

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
Y DEL COMERCIO



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

INVESTIGACIÓN Y TOMA DE DECISIÓN DE LAS POSIBLES
EMPRESAS A NEGOCIAR

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR, PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMERCIO
EXTERIOR**

Autores :

Hernández Llongo Ángel Raúl
Hurtado Moncayo Celine Leonela

Director : Msc. Vinueza Luna Jenny Lolita PhD.

SANGOLQUI - 2022

EL PROBLEMA

INCONVENIENTES DE LAS MIPYMES EN SUS COMPRAS INTERNACIONALES

DESCONOCIMIENTO DEL MERCADO

MAL USO DE DATOS DE IMPORTACIONES

MAL USO DE HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE DATOS

DESCONFIANZA DE LAS EMPRESAS EXTRANJERAS

RELACIONES DÉBILES CON PROVEEDORES INTERNACIONALES



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



OBJETIVOS

INVESTIGAR Y TOMAR DECISIONES DE LAS POSIBLES EMPRESAS A NEGOCIAR EN EL MERCADO INTERNACIONAL.

OBJETIVO 1

Identificar las redes de contacto a las que pueden acceder las MiPymes para mejorar sus oportunidades en el mercado internacional.

OBJETIVO 2

Caracterizar a las MiPymes ecuatorianas para determinar su importancia en la economía del país.

OBJETIVO 3

Determinar el procedimiento que siguen las MiPymes para analizar a sus proveedores potenciales.

PROPOSICIÓN

Las MIPYMES no conocen su entorno empresarial nacional e internacional lo que les impide fortalecer sus redes de contacto y mejorar sus procesos de compra internacional.



METODOLOGÍA

Tipo de investigación descriptiva

01

Identificar las redes de contacto a las que pueden acceder las MiPymes para mejorar sus oportunidades en el mercado internacional.

Unidad de análisis:

- Redes de contacto

Técnica de recolección de datos:

- Fuentes secundarias: artículos académicos e informes relacionadas a las redes de contacto.

02

Caracterizar a las MiPymes ecuatorianas para determinar su importancia en la economía del país

Unidad de análisis:

- MIPYMES ecuatorianas

Técnica de recolección de datos:

- Fuentes secundarias: Artículos académicos e informes relacionados al entorno de las MIPYMES.

03

Determinar el procedimiento que siguen las MiPymes para analizar a sus proveedores potenciales.

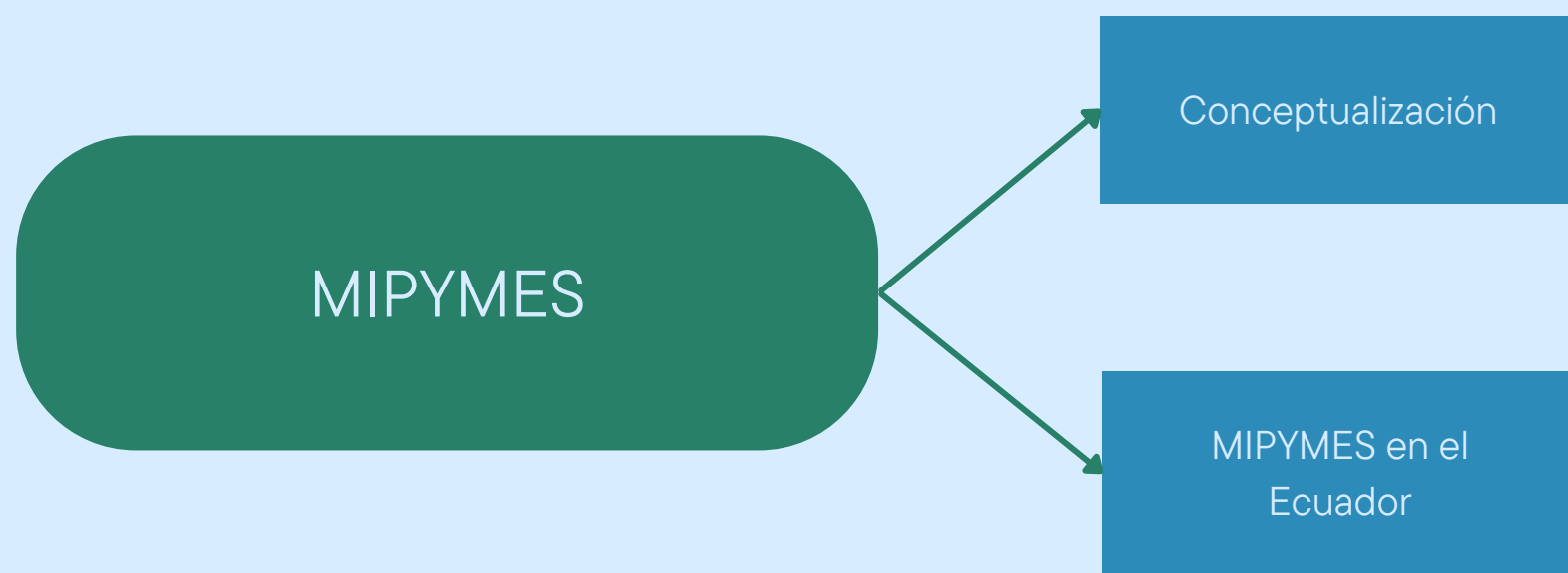
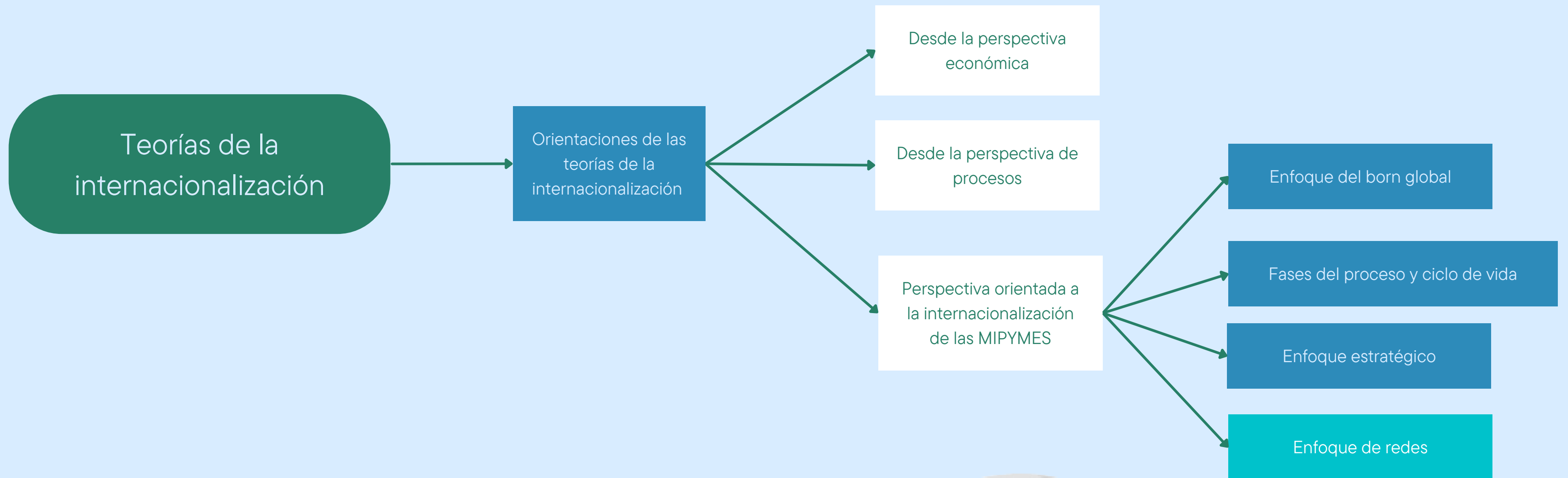
Unidad de análisis:

- Importaciones de las MiPymes ecuatorianas

Técnica de recolección de datos:

- Fuentes secundarias: Bases de datos de las importaciones de las MIPYMES, Páginas web de las MIPYMES.

MARCO TEÓRICO



CAPÍTULO 3: RESULTADOS

OBJETIVO 1:
IDENTIFICACIÓN DE
LAS REDES DE
CONTACTO DE LAS
MIPYMES EN EL
MERCADO
INTERNACIONAL

REDES DE CONTACTOS DE LAS MIPYMES

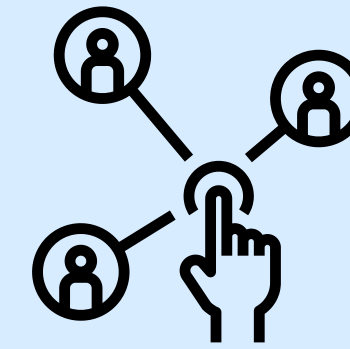
INDAGACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE LOS
MERCADOS

VIAJES Y MOVIMIENTOS MIGRATORIOS

REDES DE CONTACTOS DE LAS MIPYMES



ESTABLECIMIENTO DE REDES DE CONTACTO



82,3% MIPYMES utilizan Internet

Construcción de Redes sólidas

Redes sociales



40% Se convierten en clientes

Correo electrónico



85% Acuerdos realizados

Plataformas especializadas



68% Valorar el contacto físico

95% Comunicación cara a cara



INDAGACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE LOS MERCADOS

Principales Mercados

8,4%

Asiatico

8,3%

Europeo

7,7%

Norteamericano



VIAJES Y MOVIMIENTOS MIGRATORIOS

Construcción de Relaciones Sólidas

85%

Viajes y movimientos migratorios

77%

Leer expresiones faciales

75%

Interacción social eficiente



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



CAPÍTULO 3: RESULTADOS

OBJETIVO 2:
CARACTERIZACIÓN
DE LAS MYPIMES
ECUATORIANAS Y SU
IMPORTANCIA EN LA
ECONOMÍA DEL PAÍS

ACERCAMIENTO A LAS MIPYMES Y SU
IMPORTANCIA EN LA ECONOMÍA

PRINCIPALES DESAFÍOS DE LAS MIPYMES

ENTORNO DE LAS MIPYMES EN ECUADOR

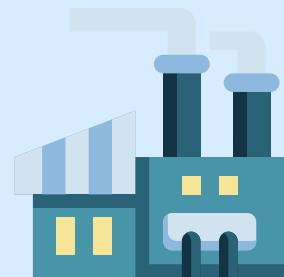
ESTRUCTURA DE LAS MIPYMES

ACERCAMIENTO A LAS MIPYMES Y SU IMPORTANCIA EN LA ECONOMÍA

12,9 millones
MiPymes



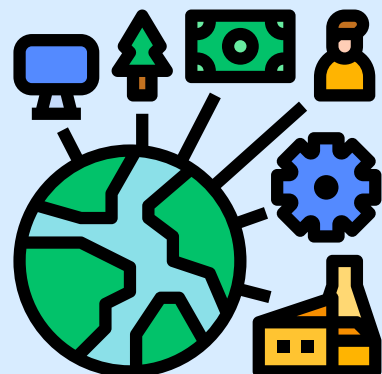
95,5%



67%



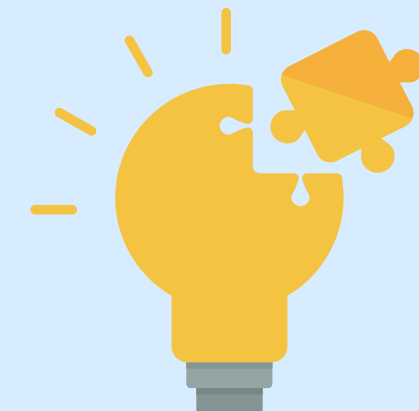
Empleo



25%

PIB

PRINCIPALES DESAFÍOS DE LAS MIPYMES

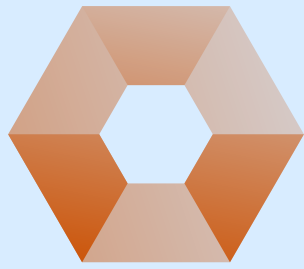


Digitalización

40% y 20%

Comercio ambulante y hogareño

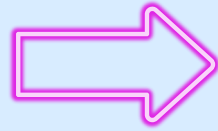
Falta de Datos



ENTORNO DE LAS MYPIMES EN ECUADOR

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA MYPIMES EN ECUADOR

882 mil empresas



99%



Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Plan Nacional de Desarrollo

Plan Nacional del Buen Vivir

3

de

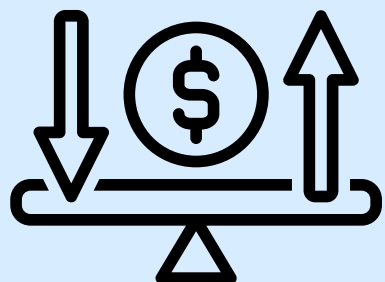
4

Empleo

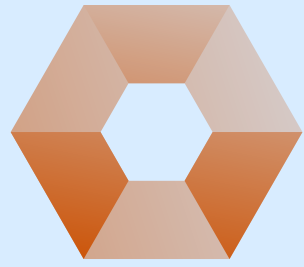


\$1,629.50

Costo para iniciar una empresa



Poca libertad económica

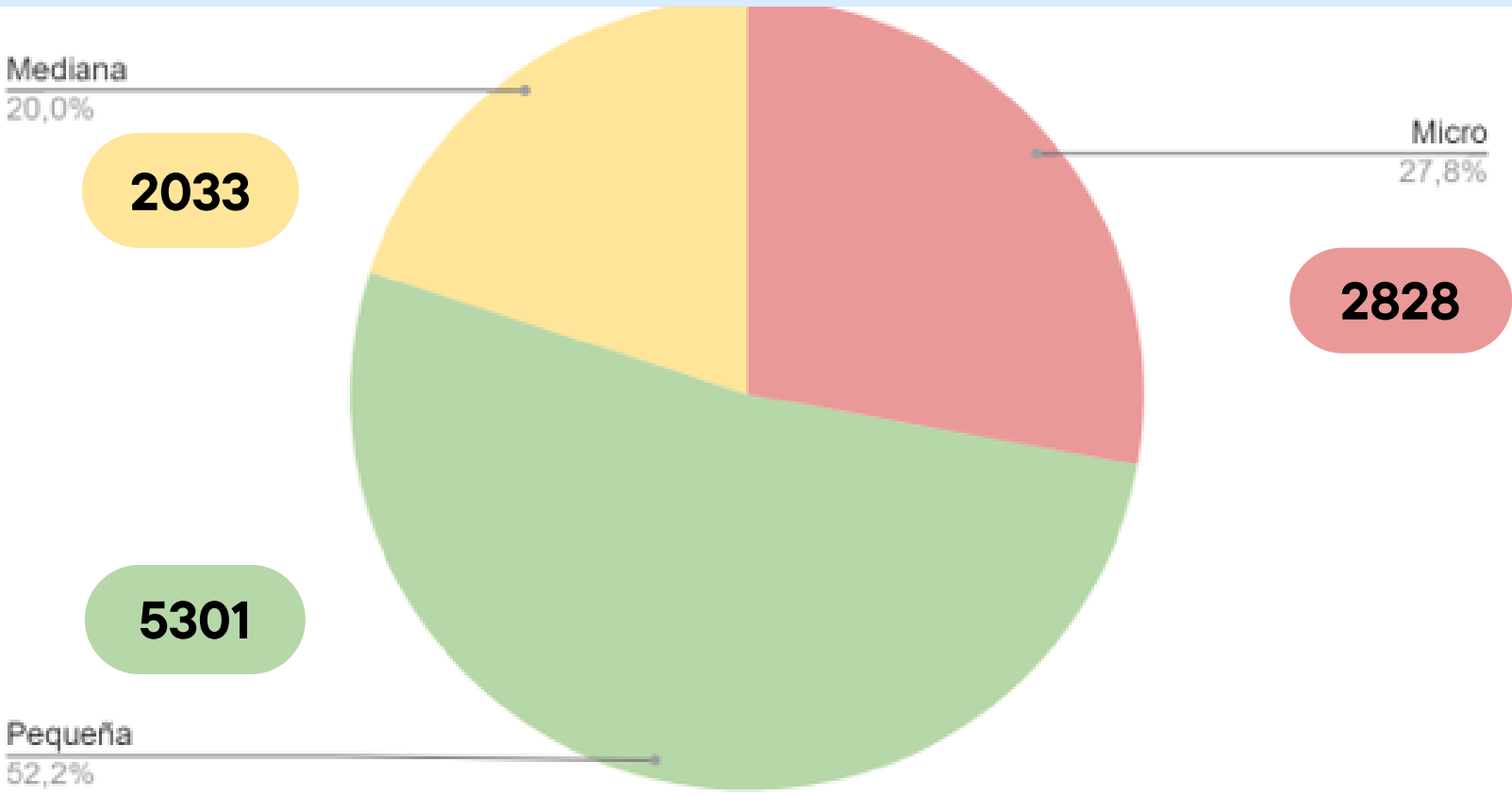
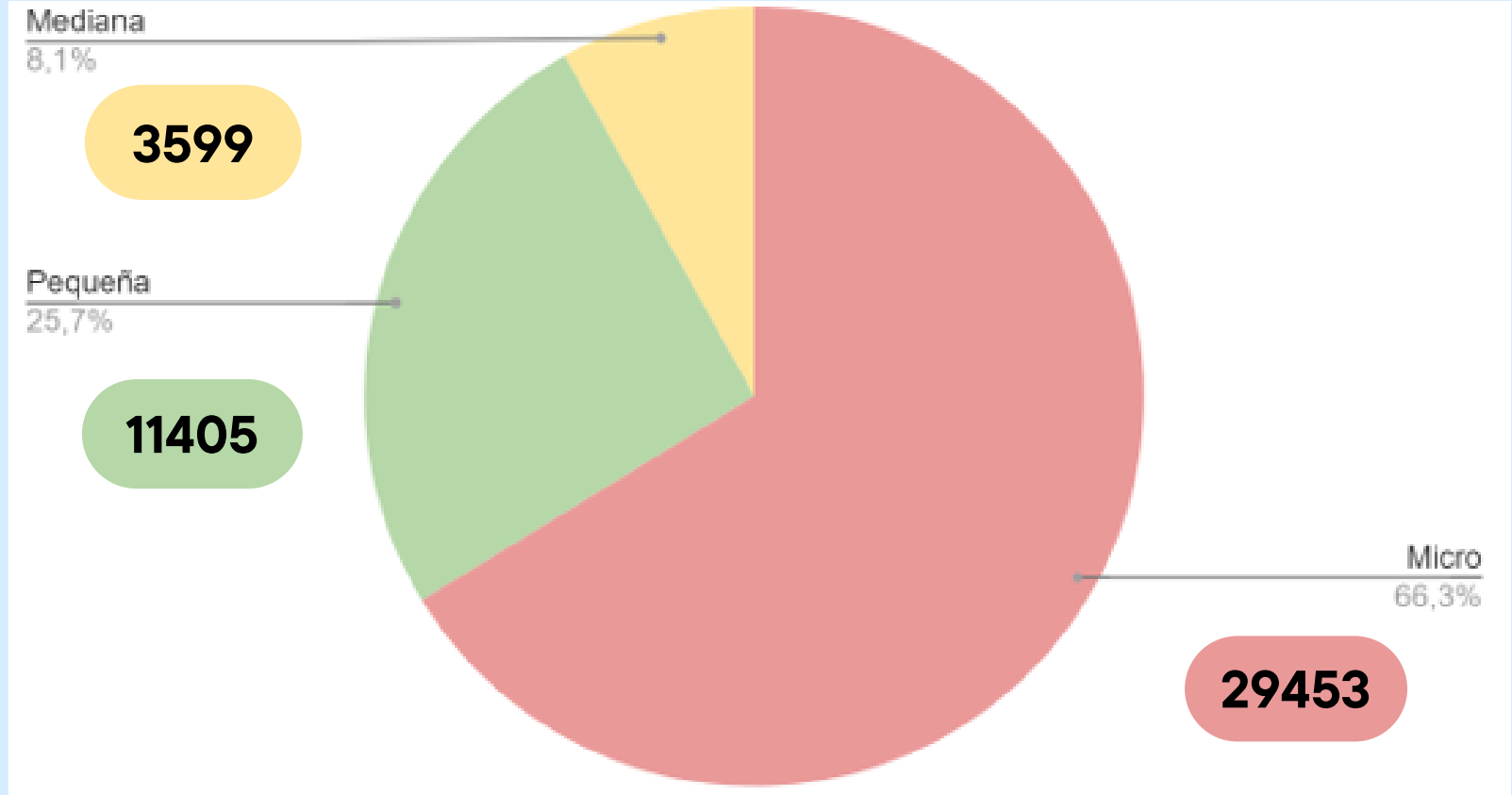


ESTRUCTURA DE LAS MIPYMES

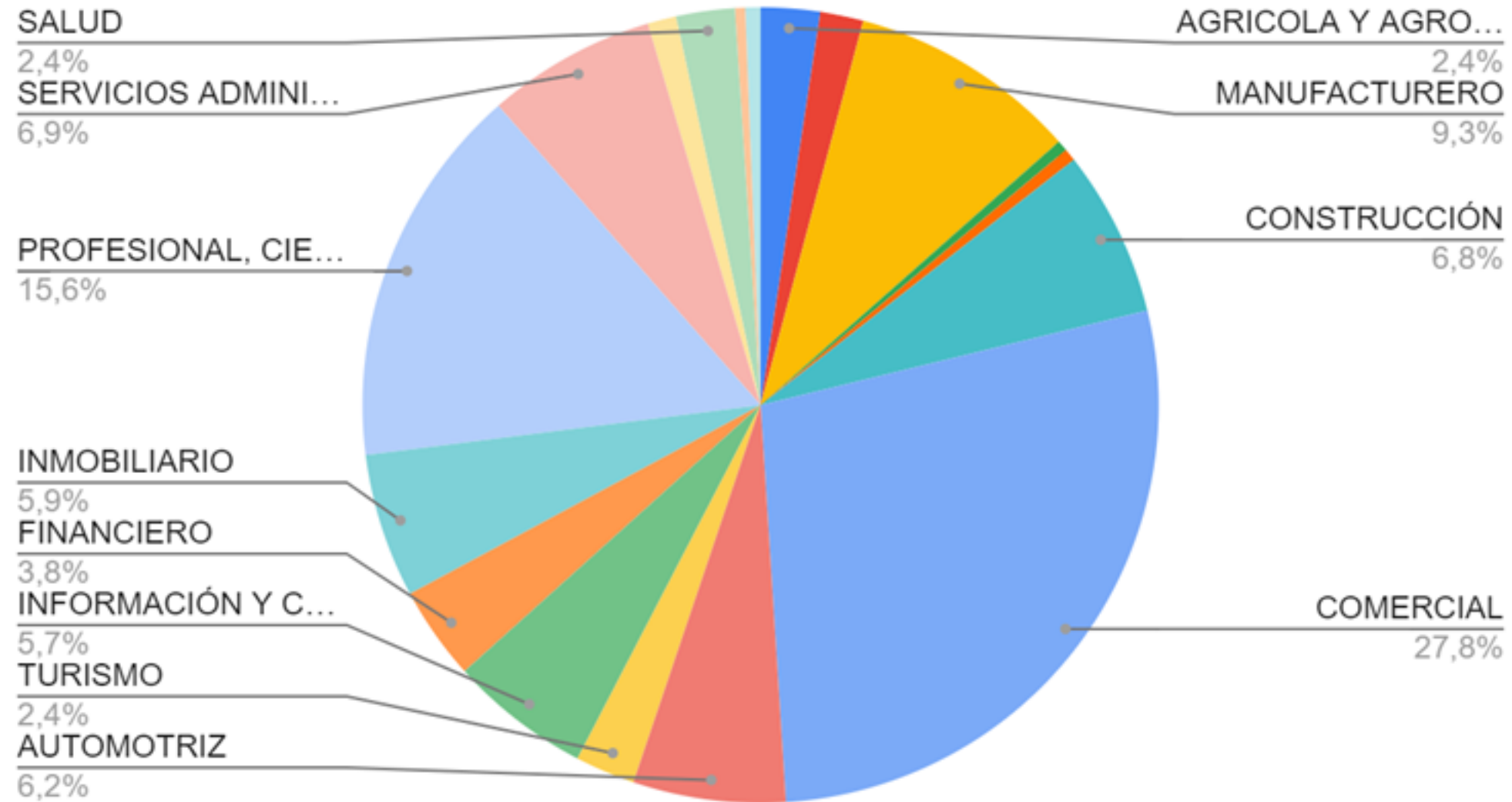
Empresa	Número de trabajadores	Ingreso Anuales
Micro	1 - 9	0 -300k
Pequeña	10 - 49	300,01k - 1m
Mediana	50 - 199	1,001m - 5m

100%
Ecuador
44457

22.86%
Quito
10162

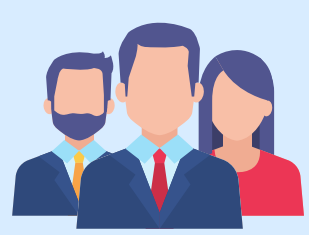


División de sectores de las MiPymes - Quito



SECTOR COMERCIAL : 2826

MICROEMPRESAS



BACTOBIOLOGY

6.2 M

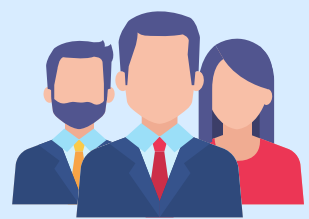
8

PROVEBASTOS

1.26 M

7

PEQUEÑAS EMPRESAS



IMPOVENTURA

36.79 M

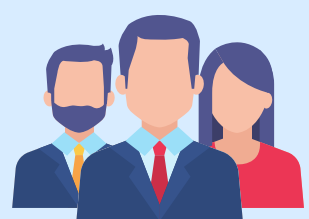
27

MURGUEYTIO YEPEZ

1.83 M

26

MEDIANAS EMPRESAS



4LIFE RESEARCH

36.69 M

68

ACERO COMERCIAL
ECUATORIANO

24.93 M

108

CAPÍTULO 3: RESULTADOS

ANÁLISIS DE LOS MOVIMIENTOS DE
IMPORTACIÓN DE LAS MIPYMES

ANÁLISIS DEL HISTÓRICO DE LOS ÚLTIMOS 10
AÑOS

ANÁLISIS DE LOS PRODUCTOS IMPORTADOS

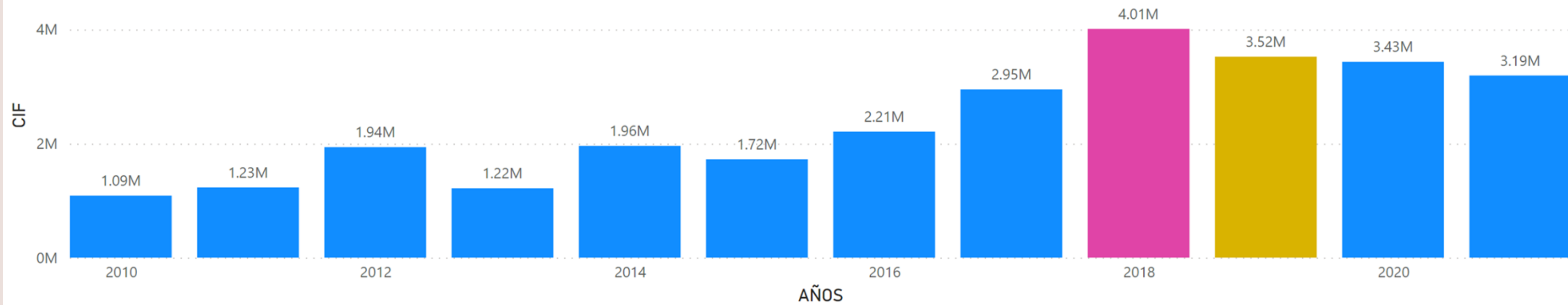
ANÁLISIS DEL TRANSPORTE Y AGENTES

OBJETIVO 3:
DETERMINACIÓN DEL
PROCEDIMIENTO DEL
ANÁLISIS DE
PROVEEDORES
POTENCIALES PARA
MIPYMES

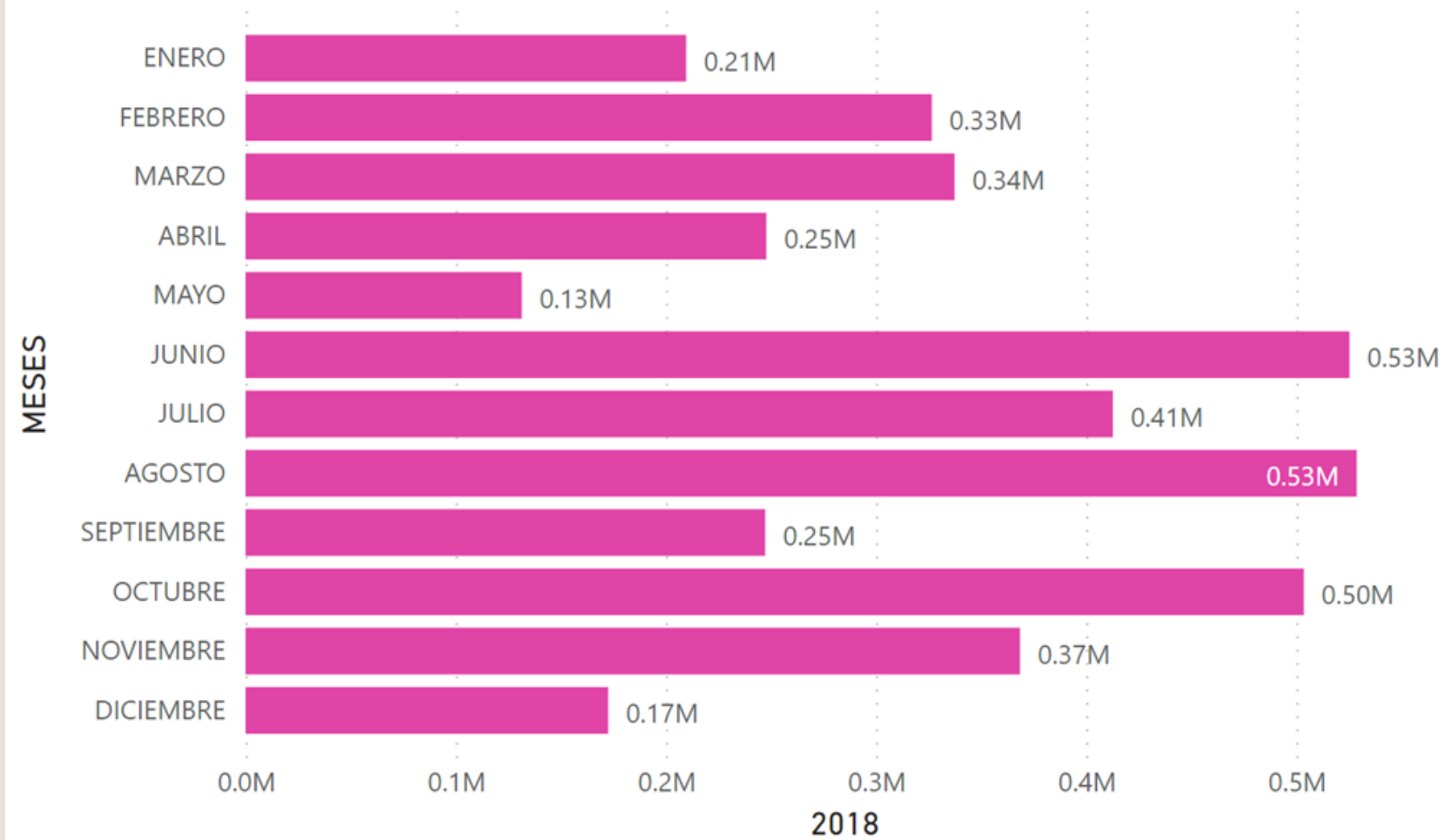
ANÁLISIS DEL HISTÓRICO DE LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

MICRO EMPRESA: BACTOBIOLOGY

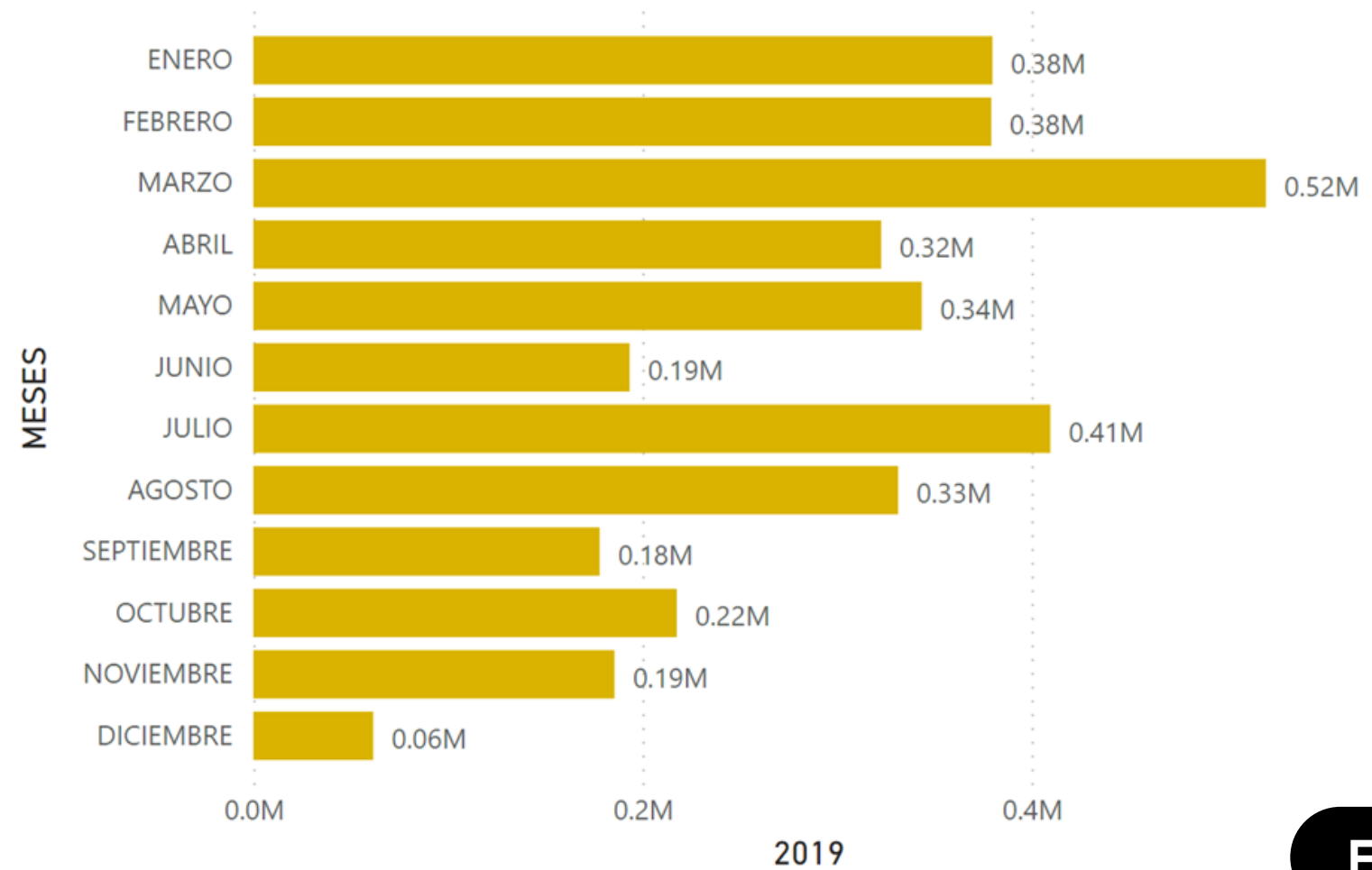
HISTÓRICO DE IMPORTACIONES DE BACTOBIOLOGY 2010-2021



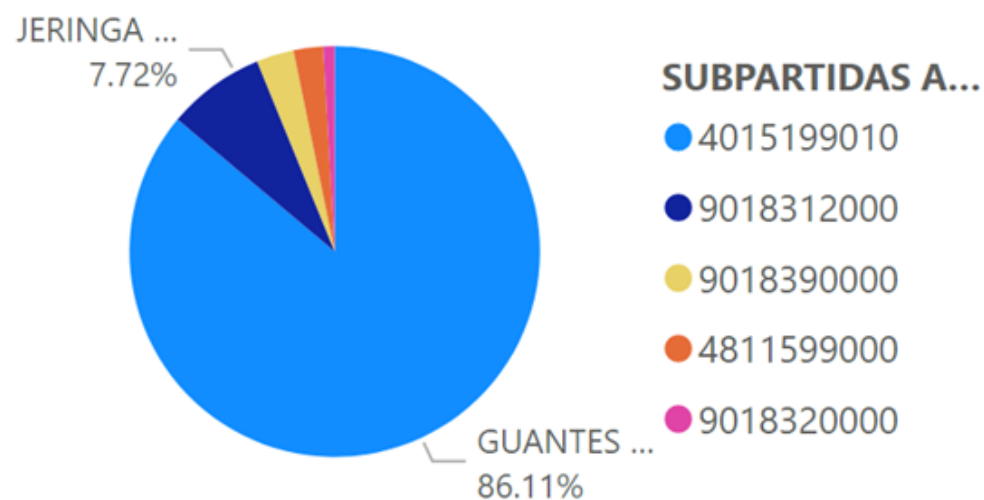
HISTÓRICO DE IMPORTACIONES BACTOBIOLOGY 2018



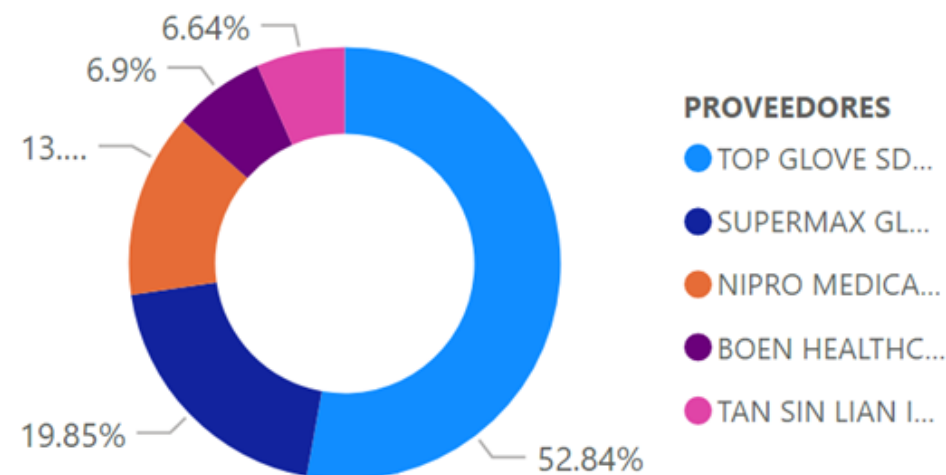
HISTÓRICO DE IMPORTACIONES BACTOBIOLOGY 2019



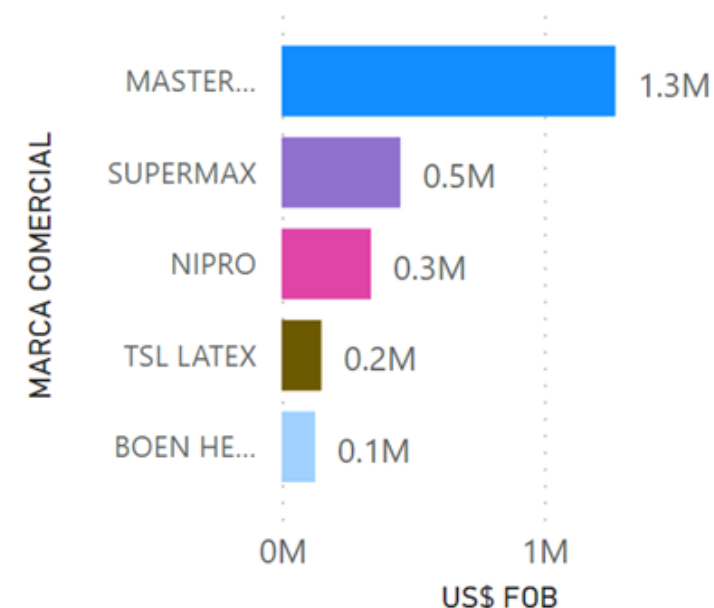
SUBPARTIDAS MÁS COMUNES BACTOBIOLOGY



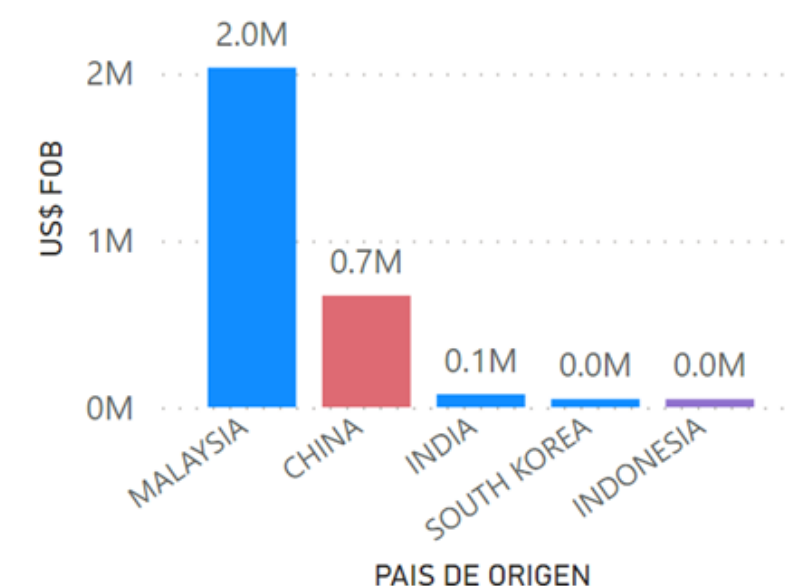
PROVEEDORES BACTOBIOLOGY



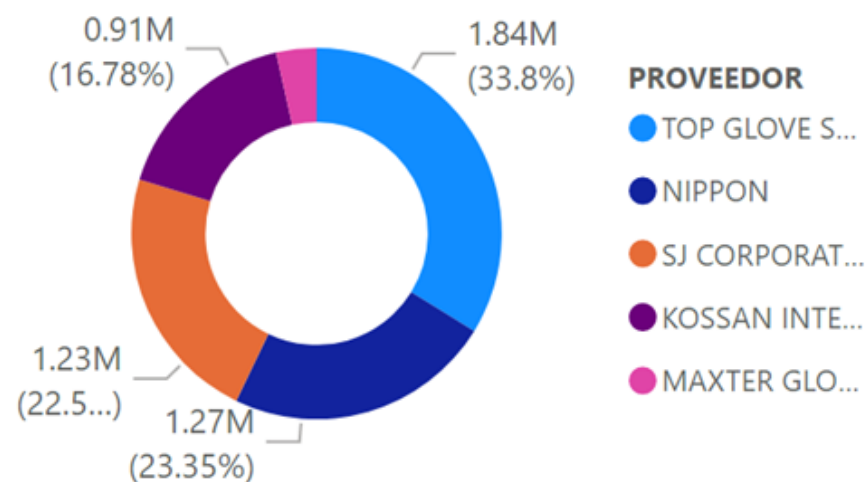
MARCAS QUE TRABAJAN CON BACTOBIOLOGY



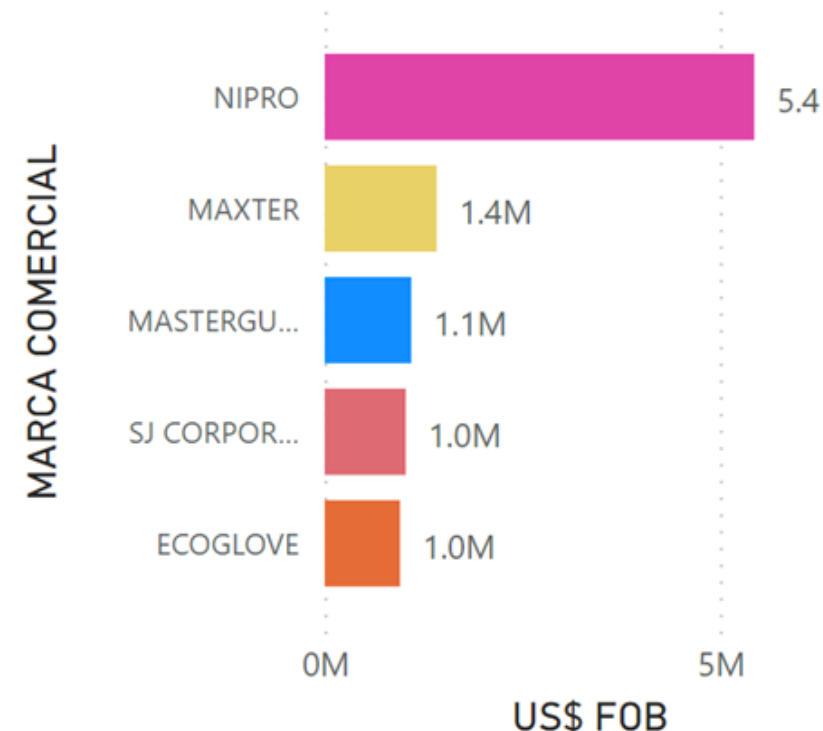
PAÍS DE ORIGEN DE PROVEEDORES BACTOBIOLOGY



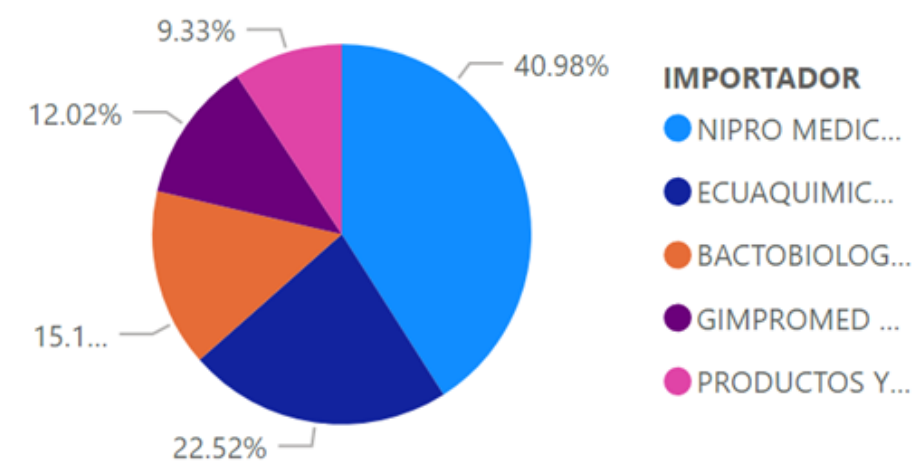
PROVEEDORES DE LA SUBPARTIDA 4015.19.90.10



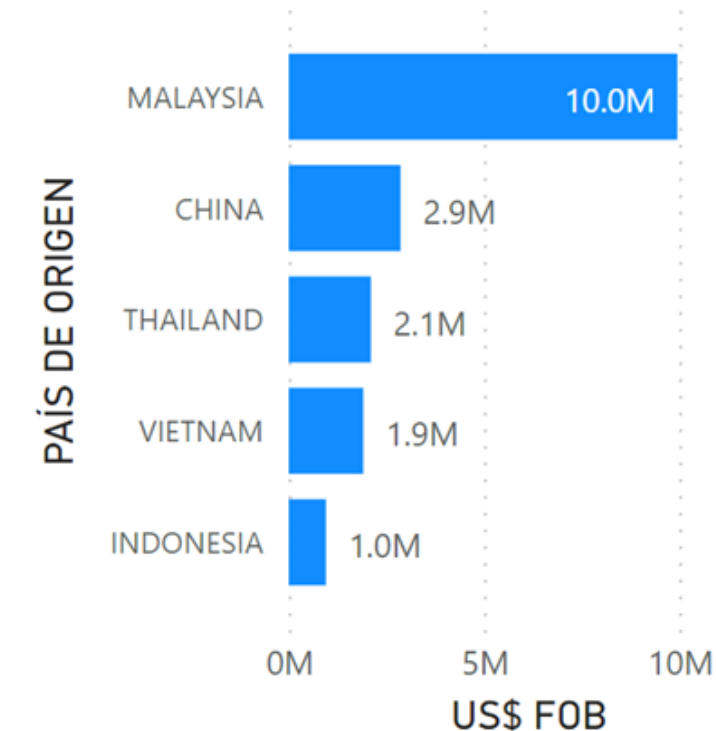
MARCAS DE LA SUBPARTIDA 4015.19.90.10



COMPETENCIA DE BACTOBIOLOGY DE 4015.19.90.10.



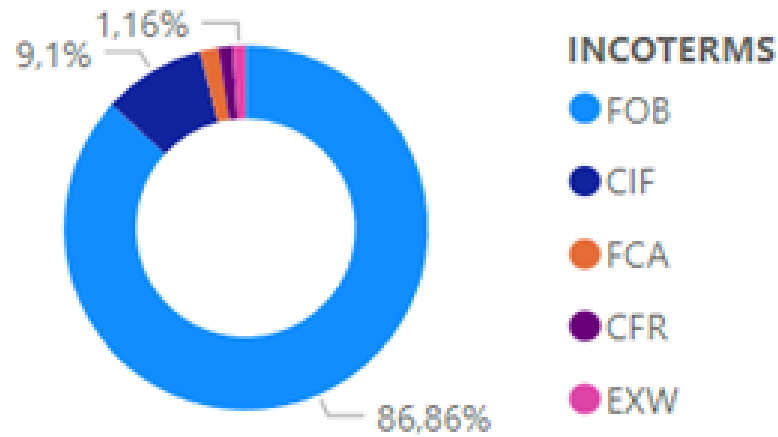
PAÍSES PROVEEDORES DE 4015.19.90.10



ANÁLISIS DEL TRANSPORTE Y AGENTES

MICRO EMPRESA: BACTOBIOLOGY

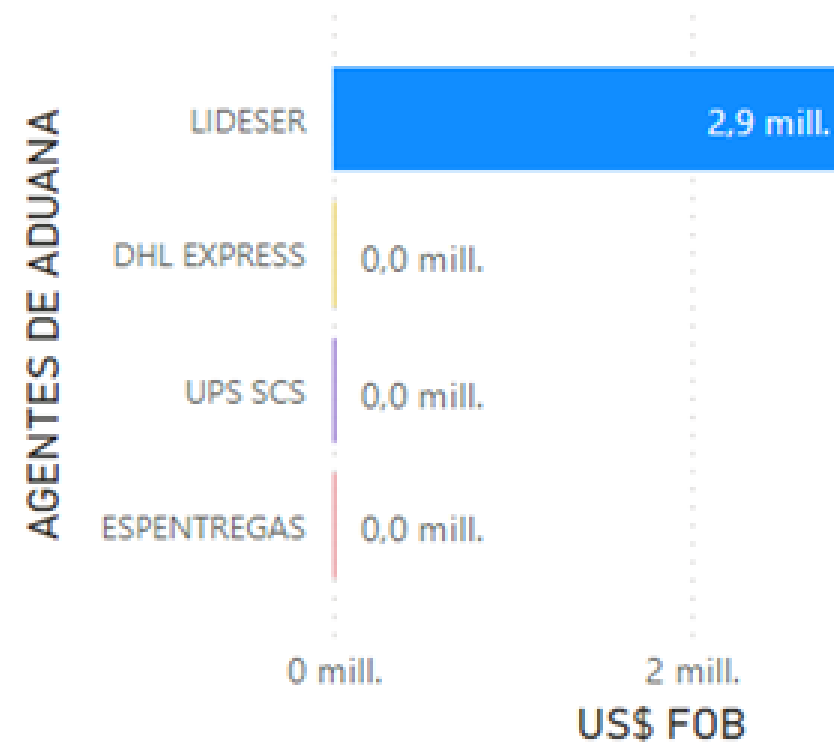
INCOTERMS DE BACTOBIOLOGY



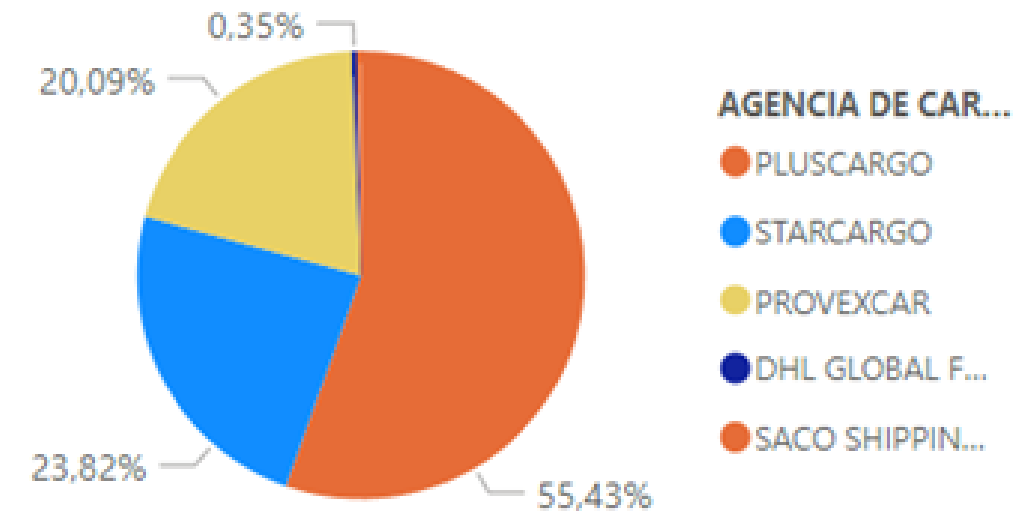
ADUANA DE DESTINO BACTOBIOLOGY



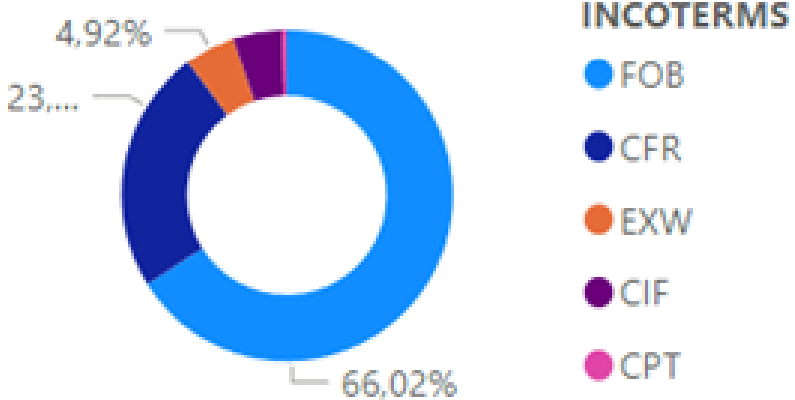
AGENTES DE ADUANA BACTOBIOLOGY



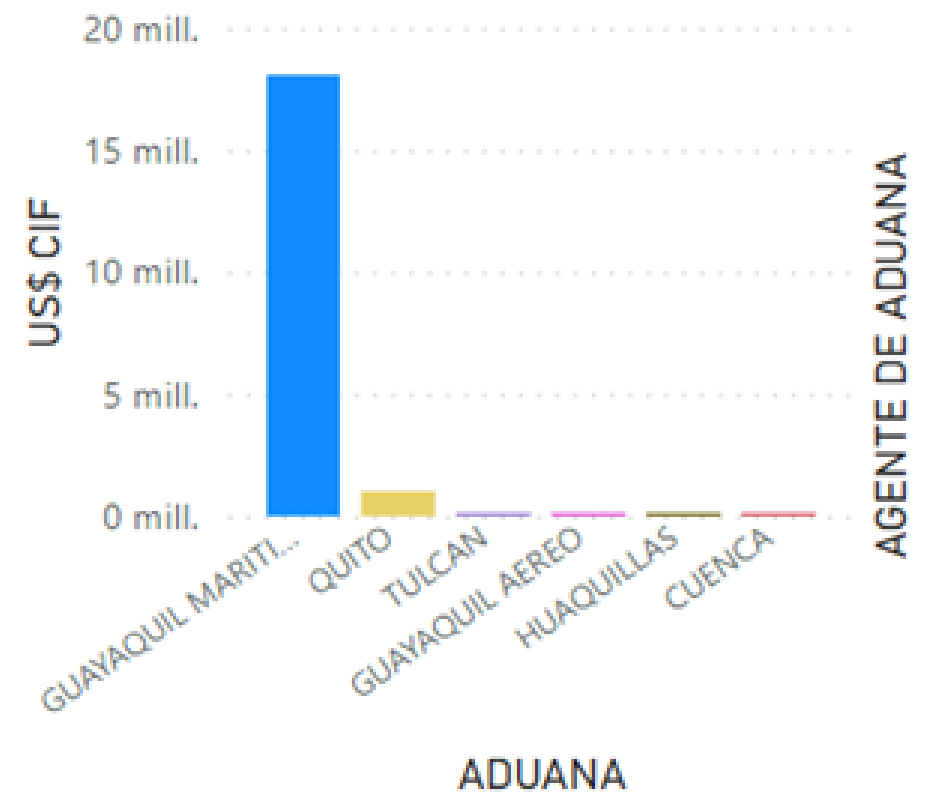
AGENTES DE CARGA BACTOBIOLOGY



INCOTERMS 4015.19.90.10



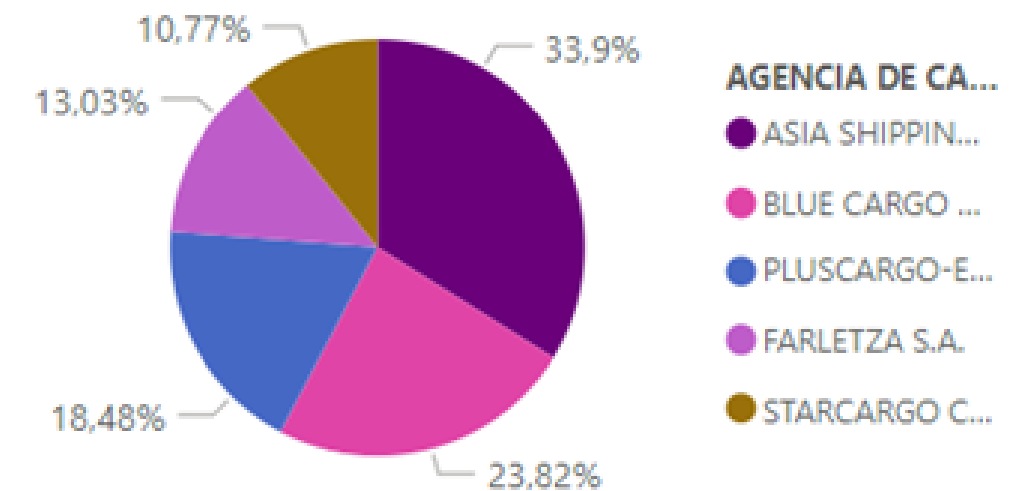
ADUANA DE DESTINO 4015.19.90.10



AGENTES DE ADUANA 4015.19.90.10



AGENTES DE CARGA 4015.19.90.10



CAPITULO 4: CONCLUSIONES Y PROPUESTAS



CONCLUSIONES

OBJETIVO 1:

Identificar las redes de contacto a las que pueden acceder las MIPYMES para mejorar sus oportunidades en el mercado internacional.



Establecimiento De Redes De Contacto

- Las redes de contacto mayormente establecen físicamente.
- El alto uso del internet favorece a establecer contactos virtuales.



Indagación de información en los mercados

- Es importante para mantener y gestionar a los proveedores de los diversos mercados mundiales.



Viajes y movimientos migratorios

- Las MIPYMES se enlazan de forma dinámica a las diferentes sociedades.
- Las MIPYMES consiguen alianzas duraderas e interacciones sociales más eficientes.

CONCLUSIONES

OBJETIVO 2:
Caracterizar a las MiPyMes ecuatorianas para determinar su importancia en la economía del país.



Acercamiento a las MIPYMEs y su importancia en la economía

- Las MIPYMEs representan la mayoría de las empresas existentes en el país y generan empleo a más de la mitad de la población.
- Las MIPYMEs ecuatorianas son heterogeneas y tienen algunos problemas de creación.

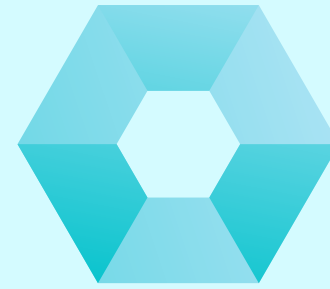


Entorno de las MIPYMEs en el Ecuador

- Las MIPYMEs ecuatorianas son el motor productivo del país.
- Se han generado políticas y normas que promueven a las MIPYMEs como los Planes Nacionales de Desarrollo y las iniciativas del COPCI.

CONCLUSIONES

OBJETIVO 3:
Determinar el procedimiento que siguen las MiPymes para analizar a sus proveedores potenciales.

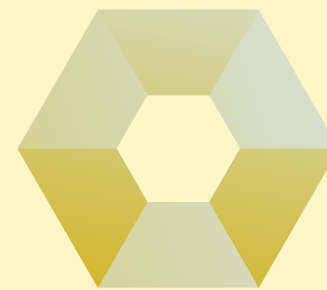


Análisis de los movimientos de importación

- Las microempresas trabajan con distintos proveedores, marcas y mercados.
- Las pequeñas empresas pequeñas trabajan con empresas multinacionales que les facilitan el transporte de las mercancías, pero únicamente comercializan una marca con importaciones de los países en las que esta se encuentre.
- Las medianas empresas trabajan con grandes proveedores internacionales miembros de una multinacional, pero también con pequeños proveedores de diversos países.

CONCLUSIONES

LA PROPOSICIÓN QUEDA CONFIRMADA



LA MAYORÍA DE LAS MIPYMES NO CONOCEN SU ENTORNO EMPRESARIAL TANTO NACIONAL COMO INTERNACIONAL, LO QUE LES IMPIDE FORTALECER SUS REDES DE CONTACTO Y MEJORAR SUS PROCESOS DE COMPRA INTERNACIONAL

PROPUESTAS

Situación 1

Las MiPymes no pueden mantener relaciones a largo plazo con sus proveedores y desconocen herramientas para gestionarla.

Situación 2

Las MiPymes tienen problemas como: la falta de datos, digitalización y por lo general son comercios ambulantes y hogareños

Soluciones

- Por medio de organismos gubernamentales y la academia se debe establecer un programa especializado para capacitar a las MIPYMES
- Las MIPYMES pueden acceder a ferias internacionales online y físicas para conseguir contactos confiables y duraderos

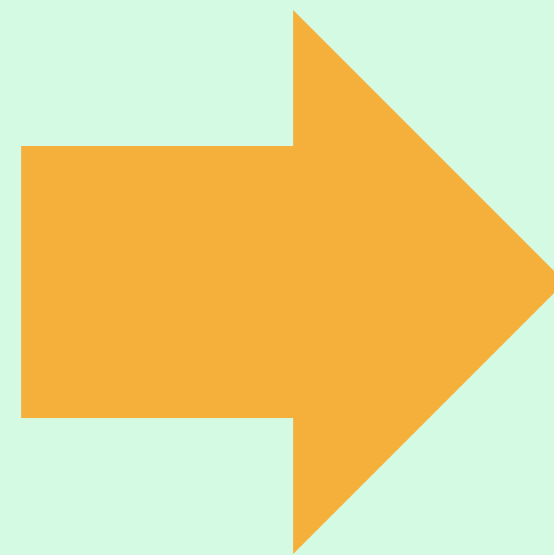
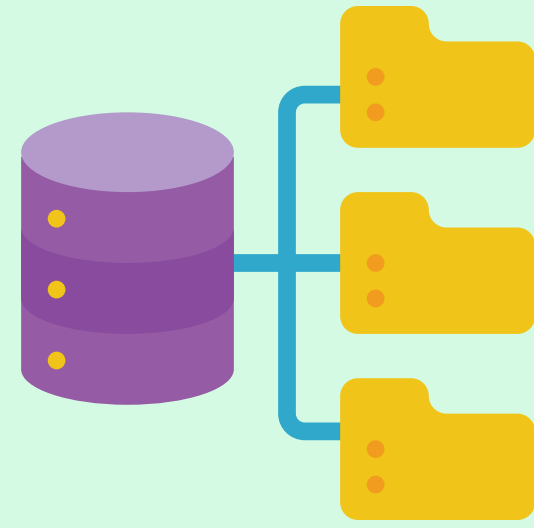
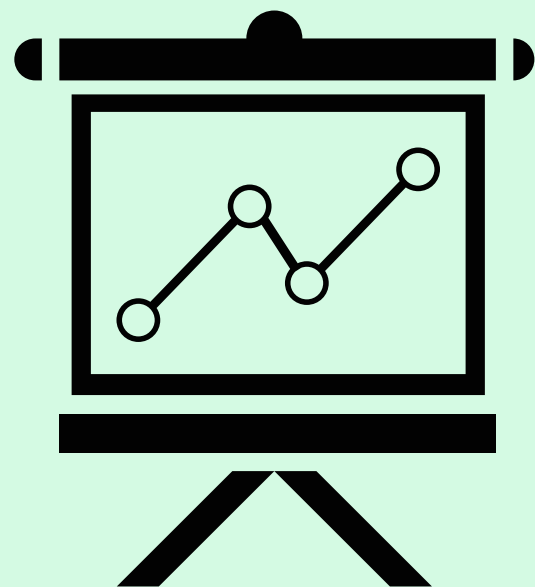
Soluciones

- Proyectos con vinculación relacionadas al comercio exterior, análisis de datos y desarrolladores de softwares
- Realizar capacitaciones de gestión de inventarios, creación de páginas web, gestión financiera y gestión estratégica a las MIPYMES

PROPUESTAS

Situación 3

Las MiPymes no aprovechan todas las herramientas que tienen disponibles para realizar inteligencia de negocios



Soluciones

- Utilizar las bases de datos del ranking de las MiPymes ecuatorianas proporcionadas por la página web de la superintendencia de compañías
- Seguir el proceso de inteligencia de mercados con la subpartida más usada por cualquier empresa

Conexion INTAL

DHL TAS

Trade Map

DATASUR

LA CEPAL

COBUS

“El comercio no trata sobre mercancías, trata sobre información.
Las mercancías se sientan en el almacén hasta que la
información las mueve.”
C. J. Cherryh.

**GRACIAS POR SU
ATENCIÓN**

