibilidad al precio del mercado. Analizar la trayectoria de los líderes, como China y España, no solo identifica a los competidores a vencer, sino que revela las tendencias de madurez y contracción en la oferta mundial.

Tabla 8. Países exportadores de la subpartida 630222

Producto: Sábanas de piel de durazno (Partida 630222, valor expresado en miles de dólares)								
Países exportadores	2020	2021	2022	2023	2024	Total	Tasa de crecimiento	% participación en exportaciones
China	734.726	991.080	908.503	971.920	982.960	4.589.189	7,03%	88%
España	17.260	22.167	19.647	22.649	30.115	111.838	3,16%	2%
Alemania	25.029	29.615	20.352	22.555	26.512	124.063	6,23%	2%
Pakistán	20.433	25.166	24.863	18.124	14.513	103.099	-10,00%	2%
Países Bajos	4.445	7.632	5.268	6.153	11.630	35.128	19,00%	1%
India	10.962	12.214	11.661	10.461	8.854	54.152	-6,00%	1%
Bangladesh	13.444	13.544	14.943	10.966	8.485	61.382	-3,40%	1%
Uzbekistán	210	4.526	7.898	5.332	8.432	26.398	113,00%	1%
Bélgica	8.151	15.676	8.594	9.948	8.027	50.396	-5,00%	1%
Estados Unidos	7.576	9.253	7.926	6.849	6.814	38.418	-5,00%	1%

Fuente: Trade Map (2025).

China se alza como el hegemón indiscutible del mercado, acaparando un abrumador 88% de la participación y un valor exportado total en los últimos años de USD 4.589.189. Este liderazgo implica que cualquier estrategia de internacionalización debe considerar la capacidad de China para dictar precios y saturar el mercado. No obstante, su tasa de crecimiento moderada del 7,03% sugiere que el mercado está acercándose a un punto de saturación o que la competencia de costos se está volviendo más agresiva. El desafío para Textiles Vanesa no es competir en volumen, sino encontrar nichos desatendidos por este gigante manufacturero.

La presencia europea se caracteriza por la estabilidad y el riesgo focalizado. Alemania y España mantienen una participación estable del 2% con tasas de crecimiento positivas 6,23 % y 3,16% respectivamente, lo que indica una sólida demanda interna y una menor dependencia de la reexportación. En mercado

contraste, la volatilidad impacta fuertemente a Pakistán, el cual registra una alarmante tasa de crecimiento negativa del -10% y a India, con un -6% de contracción. Este decrecimiento sostenido en dos de los mayores centros de la manufactura textil global sugiere que están perdiendo competitividad o enfrentando barreras comerciales, lo que crea una oportunidad en la oferta de productos diferenciados.

El verdadero indicador de la evolución del mercado y la oportunidad de nuevos actores proviene de los países con dinámicas de crecimiento explosivas. Uzbekistán se posiciona como el país con el mayor crecimiento de la muestra, con un asombroso 113% de aumento en su tasa de crecimiento. Este dato revela una rápida reestructuración de las cadenas de suministro globales y una emergencia de nuevos centros de producción. A pesar de que Países Bajos actúa principalmente como un hub de reexportación, su crecimiento del 19% enfatiza el dinamismo logístico en la entrada a los mercados prioritarios europeos identificados previamente (Rumania y Polonia).

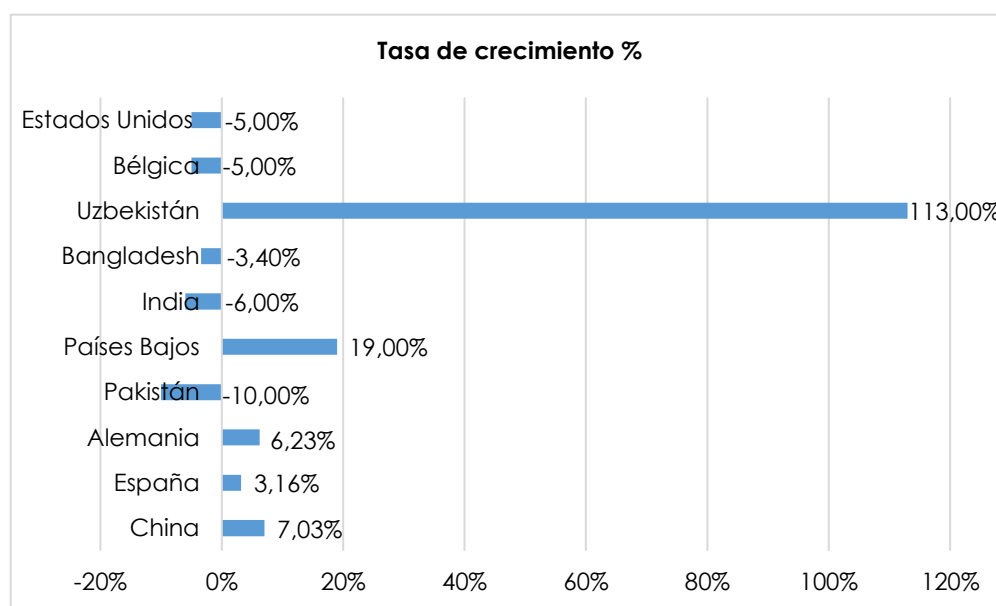


Figura 5. Tasa de crecimiento

Fuente: Trade Map (2025).

4.1.1.4. Indicadores sociales de los mercados extranjeros identificados

El análisis de los indicadores sociales de los países seleccionados: Rumania, Polonia y Estados Unidos permite obtener una comprensión integral de su estructura demográfica, desarrollo humano y calidad de vida, factores determinantes para

evaluar el comportamiento de los consumidores y la viabilidad comercial de los productos textiles ecuatorianos. Estos indicadores proporcionan una base sólida para identificar patrones de consumo, capacidad adquisitiva y condiciones sociales que influyen directamente en la aceptación del producto en los mercados internacionales.

El estudio de variables como densidad poblacional, el índice de desarrollo, el nivel educativo, la tasa de empleo y el ingreso per cápita resulta esencial para establecer estrategias de penetración de mercado acordes con las necesidades y preferencias de cada región. De esta manera, se busca comprender cómo las condiciones sociales de cada país pueden favorecer o limitar la internacionalización de las sábanas de piel de durazno producidas por la microempresa textiles Vanesa, garantizando una inserción exitosa en entornos socioeconómicos diversos y competitivos.

Este análisis, además, permitirá determinar qué mercados presentan una mayor estabilidad social y poder adquisitivo, y cuáles ofrecen nichos emergentes que pueden aprovecharse mediante estrategias de diferenciación y posicionamiento de marca. Así, la interpretación de los indicadores sociales se convierte en una herramienta estratégica para la toma de decisiones y la planificación de acciones orientadas a la expansión.

Tabla 9. Indicadores Sociales por Países (Estados Unidos, Polonia y Rumania)

Segmentación etaria	Estados Unidos	Polonia	Rumania
0 – 14 Años	18,6%	14,8%	14,31%
15 – 24 Años	13,1%	10,34%	10,45%
25 – 54 Años	38,8%	43,44%	46,11%
55 – 64 Años	12%	13,95%	12,37%
65 años y más	17,5%	17,47%	16,76%
Población masculina (en %)	49,2%	48,8%	48,3%
Población femenina (en %)	50,8%	51,2%	51,7%
Población Económicamente Activa PEA	161.850.920	17.640.030	9.330.201
Tasa de desempleo	3,9%	5,2%	5,8%

Fuente: Banco Mundial (2024).

El análisis de los indicadores sociales de Estados Unidos, Polonia y Rumania permite comprender la estructura demográfica y el potencial económico de sus consumidores, factores esenciales para determinar la viabilidad de inserción de

sábanas de piel de durazno en dichos mercados. En los tres países, el grupo etario comprendido entre los 25 y 54 años concentra la mayor proporción de la población (38,8% en Estados Unidos, 43,44% en Polonia y 46,11% en Rumania), reflejando un alto nivel de población económicamente activa y con capacidad adquisitiva, lo que constituye un segmento estratégico para la comercialización del producto.

Estados Unidos destaca una PEA de 161,8 millones de personas, lo que demuestra una amplia base laboral y un mercado de consumo robusto sustentado por una tasa de desempleo relativamente baja (3,9%), indicador de estabilidad económica y alto poder adquisitivo. Polonia y Rumania, aunque poseen PEA menores (17,6 y 9,3 millones respectivamente), presentan tasas de desempleo moderadas (5,2% y 5,8%), lo cual refleja mercados en desarrollo con oportunidades de crecimiento en sectores de consumo doméstico e importado.

En términos de estructura poblacional, los tres países muestran una composición equilibrada entre hombres y mujeres, donde la población femenina predomina levemente 51,2% en Polonia y 51,7% en Rumania, lo cual es relevante considerando que este grupo suele influir en mayor medida las decisiones de compra de productos textiles para el hogar. Además, la proporción de adultos mayores (65 años y más) alcanza el 17 % promedio, indicando sociedades con alto nivel de madurez económica y cultural, propicias para productos que prioricen confort, calidad y durabilidad.

En conjunto, estos indicadores evidencian que los tres mercados presentan características demográficas y socioeconómicas favorables para la exportación de sábanas de piel de durazno, siendo Estados Unidos el mercado con mayor poder adquisitivo, mientras que Polonia y Rumania ofrecen un potencial emergente dentro del bloque europeo, especialmente por su creciente población activa y su estabilidad en el empleo.

Tabla 10. Crecimiento demográfico (2020-2024)

Año	Estados Unidos mill	Polonia mill	Rumania mill
2020	331.307.000	37.073.357	19.201.662
2021	332.453.000	36.889.761	19.042.455
2022	334.273.000	36.753.736	19.054.548
2023	337.014.00	36.620.970	19.067.576

2024	340.110.988	36.497.495	19.036.031
Tasa de crecimiento	0,66%	-0,39%	-0,22%

Fuente: Banco Mundial (2024).

El análisis del crecimiento demográfico de Estados Unidos, Polonia y Rumania durante el periodo 2020-2024 permite comprender la dinámica poblacional de los países seleccionados y su incidencia en el potencial de consumo de productos textiles. Estados Unidos muestra una tendencia ascendente sostenida, pasando de 331,3 millones en 2020 a 340,1 millones en 2024, con una tasa de crecimiento anual promedio de 0,66%, reflejo de una economía estable y una sociedad en expansión que incrementa constantemente su demanda interna, lo cual constituye una oportunidad favorable para la introducción de bienes manufacturados.

En contraste, Polonia evidencia una reducción demográfica progresiva, disminuyendo de 37,07 millones en 2020 a 36,49 millones en 2024, lo que equivale a una tasa de decrecimiento del -0,39%. Este fenómeno responde principalmente al envejecimiento poblacional y la migración hacia países con mayores oportunidades laborales dentro de la Unión Europea. No obstante, su integración económica y su nivel de vida creciente continúa sosteniendo una base de consumo sólida, especialmente en el segmento adulto con poder adquisitivo medio.

Por su parte, Rumania presenta una ligera disminución poblacional del -0,22%, pasando de 19,2 a 19,03 millones de habitantes. A pesar de esta leve contracción, el país mantiene una estructura social relativamente joven y una economía que experimenta un proceso de modernización progresiva, lo cual podría traducirse en un incremento del consumo de productos de mejor calidad y confort en el mediano plazo.

En conjunto, el crecimiento poblacional positivo de Estados Unidos afirma su condición de mercado maduro y en expansión, mientras que Polonia y Rumania, aunque presentan descensos moderados, se consolidan como mercados europeos estables, con potencial de consumo selectivo y perspectivas de crecimiento en nichos de productos diferenciados.

Tabla 11. Características del consumidor: Estados Unidos (2020-2024)

Perfil del consumidor	Estados Unidos				
	2020	2021	2022	2023	2024
Índice de relación poder adquisitivo	1	1	1	1	1
Gastos de consumo de hogares (Millones de USD)	14.230.000	16.110.000	17.690.000	18.820.000	19.825.338
Valor de consumo de los hogares (incremento anual %)	-2,5%	8,8%	3%	2,5%	2,8%
Consumo hogar per cápita (USD)	39.893	43.324	44.383	45.129	45.923
Salario mínimo (USD)	1.257	1.257	1.257	1.257	1.257

Fuente: Banco Mundial y Datosmacro (2024).

El comportamiento del consumidor estadounidense durante el periodo 2020-2024 evidencia una evolución sostenida en su capacidad adquisitiva y nivel de gasto, factores que lo consolidan como un mercado emergente atractivo para la introducción de productos textiles de valor agregado. Los gastos de consumo de los hogares registraron un incremento constante, pasando de USD 14.230 millones en 2020 a USD 19.825 millones en 2024, lo que refleja una expansión acumulada del 39,3% en apenas 5 años. Este crecimiento confirma la solidez del consumo interno y la estabilidad económica del país, impulsada por políticas monetarias flexibles y una recuperación sostenida tras los efectos de la pandemia.

El valor de consumo anual de los hogares muestra variaciones moderadas, con un repunte destacado en 2021 del 8,8%, lo que coincide con la reactivación del empleo y el estímulo fiscal. A partir de 2022, el crecimiento se estabiliza en torno al 3% anual, reflejando un mercado maduro, pero con un ritmo de consumo estable, lo que permite prever una demanda constante de productos para el hogar. De igual manera, el consumo per cápita se incrementó de USD 39.893 en 2020 a USD 45.923 en 2024, representando un aumento del 15,1% lo que evidencia un mayor poder adquisitivo individual, asociados al fortalecimiento del ingreso real disponible.

Por otro lado, el salario mínimo se mantuvo constante en USD 1.256,7 indicador que, si bien muestra rigidez nominal, no afectó significativamente el comportamiento de consumo gracias al crédito al consumo y al dinamismo del mercado laboral. El índice de relación de poder adquisitivo, que se mantiene el valor base de USD 1, confirma la estabilidad macroeconómica y el alto nivel de ingreso medio de la población, lo cual posiciona a Estados Unidos como destino prioritario para bienes de consumo durable y textiles de confort superior.

Tabla 12. Características del consumidor: Polonia (2020-2024)

Perfil del consumidor	Polonia				
	2020	2021	2022	2023	2024
Índice de relación poder adquisitivo	3,97	3,88	3,76	3,71	3,65
Gastos de consumo de hogares (Millones de USD)	343.640.000	389.140.000	404.410.000	468.340.000	526.536.111,11
Valor de consumo de los hogares (incremento anual %)	-3,2%	6,2%	5,2%	-0,3%	3%
Consumo hogar per cápita (USD)	8.738	9.414	9.942	9.953	10.290
Salario mínimo (USD)	680,3	727,13	765,46	924,35	1174,57

Fuente: Banco Mundial y Datosmacro (2024).

El comportamiento del consumidor polaco en el periodo 2020-2024 revela una tendencia de expansión sostenida en los niveles de consumo y poder adquisitivo, aunque con señales de desaceleración en la capacidad de compra relativa. Los gastos de consumo de los hogares experimentaron un crecimiento significativo del 53,2% al pasar de USD 343.640 millones en 2020 a USD 526.536 millones en 2024, evidenciando una mejora constante en la demanda interna impulsada por el incremento de los ingresos y la estabilidad macroeconómica dentro de la Unión Europea. Este aumento refleja la consolidación de Polonia como una de las economías emergentes más dinámicas de Europa del Este.

El valor de consumo de los hogares muestra fluctuaciones moderadas, con un repunte notable del 6,2 en 2021 y 5,2% en 2022, seguido de una leve contracción del -0,3% en 2023, atribuible a los efectos de la inflación energética y las tensiones regionales en Europa. No obstante, el 2024, cierra con un crecimiento positivo del 3%, lo que sugiere una rápida recuperación de la confianza del consumidor y una estabilidad en el poder adquisitivo medio.

El índice de relación del poder adquisitivo muestra una ligera caída, de 3,97 en 2020 a 3,65 en 2024, reflejando la pérdida de la capacidad relativa frente a economías desarrolladas, pero manteniéndose en niveles competitivos frente a otros países de la región. Esta tendencia se compensa con un incremento sostenido del salario mínimo, que se duplicó de USD 680,3 en 2020 a USD 1.174,57 en 2024, lo que indica una mejora real en los ingresos laborales y un fortalecimiento del consumo doméstico.

Asimismo, el consumo per cápita aumentó de USD 8.738 en 2020 a USD 10.290 en 2024, con un crecimiento acumulado del 17,7%, impulsado por el acceso al crédito y el dinamismo del sector minorista. Este indicador refleja una población con creciente poder de compra y preferencia por bienes de consumo durable, entre ellos productos textiles de confort y diseño moderno, que encajan en el perfil de consumidores jóvenes y familias de clase media.

Tabla 13. Características del consumidor: Rumania (2020-2024)

Perfil del consumidor	Rumania				
	2020	2021	2022	2023	2024
Índice de relación poder adquisitivo	4,26	4,13	4,09	3,99	3,92
Gastos de consumo de hogares (Millones de USD)	154.480.000	176.370.000	187.290.000	217.040.000	242.994.041,41
Valor de consumo de los hogares (incremento anual %)	-3,8%	7%	5,1%	3%	6%
Consumo hogar per cápita (USD)	7.342	7.912	8.347	8.591	9.101
Salario mínimo (USD)	542,84	544,59	600,97	703,25	866,10

Fuente: Banco Mundial y Datosmacro (2024).

El comportamiento del consumidor rumano durante el periodo 2020-2024 refleja una tendencia ascendente en los niveles de consumo y estabilidad macroeconómica, impulsada por el fortalecimiento gradual del mercado laboral y el incremento de los ingresos salariales. Los gastos de consumo de los hogares muestran un crecimiento sostenido de USD 154.480 millones en 2020 a USD 242.994 millones en 2024, equivalente a una expansión del 57,3% lo que evidencia un aumento considerable en la capacidad adquisitiva y una consolidación de la demanda interna, especialmente en los sectores de bienes esenciales y productos de confort.

El valor del consumo de los hogares presenta una evolución positiva con una tasa de crecimiento promedio anual del 4,6%, destacando un repunte significativo del 7% en 2021, que marca la recuperación económica postpandemia. Este comportamiento estable en el consumo, complementado con un incremento del 6% en 2024, demuestra la resiliencia del consumidor rumano frente a las fluctuaciones inflacionarias de Europa del Este.

Aunque el índice de relación del poder adquisitivo se redujo ligeramente de 4,26 en 2020 a 3,92 en 2024, dicha disminución no representa un deterioro sustancial, sino un

ajuste ante la inflación y la devaluación moderada de la moneda local. Este índice sigue siendo competitivo en comparación con otros países de la región, favoreciendo la adquisición de productos importados de buena calidad, como las sábanas de piel de durazno, dirigidas a consumidores que priorizan la durabilidad y el confort.

Por otra parte, el consumo per cápita se incrementó progresivamente de USD 7.342 A USD 9.101, reflejando un crecimiento acumulado del 23,9% lo que evidencia una mejora en el poder de compra individual. De igual forma, el salario mínimo ascendió de USD 542,84 en 2020 a USD 866,10 en 2024, mostrando un incremento del 36,5%, lo que refuerza la estabilidad económica de los hogares y su capacidad para acceder a productos de mayor valor agregado.

Tabla 14. Repartición de la actividad económica por sector

Actividad productiva sector	Sector (porcentaje empleo)		
	Agrícola	Industrial	De servicios
Estados Unidos	2%	19%	79%
Polonia	8%	30%	63%
Rumania	18%	33%	49%

Fuente: Banco Mundial (2024).

La tabla 14 presenta la distribución porcentual de la actividad económica por sectores; agrícola, industrial y servicios para Estados Unidos, Polonia y Rumania en el periodo considerado. N los tres países predomina claramente el sector de servicios, seguido por la industria con un menor peso relativo de la agricultura; sin embargo, las proporciones varían: EE. UU. muestra un sector servicios muy dominante, Polonia mantiene un balance mayor entre industria y servicios, y Rumania exhibe una partición industrial relativamente relevante frente a su tamaño económico. Estos datos permiten comprender la estructura productiva y las cadenas de demanda relacionadas con el consumo de bienes para el hogar.




Desde la perspectiva cuantitativa, una mayor participación del sector servicios especialmente subsectores como hotelería, turismo y restaurante suele correlacionarse con una demanda sostenible de textiles para la hospitalidad (sábanas, fundas, menaje textil). Polonia y Rumania, con una industria manufacturera todavía significativa, puede ofrecer además sinergias logísticas y proveedores locales que faciliten pruebas pilotos y acuerdos B2B con cadenas regionales; EE. UU., con su amplia base de servicios, representan un mercado de alto volumen para clientes

finales y corporativos. Asimismo, una industria manufacturera robusta en Polonia y Rumania sugiere mercados donde la logística intraeuropea y los tiempos de reposición son más favorables.

Para las estrategias de Textiles Vanesa, la repartición sectorial indica dos vías complementarias: (1) B2B orientado a hotelorías y retail institucional en países con fuerte sector de servicios (EE. UU. y segmentos urbanos en Polonia/Rumania), donde se pueden posicionar las sábanas como insumo de alta calidad para el canal hospitality; (2) entrada gradual mediante distribuidores y alianzas industriales en Polonia y Rumania, aprovechando clústeres manufactureros y menores costos logísticos.

4.1.1.5. Indicadores Políticos

Tabla 15. Acuerdos comerciales vigentes

País	Estados Unidos	Polonia	Rumania
			
Acuerdo comerciales vigentes	Miembro de la OMC Acuerdo multilaterales (Arancel NMF país más favorable)	Acuerdo multilaterales miembros de la OMC (Arancel NMF país más favorable)	Acuerdo multilaterales miembros de la OMC (Arancel NMF país más favorable)

Fuente: Sistema de Información sobre Comercio Exterior – SICE (2024).

Se evidencia que Ecuador no mantiene un tratado comercial bilateral con Estados Unidos, pero se beneficia parcialmente del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), que otorga acceso preferencial a ciertos productos no sensibles. En cambio, Polonia y Rumania, al formar parte de la Unión Europea, se rigen por el Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la UE, en vigor desde 2017, el cual reduce o elimina progresivamente aranceles para bienes industriales y textiles.

El análisis muestra que el Acuerdo Multipartes con la Unión Europea representa la ventana más sólida para la internacionalización del producto de estudio, pues ofrece un marco jurídico estable, reglas claras de origen y beneficios en materia de propiedad intelectual, competencia y facilitación comercial. Este acuerdo facilita el ingreso de productos textiles ecuatorianos a Polonia y Rumania con preferencias arancelarias, promoviendo la competitividad frente a otros proveedores asiáticos. En

contraste, la relación con Estados Unidos, aunque no cuenta con un tratado vigente, presenta un entorno comercial liberalizado y un consumidor con alta capacidad adquisitiva, lo que mantiene su atractivo como mercado prioritario.

Tabla 16. Balanza Comercial Ecuador - Estados Unidos (2020-2024)

Balanza comercial de Ecuador – Estados Unidos					
	2020	2021	2022	2023	2024
Exportaciones (X)	4.786.401	6.402.850	9.803.755	7.402.717	7.024.330
Importaciones (M)	3.977.717	5.681.096	8.568.789	8.286.773	8.133.108
Saldo de la balanza comercial (X-M)	808.684	721.754	1.234.966	-884.056	-1.108.778

Fuente: Trade Map (2025).

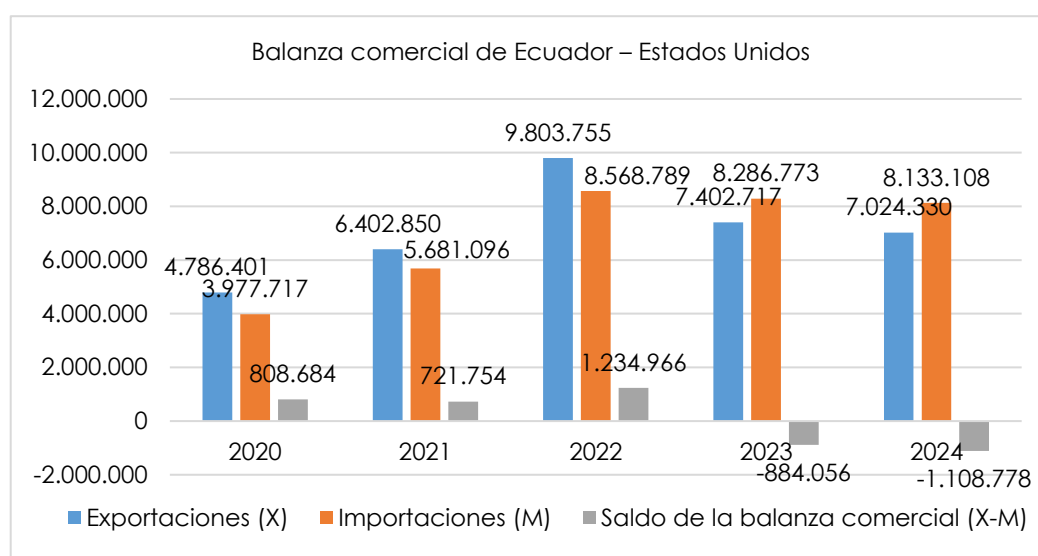


Figura 6. Balanza comercial de Ecuador - Estados Unidos

Fuente: Trade Map (2024).

Entre 2020 y 2024, las exportaciones ecuatorianas hacia Estados Unidos a registraron un crecimiento sostenido del 46,7% pasando de USD 4.78 millones a USD 7.02 millones, reflejando la sólida demanda estadounidense de bienes ecuatorianos. Sin embargo, las importaciones desde este país aumentaron a un ritmo superior, duplicándose de USD 3.97 millones a USD 8.13 millones, lo que evidencia una creciente dependencia de insumos y productos estadounidenses.

El saldo comercial, que fue superavitario en los primeros tres años, cambió drásticamente a partir de 2023, pasando de un superávit de USD 1.23 millones en 2022 a un déficit de USD 1.10 millones en 2024. Este deterioro responde a la desaceleración exportadora y a un incremento de importaciones de bienes industriales, lo que reduce la balanza favorable alcanzada en periodos previos. Dicho comportamiento

advierte sobre la necesidad de fortalecer la competitividad de la oferta exportable ecuatoriana.

Para Textiles Vanesa, este escenario implica una oportunidad estratégica, ya que Estados Unidos continúa siendo un mercado de alto poder adquisitivo y con una demanda constante por textiles diferenciados. Sin embargo, el déficit comercial sugiere la urgencia de adoptar estrategias de especialización y posicionamiento premium, respaldadas en certificaciones de calidad, sostenibilidad y eficiencia logística que aumenten la competitividad frente a proveedores asiáticos y latinoamericanos.

Tabla 17. Balanza Comercial Ecuador - Polonia (2020-2024)

Balanza comercial de Ecuador – Polonia					
	2020	2021	2022	2023	2024
Exportaciones (X)	62.742	80.381	70.816	79.393	116.502
Importaciones (M)	36.067	37.628	42.166	48.766	59.486
Saldo de la balanza comercial (X-M)	26.675	42.753	28.650	30.627	57.016

Fuente: Trade Map (2025).

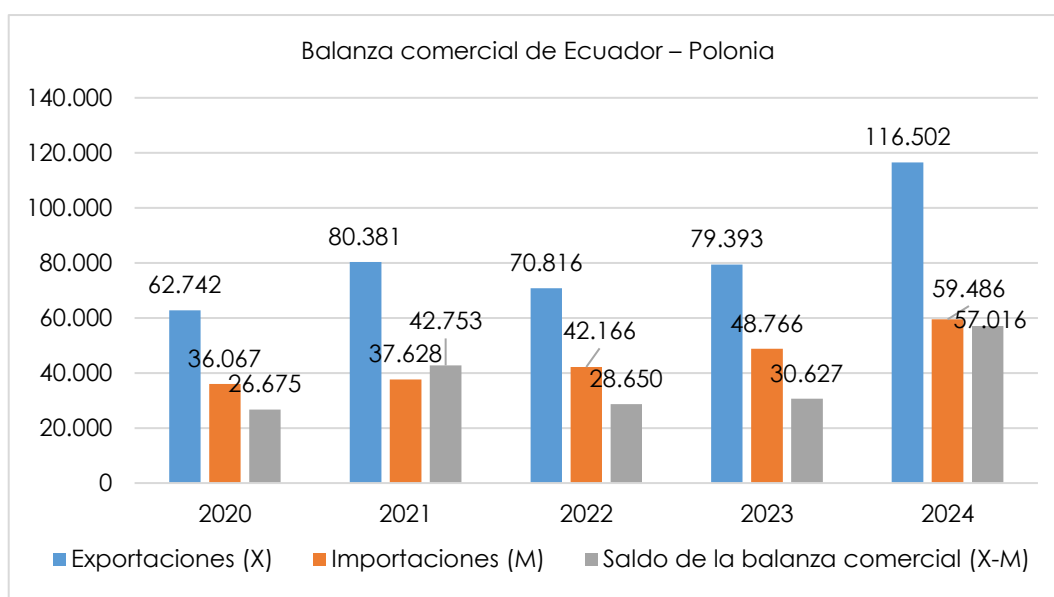


Figura 7. Balanza comercial de Ecuador – Polonia

Fuente: Trade Map (2024).

En el periodo analizado, las exportaciones ecuatorianas hacia Polonia crecieron de USD 62.742 a USD 116.502, lo que representa un incremento del 85,6%, mientras que las importaciones desde dicho país se expandieron un 64,9%, alcanzando USD 59.486 en 2024. El saldo comercial positivo, que pasó de USD 26.675 en 2020 a USD 57.016 en

2024, refleja un fortalecimiento progresivo de la relación bilateral, impulsada por la estabilidad económica polaca y las preferencias arancelarias derivadas del acuerdo Ecuador - Unión Europea.

