

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Tema: “Oportunidades de mercados internacionales para textiles del Centro de Negocios y Servicios SARUMAKY del Cantón Ibarra – Provincia de Imbabura y el fomento de las exportaciones.”

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

AUTORA: Manosalvas Ayala Nataly Gabriela

TUTOR: MSc. Ruano Enríquez Lorena

Tulcán, 2021

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Manosalvas Ayala Nataly Gabriela con el número de cédula 1751568328 ha elaborado el trabajo de titulación: “Oportunidades de mercados internacionales para textiles del Centro de Negocios y Servicios SARUMAKY del Cantón Ibarra – Provincia de Imbabura y el fomento de las exportaciones”

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

LORENA
ELIZABET
H RUANO
ENRIQUEZ

Firmado digitalmente por
LORENA
ELIZABETH RUANO
ENRIQUEZ
Fecha: 2021.09.21
14:27:29 -05'00'

f.....

MSc. Lorena Ruano
TUTOR

0401102496
GUSTAVO
JAVIER TERAN
ROSERO

Firmado digitalmente
por 0401102496
GUSTAVO JAVIER
TERAN ROSERO
Fecha: 2021.09.21
09:16:31 -05'00'

f.....

PhD. Gustavo Terán
LECTOR

Tulcán, 2021

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Licenciada en la Carrera de comercio exterior y negociación comercial internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Manosalvas Ayala Nataly Gabriela con cédula de identidad número 1751568328 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



f.....

Manosalvas Ayala Nataly Gabriela

AUTORA

Tulcán, 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Manosalvas Ayala Nataly Gabriela declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Oportunidades de mercados internacionales para textiles del Centro de Negocios y Servicios SARUMAKY del Cantón Ibarra – Provincia de Imbabura y el fomento de las exportaciones” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Manosalvas Ayala Nataly Gabriela

AUTORA

Tulcán, 2021

AGRADECIMIENTO

A mi familia por su apoyo incondicional en cada etapa académica y personal.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de manera especial a la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional por la oportunidad de adquirir conocimientos y formarme como profesional.

Al Centro de Negocios y Servicios “Sarumaky” de la Parroquia la Esperanza por su colaboración e información necesaria en todo el trascurso de la investigación, de manera especial al Ing. Mauricio Benítez.

¡A todos ellos infinitas gracias!

DEDICATORIA

A mi familia que gracias a su apoyo incondicional en todo momento y en cada decisión.

Al Centro de Negocios y Servicios “Sarumaky” por permitirme realizar el trabajo de investigación para su propio beneficio.

¡A todos ellos infinitas gracias!

ÍNDICE

I. PROBLEMA	22
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	22
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	24
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	25
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	26
1.4.1. Objetivo General	26
1.4.2. Objetivos Específicos.....	26
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	27
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	28
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	28
2.2. MARCO TEÓRICO	36
2.2.1. Fundamentación teórica	36
2.3. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	37
2.4. OPORTUNIDADES DE MERCADOS INTERNACIONES.....	38
2.4.1. Análisis del entorno interno y externo	38
2.4.2. Demanda.....	38
2.4.3. Oferta.....	39
2.4.4. Mercado Internacional.....	39
2.5. FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES	40
2.5.1. Producto	40
2.5.2. Exportaciones	40
2.5.3. Acuerdos Comerciales.....	41
III. METODOLOGÍA	42
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	42
3.1.1. Enfoque	42

3.1.2. Tipo de Investigación	42
3.1.2.1. Descriptiva	42
3.1.2.2. Explicativa.....	43
3.2. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER.....	43
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	43
3.3.1. Variable Independiente: Oportunidades de mercados internacionales	43
3.3.2. Variable Dependiente: Fomento de las exportaciones	43
3.3.3. Operalización de variables	44
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.....	45
3.4.1. Población y muestra de la investigación	46
3.4.2. Posición Arancelaria	47
3.4.2.1. Posición arancelaria de las camisas y blusas, para mujeres o niñas.....	47
3. 5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	47
3.5.1. Principales países importadores de las camisas y blusas, para mujeres o niñas	48
3.5.2. Principales países exportadores de las camisas y blusas, para mujeres o niñas.....	50
3. 6. FACTORES INTERNOS.....	54
3.6.1. Factores económicos	54
3.6.2. Factores políticos.....	55
3.6.2.1. Política económica	55
3.6.3. Factores legales	55
3. 7 FACTORES EXTERNOS DE ESTADOS UNIDOS, ESPAÑA Y PANAMÁ	56
3.7.1. Factor económico	56
3.7.1.1. Producto Interno bruto (PIB) de Estados Unidos, España y Panamá.....	56
3.7.1.2 PIB Per Cápita de Estados Unidos, España y Panamá.....	58
3.7.1.3. Inflación de Estados Unidos, España y Panamá	59
3.7.1.4. Tasa de desempleo de Estados Unidos, España y Panamá	61
3.7.2. Factor político	63

3.7.2.1. Riesgo país	63
3.7.2.2. Acuerdos comerciales	64
3.7.3. Factor legal	65
3.7.3.1. Barreras arancelarias	65
3.7.3.2 Barreras no arancelarias	66
3.7.4. Balanza Comercial	67
3.7.4.1. Balanza Comercial Ecuador: Estados Unidos, España y Panamá.....	67
3.7.5 Factor tecnológico	68
3.7.5.1 Población con internet de Estados Unidos, España y Panamá.....	69
3.7.6 Factor geográfico.....	70
3.7.6.1 Población de Estados Unidos, España y Panamá.....	70
3.7.6.2 Desempeño logístico de Estados Unidos, España y Panamá	71
3. 8 MATRIZ DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS (POAM)	71
3. 9. MERCADO DE DESTINO	75
3.9.1. Perfil de Estados Unidos	75
3.9.2. Perfil del consumidor de Estados Unidos	77
3.9.3. Segmento de mercado	77
3.9.4. Gustos y preferencias de los ciudadanos de Manhattan- Nueva York.....	79
3. 10. PRODUCTO A EXPORTAR	81
3.10.1. Descripción del producto a exportar	81
3.10.2. Precios referentes de las blusas con estampados bordados en Nueva York.....	82
3. 11 ESTUDIO TÉCNICO	83
3.11.1 Localización de la empresa	83
3.11.1.1 Macro localización	83
3.11.1.2 Micro localización.....	84
3.11.2 Fundación de la Asociación	84
3.11.3 Logotipo	85

3.11.4 Instalaciones del Centro de Negocios y Servicios Sarumaky	85
3.11.5 Maquinas	86
3.11.6. Estructura organizacional	89
3.11.6.1 Misión.....	89
3.11.6.2. Visión	89
3.11.6.3. Descripción de Sarumaky.....	89
3.11.6.4 Organigrama.....	89
3.11.7. Manual de funciones	90
3.11.7.1. Gerente General.....	90
3.11.7.2 Secretaría.....	91
3.11.7.3. Asistente Comercial	92
3.11.7.4. Asistente en ventas	92
3.11.7.5. Asistente en producción	93
3.11.7.6 Bodega.....	94
3.11.8. Matriz FODA de Sarumaky	95
3.11.9. Flujograma del proceso del bordado	95
3.11.10 Competencia nacional	97
3. 12. PROCESO DE EXPORTACIÓN	97
3.12.1. Empresas demandantes en Manhattan - Nueva York.....	97
3. 12.2. Etapa pre-embarque.....	98
3.12.3 Documentos para la exportación	98
3.12.4 Etapa post-embarque	99
3.12.5 Cadena logística	100
3.12.7. Estrategias de promoción	102
3.12.7.1. Misiones comerciales	102
3.12.7.3. Ferias internacionales	104
3.12.7.4. Proceso antes, durante y después de la feria internacional	105

3.13. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	106
3.14. ETIQUETADO Y ENVASE.....	107
3.14.1. Etiqueta del producto	107
3.14.2. Envase del producto	108
3.14.3. Cubicaje.....	108
3.14.3.1. Cubicaje de las cajas	108
3.14.3.2. Cubicaje Pallets	109
3.14.3.3. Cubicaje contenedor	110
3.15. INCOTERM.....	110
3.16. PROYECCIONES DEL ESTUDIO.....	112
3.16.1. Importaciones de Estados Unidos de la partida 610610	112
3.16.2. Exportaciones de Estados Unidos de la partida 610610	113
3.16.3. Producción nacional Nueva York	114
3.16.4. Consumo Nacional Aparente	115
3.16.5. Oferta exportable Centro de Negocios y Servicios Sarumaky.....	116
3.16.6. Demanda insatisfecha Manhattan-Nueva York - Estados Unidos	118
3.16.7. Estimaciones de ventas en el mercado de Manhattan	119
3.16.8. Gastos de exportación	120
3.17. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	120
3.17.1. Activos fijos	121
3.17.2. Activos diferidos	121
3.17.3. Capital de operación.....	122
3.17.4. Costo de materia prima	123
3.17.5. Costos de producción	123
3.17.6. Gastos administrativos	124
3.17.8 Depreciación de activos	125
3.17.9 Estado de resultados	126

3.17.10 Proyecciones del proyecto.....	127
3.17.10.1. Flujo de caja	127
3.17.10.2. Cálculo del VAN y TIR	127
3.17.12 Estructura financiamiento	130
3.17.12.1 Tabla de amortización	130
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	133
4.1. RESULTADOS.....	133
4.1.1 Resultado de la matriz POAM	133
4.1.2. Resultado de la entrevista.....	134
4.1.2.1. Entrevista aplicada a la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE)	134
4.1.2.2. Entrevista aplicada al Administrador del Centro de Negocios y Servicios “Sarumaky”	135
4.1.2.3 Resultado de la entrevista aplicada a las artesanas del bordado	137
4.2. DISCUSIÓN.....	140
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	144
5.1. CONCLUSIONES	144
5.2. RECOMENDACIONES	145
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	146
VII. ANEXOS	154

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operalización de la variable independiente	44
Tabla 2. Operalización de la variable dependiente	45
Tabla 3. Grupo de Artesanas	46
Tabla 4. Posición arancelaria de las camisas y blusas, para mujeres o niñas.....	47

Tabla 5. Países importadores de la subpartida 610610	48
Tabla 6. Países exportadores de la subpartida 610610.....	50
Tabla 7. Exportaciones de la subpartida 610610 por Ecuador en toneladas	52
Tabla 8. Competencia directa para Ecuador.....	53
Tabla 9. Factores económicos del Ecuador	54
Tabla 10. Producto Interno Bruto de Estados Unidos, España y Panamá.....	56
Tabla 11. PIB Per Cápita de Estados Unidos, España y Panamá.....	58
Tabla 12. Inflación de Estados Unidos, España y Panamá	59
Tabla 13. Tasa de desempleo de Estados Unidos, España y Panamá	61
Tabla 14. Riesgo país de Estados Unidos, España y Panamá	63
Tabla 15. Acuerdos con Ecuador	64
Tabla 16. Aranceles.....	65
Tabla 17. Barreras no arancelarias	66
Tabla 18. Balanza comercial Ecuador con Estados Unidos, España y Panamá.....	67
Tabla 19. Porcentaje de la población con internet	69
Tabla 20. Población de Estados Unidos, España y Panamá.....	70
Tabla 21. Índice de desempeño logístico	71
Tabla 22. Matriz perfil de oportunidades y amenazas POAM.....	72
Tabla 23. Resultado de la matriz POAM	73
Tabla 24. Ficha técnica Estados Unidos.....	75
Tabla 25. Ficha técnica Manhattan- Nueva York	79
Tabla 26. Ficha técnica del producto	81
Tabla 27. Tiendas online en Nueva York.....	82
Tabla 28. Maquinas	86
Tabla 29. Manual de funciones Gerente General	90
Tabla 30. Manual de funciones Secretaria	91
Tabla 31. Manual de funciones Asistente Comercial.....	92

Tabla 32. Manual de funciones Asistente en ventas	92
Tabla 33. Manual de funciones Asistente en producción.....	93
Tabla 34. Manual de funciones Bodega	94
Tabla 35. Matriz FODA de Sarumaky	95
Tabla 36. Empresas demandantes en Manhattan - Nueva York	97
Tabla 37. Canal de distribución para el Centro de Negocios y Servicios Sarumaky.....	101
Tabla 38. Proceso antes, durante y después de la feria internacional	105
Tabla 39. Capacidad de producción	106
Tabla 40. Envase del producto	108
Tabla 41. Cubicaje de las cajas	109
Tabla 42. Cubicaje de los pallets.....	109
Tabla 43. Cubicaje del contenedor.....	110
Tabla 44. Cálculo del Incoterm	110
Tabla 45. Término de negociación FOB	111
Tabla 46. Término de negociación FOB	111
Tabla 47. Proyecciones de las importaciones.....	112
Tabla 48. Proyecciones de las importaciones.....	113
Tabla 49. Proyecciones de las exportaciones de la partida 610610	113
Tabla 50. Proyecciones de las exportaciones	114
Tabla 51. Proyecciones de la producción nacional en Nueva York.....	114
Tabla 52. Proyecciones de la producción.....	115
Tabla 53. Consumo Nacional Aparente	115
Tabla 54. Proyecciones oferta exportable de Sarumaky	116
Tabla 55. Proyecciones de la producción.....	117
Tabla 56. Demanda insatisfecha.....	118
Tabla 57. Estimaciones de venta	120
Tabla 58. Gastos de exportación	120

Tabla 59. Activos fijos (anual).....	121
Tabla 60. Activos diferidos (anual).....	122
Tabla 61. Capital de operación (anual)	122
Tabla 62. Costo de la materia prima (anual)	123
Tabla 63. Costos de producción (anual).....	123
Tabla 64. Salarios administrativos (anual).....	124
Tabla 65. Depreciación de activos (anual)	125
Tabla 66. Estados de resultado (anual).....	126
Tabla 67. Flujo de caja (anual).....	127
Tabla 68. Cálculo del VAN y TIR	127
Tabla 69. Cálculo de la tasa de oportunidad	128
Tabla 70. Cálculo de la tasa de oportunidad	128
Tabla 71. Financiamiento	130
Tabla 72. Amortización del crédito.....	130
Tabla 73. Amortización.....	131
Tabla 74. Asociaciones ecuatorianas en Nueva York	170

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fundamentación conceptual.	37
Figura 2. Exportaciones de bienes textiles	41
Figura 3. Países importadores de la subpartida 610610 en miles de dólares	48
Figura 4. Países exportadores de la subpartida: 610610 en miles de dólares.....	50
Figura 5. Exportaciones de la subpartida 610610 por Ecuador en toneladas.....	52
Figura 6. Competencia directa para Ecuador	53
Figura 7. PIB Estados Unidos, España y Panamá	57
Figura 8. PIB Per Cápita Estados Unidos, España y Panamá	58

Figura 9. Inflación Estados Unidos, España y Panamá.....	60
Figura 10. Tasa de desempleo Estados Unidos, España y Panamá.....	62
Figura 11. Balanza comercial sector textil Estados Unidos, España y Panamá.....	67
Figura 12. Porcentaje de población con internet	69
Figura 13. Población de Estados Unidos, España y Panamá	70
Figura 14. Mapa político de la provincia de Imbabura	83
Figura 15. Parroquia La Esperanza	84
Figura 16. Logotipo de Sarumaky.....	85
Figura 17. Instalaciones de Sarumaky.....	85
Figura 18. Organigrama Sarumaky	90
Figura 19. Flujograma de proceso del bordado.....	96
Figura 20. Cadena logística.....	100
Figura 21. Canal de distribución	101
Figura 22. Página web Sarumaky.....	103
Figura 23. Etiqueta del cuidado de las blusas con bordados a mano	107
Figura 24. Punto de equilibrio.....	129
Figura 25. Acercamiento con la tienda La Sirena Mexican Folk Art	172

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Solicitud dirigida a la Asociación.....	154
Anexo 2: Carta de aceptación por parte de la Asociación.....	155
Anexo 3: Correo entrevista Asociación de Textiles Industriales del Ecuador.....	156
Anexo 4: Entrevista Presidente Ejecutivo de la AITE	157
Anexo 5: Entrevista a “Sarumaky”	159
Anexo 6: Entrevistas a las artesanas de “Sarumaky”	161
Anexo 7: Artesanas del bordado	167
Anexo 8: Diseños con estampados bordados a mano	168
Anexo 9: Recolección de información	169
Anexo 10: Asociaciones ecuatorianas en Nueva York	170
Anexo 11: Ferias internacionales para el sector textil.....	171
Anexo 12: Tienda de regalos culturales	172
Anexo 13: Acta del Perfil de Investigación	173

RESUMEN

En las Parroquias Zuleta, La Esperanza y Angochagua se esconde un grupo de mujeres artesanas del bordado con ansias de dar a conocer sus artesanías con una gran variedad de diseños, mezcla de colores, combinaciones de bordados que plasman las flores, los animales, sus paisajes, tradiciones y lugares turístico del Ecuador, pero, sobre todo este grupo de artesanas se caracteriza por conservar y preservar desde hace muchos años las técnicas del bordado 100% a mano a pesar de que el siglo XXI la industrialización y tecnificación del sector textil pone en riesgo esta actividad que para este grupo de artesanas del bordado y para sus propias familias es una amenaza constante que afecta directamente en los ingresos económicos como sustento para sus hogares.

Por lo tanto, el objetivo principal del proyecto de investigación es definir las oportunidades de mercados internacionales para el fomento de las exportaciones de textiles desde el Centro de Negocios y Servicios “Sarumaky” de la Parroquia La Esperanza ubicada en el Cantón Ibarra Provincia de Imbabura. Sarumaky ancestral a mano se dedica a la confección de bordados en prendas de vestir, manteles de cocina, en cuero y accesorios de madera, pero para la investigación se consideró las blusas con bordados a mano 100% artesanal para el mercado femenino.

Países como Perú y Colombia importan parte de la producción textil ecuatoriana, pero por otro lado son competencia para Ecuador a nivel internacional es así que para el estudio de mercado Panamá, España y Estado Unidos se consideran mercados potenciales para el fomento de las exportaciones.

Como resultado del desarrollo de la investigación se determinó que la Ciudad de Nueva York, Manhattan - Estados Unidos es el mercado meta para dar cumplimiento al objetivo general y al propósito académico, profesional y personal del trabajo de investigación.

Palabras claves: Oportunidades de mercados, fomento de las exportaciones, Sarumaky, bordados artesanales, demanda.

ABSTRACT

In Zuleta, La Esperanza and Angochagua parishes, there is a group of women embroidery artisans who want to make known the variety of designs of their crafts, among which the traditions and tourist places of Ecuador are reflected. At the same time, one of the important characteristics was that they conserve and preserve the techniques of embroidery 100% by hand and despite the fact that the industrialization and technology of the textile sector has put this activity at risk, the economic income of their homes being constantly threatened.

Therefore, the main objective of the research project is to define the opportunities of international markets to promote textile exports from the "Sarumaky" Business and Services Center of La Esperanza Parish located in the Ibarra Canton of Imbabura Province, the same which is dedicated to the manufacture of embroidery on clothing, kitchen tablecloths, leather and wooden accessories, but for the study the research considered blouses with 100% handmade embroidery for the female market.

Countries such as Peru and Colombia import part of the Ecuadorian textile production, on the other hand, they are competition for Ecuador at an international level, so for the market study Panamá, Spain and the United States are considered potential markets for the promotion of exports.

As a result of the development of the research, it was determined that New York City, Manhattan - United States is the target market to fulfill the general objective and the academic, professional and personal purpose of the research work.

Keywords: Market opportunities, export promotion, Sarumaky, handicraft embroidery, demand.

INTRODUCCIÓN

El sector textil artesanal tiene gran importancia por varios factores ya sean de tipo cultural, social y económico, por lo que es necesario fomentar este oficio para que sea reconocido como una actividad económica visible del país. Es necesario indicar que esta actividad es desarrollada mayormente por la mujer, pero socialmente aún no se reconoce su valor como mujer artesana, ni del producto que genera, impidiendo su crecimiento, ya sea por el desconocimiento en temas de exportaciones o por escaso apoyo de las entidades correspondientes. Más bien se considera como una actividad secundaria no trascendental por las características mismas del oficio; de hecho, la sociedad no aprecia la producción textil artesanal, considerándola de poco valor y prestigio, aceptado con gran facilidad prendas de vestir de marcas reconocidas a nivel nacional e internacional. Por lo que se debe fomentar al cambio de estigmas y dar mayor importancia a la producción artesanal que es fruto de la dedicación y entrega de las artesanas plasmado en cada una de las confesiones y artesanías.

Con este antecedente, la presente investigación parte desde la importancia de la pequeña industria textil artesanal y de la mujer artesana, intentando contribuir a su desarrollo mediante la búsqueda de oportunidades de mercados internacionales para textiles del Centro de Negocios y Servicios SARUMAKY del Cantón Ibarra – Provincia de Imbabura y el fomento de las exportaciones. Por lo cual la investigación cuenta con los siguientes capítulos:

En el capítulo I se define el problema de la situación actual que atraviesa la Asociación “Sarumaky”, conformada mayormente por mujeres artesanas del bordado, encontrando serias dificultades de conocimiento en temas de comercialización de sus productos. Además, en este capítulo se encontrará la justificación del presente tema de investigación desde la perspectiva académica, profesional y personal, conjuntamente con el objetivo general y objetivos específicos presentes en todo el desarrollo de la investigación.

En el capítulo II se plasman los antecedentes investigativos de artículos y tesis como guía para la investigación, de igual manera la fundamentación conceptual y las teorías del comercio internacional para la fundamentación teórica.

En el capítulo III se desarrolla la metodología empleada para la investigación detallando el enfoque metodológico y el tipo de investigación utilizada para la recolección de información de datos primarios y secundarios que sustentan la presente propuesta, dando respuesta al

planteamiento del problema, lo cual se complementa con un estudio de 3 países como posibles oportunidades de mercados para el fomento de las exportaciones. Por otro lado, en este capítulo también se plasma un estudio técnico-económico-financiero y proyecciones de importaciones y exportaciones de la partida arancelaria identificada. Y finalmente, la posibilidad para fomentar las exportaciones desde la Asociación “Sarumaky”.

En el capítulo IV se muestran los resultados y discusión de la investigación en donde se plasma: entrevistas, testimonios de los diferentes sectores involucrados (artesanas del bordado, funcionarios de la Asociación “Sarumaky” e instituciones pertinentes).

En el capítulo V se define las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó con el desarrollo de toda la investigación.

En el capítulo VI están las referencias bibliográficas, diferentes fuentes de investigación que sustentan y son base del presente proyecto desarrollado.

Y finalmente, en el capítulo VII se encuentra todos los anexos.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para entender el problema del presente tema de investigación, es necesario desarrollar y definir ciertos conceptos generales que afectan e inciden directamente en la cultura de los diferentes países. Se habla de la globalización y su influencia en la cultura específicamente del consumo de las personas como sociedad pluricultural y multicultural.

Tal como el autor lo menciona “Por globalización se entiende la disminución de las barreras a los desplazamientos de mercancías, capitales y personas en el ámbito internacional” (Mancera, 2015, p. 59). Es decir, el proceso de la globalización ha permitido que el mundo tenga cambios en muchos aspectos, tanto a nivel político, social, cultural, económico y entre otros. Empujando permanentemente a todos los sectores para que sean competitivos y constantemente deban innovar sus productos.

Ahora bien, yendo a lo particular, el fenómeno de la globalización también ha influenciado dentro de los pequeños productores para que estos estén en constante desarrollo, buscando la tecnificación e industrialización de sus productos, obligando de alguna manera a dejar atrás los trabajos artesanales. Por ejemplo, en el Ecuador el sector textil tiene participación en la economía del país, al igual que en las exportaciones no petroleras, es así que, según la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), en los meses de enero y junio del año 2018, el sector textil y confección ha contribuido en las exportaciones con un valor de 48,4 millones de dólares, que a su vez representa el 5,8% de crecimiento en comparación del año 2017 (AITE, 2018).

Por ende, el 64% de las exportaciones del sector textil corresponde en gran mayoría a productos con valor agregado. Es así que AITE aclara que “del total de ventas registradas 30,9 millones de dólares pertenecen al segmento de valor agregado, principalmente en hilos y prendas confeccionadas” (AITE, 2018). Por consiguiente, los principales importadores de la industria textil ecuatoriana están “España, con un 37% de crecimiento global. Argentina, con un 93% de crecimiento global. Perú, con un 49% de crecimiento global. Brasil, con un 26% de crecimiento y Colombia, con un 4,8% de crecimiento” (AITE, 2018). Estas cifras muestran que el Ecuador tiene participación en los mercados internacionales, con sus productos y materia prima textil, sin embargo, se puede considerar que se tiene capacidad para producir mayor cantidad de productos con valor agregado y dejar de ser netamente exportador de materias primas.

A pesar de las cifras y opciones propuestas por la AITE para generar ventajas competitivas el Ecuador y todos los países que se dedican a la industria textil han registrado cifras poco alentadoras en las ventas a causa de la pandemia sanitaria mundial (Covid-19) es así que a corto plazo el impacto de la pandemia sanitaria de acuerdo a la Organización Internacional del Trabajo expresa que las industrias de los textiles, el vestido, el cuero y el calzado han sufrido una brusca caída en las ventas a medida que han ido cerrando más y más comercios por las restricciones impuestas por los gobiernos, y que los consumidores han recibido instrucciones para quedarse en casa (Organización Internacional del Trabajo, 2020).

A medida que el epicentro de la pandemia se fue desplazando, primero a Europa y luego a Estados Unidos y el resto del mundo, y que se fue intensificando su impacto económico, las fábricas de muchos países se vieron obligadas a cerrar. En México, por ejemplo, la industria maquiladora, que fabrica textiles entre otras cosas, interrumpió la producción tras la promulgación de un acuerdo federal por el que se suspenden todas las actividades económicas no esenciales. (Organización Internacional del Trabajo, 2020)

La posibilidad de recuperación para el año 2021 de igual manera son inciertas, ya que estas posibilidades dependerán en gran medida de la duración de la crisis sanitaria y de la eficacia y eficiencia de cada uno de los gobiernos.

En relación al Ecuador el sector de las manufacturas desde años atrás ha tenido inconvenientes en diferentes ámbitos, por mencionar uno de ellos: la competencia desleal que se ve reflejada en los precios de los productos importados en cuanto a textiles se refiere, como también otros tipos de prendas de vestir provenientes de otros países, por lo tanto si se hace relación de los costos de producción del sector textil ecuatoriano con los costos de producción de la competencia, este no cubriría ni siquiera los costos de fabricación, causando un efecto no favorable en el incremento de sus exportaciones sumado, la preferencia del consumo de las diferentes marcas extranjeras.

De igual manera la crisis sanitaria del Covid-19 ha afectado drásticamente en la producción y confección manufacturera teniendo un impacto directamente en el sector textil siendo este uno de los sectores más afectados para el año 2020 las actividades de la industria se paralizaron casi por completo acorde a lo que expresa la Asociación de Industriales textiles del Ecuador. Por otro lado, la situación sanitaria afectó al empleo del sector por mencionar las cifras muestran

que “En el periodo de agosto 2019 hasta agosto del 2020 hay una caída del 27% en el empleo pleno sectorial en el área textil y de confección. La baja en textil es del -29% y de confección es del -20%” (Angulo, 2021). Situación que preocupa a las Asociaciones y Gremios quienes siguen buscando más alternativas para impulsar su producción y generar ingresos económicos. Otro de los factores que es necesario indicar y que afecta al sector textil es el escaso apoyo por parte de las autoridades pertinentes para su mayor crecimiento, especialmente para las pequeñas Asociaciones textileras, sin considerar que el sector textil contribuye en generar mayores fuentes de empleo a nivel nacional; apoya a la dinamización de la economía mediante la intervención de encadenamientos productivos, contribuyendo a la economía del país. Por consiguiente, el sector textil debe ser potencializado con carácter de urgente.

En relación a lo expuesto, actualmente el Centro de Negocios y Servicios Sarumaky es un ente de servicios en beneficio de las artesanas de las parroquias Angochagua y La Esperanza, ubicadas en el Cantón Ibarra provincia de Imbabura. Según el Ing. Mauricio Benítez, Administrador de “Sarumaky” desde sus inicios únicamente se ha enfocado en realizar ferias locales para exhibir sus productos textiles a turistas, siendo uno los principales inconvenientes por los que aún no han incursionado en el mercado internacional, además el escaso conocimiento en comercio exterior les impide fomentar las exportaciones.

Y finalmente, el problema principal identificado en este Centro artesanal es el escaso apoyo económico por parte las entidades correspondientes y el desconocimiento en temas de barreras arancelarias y no arancelarias que les permita posicionarse en mercados internacionales, así como también de los posibles mercados potenciales y los requisitos para fomentar las exportaciones, propósito de la presente investigación.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿El desconocimiento de las oportunidades de mercados internacionales limita el fomento de las exportaciones de textiles del Centro de Negocios y Servicios Sarumaky?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Ante la situación adversa el sector textil busca incentivar su competitividad con la finalidad de ingresar a nuevos mercados internacionales con productos de alto valor agregado mediante el fomento de las exportaciones esto debido a las medidas adoptadas por el Gobierno Nacional a causa de la pandemia sanitaria del Covid-19. La disminución de la demanda en el mercado internacional ha afectado directamente en las exportaciones no tradicionales que se ve reflejado significativamente a la producción nacional.

Ecuador en el primer cuatrimestre del año 2020 registró una disminución drástica de las exportaciones, situación que afectó la economía del país, pero a partir del segundo cuatrimestre las cifras se muestran un poco más positivas, debido al incremento del precio del petróleo y el aumento de las exportaciones no tradicionales. (Jumbo, Campuzano, Vega, y Luna, 2020)

Con este antecedente la presente investigación tiene como propósito de alguna manera poder contribuir en la búsqueda de la mejor oportunidad de mercado para el fomento de las exportaciones de textiles específicamente blusas con bordados a mano desde el Centro de Negocios y Servicios Sarumaky de la parroquia la Esperanza provincia de Imbabura con la búsqueda de información pertinente en beneficio de la Asociación con la finalidad de incentivar a su crecimiento y reconocimiento de sus artesanías en el mercado internacional. Considerando que si es posible alcanzar “la ambiciosa meta que se fijó para incrementar a 350 millones de dólares las exportaciones en 2022, dando énfasis a los productos confeccionados” (AITE, 2018).

Para este incremento de las exportaciones también es importante contar con el apoyo del Estado mediante la implementación de incentivos que beneficie al sector, como también acuerdos comerciales específicos para generar ventaja y competitividad.

En cuanto a la contribución por parte de la Academia en el desarrollo del informe de investigación, se centra en asumir retos tanto personales como académicos, asumiendo responsabilidades como profesional en el tema, mediante la implementación de todos los conocimientos adquiridos en la Universidad, plasmados en el informe final que aporten a la Asociación “Sarumaky” y sobre todo a las artesanas del bordado de la parroquia La Esperanza.

De igual manera la pertinencia de la investigación tiene como propósito fundamental determinar cuál es el mercado óptimo para fomentar las exportaciones desde “Sarumaky” y los principales beneficiarios con la investigación realizada de manera directa son las artesanas de la localidad.

Entonces la investigación inicia con el objetivo de fijar cuales son las oportunidades de mercados internacionales para la exportación de textiles, específicamente las camisas y blusas con bordados a mano como producto de exportación.

Entonces, el impacto de la investigación está orientada al crecimiento y rentabilidad de la Asociación “Sarumaky” mediante el aporte con información oportuna que les permita generar oportunidades comerciales, que aumenten sus ingresos económicos con mayores beneficios para las artesanas.

Además, a esta Asociación le permitirá ser más competitiva frente a otras Asociaciones textileras debido a que el Centro de Negocios y Servicios “Sarumaky” cuenta con una amplia gama de textiles novedosos y únicos los cuales necesitan ser reconocidos en los mercados internacionales.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Determinar oportunidades de mercados internacionales para textiles del Centro de Negocios y Servicios SARUMAKY del Cantón Ibarra – Provincia de Imbabura y el fomento de las exportaciones.

1.4.2. Objetivos Específicos

- ❖ Fundamentar bibliográficamente oportunidades de mercados internacionales para textiles del Centro de Negocios y Servicios SARUMAKY del Cantón Ibarra – Provincia de Imbabura y el fomento de las exportaciones.
- ❖ Diagnosticar las oportunidades de mercados internacionales para el fomento de las exportaciones de textiles del Centro de Negocios y Servicios Sarumaky.
- ❖ Establecer la oportunidad de mercado internacional para blusas con bordados a mano del Centro de Negocios y Servicios SARUMAKY del Cantón Ibarra – Provincia de Imbabura y el fomento de las exportaciones.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ❖ ¿Cuáles son los acuerdos comerciales que tiene el Ecuador en beneficio del sector textil?
- ❖ ¿Cuáles son los mecanismos implementados por el Estado o Instituciones para el fomento de las exportaciones del sector textil?
- ❖ ¿Qué acogida tienen los productos textiles en los mercados internacionales?
- ❖ ¿Cuál es la normativa actual en el país de exportación?
- ❖ ¿Qué beneficios obtendrán las artesanas del bordado con la presente investigación?
- ❖ ¿Cuál es la oferta exportable que tiene el Centro de Negocios y Servicios Sarumaky?
- ❖ ¿Cuáles son los principales países exportadores de textiles?
- ❖ ¿Cuáles son los principales países competencia de Ecuador dentro del sector textil?
- ❖ ¿Cuál es el canal de distribución más óptimo para llegar al consumidor final?
- ❖ ¿Cuál es la participación de los artesanos del bordado en el sector textil?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Los antecedentes que fundamentan bibliográficamente a la presente investigación se detallan a continuación:

Antecedente N° 1

Alencastro y Sorhegui, (2016), Análisis del sector textil ecuatoriano 2009-2013.

En los últimos años el sector textil ecuatoriano se ha enfocado en la producción y confecciones de ropa y calzado acorde a las tendencias en el mercado nacional e internacional, sin embargo, la competencia externa como Colombia y Perú ha incidido progresivamente la producción textil nacional exigiendo al sector ser más competitivo (Alencastro y Sorhegui, 2016).

Los mismos autores mencionan que a inicios del siglo XX la industria textil se ha encaminado en la producción de hilos, telas, prendas de vestir y similares por lo que la producción de confecciones ha estado en constante cambios con la finalidad de ganar reconocimiento y rentabilidad (Alencastro y Sorhegui, 2016). Esto se puede palpar en las Asociaciones cuyos artesanos día a día se esfuerzan por mantener y modernizar su producción con bordado llamativos, siendo únicos en el mercado textil artesanal.

En el mismo sentido para el desarrollo de su investigación los autores utilizaron métodos de investigación; Documental, Inductivo, Deductivo y Estadística con información de empresas e institución textiles. El resultado de la misma se enfoca en el análisis del sector textil y su incidencia en las exportaciones a países como Colombia y Peru y la eliminación de los aranceles a las exportaciones, coincidiendo con la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador que la protección arancelaria es ineficiente para el sector textil ecuatoriano (Alencastro y Sorhegui, 2016).

La investigación realizada por los autores tiene aspectos muy relevantes de gran importancia para la presente investigación, como es el análisis del sector textil y el estudio de mercados potenciales muy puntuales favorable para la producción nacional, además con posibilidades favorables en contribución al desarrollo económico de todos los involucrados en el sector

Se debe tomar en cuenta que Ecuador al ser un país pluricultural y multiétnico con este oficio se conserva parte de la historia, cultura y tradiciones que se conservan de generación en generación manteniendo viva su identidad.

Antecedente N° 2

Brucil, Lara y Saráuz, (2017), Estudio sobre la caracterización y fortalecimiento de los procesos comerciales de las Mipymes de la zona 1 del Ecuador.

Los autores hacen hincapié en mencionar que las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 80% en la economía mundial aun así no son prioridades de atención de la mayoría de los gobiernos” (Brucil, Lara y Saráuz, 2017, p.146).

Los objetivos se plantean con la necesidad de articular la gestión de los sectores estratégicos para la contribución con el cambio de la Matriz Productiva y a la vocación productiva de los territorios y su diversidad poblacional (Brucil, Lara y Saráuz, 2017, p.146).

La metodología implementada por los autores es de tipo exploratoria, con el estudio de 1.917 MIPYMES de las 4 provincias del Zona 1 del Ecuador de las cuales el 50,55% aún están en funcionamiento, el 42,93% cerraron, el 3,18% cambiaron de actividad y el 3,36% tienen sucursales (Brucil, Lara y Saráuz, 2017, p.146). En conclusión, la intención de los autores con la investigación es priorizar y dar cumplimiento a los objetivos básicos del cambio de la Matriz Productiva.

El presente artículo aporta a la micro, pequeña y mediana empresa del sector textil de la zona 1 del Ecuador por su efecto directamente en la generación de fuentes de empleos y también aportan con otros sectores primarios, por ende, deben ser prioridad de los gobiernos para potencializar estos sectores y contribuir al desarrollo de la economía.

Con este antecedente se puede afirmar que existe importantes posibilidades de generar producción textil para extenderse a otros mercados internacionales, pero el inconveniente que se puede referir y que interfiere en su desarrollo es que en gran parte las pequeñas asociaciones textiles del Ecuador no tienen el apoyo necesario por parte del Gobierno, así como tampoco están asociadas ni afiliadas a un gremio que les brinde y sirva como guía para impulsar sus productos hacia el exterior.

Antecedente N° 3

Navarro, Rey y Barrera, (2017), Compromiso, recursos, emprendimiento exportador y resultados empresariales.

Las habilidades hacia la exportación son el reflejo de las responsabilidades adquiridas en base al emprendimiento (Navarro, Rey y Barrera, 2017, p.143).

La investigación presenta dos enfoques; los recursos de las empresas asociados a la experiencia y la capacidad de estas para generar emprendimiento hacia el fomento de las exportaciones. Indicando que la clave para este emprendimiento es el conocimiento tanto del producto como del proceso de exportación. Por otro lado, los autores recomiendan a las empresas exportadoras desarrollar procesos de internacionalización adecuados que les permita ganar territorio en el mercado internacional (Navarro, Rey y Barrera, 2017).

La investigación citada es de gran importancia por el efecto directo en el emprendimiento y conocimiento para incrementar las exportaciones como elementos esenciales en el proceso de crecimiento empresarial e innovación. De esta manera, el emprendimiento contribuye al crecimiento económico a través de la actitud generadora y visionaria para conseguir mayores logros con un producto en el mercado, obtenido su reconocimiento; y el conocimiento es la capacidad de generar diversidad del producto con capacidad competitiva.

Como lo mencionan los autores es precisamente esto lo que hace falta a las pequeñas asociaciones textileras, que a pesar de tener un producto diferenciador no cuentan con el conocimiento necesario para insertarse y extenderse con sus productos en el mercado.

Antecedente N° 4

Espinoza y Casanova, (2015), Análisis de las ventajas comerciales para las manufacturas ecuatorianas en la Región Andina, 2002-2014.

En el artículo los autores analizan las ventajas comerciales que tiene los diferentes productos de exportación ecuatorianos, frente a la competencia internacional como Chile, China y los Estados Unidos con la finalidad de identificar los socios comerciales del Ecuador con mayor relevancia para el fomento de la matriz productiva, haciendo énfasis en las manufacturas los resultados arrojan a los mercados de Colombia y Perú como fuente potencial de exportación, cabe mencionar que el mercado Colombiano importa cantidades considerables de productos manufactureros ecuatorianos (Espinoza y Casanova, 2015).

Por lo que se plantea el objetivo de analizar las posibles ventajas para la comercialización de manufacturas ecuatorianas e identificar a los socios comerciales más favorables para el Ecuador en base al Cambio de la Matriz Productiva (Espinoza y Casanova, 2015).

Los países andinos se identifican por su riqueza en recursos naturales, en este sentido Ecuador cuenta con recursos naturales altamente competitivos con Perú, Chile con altas tendencias para el intercambio comercial con Colombia y Estados Unidos (Espinoza y Casanova, 2015).

La investigación sirve como guía para el análisis de las relaciones comerciales entre Ecuador, Colombia, Perú y Chile, comparándolas con las relaciones comerciales con Estados Unidos y China. Los autores hacen una relación con aquellos países con los cuales el Ecuador mantiene un mayor volumen de comercio, además de ser sus vecinos fronterizos. Por otro lado, según la CEPAL, Perú y Colombia, son respectivamente el tercer y quinto mayor socio de las exportaciones ecuatorianas.

Como síntesis del artículo se puede mencionar que a nivel de productos textiles estos países más que un mercado potencial, serían la principal competencia internacional, por lo que al Ecuador les obliga a innovar constantemente sin perder su identidad.

Antecedente N° 5

Andrade, (2015), Proyecto de factibilidad de la exportación de confecciones y productos de mantelería bordados a mano en el sector de Zuleta con destino a la Ciudad de Madrid- España. El objetivo de la autora con la investigación es realizar un estudio de factibilidad para la exportación de confecciones desde el sector Zuleta al mercado español, mediante la creación de una microempresa de confecciones que tendrá la posibilidad de ingresar a mercados internacionales y cubrir la demanda requerida en el mercado meta. Además, esta investigación enfatiza cuales son los principales importadores de este tipo de textiles y a su vez los destinos de exportación (Andrade, 2015).

La metodología utilizada por la autora es de carácter cualitativa y cuantitativa con la finalidad de sustentar la investigación con información primaria y datos estadísticos de importaciones y exportaciones de los textiles en estudios, por lo que se concluyó que el desarrollo del proyecto es con la finalidad de contribuir al desarrollo económico de la parroquia Zuleta mediante la generación de fuentes de empleo (Andrade, 2015).

El tema de investigación citada sirve de guía porque se afirma que la producción nacional es demanda en los mercados internacionales mediante el análisis del mercado en este caso el mercado español y la potencial posibilidad para exportar confecciones con bordados a mano, este estudio parte desde el análisis interno del sector, hasta los requisitos del mercado meta. De igual manera propone un plan de exportación detallando las normas y requisitos necesarios para

el mercado extranjero mediante el análisis de datos y de información bibliográfica. Lo cual refuerza el planteamiento de la presente investigación, coincidiendo en el que uno de los mercados principales para la exportación de productos textiles está en los países europeos.

Antecedente N° 6

Villagómez, (2015), “Plan de exportación de bordados finos de Zuleta a Canadá en el 2015”.

Esta investigación se fundamenta en la elaboración de un plan de negocios de exportación, el cual se constituye en una valiosa herramienta interna, cuya función será la de evaluar el desarrollo de la idea, así, como de la posibilidad de su consiguiente puesta en marcha. (Villagómez, 2015)

Para llegar a una cobertura eficaz del mercado canadiense, las alianzas entre productores artesanales de confecciones textiles de Zuleta pueden ser una opción muy valedera. De esta manera se garantiza trabajo a la comunidad, se fomenta la cooperación productiva y se generan mejores condiciones de vida para todos los involucrados en el proceso exportador. (Villagómez, 2013)

La investigación realizada por la Autora se destaca por la importancia de conservar los lazos comerciales con el mercado de Canadá puesto que es un gran importador de textiles específicamente de bordados, siendo de hecho un mercado poco explotado en este ámbito, por lo que resulta un mercado muy puntual para generar oportunidad Y exportar el producto objeto de estudio tomando en consideración el arte del trabajo hecho a mano su exclusividad y calidad, con la única intención de captar el interés del mercado en estudio, pero sobre todo poder ofrecer no únicamente prendas de vestir blusas y camisas con exclusivos diseños, sino una gama de posibilidades para vestir sus mesas tales como; manteles, tapetes, toallas, caminos de mesa, servilletas y otros artículos.

Antecedente N° 7

Tejada, (2016), Plan de negocios para la exportación de camisas de algodón desde Ecuador hacia California, Estados Unidos periodo 2016-2025.

El sector manufacturero textil ecuatoriano se ha ganado el reconocimiento a nivel nacional e internacional por medio de sus participaciones en ferias nacionales y extranjeras, por lo tanto, un plan de negocios para la exportación de camisas de algodón al mercado estadounidense

contribuye a las asociaciones y gremios a generar rentabilidad a través de las oportunidades para exportar su producción a mercados internacionales (Tejada, 2016).

La autora tiene por objetivo desarrollar un plan de negocios para exportar camisas de algodón desde Ecuador hacia California, Estados Unidos durante el período 2016 - 2025. Por lo que se utilizó una metodología. La metodología implementada es de carácter exploratoria y descriptiva para dar cumplimiento al objetivo de la investigación. Por lo que se concluyó que en el mercado estadounidense tiene bastante acogida los textiles ecuatorianos (Tejada, 2016).

“California posee un mercado diversificado, en la cual los habitantes resaltan su preferencia sobre la moda y el estilo actual para verse mejor, convirtiéndose en un mercado atractivo para inversionistas en este caso para la industria textil” (Tejada, 2016, p.71).

La investigación es de gran importancia para el presente estudio dado que la autora hace hincapié en el mercado estadounidense como uno de los principales importadores de camisas de algodón para cubrir la demanda requerida y sobre todo porque en ciertas ciudades estadounidenses tienen preferencias por textiles artesanales procedente de América Latina.

Por lo que con este antecedente se reafirma que Estados Unidos es uno de los mercados ideales para la exportación de productos textiles con valor agregado provenientes de la Región Andina, con grandes posibilidades de que Ecuador sea uno de los principales exportadores de este tipo de productos.

Antecedente N° 8

Males, (2016), Modelo de optimización para la elaboración y comercialización de prendas de vestir bordadas a mano y producción de camisetas serigrafiadas de la empresa artesanal “Maky”.

De acuerdo a esta investigación la provincia de Imbabura representa un porcentaje significativo en la industria textil a nivel nacional en donde alberga la mayor fuente de empleo y plazas de trabajo, desde los años 80 y 90 en la ciudad de Otavalo se adoptó los bordados implementados en las prendas de vestir y su comercialización a nivel nacional bajo una administración empírica, que se ha conservado hasta la actualidad (Males, 2016).

El objetivo general de la investigación es desarrollar un “Modelo de optimización para la elaboración y comercialización de prendas de vestir bordadas a mano y producción de camisetas

serigrafiadas de la empresa artesanal “Maky”” (Males, 2016, p. 21). Para dar cumplimiento al objetivo general el autor utilizó la investigación descriptiva e investigación de campo en la cual realizo entrevistas y encuestas fuente de información para su investigación.

La elaboración de los bordados en la provincia de Imbabura se inicia en la parroquia La Esperanza, en la hacienda del ex presidente Galo Plaza Lazo, gracias a la contribución de dos religiosas que llegaron a ese sector y les enseñaron a las mujeres el oficio de bordar, iniciaron primero con los bordados de nombres en prendas de vestir de ropa militar y uniformes para los médicos, con finalidad de no confundirlos (Males, 2016).

La investigación es de importancia, para el estudio, sobre todo porque el Autor destaca el valor que representan los artesanos, indicando que en su gran mayoría son las mujeres las que se dedican este laborioso oficio, quienes con su delicadeza y entrega aún conservan esta actividad, entregando identidad a las futuras generaciones, para que, de alguna manera, puedan rescatar su historia a través de los textiles artesanales.

Antecedente N° 9

Macas, (2016), Ecuador y su futuro en el comercio internacional.

El autor hace hincapié en la importancia de las alianzas comerciales, que beneficien las exportaciones, así como también los tratados de libre comercio, los acuerdos y hasta las asociaciones, con el objetivo de aumentar las exportaciones. La diversificación de mercados y mejoramiento en los programas para el crecimiento empresarial es otro factor importante que se debe considerar. Sobre esto, el autor menciona que el Ecuador muestra resultados favorables en cuanto acuerdos para el fomento de las exportaciones de los sectores productivos (Macas, 2016).

El autor manifiesta que para que un país pueda insertarse y mantenerse en los mercados internacionales requiere que sea más competitivo y productivo, puesto que para comercializar en el extranjero bienes o servicios estos deben ser originarios de fuentes de empleo e ingresos económicos, por lo que el Ecuador debe buscar la posibilidad de mejorar sus indicadores de productividad constantemente (Macas, 2016).

En base a lo indicado, es fundamental que el Ecuador pueda contar con acuerdos comerciales adecuados para innovar en su estructura productiva tradicional y no tradicional. Sin dejar de lado la importancia de contar con información sobre los socios comerciales con diferentes

grados de desarrollo e industrialización, con finalidad de mostrar mayor competitividad y posicionamiento en el mercado. Como consecuencia el Ecuador debe contar con oportunos acuerdos para poder evitar desigualdades.

Antecedente N° 10

Cabascango, (2018), “Plan de exportación de prendas de vestir bordadas a mano de la Empresa Sisa Pakarina, hacia el mercado español”.

La investigación se enfoca en dos situaciones importantes; por un lado, la comercialización de sus productos hacia el mercado español para de esta forma encontrar una alternativa de negocio rentable que ayude a incrementar los ingresos económicos de la empresa; y por otro lado rescatar los valores culturales tradicionales reflejados en cada prenda elaborada. (Cabascango, 2018)

La comercialización en el mercado español exige el cumplimiento de barreras arancelarias y no arancelarias, condiciones de calidad e innovación. Por ende, es sumamente importante tener información clara sobre el proceso de producción de las prendas de vestir bordadas a mano, disponibilidad de materia prima e instrumentos. (Cabascango, 2018)

La investigación es de gran importancia para el presente estudio, dado que en la actualidad contar con información oportuna y veraz del mercado seleccionado y análisis del producto a comercializarse, etiquetado, empaque y embalaje es primordial para la exportación a cualquier mercado internacional. Por otro lado, la investigación citada ofrece un estudio de mercado de la oferta y demanda de las prendas de vestir y por último la información financiera, en la que se define la inversión requerida para ejecutar la propuesta, presupuestos de ventas, costos incurridos en el proceso.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Fundamentación teórica

A continuación, se detallan las Teorías del Comercio Internacional que se ha tomado en consideración: la Teoría de la Ventaja Competitiva de Michael Porter, y la Teoría Comparativa de David Ricardo.

La Teoría Comparativa de David Ricardo se afianza como una de las teorías económicas que defienden el Comercio Internacional y los beneficios que aporta a los países en generan mayor riqueza cuando se especializan en ofrecer bienes o servicios en lo que son más competitivos, para posteriormente comercializar dichos productos. Pero para que los países puedan generar ventaja comparativa deben tomar en cuenta que el costo de oportunidad para producir un bien o servicio son precios relativos como base para la toma de decisiones sobre la preferencia para la producción, exportación o importación (Rosaz, Corredor, Silva, Castellanos, Gonzáles y Ortiz, 2016, p.51).

Por consiguiente, esta teoría contribuye en la presente investigación porque resalta la importancia de ofertar productos con valor agregado, es decir que como productores deben especializarse y potencializar sus productos de acuerdo a sus propios medios y posibilidades. Basados en esta teoría, se puede mencionar que el sector textil ecuatoriano tiene la capacidad de producir con valor agregado y más aún la Asociación “Sarumaky” que cuenta con textiles diferenciadores como los bordados en camisas y blusas artesanales, con diseños originales y auténticos, que muestran las bellezas del país; por lo cual deberían ser potencializados por sus diseños únicos que les hacen más atractivos en mercados internacionales. De esta forma, este sector generara ventaja comparativa en relación a los demás sectores del Ecuador.

En cuanto a la Teoría de la Ventaja Competitiva de Michael Porter expresa que para generar una cadena de valor “todas las empresas tienen que asimilar la noción de la creación de valor y examinar el coste que tienen. “Su objetivo es asignar los recursos a lo largo de la cadena de la forma más eficaz posible” (Robben, 2016, p.3). Es decir, que para que un país se inserte en el comercio mundial es necesario que sus empresas logren ventaja competitiva mediante la participación en el mercado tanto nacional como internacional en función de precios y de calidad a largo plazo. La competitividad de un producto permitirá que una empresa pueda

posecionarse en un mercado global y así lograr la diferenciación como empresa referente en su sector.

Esta teoría contribuye en el presente trabajo de investigación ya que nos ayuda a identificar la estrategia genérica que más convenga para que la Asociación “Sarumaky” para que puedan posicionarse en el mercado internacional ya que es importante analizar cómo el sector puede ser competitivo en todos sus aspectos.

2.3. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

Se fundamentó bibliográficamente las dos variables de estudio: 1.- la variable independiente “Oportunidades de mercados internacionales” y 2.- la variable dependiente el “Fomento de las exportaciones”.

Variable independiente: Oportunidades de mercados internacionales

Variable dependiente: Fomento de las exportaciones.

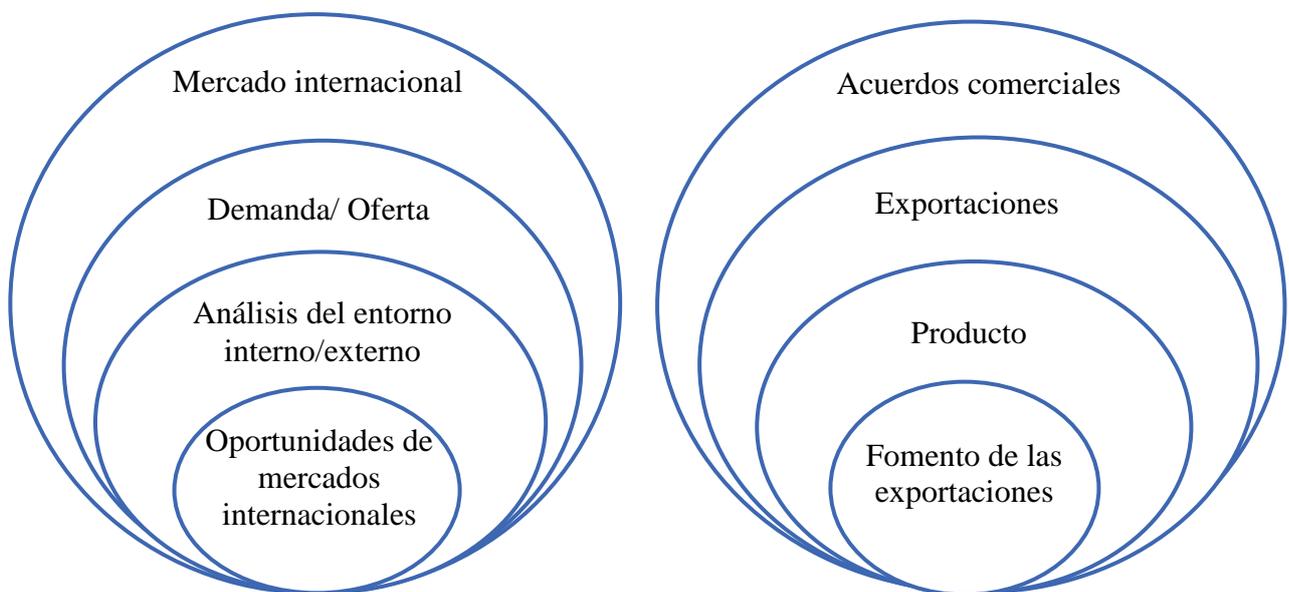


Figura 1. Fundamentación conceptual.

Fuente: La Autora

2.4. OPORTUNIDADES DE MERCADOS INTERNACIONES

2.4.1. Análisis del entorno interno y externo

Según Lerma y Marquéz (2010) manifiestan que “El entorno del mercado internacional está constituido por factores que no se pueden controlar como los económicos, demográficos, políticos, legales, culturales, y sociales pero que influyen directamente en el comportamiento de los posibles consumidores” (pág. 19).

La industria textil ecuatoriana se ubica principalmente en las provincias de: Pichincha, Imbabura, Guayas y Azuay, y la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador se considera como la Institución que lidera la integración y asociatividad del sector textil para cubrir parte de la demanda en el mercado nacional e internacional (Gómez, 2020).

La industria textil está directamente relacionada con las exportaciones, siendo un factor imprescindible para la economía ecuatoriana frente a la economía globalizada. Es, por ende, que fortalecer los vínculos comerciales con los países andinos cumple un papel importante para expandir las exportaciones a otros países latinoamericanos, norteamericanos y europeos. (Gómez, 2020)

2.4.2. Demanda

La demanda se define como el factor que influye en la satisfacción personal mediante el uso o consumo de un bien o servicios acorde a la necesidad presente, así como definen Kotler y Keller (2012) que “Las demandas son deseos de un producto específico respaldadas por la capacidad de pago” (p.10). Por lo tanto, la demanda y oferta de un determinado bien deben estar de la mano y por ende el precio del bien o servicio final.

La demanda para el sector textil ecuatoriano ha ido ganado reconocimiento en los mercados internacionales como lo menciona el presidente de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. En los primeros meses del presente año se exportó aproximadamente 20 millones de dólares lo cual significa un crecimiento del 4,6% en comparación del 2020 (Astudillo, 2021).

Por lo tanto, en los últimos meses las exportaciones de hilos empleados en tejidos industriales han ido creciendo en un 57% al igual que otros como telas de punto, textiles de hogar, hilos de coser y ropa confeccionada (Astudillo, 2021).

2.4.3. Oferta

La oferta se define como: “La cantidad de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado varían en relación directa al movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta decrece y esta aumenta si el precio se eleva” (Fischer y Espejo, 2012, p.148).

Dentro de la oferta se identifican diferentes parámetros, por ejemplo:

- El número de firmas en el sector industrial.
- La capacidad productiva de las firmas existentes.
- El costo de los factores de producción.
- Las técnicas de producción (Fischer y Espejo, 2012, p. 148).

El sector textil ecuatoriano se han fijado metas ambiciosas a mediano y largo plazo con la finalidad de mejorar la oferta exportable en los mercados internacionales por ejemplo el llegar a exportar hasta 350 millones de todo tipo de textiles y de confección para los 5 años próximos (Pro Ecuador, 2017).

Para lograr esto, la Asociación de Industriales del Ecuador conjuntamente con Pro Ecuador desarrollen procesos de promoción de exportaciones especializados en manufacturas textiles para el 2022, puesto que los productos confeccionados representen el 80% de ventas internacionales (Pro Ecuador, 2017).

2.4.4. Mercado Internacional

El mercado se define acorde a el área empleada u objeto de estudio por ejemplo desde el punto de vista económico el mercado se define como “el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes y es ahí donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda” (Fischer y Espejo, 2012, p. 58). En este sentido el mercado internacional es el lugar donde se comercializa bienes o servicios cumpliendo las normas y requisitos del extranjero. Para que una empresa o productor tenga éxito al entrar en el mercado exterior es importante que tome en cuenta los recursos, necesidades internas, su capacidad y factores políticos.

De igual manera una empresa o productor con miras a la internacionalización el segmento de mercado permite identificar al consumidor final de manera específica puesto que no es tarea fácil solventar la demanda de un país o población total, el segmento de mercado es todo un

proceso mediante el cual “Se identifica o se toma a un grupo de compradores homogéneos, es decir, se divide el mercado en varios submercados o segmentos de acuerdo a los diferentes deseos de compra y requerimientos de los consumidores” (Fischer y Espejo, 2012, p. 61).

2.5. FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES

2.5.1. Producto

Las parroquias Zuleta y La Esperanza en la provincia de Imbabura se caracterizan por conservar y preservar el arte del bordado mano desde sus inicios con la llegada de las misioneras de los conventos María Inmaculada y Santa Catalina de Siena a la hacienda del ex presidente Galo Plaza Lazo. Desde esa época mujeres indígenas de Zuleta dieron inicios a los bordados a mano plasmados en todo tipo de prenda con la finalidad de vender en plaza de ponchos organizada en la ciudad de Otavalo (Males, 2016).

Las artesanas del bordado son expertas de plasmar su oficio en prendas de vestir como blusas, vestidos, manteles, entre otros donde se puede apreciar diferentes dibujos como flores, paisajes, animales y paisajes (Males, 2016).

Por su parte las técnicas empleadas en los bordados se desarrollan de acuerdo al diseño del bordado y el tipo de prenda a bordado es decir “Por lo general estas blusas tardan en bordarse aproximadamente 4 semanas y sus diseños son únicamente con flores” (Males, 2016, p. 39).

2.5.2. Exportaciones

Según el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador define a la exportación como “El régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano” (SEANE, 2017).

En este sentido para la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador las exportaciones del sector textil se contemplan por el tipo de textil como se observa en el siguiente gráfico:

Exportaciones de Bienes Textiles por Tipo de Producto Valores FOB

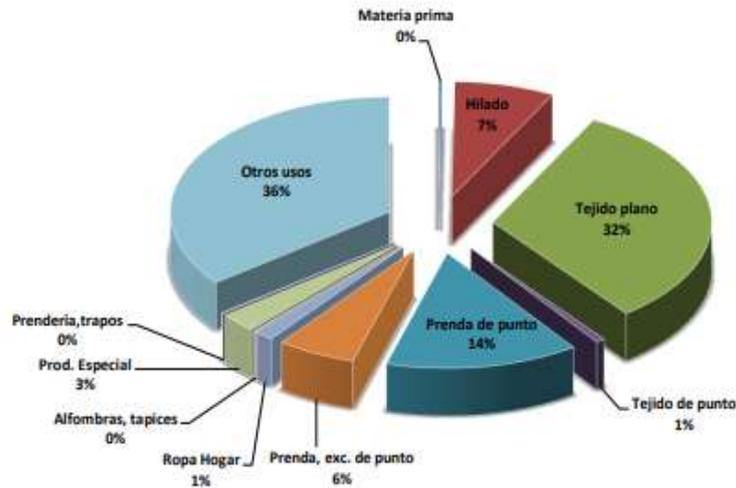


Figura 2. Exportaciones de bienes textiles

Fuente: AITE (2018)

Las exportaciones de origen textil para el año 2018 comprende materias primas, hilos, tejidos planos, tejidos de punto, prendas de punto, prendas excepto las de punto, ropa de hogar, entre otras. Y los principales destinos internacionales son la Comunidad Andina, Unión Europea, Estados Unidos, Chile, Panamá, entre otros (AITE, 2018).

2.5.3. Acuerdos Comerciales

Ecuador a no tener un respaldo concreto con México y Estados Unidos que beneficie al sector textil nacional se procede a pagar los aranceles de acuerdo al tipo de textil que por lo general rondan del 5% hasta el 45%, en comparación con Colombia y Chile que se paga 0% de arancel a la exportación. Por lo que definir un acuerdo comercial con Estados Unidos o Mexico es fundamental hasta para el Ecuador y la industria nacional.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

En el presente trabajo de investigación se empleó los enfoques: cuantitativo y cualitativo que se detallan a continuación:

En cuanto al enfoque cualitativo según Sampieri (2010) manifiesta que se: “Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (p. 7).

Por consiguiente, este enfoque contribuyó en la investigación con información que se obtuvo de la situación actual de “Sarumaky” mediante la implementación de entrevistas directamente con el Administrador; con las artesanas de bordados; y con entidades del sector, con el fin de palpar su situación actual. Con lo que se consiguió recolectar valiosa información para el fomento de las exportaciones que contribuyen al desarrollo textil.

Por otro lado, para Sampieri (2010) el enfoque cuantitativo se lo emplea con la finalidad de recolectar datos que prueben hipótesis comportamiento y probar teorías (p. 4).

De modo que el enfoque cuantitativo se empleó en la investigación ya que se efectuó un análisis con información bibliográfica de datos estadísticos en cuanto a la oferta y demanda de textiles en mercados internacionales, complementando con el análisis de la matriz del perfil competitivo con la finalidad de determinar las oportunidades de mercados.

3.1.2. Tipo de Investigación

Los tipos de investigación que se empleó en el presente trabajo se detallan a continuación:

3.1.2.1. Descriptiva

La investigación descriptiva según Sampieri (2010) busca: “Especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice” (p. 80).

Se utilizó este tipo de investigación descriptiva para analizar la situación interna actual del Centro de Negocios y Servicios “Sarumaky” en cuanto a temas sobre los procesos de bordados y comercialización. De igual manera permitió analizar la situación externa del mercado meta y

el perfil del consumidor en el país de destino, de acuerdo a la variable independiente de la investigación.

3.1.2.2. Explicativa

El tipo de investigación explicativa según Sampieri (2010) manifiesta que la: “Investigación explicativa pretende establecer las causas de los eventos, sucesos o fenómenos que se estudian” (p. 83).

Mediante la implementación de este tipo de investigación se profundizó el estudio del mercado internacional en cuanto factores tales como políticos, económicos, sociales entre otros con la finalidad de determinar las oportunidades de mercado para el fomento de las exportaciones de textiles desde “Sarumaky”.

3.2. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

El conocimiento de las oportunidades de mercados internacionales fomentará a las exportaciones de textiles del Centro de Negocios y Servicios “Sarumaky” del cantón Ibarra-Provincia de Imbabura.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.3.1. Variable Independiente: Oportunidades de mercados internacionales

Las oportunidades de mercados internacionales para blusas con estampados bordados mano permitirá determinar las opciones en el extranjero para la exportación desde la Asociación “Sarumaky”, justificado con información bibliográfica y datos estadísticos de la oferta y demanda internacional.

3.3.2. Variable Dependiente: Fomento de las exportaciones

El fomento a las exportaciones de productos con valor agregado contribuye al encadenamiento productivo mediante la asociatividad dinamizando la economía del país, en este sentido Ecuador fomenta las exportaciones con ayuda de Pro Ecuador, Ministerio de Comercio Exterior, y la Asociación de Industriales del Ecuador.

3.3.3. Operalización de variables

Tabla 1. Operalización de la variable independiente

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
Oportunidades de mercados internacionales.	Mercado internacional	Perfil del consumidor		
		Competencia	Documental	Bibliografía
		Precios referenciales		
		Segmento de mercado		
	Demanda	Demanda insatisfecha	Documental	Bibliografía
		Proyecciones de la demanda		
	Oferta	Oferta exportable	De campo	Entrevista
		Competencia interna		
	Análisis del entorno interno/ externo	Factores económicos, políticos, tecnológicos y legales.		
		Barreras arancelarias	Documental	Bibliografía
		Barreras no arancelaria	De campo	Entrevista
		Realidad de “Sarumaky”.		
		Realidad de las artesanías.		

Fuente: La autora

Tabla 2. Operalización de la variable dependiente

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
Fomento de las exportaciones	Acuerdos comerciales	Preferencias arancelarias	De campo	Entrevista
		Porcentajes del arancel	Documental	Bibliografía
	Exportaciones	Exportaciones anuales	Documental	Bibliografía
		Principales destinos internacionales	De campo	Entrevista
		Producto	Características del producto	
	Capacidad de producción		De campo	Entrevista
Proceso de producción	Documental		Bibliografía	

Fuente: La autora

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

Los métodos utilizados son de carácter inductivo y analítico con la finalidad de analizar la producción desde la Asociación “Sarumaky” y los resultados obtenidos de la investigación. Por otro lado, la recolección para el análisis de los datos secundarios en cuanto a las estadísticas enfocadas a la investigación se extrajo de plataformas como Trade Map, Banco Central del Ecuador y Banco Mundial.

De igual manera se realizó entrevistas mediante cuestionario, dirigida a la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador como experto en el tema, también al Centro de Negocios y Servicios Sarumaky, a las artesanas del bordado con la finalidad de obtener información pertinente sobre las características del producto, oferta exportable y la capacidad de producción entre otros temas.

3.4.1. Población y muestra de la investigación

El instrumento no probabilístico por conveniencia es una técnica de muestreo más común, debido a que las muestras son seleccionadas son simplemente fáciles de reclutar (Ochoa, 2015).

En cuanto a la población objeto de estudio no es necesario aplicar fórmula alguna puesto que se utilizó el tipo de muestro no probabilístico por conveniencia porque se conoce el número de los artesanos del bordado pertenecientes a “Sarumaky”, información obtenida por parte del Administrador de Sarumaky que en este caso se obtuvo información de la mayoría de las artesanas del bordado.

Por otro lado, entrevistar a las artesanas forma parte de la investigación conocer su tiempo distribuido en las actividades diarias y el oficio del bordado como fuentes principales de ingresos para sus hogares.

Tabla 3. Grupo de Artesanas

N°	DIGNIDAD	NOMBRES	N° DE IDENTIDAD
1	Artesana	Rosa Lucia Torres Benítez	1001882164
2	Artesana	Martha Beatriz Fierro López	1002492690
3	Artesana	Teresa Asucena Pupiales Cadena	1001848033
4	Artesana	María Rosa Ipiiales Molina	1002439394
5	Artesana	María Juana Tuqueres Farinango	1001575016
6	Artesana	Esperanza del Roció Sandoval Grijalva	1002478889
7	Artesana	Blanca Carolina Flores Obando	1002608576
8	Artesana	Andrea Margarita Ortiz Flores	1004214084
9	Artesana	María Estela Sánchez Taimal	1001913118
10	Artesana	María Gloria Carlosama Amaguaña	1002226130
11	Artesana	María Rosa Iles	1002744041
12	Artesana	Nancy Ximena Iles Simbaña	1004878607
13	Artesana	Katerine Amparo Casco Ichau	1004879159
14	Artesana	Aurora Carlosama Pérez	1002946786
15	Artesana	María Carmen Alba	1000890390
16	Artesana	Cristina Molina Alba	1002892485
17	Artesana	Ana Lucia Ichau Quilca	1002785366

18	Artesana	Laura Inés Ramos Vallejo	1001697497
19	Artesana	Narcisa Rubí Luna Albán	1001704657
20	Artesana	Rebeca Matango Ichau	1002411757

Fuente: Asociación Sarumaky (2020)

3.4.2. Posición Arancelaria

Para empezar el desarrollo de la investigación es importante definir la clasificación y posición arancelaria de las camisas y blusas con estampados bordados a mano, con la finalidad de conocer si este tipo de textil cuenta con preferencias arancelarias o algún tipo de restricción.

Por lo tanto, la partida arancelaria 61.06 comprende las camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres y niñas se clasifica textil objeto de estudio en la subpartida 610610, esto de acuerdo a la Resolución 20 del COMEX.

3.4.2.1. Posición arancelaria de las camisas y blusas, para mujeres o niñas.

Tabla 4. Posición arancelaria de las camisas y blusas, para mujeres o niñas

	ARANCEL	DETALLE
	Sección	XI MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS
	Capítulo	61 Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto
	Partida Arancelaria	61.06 Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas.
	Subpartida arancelaria	6106.10.00 - De algodón

Fuente: Resolución 20 del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2017)

3. 5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Para realizar el análisis estadístico se tomó en cuenta los principales países tanto importadores como exportadores registrados en la plataforma Estadísticas del Comercio para el desarrollo internacional de las empresas Trade Map en este caso específicamente de la subpartida arancelaria 610610 camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas, que se detalla a continuación:

3.5.1. Principales países importadores de las camisas y blusas, para mujeres o niñas

Tabla 5. Países importadores de la subpartida 610610

Países importadores de la subpartida: 610610 Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas						
Valor importado en miles de dólares						
País importador	2016	2017	2018	2019	2020	Participación
Japón	299.948	278.399	295.654	314.514	316.198	16,2%
Estados Unidos	318.442	300.856	287.717	267.665	188.833	13,8%
Alemania	200.138	206.968	166.952	165.656	135.644	8,5%
Reino Unido	108.352	106.088	105.859	105.238	80.662	5,4%
Francia	82.269	78.130	82.537	80.692	63.157	4,2%
España	78.495	70.951	60.896	60.896	42.077	3,2%
Italia	66.766	61.366	60.714	57.318	37.166	2,9%
Polonia	35.145	38.865	49.709	57.209	60.017	2,9%
Países Bajos	40.245	47.544	48.499	44.825	36.948	2,3%
Suiza	26.193	29.527	29.695	27.218	24.044	1,4%
Total mundo	2.052.415	2.033.604	1.971.698	1.943.254	1.571.108	

Fuente: Trade Map (2021)

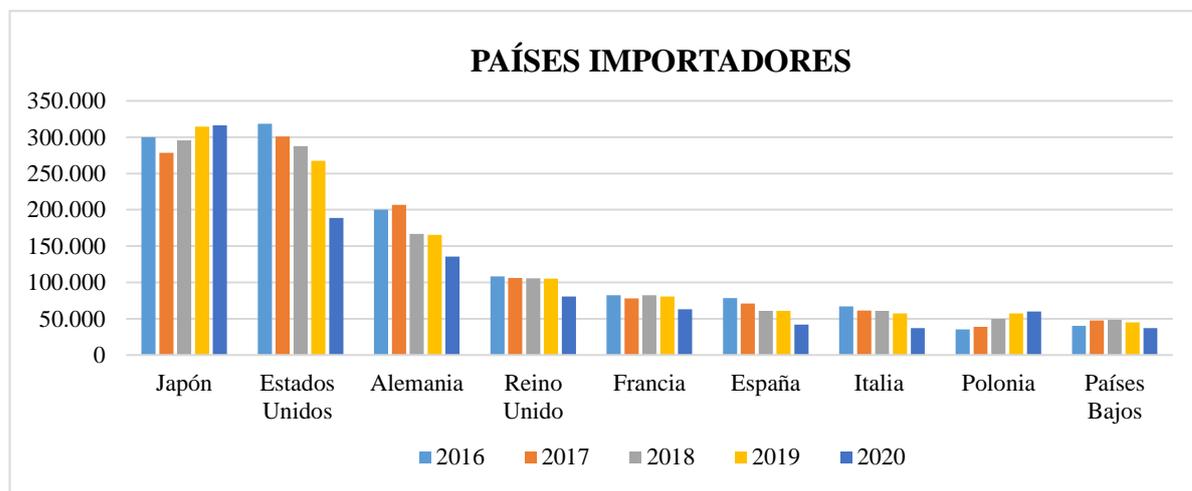


Figura 3. Países importadores de la subpartida 610610 en miles de dólares

Fuente: Trade Map (2021)

De acuerdo a la Organización Mundial del Comercio (2020) el desplome del comercio internacional en el periodo 2020-2021 se prevé una disminución del 13% hasta el 32% de las importaciones como consecuencia de la pandemia sanitaria a nivel mundial.

Pero a partir del año 2019 ya se observa el decrecimiento de las importaciones a nivel mundial incluso antes de que la pandemia sanitaria se desplome como efecto a acareado un lento crecimiento económico y en cuanto al comercio internacional para el mismo año se registró un descenso del 0.1% tras haber aumentado un 2,9% en el año anterior.

En este mismo sentido por mencionar un ejemplo está el caso de Estados Unidos en cuanto a las importaciones textiles estas decayeron desde el último trimestre del 2019 puesto que las principales importaciones estadounidenses como prioridad se incluyeron automóviles, petróleo crudo, dispositivos de sistemas telefónicos, computadoras, medicamentos y repuestos de automóviles. Sumando a esto “La economía de Estados Unidos y el comercio exterior en particular, se vieron duramente afectados por la crisis de Covid-19 con una caída de 12,6% y 12,3% en 2020 a nivel de las exportaciones e importaciones del país, respectivamente” (Santander Trade, 2020).

De igual manera de acuerdo a la gráfica propuesta de los principales importadores a nivel mundial de este tipo de textil se aprecia que las importaciones de todos los países disminuyeron principalmente a causa de la crisis sanitaria que ha afectado directamente a todo el sector textil y manufacturas por la única razón que se priorizaron mercancías de primera necesidad.

No obstante, los países importadores de la subpartida 610610 en miles de dólares de acuerdo a la información en la base de datos de la plataforma Trade Map se identificó aquellos con mayor participación en el mercado como Estados Unidos, Japón, Francia, Suiza donde los habitantes aprecian la producción artesanal.

De igual manera países como Alemania cuenta con un 8,5% de participación mundial, Reino Unido con 5,4% en las importaciones mundiales es así que estos países con mayor porcentaje de participación podrían ser fuente principal para el fomento de las exportaciones de blusas con estampados bordados a mano desde “Sarumaky” Ecuador.

3.5.2. Principales países exportadores de las camisas y blusas, para mujeres o niñas

Tabla 6. Países exportadores de la subpartida 610610

Países exportadores de la subpartida: 610610 Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas

País exportador	Valor exportado en miles de dólares					Participación
	2016	2017	2018	2019	2020	
Guatemala	247.118	187.187	187.780	175.596	178.258	8,8%
Turquía	146.354	170.490	133.468	130.256	115.122	6,5%
China	235.490	121.606	91.688	91.554	49.578	4,6%
España	46.486	46.907	38.548	44.643	28.917	2,2%
Francia	44.227	39.995	43.509	41.409	31.371	2,1%
Perú	24.421	22.734	22.475	24.801	18.663	1,2%
Bélgica	23.710	15.358	15.750	15.409	9.584	0,8%
México	4.507	5.334	5.466	5.104	4.007	0,3%
Brasil	3.620	4.434	4.466	4.167	2.450	0,2%
Canadá	1.346	1.218	1.662	1.474	984	0,1%
Total mundo	2.136.883	2.160.102	2.263.582	1.984.969	1.528.704	

Fuente: Trade Map (2021)



Figura 4. Países exportadores de la subpartida: 610610 en miles de dólares

Fuente: Trade Map (2021)

Una de las causas de mayor influencia en los últimos años para el decrecimiento de las exportaciones textiles a nivel mundial es la inserción de prendas y confecciones de origen asiático en los mercados internacionales. China se ha colocado en el mercado como el mayor proveedor y fabricante de productos textiles (prendas de vestir) en todo el mundo “Con la ayuda de su enorme población, sus bajos costes de fabricación y la disponibilidad de una increíble infraestructura para la producción en masa y un transporte de la mercancía eficiente” (Farías, 2016). Es decir, China es el mayor exportador de prendas de vestir del mundo por lo que ha afectado directamente en las exportaciones de la industria textil y confecciones de los países citados en la presente tabla.

En este mismo sentido se analiza la evolución de las exportaciones tras la pandemia sanitaria mundial del Covid-19 y la influencia de la misma por lo que de acuerdo a la Organización Mundial del Comercio países como Guatemala, Perú y México han presentado una disminución considerable de exportaciones a causa de la escasa demanda en los mercados potenciales por lo que se prevé para el primer semestre del año 2021 cifras similares al año 2020. En definitiva, las exportaciones de textiles y prendas de vestir de los países citados se han visto seriamente afectadas por la disminución de la demanda mundial tomando en consideración productos de primera necesidad como prioridad ante la crisis sanitaria.

A pesar de las diferentes adversidades de acuerdo a los datos obtenidos en la plataforma Trade Map acerca de los principales países exportadores de la subpartida 610610 en miles de dólares se aprecia a Guatemala con 8,8% de participación en el mercado, España con el 2,2%, China 4,6% acaparando desde hace 2 décadas el mercado textil mundial, México con el 0,3% a pesar que este país goza de reconocimiento por su cultura y artesanía dentro del sector de estudio por otro lado, se aprecia países como por Turquía con un porcentaje de participación del 6,5%, datos obtenidos desde el periodo 2016-2020.

3.5.3. Exportaciones de la subpartida 610610 por Ecuador

Tabla 7. Exportaciones de la subpartida 610610 por Ecuador en toneladas

Subpartida: 610610 Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas

Valor exportado en toneladas					
Países	2016	2017	2018	2019	2020
Estados Unidos	46	32	29	5	22
Panamá	23	32	32	16	0
España	6	3	0	0	0
Costa Rica	0	0	0	4	0
Colombia	0	0	0	3	5
Perú	6	0	0	0	0
Total mundo	90	72	73	33	59

Fuente: Trade Map (2021)

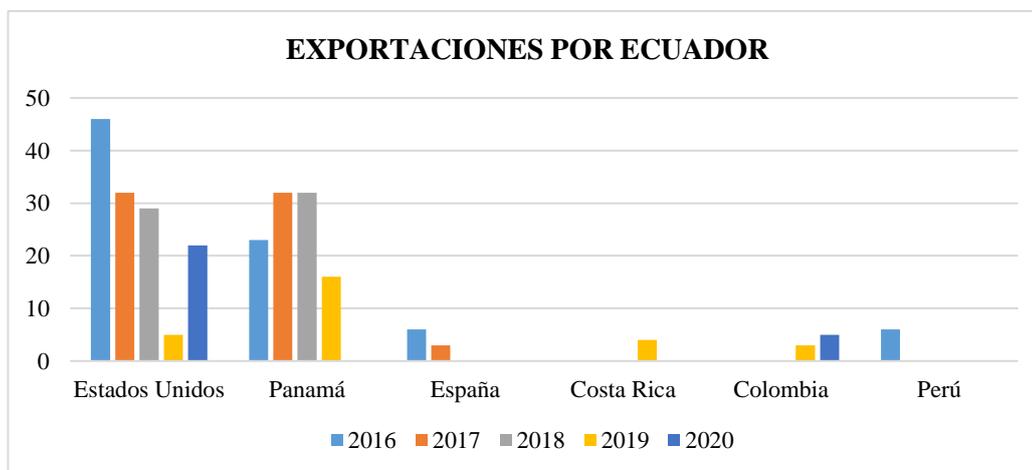


Figura 5. Exportaciones de la subpartida 610610 por Ecuador en toneladas

Fuente: Trade Map (2021)

Como se observa en la figura los principales países importadores por Ecuador en miles de dólares está Estados Unidos como primera alternativa con mayor porcentaje de exportaciones desde Ecuador. De igual manera se puede apreciar a Panamá con un porcentaje de importaciones considerable como también España los cuales en los últimos 5 años han tenido relaciones comerciales significativas con Ecuador por lo tanto estos países se podrían considerar como posibles nichos de mercado para el cumplimiento del objetivo de la investigación.

Por otro lado, si bien Perú y Colombia importan parte de la producción textil ecuatoriana como (lanas, ropa deportiva, mantelería, hilos, materia prima textil, entre otros) a su vez se consideran la principal competencia internacional conjuntamente con México considerando el producto en estudio por lo tanto, Perú y Colombia no se consideran como mercados potenciales para este tipo de producto (blusas con bordados a mano) por las características mismas del textil y de los países por su implica industria textil y artesanos.

Acorde a lo antes mencionado se aprecian datos extraídos de la plataforma Trade Map y que se palpan en la siguiente tabla:

Tabla 8. Competencia directa para Ecuador

Subpartida: 610610 Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas						
AÑOS						
Países	2016	2017	2018	2019	2020	Participación
Perú	24.421	22.734	22.475	24.801	18.663	1,2%
Colombia	797	1.031	776	986	615	0%

Fuente: Trade Map (2021)



Figura 6. Competencia directa para Ecuador

Fuente: Trade Map (2021)

Por su parte la industria textil colombiana en el periodo 2019- 2020 represento para el sector industrial un 8,2% del producto interno bruto PIB. De igual manera este sector fue el responsable de generar un 21% de las plazas de empleo y contribuyo con el 9% de las exportaciones del sector manufacturero (Garzón, 2020).

Por su parte la industria textil peruana goza de reconocimiento internacional por la calidad de sus productos en cuanto a prendas de vestir que con apoyo de grandes marcas reconocidas como Lacoste, Polo Ralph Lauren entre otras han podido internacionalizar la industria textil peruana.

3. 6. FACTORES INTERNOS

3.6.1. Factores económicos

3.6.1.1. Situación actual del Ecuador

Para determinar el producto interno bruto PIB se consideró un periodo de 5 años a partir del 2016 a 2020 datos extraído del Banco Mundial.

Tabla 9. Factores económicos del Ecuador

FACTORES ECONÓMICOS	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
PIB (miles de dólares)	99.938	104.296	107.562	107.436	66.308
PIB Per Cápita (miles de \$)	6060.093	6213.501	6295.935	6183.824	5520
Tasa de inflación (consumidor)	1.728%	0.417%	-0.224%	0.266%	-0.339%
Tasa de desempleo	4.6%	3.84%	3.53%	3.81%	6.23%
Población (millón)	16.491.115	16.785.361	17.084.357	17.373.662	17.268.00

Fuente: Banco Mundial (2021)

Como se aprecia en la tabla citada la variación del Producto Interno Bruto PIB es considerable hasta el año 2019 pero para el año 2020 el PIB del Ecuador ha decaído hasta un 7,8% datos establecidos de acuerdo al Banco Central del Ecuador.

Este comportamiento se explica por:

El decrecimiento de 11,9% de la formación bruta de capital fijo; la disminución de 7,0% del gasto de consumo final de los hogares; la reducción del gasto de consumo final del gobierno general de 6,1% y la contracción de las exportaciones de bienes y servicios en 2,1%. (Banco Central del Ecuador, 2021)

En lo que se refiere al PIB Per Cápita se refleja variaciones considerables hasta el año 2019 que el valor fue de 6183.824 miles de dólares por lo tanto en el transcurso de este periodo existe una variación considerable en las importaciones y exportaciones respectivamente.

Las exportaciones de bienes y servicios para el 2020 presentaron una caída de 2,1% respecto a 2019 a causa de los principales productos exportados como camarón elaborado, 8,0%; banano, café y cacao, 4,7%; pescado y otros productos acuáticos, 4,0%, entre otros. En cuanto a las importaciones, cayeron 7,9% en relación a 2019. Cabe destacar que, los productos que mostraron una mayor demanda externa fueron: otros productos de la agricultura, con crecimiento de 5,1%; y, aceites crudos y refinados, de 5,3% (Banco Central del Ecuador, 2021).

En cuanto al porcentaje de inflación durante los años 2016 -2020 empezó a decrecer hasta el -0.339% para el año 2020, es decir, según esta información repercute en la economía ecuatoriana por lo que afecta a el precio de los bienes. La tasa de desempleo aumenta gradualmente durante el periodo citado en la tabla propuesta, es así que este porcentaje representa la realidad actual de la situación de las familias ecuatorianas al no contar con un ingreso fijo para sus hogares.

Para concluir los factores económicos de Ecuador también se tomó en consideración la variación de la población durante los últimos 5 años como se observa en la tabla anterior el índice de población fue incrementando gradualmente año tras año tanto que según datos del Banco Mundial para el año 2020 la población corresponde a 17.268.00 de habitantes.

3.6.2. Factores políticos

3.6.2.1. Política económica

El Gobierno del Ecuador conjuntamente con la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE) siguen trabajando en la firma de acuerdos comerciales en beneficio del sector textil con países como Estados Unidos y México. Teniendo en cuenta que el objetivo principal para AITE es concretar acuerdos comerciales que permitan el incremento de las exportaciones textiles mediante la eliminación de las barreras arancelarias y tasas aduaneras de modo que el sector textil ecuatoriano se posea como un referente frente a la competencia como Colombia y Perú.

3.6.3. Factores legales

Com resultado de las normas establecidas para el fomento de las exportaciones del sector textil y manufactureras del Ecuador se sustenta legalmente a partir de la constitución 2008 hasta la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador dichas normas favorecen directamente las relaciones comerciales de nuevos mercados.

3.7 FACTORES EXTERNOS DE ESTADOS UNIDOS, ESPAÑA Y PANAMÁ

Para dar cumplimiento a uno de los objetivos específicos de la investigación se identificó mediante la plataforma Trade Map los 3 mercados internacionales que en los últimos 5 años han importado desde Ecuador el producto de la subpartida 610610 por su puesto la información proporcionada permitió identificar el mercado meta para fomentar las exportaciones desde “Sarumaky” cantón Ibarra- provincia de Imbabura.

Por consiguiente, los mercados potenciales identificados son:

- ❖ Estados Unidos.
- ❖ España.
- ❖ Panamá.

3.7.1. Factor económico

El sistema de información macroeconómica permite identificar la situación económica y su crecimiento un determinado periodo tanto a nivel nacional como internacional.

3.7.1.1. Producto Interno bruto (PIB) de Estados Unidos, España y Panamá

El Producto Interno Bruto (PIB) es un indicador que permite medir el nivel de crecimiento económico de un país durante el tiempo de un año como también el progreso de su economía.

En cuanto a este indicador se obtuvo los siguientes datos:

Tabla 10. Producto Interno Bruto de Estados Unidos, España y Panamá

AÑOS	Estados Unidos (Billones) 	España (Billones) 	Panamá (millones) 
2016	18 714.960.538	12 320.760.173	57.907.700
<i>Fuente:</i> Banco Mundial (2021)		13 125.392.794	62.219000
2018	20 580.159.776	14 221.538.398	65.128.200
2019	21 433.226.000	13 934.905.245	66.800.800
2020	20 936.600.000	13 278.210.570	59.659.000

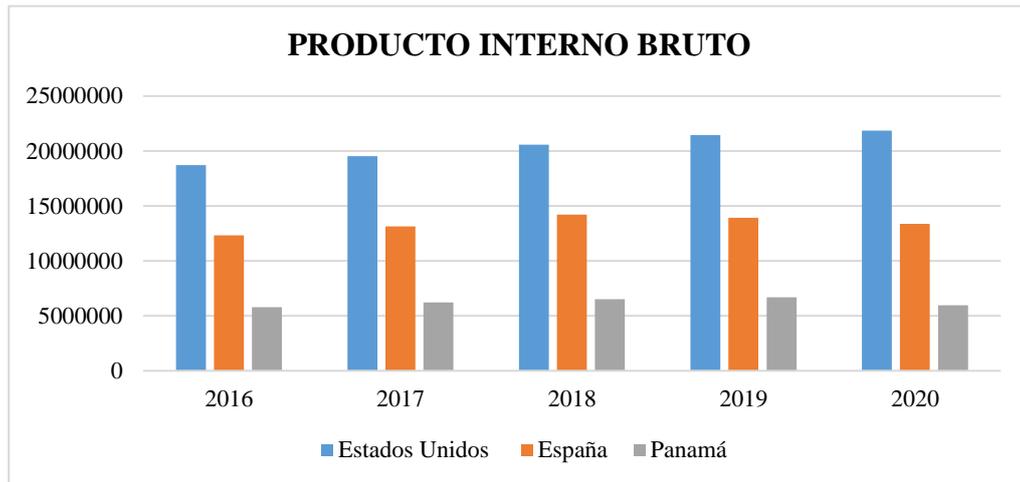


Figura 7. PIB Estados Unidos, España y Panamá
Fuente: Banco Mundial (2021)

Para determinar el Producto Interno Bruto PIB de los tres países identificados se tomó en consideración un periodo de 5 años datos plasmados en la gráfica.

Para el año 2020 el Producto Interno Bruto PIB de Estados Unidos decayó a 3,4% en comparación al 2019 debido a que este país fue fuertemente atacado por la crisis sanitaria paralizándolo parte de los sectores productivos como la industria textil y manufacturas, la industria automotriz, entre otras dando mayor importancia a la industria farmacéutica por lo que la variación de este indicador macroeconómico con respecto a los años anteriores fue del 2,3% respectivamente de acuerdo al Banco Mundial (2021). Es así que para el 2020 la cifra del PIB fue de 20 936.600.000 billones de dólares por lo que Estados Unidos independientemente del caso aún es la primera economía del mundo en referencia al Producto Interno Bruto.

En este mismo sentido el Producto Interno Bruto de España para el año 2020 se redujo en un 10,8% respecto al año 2019 con una variación del 2% cifras de acuerdo al Banco Mundial. Con este antecedente España registró una reducción de menos 65.669,467 euros respecto al año 2019 cifras que de acuerdo al Banco de España tienen tendencia a un crecimiento a partir del año 2021 con la evolución de la crisis sanitaria, mejorar en el entorno económico y la reactivación de los sectores productivos para la dinamización de la economía (Banco de España, 2021).

De igual manera para el caso de Panamá el Producto Interno Bruto se vio seriamente afectado a causa de la pandemia sanitaria del Covid-19 que para el año 2020 las cifras son de 59.659.000

millones como resultado de la paralización de los sectores productivos que aportan a la economía del país, por lo tanto, Panamá ante la situación adversa para el año 2021 busca la reactivación económica para el equilibrio de este indicador económico de acuerdo al Banco Mundial (2021).

3.7.1.2 PIB Per Cápita de Estados Unidos, España y Panamá

El indicador PIB Per Cápita indica la relación que existe entre el Producto Interno Bruto PIB y el número de población existente de cada país.

En cuanto a este indicador se obtuvo los siguientes datos:

Tabla 11. PIB Per Cápita de Estados Unidos, España y Panamá

AÑOS	Estados Unidos	España	Panamá
	(millones)	(millones)	(millones)
			
2016	57.951.584	26.505.343	14.343.963
2017	60.062.222	28.170.167	15.150.345
2018	62.996.471	30.389.360	15.592.573
2019	65.297.517	29.600.378	15.731.016
2020	63.742.000	26.994.000	15.831.000

Fuente: Banco Mundial (2021)

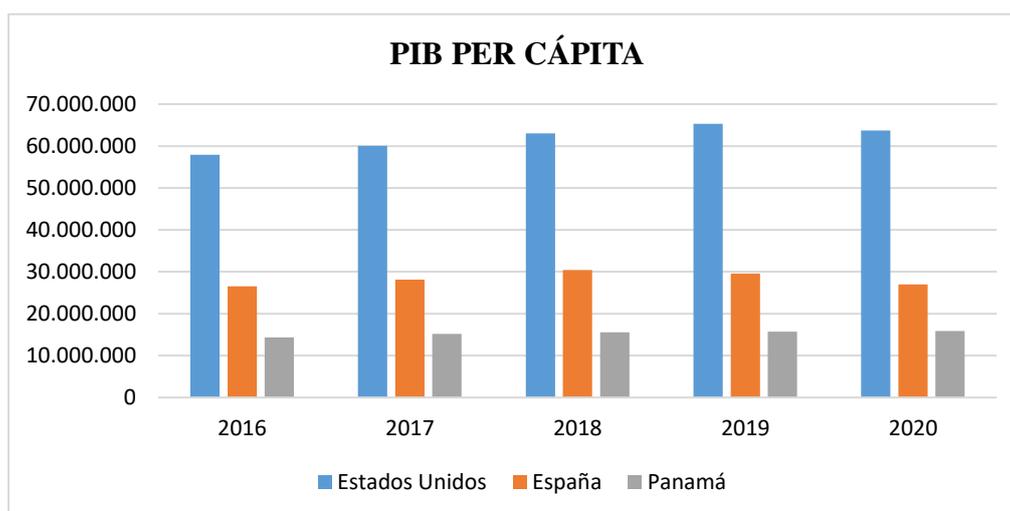


Figura 8. PIB Per Cápita Estados Unidos, España y Panamá

Fuente: Banco Mundial (2021)

De acuerdo a los datos estadísticos presentes en la gráfica durante los últimos 5 años el poder adquisitivo de bienes y servicios de Estados Unidos fue de 63.742.000 millones de dólares en el año 2020 cifras que si se analizan cronológicamente y conjuntamente con la variación del Producto Interno Bruto han sido afectadas principalmente por la crisis sanitaria pero a pesar de las circunstancias el PIB per cápita estadounidense aún conserva una buena posición para ofrecer mejor calidad de vida para los habitantes.

De igual manera para España el panorama del PIB per cápita para el año 2020 fue de 26.994.000 millones de euros que en comparación del año 2019 se redujo en 2.606.378 euros respectivamente, no obstante, la economía española tiende a la recuperación favorable con la subida del PIB de 4.6% para el año 2021 y 2022 tras las secuelas del Covid-19.

En este mismo sentido el PIB per cápita de Panamá ha estado seriamente afectado a partir de marzo del 2020 a causa de las restricciones de la fuerza laboral y en el cierre de negocios en distintos sectores trayendo consigo efectos como la disminución de la demanda de productos no indispensables, el cierre de negocios y el aumento de personas sin empleo acreando consigo decrecimiento en los indicadores económicos citados.

En definitiva, Estados Unidos, España y Panamá tienen el poder adquisitivo para adquirir bienes y servicios de acuerdo a sus necesidades independientemente de la situación adversa a nivel mundial.

3.7.1.3. Inflación de Estados Unidos, España y Panamá

El porcentaje de inflación muestra cuanto aumenta los precios de los bienes y servicios acorde al paso del tiempo, mediante el porcentaje de inflación se puede determinar cuál será el valor del mismo.

En cuanto a este indicador se obtuvo los siguientes datos:

Tabla 12. Inflación de Estados Unidos, España y Panamá

	Estados Unidos	España	Panamá
AÑOS			
2016	1.262%	-0.203%	0.74%

2017	2.13%	1.956%	0.876%
2018	2,443%	1.675%	0.762%
2019	1.812%	0.7%	-0.355%
2020	1.234%	-0.323%	-1.55%

Fuente: Banco Mundial (2021)

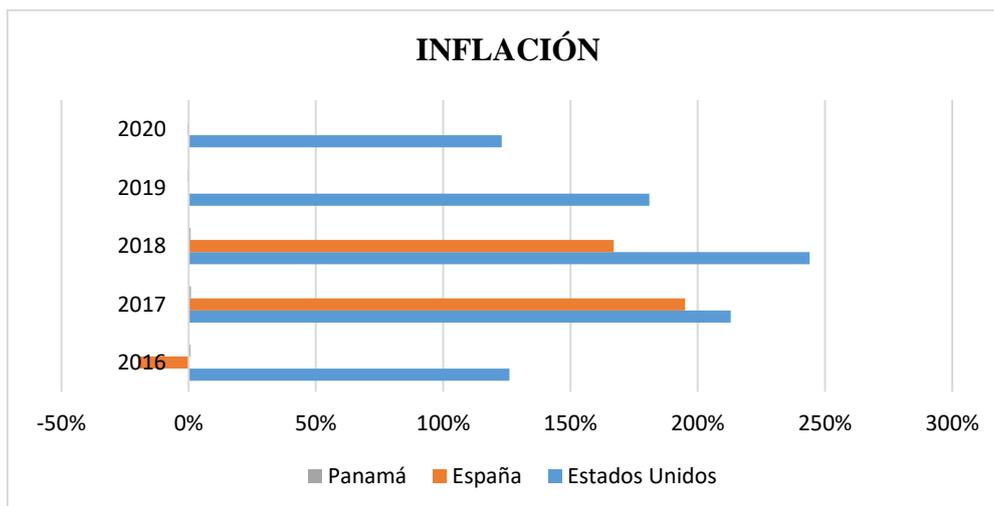


Figura 9. Inflación Estados Unidos, España y Panamá

Fuente: Banco Mundial (2021)

En este sentido la inflación en Estados Unidos para la última temporada varía considerablemente como resultado de la escasa demanda de productos, la paralización de actividades económicas o el cierre temporal de espacios turísticos a raíz de las restricciones provocadas por el Covid-19, pero de acuerdo a expertos en el tema expresan que la tasa de inflación comenzará a desacelerarse hasta un 4% para finales del 2021 y que para el 2022 y el 2023 rondará al 2% esto de acuerdo a la Reserva Federal de Estados Unidos (El Economista, 2021). No obstante, la inflación para un país como Estados Unidos con una economía sólida no pasa de ser más que una brecha transitoria con miras a la recuperación.

Con respecto a la inflación en España se reflejan variaciones considerables a raíz del incremento de los precios de hidrocarburos y electricidad en los últimos 5 años sumando a esto la baja de los precios de los bienes cifras por su puesto en el primer semestre del 2021 el porcentaje de inflación varía en un 2,7% registrando así la tasa más alta del índice general desde febrero de 2017 todo esto provocado a raíz de la pandemia sanitaria mundial (Fortuño, 2021).

Para el caso de Panamá la variación de la inflación durante los últimos años sufrió una caída en los productos de hasta el 17.9% para el 2020 a raíz de las medidas sanitarias estrictas a causa del Covid-19. No obstante, de acuerdo a lo manifestado por los expertos en economía de Panamá expresan que la reactivación económica de Panamá presenta un panorama favorable para el 2021 con pronósticos de regularizar la inflación en un 2% (International Monetary Fund, 2021)

En definitiva, esos porcentajes demuestran la situación económica de Estados Unidos, España y Panamá respectivamente.

3.7.1.4. Tasa de desempleo de Estados Unidos, España y Panamá

La tasa de desempleo anual muestra la realidad social como también económica de los habitantes de cada país.

En cuanto a este indicador se obtuvo los siguientes datos:

Tabla 13. Tasa de desempleo de Estados Unidos, España y Panamá

	Estados Unidos	España	Panamá
AÑOS			
2016	4.87%	19.64%	3.32%
2017	4.36%	17.22%	3.9%
2018	3.9%	15.26%	3.89%
2019	3.67%	14.1%	4.74%
2020	8.31%	15.67%	10.23%

Fuente: Banco Mundial (2021)

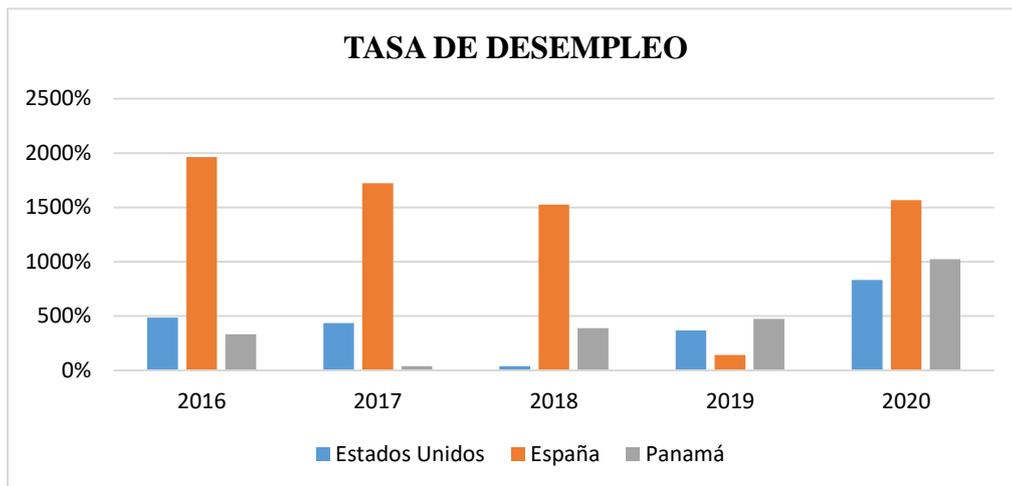


Figura 10. Tasa de desempleo Estados Unidos, España y Panamá

Fuente: Banco Mundial (2021)

El índice de desempleo para Estados Unidos a nivel mundial es relativamente bajo incluso antes de iniciar la pandemia sanitaria, tanto que para el primer semestre del 2021 se generó más de 49000 puestos de trabajo con la finalidad de mitigar las secuelas del Covid-19. Así que “El empleo aumentó en la educación pública con 49000 puestos de trabajos en la educación estatal se sumaron 36000 y los servicios profesiones y empresariales también generaron 97000 nuevos empleos en compañías de trabajos temporales” (El Comercio, 2021).

El panorama para España en el 2020 con respecto a la tasa de desempleo se vio seriamente afectada por las medidas y restricciones sanitarias del Covid-19 situación que para el 2021 seguirá aumentando por las secuelas mismas de la crisis sanitaria que ha afectado directamente a los pequeños empresarios del turismo, restaurantes, manufacturas, bebidas, entre otras hasta en un 16,8%.

En este mismo sentido Panamá ha sido uno de los países seriamente afectados por la emergencia sanitaria del Covid-19 aquejando directamente al sector laboral y económico, puesto que la economía panameña depende del transporte marítimo y aéreo, el turismo y la construcción por lo que la pobreza aumento para el 2021 hasta en un 2% en definitiva Panamá enfrenta un desafío aun mayor que la misma crisis sanitaria es reactivar la economía y generar fuentes de empleo.

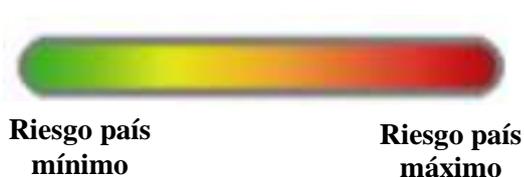
3.7.2. Factor político

Los siguientes autores definen un factor político como un conjunto de leyes e instituciones que regulan y limitan las conductas sociales y económicas de un país y que interfieren en el comercio exterior y la inversión de un negocio (Lerma y Márquez, 2010, p.23).

3.7.2.1. Riesgo país

El riesgo país permite determinar la capacidad de cada país frente a la deuda externa en el plazo acorde a sus propias condiciones.

Por lo que la Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE) especifica el riesgo país con la identificación de colores que oscilan desde el verde como el riesgo mínimo y el color rojo que significa un riesgo alto, adicional a esto colores intermedios como el amarillo y el naranja riesgos medios altos y bajos.



En la siguiente tabla se detalla el riesgo país de los 3 países; Estados Unidos, España y Panamá como posibles mercados internacionales para el fomento de las exportaciones de blusas con bordados a mano desde la Asociación “Sarumaky”.

Tabla 14. Riesgo país de Estados Unidos, España y Panamá

Estados Unidos	España	Panamá
Situación Política: Estable	Situación Política: Estable	Situación Política: Estable
Riesgo comercial: Medio	Riesgo comercial: Medio	Riesgo comercial: Bajo
ECONOMÍA		
Economía Interna	Economía Interna	Economía Interna
Estado Actual: Regular	Estado Actual: Desfavorable	Estado Actual: Desfavorable
Evolución: Estable	Evolución: Estable	Evolución: Positiva
Economía Externa	Economía Externa	Economía Externa

Estado Actual: Desfavorable	Estado Actual: Desfavorable	Estado Actual: Desfavorable
Evolución: Estable	Evolución: Estable	Evolución: Estable

Fuente: Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (2020)

Mediante la información sobre el riesgo país se puede identificar parte de la situación política y económica de un país, es así que mediante la información presentada en la tabla anterior se puede apreciar que Estados Unidos actualmente se encuentra política y económicamente estable, por ende, este panorama ofrece una posible estabilidad para efectuar negocios internacionales. Por otro lado, España de igual manera su política es estable pero su economía no refleja resultados positivos en cuanto a negocios se trata. Por su parte para Panamá su situación política – económica es estable con tendencia a mejorar su situación económica.

3.7.2.2. Acuerdos comerciales

Tabla 15. Acuerdos con Ecuador

Subpartida:	
610610 Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas	
PAIS	ACUERDO COMERCIAL
Estados Unidos 	El Sistema General de Preferencias SGP (Pago del arancel a la nación más favorecida)
España 	Acuerdo entre Ecuador y la Unión Europea (UE-reducción arancelaria para "determinados productos artesanales")
Panamá 	AR.PAR N° 4 Argentina Bolivia Brasil Chile Colombia Cuba Ecuador México Panamá Paraguay Perú Uruguay Venezuela (ALADI)

Fuente: Sistema de información sobre comercio exterior (2020) / Asociación Latinoamericana de Integración (2020)

Estados Unidos, España y Panamá son miembros de la Organización Mundial del Comercio. La OMC establece principios fundamentales para fomentar el comercio internacional sin discriminación alguna eliminando los obstáculos independientemente del país que quiera proveer con bienes o servicios a otro (Organización Mundial del Comercio, 2018).

El Sistema General de Preferencias SGP otorga preferencias arancelarias a Ecuador con la reducción de aranceles para sus productos, pero en el caso del sector textil este sistema no beneficia por lo tanto las exportaciones textiles ecuatorianas deben pagar el porcentaje de arancel acorde al tipo de textil. Por otro lado, el 24% de las exportaciones no petroleras están destinadas a el mercado europeo mediante el acuerdo Multipartes con la Unión Europea que también beneficia a Ecuador. Como también el convenio AR.PAR N° 4 ALADI manifiesta que la república de Panamá asume todos los derechos y obligaciones emanados del acuerdo regional N° 4 que instituye “la preferencia arancelaria regional y de sus protocolos adicionales, como país de desarrollo intermedio” (ALADI, 2012).

3.7.3. Factor legal

Para los autores Lerma y Márquez (2010) el factor legal consiste en “todas las leyes, decretos, reglamentos y normas que afectan al marketing internacional” (p. 27).

3.7.3.1. Barreras arancelarias

Las barreras arancelarias impiden el ingreso libremente de ciertos servicios y de determinadas mercancías por medio de impuestos a la importación.

Tabla 16. Aranceles

DESIGNACIÓN DEL CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO			
PAÍS	SUBPARTIDA	PRODUCTO	ARANCEL
Estados Unidos	61061000	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas (exc. "T-shirts" y camisetetas)	19,7%
España	61061000	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas (exc. "T-shirts" y camisetetas)	12%

Panamá	61061000	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas (exc. "T-shirts" y camisetas)	12,5%
--------	----------	--	-------

Fuente: Organización Mundial de Aduanas (2020)

La Organización Mundial del Comercio ofrece una amplia información de las tasas arancelarias para todos los miembros de la OMC. En el caso la producción textil ecuatoriana para ingresar al mercado de Estados Unidos debe pagar el 19,7% de Ad-Valorem por lo que dificulta ingresar al mercado estadounidense por las altas tasas arancelaria.

En el caso de Ecuador con España la tasa arancelaria corresponde al 12% por los benéficos que ofrece el acuerdo multipartes de la Unión Europea que disminuye el valor de las barreras arancelarias, en el caso de Panamá el arancel corresponde al 12,5% de acuerdo a la base de datos de la OMC.

3.7.3.2 Barreras no arancelarias

Tabla 17. Barreras no arancelarias

PAÍS	ESPECIFICACIONES
Estados Unidos 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Documentación para las formalidades aduaneras. ❖ País de origen marcado en el idioma english ((Made in/Product of). ❖ Etiquetado: nombres genéricos en english y porcentajes, por orden de peso de mayor a menor. ❖ Componentes inferiores al 5% deben ser listados como “otras fibras”. ❖ El nombre de la persona, empresa o negocio bajo el que se opera.
España 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Documentos comerciales. ❖ Etiquetado (nombre de la fibra, país de origen, símbolos de conservación). ❖ Regulaciones de seguridad (para fibras textiles con químicos).

Panamá



- ❖ Declaración de exportación (formulario aduanero).
- ❖ Factura comercial juramentada (original y 5 copias).
- ❖ Certificado de origen.

Fuente: España Exportación e Inversiones (2020) / Asociación Panameña de Exportadores (2020) / Annual Survey of Manufacturers (2016)

3.7.4. Balanza Comercial

Mediante el análisis de la balanza comercial de las exportaciones e importaciones se puede identificar si es favorable o presenta un superávit comercial. Para el análisis de la balanza comercial se puede apreciar que Estados Unidos, España y Panamá.

3.7.4.1. Balanza Comercial Ecuador: Estados Unidos, España y Panamá

Tabla 18. Balanza comercial Ecuador con Estados Unidos, España y Panamá

BALANZA COMERCIAL MILLONES FOB					
SALDO (X-M)					
	2016	2017	2018	2019	2020
ESTADOS UNIDOS	1.539.2	1.751.7	1.348.5	1.724.5	6263
ESPAÑA	2088	104	465	-92	132.9
PANAMÁ	-2023	-2957	-4373	3671	-233.3

Fuente: Banco Central del Ecuador (2021)



Figura 11. Balanza comercial sector textil Estados Unidos, España y Panamá

Fuente: Banco Central del Ecuador (2021)

En el 2020 la balanza comercial para Ecuador ha registrado un superávit de 2.267,4 millones de dólares que representa al 0,22% del Producto Interno Bruto en comparación al 2019 que se ha registrado una balanza comercial con déficit de 209,9 millones con España y Estados Unidos que representa al 1,44% del Producto Interno Bruto, es decir la variación de la balanza comercial es el resultado del descenso de las exportaciones ecuatorianas, la disminución de la demanda interna, y sobre todo la disminución de las importaciones (Banco Central del Ecuador, 2021).

De igual manera si analiza la evolución de la balanza comercial en los últimos 5 años el superávit ha ido incrementando en un 3.100,9 millón de dólares que representa el 1,96% del Producto Interno Bruto (Banco Central del Ecuador, 2021).

En este mismo sentido con respecto a Ecuador - Estados Unidos los resultados de la balanza comercial arrojan un superávit tomando en cuenta las relaciones comerciales efectuadas en los últimos años y el incremento de las exportaciones no petroleras, en lo que se refiere a las exportaciones de sector textil y manufacturas ecuatorianas existe gran acogida de productos terminados y materia prima como lanas, algodón, telas, entre otras.

Por otro lado, la balanza comercial de Ecuador – España hasta el año 2018 se refleja un superávit en el intercambio comercial, pero para el año 2020 la balanza se inclina a aspectos poco favorables la balanza comercial por lo que se ha registrado más exportaciones que importaciones de bienes de igual manera las exportaciones a España han sido más petroleras que no petroleras y las importaciones en gran volumen de productos terminados.

En relación a Ecuador- Panamá la balanza comercial en el periodo 2016 a 2018 el saldo de X-M no es alentador puesto que para el año 2016 se registró un -2023 FOB y para el año 2018 - 4373 FOB es decir que Ecuador registra mayores importaciones que exportaciones, salvo para el año 2019 donde la balanza se inclina a favor con un superávit de 3671 FOB.

3.7.5 Factor tecnológico

El factor tecnológico dentro de la sociedad permite adquirir conocimientos, en el caso de las empresas la finalidad es la mejora de la capacidad para adaptarse a las diferentes situaciones acorde a la sociedad.

3.7.5.1 Población con internet de Estados Unidos, España y Panamá

Tabla 19. Porcentaje de la población con internet

	Estados Unidos	España	Panamá
AÑOS			
2016	85.54%	80.56%	54%
2017	87.27%	84,60%	59.95%
2018	88.49%	86,10%	61.80%
2019	88.6%	90.71%	63.62%
2020	90.73%	93.2%	68%

Fuente: Banco Mundial (2021)

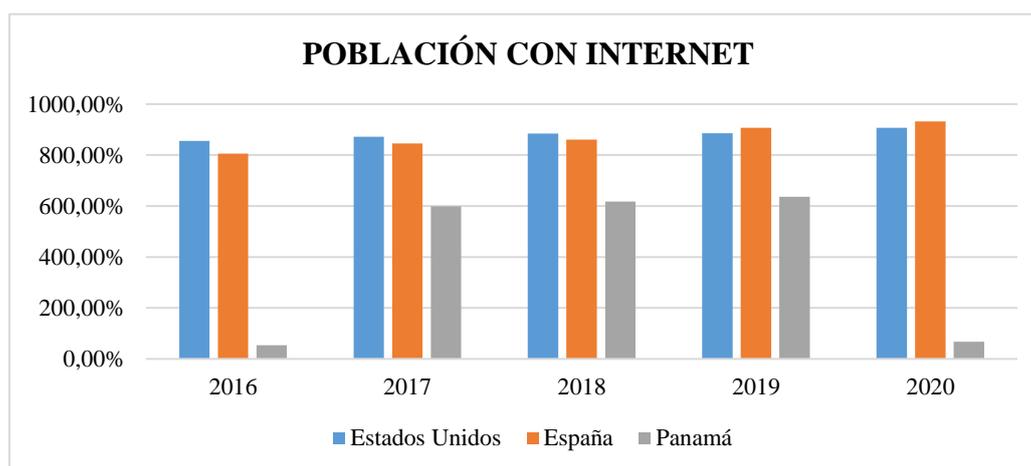


Figura 12. Porcentaje de población con internet

Fuente: Banco Mundial (2021)

Durante los últimos años para Estados Unidos, España y Panamá el porcentaje de crecimiento de la población que cuenta con internet se ha ido incrementado considerablemente, con referencia a Estados Unidos gran parte de la población cuenta con internet al igual que el caso de España, en el caso de Panamá este porcentaje en el año 2020 se incrementó a 68% considerablemente.

3.7.6 Factor geográfico

Los factores geográficos se definen como un conjunto de las situaciones geográficas que influyen en el clima, territorio, población, producción del planeta, como también las circunstancias presentes en la entrega de un producto final.

3.7.6.1 Población de Estados Unidos, España y Panamá

Tabla 20. Población de Estados Unidos, España y Panamá

	Estados Unidos	España	Panamá
AÑOS			
2016	322.941.311	46.484.062	4.037.078
2017	324.985.539	46.593.236	4.106.771
2018	326.687.501	49.797.754	4.176.873
2019	328.239.523	47.133.521	4.246.439
2020	330.222.422	47.394.223	4.279.000

Fuente: Banco Mundial (2021)

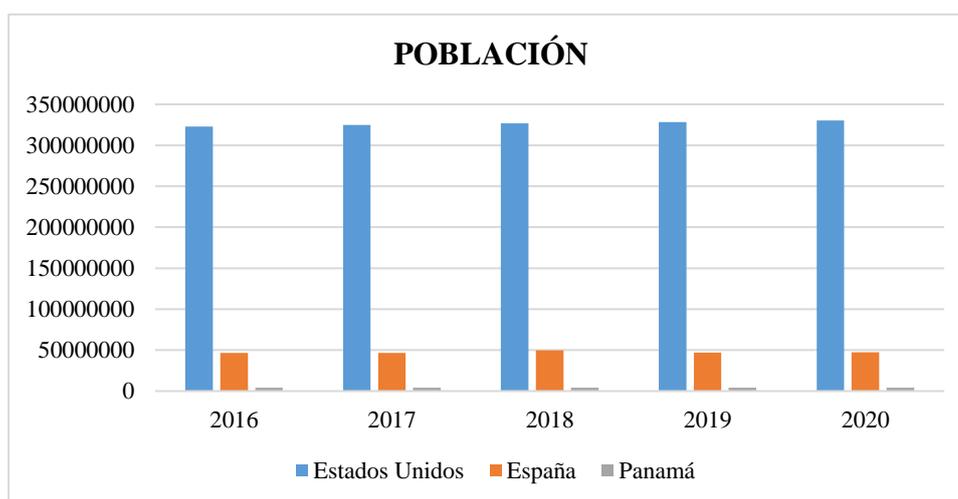


Figura 13. Población de Estados Unidos, España y Panamá

Fuente: Banco Mundial (2021)

De acuerdo a los datos obtenidos del Banco Mundial en los últimos 5 años la población de Estados Unidos ha ido incrementándose tanto que para el año 2019 el número asciende a 328.239.523. En lo que a España se refiere la población para el mismo año corresponde a 47.394.223 para el año 2020 y para el país de Panamá la población ha crecido significativamente año tras año tanto que para el 2020 en número asciende a 4.279.000 población total.

3.7.6.2 Desempeño logístico de Estados Unidos, España y Panamá

La globalización y la eliminación de barreras a nuevos mercados han permitido que las empresas palpén la necesidad de mejorar e innovar el desempeño logístico con el fin de mejorar sus operaciones internas y externas (Ortiz, Felipe y Arias, 2013).

Tabla 21. Índice de desempeño logístico

Estados Unidos	España	Panamá
		
3,89	3,83	3,89

Fuente: Banco Mundial (2021)

Estados Unidos y Panamá tiene la ventaja en el índice de desempeño logístico para el año 2019 según el Banco Mundial, en el caso de España el índice es menos eficiente en comparación a los países de estudio, pero en definitiva a pesar de las variaciones los tres países muestran un poco de inestabilidad en lo que a este factor conlleva.

3. 8 MATRIZ DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS (POAM)

Para concretar el mercado internacional propicio en beneficio de la Asociación “Sarumaky” se tomó en consideración la escala de medición identificando las oportunidades y amenazas con un rango de 3 alto, medio 2 y bajo 1, información detallada en la siguiente tabla:

Tabla 22. Matriz perfil de oportunidades y amenazas POAM

TABULACIÓN	ESTADOS UNIDOS				ESPAÑA				PANAMÁ			
	Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas	
	valor	ptn	valor	Ptn	valor	ptn	Valor	ptn	valor	Ptn	valor	ptn
FACTORES ECONÓMICOS												
Producto interno bruto PIB	alto	3			medio	2			medio	2		
PIB per cápita	alto	3			medio	2			medio	2		
Inflación			Bajo	1			Medio	2			medio	2
Tasa de desempleo			Bajo	1			Alto	3			alto	3
Balanza comercial	alto	3			medio	2			bajo	1		
	suma		9	2			6	5			5	5
	promedio		1,8	0,4			1,2	1			1	1
FACTORES POLÍTICOS												
Riesgo país	Alto	3			alto	3			medio	2		
Acuerdos comerciales			Alta	3	alto	3			alto	3		
	suma		6				6				5	
	promedio		3				3				2,5	
FACTORES LEGALES												
Barreras arancelarias			Alta	3			Media	2			media	2
Barreras no arancelarias			medio	2			Medio	2			medio	2
	suma			5				4				4
	promedio			2,5				2				2
FACTORES TECNOLÓGICO												
Población con internet	Alto	3			medio	2			medio	2		
	suma		3				2				2	
	promedio		3				2				2	

FACTORES GEOGRÁFICOS						
Población	Alto	3	alto	3	medio	2
Desempeño logístico	Alto	3	alto	3	alta	3
	suma	6		6		5
	promedio	3		3		2,5

Fuente: La autora

Tabla 23. Resultado de la matriz POAM

RESUMEN TABULACIÓN	ESTADOS UNIDOS		ESPAÑA		PANAMÁ	
	oportunidades	Amenazas	oportunidades	amenazas	oportunidades	amenazas
Factores económicos	1,8	0,4	1,2	1	1	1
Factores políticos	3		3		2,5	
Factores legales		2,5		2		2
Factores tecnológicos	3		2		2	
Factores geográficos	3		3		2,5	
Suma	10,8	2,9	9,2	3	8	3
Promedio	2,16	0,58	1,84	0,6	1,6	0,6
Ponderación		1,58		1,24		1

Fuente: La autora

Mediante el análisis de los factores económicos, políticos, legales, tecnológicos y geográficos se estableció la matriz de oportunidades y amenazas POAM con Estados Unidos, España y Panamá que de acuerdo a los resultados arrojados Estados Unidos es el mercado internacional más apropiado para el fomento de las exportaciones de textiles específicamente blusas con bordados a mano del Centro de Negocios y Servicios Sarumaky desde la parroquia La Esperanza cantón Ibarra. Por otro lado, los productos de origen artesanal con alto valor agregado tienen muy buena acogida en países como Japón, Europa, Holanda, Dinamarca, Noruega, Bélgica, Alemania y con respecto a Estados Unidos las prendas de vestir con bordados a mano tienen gran demanda en California, Nueva York, Chicago, Boston, Las Vegas, entre otras ciudades de acuerdo a la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (2021).

A pesar de la repercusión de la crisis sanitaria Covid-19 los factores económicos de Estados Unidos como el Producto Interno Bruto PIB refleja claramente cuan es el poder adquisitivo de los habitantes, cabe recalcar que este país posee una economía sólida dando así apertura a las empresas, gremios o asociaciones exportadoras siempre y cuando estas cumplan con los requisitos formales y normativos para ingresar con sus productos al mercado.

Cabe recalcar que para el ingreso de productos en el mercado de Estados Unidos específicamente prendas de punto las empresas en el caso de Ecuador deben de estar registradas y activas como exportadoras contar con el RUC, RICE como lo dispone el Sistema Nacional de Aduanas del Ecuador - ECUAPASS.

Por otro lado, la parte normativa y legal con respecto al mercado internacional seleccionado para la producción textil ecuatoriana no es muy favorable pues al no contar con un acuerdo comercial en beneficio del sector textil los aranceles son altos dependiendo del producto a pesar de este inconveniente las exportaciones textiles de hilos de tejer, telas, prendas de hogar, prendas de vestir, manteles, hilos de cocer, sombreros, ropa deportiva, sabanas, artesanías, entre otras se han incrementado beneficiando a la producción y productores nacional.

En definitiva, Estados Unidos se caracteriza por la calidad de vida de los habitantes, diversidad de costumbres y cultura que da oportunidad a las pequeñas empresas a expandir su cartera de clientes más aún si sus productos son diferenciadores y únicos en el mercado.

3. 9. MERCADO DE DESTINO

3.9.1. Perfil de Estados Unidos

Tabla 24. Ficha técnica Estados Unidos

ESTADOS UNIDOS	
	
Capital	Washington, D.C.
Área	9.831.510 km ²
Población total:	328.239.523
Crecimiento natural	0,5%
Índice del desarrollo humano	0,915/1 8/188
Índice del desarrollo humano (clasificación mundial)	Índice del desarrollo humano, es un indicador que sintetiza varios datos tales como esperanza de vida, nivel de educación, carreras profesionales, acceso a la cultura, etc.
Densidad	36 habitantes/km ²
Población urbana	82,5%
Población de principales áreas metropolitanas:	Los Ángeles (17.718.858) Chicago (9.655.015) Houston (6.519.358) Atlanta (4.762.159) Filadelfia (4.066.064) Phoenix (4.163.445) Boston (3.684.250) San Diego (3.215.637) Seattle (2.776.119) Nueva York (16.713.992) San Francisco (6.989.419) Miami (5.805.883) Washington DC (6.022.391) Dallas (4.547.218) Phoenix (4.163.445) Detroit (3.801.161) Minneapolis (3.496.061)

	Origen europeo o de del Medio Oriente	
	Origen hispanas o latinas	77%
	Afroamericanos	17%
Orígenes étnicos	Asiáticos	13%
	Nativos Americanos y Nativos de	5%
	Alaska	1%
	Nativos de Hawái y otras islas del	0,2%
	Pacífico	
Lengua oficial	English	
Otras lenguas habladas	Español	
Idioma de negocios	English	
La moneda local	Dólar estadounidense (USD)	
Régimen de cambio de monedas	Régimen cambiario flotante.	
Nivel de inestabilidad de la moneda	Baja	
Religión	Protestantes	52%
	Católicos	24%
	Mormones	2%
	Judíos	1%
	Musulmanes	1%
	Otros	10%
	Sin religión	10%
Nivel de desarrollo	Economía de ingresos elevados, miembro de la OCDE, miembro del G8. Primera potencia mundial, mayor exportador del mundo, alto nivel de endeudamiento	

Fuente: Santander Trade (2020)

3.9.2. Perfil del consumidor de Estados Unidos

Es fundamental tomar en consideración que para alcanzar y mantener nuevos clientes y mercados las preferencias y sugerencias del cliente final con respecto a las blusas con bordados a mano tiene alto grado de importancia con la única finalidad de mantener las relaciones comerciales he ir haciendo mejoras e innovación constante en temas de precios, calidad, diseños y colores. En este sentido el sector textil estadounidense es uno de los sectores con mayor importancia a nivel mundial por su alta participación en las importaciones y exportaciones.

Por otro las oportunidades comerciales para el sector textil especialmente la confección en Estados Unidos genera beneficios para los exportadores de prendas de vestir y confecciones puesto que la moda estadounidense representa el 18% del total del sector manufacturero haciendo énfasis que el 99% son micro y pequeñas empresas que generan 200.000 empleos (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquía, 2020).

En este sentido la industria de la moda con mayor influencia está localizada en las ciudades de Nueva York, Los Ángeles, San Francisco, San Diego, Providence y Miami (Interreg Sudoe, 2018, p.4).

En este caso son diversos los textiles demandados por ejemplo tejidos de punto, textiles y tejidos de algodón, bordados en prendas de vestir, botones, cierres cremalleras, ropa para deporte, pijamas, ropa interior, entre otros. En definitiva, de acuerdo al perfil estadounidense en el sector de moda las blusas con estampados bordados a mano se consideran como un textil atractivo por sus diseños acorde a la flora y fauna ecuatoriana y sobre todo porque son textiles 100% artesanales bordadas por manos de artesanas del bordado con larga trayectoria en el oficio.

3.9.3. Segmento de mercado

Nueva York la capital mundial de las convenciones, negocios internacionales y el tránsito del comercio internacional se ha posicionado como una de las economías más fuertes de Estados Unidos, por lo que el valor adquisitivo de los habitantes está acorde a la demanda de productos e ingresos a los hogares, por otro lado, en la calle Wall Street en Manhattan, se encuentra la Bolsa de Nueva York que goza de alto reconocimiento mundial pues el negocio de los bienes raíces es una de las principales potencias de la economía de la ciudad. Por otro lado, para el año 2019 Nueva York tenía una población de 8,34 millones de personas con una edad media de 37,2 y un ingreso familiar medio de 69,407 dólares (Data Usa: Nueva York, 2021).

Po otro lado, la economía de Nueva York:

Emplea a 4,13 millones de personas las industrias más grandes en Nueva York, son la atención médica y la asistencia social (750,409 personas), los servicios profesionales, científicos y técnicos (407,539 personas) y los servicios educativos (391,823 personas), y las industrias que más pagan son las finanzas y los seguros (\$ 102,478), Finanzas y Seguros, Bienes Raíces y Alquiler y Arrendamiento (\$ 83,632) y Servicios Profesionales, Científicos y Técnicos (\$ 82,365). (Data Usa: Nueva York, 2021).

Es así que Nueva York se distribuye en distritos metropolitanos o Boroughs: Bronx, Brooklyn, Manhattan, Queens y Staten Island. El mercado de Manhattan acoge en gran cantidad artesanías de todo el mundo tanto que la demanda en este mercado es del 15% de la oferta total a nivel mundial. De igual manera las artesanías más demandadas en este mercado corresponde al 56,8% en prendas de vestir u otro tipo de accesorio que tengan diseños artesanales o bordados y el 43,2% artesanías en cuero, madera y otro tipo de textil de acuerdo a la Annual Survey of Manufacturers EE UU.

Manhattan está ubicado en la desembocadura del Río Hudson distribuido por 5 grupos étnicos; blancos no hispanos 31,9%, negros o afroamericanos no hispanos 21,7%, asiáticos no hispanos 14,3% y otros 24% (Data Usa: Nueva York, 2021). Es así que el 52,6% de la población de Manhattan son mujeres por lo que en su mayoría las tiendas de moda están enfocadas al segmento femenino, por otro lado, gran porcentaje de empresas son empoderadas por las mujeres con el 6,1% en gran parte al turismo y moda (Census, 2019).

Por lo que desde el año 2013 en Nueva York-Manhattan empresarios, exportadores y artesanos del Ecuador participan en las ferias internacionales de la moda como; “NY Now” y “New York Gift Show” con el apoyo de Pro Ecuador, y las Asociaciones ecuatorianas radicadas en Nueva York. (Ver anexo 11)

Estas ferias internacionales se posicionan como unas de las más sobresalientes en Nueva York dando la oportunidad a pequeños artesanos del sector textil artesanal para exhibir tejidos para la ropa, moda, bordado en ropa cuero y piel, entre otros productos asociados a la industrial textil. (Ver anexo 10)

La feria en Nueva York denominada “Now Trade Show” se realiza dos veces al año en el Centro de Eventos Javits Center en Manhattan el evento es visitado por más de 24.000 personas de todos los países y cuenta con exhibidores de más de 80 países (Rodríguez, 2017).

Por lo tanto, para el fomento de las exportaciones de blusas con bordados a mano desde Sarumaky cantón Ibarra- provincia de Imbabura se consideró como mercado meta a Nueva York- Manhattan.

3.9.4. Gustos y preferencias de los ciudadanos de Manhattan- Nueva York

Tabla 25. Ficha técnica Manhattan- Nueva York

MANHATTAN- NUEVA YORK	
	
Población	1.628.706 habitantes
Población por milla cuadrada	69.467,5
Uso del Internet	91,2%
Población económica activa	67,3%
Ingreso familiar promedio	\$86,553
Ingreso per capital por familia	\$76,592
Personas es situación de pobreza	14,1%

Fuente: United States Census (2020)

Para el consumidor estadounidense los productos hechos a mano destacan por contener la esencia del artesano que lo elaboró, a diferencia de aquellos productos manufacturados por una máquina, razón por la cual el consumidor está dispuesto a pagar hasta un 17% más por estos bienes. (Pro Ecuador, 2017)

De acuerdo a los gustos y tendencias en el mercado de Manhattan se concretó que este es el más apropiado para el fomento de las exportaciones de blusas con bordados a mano de Sarumaky de acuerdo a las tendencias del consumo para adquirir productos con diseños artesanales pues las personas en Manhattan aprecian las artesanías que reflejan la cultura, la creatividad del artesano, el uso de la mano de obra.

El mercado de Manhattan ofrece oportunidades a los productores y comercializadores de prendas de vestir situación que favorece a los consumidores quienes pueden elegir entre una gran variedad de productos con precios, estilos y materias primas diferentes. Los consumidores siempre están predispuestos a probar productos nuevos y novedosos de buena calidad, variedad, comodidad y precios competitivos. Así mismo, tienen en cuenta que la ropa sea fabricada con materias primas que no perjudiquen la salud y que sean ecológicas (Interreg Sudoe, 2018).

La demanda del consumo de prendas de vestir en el presente mercado de estudio se divide en diferentes áreas por mencionar; los trajes formales, chaquetas, vestidos, abrigos, blusas, jeans y la línea de ropa deportiva. Por lo que el 81% del mercado femenino aluden que al momento de comprar una nueva prenda de vestir siempre buscan que se adapte correctamente a su figura, la comodidad y la calidad del producto estos son los principales factores de decisión de compra. (Interreg Sudoe, 2018, p.4)

Por otro lado, las exigencias en este mercado que tienen al momento de comprar una prenda de vestir consideran primordial la calidad de la prenda, los acabados de la misma, los materiales de composición; también la variedad en diseños, estilos y colores; el precio debe de estar de acuerdo a la calidad y diseño de la prenda, en est sentido los consumidores tienden a dar mayor importancia y valor a prendas de vestir con diseños u origen artesanal (Sistema de Inteligencia Comercial, 2021).

En este mismo sentido un punto fundamental a resaltar en cuanto a los gustos y preferencias de los ciudadanos no solo en Nueva York sino más bien a nivel de Estados Unidos, es que el segmento entre los 15 a 40 años de edad buscan prendas de vestir no comunes en el mercado pues si de productos artesanales se trata los consumidores de alguna u otra manera al adquirir una prenda artesanal están contribuyendo a los ingresos económicos de las familias artesanas de países como Perú, Colombia, México y Ecuador. Además, los compradores más jóvenes expresan estar cansados de las prendas de vestir convencionales por lo que para los artesanos representa una gran oportunidad para expandir su cartera de clientes (Sistema de Inteligencia Comercial, 2021).

En definitiva, las tendencias del consumidor si en prendas de vestir se trata las empresas productoras- proveedoras deben de estar en constante desarrollo de acuerdo a las tendencias del mercado más aun el estadounidense por ser un mercado dinámico en la demanda constante en tema de diseños, texturas y colores de cada prenda.

3. 10. PRODUCTO A EXPORTAR

3.10.1. Descripción del producto a exportar

Los bordados a mano del Centro de Negocios y Servicios Sarumaky se caracterizan por ser diseños 100% artesanal, bordados por manos de mujeres artesanas quienes tienen varios años de experiencia en el oficio, los diseños representan las flores, animales, paisajes de la localidad dichos diseños son plasmados en blusas para mujeres y niñas del mercado nacional e internacional.

Las mujeres artesanas son la principal mano de obra para la confección de las blusas con bordados a mano a pesar de la situación que se les presenta dedican gran parte de su tiempo a el oficio. El material utilizado para los bordados son diferentes tipos de hilos de algodón y por su puesto la blusa de algodón, como también agujas para bordar.

Tabla 26. Ficha técnica del producto

	FICHA TÉCNICA
Nombre común:	Blusas con bordados a mano
Partida arancelaria	610610
Descripción arancelaria:	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas.
Descripción del producto:	Blusas con estampados bordados a mano 100% artesanal
Uso	La blusas con bordados forman parte de las prendas con vestir que varían los diseños y colores acorde a las preferencias del cliente
Lugar de elaboración:	Parroquias La Esperanza y Angochagua
Presentación y empaque comercial:	Bolsa individual con bordados a mano
Unidad de medida:	Unidad

Fuente: Asociación Sarumaky (2020)

3.10.2. Precios referentes de las blusas con estampados bordados en Nueva York

Para determinar la competencia directa en cuanto a precios de las blusas con bordados a mano en el mercado de Nueva York se tomó en consideración tiendas online que ofertan productos textiles artesanales.

Por lo tanto, en la siguiente tabla se detalla el precio de las blusas con bordados similares a la producción de “Sarumaky” con la finalidad de determinar la competitividad en precios para la Asociación en el mercado meta.

Tabla 27. Tiendas online en Nueva York

TIENDA	DESCRIPCIÓN	PAÍS DE ORIGEN	PRECIO
La Sirena Mexican folk Art	Hand embroidered, Girls to grown ups Blusas y vestidos	México	\$ 35,50
			
Macy's Herald Square	Cárdigan con bordado floral, creado para Macy's	España	\$19,99
			
Amazon	Cómoda blusa mexicana bordada para mujer para verano (manga corta)	México	\$27,99
			

Amazon	Camisas mexicanas para mujeres	Chiapas	\$34,99
--------	--------------------------------	---------	---------



Fuente: La Sirena Mexican folk (2020) / Macy's Herald Square (2020) / Amazon (2020)

De acuerdo a la información de diferentes tiendas online los precios de las blusas con estampados bordados a mano varían de \$ 20 a \$ 36 dólares productos 100% de algodón a diferencia que “Sarumaky” establece el precio en el mercado internacional de \$27,70 cabe recalcar que los diseños y colores son diferentes, por lo tanto, “Sarumaky” tiene la capacidad para entrar en el mercado de Nueva York acorde a los precios establecidos por la competencia.

3. 11 ESTUDIO TÉCNICO

3.11.1 Localización de la empresa

3.11.1.1 Macro localización

La provincia de Imbabura se encuentra en el norte del Ecuador entre las provincias del Carchi, Pichincha, Sucumbíos, Esmeraldas. Imbabura se caracteriza por sus lagos y pueblos indígenas que se diferencian por sus propias costumbres, tradiciones y vestimenta. Además, la provincia de Imbabura goza de reconocimiento por sus bordados y tejidos oficio que aún se conserva en las nuevas generaciones.



Figura 14. Mapa político de la provincia de Imbabura

Fuente: Mapa Owje (2011)

En Imbabura está ubicado el Cantón Ibarra, capital de esta provincia, la ciudad de Ibarra está conformada por las parroquias: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca, La Dolorosa de Priorato, La Esperanza, Ambuquí, Angochagua, La Carolina, San Antonio, Salinas y Lita (Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra, 2020).

3.11.1.2 Micro localización



Figura 15. Parroquia La Esperanza

Fuente: Google map (2020)

La parroquia rural La Esperanza está ubicada a las faldas del volcán Imbabura en el cantón Ibarra.

La Esperanza se destaca por la creación, elaboración y diseño de (...) la industria textil está considerada como la principal actividad económica de la zona, en la que se destacan los bordados a mano en prendas de vestir para hombres y mujeres, con un atractivo especial, el mismo que ha permitido ser reconocido por turistas nacionales y extranjeros. (Vallejo, 2013)

La parroquia La Esperanza se caracteriza por el empoderamiento femenino entrega y delicadeza para bordar, confeccionar y tejer prendas de vestir, accesorios de cocina, diseños en cuero y madera. Es por eso que La Esperanza cuenta con asociaciones como “Bordando Esperanza” y el “Centro de Negocios y Servicios Sarumaky” en beneficio de la localidad.

3.11.2 Fundación de la Asociación

De acuerdo con el Ingeniero Mauricio Benítez el Centro de Negocios y Servicios “Sarumaky” (ancestral a mano) maky (mano) y sarum (antiguo o ancestral) se fundó con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los y las artesanas del bordado a mano y la talabartería en las parroquias La Esperanza y Angochagua, con capacitación en nuevas tendencias, considerando el mercado existente y la apertura de nuevos mercados.

3.11.3 Logotipo

El logotipo representa el trabajo de las artesanas del bordado ancestral de ahí proviene el nombre “Sarumaky” la cuchara representa los trabajos en madera, la figura de tortuga en café oscuro representa la talabartería y la parte de café claro los bordados a mano en todo tipo de prensa de vestir y accesorios de cocina.



Figura 16. Logotipo de Sarumaky

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.11.4 Instalaciones del Centro de Negocios y Servicios Sarumaky



Figura 17. Instalaciones de Sarumaky

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.11.5 Maquinas

Un punto a recalcar que por ser un producto artesanal no se implementa el uso de las maquinarias para su bordado, más bien se utiliza alguna de ellas para la confección y acabados para un producto de calidad, pero las maquinarias si son utilizadas para producir y confeccionar otros productos textiles que ofrece “Sarumaky”.

El Centro de Negocios y Servicios “Sarumaky” dispone de las siguientes maquinas:

Tabla 28. Maquinas

MAQUINAS	
<p>Maquina industrial Overlock</p> <p>En esta máquina se pega mangas y costados para formar los bordes de las camisas, blusas, camisetas</p>	
<p>Maquina industrial recubridora</p> <p>En esta máquina cogen dobladillos, acabados planos y con elásticos</p>	
<p>Maquina industrial recta</p> <p>En esta máquina corrigen costuras de las prendas de vestir para mejorar la calidad</p>	
<p>Maquina cortadora</p> <p>Con esta máquina se corta tela en gran cantidad</p>	

Plancha vaporera

Con esta plancha vaporera dan acabado final a prendas delicadas



Lavadora

La utilizan de ser el caso necesario



Maquina industrial desbastadora

En esta máquina unen piezas de cuerpo



Maquina industrial de codo

Con esta máquina cosen cerramientos de camisas, blusas y camisetas



Maquina industrial bordadora automática

En esta máquina bordan el cuero o manteles para la cocina



Regulador de voltaje

Con este aparato regular la electricidad de algunas máquinas



Plotter

Con esta máquina imprimen diseños para la talabartería y madera



Plancha de sublimación

En esta máquina estampan diseños en diferentes textiles



3.11.6. Estructura organizacional

3.11.6.1 Misión

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos bordados a mano, cuero, madera y otros, comprometiéndose a ser una empresa altamente productiva y plenamente humana y de servicio a los artesanos de las parroquias de la Esperanza, Angochagua y sus alrededores, brindando a nuestros clientes nacionales y extranjeros, productos de calidad, que nos lleven a cumplir los niveles de servicio, venta y rentabilidad.

3.11.6.2. Visión

Para el 2022, ser una empresa artesanal sólida con reconocimiento en el mercado ofreciendo a los consumidores productos bordados a mano, cuero, madera y otros, cumpliendo con los debidos estándares de calidad, brindando a nuestros clientes y aliados estratégicos un trato amable y cortes.

3.11.6.3. Descripción de Sarumaky

- ❖ Nombre: Centro de Negocios y Servicios Sarumaky
- ❖ Personal: 70 artesanos (40 artesanas del bordado; 30 artesanas del cuero y madera)
- ❖ Representante: Ing. Mauricio Benítez
- ❖ Teléfono: 0986330110
- ❖ Correo electrónico: edmaubega@hotmail.com
- ❖ Ubicación: Ecuador provincia de Imbabura cantón Ibarra parroquia La Esperanza

3.11.6.4 Organigrama

El Asociación Sarumaky está constituida principalmente de artesanas de las parroquias La Esperanza dirigida por el fundador del proyecto quien trabaja conjuntamente con el personal administrativo.

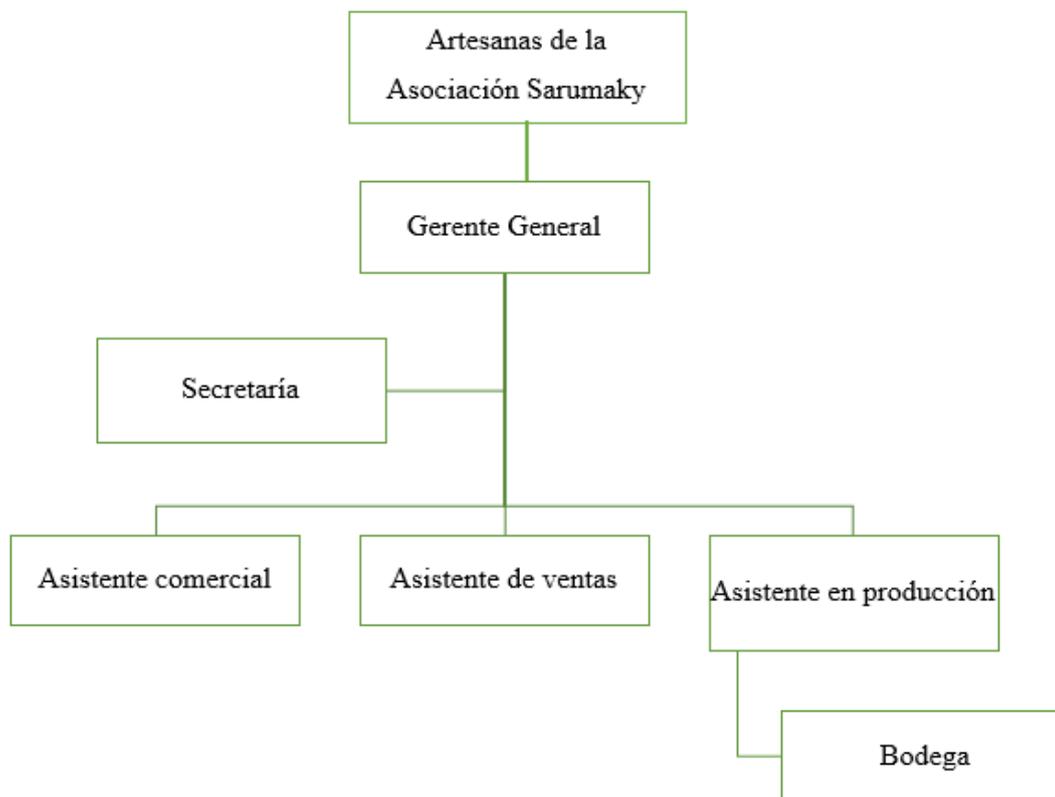


Figura 18. Organigrama Sarumaky
Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.11.7. Manual de funciones

El manual de funciones está detallado acorde al organigrama de la Asociación y proporciona información del perfil profesional requerido para trabajar con “Sarumaky”.

3.11.7.1. Gerente General

Tabla 29. Manual de funciones Gerente General

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Gerente General
Dependencia	Grupo de artesanos y artesanas
Título requerido	Título de tercer nivel en administración de empresas o afines
Reporta	Todas las áreas
Coordina	Todas las áreas
Objetivo principal	Planificar y organizar las actividades acordes a la asociación Sarumaky.

Funciones o responsabilidades

- ❖ Planificar capacitaciones.
- ❖ Implementar nuevos diseños.
- ❖ Supervisar al personal de trabajo.
- ❖ Asistir a eventos con las asociaciones manufactureras.
- ❖ Representar a la Asociación en todos los eventos formales e informales.
- ❖ Ser responsable y profesional en el cumplimiento de sus funciones.
- ❖ Las demás funciones.

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.11.7.2 Secretaría

Tabla 30. Manual de funciones Secretaria

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Secretaria
Dependencia	Gerente General
Título requerido	Título de tercer nivel en administración o afines
Reporta	Todas las áreas
Coordina	Ninguna
Objetivo principal	Realizar las actividades necesarias acorde a las disposiciones del gerente

Funciones o responsabilidades

- ❖ Desempeñar las funciones de oficina.
- ