

FALTA DE INFORMACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE
PRENDAS TÉRMICAS EN CANADÁ.

Presentado por:

PAOLA ALEXANDRA CANO LOPERA – NRC 9107
DEISY JOHANA VELEZ BONOLIS NRC 9107

Profesor:

VLADIMIR ALVAREZ ROJAS

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
UNIMINUTO – SECCIONAL BELLO
TECNOLOGÍA EN MERCADEO INTERNACIONAL
BELLO, COLOMBIA
2019

Agradecimientos

En primer lugar queremos darle gracias a Dios, nuestro Señor y Padre, quien a lo largo de esta tecnología nos bendijo con entendimiento y sabiduría para luchar y alcanzar nuestras metas. A nuestros padres, hermanos, amigos y familiares, por haber creído en nosotras al brindarnos su apoyo incondicional el cual nos motivó a seguir adelante. A Vladimir Álvarez rojas el tutor que estuvo presente en el desarrollo de este proyecto En general a todos los que se vieron involucrados con este trabajo, les agradecemos profundamente por su apoyo y compromiso.

Resumen

El presente proyecto tiene como propósito investigar y hallar información de interés, que nos permita reconocer cada uno de los procesos y elementos de valor, que tiene el sector en el que aspiramos incursionar, así como evaluar la viabilidad del mismo. Se pretende ahondar en el conocimiento de todas las bases necesarias, para la creación del producto que se quiere comercializar en el mercado.

Can-vel Jeans 19 S.A.S será una empresa comercializadora de jeans térmicos, que busca suplir la carencia de tener una prenda institucional de uso diario como lo es el jean adaptado a la necesidad de brindar calidez, bienestar y protección, de las personas que laboran en cuartos fríos. Pretendemos investigar a fondo todas las variables que influyen en el sector que se pretende abordar, ya que será un producto diseñado para los colaboradores de las empresas ubicadas en la ciudad de Toronto Canadá, quienes estén en el proceso de almacenamiento de productos congelados y se vean expuestos a bajas temperaturas.

Por medio de asesorías queremos cimentar aún más en el tema de estudio, con el fin de precisar el proyecto a presentar, y lograr tener mayor grado de información en cuanto a las herramientas que se van a utilizar, aplicando los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra formación, y que nos permita tener estructuras administrativas, comerciales, financieras y de mercadeo.

Palabras claves

Térmico, refrigeración, multifuncional, exposición comercial, dotación.

Abstract.

The purpose of this project is to investigate and find information of interest, which allows us to recognize each of the processes and elements of value, which has the sector in which we aspire to enter, as well as evaluate the viability of it. It is intended to deepen the knowledge of all the necessary bases, for the creation of the product that you want to market in the market.

Can-vel Jeans 19 SAS will be a thermal jeans marketing company, which seeks to replace the lack of having an institutional garment for daily use such as the jean adapted to the need to provide warmth, well-being and protection, of the people who work in cold rooms. We intend to thoroughly investigate all the variables that influence the sector that is intended to be addressed, since it will be a product designed for employees of companies located in the city of Toronto Canada, who are in the process of storage of frozen products and see exposed to low temperatures.

Through advice we want to further cement the subject of study, in order to specify the project to be presented, and achieve a greater degree of information regarding the tools to be used, applying the knowledge acquired throughout our training, and that allows us to have administrative, commercial, financial and marketing structures.

Keywords

Thermal, refrigeration, multifunctional, commercial exhibition, equipment.

Introducción

Con esta investigación se pretende conocer la viabilidad que tiene la empresa Can-vel jeans 19 de incursionar en mercados internacionales por medio de una prenda térmica, en esta oportunidad se aspira dirigir este producto a las empresas comercializadoras de productos lácteos, cárnicos, frutas y verduras, que diariamente manejan personal expuesto a temperaturas bajas. En muchas de las actividades en la que se puede exponer la salud de las personas proviene desde la industria alimenticia, puesto que deben conservar los productos a bajas temperaturas. Por esta razón Can-vel jeans 19 quiere ofrecer una posible solución a dicha problemática, por medio del producto ofrecido por Can-vel Jeans 19 se puedan evitar enfermedades al personal, ya que las bajas temperaturas afectan los músculos, huesos, entre otros, el frío puede causar problemas respiratorios, y cardiovasculares.

El jean térmico pretende mitigar en cierta medida el impacto que logra causar el frío en el cuerpo humano, y de esta forma aumentar la productividad laboral, y disminuir los accidentes en el área de trabajo.

Contenido

Agradecimientos	2
Resumen.....	3
Palabras claves	4
Abstract.	4
Keywords.....	5
Introducción	5
Definición del problema.....	7
Planteamiento del problema	7
JUSTIFICACION	9
Objetivos	11
Marco teórico.....	12
Metodología.....	18
Diagnostico.....	19
Análisis de situación	28
Recomendaciones	39
Conclusiones	40
Referencias.....	42
Tabla 1	8
Tabla 2 Estrategias DOFA	31
Tabla 3 BCG	32
Tabla 4 Evaluación competencia.....	34
Tabla 5 Estrategias	35
Tabla 6 Cronograma	37
Ilustración 1 Prenda referente (LEROYM MERLIN, 2018)	20
Ilustración 2 Referencia empaque (Beiplast, 2019)	21
Ilustración 3 Embalaje (RAJA, 2016).....	22

Tema general

- Poco conocimiento de los jeans térmicos en el mercado Canadiense.

Tema específico

- Generar estrategias de mercado en Toronto – Canadá para aportar mayor infamación sobre las prendas térmicas y lograr penetrar el mercado con una oferta exportable de dicho producto.

Definición del problema

Falta de información estratégica para la comercialización de prendas térmicas en Canadá.

Planteamiento del problema

En la actualidad el segmento institucional Canadiense maneja en todos los niveles gubernamentales ropa de trabajo para desempeñar distintas tareas incluyendo construcción y mantenimiento general. Los principales materiales utilizados para la fabricación de estas prendas son la combinación de poli-algodón o poli-lana, con o sin costuras. Pero los materiales térmicos no son de uso constante para la confección de los uniformes de este sector.