Este comportamiento revela una estructura comercial favorable para Ecuador, en la cual las exportaciones muestran un ritmo de crecimiento más acelerado que las importaciones. Polonia, además, representa una puerta estratégica de acceso al mercado europeo central, caracterizado por consumidores sensibles al precio, pero con creciente valoración por la calidad y la sostenibilidad.

Para Textiles Vanesa, este contexto abre un escenario de expansión comercial viable. El mercado polaco podría asimilar productos textiles ecuatorianos con diferenciación en textura, diseño y sostenibilidad, especialmente en los segmentos de ropa de cama de gama media-alta. Por tanto, se recomienda una estrategia de entrada gradual que combine alianzas con distribuidores locales y campañas digitales orientadas a resaltar la procedencia natural y la durabilidad de las sábanas de piel de durazno.

Tabla 18. Balanza Comercial Ecuador - Rumania (2020-2024)

Balanza comercial de Ecuador – Rumania					
	2020	2021	2022	2023	2024
Exportaciones (X)	7.683	8.473	19.831	29.512	39.358
Importaciones (M)	10.322	20.719	24.780	15.861	13.235
Saldo de la balanza comercial (X-M)	-2.639	-12.246	-4.949	13.651	26.123

Fuente: Trade Map (2025).

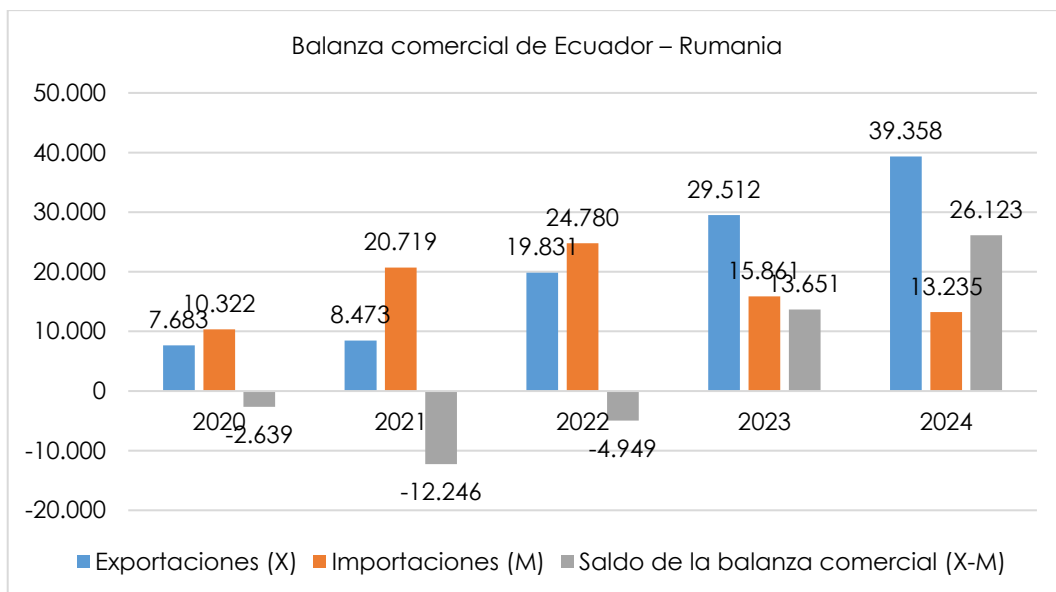


Figura 8. Balanza comercial Ecuador – Rumania

Fuente: Trade Map (2024).


La relación comercial entre Ecuador y Rumania ha mostrado una evolución ascendente y estructuralmente positiva. Las exportaciones ecuatorianas aumentaron de USD 7.683 en 2020 a USD 39.358 en 2024, lo que representa un crecimiento acumulado del 412%, mientras que las importaciones disminuyeron ligeramente de USD 10.322 a USD 13.235, permitiendo que el saldo comercial pase de -USD 2.639 en 2020 a +USD 26.123 en 2024. Este cambio refleja una mejora sustancial de la posición ecuatoriana y una mayor apertura del mercado rumano hacia productos de nicho provenientes de América Latina.

El crecimiento sostenido del valor exportado evidencia una mayor inserción comercial de Ecuador en Europa del Este, región donde el consumo de textiles para el hogar ha aumentado, impulsado por el desarrollo urbano y el alza del ingreso per cápita. Además, la recuperación económica postpandemia en Rumania ha fortalecido la demanda interna, permitiendo la diversificación de proveedores no europeos.

En el caso de Textiles Vanesa, Rumania se perfila como un mercado emergente con alto potencial de crecimiento para productos textiles ecuatorianos. Su estructura de consumo en expansión y la cercanía logística con Polonia y Hungría favorecen la integración regional de la marca. Se recomienda posicionar el producto como una alternativa innovadora, sostenible y de alta calidad, capaz de competir en diseño y

textura frente a la oferta asiática, consolidando así la internacionalización en el bloque europeo oriental.

Tabla 19. Indicadores institucionales y de gobernanza - Estados Unidos (2020-2024)

Estados Unidos 	Indicadores		Años		
	2020	2021	2022	2023	2024
	(-2,5 Débil; 2,5 Fuerte) (100= Sin corrupción)				
Índice de estado de derecho	1,34	1,39	1,37	1,33	1,36
Índice efectividad gubernamental	1,27	1,30	1,26	1,22	1,21
Control de corrupción	1,04	1,02	1,10	1,12	1,11
Índice de calidad regulatoria	1,24	1,44	1,42	1,39	1,35
Índice de estabilidad política	-0,03	-0,01	0,01	0,03	0,06
Índice de percepción de la corrupción	67	67	69	69	69

Fuente: Banco Mundial y Datosmacro (2024).


Los indicadores institucionales de Estados Unidos evidencian un gobernanza robusta y consolidada, con niveles sostenidos de confianza en el Estado de derecho, que promedian 1,36 durante el periodo analizado. Este valor refleja un sistema judicial eficiente y un marco legal predecible que favorece la competitividad económica. La alta calidad regulatoria, con valores superiores a 1,30 confirma un entorno favorable para la innovación y el cumplimiento normativo, factores determinantes para la atracción de inversión extranjera y la estabilidad del mercado interno.

En materia de gestión pública, el índice de efectividad gubernamental muestra cifras estables (entre 1,21 y 1,30), indicando una administración con capacidad de formulación e implementación de políticas efectivas. Sin embargo, el control de corrupción, aunque se mantiene por encima de 1,10, evidencia un ligero deterioro, posiblemente asociado a episodios de polarización política y conflictos institucionales. Estos matices muestran que, aun dentro de un marco institucional sólido, las tensiones políticas pueden afectar la eficiencia gubernamental y la percepción de transparencia.

El índice de estabilidad política, con valores positivos crecientes (de -0,03 en 2021 a 0,06 en 2024), denota una recuperación paulatina del equilibrio interno tras periodos de alta confrontación política. Asimismo, el índice de percepción de la corrupción, que se mantiene estable en 69 puntos, consolida la posición del país dentro de las economías más transparentes del mundo. En conjunto, estos indicadores sitúan a Estados Unidos como un referente institucional global, donde la fortaleza jurídica, la

capacidad regulatoria y la gobernanza efectiva constituyen pilares esenciales de su liderazgo económico internacional.

Tabla 20. Indicadores institucionales y de gobernanza – Polonia (2020-2024)

Polonia 	Indicadores		Años		
	2020	2021	2022	2023	2024
	(-2,5 Débil; 2,5 Fuerte) (100= Sin corrupción)				
Índice de estado de derecho	0,50	0,40	0,40	0,50	0,50
Índice efectividad gubernamental	0,32	0,26	0,27	0,43	0,40
Control de corrupción	0,62	0,54	0,50	0,56	0,52
Índice de calidad regulatoria	0,85	0,80	0,75	0,80	0,85
Índice de estabilidad política	0,50	0,50	0,55	0,58	0,60
Índice de percepción de la corrupción	56	56	55	54	55

Fuente: Banco Mundial y Datosmacro (2024).


Polonia presenta un comportamiento institucional intermedio, caracterizado por avances graduales en materia regulatoria y de transparencia, aunque con desafíos estructurales persistentes. El índice de estado de derecho se estabiliza en torno a 0,50, lo que refleja una consolidación relativa del sistema judicial, pero aún distante de los niveles observados en las principales economías europeas. El fortalecimiento de la calidad regulatoria (de 0,75 en 2022 a 0,85 en 2024) revela un esfuerzo estatal por modernizar las normativas y alinearlas con los estándares de la Unión Europea.

La efectividad gubernamental evidencia un progreso moderado, pasando de 0,27 a 0,40, lo que sugiere una mejora en la gestión pública y en la formulación de políticas de desarrollo. Este crecimiento puede atribuirse a la implementación de programas de digitalización administrativa y reformas estructurales en la gestión económica. No obstante, el control de corrupción, con un promedio de 0,55, evidencia vulnerabilidades en la rendición de cuentas y en la independencia institucional. Dichos factores aún limitan la plena consolidación de la gobernanza en el país.

En términos políticos, Polonia muestra un entorno cada vez más estable, con el índice de estabilidad política elevándose hasta 0,60 en 2024, indicador de un clima interno favorable para la inversión y el comercio internacional. La percepción de la corrupción se mantiene constante en torno a 55 puntos, demostrando que, si bien existen avances, la transparencia aún requiere fortalecimiento. En síntesis, el país refleja un proceso de institucionalización en marcha, con una administración pública

más eficiente y un marco regulatorio cada vez más competitivo, factores que lo proyectan como un mercado emergente atractivo dentro del contexto europeo.

Tabla 21. Indicadores institucionales y de gobernanza - Rumania (2020-2024)

Rumania 	Indicadores		Años		
	2020	2021	2022	2023	2024
	(-2,5 Débil; 2,5 Fuerte) (100= Sin corrupción)				
Índice de estado de derecho	0,38	0,39	0,40	0,43	0,40
Índice efectividad gubernamental	-0,29	-0,19	0,10	-0,50	-0,30
Control de corrupción	-0,10	0,08	0,01	0,02	0,05
Índice de calidad regulatoria	0,35	0,30	0,38	0,36	0,32
Índice de estabilidad política	0,52	0,59	0,42	0,37	0,35
Índice de percepción de la corrupción	44	45	46	46	46

Fuente: Banco Mundial y Datosmacro (2024).

Rumania muestra un panorama institucional frágil, caracterizado por debilidades en el control de la corrupción y la efectividad gubernamental. El índice de estado de derecho, que ronda los 0,40 puntos, sugiere un sistema judicial aún en proceso de consolidación, con problemas estructurales que afectan la credibilidad institucional. Los valores negativos registrados en la efectividad gubernamental (-0,29 en 2020 y -0,30 en 2024) evidencian dificultades para ejecutar políticas públicas de forma eficaz, derivadas de inestabilidad política y limitaciones administrativas.

El control de la corrupción se mantiene en niveles muy bajo, con valores cercanos a cero, reflejando la persistencia de prácticas opacas dentro del sector público. Este comportamiento limita la confianza de los inversionistas y obstaculiza la integración plena del país a los estándares de gobernanza de la Unión Europea. Aunque el índice de calidad regulatoria alcanza un promedio de 0,34, su tendencia descendente en 2024 evidencia la falta de continuidad en las políticas de fortalecimiento normativo. Ello se traduce en un entorno empresarial con altos costos de cumplimiento y baja previsibilidad.

Finalmente, el índice de estabilidad política muestra una tendencia decreciente (de 0,59 en 2021 a 0,35 en 2024), lo que refuerza la percepción de vulnerabilidad institucional. El índice de percepción de la corrupción, estancado en 46 puntos, confirma que los avances en transparencia han sido limitados. En conjunto, Rumania enfrenta el desafío de consolidar una estructura estatal más eficiente, fortalecer la independencia judicial y mejorar la calidad regulatoria como condiciones

indispensables para incrementar su competitividad internacional y atraer capital extranjero sostenible.

Tabla 22. Indicadores del sistema financiero y del mercado bursátil

	Puntuaciones z de sistemas bancarios	Tipos de interés del crédito bancario al sector privado	Índice de rotación del mercado bursátil	Número de empresas que cotizan la bolsa	Rentabilidad del mercado bursátil
	Escala 1 a 100	%	%	Compañías	%
Estados Unidos	31,06	7,25	116,08	4.642	32,65
Polonia	7,05	6,5	44,44	773	21,25
Rumania	10,34	9,32	8,5	82	13,75

Fuente: The Global Economy (2024).

El sistema financiero y bursátil de los tres países evidencian una marcada diferenciación en cuanto a madurez y dinamismo económico. Estados Unidos se destaca con una puntuación de 31,06 en sistemas bancarios, reflejando solidez institucional y eficiencia en la intermediación financiera. Su índice de rotación bursátil de 116,08 confirma un mercado altamente líquido y competitivo, donde la rentabilidad promedio del 32,65% impulsa la inversión y la diversificación empresarial. Este entorno financiero estable representa una ventaja significativa para las microempresas como Textiles Vanesa, al ofrecer seguridad monetaria y capacidad de financiamiento en operaciones internacionales.

En contraste, Polonia y Rumania presentan estructuras financieras menos desarrolladas, con índices de rotación bursátil de 44,44% y 8,5%, respectivamente, lo que detona menor dinamismo de mercado. Polonia, pese a un interés bancario moderado del 6,5 %, mantiene una base sólida de 773 empresas cotizantes, lo que la posiciona como un mercado europeo emergente con atractivo control de riesgo. Rumania, con solo 82 empresas en bolsa y una rentabilidad del 13,75%, revela limitaciones de liquidez y un sistema financiero aún en consolidación.

Desde la perspectiva de internacionalización de las sábanas de piel de durazno, Estados Unidos se configura como el mercado más favorable por su acceso a crédito, transparencia y poder adquisitivo. Polonia, aunque intermedia, representa una puerta de entrada estratégica al mercado europeo, especialmente por su estabilidad crediticia y su adhesión al marco financiero comunitario. Rumania, por su parte, exige una estrategia de bajo riesgo y financiamiento externo, ya que su

entorno financiero aún no ofrece condiciones óptimas para operaciones de importación de textiles de alto valor agregado.

Tabla 23. Tributación aplicada a la partida arancelaria según país

Tributos			
Partida arancelaria	Ad-valoren	Liberación	IVA
Estados Unidos	13,2%	Varía de acuerdo con el producto	0% a 10% (varía según el estado)
Polonia	3%	Varía de acuerdo con el producto	23%
Rumania	2%	Varía de acuerdo con el producto	19%

Fuente: Entidades aduaneras y tributarias oficiales

La estructura impositiva refleja directamente la competitividad del mercado para la inserción de productos textiles. En Estados Unidos, el arancel ad-valorem del 13,2% y un IVA variable de 0% a 10% según el estado evidencian una política fiscal descentralizada, flexible y sujeta a la categoría del producto. Esta heterogeneidad puede representar tanto una oportunidad como un desafío para Textiles Vanesa: la clave está en seleccionar los estados con menores tasas impositivas y aprovechar acuerdos de preferencia arancelaria, optimizando así la rentabilidad de exportación.

Polonia, con un arancel del 3% y un IVA del 23%, muestran un marco tributario más uniforme y previsible, lo que reduce la incertidumbre en las operaciones comerciales. A pesar del impuesto al valor agregado elevado, su estructura arancelaria moderada favorece la entrada de textiles ecuatorianos competitivos, especialmente aquellos que cumplen con estándares de sostenibilidad y etiquetado europeo. Este entorno tributario controlado favorece el posicionamiento de productos diferenciados, como las sábanas de piel de durazno, dentro del mercado de consumo consciente europeo.

Rumania ofrece la tasa arancelaria aún más reducida del 2% y un IVA del 19%, configurándose como un punto de acceso fiscalmente atractivo para exportaciones. Sin embargo, el bajo nivel de consumo interno y la limitada capacidad logística condicionan su atractivo. Para la microempresa, Rumania puede representar un mercado exploratorio o de redistribución hacia Europa del Este, aprovechando los bajos costos tributarios para ensayar estrategias de posicionamiento gradual sin asumir altos riesgos fiscales ni financieros.

Tabla 24. Barreras no arancelarias para los países seleccionados

Estados Unidos		
Descripción	Institución	Normativa
Autorización a importadores por requisitos sanitarios	FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos)	Título 21 del Reglamento General de cumplimiento (CFR)
Restricciones a sustancias químicas en textiles	EPA, FDA	Título 21 del CFR; certificación y cumplimiento para productos de consumo
Etiquetado e instrucciones de cuidado	FDA, FTC	Ley de Identificación Productos de Fibra Textil (16 CFR 303)
Certificaciones de seguridad e inflamabilidad de textiles	CPSC (Comisión para la Seguridad de Productos de Consumo), FDA	Ley de tejidos Inflamables (16 CFR 1610)
Polonia		
Evaluación de conformidad y calidad textil	Inspección Nacional de Insumos Industriales (UOKiK)	Ley de calidad de bienes y Servicios, Reglamento CE 765/2008
Etiquetado obligatorio fibra y país de origen	Ministerio de Desarrollo Económico	Reglamento UE 1007/2011 sobre denominaciones de fibras
Restricción de sustancias y productos químicos	Inspección Sanitaria, ECHA	Reglamento REACH, Reglamento UE 1907/2006
Rumania		
Certificaciones de cumplimiento y seguridad	Autoridad de Protección al Consumidor	Ordenanza 21/1992, Ley de Protección del Consumidor
Etiquetado obligatorio y declaración de componentes	Ministerio de Economía, Inspección de Calidad	Reglamento UE 1007/2011, Ley de Etiquetado Textil
Restricción de sustancias químicas en textiles	Agencia Nacional de Sustancias Químicas	Reglamento REACH UE 1907/2006

Fuente: Organización Mundial del Comercio (i-TIP), World Integrated Trade Solution (WITS), Banco Mundial, Market Access Map (2025).

Las barreras no arancelarias constituyen un elemento crítico para la internacionalización de los productos textiles, especialmente aquellos que involucran contacto directo con el consumidor final, como las sábanas de piel de durazno. En Estados Unidos, la presencia de organismos como la FDA, FTC y CPSC establece estrictos controles de seguridad, etiquetado y contenido químico en textiles. Estas regulaciones, aunque exigentes, garantizan la transparencia y la confianza del consumidor, por lo que Textiles Vanesa deberá cumplir rigurosamente con normas como la Ley de etiquetado de fibras textiles (15 CFR 303) para ingresar exitosamente al mercado estadounidense con certificaciones de inocuidad y calidad.

En el caso de Polonia, la aplicación de reglamentos de la Unión Europea, como el Reglamento CE 765/2008 y el REACH, implica la evaluación de conformidad y control

de sustancias químicas, garantizando la trazabilidad de los materiales. Esto representa un desafío técnico, pero también una oportunidad estratégica para la microempresa, ya que certificarse bajo estándares europeos le permitirá no solo acceder a Polonia, sino también expandirse al resto del bloque comunitario sin restricciones adicionales. Cumplir con estas normativas reforzará la imagen de Textiles Vanesa como marca sostenible y responsable ambientalmente.

Por otro lado, Rumania presenta un sistema regulatorio alineado con las directrices europeas, pero con menor capacidad institucional para su aplicación. Las normas de etiquetado y protección del consumidor (Ordenanza 21/1992 y Reglamento UE 1907/2006) son menos rigurosas en su fiscalización, lo que facilita el ingreso de productos extranjeros. Para Textiles Vanesa, este entorno regulatorio más flexible podría aprovecharse como una fase inicial de internacionalización dentro del mercado europeo oriental, permitiendo ajustar los procesos de certificación y adaptación antes de expandirse hacia economías con mayores exigencias regulatorias.

4.1.1.6. Indicadores económicos

Tabla 25. Indicadores macroeconómicos de Estados Unidos (2020-2024)

Indicadores	Estados Unidos				
	2020	2021	2022	2023	2024
PIB (miles de millones de USD)	21.354.105	23.681.171	26.006.893	27.720.709	29.184.890
PIB per cápita (USD)	64.401,5	71.307,4	77.860,9	82.304,6	85.809,9
Tasa de inflación (%)	1,2	4,7	8	4,1	2,9
Tasa de paro (% de la población activa)	8,1	5,3	3,6	3,6	4,1
Índice de competitividad Global (de 1= bajo a 100= alto)	79,09	89,1	89,9	91,14	92,1
Índice de desempeño logístico (de 1= bajo a 5= alto)	3,87	3,8	3,9	3,9	3,8

Fuente: Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional (FMI) y World Economic Forum (2025).

El comportamiento macroeconómico de Estados Unidos revela una economía altamente estable, resiliente y con una tendencia expansiva. El PIB creció de 21.3 a 29,1 millones de USD entre 2020 y 2024, impulsado por la innovación tecnológica, el consumo interno y la recuperación postpandemia. Este dinamismo, junto con un PIB

per cápita que supera los 85.809,9 USD, lo posicionan como un mercado de altísimo poder adquisitivo, ideal para la colocación de productos premium como las sábanas de piel de durazno de Textiles Vanesa, cuyo valor agregado puede orientarse a consumidores que priorizan calidad, confort y sostenibilidad.

La inflación se mantuvo bajo control, pasando del 8% en 2022 a 2,9% en 2024, lo que refleja una política monetaria efectiva y una estabilidad de precios que reduce los riesgos para los exportadores. La tasa de desempleo promedio del 4% muestra una economía en pleno empleo, generando un entorno de demanda interna constante. Estos factores consolidan un escenario macroeconómico favorable para el ingreso de bienes de consumo importados, especialmente aquellos que se orientan a nichos de lujo o bienestar doméstico, segmento donde las sábanas de piel de durazno podrían competir por diferenciación de textura y origen natural.

Finalmente, el índice de competitividad global (92,1) y el índice logístico (3,8) reafirma la capacidad de Estados Unidos para mantener un comercio internacional eficiente y transparente. Su infraestructura portuaria, aduanera y digital avanzada reduce costos de transacción y tiempos de entrega. Para Textiles Vanesa, esto implica no solo un destino de alto valor económico, sino también un entorno donde la logística internacional se optimiza, permitiendo integrar la cadena de suministro ecuatoriana al sistema comercial estadounidense con eficiencia y trazabilidad.

Tabla 26. Indicadores macroeconómicos de Polonia (2020-2024)

Polonia					
Indicadores	2020	2021	2022	2023	2024
PIB (miles de millones de USD)	605.914.186,12	689.170.171,19	695.607.522,88	812.451.128,98	914.696.430,33
PIB per cápita (USD)	16.150,9	18.635,5	18.891,2	22.145,3	25.022,7
Tasa de inflación (%)	3,4	5,1	14,4	11,5	3,8
Tasa de paro (% de la población activa)	3,2	3,3	2,8	2,7	2,5
Índice de competitividad Global (de 1= bajo a 100= alto)	67,2	68	69,5	70,1	71
Índice de desempleo	3,54	3,43	3,6	3,7	3,7

logístico (de 1= bajo a 5= alto)

Fuente: Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional (FMI) y World Economic Forum (2025).

Polonia muestra un desempeño económico en ascenso sostenido, con un PIB que pasó de 605.914 a 914.696 millones de USD, demostrando resiliencia y convergencia hacia los niveles medios de la Unión Europea. Este crecimiento ha sido acompañado por un aumento progresivo del PIB per cápita, que alcanza los 25.022 USD en 2024, lo que evidencia un fortalecimiento del poder de compra y una expansión de la clase media. Dicho contexto abre una ventana de oportunidad para Textiles Vanesa, ya que el consumidor polaco se orienta cada vez más hacia textiles de diseño moderno, confortables y con materiales diferenciados.

La inflación, aunque fluctuante (14,4% en 2022 y 3,8% en 2024), refleja la adaptación del país a choques energéticos y monetarios, estabilizándose gracias a políticas del Banco Nacional de Polonia. La tasa de desempleo, en torno al 2,5%, evidencia una economía activa y con estabilidad laboral, condiciones que potencian el consumo interno. Estos factores, sumados a su pertenencia a la Unión Europea, convierte a Polonia en un mercado atractivo para productos importados con características innovadoras y sostenibles, como las sábanas de piel de durazno ecuatorianas, que podrían diferenciarse mediante su valor ecológico y confort térmico.

El índice de competitividad global (71) y el desempeño logístico (3,7) relejan un sistema económico estructurado, con infraestructura y normativas comerciales alineadas a los estándares comunitarios. Esto facilita el ingreso de productos desde terceros países bajo marcos de trazabilidad y control de calidad definidos. Para Textiles Vanesa, exportar a Polonia representa una oportunidad estratégica para acceder al bloque europeo, aprovechando un entorno logístico eficiente y un mercado en expansión que valora la combinación entre precio justo y atributos de bienestar.

Tabla 27. Indicadores macroeconómicos de Rumania (2020-2024)

Rumania					
Indicadores	2020	2021	2022	2023	2024
PIB (miles de millones de USD)	252.033.792,71	286.578.196,37	296.354.358,29	350.775.856,42	382.767.571,33
PIB per cápita (USD)	13.082,3	14.986,8	15.557,9	18.404,3	20.072,4

Tasa de inflación (%)	2,6	5,1	13,8	10,4	5,7
Tasa de paro (% de la población activa)	5	5,6	5,6	5,6	5,4
Índice de competitividad Global (de 1= bajo a 100= alto)	63,4	64	65,1	65,6	66
Índice de desempeño logístico (de 1= bajo a 5= alto)	2,9	3,12	3,07	3,1	3,12

Fuente: Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional (FMI) y World Economic Forum (2025).

Rumania presenta una economía en desarrollo con tendencia de crecimiento sostenido, reflejando en el aumento del PIB de 252.033 a 382.767 millones de USD. Este crecimiento, aunque moderado, evidencia una reactivación basada en el consumo interno y las exportaciones industriales. El PIB per cápita creció de 13.082 a 20.072 USD, lo que sugiere una mejora en los niveles de vida y un mercado emergente con potencial para bienes de consumo intermedio. Para Textiles Vanesa, Rumania puede presentar un mercado exploratorio o de distribución regional, dada su ubicación estratégica y sus costos logísticos relativamente bajos hacia Europa del Este.

A pesar de su avance económico, la inflación presenta volatilidad (13,8% en 2022 y 5,7% en 2024), lo que refleja vulnerabilidad ante los precios energéticos y a dependencia de importaciones. Sin embargo, la tasa de desempleo, estable en torno al 5,5% sugiere una fuerza laboral activa y una base productiva consolidada. Estos indicadores, combinados con un consumo interno creciente, permite proyectar un aumento de la demanda de productos para el hogar funcionales, donde las sábanas de piel de durazno podrían posicionarse como un artículo diferenciador por su suavidad, durabilidad y relación costo-beneficio.

Tabla 28. Escala de medición matriz POAM

Escala de medición matriz POAM		
Oportunidades	Alta	3
	Media	2
	Baja	1
Amenazas	Alta	3

Media	2
Baja	1

Fuente: Gill. H, (2010).

La metodología POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio) se aplicó mediante un procedimiento analítico y sistemático, orientado a la identificación, clasificación y jerarquización de los factores externos que inciden en el desempeño competitivo de la microempresa Textiles Vanesa en su proceso de internacionalización. Este enfoque permite comprender con rigor técnico las condiciones del entorno global y determinar en qué medida cada variable representa una oportunidad o una amenaza para la inserción de producto en los mercados internacionales seleccionados.

El proceso metodológico inició con la recopilación exhaustiva y validada de información secundaria provenientes de fuentes internacionales confiables como el Banco Mundial, El Fondo Monetario Internacional, Trade Map, Datosmacro y el World Economic Forum, abarcando dimensiones económicas, institucionales, financieras, tributarias y regulatorias. A partir de dicha información se realizó la segmentación de variables críticas en dos categorías analíticas: oportunidades asociadas a condiciones favorables para el ingreso al mercado; y amenazas, vinculada a restricciones, riesgos o desventajas competitivas que podrían limitar la expansión comercial de la microempresa.

Posteriormente, cada factor fue sometido a una evaluación cuantitativa mediante la escala de Gill (2010), la cual asigna valores de 1 a 3 para estimar el nivel de impacto potencial: bajo, medio o alto. Esta ponderación numérica permitió una comparación objetiva y jerarquizada entre los mercados de Estados Unidos, Polonia y Rumania, facilitando la valoración integral el entorno externo. Finalmente, los resultados se integraron en una matriz POAM estructurada, que posibilita la interpretación estratégica del equilibrio entre oportunidades y amenazas, ofreciendo una base empírica sólida para la toma de decisiones fundamentadas sobre el destino óptimo de internacionalización para las sábanas de piel de durazno de Textiles Vanesa.

Tabla 29. Matriz POAM en Estados Unidos, Polonia y Rumania

Factores Sociales	Estados Unidos				Polonia				Rumania			
	Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza	
	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos
Población	Alta	3			Media	2			Baja	1		
Paridad del poder adquisitivo	Alta	3			Media	2			Baja	1		
Remuneración mínima	Alta	3			Media	2			Baja	1		
Población económicamente activa (Potenciales consumidores) PEA	Alta	3			Media	2			Baja	1		
Gasto de consumo de los hogares (Millones)	Alta	3			Media	2			Baja	2		
Empleo por sector país	Alta	3			Media	2			Baja	2		
Suma		18				12				8		
Promedio		3				2				1,33		
Factores Políticos												
Control de corrupción			Baja	1			Media	2			Alta	3
Acuerdos comerciales	Media	2			Media	2			Media	2		
Balanza comercial	Alta	3			Baja	1			Media	2		
Estabilidad Política	Media	2			Alta	3			Baja	1		
Barreras arancelarias			Alta	3			Baja	1			Baja	1
IVA			Media	2			Alta	3			Alta	3
Barreras no arancelarias			Alta	3			Media	2			Media	2
Estabilidad del sistema bancario	Alta	3			Alta	3			Media	2		
Suma		10		9		9		8		7		9

Promedio	2,50		2,25		2,25		2		1,75		2,25	
Factores Económicos	Estados Unidos				Polonia				Rumania			
	Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza	
	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos
Producto interno Bruto (PIB)	Alta	3			Media	2			Media	2		
PIB per cápita (USD)	Alta	3			Baja	1			Baja	1		
Tasa de paro (% de la población activa)			Alta	3			Baja	1			Media	2
Tasa de inflación (% precios al consumidor)			Media	2			Media	2			Alta	3
Índice de competitividad global	Media	2			Baja	1			Baja	1		
Desempeño logístico	Alta	3			Media	2			Media	2		
Suma		11		5		6		3		6		5
Promedio		2,75		2,5		1,50		1,50		1,50		2,5

Fuente: Los puntajes para cada factor se basan en una escala de 1 a 3, donde 1 es bajo, 2 es medio y 3 es alto.

Tabla 30. Resultados de la matriz POAM

Resultados de la Matriz POAM						
Factores del entorno	Estados Unidos		Polonia		Rumania	
	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas
Factores Sociales	3,00	0,00	2,00	0,00	1,33	0,00
Factores Políticos	2,50	2,25	2,25	2,00	1,75	2,25
Factores Económicos	2,75	2,50	1,50	1,50	1,50	2,50
Total	8,25	4,75	5,75	3,5	4,58	4,75
Promedio	2,75	1,58	1,92	1,17	1,53	1,58
Calificación	1,17		0,75		-0,05	

Fuente: Adaptado con base a datos obtenidos de la matriz POAM

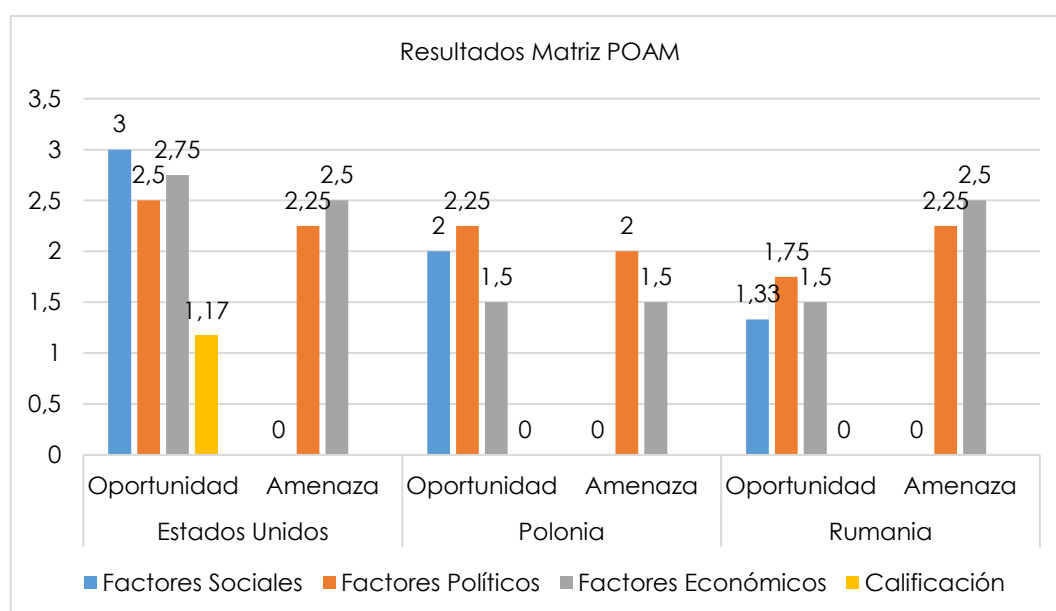


Figura 9. Resultados de la Matriz POAM

La tabla muestra los resultados de la matriz POAM aplicado a los mercados de Estados Unidos, Polonia y Rumania, a través de la ponderación de factores sociales, políticos y económicos, Estados Unidos constituye el destino óptimo para la internacionalización de las sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa. Este resultado se sustenta en la combinación de un entorno macroeconómico estable, una estructura institucional sólida y un mercado con amplio poder adquisitivo, que en conjunto configuran condiciones de alta oportunidad y bajo riesgo comercial.

Desde el componente social, Estados Unidos alcanza el puntaje máximo promedio (3), reflejando un entorno de consumo altamente dinámico, caracterizado por una

población económicamente activa robusta, elevados niveles salariales y un gasto per cápita significativo en artículos de confort y bienestar para el hogar. Estas condiciones indican una demanda sostenida de productos textiles premium, especialmente aquellos asociados con confort, durabilidad y atributos ecológicos, como las sábanas de piel de durazno. En cambio, Polonia y Rumania muestran valores promedio de 2 y 1,33 respectivamente, lo que revela menor capacidad adquisitiva y limitaciones de mercado que podrían restringir la penetración del producto en sus segmentos de consumo.

En cuanto a los factores políticos, Estados Unidos mantiene un entorno de gobernabilidad estable, con un sistema financiero altamente confiable y un marco normativo transparente que favorece la inversión y el comercio internacional. Aunque presenta mayores exigencias regulatorias y arancelarias, estas se interpretan como barreras de calidad más que de acceso, ya que garantizan competitividad y credibilidad ante los consumidores internacionales. La política de acuerdos comerciales y la fortaleza del sistema bancario estadounidense proporcionan seguridad jurídica y financiera, lo que se traduce en un riesgo país mínimo. Polonia y Rumania, pese a su integración en la Unión Europea, exhiben indicadores menos consistentes en estabilidad política y control de corrupción, lo cual eleva la incertidumbre y limita la confiabilidad del entorno de negocios.

En el ámbito económico, Estados Unidos sobresale nuevamente con promedios de 2,75 en oportunidades frente a 2,50 en amenazas. Su PIB superior a los 29 billones de USD, un PIB per cápita de más de 85.000 USD, y una tasa de desempleo inferior al 4% reflejan un ciclo económico maduro, estable y de alta productividad. Además, su desempeño logístico (3,8) y competitividad global (92,1) garantizan eficiencia en el transporte, distribución y cumplimiento de estándares internacionales. En comparación, Polonia y Rumania presentan economías emergentes con mayor inflación, menor rentabilidad y menor capacidad de absorción de productos de valor agregado, lo que reduce su atractivo como mercados prioritarios de exportación.

4.1.1.7. Segmentación de mercado de Estados Unidos

La segmentación del mercado de Estados Unidos constituye un proceso esencial para identificar los grupos de consumidores con mayores probabilidades de demanda efectiva del producto sábanas de piel de durazno de la microempresa

Textiles Vanesa. Este procedimiento permite clasificar el extenso y diversificado mercado estadounidense mediante variables geográficas, demográficas, culturales y económicas, con el fin de comprender patrones de consumo, preferencias y comportamientos de compra.

La aplicación de esta metodología facilita una orientación estratégica más precisa, al concentrar los esfuerzos comerciales en los nichos con mayor capacidad adquisitiva y afinidad hacia productos innovadores y sostenibles. De esta manera, la segmentación no solo delimita el público objetivo, sino que también proporciona una base sólida para estimar la demanda potencial.

Tabla 31. Factores descriptivos de Estados Unidos

Factor	Descripción
Geográficos	Estados Unidos se sitúa en América del Norte, abarcando aproximadamente 9.831.510 km ² y compuesto por 50 estados. Su población de 2024 era de 340.110.988 habitantes conforme al censo oficial. El 80% aproximadamente de la población reside en áreas urbanas, con estados como California, Texas y Florida como grandes centros metropolitanos.
Demográficos	En 2020, la población de 65 años y más alcanzó 55,8 millones, lo que representó el 16,8% del total nacional. Este grupo senior creció un 38,6% respecto a 2010. La composición étnica es diversa: los grupos hispano, afroamericano, asiático y multirracial han incrementado su proporción dentro de la población mayor de 65 años.
Culturales	Estados Unidos configura un mosaico cultural fruto de la inmigración histórica. En 2024, la proporción de adultos que se identifican como cristianos fue del 62% aproximadamente, con protestantes alrededor del 40% y católicos cerca del 19%. Esta diversidad implica hábitos de consumo variados y un mercado sensible a valores como la sostenibilidad, el diseño moderno y el confort del hogar.
Económicos	Con un producto interno bruto que supera los 26 billones de USD, Estados Unidos mantiene la economía más grande del mundo. El poder adquisitivo per cápita se sitúa muy por encima de USD 60.000. El mercado de consumo interno representa alrededor del 70% del PIB, y la moneda el USD es además referencia internacional. Todos estos factores generan un entorno de alta demanda potencial para productos de valor agregado como las sábanas de piel de durazno.

Fuente: Censo de Estados Unidos y otras fuentes económicas.

Desde el punto geográfico, Estados Unidos presenta una localización estratégica en América del Norte, con una vasta extensión territorial de 9,83 millones de km² que abarca múltiples zonas climáticas, desde el ártico en Alaska hasta el tropical en Hawái. Esta diversidad geográfica favorece el desarrollo de una amplia variedad de actividades productivas, logísticas y comerciales, potenciando su conectividad internacional a través de sus costas en el Atlántico y el Pacífico. Además, su red de

infraestructura moderna y su acceso a importantes puertos permiten una eficiente distribución de bienes, lo que fortalece su posición como potencia comercial global.

En el ámbito demográfico, Estados Unidos posee una población superior a los 340 millones de habitantes, concentrada mayoritariamente en áreas urbanas de alta densidad como California, Texas y Florida. SE evidencia un proceso de envejecimiento progresivo, con el 16,8% de personas mayores a 65 años, acompañado por una diversidad étnica creciente que incluye hispanos, afroamericanos, asiáticos y multirraciales. Este panorama poblacional genera un mercado de consumo amplio y heterogéneo, donde las preferencias varían según su edad, origen y nivel socioeconómico, representando una oportunidad para productos personalizados y culturalmente adaptables como las sábanas de piel de durazno.

En cuanto a los factores culturales y económicos, Estados Unidos se define como una sociedad plural e inclusiva, moldeada para la inmigración y la coexistencia de múltiples religiones, valores y estilos de vida. Con un PIB que supera los 26 billones de dólares y un poder adquisitivo per cápita superior a los 60.000 USD, su economía se sostiene en el consumo interno, que representa alrededor del 70% del PIB. Este entorno económico dinámico, junto con la estabilidad del dólar como moneda de reserva mundial, convierte al país en un mercado atractivo para bienes diferenciados, de alta calidad y diseño innovador.

Tabla 32. Datos económicos y sociales de Estados Unidos

Nombre	Estados Unidos
Capital	Washington, D.C
Moneda	Dólar
Población total	340.110.988
Lengua oficial	Inglés
PIB	29.184.890
PIB Per Cápita	85.809,9
Tasa de Inflación	2,9%
Tasa de desempleo	4,1%
IVA general	0% a 10,25% (varía según el Estado)
Balanza comercial	-1.294.793.613
Tipo de interés	5,33%
Índice de corrupción	69
Índice de desarrollo humano	0,927
Ranking de competitividad	9

Ranking de innovación	63,6
Comercio exterior	Estados Unidos continúa siendo uno de los principales protagonistas del comercio internacional, destacándose como el mayor importador y el segundo mayor exportador mundial de bienes y servicios. Su estructura comercial se caracteriza por alta diversificación productiva, con exportaciones orientadas a sectores de alta tecnología, maquinaria, productos farmacéuticos, aeronaves y servicios financieros, mientras que sus importaciones se concentran en manufacturas, petróleo, textiles y bienes de insumo. Los principales socios comerciales del país son China, Canadá, México, Japón y Alemania, con los cuales mantiene una intensa interdependencia económica. A pesar de su saldo comercial negativo en el último año, la capacidad tecnológica, la inversión extranjera y la estabilidad institucional consolidan a Estados Unidos como una de las economías más competitivas y atractivas del mundo.

Fuente: Gobierno de Estados Unidos y fuentes económicas.

El panorama económico y social de Estados Unidos refleja una economía sólida, diversificada y con gran capacidad de absorción de bienes importados, lo que lo convierte en un mercado altamente atractivo para la internacionalización de industrias como la de las sábanas de piel de durazno. Con un PIB de 29,18 billones de dólares y un PIB per cápita de 85.809 USD, el país se mantiene como la economía más grande y dinámica del mundo. La tasa de inflación del 2,9% y el desempleo del 4,1% evidencian un entorno macroeconómico estable, donde el poder adquisitivo de los consumidores impulsa una demanda constante por bienes diferenciados de alta calidad.

A pesar de registrar una balanza comercial negativa (-1,29 billones de USD), esta situación refleja una dependencia estructural de importaciones, especialmente en sectores de manufactura y consumo, lo cual representa una oportunidad estratégica para nuevos exportadores que buscan posicionarse en nichos de mercado especializados. Su tipo de interés promedio de 5,33%, aunque elevado, se orienta a controlar la inflación sin afectar significativamente la inversión privada ni el consumo.

En términos sociales y estructurales, el índice de desarrollo humano de 0,927 sitúa a Estados Unidos entre los países con mayor bienestar global, apoyado por una infraestructura tecnológica avanzada y un sistema de innovación robusto. Su ranking de competitividad (9º) y ranking de innovación (63,6 puntos) consolidan un entorno favorable para la expansión empresarial y el comercio internacional. Además, la amplia red de acuerdos comerciales y la estabilidad institucional fortalecen su atractivo como destino para la exportación de bienes diferenciados, posicionándolo como un mercado estratégico de alto potencial para productos textiles innovadores y sostenibles.



Figura 10. Segmentación de Estados en EE. UU.

Fuente: Google Trends (2025).

La figura corresponde a la segmentación de mercado en Estados Unidos, obtenida mediante la herramienta Google Trends, evidencia un alto nivel de interés de búsqueda relacionado con el producto "sábanas de piel de durazno" en los estados de Nueva York, Nueva Jersey, California, Illinois y Arizona. Estos resultados reflejan una concentración de demanda en zonas con elevada densidad poblacional, poder adquisitivo medio-alto y una fuerte inclinación hacia productos textiles.

El análisis geográfico demuestra que estos estados representan mercados estratégicos para la introducción del producto, al combinar condiciones climáticas diversas, sectores hoteleros y residenciales consolidados, y una cultura de consumo orientada a la innovación y al bienestar doméstico. En particular, California y Nueva York destacan por su dinamismo económico y apertura a productos importados, mientras que Nueva Jersey, Illinois y Arizona ofrecen nichos emergentes vinculados al sector turístico y de hospitalidad.

Esta segmentación confirma que la estrategia de internacionalización de Textiles Vanesa hacia estos estados resulta altamente viable, ya que responden a un perfil de consumidor exigente, con alto valor percibido por la calidad, durabilidad y versatilidad del producto. Este enfoque permitirá posicionar las sábanas de piel de durazno como una alternativa premium dentro del mercado textil estadounidense, potenciando la competitividad de la microempresa ecuatoriana.

Tabla 33. Indicadores Económicos de Nueva York, Nueva Jersey y California

Factores Económicos			
Indicadores	Nueva York	Nueva Jersey	California
PIB (USD)	2.322.138,9	846.587,5	4.048.108,1
PIB per cápita (USD)	116.882,77	89.106,49	102.662,40
Tasa de empleo (%)	4,2	4,6	5,2
Tasa de desempleo (%)	4,4	4,6	5,4

Fuente: Bureau of Labor Statistics (BLS) (2025).

California se consolida como el estado de mayor fortaleza económica dentro del análisis, al registra un PIB de 4.048.108, 1 millones de USD y un PIB per cápita de 102.662,4 USD, lo que refleja su papel como el principal motor productivo de los Estados Unidos. Su estructura económica se caracteriza por una fuerte diversificación en sectores tecnológicos, manufactureros y de servicios, que genera una alta capacidad adquisitiva y un entorno ideal para la introducción de productos textiles de calidad superior, como las sábanas de piel de durazno.

Por su parte, Nueva York presenta un PIB de 2.322.138,9 millones de USD y el PIB per cápita más alto del grupo (116.882,77 USD), evidenciando un nivel de desarrollo y productividad sobresaliente. A pesar de mantener una tasa de desempleo del 4,4% su alta concentración poblacional, poder de consumo y dinamismo comercial consolidan un mercado atractivo, especialmente en los sectores hoteleros, institucional y minorista.

Nueva Jersey, con un PIB de 846.587,5 millones de USD y un PIB per cápita de 89.106,49, USD, se ubica como un estado con economía estable y población de ingresos medios-altos. Su tasa de desempleo del 4,6 se mantiene dentro del promedio nacional, lo que indica un mercado laboral equilibrado. En conjunto, los tres estados ofrecen un escenario favorable para la comercialización de productos textiles diferenciados, siendo California y Nueva York los mercados más estratégicos por su tamaño económico, densidad poblacional y preferencias de consumo sofisticadas.

4.1.1.8. Indicadores Demográficos

Tabla 34. Factores Deográficos de Nueva York, Nueva Jersey y California

Factores Demográficos			
Indicadores	Nueva York	Nueva Jersey	California
Habitantes	19.867.248	9.500.851	39.431.263
Personas de 65 años (%)	18,6	17,8	15,9
Tasa de natalidad (%)	10,7	10,9	10,4
Tasa de mortalidad (%)	8,1	8,3	7,1

Fuente: CDC Wonder y Census Bureau (2024).

California destaca como el estado con mayor población (39,4 millones de habitantes) y una estructura demográfica relativamente joven, donde sólo en 15,9% de sus residentes supera los 65 años. Este perfil sugiere una fuerza laboral activa y elevada rotación de consumo, ideal para productos textiles de uso cotidiano y hotelero, como las sábanas de piel de durazno. Además, su tasa de natalidad del 10,4% y baja mortalidad (7,1%) confirman una tendencia de crecimiento estable, sostenida por una economía diversificada y flujos migratorios constantes que impulsan la demanda de bienes duraderos.

Por su parte, Nueva York evidencia un proceso de envejecimiento más acentuado, con el 18,6 de su población en el grupo de adultos mayores, lo que implica un mercado maduro con preferencias de calidad, confort y diseño. Aunque la tasa de natalidad es ligeramente inferior y el poder adquisitivo de sus consumidores convierte a este estado en un mercado estratégico y reposición constante y alto valor agregado.

Nueva Jersey, con 9,5 millones de habitantes, mantiene un equilibrio demográfico entre juventud y madurez poblacional, reflejando en su 17,8% de personas mayores de 65 años. Su tasa de natalidad (10,9%) es la más alta entre los tres estados, mientras que su tasa de mortalidad (8,3%) se mantiene moderada, lo que refleja dinamismo familiar y estabilidad social. Este perfil demográfico lo posiciona como un mercado intermedio ideal para introducir productos textiles funcionales y de calidad, destinados a segmentos domésticos y comerciales con alta rotación de consumo.

En conjunto, estos tres estados conforman un bloque de consumo diversificado, donde la combinación de densidad poblacional, poder adquisitivo y composición etaria brinda oportunidades concretas para la internacionalización del producto.

4.1.1.9. Factores Geográficos

Tabla 35. Factores Geográficos de Nueva York, Nueva Jersey y California

Factores Geográficos			
Indicadores	Nueva York	Nueva Jersey	California
Superficie	141.297 km ²	22.591 km ²	423.967 km ²
Clima	Continental húmedo	Subtropical húmedo	Árido y mediterráneo
Distancia de Ecuador	4.685,98 km	4.621,11 km	6.043,62km

Fuente: Datosmacro, Weather Spark y Distance (2025).

California, con una extensa superficie de 423.967 km², se posiciona como el estado con mayor densidad geográfica del grupo. Su clima árido y mediterráneo proporciona condiciones favorables tanto para la producción agrícola como para la actividad industrial y turística. Esta diversidad climática permite una operación comercial constante durante todo el año, beneficiando la distribución y el consumo de productos textiles. Además, su distancia al Ecuador (6.043,62 km) constituye a una variabilidad térmica moderada que fomenta la demanda de textiles adaptables a distintos entornos climáticos, como las sábanas de piel de durazno.

Nueva York, con una extensión de 141.297 km² y un clima continental húmedo, presenta estaciones bien marcadas que influyen en los patrones de consumo. Los inviernos fríos y veranos cálidos generan una mayor rotación estacional de productos textiles, lo que favorece la comercialización de artículos de uso doméstico versátil. A pesar de su mayor distancia al Ecuador (4.685,98 km), el dinamismo urbano y la densidad poblacional de este estado impulsan un mercado estable con alta capacidad de importación y consumo diversificado.

Por otra parte, Nueva Jersey, con 22.591 km², posee un clima subtropical húmedo, caracterizado por veranos cálidos e inviernos moderados, condiciones que mantienen una demanda constante de textiles ligeros y de alta calidad. Su cercanía al Ecuador (4.621,11 km) y proximidad a los principales puertos del noreste estadounidense la convierte en una zona logística estratégica para la distribución de mercancías importadas.

Tabla 36. Matriz POAM de Nueva York, Nueva Jersey y California

Factores externos	Nueva York				Nueva Jersey				California			
	Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza	
	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos
Factores Económicos												
PIB (miles de millones de USD)	Media	2			Baja	1			Alta	3		
PIB per cápita (USD)	Alta	3			Baja	1			Media	2		
Tasa de empleo (%)	Baja	1			Media	2			Alta	3		
Tasa de desempleo (%)			Baja	1			Media	2			Alta	3
Suma		6		1		4		2		8		3
Promedio		2		1		1,33		2		2,67		3
Factores Demográficos												
Habitantes	Media	2			Baja	1			Alta	3		
Personas de 65 años (%)	Alta	3			Media	2			Baja	1		
Tasa de Natalidad (%)	Media	2			Alta	3			Baja	1		
Tasa de mortalidad (%)			Media	2			Alta	3			Baja	1
Suma		7		2		6		3		5		1
Promedio		2,33		2		2		3		1,67		1
Factores Geográficos												
Superficie	Media	2			Baja	1			Alta	3		
Clima	Alta	3			Alta	3			Media	2		
Distancia a Ecuador	Media	2			Alta	3			Baja	1		
Suma		7				7				6		
Promedio		2,33				2,33				2		

Tabla 37. Resultados de la Matriz POAM de Nueva York, Nueva Jersey y California

Resultados de la Matriz POAM						
Factores del entorno	Nueva York		Nueva Jersey		California	
	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas
Factores Económicos	2,00	1,00	1,33	2,00	2,67	3,00
Factores Demográficos	2,33	2,00	2,00	3,00	1,67	1,00
Factores Geográficos	2,33	0,00	2,33	0,00	2,00	0,00
Total	6,66	3,00	5,66	5,00	6,34	4,00
Promedio	2,22	1	1,87	1,67	2,11	1,33
Calificación	1,22		0,20		0,78	

Fuente: Adaptado con base a datos obtenidos de la matriz POAM

La matriz POAM evidencia que Nueva York es el estado con el centro más favorable para la introducción del producto “sábanas de piel de durazno”, alcanzando un puntaje total de 6,66 y un promedio de 2,2. Este resultado refleja un equilibrio óptimo entre las oportunidades económicas, demográficas y geográficas, con un diferencial positivo ($O-A= 1,22$) que indica mayor potencial de crecimiento que riesgo. En el ámbito económico, aunque la competencia es elevada, la magnitud del mercado y el poder adquisitivo de los hogares neoyorquinos (con un PIB per cápita superior a los USD 116.000) proporcionan condiciones sólidas para la comercialización de textiles de alta calidad. Además, la elevada densidad poblacional y el comportamiento de consumo diversificado contribuyen a un entorno propicio para productos diferenciados que ofrece durabilidad.

Por su parte, Nueva Jersey obtiene un puntaje total de 5,66 y un promedio de 1,87, lo que revela un entorno relativamente estable, pero con menor dinamismo. A pesar de sus condiciones demográficas favorables (alta población activa y consumo doméstico elevado), las amenazas económicas asociadas a los costos de importación y al amaño de su mercado reducen su atractivo. No obstante, su cercanía a los grandes centros logísticos del noreste, incluido el puerto de Nueva York, convierte al estado en un potencial mercado complementario de distribución secundaria.

Finalmente, California, con una puntuación total de 6,34 y un promedio de 2,11, muestra un entorno competitivo y diversificado, impulsado por su fortaleza

económica y su liderazgo en innovación. Sin embargo, las amenazas más altas (4,00) y la fuerte presencia de productores locales limitan la capacidad de inserción para nuevas marcas extranjeras. A pesar de su volumen de consumo, la saturación del mercado y los elevados estándares ambientales generan mayores barreras de entrada.

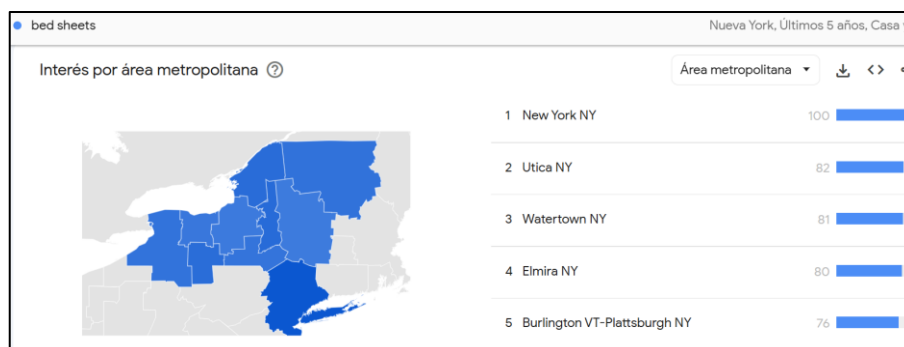


Figura 11. Interés por área metropolitana

Fuente: Google Trends (2025).

La figura 11 muestra el comportamiento del interés por área metropolitana en el estado de Nueva York, evidenciando que la ciudad de Nueva York (New York, NY) representa la mayor concentración de búsqueda y demanda asociada a textiles para el hogar. Este resultado confirma la alta sensibilidad del mercado neoyorquino hacia productos de confort y diseño, lo que resulta sumamente relevante para las sábanas de piel de durazno de Textiles Vanesa, un producto caracterizado por su textura suave, planchado permanente, resistencia al desgaste y adaptabilidad a cualquier clima. Estas propiedades posicionan al producto como un bien funcional y estético, ideal para los hábitos de consumo urbanos y el ritmo de vida acelerado del público estadounidense.

Dentro del área metropolitana de Nueva York, se destaca el distrito de Brooklyn como zonas estratégicas para la introducción inicial del producto. Este distrito mantiene una creciente demanda residencial y hotelera media, impulsada por el desarrollo de apartamentos turísticos, hoteleros boutique y viviendas multifamiliares. Que priorizan productos duraderos, confortables y de mantenimiento sencillo, como las sábanas de piel de durazno. Además, su estructura comercial abierta a importadores medianos, distribuidores locales y tiendas independientes ofrece condiciones más flexibles para un emprendimiento ecuatoriano.

Tras el análisis integral del mercado neoyorquino, se determina que la exportación de las sábanas de piel de durazno se dirigirá al distrito de Brooklyn, por representar el entorno más favorable para la inserción inicial del producto. Este distrito combina un creciente poder adquisitivo, una demanda constante de textiles para el hogar y hotelería media, y una estructura comercial muy accesible.

Tabla 38. Segmentación distrito de Brooklyn - Estados Unidos

Distrito de Brooklyn – Estado de Nueva York – Estados Unidos de América	
Geográfica	País: Estados Unidos de América.
	Capital: Washington D.C.
	Estado: Nueva York.
	Distrito: Brooklyn.
	Límite: Está rodeado principalmente por el distrito de Queens al norte, este y sur; por Manhattan al oeste y noroeste, y limita al suroeste con Staten Island a través del puente Verrazzano-Narrows.
	Superficie: 180 km ²
	Población: 2.617.631 habitantes.
	Clima: Urbano templado-húmedo con inviernos y veranos cálidos.
Demográficas	Edad Media: 36,3 años
	Género: Hombre y mujer
	Religión: 43% católicos, 22,4% judía, 4% musulmana y más del 28% sin afiliación religiosa
	Población Económicamente Activa: 64,1% de la población de 16 años o más en fuerza laboral.
Pictográficas	Estilo de vida: Estilo urbano y diverso: profesionales jóvenes, familias, población multicultural con sensibilidad a calidad y diseño.
	Tendencia de consumo: Preferencia hacia productos del hogar con diseños modernos, materiales cómodos, marca y estilo personalizable.
Conductuales	Ocasiones: Compra para hogar propio, renovación periódica de textiles, predisposición a renovar por estilo/calidad.
	Beneficio: Alta suavidad, durabilidad y buen mantenimiento de color y acabado.
	Frecuencia de consumo: Renovación aproximadamente cada 4-6 meses.
	Actitud hacia el producto: Positiva hacia nuevos productos

Fuente: Data Census (2024), WorldAtlas (2025), Statisticalatlas (2025), Datosmacro (2025)

4.1.1.10. Proyecciones de estudio

Con el fin de establecer las proyecciones del estudio, se aplica el método de mínimos cuadrados.

El método de mínimos cuadrados o regresión lineal es una técnica estadística que se utiliza para analizar y proyectar la relación existente entre variables cuantitativas, especialmente en estudios donde se busca establecer tendencias o pronósticos. Este método permite ajustar una línea o modelo matemático que minimiza las diferencias cuadráticas entre los valores reales observados y los valores estimados por la ecuación, obteniendo así una representación óptima del comportamiento de los datos.

De acuerdo con Castilla & Chocano (2024), su aplicación requiere comprender la relación funcional entre variables, evaluar las fuerzas de asociación mediante el coeficiente de correlación y determinar el grado de ajuste del modelo mediante el coeficiente de determinación (R^2). Estos elementos constituyen los fundamentos para validar la significancia estadística del modelo y garantizar la fiabilidad de las predicciones generadas, convirtiéndose en una herramienta esencial para los procesos de análisis, interpretación y proyección de datos.

Para calcular el pronóstico con el método de mínimos cuadrados se utilizó la fórmula $Y=a+b.x$, a continuación, se procede a calcular la proyección de la población del distrito de Brooklyn, se busca los datos históricos y se proyecta cinco años a futuro, para ello se aplica las siguientes fórmulas:

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

Simbología de la fórmula

a = Desviación del origen de la derecha (constante)

b = Pendiente de la derecha (variable)

x = Representa el número de años

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

n = Representa el número total de años

Tabla 39. Datos para el cálculo de proyecciones población - Brooklyn

Año	X	Y	XY	X ²
2020	1	2.736.074	2.736.074	1
2021	2	2.706.000	5.412.000	4
2022	3	2.676.000	8.028.000	9
2023	4	2.561.225	10.244.900	16
2024	5	2.617.631	13.088.155	25

Total	15	13.296.930	39.509.129	55
--------------	----	------------	------------	----

Fuente: Census Bureau (2025).

Coefficiente de Regresión:

$$n = 5$$

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

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

$$b = \frac{5(39.509.129) - 15(13.296.930)}{5(55) - (15)^2}$$

$$a = \frac{13.296.930 - (-38.166,1)(15)}{5}$$

$$b = \frac{197.545.645 - 199.453.950}{275 - 225}$$

$$a = \frac{13.296.930 - (-572.491,5)}{5}$$

$$b = \frac{-1.908.305}{50}$$

$$a = \frac{13.869.421,5}{5}$$

$$b = -38.166,1$$

$$a = 2.773.884,3$$

Recta de los mínimos cuadrados $Y = 2.773.884,3 + (-38.166,1)x$

Los datos pronosticados para la población del distrito de Brooklyn se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 40. Pronóstico población Brooklyn

	Año	Población	Crecimiento Población
Datos Históricos	2020	2.736.074,00	
	2021	2.706.000,00	
	2022	2.676.000,00	
	2023	2.561.225,00	
	2024	2.617.631,00	
	2025	2.544.887,70	-12,57%
Datos Proyectados	2026	2.506.721,60	
	2027	2.468.555,50	
	2028	2.430.389,40	
	2029	2.392.223,30	

Fuente: Census Bureau (2025).

Proyecciones importaciones Estados Unidos sub partida 6302.22

Tabla 41. Datos para el cálculo proyección importaciones

Año	X	Y	XY	X ²
2020	1	55.760,00	55.760,00	1
2021	2	76.983,00	153.966,00	4
2022	3	59.325,00	177.975,00	9
2023	4	64.390,00	257.560,00	16
2024	5	72.526,00	362.630,00	25
Total	15	328.984,00	1.007.891,00	55

Fuente: Trade Map, (2025)

Coeficiente de Regresión:

$$n = 5$$

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

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

$$b = \frac{5(1.007.891) - 15(328.984)}{5(55) - (15)^2}$$

$$a = \frac{328.984 - (2.093,9)(15)}{5}$$

$$b = \frac{5.039.455 - 4.934.760}{275 - 225}$$

$$a = \frac{328.984 - 31.408,5}{5}$$

$$b = \frac{104.695}{50}$$

$$a = \frac{297.575,5}{5}$$

$$b = 2.093,9$$

$$a = 59.515,1$$

Recta de los mínimos cuadrados $Y = 59.515,1 + 2.093,9x$

Los datos pronosticados para la importación de sábanas para Estados Unidos se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 42. Pronóstico importaciones de Estados Unidos

	Año	Importaciones Toneladas	Crecimiento Importaciones
Datos Históricos	2020	55.760,00	
	2021	76.983,00	
	2022	59.325,00	
	2023	64.390,00	
	2024	72.526,00	
Datos Proyectados	2025	72.078,50	44,29%
	2026	74.172,40	
	2027	76.266,30	
	2028	78.360,20	
	2029	80.454,10	

Fuente: Trade Map, (2025).

Proyección exportaciones Estados Unidos Sub partida 6302.22

Tabla 43. Datos para el cálculo proyección exportaciones

Año	X	Y	XY	X ²
2020	1	825,00	825,00	1
2021	2	1.255,00	2.510,00	4
2022	3	742,00	2.226,00	9
2023	4	650,00	2.600,00	16
2024	5	767,00	3.835,00	25
Total	15	4.239,00	11.996,00	55

Fuente: Trade Map, (2025).

Coefficiente de Regresión:

$$n = 5$$

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

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

$$b = \frac{5(11.996) - 15(4.239)}{5(55) - (15)^2}$$

$$a = \frac{4.239 - (-72,1)(15)}{5}$$

$$b = \frac{59.980 - 63.585}{275 - 225}$$

$$a = \frac{4.239 + 1.081,5}{5}$$

$$b = \frac{-3.605}{50}$$

$$a = \frac{5.320,5}{5}$$

$$b = -72,1$$

$$a = 1.064,1$$

Recta de los mínimos cuadrados $Y = 1.064,1 + (-72,1)x$

Los datos pronosticados para la exportación de sábanas para Estados Unidos se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 44. Pronóstico exportaciones de Estados Unidos

	Año	Exportaciones Toneladas	Crecimiento Exportaciones
Datos Históricos	2020	825,00	
	2021	1.255,00	
	2022	742,00	
	2023	650,00	
	2024	767,00	-58,41%
Datos Proyectados	2025	631,50	
	2026	559,40	
	2027	487,30	

2028	415,20
2029	343,10

Fuente: Trade Map, (2025).

4.1.1.11. Consumo Nacional Aparente

Este indicador permite estimar el volumen de consumo interno de una población durante un periodo determinado, a partir del comportamiento de la producción nacional y las transacciones del comercio exterior. Para su cálculo, se consideran los valores correspondientes a la producción, importaciones (M) y exportaciones (X), los cuales reflejan la disponibilidad real de bienes en el mercado interno. La estimación se obtiene mediante la siguiente fórmula:

$$CAN = (P + M) - X$$

Simbología de la fórmula:

- CAN = Consumo Nacional Aparente
- P = Producción Nacional del Producto
- M = Importaciones
- X = Exportaciones

Tabla 45. Datos para el cálculo del Consumo Nacional Aparente

Año	Producción Nacional (+)	Importaciones U (+)	Exportaciones U (-)	Consumo Nacional Aparente (U)
2020	-	46.466.666,67	687.500,00	45.779.166,67
2021	-	64.152.500,00	1.045.833,33	63.106.666,67
2022	-	49.437.500,00	618.333,33	48.819.166,67
2023	-	53.658.333,33	541.666,67	53.116.666,67
2024	-	60.438.333,33	639.166,67	59.799.166,67
2025	-	60.065.416,67	526.250,00	59.539.166,67
2026	-	61.810.333,33	466.166,67	61.344.166,67
2027	-	63.555.250,00	406.083,33	63.149.166,67
2028	-	65.300.166,67	346.000,00	64.954.166,67
2029	-	67.045.083,33	285.916,67	66.759.166,67

Fuente: Trade Map, (2025).

Para la determinación del Consumo Nacional Aparente (CNA) se tomaron como referencia los registros históricos de importaciones y exportaciones de sábanas que

mantiene EE. UU. en su comercio mundial, obtenidos del portal Trade Map. Los datos originales estaban expresados en toneladas métricas, por ello se realizó una conversión a unidades físicas de producto.

Para ello, cada valor de cada año en toneladas fue multiplicado por mil (1.000) para obtener kilogramos, y posteriormente dividido para el peso promedio de una sábana (1,2 kg por unidad), logrando así una estimación precisa en unidades anuales.

El cálculo del Consumo Nacional Aparente se efectuó aplicando la fórmula $CAN = \text{importaciones} - \text{exportaciones}$, considerando que no existen registros oficiales de producción nacional. Este proceso permitió la demanda interna de sábanas dentro del mercado estadounidense durante el periodo 2020-2029.

Los resultados muestran una tendencia creciente en consumo nacional aparente, pasando de 45,7 millones de unidades en 2020 a 66,7 millones de unidades en 2029, lo que evidencia un incremento sostenido en la adquisición de artículos textiles para el hogar. Este comportamiento refleja una mayor preferencia del consumidor por productos de calidad alta, suaves al tacto y duraderos, características que coinciden con las propiedades de las sábanas de piel de durazno fabricadas por la microempresa Textiles Vanesa.

4.1.1.12. Cobertura del proyecto en la Demanda Insatisfecha

Tabla 46. Cálculo de la demanda insatisfecha de la sábana en Estados Unidos

Año	CNA (U)	Población Estados Unidos	Consumo Per Cápita (U)	Consumo Recomendado (U)	Déficit del Consumo (U)	Población Estratificada a Brooklyn	Demanda Insatisfecha	Ecuador Exporta a EE. UU.	% Cobertura Nacional	Exportación (U) Textiles Vanesa a EE. UU.	% Cobertura Empresa
2020	45.779.166,67	331.307.000,00	0,14	3,00	2,86	2.736.074,00	7.830.158,18	6.666,67	0,09%	15.220,00	0,19%
2021	63.106.666,67	332.453.000,00	0,19	3,00	2,81	2.706.000,00	7.604.343,51	3.333,33	0,04%	15.500,00	0,20%
2022	48.819.166,67	334.273.000,00	0,15	3,00	2,85	2.676.000,00	7.637.181,44	833,33	0,01%	15.750,00	0,21%
2023	53.116.666,67	337.014.000,00	0,16	3,00	2,84	2.561.225,00	7.280.001,16	0,00	0,00%	16.050,00	0,22%
2024	59.799.166,67	340.110.988,00	0,18	3,00	2,82	2.617.631,00	7.392.654,55	0,00	0,00%	16.700,00	0,23%
2025	59.539.166,67	341.682.290,40	0,17	3,00	2,83	2.544.887,70	7.191.208,76	-2.833,33	-0,04%	16.897,00	0,23%
2026	61.344.166,67	343.899.188,00	0,18	3,00	2,82	2.506.721,60	7.073.019,95	-4.500,00	-0,06%	17.248,00	0,24%
2027	63.149.166,67	346.116.085,60	0,18	3,00	2,82	2.468.555,50	6.955.276,50	-6.166,67	-0,09%	17.599,00	0,25%
2028	64.954.166,67	348.332.983,20	0,19	3,00	2,81	2.430.389,40	6.837.969,89	-7.833,34	-0,11%	17.950,00	0,26%
2029	66.759.166,67	350.549.880,80	0,19	3,00	2,81	2.392.223,30	6.721.091,84	-9.500,00	-0,14%	18.301,00	0,27%

Fuente: Adaptado en Base Trade Map (2025), Census Bureau (2025).

El consumo nacional aparente representa la cantidad estimada de sábanas de piel de durazno que se consume en EE. UU. Durante un periodo determinado, calculado con base en las importaciones y exportaciones registradas. Para obtener este indicador, se tomaron los valores de comercio exterior expresados en toneladas, las cuales fueron convertidos a unidades dividiendo cada año entre mil (por el peso equivalente a kilogramos) y posteriormente entre 1,2 kg, correspondiente al peso promedio de una sábana.

Como se observa en la tabla, el consumo per cápita varía entre 0,14 y 0,19 unidades anuales por persona, reflejando una demanda constante en el mercado estadounidense. Sin embargo, al contrastar con el consumo recomendado de tres unidades por año, se evidencia un déficit de consumo que representa el espacio de mercado aún disponible para abastecer la demanda insatisfecha. Este déficit disminuye levemente conforme los años avanzan, lo que sugiere una cobertura progresiva de la necesidad del consumidor.

La demanda insatisfecha se mantiene alta en el distrito de Brooklyn, lo que indica que aún existe una oportunidad para la introducción de nuevos oferentes. En este contexto, Ecuador y la microempresa Textiles Vanesa presentan una cobertura limitada, inferior al 0,30% del total del mercado, este comportamiento no es negativo, por el contrario, evidencia que la microempresa se encuentra en un escenario de alta oportunidad con un margen amplio para crecer sin saturación y con baja competencia directa en un segmento específico.

4.1.1.13. Requisitos para entrar al mercado de Brooklyn

Para calificar como exportador en Ecuador, es necesario cumplir con ciertos requisitos, entre los cuales se encuentran:

4.1.1.14. Requisitos para exportación de sábanas

- Obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Solicitar un certificado digital para la firma electrónica.
- Registrarse en el Sistema ECUAPASS como exportador
- Gestionar la declaración juramentada de origen (DJO)

Para la microempresa Textiles Vanesa, esta información resulta esencial para determinar los requisitos que den cumplimiento con el fin de proceder a la exportación de su producto hacia mercados internacionales.

4.1.2. Estudio Técnico

4.1.2.1. Macro localización

Las instalaciones de la microempresa Textiles Vanesa, productora de las sábanas de piel de durazno, se encuentra localizada en la provincia del Carchi, Cantón Tulcán, al norte del país.

A continuación, se muestra la ubicación a nivel macro del sector.

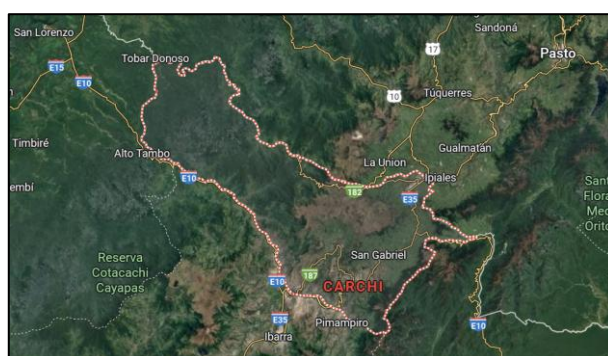


Figura 12. Macro localización de la microempresa Textiles Vanesa.

Fuente: Google Maps, (2025).

- Población: 172.828 habitantes.
- Densidad: 45,7 hab/km² – extensión territorial de 3.780,45 km².
- Límites: al norte con el departamento de Nariño de Colombia, al sur con la provincia de Imbabura, al oeste con Esmeraldas, y al este con Sucumbíos.

4.1.2.1.2. Micro localización

La microempresa productora y comercializadora de las sábanas de piel de durazno está en:

Ciudad: Tulcán

Calle: Av. Sucre entre Chimborazo, y, Tulcán - frente al centro comercial popular.



Figura 13. Micro localización de la microempresa

Fuente: Google Maps (2025).

La microempresa Textiles Vanesa se encuentra ubicada en la provincia del Carchi, Cantón Tulcán, ciudad de Tulcán con RUC 0401720073001 persona natural, donde ha logrado consolidarse como un referente local en la confección de ropa de cama, destacando especialmente en la elaboración de sábanas de piel de durazno. Gracias a su experiencia, compromiso y conocimiento en el sector textil, la microempresa produce artículos con acabados finos, diseños modernos y una suavidad característica, que se adaptan a las preferencias de distintos tipos de clientes. Su contante mejora en los procesos y confección y su atención al detalle han permitido mantener estándares de calidad competitivos, lo que evidencia un alto potencial para incursionar en mercados internacionales en el futuro cercano.

4.1.2.2. Distribución de la planta

La microempresa Textiles Vanesa organiza su planta de producción de manera estratégica con el fin de optimizar el flujo de trabajo, reducir tiempos de desplazamiento y asegurara la eficiencia en cada etapa del proceso productivo. La distribución se estructura en áreas funcionales interconectadas, de acuerdo con las necesidades técnicas de la confección textil y las normas básicas de ergonomía industrial.

A continuación, se detalla la distribución de las principales áreas que conforman la planta:

- Área de Gerencia: espacio destinado a la dirección general, supervisión y toma de decisiones relacionadas con la producción, ventas y proyección de elaboración.

- Área administrativa y contable: se encarga del registro financiero, manejo de proveedores, control de inventarios, pagos y facturación.
- Área de diseño y desarrollo: espacio destinado a la elaboración de nuevos modelos y combinaciones de color, donde se seleccionan materiales, se diseñan patrones y se prueba combinaciones textiles de algodón y poliéster.
- Área de corte: zona donde se realiza el extendido y corte de telas según las medidas establecidas.
- Área de confección: aquí se efectúa el ensamblaje y costura de las sábanas mediante máquinas industriales.
- Área de acabado y control de calidad: espacio en el que se realiza la supervisión de costuras y control final del producto.
- Área de empaque y embalaje: destinado al doblado, etiquetado y embalaje de las sábanas.
- Área de almacenamiento: espacio destinado al resguardo de materias primas (hilos, telas, cierres, etiquetas) y productos terminados.
- Área de despacho y Logística: se encarga de la preparación de pedidos y distribución del producto final. Aquí se registran las órdenes de envío, transporte y entrega a clientes o intermediarios.
- Área de servicio generales y bienestar: comprende los espacios de descanso, comedor y baños del personal.

4.1.2.2.1. Propuesta del centro de acopio de la microempresa Textiles Vanesa

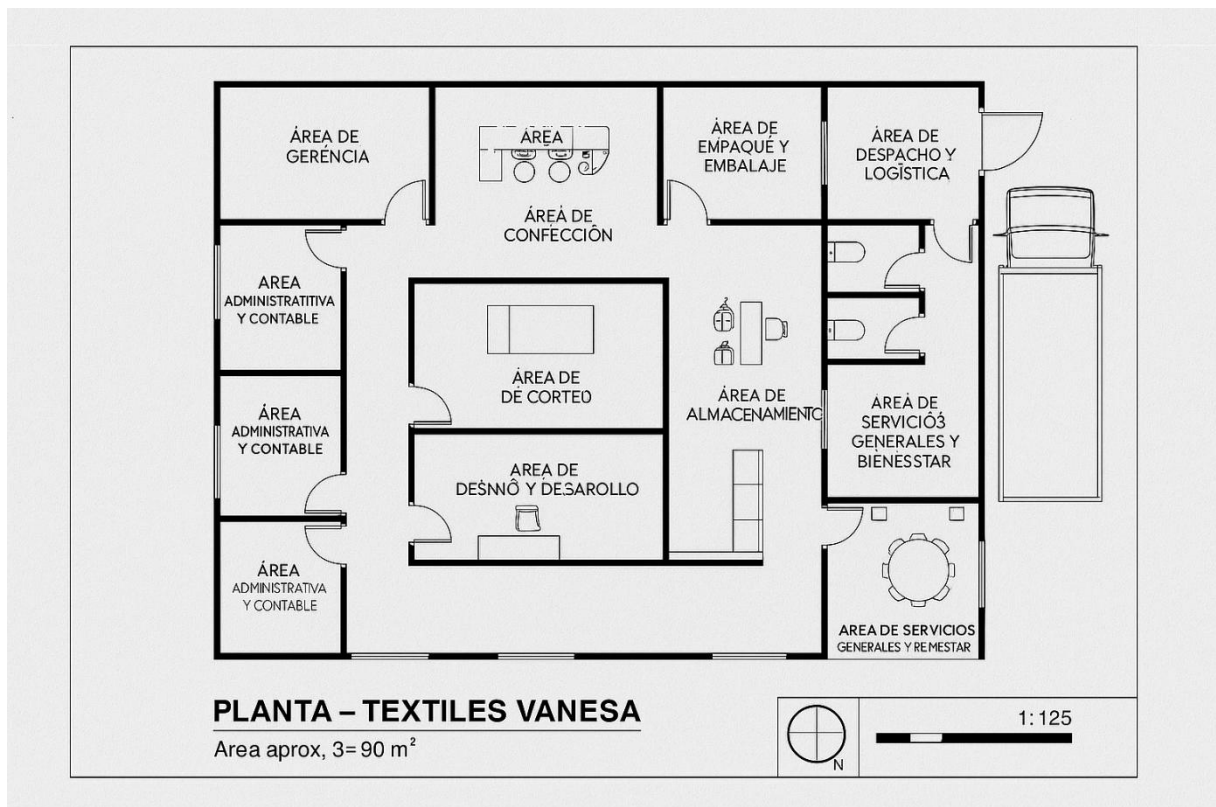


Figura 14. Diseño de instalaciones

La propuesta del plano esquemático de la planta de producción de la microempresa Textiles Vanesa busca optimizar el flujo de trabajo y garantizar un proceso productivo eficiente. La distribución de las áreas permite una secuencia lógica desde el diseño y corte hasta el empaque y despacho, asegurando productos con acabados de alta calidad. Además, integra espacios administrativos y de bienestar, fortaleciendo la productividad y el control dentro de la cadena de confección.

4.1.2.3. Gestión Empresarial

4.1.2.3.1. Identidad corporativa

La microempresa Textiles Vanesa tiene sus orígenes en el año 1995, cuando fue fundada bajo el nombre de Sábanas Vanesa por los padres de la actual propietaria, quienes, con esfuerzo, dedicación y un modesto capital familiar, iniciaron su actividad en el ámbito textil en la ciudad de Tulcán. Con el paso del tiempo, y gracias a una constante lucha por mejorar la calidad y ampliar su producción, la microempresa ha logrado consolidarse como un referente local en la confección de ropa de cama de alta calidad, destacando especialmente por sus sábanas de piel de durazno, reconocidas por su suavidad, resistencia y diseño moderno.

Tras la graduación de la actual gerenta, la microempresa evolucionó y adoptó el nombre de Textiles Vanesa, reflejando una visión más profesional y estructurada del negocio. Este cambio marcó el inicio de una nueva etapa caracterizada por la innovación en los procesos productivos y la diversificación de su catálogo, que incluye cobijas, cobertores, edredones, protectores de colchón y productos personalizados en diversas medidas.

El crecimiento sostenido de la empresa es resultado de un trabajo constante, un compromiso familiar y una atención permanente a las necesidades del cliente. Gracias a su reputación y a la calidad de sus productos, Textiles Vanesa ha logrado expandirse, estableciendo un nuevo punto de venta en Otavalo, lo que ha fortalecido su presencia en el mercado nacional. Este recorrido evidencia una historia de perseverancia, superación y desarrollo empresarial que hoy permite proyectar a la microempresa hacia la internacionalización de sus productos, manteniendo siempre su esencia familiar.



Figura 15. Logo Textiles Vanesa

Fuente: Textiles Vanesa (2025).

4.1.2.3.2. Estructura Organizacional

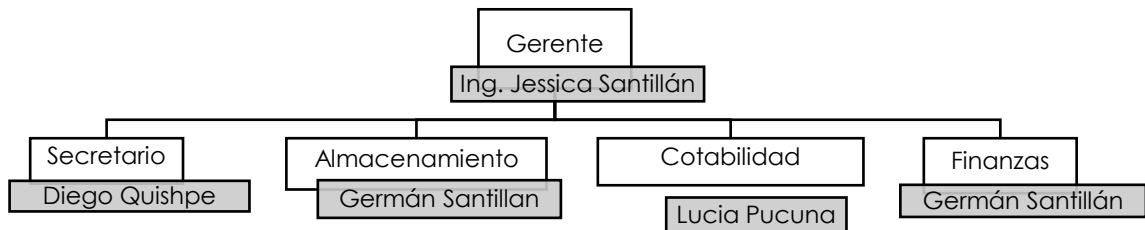


Figura 16. Organización actual de la microempresa

4.1.2.3.3. Propuesta de la Estructura Organizacional

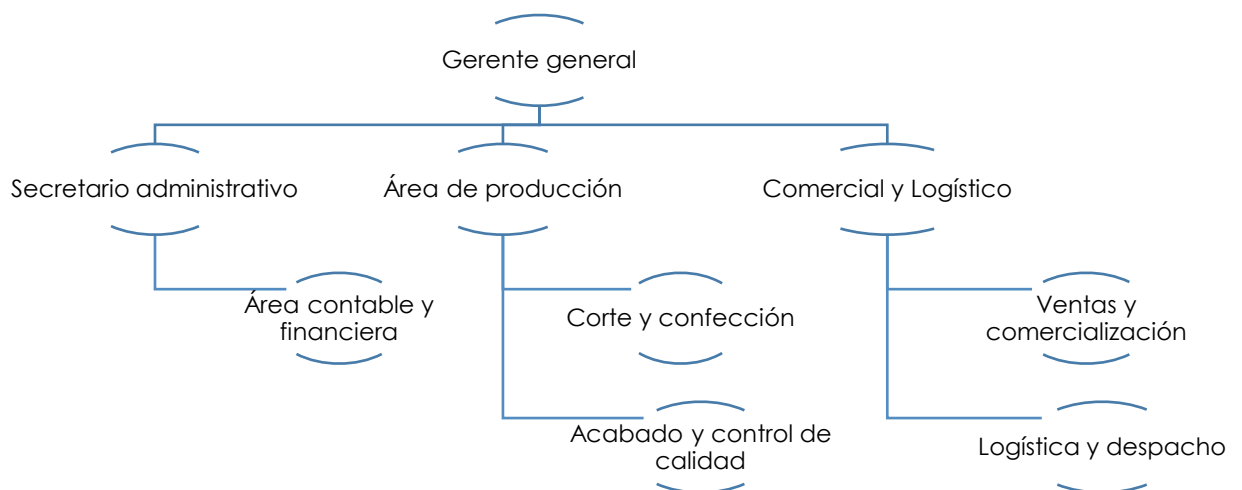


Figura 17. Organigrama propuesto para la microempresa.

La estructura organizacional propuesta para Textiles Vanesa es coherente y funcional con relación al tamaño y las actividades que desarrolla la microempresa. Esta disposición jerárquica permite una distribución eficiente de funciones y responsabilidades, favoreciendo la coordinación entre distintos niveles administrativos, productivos y logísticos.

El diseño contempla áreas estratégicas como producción, comercial y logística, contabilidad y administración, cada una con tareas específicas orientadas al fortalecimiento de los procesos internos. La división de la producción en corte, confección, acabado y control de calidad garantiza una elaboración ordenada y

precisa de las sábanas de piel de durazno, asegurando productos duraderos con acabados finos. Asimismo, las áreas de venta y despacho permiten una adecuada atención al cliente y una distribución oportuna de los pedidos, optimizando el servicio y fortaleciendo la imagen empresarial.

Tabla 47. Personal de la microempresa

Personal - Cargo	Cantidad
Gerente	1
Secretario Administrativo	1
Área contable y financiera	1
Área de producción	3
Corte y confección	1
Acabado y control de calidad	1
Área comercial y logística	1
Ventas y comercialización	1
Total	10

Tabla 48. Funciones del Gerente

Dominación del cargo	
Denominación del cargo	Gerente General.
Requisitos del Cargo	Título de tercer nivel en administración, comercio exterior o ingeniería industrial. Experiencia mínima de 5 años en dirección o gestión empresarial. Liderazgo estratégico, comunicación asertiva y toma de decisiones.
Funciones y obligaciones	Dirigir, planificar y supervisar todas las áreas operativas y administrativas. Formular estrategias para el crecimiento sostenible y expansión comercial. Controlar la ejecución presupuestaria y los estados financieros de la empresa. Representar a la empresa ante entidades gubernamentales y comerciales.

Tabla 49. Funciones del secretario administrativo

Dominación del cargo	
Denominación del cargo	Secretario administrativo.
Requisitos del Cargo	Formación técnica o universitaria en administración o gestión empresarial.

Funciones y obligaciones	Experiencia mínima 2 años en gestión documental o atención al cliente.
	Habilidades de organización, redacción y manejo de software de oficina.
	Coordinar y archivar documentación interna de la empresa.
	Elaborar informes, órdenes de compra y correspondencia oficial.
	Brindar apoyo logístico y administrativo a la gerencia y demás departamentos.
Supervisar el cumplimiento de políticas internas de comunicación.	

Tabla 50. Funciones del área contable y financiera

Dominación del cargo	
Denominación del cargo	Jefe de área contable y financiera.
Requisitos del Cargo	Título de contabilidad o finanzas, con registro en la universidad profesional.
	Conocimiento en normas de información financiera, tributación y sistemas contables.
Funciones y obligaciones	Experiencia mínima de 3 años en control financiero y auditoría.
	Administrar los recursos financieros de la empresa.
	Elaborar y presentar estados financieros y declaraciones tributarias.
	Controlar la nómina, pagos a proveedores y flujo de caja.
	Asesorar a la gerencia sobre decisiones económicas y presupuestarias.

Tabla 51. Funciones del área de producción

Dominación del cargo	
Denominación del cargo	Jefe de área de producción.
Requisitos del Cargo	Título técnico o superior en producción textil o ingeniería industrial.
	Experiencia comprobada en manejo de maquinaria textil.
Funciones y obligaciones	Habilidades en liderazgo operativo, planificación y control de procesos.
	Planificar y supervisar la producción diaria.
	Coordinar las operaciones de corte, confección y acabado.
	Asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad establecidos.
	Optimizar el uso de materiales e insumos para reducir desperdicios.

Tabla 52. Funciones del área de corte y confección

Dominación del cargo	
Denominación del cargo	Jefe de corte y confección. Formación técnica en diseño textil, modistería o confección industrial.
Requisitos del Cargo	Dominio en el uso de máquinas de coser industriales y técnicas de corte. Experiencia mínima de 2 años en procesos textiles. Dirigir las tareas de corte de tela y confección de productos terminados.
Funciones y obligaciones	Verificar la precisión de las medidas y acabados. Capacitar al personal operativo en técnicas de costura y seguridad. Asegurar el cumplimiento de los tiempos de entrega establecidos.

Tabla 53. Funciones del área de acabado y control de calidad

Dominación del cargo	
Denominación del cargo	Jefe de acabado y control de calidad. Formación técnica en control de calidad o procesos textiles.
Requisitos del Cargo	Conocimiento en normas de calidad y procedimientos de inspección. Atención al detalle y capacidad de liderazgo. Supervisar los procesos de planchado, etiquetado y empaquetado.
Funciones y obligaciones	Realizar inspecciones de productos terminados y registrar incidencias. Asegurar la uniformidad en textura, color y costura de las sábanas. Garantizar la conformidad de los productos antes de su distribución.

Tabla 54. Funciones del área comercial y logística

Dominación del cargo	
Denominación del cargo	Jefe de área comercial y logística. Título de tercer nivel en Comercio, Marketing o logística empresarial.
Requisitos del Cargo	Conocimiento en distribución, transporte y gestión de inventarios. Experiencia mínima de dos años en logística y transporte.

Funciones y obligaciones	Planificar y ejecutar la logística de distribución y transporte de productos.
	Coordinar con proveedores y clientes el envío y recepción de pedidos.
	Controlar inventarios de productos terminados y materias primas.
	Diseñar estrategias de comercialización y posicionamiento del producto.

Tabla 55. Funciones del área de ventas y comercialización

Dominación del cargo	
Denominación del cargo	Jefe de ventas y comercialización.
Requisitos del Cargo	Formación universitaria en marketing, ventas o comercio exterior.
	Experiencia mínima de 3 años en ventas y atención a clientes.
Funciones y obligaciones	Conocimientos en marketing digital y gestión de relaciones comerciales.
	Desarrollar estrategias de venta y promoción del producto.
	Identificar nuevos clientes y mercados potenciales.
	Supervisar la atención postventa y satisfacción del cliente.
	Elaborar reportes de ventas mensuales y proyecciones comerciales.

La microempresa requiere personal capacitado en diversas áreas para sostener una estructura organizativa adecuada, puesto que se requieren habilidades específicas como la colaboración en equipo, la comunicación eficaz y la capacidad para resolver los problemas.

4.1.2.3.4. Propuesta de Identidad Empresarial

Una entidad sólida permite consolidar la imagen corporativa de Textiles Vanesa, generando confianza y reconocimiento en el mercado nacional e internacional. La marca se define por su compromiso con la calidad, la innovación y la responsabilidad social en la producción de sábanas de piel de durazno.

- Propuesta Misión

Textiles Vanesa nace con el propósito de confeccionar productos textiles de alta calidad, en especial sábanas de piel de durazno, que brinda confort y elegancia a los hogares.

Su misión es impulsar a la industria textil local mediante procesos productivos eficientes, materiales de primera mano y mano de obra calificada, contribuyendo al desarrollo económico de la ciudad de Tulcán y de la provincia del Carchi.

- Propuesta Visión

Convertirse en una microempresa textil reconocida a nivel nacional e internacional por su calidad, innovación y diseño en ropa de cama. Textiles Vanesa aspira a posicionarse como un referente de excelencia en la producción sostenible y responsable, promoviendo la expansión hacia nuevos mercados y fortaleciendo la imagen del textil ecuatoriano.

- Valores

Calidad: Compromiso con la excelencia en cada prenda elaborada, garantizando durabilidad, suavidad y acabados de alto nivel.

Innovación: Aplicación constante de nuevas técnicas y diseños que satisfagan las necesidades del consumidor moderno.

Responsabilidad: Uso responsable de los recursos, priorizando prácticas sostenibles y el bienestar del equipo humano.

Trabajo en equipo: Fomento de un ambiente colaborativo que impulse la eficiencia y la creatividad colectiva

Compromiso: Orientación permanente hacia la satisfacción del cliente y el cumplimiento de los estándares nacionales e internacionales de confección.

4.1.2.3.5. FODA

Mediante esta herramienta estratégica se analizaron los factores internos y externos que influyen en el desempeño de Textiles Vanesa, permitiendo identificar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Este diagnóstico orienta la toma de decisiones empresariales para mejorar la productividad, competitividad y sostenibilidad de negocio en el mercado nacional e internacional.

Tabla 56. FODA

Fortalezas	Oportunidades
1. Experiencia de más de 25 años en la confección de productos textiles.	1. Crecimiento del mercado textil y aumento de la demanda de ropa de cama de alta calidad.
2. Productos con acabados finos y materiales de excelente durabilidad.	2. Posibilidad de expansión hacia nuevos mercados nacionales e internacionales.
3. Mano de obra calificada y procesos artesanales que garantizan exclusividad.	3. Uso de plataformas digitales y redes sociales para promoción y venta directa.
4. Reconocimiento local de la marca y fidelidad de los clientes.	4. Acceso a programas de apoyo a microempresas y financiamiento productivo.
5. Diversificación de productos: cobijas, edredones, protectores y sábanas.	5. Creciente interés por productos elaborados con técnicas sostenibles.
Debilidades	Amenazas
1. Limitada capacidad de producción para atender grandes volúmenes.	1. Incremento en los precios de materias primas textiles importadas.
2. Falta de certificaciones técnicas que respalden estándares internacionales.	2. Competencia creciente de productos importados de bajo costo.
3. Infraestructura reducida que limita la eficiencia logística.	3. Cambios económicos o arancelarios que afecten las exportaciones.
4. Escasa inversión en tecnología de confección automatizada.	4. Variaciones climáticas que afectan la disponibilidad de ciertos insumos.
5. Dependencia del mercado local para la comercialización.	5. Fluctuaciones en la demanda por factores económicos globales.

La matriz de evaluación de factores internos (MEFI) se elaboró tras el análisis FODA, con el propósito de cuantificar el impacto de las fortalezas y debilidades que inciden en el desarrollo operativo y estratégico de la microempresa Textiles Vanesa. Esta herramienta permitió asignar ponderaciones específicas a cada factor interno, según su grado de influencia en el desempeño competitivo de la organización.

En la siguiente tabla se presentan los porcentajes determinados para las categorías de fortalezas y debilidades, de acuerdo con su relevancia dentro del análisis. La valoración se realiza en una escala de 1 al 4, donde 1 representa un nivel de importancia bajo y 4 indica un nivel de importancia alto.

A diferencia de los modelos tradicionales que distribuye los pesos de forma equitativa (50% y 50%), en este estudio se identificó que las debilidades poseen una incidencia mayor dentro del entorno interno de la microempresa, representando un 57%, mientras que las fortalezas alcanzan un 43% del total.

De esta manera, se logra una visión más realista y precisa sobre la estructura interna de Textiles Vanesa, sumando en conjunto el 100% de los factores internos evaluados.

Tabla 57. Porcentajes de los Factores Internos

Factores Internos	
Fortalezas	43%
Debilidades	57%
Total	100%

Tabla 58. Matriz EFI

Factores Internos (EFI)			
Fortalezas	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderación
Experiencia de más de 25 años en la confección de productos textiles.	10%	4	0,40
Productos con acabados finos y materiales de excelente durabilidad.	9%	4	0,36
Mano de obra calificada y procesos artesanales que garantizan exclusividad.	8%	3	0,24
Reconocimiento local de la marca y fidelidad de los clientes.	8%	3	0,24
Diversificación de productos: cobijas, edredones, protectores y sábanas.	8%	3	0,24
Debilidades			
Limitada capacidad de producción para atender grandes volúmenes.	12%	2	0,24
Falta de certificaciones técnicas que respalden estándares internacionales.	12%	1	0,12
Infraestructura reducida que limita la eficiencia logística.	11%	2	0,22
Escasa inversión en tecnología de confección automatizada.	12%	2	0,24
Dependencia del mercado local para la comercialización	10%	2	0,20
Total	100%		2,50

El puntaje ponderado total de 2,50 indica que Textiles Vanesa mantiene una posición interna promedio-fuerte, con ventajas competitivas relacionadas a la experiencia, la calidad y la fidelización de clientes. Sin embargo, requiere fortalecer la infraestructura y adoptar tecnologías modernas para optimizar su capacidad productiva y expandirse internacionalmente.

Matriz de evaluación de factores externos (MEFI) permitió identificar los elementos del entorno que influyen en la competitividad de la microempresa, clasificándolos en oportunidades y amenazas. A cada factor se le asignó un porcentaje de acuerdo con su relevancia en el desempeño empresarial.

En la siguiente tabla se presentan los valores obtenidos, donde las amenazas representan un 56%, reflejando un entorno externo desafiante, mientras que las oportunidades alcanzan un 44%, evidenciando posibilidades de crecimiento y expansión comercial.

Tabla 59. Porcentaje de los factores externos

Factores Externos	
Oportunidades	44%
Amenazas	56%
Total	100%

Tabla 60. Matriz EFE

Factores Externos (EFE)			
Oportunidades	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderación
Crecimiento del mercado textil y aumento de la demanda de ropa de cama de alta calidad.	10%	4	0,40
Posibilidad de expansión hacia nuevos mercados nacionales e internacionales.	9%	3	0,27
Uso de plataformas digitales y redes sociales para promoción y venta directa.	9%	3	0,27
Acceso a programas de apoyo a microempresas y financiamiento productivo.	8%	3	0,24
Creciente interés por productos elaborados con técnicas sostenibles.	8%	4	0,32
Amenazas			
Incremento en los precios de materias primas textiles importadas.	12%	2	0,24
Competencia creciente de productos importados de bajo costo.	14%	2	0,28
Cambios económicos o arancelarios que afecten las exportaciones.	10%	2	0,20
Variaciones climáticas que afectan la disponibilidad de ciertos insumos.	10%	2	0,20
Fluctuaciones en la demanda por factores económicos globales.	10%	2	0,20
Total	100%		2,62

El resultado de 2,62 refleja una posición externa favorable, evidenciando que Textiles Vanesa tiene buenas oportunidades de crecimiento, especialmente en la promoción digital y el aprovechamiento de financiamiento productivo. No obstante, debe prepararse entre la competencia importada y los cambios económicos globales.

Matriz resultante:

Considerando los resultados obtenidos de la matriz de evaluación de factores internos (EFI) y la matriz de evaluación de factores externos (EFE), se realiza el análisis de las ponderaciones finales dentro de gráfico estratégico, permitiendo identificar el cuadrante preciso en el que se posiciona la organización. A partir de esta ubicación, es posible determinar el tipo de estrategias más adecuadas para la microempresa, así como los factores internos y externos que requieren fortalecimiento para incrementar su nivel de competitividad en el mercado.

Con una puntuación EFI de 2,50 y EFE de 2,62, la gráfica de dispersión muestra visualmente la posición de la empresa dentro del espacio estratégico; dependiendo del cuadrante seleccionado, se define el diagnóstico situacional de la microempresa Textiles Vanesa, facilitando la toma de decisiones orientadas a mejorar el desempeño organizacional.

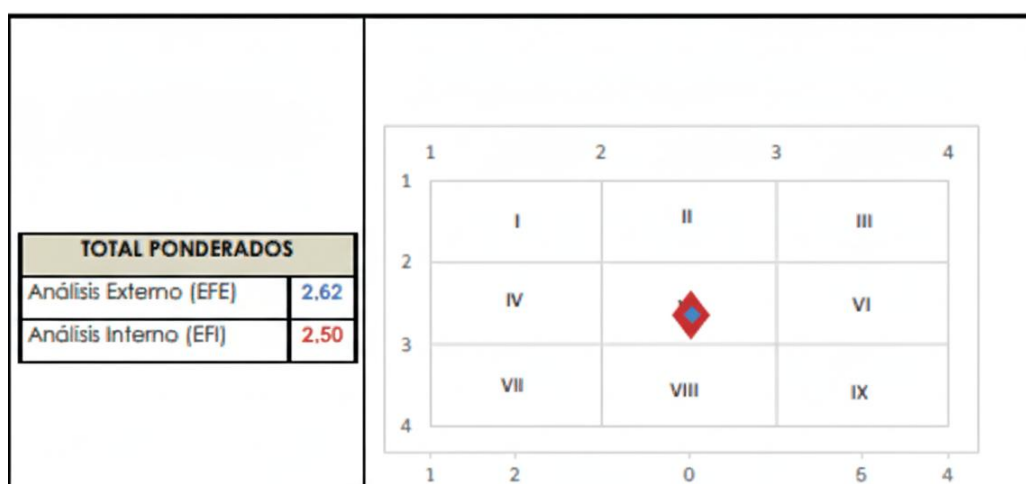


Figura 18. Matriz resultante FODA

La figura muestra los puntajes obtenidos de las matrices EFI y EFE que se han realizado previamente, posicionando al sector analizado, de acuerdo con su situación interna y externa.

Tabla 61. Estrategia de Matriz EFI y EFE

Estrategias	Celda
Para crecer y construir.	I, II y IV
Para conservar y mantener.	III, V y VII
Para cosechar o engjear	VI, VIII y IX

La matriz resultante representa la posición estratégica de la microempresa Textiles Vanesa, de acuerdo con los valores obtenidos en el análisis interno y externo. El resultado del análisis interno (EFI = 2,50) y el análisis externo (EFE = 2,62) permite ubicar a la microempresa en el cuadrante V de la matriz, el cual corresponde a una posición de crecimiento y fortalecimiento.

Esto significa que Textiles Vanesa posee una estructura interna relativamente sólida, con capacidades que pueden ser potenciadas para aprovechar las oportunidades del entorno, especialmente la expansión hacia nuevos mercados y la modernización tecnológica. El equilibrio entre ambos factores refleja que la empresa puede mantener su estabilidad actual, a la vez que desarrolla estrategias para mejorar su competitividad y productividad.

Tabla 62. Cruce estratégico

		Fortalezas	Debilidades
Microempresa Textiles Vanesa		<p>F1. Experiencia de más de 25 años en la confección de productos textiles.</p> <p>F2. Productos con acabados finos y materiales de excelente durabilidad.</p> <p>F3. Mano de obra calificada y procesos artesanales que garantizan exclusividad.</p> <p>F4. Reconocimiento local de la marca y fidelidad de los clientes.</p> <p>F5. Diversificación de productos: cobijas, edredones, protectores y sábanas.</p>	<p>D1. Limitada capacidad de producción para atender grandes volúmenes.</p> <p>D2. Falta de certificaciones técnicas que respalden estándares internacionales.</p> <p>D3. Infraestructura reducida que limita la eficiencia logística.</p> <p>D4. Escasa inversión en tecnología de confección automatizada.</p> <p>D5. Dependencia del mercado local para la comercialización.</p>
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO	
O1. Crecimiento del mercado textil y aumento de la demanda de ropa de cama de alta calidad.	Aprovechar la experiencia productiva (F1) y la diversificación (F5) para ampliar la oferta de productos de lujo en mercados nacionales e internacionales.	Obtener certificaciones técnicas (D2) que fortalezcan la competitividad en nuevos mercados.	
O2. Posibilidad de expansión hacia nuevos mercados nacionales e internacionales.	Utilizar el reconocimiento local (F4) y la calidad del producto (F2) para incursionar en mercados extranjeros mediante ferias y convenios comerciales.	Invertir en tecnología textil (D3) para optimizar la producción y responder a la demanda internacional.	
O3. Uso de plataformas digitales y redes sociales para promoción y venta directa.	Implementar estrategias digitales para posicionar la marca "Textiles Vanesa" en plataformas en línea, aprovechando su experiencia (F1, F4).	Diseñar campañas virtuales con enfoque en sostenibilidad para reforzar la imagen empresarial.	
O4. Acceso a programas de apoyo a microempresas y financiamiento productivo.	Aplicar a fondos de financiamiento con respaldo en la trayectoria de la empresa (F1) y la fidelidad del cliente (F4).	Utilizar el financiamiento para mejorar la infraestructura y logística de producción (D4).	
O5. Creciente interés por productos elaborados con técnicas sostenibles.	Posicionar la microempresa como referente en confección artesanal y sostenible (F2, F3).	Implementar prácticas sostenibles en materiales y empaques para atraer consumidores responsables.	
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA	

A1. Incremento en los precios de materias primas textiles importadas.	Diversificar proveedores y aprovechar la experiencia (F1) para negociar precios estables.	Optimizar el consumo de materiales y buscar alianzas estratégicas para reducir costos (D3, D4).
A2. Competencia creciente de productos importados de bajo costo.	Fortalecer la identidad local del producto (F2, F3) destacando su calidad y confección artesanal.	Innovar en diseños y tejidos para diferenciarse de la competencia extranjera (D3).
A3. Cambios económicos o arancelarios que afecten las exportaciones.	Diversificar canales de comercialización (F5) para reducir la dependencia de un solo mercado.	Implementar análisis financiero continuo para mitigar riesgos económicos (D2, D4).
A4. Variaciones climáticas que afectan la disponibilidad de ciertos insumos.	Mantener alianzas con proveedores locales (F3, F4) para asegurar la disponibilidad de insumos.	Establecer inventarios de reserva y fortalecer la infraestructura de almacenamiento (D4).
A5. Fluctuaciones en la demanda por factores económicos globales.	Aprovechar la diversificación de productos (F5) para adaptarse a diferentes segmentos del mercado.	Impulsar la comercialización digital y reducir la dependencia del mercado local (D5).

4.1.2.4. Proceso de producción

4.1.2.4.1. Proceso de producción de las sábanas de piel de durazno

Para garantizar una comercialización eficiente de las sábanas de piel de durazno, se define el proceso productivo completo, comenzando desde la adquisición de materia prima hasta la obtención del producto final, a continuación, se detallarán las etapas correspondientes a la elaboración del producto.

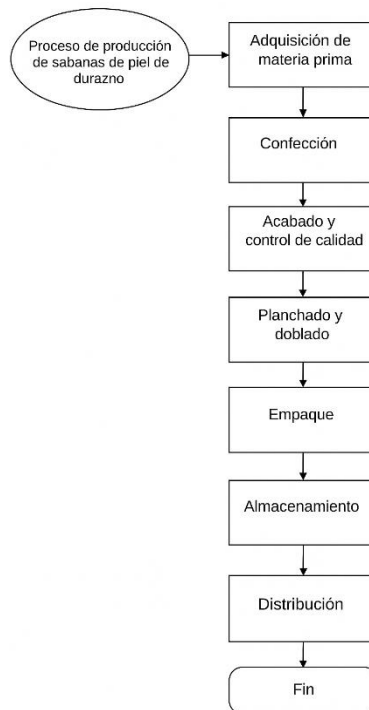


Figura 19. Proceso de producción de las sábanas de piel de durazno

La optimización del proceso de producción de las sábanas de piel de durazno permite garantizar productos textiles de alta calidad, con acabados finos, suavidad superior y durabilidad, características esenciales para competir en mercados internacionales. Cada etapa, desde la adquisición de la materia prima hasta la distribución y venta, está diseñada para mantener la eficiencia operativa, reducir desperdicios y asegurar la satisfacción del cliente final.

4.1.2.5. Flujograma del proceso de exportación

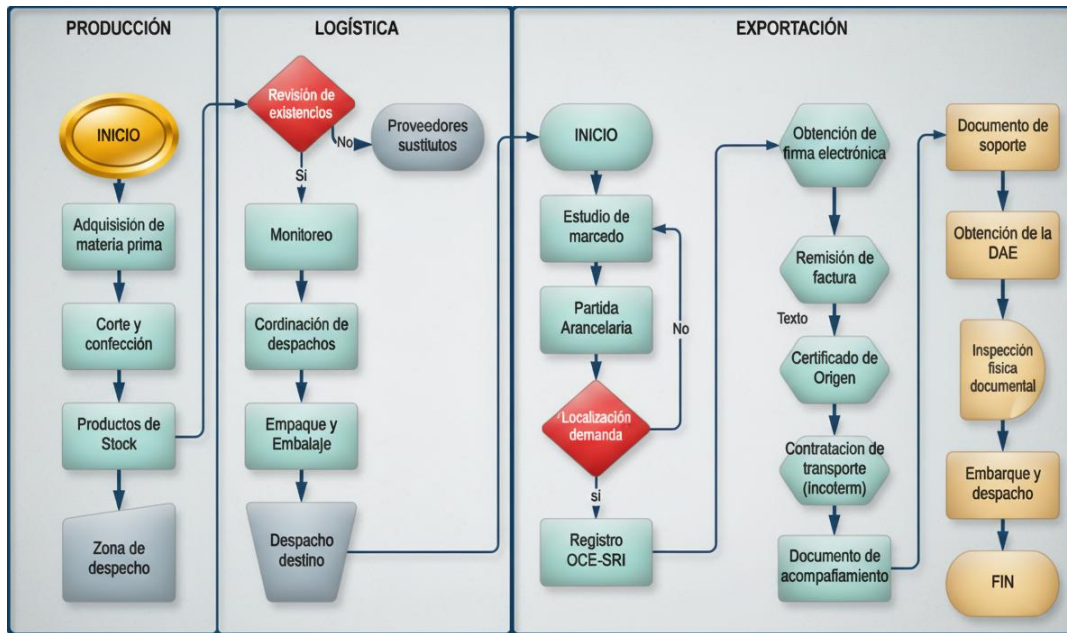


Figura 20. Flujograma del proceso de exportación

El flujograma se diseñó conforme a las operaciones específicas de la microempresa, integrando las fases iniciales del proceso de exportación. Es imprescindible considerar el incoterm seleccionado, dado que este define las responsabilidades y compromisos que asumen tanto el comprador como el vendedor en la transacción internacional.

4.1.2.6. Propuesta de etiquetado



Figura 21. Etiquetado

La propuesta de etiquetado para las sábanas de piel de durazno presenta un diseño funcional y visualmente atractivo, orientado a cumplir con las exigencias del mercado estadounidense. En la parte superior se ubica el logotipo corporativo y el eslogan "Comfort & Elegance in Every Thread", lo que refuerza la identidad de la

marca y asocia el producto de confort y calidad. A continuación, se especifica claramente el nombre comercial del producto "Peach skin sheets – Full Set", seguido de la composición de la tela (50% poliéster y 50% algodón), información obligatoria en Estados Unidos para que el consumidor conozca el tipo de fibra que está adquiriendo y pueda comparar con otros productos.

En la sección central se incorpora las instrucciones de cuidado, tanto en texto como mediante símbolos estandarizados (lavado en máquina frío, no usar blanqueador, secado en temperatura baja y planchado a temperatura media). Esto facilita la comprensión por parte del usuario final y reduce el riesgo de deterioro de la prenda. Adicionalmente, se incluye sellos de certificaciones (OEKO-TEX Standard 100, CPSIA Compliant e ISO 9001), que comunican seguridad textil, cumplimiento normativo y gestión de calidad, aportando confianza al comprador internacional.

En la parte inferior se detalla el país de origen con la leyenda "Made in Ecuador", junto con la dirección de la microempresa, correo electrónico, página web y código de barras, elementos que facilitan la trazabilidad del producto y respaldan la formalidad comercial. Finalmente, la frase "100% reciclable" y la mención de la producción responsable y sostenible alinean a la marca con las tendencias de consumo ecológico presentes en el mercado estadounidense.

4.1.2.7. Envase



Figura 22. Envase

Fuente: Fotografía de la empresa.

El envase utilizado para el producto consiste en bolsas de polietileno, diseñadas para mantener el producto protegido, limpio y presentable durante el almacenamiento y transporte. Este tipo de envase es flexible, resistente y permite visualizar el diseño de las sábanas sin necesidad de abrirlo, lo que facilita la decisión de compra. Además,

su sellado asegura una adecuada higiene del textil y evita el ingreso de polvo o humedad. Las dimensiones de las sábanas con todo el envase son las siguientes: 60 cm de largo, 45 cm de ancho y 15 cm de alto.

4.1.2.8. Cubicaje

Tabla 63. Embalaje caja

Cálculo del cubicaje	Empaque unidad	Embalaje caja
Nº de unidades	600	60
Largo	60 cm	120 cm
Ancho	45 cm	45 cm
Alto	15 cm	75 cm



Figura 23. Caja de cartón con requisitos de exportación

El cálculo del cubicaje permitió organizar de manera ordenada cómo se empacan las sábanas de piel de durazno antes de su exportación. En primer lugar, se definió el empaque unitario de cada juego de sábanas, con dimensiones de 60 cm de largo, 45 cm de ancho y 15 cm de alto, medidas que garantizan que el producto quede bien doblado, protegido y con una presentación uniforme. A partir de esta unidad se diseñó la caja master de exportación con medidas de 120 cm de largo, 45 cm de ancho y 75 cm de alto, lo que permite acomodar exactamente 10 unidades por caja (2 sábanas a lo largo, 1 a lo ancho y 5 hacia arriba), aprovechando al máximo el espacio interno sin deformar el producto.

En total, se agruparon 600 juegos de sábanas en 60 cajas máster, manteniendo un patrón simple: 10 unidades por caja, lo que facilita el conteo, el manejo en bodega y el control de inventario. Además, las cajas están fabricadas con cartón reciclable e incluye la información básica para exportación (identificación del producto, peso

neto, origen y manejo), cumpliendo así con los requisitos de presentación y logística exigidos para su comercialización en el mercado de Estados Unidos.

Tabla 64. Paletización

Cálculo del cubicaje	Empaque unidad	Pallet
Nº de unidades	60	10
Largo	120 cm	120 cm
Ancho	45 cm	100 cm
Alto	75 cm	15 cm

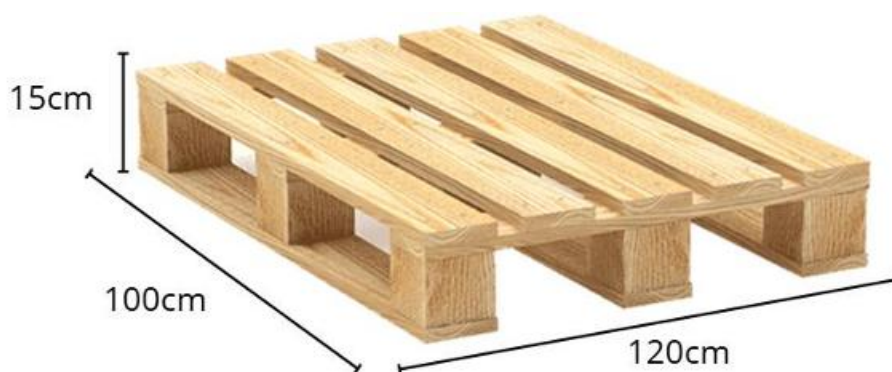


Figura 24. Pallet americano

Para la paletización se utiliza un pallet americano de 120 cm de largo, 100 cm de ancho y 15 cm de alto, por lo que se colocan dos cajas por nivel uno junto a la otra sobre el pallet. De esta forma, la base del pallet queda completamente ocupada y la carga se mantiene estable para su manipulación con montacargas y durante el transporte.

Sobre esa base de 2 cajas se apilan tres niveles de altura, formando una torre de 6 cajas máster por pallet. La altura total aproximada es de 240 cm, como cada caja contiene 10 juegos de sábanas, en cada pallet se concentran 60 sábanas de piel de durazno.

Tabla 65. Cálculo del cubicaje

Cálculo del cubicaje	Pallets	Unidad de carga contenedor
Nº de unidades	10	10
Largo	1,20 m	6,10 m
Ancho	1,00 m	2,44 m
Alto	0,15 m	2,69 m



Figura 25. Contenedor

Para la exportación de las sábanas de piel de durazno se utilizará un contenedor LCL de 20 pies que mide 6,10 metros de largo, 2,59 metros de alto y 2,44 metros de ancho, este contenedor permite transportar 10 pallets, ordenados en dos filas de 5 pallets garantizando estabilidad durante el viaje. Cada pallet transporta 6 cajas máster, por lo que el contenedor completa una carga total de 60 cajas equivalentes a 600 juegos de sábanas de piel de durazno.

El peso total de las mercancías alcanza los 720 kg, una carga relativamente liviana que no compromete la capacidad estructural del contenedor y facilita su manipulación.

Tabla 66. Datos del embarque

Nombre técnico del producto	Sábanas de piel de durazno
Partida arancelaria	6302.22.00.00
Unidad comercial de venta	Unidad
Moneda de transacción	Dólar americano
Precio	\$10

La tabla 66 presenta la información técnica correspondiente al producto destinado a la exportación; sábanas de piel de durazno. En primer lugar, se establece la partida arancelaria 6302.22.00.00, la cual clasifica correctamente al producto dentro del segmento de ropa de cama confeccionado a base de fibras sintéticas o mezclas textiles, requisitos indispensables para la gestión documental y la determinación de tributos en el país destino.

Asimismo, la tabla señala que la unidad comercial de venta es la unidad, lo que indica que cada juego de sábanas se comercializa individualmente, en cuanto a la moneda de transacción, se especifica el dólar americano. Finalmente se detalla el precio de exportación es de \$10 por unidad, valor que corresponde exclusivamente

al costo del producto puesto en el país de origen, sin incluir flete internacional, seguros o cualquier recargo logístico adicional. Esta información es fundamental para estructurar el precio final según el incoterm acordado y para asegurar la transparencia comercial en las operaciones de exportación.

Tabla 67. Información básica del embarque

Información básica del embarque por mes	
Punto de embarque	Guayaquil – Ecuador
Punto de destino	Brooklyn – Nueva York – Estados Unidos
Frecuencia	Mensual
Nº total de prendas	600 juegos de sábanas
Nº de cajas	60 cajas de 10 juegos de sábanas cada una
Nº de pallets	10 pallet
Tipo de contenedor	20 pies
Peso total	60 x 12kg= 720 kg

4.1.2.9. Selección del medio de transporte

4.1.2.9.1. Transporte interno



Figura 26. Transporte interno.

Fuente: Google Maps (2025).

La operación logística del transporte de las sábanas de piel de durazno abarca un trayecto terrestre de 681 kilómetros, lo que se traduce en un tiempo estimado de tránsito de 11 horas con 48 minutos. Este recorrido se origina en la localidad de la ciudad de Tulcán (Sierra Norte) y culmina en el puerto de Guayaquil, implicando un cruce estratégico de la cordillera de los Andes para establecer la conexión

interregional entre la sierra y la costa ecuatoriana. El flete aproximado de esta operación logística asciende a \$235.

4.1.2.9.2. Transporte internacional



Figura 27. Transporte internacional

Fuente: Google Maps (2025).

Textiles Vanesa opta estratégicamente por el transporte marítimo para la exportación de sus sábanas de piel de durazno. Esta vía logística resulta económicamente eficiente para el manejo de grandes volúmenes y, además, asegura la conservación óptima del producto durante los trayectos internacionales.

4.1.2.9.3. Rutas y parámetros clave

- Origen: Puerto de Guayaquil (Ecuador)
- Destino: Puerto de Nueva York (Estados Unidos)
- Distancia: 2.605 millas náuticas (4.825 km)
- Tiempo de tránsito: 9 días
- Velocidad media: 14 nudos (25,93 km/h), comúnmente utilizado en buques portacontenedores con el fin de optimizar la eficiencia operativa.

4.1.2.9.4. Flete internacional

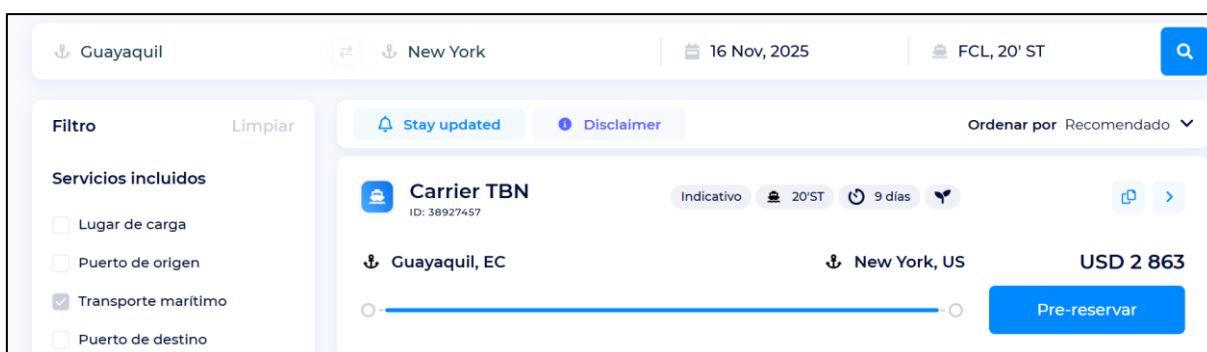


Figura 28. Precio del flete internacional

Fuente: Searates (2025).

La operación de la logística internacional contempla la contratación de un flete marítimo en la modalidad de carga de contenedor completo FCL para la ruta troncal que enlaza al Puerto Marítimo Libertador Simón Bolívar de Guayaquil (Ecuador) con el puerto de Nueva York (EE. UU.).

El costo operacional de la logística asciende a un valor estimado de \$2.863 por contenedor de 20 pies. Dicho costo es integral, cubriendo una travesía de 4.825 kilómetros, la cual se estima en un tiempo de 9 días bajo una velocidad de crucero promedio de 14 nudos. Este monto tarifario incluye el costo del alquiler del contenedor, el flete base pactado con la compañía naviera, y una póliza de seguro especializada diseñada para mitigar los riesgos inherentes al tránsito marítimo, tales como la condensación interna o las fluctuaciones de humedad.

Tabla 68. Selección de los incoterms

	FOB (Libre a bordo)	FAS (Franco al costado del buque)	EX (En fábrica)
¿Qué significa?	El vendedor entrega la carga subida al barco en el puerto de Guayaquil	El vendedor entrega la carga al lado del barco, pero no la sube	El comprador retira la carga desde tu fábrica
¿Qué hace el vendedor? (Exportador en Ecuador)	<ul style="list-style-type: none"> Produce el producto Empaca y embala Lleva la carga hasta el puerto Paga la carga/estiba. Hace todo el despacho de exportación 	<ul style="list-style-type: none"> Produce, empaca y lleva la carga al puerto Entrega la carga junto al barco Hace el despacho de exportación 	<ul style="list-style-type: none"> Solo fabrica y entrega dentro de su empresa No realiza trámites de exportación No transporta No asume casi ningún riesgo

<p>¿Qué hace el comprador? (importador en EE. UU)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega cuando la carga está dentro del barco • Paga el flete internacional • Compra el seguro (si quiere) • Paga impuestos y transporte en EE. UU • Recibe la carga en el puerto destino 	<ul style="list-style-type: none"> • Paga la carga /estiba para subir al barco • Paga flete marítimo • Asegura la mercancía • Paga impuestos y transporte en EE. UU 	<p>Hace todo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Retira la carga • Transporta hasta el puerto • Hace el despacho de exportación • Paga el flete • Asegura la carga • Paga impuestos en EE. UU
<p>Ventajas para el vendedor</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Controlas la exportación y evitas errores del comprador • Evita multas o demoras por mala documentación • Menos riesgo porque a responsabilidad termina cuando la carga sube al barco 	<ul style="list-style-type: none"> • Menos trabajo que en FOB porque no subes la carga al barco • Útil cuando el comprador tiene operaciones portuarias propios 	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo riesgo • Casi sin responsabilidades • No necesitas conocer proceso exportador
<p>Desventajas para el vendedor</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Debes encargarte del despacho de exportación y transporte interno en Ecuador • Asumes riesgos hasta que la carga está dentro del barco. 	<ul style="list-style-type: none"> • Puede causar confusiones con la naviera • No es recomendado para nuevos exportadores • El comprador puede no subir la carga correctamente y culparte 	<ul style="list-style-type: none"> • Arriesgadísimo para nuevos exportadores • El comprador maneja toda tu exportación y puede cometer errores que te generen multas • Puede declarar mal, no pagar o retrasar documentos
<p>¿Cuándo usarlo?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando el vendedor es nuevo exportando • Cuando se necesita control documental para evitar sanciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando el comprador exige manejar la estiba • Cuando el puerto destino usa operadores específicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Para empresas muy grandes y con compradores muy confiables • Para exportadores con cero intereses en controlar la exportación.

Se seleccionó el incoterm FOB (Libre a bordo) porque permite que el exportador mantenga el control de la mercancía hasta que esta sea cargada en el buque, facilitando el correcto cumplimiento de los procesos de despacho y requisitos aduaneros. Este término es recomendado para microempresas ya que reduce riesgos operativos y evita asumir costos internacionales que podrían afectar su liquidez. Además, FOB permite que el comprador gestione el flete y el seguro según sus propias necesidades, optimizando sus costos y garantizando una negociación equilibrada para ambas partes.

Tabla 69. Matriz de costos de los incoterms sábanas piel de durazno



Producto		Sábanas piel de durazno	
Cantidad por cajas de 12 kg		10 unidades-caja	600 unidades-total
Concepto costo de exportación		Tipo de transporte marítimo	Costo unitario
		Costo total	
PAÍS EXPORTADOR	Costo del producto	7,54	
	Margen de utilidad	15%	
	Precio producto mercado nacional	5.202,10	8,67
	Empaque	42,00	
	Embalaje	108,00	
	Documentación	180,00	
	Valor EXW	5.532,10	9,22
	Transporte interno (hasta el punto de embarque)	235,00	
	Agentes (desaduanamiento para la exportación)	300,00	
	Bancos	280,00	
	Administración	195,00	
	Valor FCA	6.542,10	10,90
	Manipulación e inspecciones	350,00	
	Valor FAS	6.892,10	11,49
	Operador portuario (cargue y estiba)	350,00	
	Valor FOB	7.242,10	12,07
TRANSPORTE INTERNACIONAL	Transporte internacional	2.863,00	
	Valor CFR	10.105,10	16,84
	Seguro internacional	553,21	
	Valor CIF	10.658,31	17,76
	Operador portuario (cargue y estiba)	178,00	



PAÍS IMPORTADOR	Manipulación e inspecciones	98,00	
	Valor DPU	10.934,31	18,22
	Transporte interno (hasta el local país de destino)	348,00	
	Valor DAP	11.282,31	18,80
	Documentación	118,00	
	Aduana (impuestos)	187,00	
	Agentes (desaduana miento para la importación)	375,00	
	Valor DDP	11.962,31	19,94

La matriz de costos de exportación permite identificar con precisión cada gasto asumido por el vendedor y el comprador a lo largo de la operación logística internacional. Al trabajar bajo el incoterm FOB, se evidencia que la microempresa exportadora cubre únicamente los costos internos hasta que la mercancía es cargada a bordo del buque, incluyendo empaque, embalaje, documentación, transporte interno, trámites portuarios y la entrega en el puerto de Guayaquil.

Esta estructura es ideal para una microempresa, ya que limita claramente sus responsabilidades financieras y operativas, evitando asumir costos internacionales elevados como el flete, el seguro y los gastos en destino. Por ello, la matriz demuestra que FOB proporciona un equilibrio entre control, seguridad operativa y viabilidad económica para el exportador.

Tabla 70. Fijación de precios

Producto	Descripción	País de origen	Precio EE. UU
	Ygxnewer juego de sábanas de tamaño full de 4 piezas, cómodo juego de sábanas refrescantes y transpirables, ropa de cama de lujo de hotel, bolsillos profundos, ultrasuave, sin arrugas, gris. Walmart	Estados Unidos	Ahora \$24.99
	Elegant comfort - juego de sábanas de microfibra, 500 hilos, estilo hotelero, con bordado de tres líneas, 4 piezas, suaves, resistentes a arrugas y la decoloración, tamaño queen, color rosa intenso. Amazon	Estados Unidos	US\$ 17 ⁴⁸

	<p>Juego de sábanas de 4 piezas, tamaño individual, color melocotón, 740 hilos, suave; ajuste perfecto para cualquier cama.</p>	<p>Estados Unidos</p>	<p>US\$ 21²³ (US\$5.31 / unidad)</p>
	<p>Elegant comfort lujoso juego de sábanas de microfibra de alta calidad de hotel de 700 hilos bordados de tres líneas, más suave, resistente a las arrugas y a la decoloración, tamaño queen, azul.</p>	<p>Estados Unidos</p>	<p>US\$ 17⁶⁵</p>
<p>Target</p>		<p>Etsy</p>	

Fuente: Walmart (2025), Amazon (2025), Target (2025), Etsy (2025).

El análisis comparativo de precios realizado en plataformas líderes del mercado estadounidense como Walmart, Amazon, Target y Etsy evidencia que los juegos de sábanas de cuatro piezas, en tamaños full y queen, elaborados principalmente en microfibra y orientados al segmento hogar-hotelero, se comercializan en un rango de precios aproximado entre USD 17,48 y USD 24,99 por unidad, dependiendo del canal de venta, la marca y el posicionamiento del producto.

En este contexto, el precio internacional propuesto para las sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa, fijado en USD 19,94 por unidad, se sitúa estratégicamente dentro del rango medio del mercado estadounidense. Este posicionamiento resulta altamente competitivo, ya que permite competir directamente con productos ofertados por grandes minoristas sin incurrir en una estrategia de precios agresivamente bajos que comprometa la rentabilidad del proyecto.

Adicionalmente, las sábanas de piel de durazno presentan atributos diferenciadores relevantes, tales como suavidad superior al tacto, confort térmico, resistencia al uso, fácil mantenimiento y una presentación orientada a estándares hoteleros, características que son valoradas por el consumidor estadounidense y que se alinean con las tendencias actuales de consumo enfocadas en calidad, durabilidad y experiencia de uso. Estos elementos permiten justificar un precio equivalente o incluso superior al de productos de microfibra convencionales, reforzando la viabilidad comercial del producto en el mercado destino.

Por tanto, se concluye que el precio de USD 19,94 no solo es competitivo, sino coherente con la estructura de precios del mercado estadounidense, permitiendo a

Textiles Vanesa posicionar sus sábanas de piel de durazno como una alternativa de calidad media–alta, con una adecuada relación precio–valor.

4.1.3. Estudio financiero

El estudio financiero permite determinar la viabilidad económica de la internacionalización de las sábanas de piel de durazno producidas por la microempresa Textiles Vanesa, considerando las condiciones del mercado y los costos asociados al proceso de exportación. En este apartado se analizan los niveles de inversión inicial, los costos operativos, los costos de exportación y los indicadores de rentabilidad, con el fin de establecer si el proyecto genera beneficios sostenibles en el mediano plazo.

4.1.3.1. Inversión inicial

La inversión inicial incluye activos fijos, diferidos y el capital de trabajo requerido para afrontar los gastos operativos primeros, tales como materia prima, mano de obra y logística. Esta organización financiera facilita el arranque y el mantenimiento eficiente del proceso exportador.

4.1.3.1.1 Inversión fija

La inversión fija necesaria para las operaciones de exportación de Textiles Vanesa alcanza los \$76.426,00, principalmente orientados a terreno, instalaciones, maquinaria, un vehículo y equipamiento. Esta asignación asegura la infraestructura operativa esencial para satisfacer los rigurosos estándares de logística y calidad demandados por los mercados globales.

Tabla 71. Inversión Fija

Descripción	Valor Total
Terreno	35.000,00
Infraestructura	3.200,00
Maquinaria y equipo	4.180,00
Vehículo	29.500,00
Muebles y enseres	1.200,00
Equipos de computación	900,00
Equipo de oficina	220,00
Imprevistos 3%	2.226,00
Total	76.426,00

4.1.3.1.2. Inversión diferida

La inversión diferida, por un monto de \$1.550,00, se destina a financiar el estudio de factibilidad técnica y económica, el diseño y la adecuación para la construcción, así como los procedimientos de constitución legal de la microempresa. Estos desembolsos preoperativos resultan indispensables para consolidar la estructura organizativa y normativa requerida en el desarrollo del proceso exportador.

Tabla 72. Inversión Diferida

Descripción	Valor
Estudio de factibilidad	1.000,00
Diseño y adecuación para la construcción	380,00
Trámites de constitución	170,00
Total	1.550,00

4.1.3.1.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo estimado para el arranque operativo de Textiles Vanesa alcanza los \$107.428,70, abarcando los costos de producción, gastos administrativos y de ventas. Esta provisión financiera asegura la continuidad de las actividades operativas a lo largo del primer ciclo productivo y exportador.

Tabla 73. Capital de Trabajo

Descripción	Valor Parcial	Valor Total
Costos de producción		
Mano de obra	35.040	
Insumos	529,00	
Subtotal (CP)		35.569,00
Gastos Administrativos		
Sueldos y salarios	58.170,00	
Suministro de oficina	157,00	
Servicios básicos	759,00	
Mantenimiento de computación	80,00	
Subtotal (GA)		59.166,00
Gastos de Exportación		
Manipuleo en origen	898,70	
Unitarización	400,00	

Documentación en origen	250,00	
Transporte interno	2.050,00	
Subtotal (GE)		3.598,70
Gasto de Ventas		
Sueldo en ventas	7895,00	
Publicidad	450,00	
Combustible	450,00	
Mantenimiento vehículo	300,00	
Subtotal (GV)		9.095,00
Total, Capital de Trabajo		107.428,70

Tabla 74. Capital Operación

Capital de Operación	
Concepto	Valor
Costos de producción	35.569
Gastos Administrativos	59.166
Gastos de Exportación	3.599
Gasto de Ventas	9.095
Total, de costo anual	107.429
Total, de costo mensual	8.952
Capital de trabajo u operación	26.857

4.1.3.1.4. Resumen de la inversión

La inversión inicial total para Textiles Vanesa suma \$104.833,18, desglosada en activos fijos por \$76.426,00, activos diferidos por \$1.550,00 y capital de trabajo por \$26.857,18. Esta composición financiera integral establece las fundamentaciones operativas, jurídicas y productivas esenciales para la inserción exitosa en los mercados internacionales.

Tabla 75. Resumen de la Inversión

Descripción	Total
Activos fijos	76.426,00
Activos diferidos	1.550,00
Capital de Trabajo	26.857,18
Total	104.833,18

Tabla 76. Estructura de Financiamiento

Estructura de financiamiento	Concepto	Capital propio	Capital ajeno
		60%	40%
	Participación Valor	62.900	41.933

4.1.3.2. Egresos

Los egresos operativos de Textiles Vanesa se componen de costos de producción, gastos administrativos, de exportación y de comercialización, los cuales abarcan integralmente todas las fases del proceso. Estos componentes presupuestarios resultan cruciales para asegurar la calidad del producto y su posicionamiento en los mercados internacionales.

4.1.3.2.1. Costos de producción

Los costos de producción estimados para Textiles Vanesa engloban tanto los costos directos como los indirectos, incluyendo mano de obra, envase e insumos. Estos rubros exhiben una progresión ascendente durante los cinco años de proyección, alcanzando un total de \$49.324,03 en el quinto año, lo que evidencia el aumento en los volúmenes de producción y expansión operativa.

Tabla 77. Costos de Producción

Descripción	2025	2026	2027	2028	2029
Costos directos					
Mano de obra	35.040,00	36.792,00	38.631,60	40.563,18	42.591,34
Envase	5.010,00	5.260,50	5.523,53	5.799,70	6.089,69
Insumos	529,00	555,45	583,22	612,38	643,00
Total	40.579,00	42.607,95	44.738,35	46.975,26	49.324,03

4.1.2.2.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos estimados para Textiles Vanesa presentan un incremento gradual a lo largo de los cinco años de proyección. En primer año totalizan \$59.166,00 elevándose progresivamente hasta \$71.916,64 en el quinto año, lo que evidencia el reforzamiento de la estructura organizativa y operativa de la microempresa.

Tabla 78. Gastos Administrativos

Descripción	2025	2026	2027	2028	2029
Sueldos	58.170,00	61.078,50	64.132,43	67.339,05	70.706,00
Suministros de oficina	157,00	164,85	173,09	181,75	190,83

Servicios básicos	759,00	796,95	836,80	878,64	922,57
Mantenimiento computación	80,00	84,00	88,20	92,61	97,24
Total	59.166,00	62.124,30	65.230,52	68.492,04	71.916,64

4.1.3.2.3. Gastos de exportación

Los gastos de exportación de Textiles Vanesa comprenden manipuleo, unitarización, documentación y transporte interno, registrando un aumento anual paralelo al crecimiento de las operaciones exportadoras. En el primer año ascienden a \$3.598,70, elevándose hasta \$4.374,24 en el quinto año, lo que refleja el incremento en el volumen de envíos.

Tabla 79. Gastos de Exportación

Descripción	2025	2026	2027	2028	2029
Manipuleo en origen	898,70	943,64	990,82	1.040,36	1.092,38
Unitarización	400,00	420,00	441,00	463,05	486,20
Documentación en origen	250	262,50	275,63	289,41	303,88
Transporte interno	2.050,00	2.152,50	2.260,13	2.373,13	2.491,79
Total	3.598,70	3.778,64	3.967,57	4.165,95	4.374,24

4.1.3.2.4. Gasto en ventas

Los gastos de ventas de Textiles Vanesa abarcan sueldos de comercialización, publicidad, costos de combustible y mantenimiento, registrando un incremento sostenido durante los cinco años conforme a la expansión de su presencia en mercados internacionales. En el primer año totalizan \$9.095,00 elevándose hasta \$11.055,03 en el quinto año, lo que evidencia el dinamismo creciente de las actividades comerciales.

Tabla 80. Gasto en Ventas

Descripción	2025	2026	2027	2028	2029
Sueldo en ventas	7.895,00	8.289,75	8.704,24	9.139,45	9.596,42
Publicidad	450,00	472,50	496,13	520,93	546,98
Combustible y mantenimiento	750,00	787,50	826,88	868,22	911,63
Total	9.095,00	9.549,75	10.027,24	10.528,60	11.055,03

4.1.3.2.5. Resumen de egresos

El resumen de egresos de Textiles Vanesa evidencia un aumento gradual en los costos operativos durante los cinco años proyectados, culminando en \$154.515,66 al quinto año. Los componentes principales abarcan costos de producción, gastos administrativos, de exportación y ventas, financieros, depreciación y amortización, financiando exhaustivamente todas las actividades esenciales para la sostenibilidad operativa en mercados internacionales.

Tabla 81. Resumen de Egresos

Descripción	2025	2026	2027	2028	2029
Costos de producción	40.579,00	42.607,95	44.738,35	46.975,26	49.324,03
Costos administrativos	59.166,00	62.124,30	65.230,52	68.492,04	71.916,64
Costos de exportación	3.598,70	3.778,64	3.967,57	4.165,95	4.374,24
Gastos de ventas	9.095,00	9.549,75	10.027,24	10.528,60	11.055,03
Gastos financieros	10.815,71	10.815,71	10.815,71	10.815,71	10.815,71
Gastos de depreciación	6.800,00	6.800,00	6.800,00	6.770,00	6.720,00
Gasto de amortización diferidos	310	310	310	310	310
Total	130.364,41	135.986,35	141.889,38	148.057,56	154.515,66

4.1.3.3. Ingresos

Los ingresos proyectados para Textiles Vanesa muestran un crecimiento impulsado en el aumento en volúmenes y precios del producto sábanas de piel de durazno. En el primer año registran \$202.552, escalando hasta \$246.916 en el quinto año lo que evidencia un incremento sostenido por la aceptación del producto.

Tabla 82. Ingresos

Descripción	2025	2026	2027	2028	2029
Sábanas piel de durazno en Ecuador	13.518	13.798	14.079	14.360	14.641
Precio unidad local (80%)	10,00	10,30	10,61	10,93	11,26
Subtotal de ingresos proyectados	135.176,00	142.123,52	149.366,23	156.915,60	164.783,49
Sábanas piel de durazno en EE.UU.	3.379	3.450	3.520	3.590	3.660
Precio unidad internacional (20%)	19,94	20,54	21,15	21,79	22,44
Subtotal de ingresos proyectados	67.375,74	70.838,59	74.448,58	78.211,41	82.133,00
Total, de ingresos Proyectados	202.552	212.962	223.815	235.127	246.916

Tabla 83. Desglose de Préstamo

Financiamiento	
Monto a financiar	41.933
Tasa	10,50%
Nro. Años (Máximo 5 años)	5
Total, periodos	60
Periodos de gracia	0
Total, periodos a amortizar	60
Valor dividendo	\$901
Valor intereses	\$12.145

4.1.3.4. Estados financieros

El análisis financiero comprende el estado de situación inicial, los resultados proyectados y el flujo de efectivo, facilitando la evaluación de la rentabilidad y la generación de liquidez de la microempresa durante el periodo analizado. Estos estados financieros resultan esenciales para la toma de decisiones estratégicas y la garantía de la sostenibilidad financiera del negocio en entornos internacionales.

4.1.3.4.1. Estado de situación inicial

El estado de situación inicial refleja una estructura financiera sólida para el inicio del proyecto, con activos totales por \$104.833,18, compuestos principalmente por activos fijos \$76.426 destinados a infraestructura, maquinaria, equipo y vehículo, elementos esenciales para la producción y operación de las sábanas de piel de durazno. Asimismo, se registra un capital de trabajo de \$26.857,18, necesario para cubrir los costos operativos del primer ciclo productivo. En la sección del pasivo, se evidencia un financiamiento de largo plazo por \$41.933,27, correspondiente al crédito obtenido para completar la inversión inicial.

El patrimonio asciende a \$62.899,91, representando el aporte propio de la microempresa y evidenciando una adecuada solvencia financiera. La igualdad entre activos y la suma de pasivo más patrimonio confirma un balance correctamente estructurado, garantizando estabilidad y viabilidad en la fase del proyecto.

Tabla 84. Estado de Situación Inicial

ACTIVO		PASIVO	
Activos corrientes	26.857,18	Pasivos no corrientes	41.933,27
Capital de trabajo (efectivo)	26.857,18	Préstamos por pagar	41.933,27
Bancos			
Activos Fijos	76.426,00		
Terreno	35.000		
Infraestructura	3.200	Total, pasivo	41.933,27
Vehículo	29.500		
Equipo de computación	900		
Equipo de oficina	220	Patrimonio	62.899,91
Maquinaria y equipo	4.180	Capital social	62.899,91
Muebles y enseres	1.200		
Otros	2.226		
Activo diferido	1.550		
Gastos de constitución	1.550		
Total, activos	104.833,18	Total, pasivo y patrimonio	104.833,18

4.1.3.4.2. Estado de resultados

El estado de resultados proyectado evidencia que, durante los cinco años, los ingresos registran fluctuaciones derivadas de la dinámica en precios y los volúmenes de exportación de sábanas de piel de durazno. La utilidad bruta se mantiene robusta, aunque los gastos operativos que integran costos de producción, administrativos, de exportación y ventas exhiben un alza gradual. La utilidad operativa proyectada registra un avance significativo en el último año, con una utilidad neta de \$65.424 tras deducciones fiscales y participación de trabajadores.

Tabla 85. Estado de Resultados

DESCRIPCIÓN	2025	2026	2027	2028	2029
Ingresos proyectados	202.552	212.962	223.815	235.127	246.916
(-) Costos de producción	40.579	42.608	44.738	46.975	49.324
(=) Utilidad Bruta	161.973	170.354	179.076	188.152	197.592
(-) Gastos administrativos	62.124,30	62.124,30	65.230,52	68.492,04	71.916,64
(-) Gastos de exportación	3.599	3.779	3.968	4.166	4.374
(-) Gastos de venta	9.095	9.550	10.027	10.529	11.055
(-) Gastos por depreciación	6.800	6.800	6.800	6.770	6.720

(-) Gastos amortización diferidos	310	310	310	310	310
(=) Total gastos	81.928	82.563	86.335	90.267	94.376
(=) Utilidad operativa proyectada	80.045	87.791	92.741	97.885	103.217
(-) Gastos financieros intereses	4.085	3.343	2.520	1.606	591
Utilidades netas antes del 15% trabajadores	75.960	84.448	90.221	96.279	102.626
(-) 15% trabajadores	11.394	12.667	13.533	14.442	15.394
(=) Utilidad o perdida antes de impuestos	64.566	71.781	76.688	81.837	87.232
(-)25 % Impuesto a la renta	16.141	17.945	19.172	20.459	21.808
(=) Utilidad proyectada	48.424	53.836	57.516	61.378	65.424

4.1.3.4.3. Estado de flujo de efectivo

El estado de flujo de efectivo proyectado parte de una inversión inicial de \$104.833, genera un flujo negativo al comienzo del proyecto. Desde el primer año, el flujo se torna positivo con \$34.894, incrementándose progresivamente gracias a la contribución de la utilidad neta y la depreciación, hasta alcanzar \$48.479 netos en el quinto año. Esta evaluación demuestra una mejora en la rentabilidad y la capacidad de autofinanciamiento para reinversiones en el negocio.

Tabla 86. Estado de Flujo de Efectivo

Descripción	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Ingresos						
Inversión Inicial	-					
	104.833					
Ingresos						
(=) Utilidad Neta Proyectada		48.424	53.836	57.516	61.378	65.424
Depreciación		6.800,0	6.800,0	6.800,0	6.770,0	6.720,0
(=) Total Ingresos		41.624	47.036	50.716	54.608	58.704
EGRESOS						
Pago Capital		6.731	7.472	8.296	9.210	10.225
(=) Total Egresos		6.731	7.472	8.296	9.210	10.225
(=) Flujo de caja neto proyectado	104.833	34.894	39.563	42.420	45.398	48.479

4.1.2.5. Evaluación financiera

Textiles Vanesa evalúa su rentabilidad y viabilidad económica mediante indicadores financieros claves como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la Tasa de Rendimiento Medio (TRM) y el índice de Costo Beneficio (ICB).

Tabla 87. Cálculo de costo capital promedio y tasa de descuento

Cálculo de costo capital promedio y tasa de descuento				
Concepto	Monto	% inversión	Tasa ref.	Total
Capital propio	62.899,91	0,60	0,07	0,04
Capital financiado	41.933,27	0,40	0,09	0,04
			Costo capital promedio	0,075
			Tasa riesgo	0,10
			Tasa de descuento	0,1750

El cálculo del costo de capital promedio ponderado (WACC) se realizó considerando la estructura financiera del proyecto, compuesta por un 60% de capital propio \$62.899,91 y un 40% de capital financiado \$41.933,27. Para el capital propio se aplicó una tasa referencial del del 7% alineada con el rendimiento mínimo esperado para microempresas según parámetros del Banco Central del Ecuador. En el caso del capital financiado, se empleó una tasa del 9%, correspondiente a la tasa activa promedio para créditos productivos. El WACC resultante es de 7,5%, al cual se sumó una prima de riesgo del 10%, debido a la naturaleza del proyecto y su exposición en mercado internacional. Esto permite establecer una tasa de descuento del 17,5%, técnicamente adecuada para evaluar la rentabilidad del proyecto y suficientemente frente a criterios financieros institucionales.

Tabla 88. Evaluación Financiera

Año	FEN	Fat. Act	FE Descontado	PRI
0	-104833,18			
1	\$ 34.893,69	0,8511	29696,76	\$ 34.893,69
2	\$ 39.563,36	0,7243	28656,13	\$ 74.457,06
3	\$ 42.420,27	0,6164	26149,28	\$ 116.877,33
4	\$ 45.398,17	0,5246	23816,99	\$ 162.275,50
5	\$ 48.479,01	0,4465	21645,34	\$ 210.754,51
		SFE	129964,50	
		- I.I.	-104833,18	
		VAN	25131,33	

TD	17,50%
VAN	\$ 25.131,33
TIR	27%
Periodo de recuperación	2 años, 8 meses, 18 días
Índice de rentabilidad	\$ 1,24

4.1.3.5.1. Tasa de Descuento (TD)

La tasa del descuento del 17,50% se determinó a partir del costo promedio ponderado de capital, considerando una combinación del 60% de capital propio y 40% de financiamiento, junto con una tasa activa del 9% y una tasa de riesgo del 10%. Este valor representa el costo de oportunidad del inversionista y el nivel de riesgo del proyecto dentro del sector textil.

4.1.3.5.2. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN positivo de \$25.131.33 indica que los flujos de efectivo futuros descontados superan la inversión inicial del proyecto. Esto significa que la internacionalización de las sábanas generaría un valor adicional una vez cubiertos los costos de inversión y el costo del capital. En términos prácticos, cada dólar invertido retorna con un excedente financiero, confirmando que el proyecto es rentable y atractivo para los inversionistas.

4.1.3.5.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR 27% supera significativamente la tasa de descuento del 17,50%, lo que confirma que el proyecto es financieramente viable. Este rendimiento implica que la inversión generaría una rentabilidad anual del 27%, lo cual es superior al costo del capital y mayor que las tasas promedio del mercado para microempresas productivas. Por tanto, el proyecto ofrece un margen atractivo, incluso bajo condiciones conservadoras.

4.1.3.5.4. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación estimado es en 2 años, 8 meses y 18 días evidencia que la microempresa recuperará su inversión inicial en un plazo razonable dentro de un proyecto de exportación. Aunque es un periodo moderado, está alineado con la naturaleza de los negocios textiles que requieren amortización gradual y crecimiento

paulatino en mercados internacionales. Este resultado sugiere un nivel de liquidez aceptable y un riesgo controlado.

4.1.3.5.5. Índice de Rentabilidad (IR)

El índice de rentabilidad de \$1,24 significa que, por cada dólar invertido, el proyecto genera \$1,24 dólares en valor actualizado. Un IR superior a 1 evidencia que los beneficios superan los costos, reforzando la viabilidad financiera del proyecto. Este indicador complementa el VAN y la TIR al mostrar que el proyecto no solo recupera su inversión, sino que también crea valor adicional para la microempresa.

4.1.3.5.6. Análisis de Sensibilidad Financiera

El análisis de sensibilidad realizado sobre la variación de la tasa de descuento demuestra que el proyecto mantiene VAN positivo incluso cuando se incrementa el costo del capital. Esto confirma que la exportación de sábanas es un proyecto robusto frente a cambios moderados en el riesgo financiero o condiciones del mercado. La estabilidad del VAN bajo distintos escenarios fortalece la decisión de inversión y evidencia la resiliencia del modelo de internacionalización propuesto.

Tabla 89. Cálculo del Capital Mixto

Cálculo de costo capital promedio y tasa de descuento				
Concepto	Monto	% inversión	Tasa ref.	Total
Capital propio	62.899,91	0,60	0,07	0,04
Capital financiado	41.933,27	0,40	0,09	0,04
		Costo capital promedio		0,075
			Tasa riesgo	0,10
			Tasa de descuento	0,1750

Tabla 90. Cálculo de Capital Financiado

Cálculo de costo capital promedio y tasa de descuento				
Concepto	Monto	% inversión	Tasa ref.	Total
Capital propio	0,00	0,00	0,07	0,00
Capital financiado	0,00	1,00	0,09	0,09
		Costo capital promedio		0,09
			Tasa riesgo	0,10
			Tasa de descuento	0,19

Tabla 91. Cálculo de Capital Propio

Cálculo de costo capital promedio y tasa de descuento				
--	--	--	--	--

Concepto	Monto	% inversión	Tasa ref.	Total
Capital propio	0,00	1,00	0,07	0,07
Capital financiado	0,00	0,00	0,09	0,00
		Costo capital promedio		0,007
		Tasa riesgo		0,10
		Tasa de descuento		0,1650

Tabla 92. Comparación Capital Financiero

CAPITAL PROPIO / FINANCIADO		CAPITAL FINANCIADO		CAPITAL PROPIO	
0	-104.833	0	-104.833	0	-104.833
1	34.894	1	34.894	1	34.894
2	39.563	2	39.563	2	39.563
3	42.420	3	42.420	3	42.420
4	45.398	4	45.398	4	45.398
5	48.479	5	48.479	5	48.479
Tasa de descuento	17,50%	Tasa de descuento	19,00%	Tasa de descuento	16,50%
Valor Presente Neto	25.131	Valor Presente Neto	20.554	Valor Presente Neto	28.333
VAN	\$129.964,50	VAN	\$125.387,29	VAN	\$133.166,05
TIR	27%	TIR	27%	TIR	27%
IR	\$1,24	IR	\$1,20	IR	\$1,27

La comparación de los tres escenarios financieros (40% financiado/60% propio, 100% financiado y 100% propio) demuestra que el escenario 100% con capital íntegramente propio exhibe el mejor VAN (\$133.166,05) e IR (1,27), seguido por la estructura mixta y luego el capital financiado, pese a que todos mantienen idénticas TIR del 27%. La tasa de descuento más baja del capital propio (16,50%) otorga ventajas competitivas, en contraste con el elevado costo del capital financiado (19,00%) reduce su rentabilidad relativa. Aunque el financiamiento propio lidera en indicadores, la opción mixta (60/40) se perfila como la más equilibrada, al integrar los beneficios del apalancamiento con una reducción del riesgo financiero, constituyéndose en la alternativa óptima para este estudio.

4.1.4. Estrategias de internacionalización

El análisis estratégico realizado mediante las matrices FODA, EFI (2,50) y EFE (2,62) posicionan a la microempresa Textiles Vanesa en un escenario de crecimiento y

fortalecimiento, caracterizado por un mercado externo favorable y capacidades internas suficientes para iniciar un proceso formal de internacionalización. La microempresa dispone de fortalezas claves; experiencia productiva, calidad artesanal y reconocimiento local, pero también enfrenta limitaciones como capacidad productiva para grandes volúmenes, ausencia de certificaciones internacionales y escasa tecnificación, factores que influyen directamente en la estrategia más adecuada para su ingreso al mercado internacional.

Asimismo, la entrevista con Pro-Ecuador revela que los textiles ecuatorianos pueden competir en mercados como Estados Unidos si cumplen con requisitos esenciales: etiquetado en inglés, certificaciones de composición textil, trazabilidad de algodón o tela, cumplimiento de normas técnicas y selección de canales estratégicos (distribuidores, mayoristas o plataformas de e-commerce). Bajo este contexto, la internacionalización debe adoptarse de manera gradual, minimizando riesgos y asegurando la continuidad operativa exigida por compradores extranjeros.

Con base en todo lo anterior, se plantean tres estrategias principales: exportación indirecta, Piggyback, y Joint Venture, diseñadas para garantizar viabilidad, bajo riesgo y escalabilidad en el tiempo.

4.1.4.1. Exportación Indirecta

La microempresa presenta debilidades críticas: capacidad productiva limitada para grandes volúmenes, falta de certificaciones técnicas y dependencia del mercado local. Estas condiciones dificultan un ingreso directo a mercados como Estados Unidos.

Según Pro-Ecuador, las microempresas que recién inician deben utilizar intermediarios especializados que asuman logística, certificaciones, almacenamiento y distribución.

En este caso, la exportación indirecta se plantea a través de tiendas y distribuidores latinos situados en la zona tri-estatal (New York-Connecticut), quienes funcionan como principales compradores y revendedores de productos ecuatorianos. Estos comercios ya importan mercancía desde Ecuador, por lo que poseen experiencias logísticas, relaciones con consolidadores y permisos de ingreso al mercado estadounidense. Para Textiles Vanesa este enfoque facilita la comercialización inicial, reduce riesgos y evita inversiones en certificaciones internacionales durante la fase temprana.

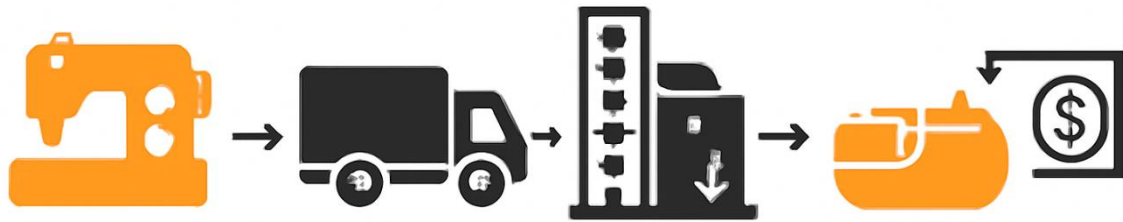


Figura 29. Flujograma Exportación Indirecta

4.1.4.1.1. Ecuavariades



Figura 30. Ecuavariades

Fuente: Google Maps (2025).

Ecuavariades cuenta con una red de distribución establecida en mercados clave como Estados Unidos, donde comercializan productos de ropa de cama, lo que reduce el riesgo de la incertidumbre asociados al proceso de internacionalización. Según el análisis de la entrevista con Pro-Ecuador, los distribuidores ya establecidos poseen la infraestructura necesaria para realizar trámites aduaneros, gestión logística, distribución y comercialización de productos textiles.

Dirección: 13 Center St, Elizabeth, NJ 07200, Estados Unidos

4.1.4.2. Piggyback

La estrategia Piggyback consiste en que Textiles Vanesa se monte sobre la estructura comercial de una empresa ecuatoriana que ya exporta textiles a Estados Unidos, aprovechando su logística, certificaciones, cartera de clientes y canales de distribución. Esta estrategia es coherente con los resultados de la FODA, pues reduce las debilidades de falta de certificaciones y capacidad productiva, permitiendo ingresar al mercado mediante un socio experimentado.

Producción: Textiles Vanesa se encarga de la fabricación de las sábanas de piel de durazno, asegurando que son productos de alta calidad cumpliendo las normativas de etiquetado por el mercado estadounidense.

Exportación: Textiles Vanesa envía la producción a Hogartex Ecuador S.A. en Quito. Esta empresa se encargará de llevar a puerto de Guayaquil así mismo se encargará de los trámites aduaneros y la logística de exportación, aprovechando su experiencia en comercio internacional.

Distribución en EE. UU.: Hogartex tiene un canal de distribución establecido en EE. UU., que incluye tanto la venta minorista de tiendas especializadas. Textiles Vanesa se beneficia de este canal de ventas sin tener que establecer su propia infraestructura en EE. UU.



Figura 31. Flujograma Piggyback

4.1.4.2.1. Hogartex Ecuador S.A

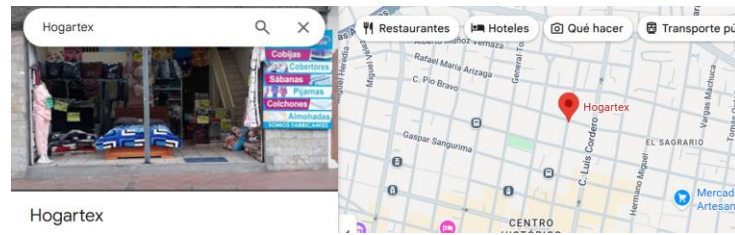


Figura 32. Hogartex Ecuador S.A

Fuente: Google Maps (2025).

Empresa que ya se encuentra exportando productos complementarios como ropa de cama hacia el mercado de Estados Unidos.

Dirección: C. Pio Bravo 8-96 y, Quito.

4.1.4.3. Joint Venture Comercial

La estrategia de Joint Venture Comercial implica la creación de una alianza estratégica entre Textiles Vanesa y J. Queen New York con el objetivo de compartir recursos, capacidades y responsabilidades para ingresar al mercado internacional. En esta alianza, ambas empresas colaboraran para producir y comercializar el producto de manera conjunta, mientras dividen los costos, beneficios y riesgos de la operación.

Textiles Vanesa se beneficiaría de la experiencia y los canales de distribución establecidos de la empresa socia, mientras que J. Queen New York obtiene acceso a la producción de sábanas de piel de durazno de alta calidad, adaptadas a las demandas del mercado.

Esta estrategia se vincula directamente con los resultados del análisis FODA, ya que permite superar las debilidades relacionadas con la capacidad productiva limitada y la falta de certificaciones internacionales, mientras que se aprovechan las fortalezas de la empresa socia, como su infraestructura logística, su conocimiento del mercado estadounidense y su red de distribución.



Figura 33. Flujograma Joint Venture Comercial

4.1.4.3.1. J. Queen New York

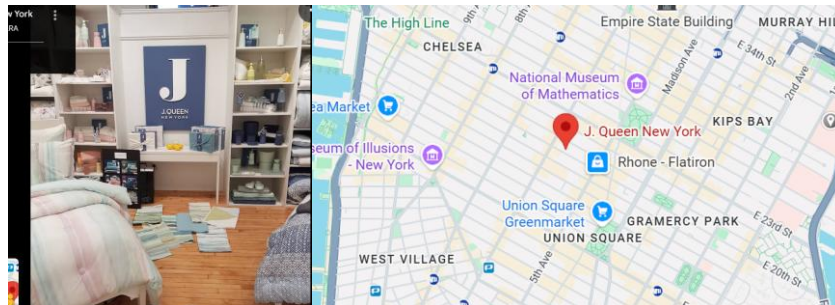


Figura 34. J. Queen New York

Fuente: Google Maps (2025).

J. Queen New York es una empresa distribuidora de productos textiles con presencia consolidada en el mercado estadounidense, especializado en ropa de cama. Su red de distribución incluye tiendas, marketplaces en línea (Amazon, Walmart) y grandes canales minoristas, lo que garantiza acceso a un amplio mercado de consumidores dispuestos a pagar precios competitivos por productos de calidad.

Dirección: 37 W 20th St, New York, NY 10011, Estados Unidos

Las estrategias propuestas se construyen con base en evidencia empírica (FODA, EFI, EFE), diagnóstico de capacidades internas y recomendaciones técnicas proporcionadas por Pro-Ecuador. El modelo planteado; exportación indirecta, piggyback, Joint venture, permite que Textiles Vanesa transite desde un ingreso de bajo riesgo hasta una posición competitiva sostenible en el mercado estadounidense, maximizando sus fortalezas productivas, gestionando sus debilidades estructurales y aprovechando las oportunidades reales del sector textil internacional.

En el marco del análisis de las estrategias de internacionalización evaluadas para la microempresa Textiles Vanesa, se consideraron tres alternativas principales:

exportación indirecta, piggyback y joint venture comercial. Tras el análisis comparativo de dichas opciones, sustentado en los resultados del estudio de mercado, la estructura de costos, la capacidad productiva y la evaluación financiera del proyecto, se determina que la exportación indirecta constituye la estrategia más adecuada, viable y coherente para la internacionalización de las sábanas de piel de durazno hacia el mercado de Estados Unidos.

La exportación indirecta se caracteriza por la venta del producto a intermediarios especializados, exportadores, traders o distribuidores internacionales; que asumen la gestión logística, aduanera y comercial en el mercado de destino. Esta modalidad resulta especialmente apropiada para microempresas, dado que reduce significativamente el nivel de riesgo, inversión inicial y complejidad operativa del proceso de internacionalización.

Desde el punto de vista financiero, esta estrategia se ajusta a la realidad económica de Textiles Vanesa. El estudio financiero evidencia que los gastos administrativos y de producción concentran más del 75 % de la estructura de costos, lo cual demuestra que la empresa debe priorizar la eficiencia interna y evitar la incorporación de costos adicionales elevados asociados a estructuras comerciales propias en el exterior. La exportación indirecta permite controlar los gastos de exportación, que representan un porcentaje reducido dentro del total de egresos, manteniendo la sostenibilidad del flujo de caja y la rentabilidad del proyecto, reflejada en indicadores financieros positivos como el VAN y la TIR.

Desde el enfoque operativo y productivo, la microempresa presenta una capacidad productiva limitada, identificada como una debilidad en el análisis FODA. Bajo este contexto, estrategias como el joint venture comercial o el piggyback exigirían mayores volúmenes constantes, compromisos contractuales más rígidos y una mayor presión sobre la producción. En contraste, la exportación indirecta permite ajustar los volúmenes exportados de forma progresiva, alineándolos con la capacidad real de la empresa y reduciendo el riesgo de incumplimiento.

En términos de riesgo comercial y regulatorio, la exportación indirecta ofrece una ventaja estratégica clave. Al delegar en intermediarios especializados el cumplimiento de normativas técnicas, etiquetado, certificaciones y requisitos aduaneros del mercado estadounidense, Textiles Vanesa minimiza su exposición a

sanciones, rechazos de mercancía o sobrecostos logísticos. Esto resulta particularmente relevante considerando que la empresa aún no cuenta con todas las certificaciones internacionales, aspecto identificado como debilidad interna.

Asimismo, desde una perspectiva estratégica, esta modalidad permite a la microempresa acceder al mercado estadounidense, validar la aceptación del producto y posicionar gradualmente las sábanas de piel de durazno sin comprometer recursos excesivos en una fase inicial. La exportación indirecta actúa, por tanto, como una estrategia de entrada escalonada, que puede evolucionar en el mediano o largo plazo hacia formas más avanzadas de internacionalización, una vez fortalecidas las capacidades financieras, productivas y organizacionales de la empresa.

En contraste, el piggyback, si bien reduce ciertos costos logísticos, limita el control sobre la marca y el posicionamiento del producto, mientras que el joint venture comercial implica mayores compromisos financieros, legales y de gestión, poco compatibles con la estructura actual de una microempresa. Por estas razones, ambas estrategias presentan un nivel de riesgo y exigencia superior al que Textiles Vanesa puede asumir en esta etapa de desarrollo.

En consecuencia, la exportación indirecta se consolida como la estrategia óptima, al permitir a Textiles Vanesa ingresar al mercado internacional de manera segura, rentable y gradual, maximizando las oportunidades de mercado identificadas y reduciendo las amenazas externas, en coherencia con los resultados del análisis financiero, estratégico y de mercado desarrollados en la presente investigación.

Cadena de Suministro para Exportación Indirecta de Sabanas de Piel de Durazno

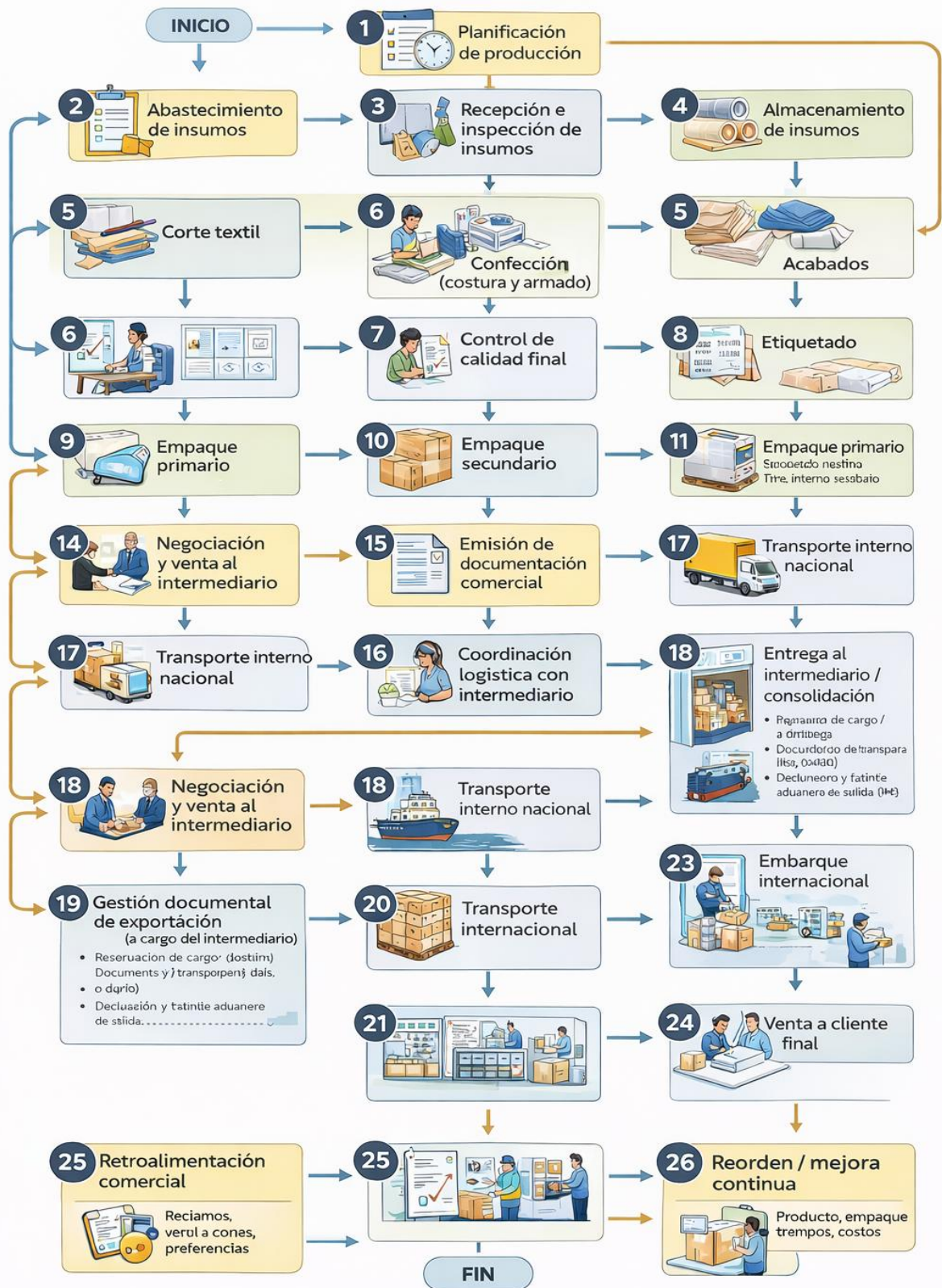


Figura 35. Cadena de suministro

La cadena de suministro propuesta para la exportación indirecta de sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa se estructura como un proceso integral que articula componentes productivos, logísticos, documentales y comerciales, con el objetivo de garantizar que el producto final llegue al mercado internacional en condiciones óptimas de calidad, cumplimiento normativo y eficiencia operativa. En este sentido, el flujograma diseñado no solo representa una secuencia de actividades, sino una ruta estratégica que reduce riesgos para la microempresa al apoyarse en un intermediario especializado que asume gran parte de la gestión exportadora, lo cual es coherente con la realidad operativa y financiera de una unidad productiva de tamaño micro.

El proceso inicia con la planificación de producción, etapa crucial porque define volúmenes, tiempos, requerimientos de insumos y capacidades reales de fabricación. Esta planificación es el punto de control que evita una falla común en microempresas: prometer cantidades sin respaldo productivo, lo cual afecta reputación y cumplimiento en mercados internacionales. Una vez planificado, se activa el abastecimiento de insumos, asegurando que la materia prima requerida (telas, hilos, accesorios y materiales de empaque) sea adquirida conforme a criterios de calidad y continuidad. Posteriormente, estos insumos son sometidos a recepción e inspección, donde se verifica que cumplan especificaciones técnicas, evitando defectos que luego se convertirían en pérdidas por reproceso o devoluciones. Superada la inspección, los insumos pasan al almacenamiento, lo cual asegura orden, control de inventarios y disponibilidad durante el ciclo productivo.

En la fase productiva se ejecuta el corte textil, que marca el inicio de la transformación física del insumo en producto terminado. Esta etapa requiere precisión técnica, porque el rendimiento del material y el estándar de acabado final dependen del corte. A continuación, se desarrolla la confección (costura y armado), en la cual se materializa el valor agregado del producto: la habilidad de confección y la calidad de terminación. Luego se aplican los acabados, etapa que eleva el atributo diferenciador del producto, pues determina textura, presentación y percepción de calidad. Finalizados los acabados, se ejecuta el control de calidad, que funciona como barrera preventiva para asegurar que cada unidad cumpla criterios definidos, minimizando reclamos y fortaleciendo la confiabilidad ante compradores.

Después se procede con el etiquetado, fase clave porque conecta el producto con el cumplimiento normativo y con el marketing: una etiqueta no solo identifica marca y características, sino que también asegura trazabilidad, información al consumidor y alineación con requisitos del mercado destino. Posteriormente, el producto se somete al empaque primario, diseñado para proteger la sábana individualmente, y al empaque secundario, destinado a consolidar unidades y facilitar manipulación y transporte. Estas etapas son determinantes porque un producto textil puede dañarse por humedad, fricción o contaminación durante el transporte, especialmente en rutas internacionales. Una vez empacado, se realiza el almacenamiento del producto terminado, etapa que permite consolidación logística y preparación para el despacho.

A nivel comercial, la cadena continúa con la negociación y venta al intermediario, que constituye el núcleo de la exportación indirecta. En esta modalidad, la microempresa reduce la complejidad operativa, ya que el intermediario suele contar con redes, contactos, experiencia logística y conocimiento documental, elementos que una microempresa normalmente no tiene plenamente desarrollados. Tras concretar la venta, se realiza la emisión de documentación comercial (como factura, lista de empaque u otros documentos de soporte del embarque), y luego la coordinación logística con el intermediario, fase donde se define la programación de retiro, consolidación, ruta de transporte, condiciones de entrega y responsabilidades. De forma inmediata se ejecuta el transporte interno nacional, que moviliza la carga desde el punto de producción hacia el lugar de entrega al intermediario o al centro de consolidación.

En la siguiente etapa se realiza la entrega al intermediario o consolidación, donde se formaliza la transferencia física del producto. Desde ese punto, el intermediario asume la gestión documental de exportación, que incluye la preparación y tramitación de documentos exigidos por la operación internacional, así como la coordinación con actores logísticos. Esto es especialmente relevante porque la documentación es una de las principales causas de retrasos y costos adicionales cuando existen errores o incompletitud. Luego se lleva a cabo el embarque internacional, fase donde la carga sale oficialmente hacia el mercado destino, seguido por el transporte internacional, que representa el desplazamiento físico transfronterizo bajo condiciones pactadas.

Cuando la carga arriba al exterior, se produce el ingreso al país destino y el despacho aduanero, donde se verifican documentos, se cumple con regulaciones y se autoriza la nacionalización o internación del producto. Esta etapa es crítica porque cualquier inconsistencia puede provocar retenciones, pagos extra o rechazo de la mercancía. Tras el despacho, continúa la distribución interna en destino, donde el producto se dirige hacia canales comerciales (minoristas, bodegas o puntos de venta), culminando en la venta al cliente final, que representa el objetivo comercial último del proceso.

Finalmente, el flujograma incorpora una fase estratégica de largo plazo: la retroalimentación comercial y mejora continua, que permite recoger información sobre aceptación del producto, reclamos, preferencias del consumidor, desempeño del empaque, cumplimiento de tiempos y comportamiento del precio. Esta retroalimentación es esencial para sostener la competitividad, porque la internacionalización no se consolida con una sola venta, sino con una dinámica repetible de aprendizaje y mejora. En consecuencia, esta cadena de suministro no solo describe un flujo operativo, sino un modelo de gestión que fortalece la capacidad de Textiles Vanesa para integrarse gradualmente a mercados externos, reduciendo riesgos, elevando estándares y construyendo posicionamiento con base en control de calidad, coordinación logística y soporte del intermediario.

4.1.5. Resultados de la entrevista

4.1.5.1. Entrevista aplicada a la gerente de la microempresa "Textiles Vanesa"

Tabla 93. Entrevista a la gerente de Textiles Vanesa

Nombre:	Ing. Santillán Pucuna Jéssica Andrea
Razón Social:	Microempresa Textiles Vanesa
Cargo:	Gerenta y propietaria

La entrevista realizada a la gerente de la microempresa Textiles Vanesa proporcionó información clave sobre su capacidad productiva, la calidad del producto y su potencial de expansión hacia mercados internacionales. En relación con la capacidad productiva, la empresa elabora aproximadamente 1400 sábanas mensualmente y alrededor de 17.000 unidades al año, demostrando un sistema flexible que se ajusta a la demanda y a pedidos de distinto volumen. Sin embargo, ante un crecimiento proyectado o un contrato de exportación sostenido, sería

necesario incorporar maquinaria más especializada que permita elevar la productividad.

Respecto al producto, Textiles Vanesa destaca por fabricar sábanas de piel de durazno de 140 gramos, 800 hilos, reconocidos por su suavidad, fresca y durabilidad. Los representantes enfatizan que la tela soporta lavados constantes, uso intensivo y diversas condiciones climáticas sin perder la calidad, lo que explica su alta aceptación en sectores como hotelería y comercio transfronterizo. Además, las sábanas presentan medidas amplias que permiten un adecuado ajuste en colchones estándar y altos., diferenciándose de productos tradicionales del mercado nacional.

En cuanto a la gestión de insumos y control de calidad, la microempresa trabaja con materiales cuidadosamente seleccionados y realiza verificaciones constantes de textura, acabados y medidas antes de la entrega final. No obstante, no cuentan con manuales ni procesos estandarizados, ya que se producen de forma general para la respectiva venta, esto se ha convertido en un reto en términos de trazabilidad y certificaciones requeridas en mercados internacionales.

Sobre los procesos administrativos y de comercialización, Textiles Vanesa sostiene una estrategia competitiva basada en precios accesibles y de alta calidad, ofreciendo productos significativamente más económicos que los comercializados en ciudades como Quito. La microempresa recibe consultas frecuentes desde distintos países de América; sin embargo, los costos de envío son una barrera para concretar exportaciones directas. Pese a ello, identifican al sector hotelero, distribuidores mayoristas y canales digitales con opciones viables para futuras operaciones internacionales.

Finalmente, la entrevista evidencia que Textiles Vanesa posee una visión estratégica orientada al crecimiento. La empresa afirma estar preparada para adaptar colores, tamaños y empaques según los requerimientos del cliente extranjero, apoyándose en su catálogo variado y en la calidad garantizada de cada prenda. Su objetivo es consolidarse en el mercado nacional y proyectarse hacia la internacionalización, respaldados por un producto competitivo que combina textura, durabilidad y precio favorable.

4.1.5.2. Entrevista aplicada al funcionario de Proecuador

Tabla 94. Entrevista al funcionario de Proecuador

Nombre:	Ing. Oscar Alejandro Ruano Orellana
Razón Social:	Pro-Ecuador Zona 1
Cargo:	Promoción de Exportación Zona 1

La entrevista realizada a Proecuador permitió identificar los elementos clave que una microempresa textil ecuatoriana, como Textiles Vanesa, debe considerar para internacionalizar sábanas de piel de durazno. En primer lugar, el especialista enfatiza que el punto de partida es un análisis riguroso del mercado internacional: definir el país objetivo, estudiar su demanda, competencia (especialmente India y China en el sector textil), niveles de aceptación del producto y condiciones arancelarias y paraarancelarias. No es recomendable exportar a todo el mundo de forma indiscriminada, sino seleccionar mercados donde el producto tenga verdadera potencialidad.

En cuanto a requisitos estructurales y normativos, se señala que la microempresa debe estar formalmente constituida (de preferencia como Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) u otra figura societaria), con RUC acorde a su actividad, firma electrónica, registro como importador-exportador en el sistema ECUAPASS, inscripción en el Banco Central y la emisión de la factura electrónica. A nivel técnico, para textiles se requiere cumplir con normas de etiquetado y presentación (normas INEN como la 2909 y 2107), registra la marca y preparar fichas técnicas del producto. Además, se destaca la regla de las "tres C" como condición mínima para sostener una exportación: cantidad, calidad y continuidad.

En el ámbito logístico y de costos, Pro-Ecuador explica que la rentabilidad depende del volumen, el incoterm elegido y una adecuada estructuración de costos desde el precio interno hasta el precio internacional. El manejo correcto de Incoterms como EXW, FCA, FOB, o incluso DDP, es crucial para definir quién asume fletes, seguros y gastos en destino. Se subraya que, tras la pandemia, los fletes marítimos mantuvieron niveles altos, lo que obliga a comparar alternativas (aéreo vs. Marítimo, paletización, consolidación de carga) y a negociar condiciones que no absorban en exceso los costos por parte de la microempresa.

Respecto a exigencias de calidad y certificaciones, el entrevistado señala que el producto debe adaptarse al mercado objetivo. Para Estados Unidos, por ejemplo, se requiere un etiquetado claro en inglés que incluya composición de la fibra (algodón,

mezclas, elastano), país de origen (Made in Ecuador), forma de lavado, planchado y secado. En textiles de cama se valoran particularmente las telas con buena trazabilidad de algodón y mezclas que no afecten la piel. Dependiendo del mercado y del tipo de tela, pueden requerirse certificaciones adicionales de mezcla de fibras u otros sellos de calidad.

En cuanto a estrategias comerciales y de posicionamiento, Proecuador recalca que introducir un nuevo textil implica trabajar marca, diseño, moda y diferenciación. En ropa de cama, los factores clave son el número de hilos, el gramaje, la suavidad al tacto y la seguridad para la piel, junto con una paleta de colore sobrias (blancos, grises y tonos neutros) acorde a las preferencias del consumidor estadounidense. El diseño del empaque, la presentación y el etiquetado son fundamentales para generar confianza en canales como marketplaces (Amazon, Walmart, Alibaba, etc.), cadenas hoteleras y distribuidores especializados.

En el plano político-comercial, se mencionan las oportunidades derivadas de las subpartidas que Estados Unidos ha liberado para Ecuador, principalmente en el ámbito agroindustrial., pero también con posibilidades para ciertos bienes industriales. Aunque no existe un tratado de libre comercio, el entrevistado señala que Estados Unidos sigue siendo el mercado natural del país; por ello, encontrar un buen importador o trader en ese mercado puede compensar la existencia de aranceles, siempre que el producto esté correctamente posicionado y respalde su precio con calidad.

La entrevista también aborda las barreras arancelarias y no arancelarias. Entre las primeras se encuentran aranceles que deben compararse frente a competidores como India y China. Entre las segundas destacan los requisitos de empaque, etiquetado, ficha técnica, trazabilidad de insumos y cumplimiento de normas de seguridad para el consumidor. Todo ello obliga a la microempresa a profesionalizar sus procesos, documentar la cadena de producción y mantener registros que puedan ser verificados en auditorías o inspecciones.

Sobre la selección de mercados destino, el especialista indica que deben considerarse simultáneamente demanda, nivel de precios, logística, existencia de acuerdos comerciales, tiempos de entrega y capacidad real de la empresa. El mercado internacional es altamente exigente: mientras más certificaciones, fichas técnicas y procesos documentados posea el producto, mayor será su probabilidad

de éxito. A esto se suma la necesidad de mantener una oferta exportable constante, donde el principal desafío del sector textil ecuatoriano son los altos costos de producción frente a competidores asiáticos y la dificultad para sostener precios competitivos de manera permanente.

Finalmente, Proecuador resalta la importancia de las alianzas estratégicas y la visibilidad internacional. Para consolidar la inserción de microempresas como Textiles Vanesa se recomienda participar en ferias especialistas, apoyarse en programas de promoción comercial, fortalecer la presencia digital mediante redes sociales, páginas web y campañas de Google Ads, y trabajar con agentes aduaneros y logísticos confiables en el país de destino. Todo este conjunto de elementos, formación empresarial, cumplimiento normativo, diseño del producto, logística eficiente y estrategia comercial sólida, conforman la base para que las sábanas de piel de durazno ecuatorianas puedan competir de forma exitosa y sostenible en los mercados internacionales.

4.2. DISCUSIÓN

La investigación realizada sobre las oportunidades de mercado para la internacionalización de sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa de la ciudad de Tulcán ha permitido obtener una visión integral y profunda de los diversos factores que influyen en el proceso de internacionalización de este producto. A través de análisis de los resultados obtenidos, se pueden identificar las oportunidades de expansión, las barreras y las estrategias necesarias para superar los desafíos que enfrenta la microempresa. En este sentido, la discusión se articula en torno a los objetivos planteados en el presente trabajo, comparando los hallazgos obtenidos con estudios previos y subrayando las implicaciones teóricas y prácticas de los resultados.

El primer objetivo de esta investigación fue determinar las oportunidades de mercado para la internacionalización de sábanas de piel de durazno, fabricadas por Textiles Vanesa, para ello se llevó a cabo un análisis exhaustivo de los mercados internacionales utilizando fuentes secundarias, como Trade Map, Banco Central, Banco Mundial, Indexmundi y Datosmacro, así como datos primarios obtenidos a través de entrevista con experto en comercio exterior, lo que permitió identificar los mercados de Estados Unidos, Polonia y Rumania como los más prometedores.

Los resultados obtenidos coinciden con las conclusiones de estudios previos, como el trabajo de Che et al. (2023), quienes afirman que la globalización ha creado nuevas oportunidades para productos textiles provenientes de países en desarrollo como Ecuador. El estudio destaca que la capacidad de los países emergentes para competir en mercados internacionales depende de factores como la calidad del producto, la innovación y la capacidad de adaptación a los estándares internacionales. En este sentido, Textiles Vanesa se encuentra en una posición favorable para competir, dado el alto nivel de calidad y sostenibilidad de sus productos, características que se alinean con las preferencias crecientes de los consumidores internacionales.

Además, este estudio afirma que los productos textiles ecuatorianos gozan de una reputación internacional basada en la alta calidad de su manufactura, como lo han destacado otros estudios en la literatura, como Hernández et al. (2014), quienes enfatizan que el prestigio de la industria textil ecuatoriana se consolida debido a la tradición artesanal y la innovación en la fabricación de productos con alto valor agregado. Por lo tanto, Textiles Vanesa no solo debe aprovechar la alta demanda internacional, sino también capitalizar las tendencias del mercado hacia el consumo de productos que cumplan con criterios de sostenibilidad y comercio ético.

El segundo objetivo consistió en diagnosticar los mercados internacionales para las sábanas de piel de durazno de Textiles Vanesa. A través del análisis de la matriz POAM (perfil de oportunidades y amenazas del mercado), se identificaron tres mercados clave para la microempresa: Estados Unidos, Polonia y Rumania, dando como resultado de mercado internacional Estados Unidos, particularmente en el estado de Nueva York-distrito de Brooklyn, se observa una creciente demanda por productos artesanales y de alta calidad.

Este hallazgo es consistente con el trabajo de Sharma y Bharti (2025), quienes argumentan que el consumo de productos naturales y artesanales ha experimentado un auge, especialmente en mercados como el estadounidense y europeo, donde los consumidores cada vez están más enfocados en productos que no solo sean de alta calidad, sino que también cumplan con criterios éticos,

El tercer objetivo fue proponer estrategias de internacionalización para Textiles Vanesa. En este sentido, la investigación recomienda la exportación indirecta como la estrategia más adecuada para una microempresa con recursos limitados. Esta

estrategia permite reducir riesgos y minimizar costos iniciales, lo que es esencial en las primeras etapas de internacionalización. La exportación indirecta ha sido ampliamente respaldada en la literatura, como en el estudio de Arias (2020), que destaca su efectividad para empresas pequeñas y medianas que no cuentan con la infraestructura necesaria para mejorar los procesos de exportación directa. Además, se sugiere el uso de incoterms FOB para empezar una exportación, ya que este término limita las responsabilidades tanto al importador como al exportador.

Al comparar los resultados obtenidos en esta investigación con otros estudios sobre la internacionalización de productos textiles, se observa que los factores clave para el éxito son consistentes en la mayoría de los casos. El trabajo de Ramdani et al (2023) resalta que la adaptación al producto a las normas internacionales, así como la gestión de la cadena de suministro, son elementos fundamentales para competir en mercados internacionales. En este contexto, Textiles Vanesa debe invertir en la mejora de sus capacidades logísticas, lo que incluye la optimización de su cadena de suministro y la adaptación de su producto a los estándares internacionales.

De manera similar, los estudios de Porter (1980) sobre ventajas competitivas enfatizan que la diferenciación del producto es esencial para mantener una ventaja sobre los competidores internacionales. En este sentido, la empresa no solo debe competir en precio, sino ofrecer sábanas de piel de durazno de alta calidad que se destaquen por sus características únicas, lo que permitirá posicionarse en el mercado objetivo.

El análisis financiero realizado demuestra que la internacionalización de las sábanas de piel de durazno de Textiles Vanesa es un proyecto económicamente viable. Los resultados obtenidos a través del VAN, TIR y PRI indican que el proyecto tiene potencial de generar beneficios significativos. El VAN positivo sugiere que la inversión inicial se verá compensada por los flujos de caja futuros, y la TIR superior a la tasa de descuento establece que el proyecto es rentable a largo plazo, lo que ofrece una sólida base para la toma de decisiones estratégicas.

La TIR obtenida en el análisis es un reflejo de la rentabilidad del proyecto, mostrando que los retornos generados superan la inversión requerida, lo cual es fundamental para asegurar la competitividad de la microempresa en mercados internacionales. El PRI a mediano plazo también respalda la viabilidad del proyecto, ya que la microempresa podrá recuperar la inversión en un tiempo razonable, lo cual es clave para mantener la estabilidad financiera y asegurar su creciente continuo. Este

indicador es particularmente relevante para empresas pequeñas que enfrentan desafíos operativos y financieros al expandirse internacionalmente.

En conjunto, los resultados reflejan una situación favorable para Textiles Vanesa, donde los indicadores financieros proporcionan una visión clara de la rentabilidad y la viabilidad del proyecto. La combinación de un VAN positivo, una TIR superior y un PRI manejable permite concluir que el proyecto no solo es financieramente factible, sino también atractivo para inversores, con una rentabilidad sólida y una gestión de riesgos controlada, lo que fortalece la estrategia de internacionalización de la microempresa.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- La investigación permitió cumplir de manera integral el objetivo general, demostrando que la internacionalización de las sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa constituye una oportunidad real, viable y estratégicamente favorable en el contexto del comercio exterior. El análisis de mercado evidenció que existe una demanda efectiva por textiles diferenciados en mercados internacionales, especialmente en Estados Unidos, lo cual sustenta la factibilidad del proyecto desde una perspectiva comercial.
- El análisis teórico confirmó que el producto de Textiles Vanesa se alinea con los principios de la ventaja comparativa y la ventaja competitiva, al incorporar atributos diferenciadores como suavidad, confort, durabilidad y presentación estética, elementos altamente valorados por el consumidor internacional. En este sentido, la competitividad del producto se fundamenta principalmente en la diferenciación, más que en la competencia por precio, lo cual fortalece su posicionamiento en mercados exigentes.
- Los resultados del estudio de mercado permitieron identificar a Estados Unidos, particularmente el estado de Nueva York (Brooklyn), como el mercado con mayor potencial para la exportación, debido a su elevado poder adquisitivo, diversidad cultural, preferencias por productos textiles de calidad y canales de comercialización consolidados. En contraste, aunque Polonia y Rumania presentan oportunidades, sus condiciones resultan menos favorables frente al mercado estadounidense.
- El estudio financiero evidenció que el proyecto es económicamente viable y sostenible, reflejando un Valor Actual Neto (VAN) positivo, una Tasa Interna de Retorno (TIR) superior a la tasa de descuento y un Periodo de Recuperación de la inversión (PRI) dentro de parámetros aceptables para una microempresa. Estos indicadores confirman que la inversión inicial se recupera en un plazo razonable y que el proyecto genera rentabilidad suficiente para sostener su crecimiento.
- El análisis de la estructura de costos permitió concluir que Textiles Vanesa posee una estructura equilibrada, donde los costos de producción, gastos

administrativos, de ventas y de exportación se encuentran debidamente identificados y controlados, permitiendo una correcta fijación de precios competitiva tanto en el mercado nacional como en el internacional.

- Finalmente, se concluye que la estrategia de exportación indirecta representa la alternativa más adecuada para la microempresa en su etapa inicial de internacionalización, ya que permite reducir riesgos financieros, operativos y logísticos, aprovechar la experiencia de intermediarios especializados y facilitar un proceso de aprendizaje gradual en el comercio exterior.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que Textiles Vanesa fortalezca sus procesos productivos, mediante la estandarización de la calidad y la implementación progresiva de certificaciones textiles internacionales, especialmente aquellas relacionadas con composición del tejido, etiquetado y seguridad del producto, con el fin de cumplir los requisitos normativos del mercado estadounidense.
- Se sugiere priorizar estratégicamente el ingreso al mercado de Estados Unidos, estableciendo alianzas comerciales con importadores, distribuidores mayoristas o plataformas de comercialización internacional, que permitan ampliar la cobertura de mercado y mejorar la visibilidad del producto sin asumir altos costos iniciales.
- Se recomienda consolidar la estrategia de exportación indirecta como mecanismo de entrada al comercio internacional, trabajando con intermediarios logísticos y comerciales que cuenten con experiencia en exportaciones textiles, lo cual permitirá a la empresa minimizar errores operativos y reducir la exposición al riesgo.
- Es recomendable implementar un plan de fortalecimiento logístico, que incluya mejoras en el empaquetado, etiquetado, protección del producto, control de inventarios y tiempos de despacho, asegurando que las sábanas lleguen al mercado destino en condiciones óptimas.
- Se aconseja que la microempresa continúe realizando evaluaciones financieras periódicas, actualizando los flujos de caja y los indicadores económicos, con el fin de monitorear la rentabilidad del proyecto y respaldar futuras decisiones de expansión o inversión.
- Finalmente, se recomienda que esta investigación sirva como base para futuras investigaciones académicas y como referencia para otras

microempresas textiles de la ciudad de Tulcán, que busquen incursionar en el comercio internacional bajo esquemas de internacionalización progresivos, sostenibles y adaptados a sus capacidades.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Águila, A. A., & Díaz, R. C. (2020). *Las estrategias de exportaciones en Cuba, un procedimiento para su implementación en cementos cienfuegos*. 12. <https://orcid.org/0000-0002-9089-5973>
- Ahmad, S., & Nawab, A. K. (2020). International Marketing in the Modern Era. *International Research Journal on Advanced Science Hub*, 2(11S), 16-19. <https://doi.org/10.47392/irjash.2020.227>
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica* (Sexta Edición). Episteme. <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Calheiros-Lobo, N., Vasconcelos Ferreira, J., & Au-Yong-Oliveira, M. (2023). SME Internationalization and Export Performance: A Systematic Review with Bibliometric Analysis. En *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 15, Número 11). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su15118473>
- Cambra-Fierro, J., & Vázquez-Carrasco, R. (2010). *El reto de internacionalizar la actividad de una PYME es posible*. 28, 64-74. <https://doi.org/43315581004>
- Cardona, C., & Bonilla, E. (2015, noviembre). *Los factores limitantes de la internacionalización de las pymes textil*. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2015/11/marroquineria.html>
- Castilla, E., & Chocano, P. (2024). El Modelo de Regresión Lineal y el Problema de Mínimos Cuadrados. *Forum Docentis*, 1(1), e19. <https://doi.org/10.33732/fd.v2023.n1.19>
- Castillo, J., González, R., & Maldonado, G. (2018). Especial No. Año, 34, 713-737. <file:///C:/Users/Administrador/Downloads/Dialnet-FlujosDeComercioInternacionalEnLaIndustriaAeroespa-8369868.pdf>
- Chen, F., Ahmad, S., Jiang, G., & Chen, J. (2023). Factors Affecting Textiles Products Exports of Major Producers: A Gravity Model Approach. *SAGE Open*, 13(4). <https://doi.org/10.1177/21582440231213688>
- Christopher, Martin. (2005). *Logistics and supply chain management: creating value-added networks*. FT Prentice Hall. https://old.mu.ac.in/wp-content/uploads/2021/02/Logistics-and-Supply-Chain-Management-Martin-Christopher.pdf?utm_source.com

- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI]. Registro Oficial Suplemento No. 351, 29 de diciembre de 2010 (Ecuador). <https://www.aduana.gob.ec/gacnorm/data/CODIGO-ORGANICO-DE-LA-PRODUCCION-COMERCIO-E-INVERSIONES.pdf>
- Costinot, A., & Donaldson, D. (2012). *Ricardo's Theory of Comparative Advantage: Old Idea, New Evidence*. https://economics.mit.edu/sites/default/files/publications/PP-1-31-12.pdf?utm_source.com
- Creswell, J. W. (2014). Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. *CIREN - Open Access Proceedings Journal*, 2017(July), 1-67. <https://es.scribd.com/document/784541714/03-ES-Creswell-Research-Design-Qualitative-Quantitative-And-Mixed-Methods-Approaches>
- Divrik, B., & Baykal, *Elif. (2022). RELATION OF DIGITALIZATION AND INTERNATIONALIZATION FOR SMES; EVIDENCE FROM TURKISH TEXTILE AND CLOTHING INDUSTRY. *Journal of Global Strategic Management*. <https://doi.org/10.20460/jgsm.2023.318>
- Drucker, P. (1969). *Business Logistics/Supply Chain-A Vital Subject*. https://courses.washington.edu/cee587/Readings/Chapter%201%20of%20the%20Ballou%20Book.pdf?utm_source.com
- Galvão, A. R., Marques, C. S., Mascarenhas, C., Braga, V., & Pereira, R. (2021). Motivations and barriers for the sustainable internationalization of the portuguese textile sector. *Sustainability (Switzerland)*, 13(23). <https://doi.org/10.3390/su132313147>
- González, J., Alcívar, V., Briones, P., & Pareja, M. (2019). *Estrategias de internacionalización de las MiPymes en el sector textil*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/06/internacionalizacion-mipymes.html>
- Grimmelt, A., Magni, M., & Rodriguez, A. (2020). *McKinsey 2020 Global Consumer Sentiment Survey: A tale of two segments*. <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Consumer%20Packaged%20Goods/Our%20Insights/McKinsey%202020%20Global%20Consumer%20Sentiment%20Survey%20A%20tale%20of%20two%20segments/McKinsey-2020-Global-Consumer-Sentiment-Survey.ashx>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (McGraw-Hill Education, Ed.; Sexta edición).

- <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales* (Cuarta edición). <https://psicologiaexperimental.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/03/kerlinger-y-lee-cap-1.pdf>
- Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2009). *International Economics*. https://web.pdx.edu/~ito/Krugman-Obstfeld-Melitz/8e-text-PDF/M01_KRUG3040_08_SE_C01.pdf?utm_source.com
- Lee, J. Y., Yang, Y. S., Ghauri, P. N., & Park, B. Il. (2022). The Impact of Social Media and Digital Platforms Experience on SME International Orientation: The Moderating Role of COVID-19 Pandemic. *Journal of International Management*, 28(4). <https://doi.org/10.1016/j.intman.2022.100950>
- Legislativo, D. (2008). CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. *Registro Oficial*, 449(20), 25-2021. www.lexis.com.ec
- Ley de Compañías. Registro Oficial No. 312, 5 de noviembre de 1999 (Ecuador, reformada el 29 de diciembre de 2017). https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf
- Liang, Y. (2025). Exploring Efficiency and Potential of China's Textile and Apparel Export to the RCEP Countries Reflections on the Stochastic Frontier Gravity Model. *Open Journal of Business and Management*, 13(01), 563-582. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2025.131031>
- Morrow, P. M., thank Mary Amity, I., Coibion, O., Deardorff, A., Ferris, A., Gorodnichenko, Y., Carlos Hallak, J., Levinsohn, J., Sivadasan, J., Solon, G., & Trefler, D. (2008). RESEARCH SEMINAR IN INTERNATIONAL ECONOMICS RESEARCH SEMINAR IN INTERNATIONAL ECONOMICS *East is East and West is West: East is East and West is West: A Ricardian-Heckscher-Ohlin Model A Ricardian-Heckscher-Ohlin Model of Comparative Advantage of Comparative Advantage*. <http://www.fordschool.umich.edu/rsie/workingpapers/wp.html>
<http://www.fordschool.umich.edu/rsie/workingpapers/wp.html>

- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. En *Int. J. Morphol* (Vol. 35, Número 1). <https://www.scielo.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Porter, M. E. (1979). *How Competitive Forces Shape Strategy Harvard Business Review HBR How Competitive Forces Shape Strategy*. <http://econspace.net/teaching/MGT-528/Porter-HBR-1997.pdf>
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations Harvard Business Review*. https://economie.ens.psl.eu/IMG/pdf/porter_1990_-_the_competitive_advantage_of_nations.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Preeti, K. (2023). Foreign market entry strategies: A comparative analysis. ~ 276 ~ *Asian Journal of Management and Commerce*, 4(1), 276-281. www.allcommercejournal.com
- Raghu, S. (2017). *Understanding the Market and Market Analysis*. https://www.wipo.int/edocs/mdocs/aspac/en/wipo_ip_bkk_17/wipo_ip_bkk_17_15.pdf
- Ramdani, B., Belaid, F., & Goutte, S. (2023). SME internationalisation: Do the types of innovation matter? *International Review of Financial Analysis*, 88. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2023.102681>
- Reglamento a la Ley de Defensa del Consumidor, Decreto Ejecutivo No. 1314. Registro Oficial No. 287, 19 de marzo de 2001 (Ecuador). <https://www.goberguayas.gob.ec/pdf/LOTAIP/Leyes/5-5-Reglamento-LODC.pdf>
- Ruffin, R. J. (2002). David Ricardo's Discovery of Comparative Advantage. *History of Political Economy*, 34(4), 727-748. <https://doi.org/10.1215/00182702-34-4-727>
- Sannegadu, R., Henrico, A., & van Staden, L. (2021). Factors influencing the internationalization of small-sized textile firms in a Small Island Developing State: A Mauritian study. *Island Studies Journal*, 16(2), 298-322. <https://doi.org/10.24043/ISJ.154>
- Scholte, J. A. (2005). *Globalization: A Critical Introduction, Second Edition* (Segunda Edición). Palgrave Macmillan. https://zubairabid.com/Semester7/subjects/nationalism/readings/Jan%20Aart%20Scholte%20-%20Globalization%2C%20Second%20Edition_%20A%20Critical%20Introduction%20-Palgrave%20Macmillan%20%282005%29.pdf

- Sebastian Garcia, & Halog, A. (2021). *Pursuing a Circular and Sustainable Textile Industry in Latin America* (pp. 105-130). https://doi.org/10.1007/978-981-16-1850-5_6
- Sharma, T., & Bharti, N. (2025). The Impact of EU Trade Policies on Its Textile and Clothing Imports: A Comparison Between India, Bangladesh, China, and Vietnam. *Economies*, 13(2). <https://doi.org/10.3390/economies13020047>
- Tamayo y Tamayo, Mario. (2001). *El proceso de la investigación científica* (Cuarta edición). Limusa. <https://sf4b82729bdc99ec0.jimcontent.com/download/version/1519911872/module/13872381678/name/La%20investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica%20Tamayo%20y%20Tamayo.pdf>
- World Trade Organization. (s. f.). *International export regulations and controls Navigating the global framework beyond WTO rules*. Recuperado 1 de octubre de 2025, de https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/international_exp_regs_e.pdf

VII. ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
ACTA
DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR CON ENFOQUE EN INVESTIGACIÓN

ESTUDIANTE:	PNANGO ACERO WILIAN VINICIO	CÉDULA DE IDENTIDAD:	1728048461
PERIODO ACADÉMICO:	2025B		
PRESIDENTE TRIBUNAL:	MSC. LUIS ARTURO VELA CEPEDA	DOCENTE TUTOR:	PHD. GUSTAVO JAVIER TERAN ROSERO
DOCENTE:	MSC. JULIO IVÁN LÓPEZ CADENA		
TEMA DEL TIC:	"Oportunidades de mercado para la internacionalización de sábanas de piel de durazno de la microempresas textiles Vanesa de la ciudad de Tulcán"		

No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	7,50	Revisar y ajustar la problemática acorde al sector que se ha investigado.
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7,50	Fundamentar las teorías científicas a cargo el tema de investigación y variables que relaciona.
3	METODOLOGÍA	7,50	Identificación de la población y la muestra según la investigación realizada, revisar el enfoque utilizado.
4	RESULTADOS	7,50	Incluir cuadros comparativos de la competencias; determinación de estructura de costos, especificar la cadena de suministro, determinación de estrategias a utilizar en la exportación hacia los mercados internacionales.
5	DISCUSIÓN	7,50	Mostrar datos acorde a las técnicas e instrumentos utilizados en la investigación.
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	7,50	Replantear conclusiones y recomendaciones en base a lo anterior.
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7,50	Argumentar de mejor manera y utilización de vocabulario técnico.
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	8,00	Revisar el formato

Obteniendo una nota de: **7,65** Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 66.- De la aprobación de la pre defensa del informe final de TIC.- El estudiante deberá obtener una nota mínima de 7/10; al finalizar el proceso de pre-defensa se procederá a levantar el acta correspondiente. En el caso de aprobar con observaciones el estudiante deberá adjuntar el informe final de cumplimiento de observaciones y recomendaciones emitido por el Tribunal previo a la defensa final en un término máximo de 10 días.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **miércoles, 17 de diciembre de 2025**


MSC. LUIS ARTURO VELA CEPEDA
PRESIDENTE TRIBUNAL


MSC. JULIO IVÁN LÓPEZ CADENA
DOCENTE


PHD. GUSTAVO JAVIER TERAN ROSERO
DOCENTE TUTOR

Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN
AND NATIVE LANGUAGES CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Pinango Acero Willian Vinicio DATE: Jueves, 11 de diciembre de 2025 Topic: "Oportunidades de mercado para la internacionalización de sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa de la ciudad de Tulcán" MARKS AWARDED QUANTITATIVE AND QUALITATIVE				
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
De	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		TOTAL 9	



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI- FOREIGN AND NATIVE LANGUAGES
CENTER**

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

Autor: Pinango Acero Willian Vinicio

Fecha de recepción del abstract: Jueves, 11 de diciembre de 2025

Fecha de entrega del informe: Jueves, 11 de diciembre de 2025

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según la rúbrica de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9; por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



MA. Martha Viveros
Responsable del
CIDEN

Anexo 3. Evidencia de entrevistas

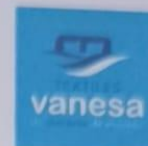
Entrevista 1 Microempresa Textiles Vanesa



Entrevista 2 ProEcuador



Anexo 4. Respuesta al oficio de solicitud de información



Tulcán, 08 de julio de 2024

Textiles Vanesa

Dirección: frente al centro comercial popular, Calle sucre entre Chimborazo, y, Tulcán

Teléfono: 098668891

Correo Electrónico: jessicapucuna155@gmail.com

Por medio de la presente, en mi calidad de Gerente General de Textiles Vanesa, quiero manifestar mi total aceptación a la solicitud presentada por el estudiante PINANGO ACERO WILLIAN VINICIO, cédula de ciudadanía No. 1728048461.

Autorizamos formalmente que el estudiante mencionado lleve a cabo las entrevistas y obtención de información necesaria para el desarrollo de su Trabajo de Integración Curricular titulado: "Oportunidades de mercado para la internacionalización de sábanas de piel de durazno de la microempresa Textiles Vanesa de la ciudad de Tulcán".

Confirmamos que toda la información proporcionada se utilizará con fines estrictamente académicos, conforme lo establece la solicitud.

Agradezco la atención prestada y quedo a disposición para cualquier otra consulta o gestión adicional.

Atentamente,

Ing. Jessica Santillán

Gerente General Textiles Vanesa