3. Importaciones mundiales de Canadá (FOB US\$ millones)

Línea	2013	2014	2015*	Var.% 14/13
*Prendas de vestir	9,058	9,163	8,995	1.2%
Algodón	4,264	4,103	3,835	-3.8%
Lana/Pelo Fino	451	477	485	5.7%
Sintético	3,326	3,511	3,562	5.6%
Otros	1,018	1,072	1,113	5.4%
** Calzado	2,304	2,482	2,479	7.7%
***Textiles para el hogar	804	812	752	1.0%
***Joyería & Bisutería	3,594	3,792	3,658	5.5%

Fuente: TRADEMAP | Elaboración: Promperú

*Se tomó todo el capítulo 61 & 62 **Se tomó todo el capítulo 64 ***Se tomó las partidas que forman parte de las oferta exportable peruana

Tabla 1

Como se puede evidenciar en la Tabla 1 la materia prima que más se importa al país con finalidad de uso textil es el algodón, usado como fibra en la confección de prendas para climas fríos. Pero aquellos materiales térmicos no

Pregunta general

¿Es suficiente el conocimiento que se tiene sobre las prendas térmicas para captar gran mercado en Canadá?

Preguntas específicas

- ¿Cómo es el proceso textil Canadiense respecto a prendas especializadas?
- ¿Qué estrategias de marketing llevar a cabo para lograr la introducción de prendas térmicas al mercado Canadiense?

JUSTIFICACION

El proyecto pretende suplir una necesidad en el mercado, de tener una prenda de vestir elemental como lo es el jean, y al mismo tiempo sentir una temperatura cálida como la que brinda los productos térmicos, estos dos elementos en uno solo. El producto va dirigido a las empresas comercializadoras de frutas, verduras, lácteos y cárnicos ubicadas en el Canadá, específicamente en la ciudad de Toronto, en este lugar se conservan temperaturas bajo cero, por esta razón se ve en el jean térmico una idea innovadora, el jean es una prenda que se usa a diario, por este motivo se busca que sea tenido en cuenta como dotación en las comercializadoras mencionadas anteriormente, la prenda brindara comodidad y calidez a todos los colaboradores de aquellas compañías que se dedican a la manipulación de productos alimenticios que necesitan ser refrigerados en cuartos fríos o cavas de refrigeración.

Se pretende:

- Crear un jean térmico, que tenga la apariencia y el estilo de los jeans tradicionales, conservando entre sus telas una que logre transmitir calor.
- Comercializar el jean, en las empresas de Canadá que se dediquen al manejo productos que requieren refrigeración, específicamente en líneas de alimentos como los cárnicos, lácteos, frutas y hortalizas.

- Lograr comercializar el producto en el Canadá en la ciudad de Toronto, abarcando todos aquellos sectores que para su actividad económica requieran del uso de cuartos fríos o cavas.

Con la creación y comercialización de los jeans térmicos se pretende poner en marcha una idea de negocio la cual mejore la calidad de vida de los emprendedores, aporte a la economía del país y a su vez contribuya con la reducción del desempleo.

El mercado meta es el Canada, por ser un mercado muy atractivo para el producto.

Canadá está ubicado en el puesto número 12 en el ranking de importaciones, es considerado una de las mayores economías a nivel mundial.

Objetivos

Objetivo general

Generar estrategias de mercado que permitan ampliar el conocimiento del nicho de mercado seleccionado y su comportamiento respecto a las prendas térmicas a comercializar.

Objetivos específicos

- Recaudar la información necesaria para el desarrollo de estrategias de mercado e internacionalización.
- Analizar la información adquirida para evaluar la viabilidad de realizar un plan exportador de prendas térmicas a Toronto, Canadá
- Definir los procesos operativos y logísticos idóneos para la comercialización del producto en Canadá.

Marco teórico

Para (Torres, 2013) la teoría económica fue postulada por J. Marshall, y se basa en la exposición del conocimiento y poder que tiene el consumidor para satisfacer sus necesidades. Sus decisiones de compra y comportamiento de consumo están orientadas hacia la satisfacción máxima de su utilidad y tendrán el poder adquisitivo óptimo para pagar el producto o servicio que más utilidad le brinde. Ellos se fijan mucho en la relación de costo – beneficio en cada acción o decisión que tome. La elección del consumidor es racional e independiente del entorno y, se satisface del producto por su función más que por sus atributos.”

En la actualidad los consumidores cuentan con mucho conocimiento de los productos que adquieren, en el momento de comprar los clientes ya no se dejan llevar por sus impulsos, son más conscientes de donde van a invertir su dinero, para adquirir un producto o servicio el cliente indaga, busca que la relación costo- utilidad sea compatible, el producto debe satisfacer más que un deseo una necesidad.

Para los consumidores los productos deben ser multifuncionales, es decir, deben contar con un conjunto de atributos con los cuales el cliente a la hora de adquirirlos sienta que tomo la mejor decisión de compra.

A continuación encontramos la teoría de (Arévalo, 2001) la cual nos habla del enfoque psicológico y está bajo un enfoque psicosociológico cuyo comportamiento no solo está determinado bajo un aspecto económico, sino también por variables psicológicas como la

personalidad, necesidades, deseos entre otros. Su corriente está considerada bajo la influencia del entorno social en su comportamiento de consumo, cuyos grupos sociales o de referencia incluyen también a la familia y grupo de amistades. Sus decisiones de consumo y compra parten de las decisiones de otros. Los individuos de alguna u otra forma se dejan convencer e influenciar del comportamiento de otros consumidores por lo que se asimila a uno de los postulados en la teoría formulada por Maslow, las necesidades de estima y aceptación.

A la hora de un consumidor tomar una decisión de compra involucra varios factores, antes solo se tomaba en cuenta satisfacer una necesidad o deseo personal, ahora no, el consumidor actual es más social y se deja llevar por el comportamiento de otros, la aceptación juega un papel muy importante y decisivo a la hora de adquirir un producto o servicio.

El nivel de aceptación en la sociedad para muchos sujetos es fundamental, por esta razón se busca adaptar comportamientos de otros en la vida cotidiana. Las decisiones de compra ya no se toman de forma individual si no colectiva. Los medios de comunicación han ganado mucho poder en el mercado actual, la moda, la economía y las motivaciones que se tengan juegan un papel muy importante a la hora de tomar la decisión de compra. Esto lo confirma la teoría de Maslow, con la jerarquía de las necesidades

“La teoría de (Maslow) o más conocida como la jerarquía de las necesidades y motivaciones, postula que el individuo tiene dos tipos de necesidades: las Deficitarias y las de Crecimiento. Que, a su vez, estas se subdividen en forma jerárquica, es decir, el individuo desea satisfacer desde las más básica hasta seguir subiendo sucesivamente a de acuerdo a sus necesidades y motivaciones.”

Existen diferentes necesidades y el individuo las clasifica de pendiente el nivel de prioridad, las necesidades básicas están en primer lugar y existen como medio de supervivencia, después de estas surgen necesidades de tipo emocional, las cuales se satisfacen más que por necesidad, por deseo. Los seres humanos cada vez somos menos conformes, siempre queremos estar mejor, tanto a nivel personal, laboral o en el entorno social, cada día buscamos adquirir mejor calidad de vida, por esta razón nos estamos capacitando constantemente, y estamos adquiriendo productos o servicios que mejoran nuestro diario vivir. El mercadeo o marketing están en función de satisfacer las necesidades que surgen en el día a día, por medio del marketing se ofrece un conjunto de atributos con fines monetarios.

Como explica (Kotler) A través del marketing los consumidores encuentran lo que necesitan, las empresas trabajan diariamente para satisfacer las necesidades, gustos y deseos de los consumidores, las organizaciones llevan a cabo todo un proceso administrativo, logístico, comercial y de mercadeo, para cubrir la demanda de los consumidores, esto con el fin de fidelizar los clientes, y a su vez garantizar el crecimiento de la organización. Es un trabajo en equipo que se realiza entre empresa y consumidor garantizando beneficios mutuos.

Para la empresa hacer llegar el producto al consumidor final debe tener en cuenta todo el proceso logístico el cual va desde la adquisición de la materia prima, pasando por la fabricación del producto y por último se hace todo el proceso de entrega mediante los canales de distribución. Los procesos se deben hacer de una forma organizada y estructurada, de otra forma no se podrá cumplir con las metas propuestas.

Las organizaciones aparte de ofrecer buenos productos debe tener en cuenta que en la actualidad el mercado es muy competitivo, por esta razón también se debe pensar en ofrecer buenos precios, excelente servicio, tiempo de entrega oportuno en los productos o servicios, y además es indispensable estar en constante innovación, puesto que el mercado es cambiante y si no se innova tiende a desaparecer. Los procesos dentro de las empresas deben estar supervisados, de esta manera se garantiza que estén cumpliendo con su la función para los cuales fueron creados y de no ser así se deben crear planes de mejoras.

(Goldratt, 1991), define como mejora continua... “cualquier cosa que mejore el resultado global, las utilidades, es una mejora. Cualquier otra cosa sirve para alimentar nuestros egos. La mejora continua, afirma, requiere de un brinco hacia el throughput. Pero no es suficiente que una parte de la compañía haga ese salto. Todas las funciones y niveles de la organización lo deben hacer juntos.

Los consumidores buscan productos novedosos, que satisfagan sus necesidades y que además mejoren su calidad de vida. Por esta razón las organizaciones deben estar capacitándose en todas las áreas, se debe contar con personal capacitado para solucionar cualquier imprevisto que se pueda presentar, trabajar en conjunto para cumplir los objetivos trazados, el trabajo en equipo y la capacitación constante deben ser pilares fundamentales en todas las organizaciones, esto asegura el éxito a futuro. Otro factor a tener en cuenta son los principios básicos de la administración: planear, preparar, controlar, ejecutar, los cuales mantendrán el orden y el foco en las metas y objetivos propuestos.

Para tal fin las organizaciones deben considerar que el recurso más importante con el que se cuenta es el humano, a la hora de contratar el personal en nuestras organizaciones se

debe seleccionar gente capacitada y apasionado con lo que hacen, de esto depende el papel que se va a desempeñar dentro de la organización, un empleado que ama lo que hace se esforzara por hacer bien las cosas y cumplir los objetivos, las empresas deben cuidar su recurso más valioso capacitándolo, primero para que adquieran los conocimientos necesarios y segundo para que puedan crecer dentro de la compañía, esto los motiva, una mano de obra motivada mejora la producción. Después que se logra una organización bien estructurada se puede empezar a trabajar en los objetivos a largo plazo, para algunas empresas la internacionalización de los productos es una opción muy tentadora puesto que con la apertura de mercados internacionales se mejora la economía y se amplían horizontes. Continuando con lo anterior, para llevar a cabo a internacionalización de la empresa se deben idear un conjunto de operaciones que faciliten el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso de creciente implicación y proyección internacional ((Welch y Loustarinen, 1988,1994,1999)

Para muchas empresas los mercados internacionales son muy atractivos, puesto que ofrecen muchas oportunidades, en la actualidad existen negociaciones entre países las cuales facilitan la posibilidad de expandir nuestro producto en otro lugares, a la hora de internacionalizar un producto se debe tener en cuenta muchos factores esto con el fin que el producto pueda ser aceptado en otros mercados, para que un producto logre tener un alto grado de aceptación en mercados internacionales primero debe lograr una gran posición en el mercado nacional.

La internacionalización de un producto es un proceso que debe estar muy estructurado, es un objetivo a largo plazo, se debe tener en cuenta los aspectos culturales, sociales, ambientales y las reglamentaciones que maneja el país al cual se va a exportar.

“ (Donoso, 1998) explican que el paralelismo que puede existir entre la internacionalización y la innovación se desarrolla sobre la base de asimilar la decisión de una empresa de incrementar el compromiso internacional a la de realizar innovaciones en sentido amplio.”

Se debe tener un amplio conocimiento del país al cual se quiere exportar, identificar que tan fuerte es el producto que se va a exportar en ese nuevo mercado, los aspectos a tener en cuenta son: utilidad del producto o servicio, innovación, mercado objetivo, reglamentación, todo con el fin de lograr posicionar el producto en dicho mercado.

Metodología

Para la realización de esta investigación y verificar la viabilidad de llevar el proyecto a cabo se realizará una investigación exploratoria con la cual se obtendrá un conocimiento general del tema y lograr familiarizarse más con el producto, el mercado y su internacionalización, así mismo a partir de estos resultados tener las bases necesarias para proseguir con una investigación más con mayor profundidad.

Tal como afirman (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1997) en su libro de la metodología de la investigación “Los estudios exploratorios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real. (p. 70). Para tal fin toda la información adquirida será secundaria de fuentes bibliográficas y cibergraficas. Identificando el problema general el cual se define a través de preguntas determinadas y segmentando el campo de estudio y así obtener mayor conocimiento del consumidor final y su entorno para identificar con mayor facilidad sus problemáticas. A partir de esto iniciar con la recopilación de datos. Basado en estos se da un nuevo aporte propio para llegar a una conclusión de la problemática inicial planificando y desarrollando los objetivos propuestos.

Teniendo en cuenta lo anterior el método a usar para complementar la investigación será inductivo tal como lo comenta (Kenneth F., 2000) “El método deductivo permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de

carácter general formuladas con anterioridad. Mediante la deducción se derivan las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas.”.(p.7). Ya que al iniciar la con la recopilación de datos las principales consultas serán desde lo más general para aplicarlo a un caso específico como segmentación del mercado, análisis del entorno y a partir de esto continuar con lo más particular tomando hechos conocidos y así proporcionar conclusiones.

Diagnostico

Descripción del producto

Jean fabricado con materiales aislantes del frio, con capacidad de regular la temperatura del cuerpo. Diseñado para aquellas personas dedicadas a laborar en ambientes de bajas temperaturas. Cuenta con un único diseño y 3 diferentes tallas, Small, Medium y Large; en dos colores diferentes, azul y negro. Fondo entero, sin desgastes, ni decoración alguna a diferencia del logo de la empresa si es solicitado, bota recta, con bolsillos en la parte de atrás, adelantes y laterales. Pretina con botón, pasadores y elástico ajustable a la medida. Prenda unisex diseñado para aportar comodidad y seguridad. Referencia ilustración 1



Ilustración 1 Prenda referente (LEROYM MERLIN, 2018)

Se empaqa por docena y dividido por tallas en bolsa delgada de plástico biodegradable de origen nacional. Cada prenda estará etiquetada en inglés y en francés, incluyendo: nombre del fabricante, nombre del país de origen, el contenido de la fibra, tal cual lo especifica la ley de etiquetado de textiles. Adicional a esto la Ley de Empaque y Etiquetado para Consumidor Final exige que se mencione información básica tal como nombre común o genérico del producto en francés e inglés, al igual que la marca del producto, UPC/PLU u otro código de barras, que identifique los productos individuales y número de lote (para identificar envíos individuales).



Ilustración 2 Referencia empaque (Beiplast, 2019)

Respecto a su embalaje y empaquetado al momento de exportar se ubicaran las cajas en palets las cuales irán a su vez fijadas con stretch film para asegurar las cajas y proteger la mercancía de suciedad, facilitar su manipulación y adecuar la mercancía en los bultos adecuados tal como se evidencia en la figura 3.



Ilustración 3 Embalaje (RAJA, 2016)

Descripción del país

Canadá es un país soberano de América del Norte. Desde finales del siglo XV, numerosas expediciones británicas y francesas exploraron a lo largo de la costa atlántica, donde más tarde se establecieron. Francia cedió casi todas sus colonias norteamericanas en 1763 después de la Guerra Franco-india. Por tal motivo cuentan con influencia tanto de Reino Unido como de Francia. Inicialmente fueron los francés quienes intentaron conquistar el territorio canadiense ingresando de forma comercial con la venta de pieles pero en el trascurso de la colonización de lo que actualmente conocemos como Canadá

hubo una lucha paralela entre Británicos y Franceses. Gracias a esto en este país se vive una diversidad multicultural lo cual se puede evidenciar claramente en su bilingüismo ya que en Canadá cuentan con dos idiomas oficiales, Inglés y francés.

Aunque el 1° de julio de 1867 se firmó el Constitution Act en el cual las tres provincias, Nueva Escocia, Nuevo Brunswick y Canadá decidieron formar una federación, actualmente Canadá aun comparte derechos con el Parlamento británico, hasta el día de hoy Canadá sigue siendo una monarquía parlamentaria constitucional con la reina Elizabeth II como jefa de estado. De igual manera el gobierno canadiense está compuesto por la Cámara de los Comunes la cual es elegida por el pueblo y el Senado donde el primer ministro es quien convoca las elecciones generales las cuales tiene un lapso de 5 años y en las cuales existen aproximadamente cinco partidos, Partido Liberal de Canadá, Partido Conservador de Canadá, el Nuevo Partido Democrático, el Bloc Québécois y el Partido Verde de Canadá. El partido con la mayoría de asientos elegirá el líder quien a su vez será el primer ministro.

Respecto a sus símbolos patrios. Los principales colores del país son el blanco y el rojo, esto por sus raíces francesas e inglesa en donde estos colores han sido representativos por los países en el pasado.

El himno nacional canadiense fue compuesto por un reconocido compositor Calixa Lavallée, mientras que las letras en francés fueron escritas por Adolphe-Basile Routhier. La versión en inglés del himno fue escrita por Robert Stanley Weir en 1908.

La bandera nacional de Canadá está gráficamente diseñada en tres franjas verticales. En la franja central, se encuentra dibujada una hoja roja de arce sobre una estaca de plata de Canadá con apoyo de red. Las dos áreas rojas de los extremos representan los dos mares

que rodean la nación. El blanco de la franja central simboliza la nieve reinante en el territorio.

Canadá por su lado sur comparte frontera la desarmada más larga del mundo con Estados Unidos y actualmente son los mayores socios comerciales, de igual manera el comercio canadiense ha sido cooperante con Reino Unido y los países bajos. Por el lado noroeste con su estado federado Alaska. Aunque es el país más extenso del mundo después de Rusia es uno de los 15 países con menor población debido a su clima incluso los inviernos suelen ser duros en algunas provincias del interior y en las praderas donde las temperaturas diarias son de -15 °C pero pueden llegar a los -40 °C. La costa de Columbia Británica cuenta con un clima templado donde los inviernos menos fríos pero más lluviosos.

Debido su clima es difícil para los extranjeros adoptarse al país pero muchos suelen radicarse allí ya que es uno de los países menos inseguro e industrializado, ampliamente autosuficiente en energía gracias a sus depósitos fósiles y a la generación de energía nuclear e hidroeléctrica. También es considerado uno de los países más desarrollados ya que tiene una economía diversificada. Actualmente pertenece a la OEA, el G-8 el G-20, la OTAN, la OCDE, la OMC, la UKUSA, la APEC, la Mancomunidad de Naciones, la Francofonía y de la Organización de las Naciones Unidas. Es considerado uno de los países con mejor calidad de vida sobre todo por su sistema educativo en el cual no se requiere de muchos recursos económicos para realizar una profesión, esto es una gran ventaja ya que la mayoría de la población canadiense pertenece a la clase media en la cual no hay muchos lujos pero si tienen una vida cómoda esto debido a la buena economía con la que cuenta el país la cual

está clasificada por encima de Estados Unidos en el índice de libertad económica de la Heritage Foundation.

En 2009 la tasa de desempleo e Canadá era del 8,6 %. Las tasas provinciales de desempleo varían desde el 5,8 % en Manitoba hasta un máximo del 17 % en Terranova y Labrador, los 100 empleadores canadienses mejor pagados ganaron un promedio de C\$10.4 millones, más de 200 veces el ingreso promedio de un trabajador canadiense en 2016. De 2015 a 2016, la remuneración media de los directores generales aumentó un 8%. El declive del sindicalismo en Canadá habría conducido a un aumento del 15% en la desigualdad de los ingresos laborales.¹⁴⁹ En 2008, la deuda pública del país era la más baja entre los miembros del G8.

Canadá es uno de los pocos países desarrollados que son exportadores netos de energía.¹³⁹ Canadá Atlántica tiene grandes depósitos de gas natural en sus costas, y Alberta tiene reservas importantes de petróleo y gas. Las arenas de alquitrán de Athabasca le dan al país las terceras reservas de petróleo más grandes del mundo, detrás de las de Venezuela y Arabia Saudita.

Geográficamente Toronto es la ciudad más grande de Canadá, actualmente cuenta con una población de 2 615 060 habitantes. Al ser la capital económica de Canadá, Toronto es considerada una ciudad global y una de las principales ciudades financieras del mundo. Lidera los sectores económicos de finanzas, servicios empresariales, telecomunicaciones, transporte, medios de comunicación, arte, cine, investigación médica, educación, y turismo de Canadá. El Toronto Stock Exchange es la mayor bolsa de valores del país y la séptima del mundo. Además de eso, la inauguración

del Canal de San Lorenzo permitió la navegación de barcos entre el Océano Atlántico y los Grandes Lagos, haciendo de Toronto un importante centro portuario.

En el área metropolitana se encuentra el 40% de los negocios aeroespaciales de Canadá, el 45% de su industria textil, la mitad de su producción química, el 50% de la industria científica e industrial y el 70% de la industria de los computadores. Las mayores actividades industriales de la ciudad son el procesamiento de alimentos, la industria automovilística y la impresión de periódicos, revistas y material publicitario. Otras actividades industriales importantes son la industria textil, la fabricación de productos electrónicos, papel y muebles.

Respecto a su demografía, la población de la ciudad creció en un 4 % (96 073 residentes) entre 1996 y 2001, a una tasa anual del 0,8 %. Las personas por debajo de 14 años representan el 17,5 % de la población y los mayores de 65 años el 13,6 %. La mediana de edad es de 36,9 años. El porcentaje de personas nacidas en el extranjero es de 4,6 %. Según el Programa de las Naciones Unidas, Toronto ocupa el segundo puesto en porcentaje más alto de población extranjera del mundo después de Miami. Incluso algunas estadísticas del país afirman que Toronto ha superado a la ciudad de Florida.⁴⁴ Mientras que en Miami han sido siempre los cubanos y latinos en general los que han abanderado la inmigración extranjera, en Toronto no existe una raza étnica o nacionalidad principal, haciendo de ella una de las urbes más diversas del mundo.

Inteligencia de mercado

La ciudad de Toronto abarca un área geográfica anteriormente administrada por seis municipios separados. Estos han desarrollado cada uno una historia e identidad distinta durante años y sus nombres siguen siendo usados comúnmente entre los torontonianos. En todas partes de la ciudad existen muchas vecindades de pequeño tamaño, y algunas más grandes que llegan a cubrir kilómetros cuadrados. Los antiguos municipios que conforman la actual ciudad de Toronto son East York, Etobicoke, North York, Old Toronto, Scarborough y York.

Los inviernos de Toronto en ocasiones presentan cortas olas de frío cuando las temperaturas máximas permanecen debajo de los -10°C , aunque por lo general la sensación de frío es mayor debido al viento. Las tormentas de nieve, en ocasiones mezcladas con hielo y lluvia, pueden interferir con los horarios de trabajo y viaje. La nieve puede caer en cualquier momento entre noviembre y mediados de abril. El verano en Toronto se caracteriza por largos periodos de clima húmedo. Las temperaturas durante el día pueden llegar a superar los 35°C . La primavera y el otoño son estaciones de transición con temperaturas generalmente templadas o frescas con algunos periodos secos o húmedos.

Debido a esto, nuestra propuesta comercial pretende suplir la necesidad que se presenta en época de invierno cuando el clima dificulta el desarrollo normal de las actividades laborales, ofreciendo un producto innovador y practico adecuado para suministrar como dotación en el área empresarial. A partir de esto el cliente final que en

este caso serían las empresas las empresas comercializadoras de frutas, verduras, lácteos y cárnicos podrían mejorar su rendimiento productivo.

Análisis de situación

PESTE

Político: Su forma de gobierno es monarquía constitucional parlamentaria federal dirigida por Elizabeth II y el primer ministro Justin Trudeau.

Libertad de prensa alta y sin riesgo de vida.

Multicultural, es decir, se hablan diferentes idiomas en el territorio.

Relaciones bilaterales con Colombia tales como tratado de libre comercio, el Programa Bilateral de Desarrollo, asistencia internacional humanitaria, entre otras.

Económico: PIB per Cápita: # \$48,141. Sectores Económicos: Agricultura 1.7%, Manufactura 28.1%, Servicios 70.2%.

Canadá es un líder mundial en exportaciones de minerales y un exportador neto de energía. Con una inflación del 1.6%, un porcentaje de desempleo de 6.5% y con una deuda externa en la posición #11 del 116% del PIB (2018- Statistics Canada)

Social: Con una población de más de 32 millones de habitantes, Canadá absorbe cada año más de 200 mil inmigrantes gracias a esto posee gran diversidad de culturas, religiones e idiomas. Poseen un gran sentido cultural por el cuidado del medio ambiente y de preservar patrimonios en su país. El costo de vida es favorable, un poco costoso pero su calidad de vida muy buena y un nivel de educación estable.

Tecnológico: Innovación en tecnología para impulsar la energía eólica, ya que Canadá es uno de los países que piensa en el medioambiente, también posee una industria de software altamente especializada y alta calidad en las tecnologías de comunicación y de información. Esto gracias a que cuenta con un amplio presupuesto en las tecnologías educativas y es considerado el país que más presupuesto posee para la educación el eI8.

Ecológico: El gobierno canadiense es bastante riguroso en el contexto ecológico, para esto creó varias normas, iniciativas y leyes para el cuidado medioambiental del país. Creó los llamados cargos de usuario, impuestos aplicados a quien emplea un servicio que afecta el medio ambiente para desalentar su uso. Con el dinero obtenido se pagan los costes del agua potable.

Grupo “Nuevas Direcciones”: creación de un programa para la reducción acelerada y eliminación de sustancias tóxicas.

Según la ONU, a finales de 2015 Canadá había protegido el 11,5% de su territorio (un 10,6% perteneciente a la superficie terrestre y un 0,9% a su territorio marino).

Estas y otras propuestas más identifican a Canadá como unos de los países más protectores de la naturaleza.

DOFA

Debilidades:

- Al ser una marca nueva, no cuenta con posicionamiento en el mercado.
- Poca publicidad.
- Los resultados no se ven a corto plazo.

Oportunidades:

- Entrar al mercado internacional con excelente calidad y buenos precios
- Tratados de libre comercio vigentes entre Colombia y Canadá
- incremento de la demanda en el sector textil

Fortaleza:

- Producto innovador, elaborado con materias primas amigables con el medio ambiente.
- Recurso humano bien capacitado.
- Excelente servicio al cliente.

Amenaza:

- La competencia
- Productos sustitutos.
- Mejores ofertas por parte de la competencia.

Tabla 2 Estrategias DOFA

<p style="text-align: center;">D1-O1</p> <p>Entrar al mercado internacional con productos de excelente calidad y buenos precios para lograr posicionamiento en el mercado.</p>	<p style="text-align: center;">F2-A1</p> <p>Contar con personal bien capacitado para minimizar el impacto que la competencia pueda causar a la empresa.</p>
<p style="text-align: center;">F3-A3</p> <p>Brindar un excelente servicio al cliente para fidelizarlos, y de esta forma evitar que la competencia se quede con ellos.</p>	<p style="text-align: center;">O2-A1</p> <p>Aprovechar los tratados de libre comercio entre Colombia y Canadá para tener ventaja sobre la competencia.</p>

BCG

Interrogante:

- Requiere alta inversión para llegar hacer productos estrella.
- Puede llegar hacer perro o estrella.
- Baja participación en el mercado

Estrella:

- Genera flujos estables de dinero.
- Requiere alta inversión Para ser líder en el mercado
- Suele necesitar buena estrategia de posicionamiento

Vaca:

- Requiere poca inversión.
- Genera liquidez para otros negocios.
- Alta participación en el mercado.

Perro:

- Genera baja utilidad.
- Requiere poca inversión.
- En ocasiones genera pérdidas.
- Poca participación en el mercado.

La empresa can-vel jeans 19 se encuentra ubicada en el cuadrante uno, el cual es conocido como interrogante, el jean térmico se encuentra en introducción en el mercado, se espera que en cinco años la marca este posicionada en el mercado y este ubicada en el cuadrante tres, es decir, que el producto se convierta en una vaca, la cual genere utilidades, esto con el fin de dar apertura a nuevos productos y mercados.

PARTICIPACION EN EL MERCADO

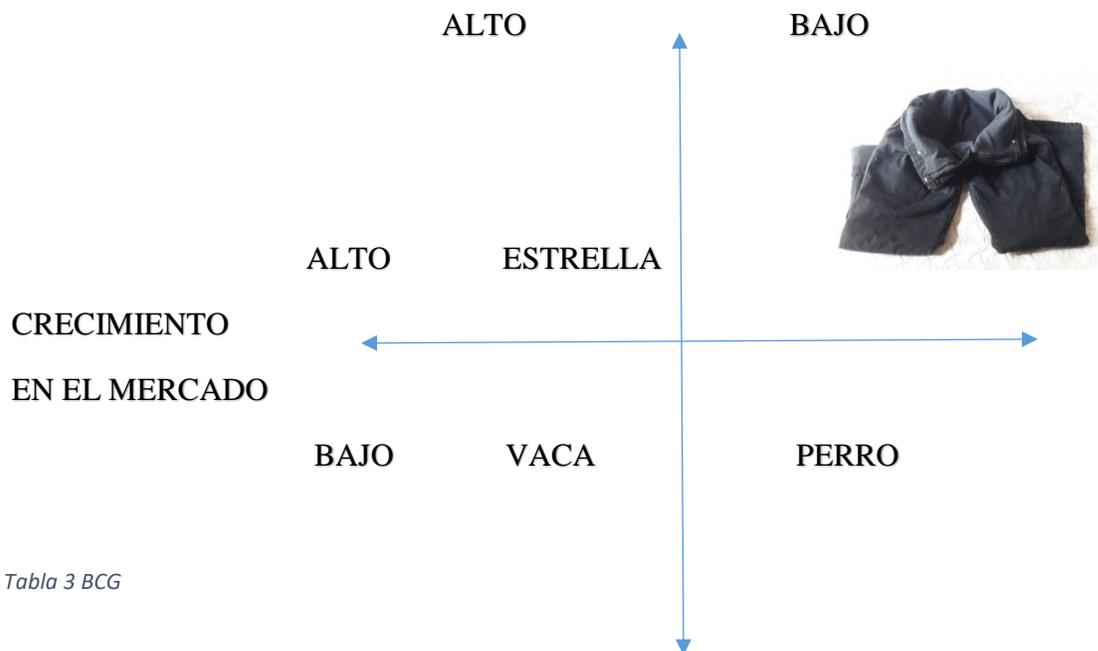


Tabla 3 BCG

5 Fuerzas de Porter

Respecto a la negociación con los clientes, se cuenta con una amplia demanda en el sector ya que en Toronto las mayores actividades industriales son el procesamiento de alimentos por lo tanto son ambientes con temperaturas bajas para su conservación. Por lo tanto es de gran importancia que las empresas implementen en su dotación laboral prendas térmicas. Debido a que el segmento es zona institucional/empresarial las compras son en grandes volúmenes y se puede llegar a un acuerdo con el cliente para equilibrar cantidad y precio.

Teniendo en cuenta lo anterior, al momento de negociar con los proveedores se tendrán en cuenta 4 fabricantes nacionales con los cuales se tercerizará el proceso de fabricación:

Confecciones Gamma E U, la cual ofrece un paquete mínimo de 5.000 unidades, productos con telas de buena calidad, y Cumplimiento en el tiempo de entrega. De igual manera se evaluara la empresa Confecciones Lumaral S A S la cual entrega el producto terminado y empacado. También se tendrá en cuenta la empresa Confecciones SIAJ S A que ofrece todo el producto terminado con 8 días de anticipación, el costo aproximado entre \$35.000 y

\$40.000 y finalmente se considerará la posibilidad de tercerizar con Confecciones Dago LTDA la cual Ofrece proceso completo, como el corte de tela, herrajes, cremalleras, hasta entregar el producto terminado. Con un estimado aproximadamente de

\$30.000 a \$ 35.000 según la tela acordada.

Adicional a esto se evalúa las barreras de entrada ya que siendo una empresa nueva en el mercado canadiense existe una alta probabilidad de que no sea cogida por el cliente, por lo tanto se debe ingresar de manera competitiva con un producto innovador que da solución a una problemática constante ofreciendo alta calidad y un proceso de distribución eficiente para la entrega cumplida de cada pedido.

Al momento de lograr un ingreso al mercado se debe considerar las barreras de salida ya que hay que generar programas de fidelización para evitar que el cliente prefiera adquirir productos sustitutos, para esto se debe lograr una competitividad en calidad y precios y aportar un valor agregado al producto tal como acondicionamiento personalizado y capacitación sobre uso y ventajas de la prenda y de esta manera conservar y generar nuevos consumidores.

Finalmente no se debe dejar de lado los competidores, para llevar a cabo un buen análisis y mejorar la toma de decisiones se implementará una matriz de evaluación de competidores

INDICADOR	SAFEZO	DEOCIL CORPORATION	NEW APPAREL	MANJI TRADING INC	DSI INC
UBICACIÓN	Hamilton, On, Canadá.	Montreal, Canadá.	Montreal, Canadá.	Mississauga, Canadá.	Montreal, Canadá.
LINEA	Ropa de trabajo y protección	Tejidos acrílicos e hilados en pura lana y lanas mezcladas.	Confección para caballeros, Prendas deportivas y ropa niños.	Confección de prendas de ocasión.	Fabricante mayorista de prendas textiles.
IMPORTACION EXPORTACION	Mercado local-	Importación y exportación de textiles.	Importación y exportación prendas de vestir	Mercado local.	Importación y exportación de textiles

Tabla 4 Evaluación competencia

Estrategias

Tácticas	Estrategias
Selección de proveedores	Se contara con empresas especializadas en producción de jeans, se tendrá en cuenta las empresas que se adapten a las exigencias y estándares de calidad solicitados. Todo el proceso para la creación de los jeans térmicos será tercerizado puesto que no contamos con máquinas ni equipo especializado.
Crear un producto atractivo para el cliente	Se utilizará materia prima amigable con el medio ambiente, el producto estará confeccionado con denim y telas inteligentes que aporten comodidad y calidez al consumidor, las etiquetas del producto estarán en idioma inglés o francés para facilitar el uso del producto, el empaque y embalaje del producto serán hechos de material reciclable de acuerdo a las normas del país de destino.
Posicionar el producto	Se realizara un mercado de prueba para dar a conocer los beneficios del producto, de esta forma se conocerá la aceptación del mismo.
Precios competitivos	Se hará un análisis de precios de la competencia, se tendrá en cuenta los costos de producción y la percepción que tiene el cliente sobre el producto para determinar los precios.
Promoción del producto	Se asistirá a ferias y exposiciones comerciales, se tendrá contacto directo con los clientes, se utilizara el internet para crear vínculos con los clientes por medio de correos, se utilizaran las redes sociales para dar a conocer el producto, también se tendrá en cuenta los celulares como medio de comunicación.
Proceso de distribución	Se tendrá una bodega ubicada en la ciudad de Medellín para almacenar el producto terminado, se contara con empresas especializadas en logística Para distribuir el producto. El canal de distribución será indirecto corto, que va de la empresa can-vel jeans 19 al consumidor final.

Tabla 5 Estrategias

Mezcla de mercado

El producto a internacionalizar es un jean térmico con características representativas ya que será confeccionado con denim y una tela especial la cual proporciona calidez y seguridad al público objetivo el cual estará expuesto a bajas temperaturas. Para lograr su posicionamiento se iniciara con una estrategia basada en su promoción, la cual se realizará a través de ferias y convenciones empresariales, complementándolo con las redes sociales, las cuales juegan un papel vital en la actualidad, la comunicación con los clientes se lograra por medio de un instrumento poderoso como lo es el internet, a través de correos electrónicos se lograra mantener contacto con los cliente, otra forma de crear vínculo con los clientes será por medio de llamadas telefónicas producto y a partir de esto competir con precios adecuados al mercado los cuales estarán equilibrados con la competencia ya que el producto a ofrecer también cuenta con alta calidad.

Respecto con la plaza, La empresa can-vel jeans 19 contara con una bodega en la cual almacenara el producto terminado, la bodega estará ubicada en la ciudad de Medellín. Para la distribución del jean térmico a la ciudad de Toronto Canadá, se utilizara un canal de distribución indirecto corto, la distribución se realizara sin intermediarios, es decir fabricante consumidor final.

Cronograma

RESPONSABLES Y RECURSOS	ACTIVIDAD	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8
Gerencia/ Recursos humanos	Negociación con proveedores		x	X					
Diseño/ Recursos humanos	Diseño del producto	X							
Calidad/Recursos humanos	Viabilidad del producto		X	X					
Gerencia/ Recursos humanos	Análisis de precio				X				
Cadena abastecimiento/ Recursos financieros	Compra de materias primas				X				
Planta/Recursos humanos y tecnológicos	Inicio de fabricación					X	X		
Mercadeo/Recursos humanos, tecnológicos y financieros	Estrategia de promoción			X	X				
Logística/Recursos humano y tecnológicos	Distribución							X	X
Gerencia/ Recursos humanos	Negociación con clientes				X	X			
Mercadeo/Recursos humanos	Estrategia de mercado de prueba			x	x				

Tabla 6 Cronograma

Indicadores de seguimiento

Para evaluar el avance de los procesos se realizará seguimiento semanal a procesos como compras de materias primas, proceso de fabricación y despacho ya que si se le da una fecha de entrega al cliente se debe asegurar esta y este proceso de evaluación se debe tener en cuenta las fechas de entrega de los proveedores, los procesos de viabilidad, tiempo de producción y de entrega.

Respecto a las ventas, se estipularán metas semestrales las cuales serán medidas con las órdenes de compras recibidas y despachadas. En este mismo indicador se evaluará la efectividad de entrega, ya que cada orden de compra recibida debe ser despachada en el tiempo y cantidad solicitada. Dependiendo de las ventas echas por semestre se podrá evaluar la aceptación del producto en el mercado.

Recomendaciones

- realizar un mercado de prueba para conocer la aceptación del producto
- Hacer un análisis del nuevo mercado y de la competencia
- Desarrollar el plan de mercadeo y medir su efectividad según los controles propuestos
- Plantear el precio del producto de acuerdo a los precios de la competencia, a los costos de producción y a la aceptación del producto
- Implementar estrategias de comunicación para conectarse con los clientes (redes sociales, correo electrónico, teléfono) tener contacto directo con los clientes vincula al vendedor con el comprador.
- Teniendo en cuenta que la proyección del proyecto se hizo pensando en la venta de un solo producto, se debe considerar ampliar el portafolio, siempre se debe tener un plan b.

Conclusiones

- El trabajo desarrollado permite visualizar la oportunidad que tiene la empresa can-vel jeans 19 en mercados internacionales.
- El sector textil ofrece a las pequeñas y medianas empresas grandes oportunidades para poder tener una importante participación en el mercado, dado principalmente por la demanda. Actualmente existen tratados de libre comercio con diferentes países los cuales facilitan la creación de nuevos productos y la apertura de otros mercados.
- En el presente los consumidores tienen mucho conocimiento de los productos que adquieren, debido a esto se debe contar con personal capacitado para llevar a cabo una buena comercialización de los productos o servicios que se van a comercializar.
- A la hora de crear nuevos productos se debe tener en cuenta la utilidad y los beneficios que ofrece, el consumidor actual compara la relación entre costo y beneficio, es decir, ya se tiene más conciencia en que se invierte el dinero.
- Se debe crear productos innovadores los cuales respondan a las necesidades de los clientes, y además que sean amigables con el medio ambiente, a la hora de

ofrecer los productos en mercados internacionales se debe tener en cuenta las normas del país de destino.

- Explorar opciones de desarrollo de nuevos negocios, resulta interesante y muy estimulante para la creatividad.
- Ofrecer excelente servicio a los clientes con el fin de fidelizarlos, la decisión de compra se basa principalmente en la calidad del producto, servicio ofrecido y costo el producto.

Referencias

(Welch y Loustarinen, R. R. (1988,1994,1999).

Arévalo, G. y. (2001).

Beiplast. (03 de 2019). *Beiplast*. Obtenido de <https://www.beiplas.com/blog-plasticos-medellin/bolsas-plasticas-biodegradables>

Donoso, A. y. (1998).

Escorches. (1990).

Goldratt. (1991).

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1997). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Naucalpan de Juárez: McGRAW - HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO, S.A.

Kenneth F., K. (06 de 2000). *ResearchGate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/235260463_Recognising_deductive_process_in_qualitative_research

Kotler. (s.f.).

LEROYM MERLIN. (08 de 2018). *leroymerlin*. Obtenido de https://www.leroymerlin.es/fp/82236855/pantalón-de-trabajo-snickers-t54-gris.herramientas_equipos-de-proteccion-individual_ropa-de-trabajo

Maslow. (s.f.).

Mayo, E. (s.f.).

RAJA. (30 de 06 de 2016). *Rajapack*. Obtenido de <https://www.rajapack.es/blog-es/productos/que-es-stretch-film/>

Taylor, F. (s.f.).

torres. (2013).

Torres. (2013).

<https://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>

<https://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>

<http://phlpktler.blogspot.com/>

<https://www.zonafria.co/zona-fria>

<https://www.dinero.com/economia/articulo/paises-donde-exporta-colombia/192838>
<https://www.elpais.com.co/economia/anuncian-medidas-para-proteger-al-sector-textil.html>
<https://www.larepublica.co/economia/textiles-y-confecciones-los-que-mas-crecieron-a-febrero-segun-la-encuesta-de-la-andi-2722146>
<http://www.fashionradicals.com/una-breve-historia-sobre-jeans/>
<https://www.larepublica.co/empresas/diariamente-salen-mas-de-100000-jeans-de-los-puntos-de-venta-a-los-armarios-2404171>
<http://ambientebogota.gov.co/documents/24732/3987882/Gu%C3%ADa+ambiental+para+el+sector+textil.pdf>
<https://encolombia.com/economia/info-economica/algodon/industriatextil/>
<https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/colombiatex-impulso-pactos-comerciales-internacionales/254807>
<https://www.dinero.com/noticias/textiles/573>
<http://www.elcolombiano.com/entretenimiento/moda/industria-textil-hilos-y-confeccion-en-medellin-GH6911181>
<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/20182/Febrero-2018/Industria-Textil-Colombiana-2018-telas-inteligentes-y-tendencias-ecologicas>
http://www.ccmpec.org.co/ccm/contenidos/127/Guia_para_la_elaboraci%C3%B3n_de_un_plan_exportador.pdf

<http://www.merkactiva.com/blog/teorias-del-comportamiento-del-consumidor/>
<http://www.ilustrados.com/tema/12036/teoria-restricciones-cadena-logistica-como-elementos.html>
<s.slideshare.net/nicolashernandezhdez/teorias-de-la-administracion-y-sus-enfoques>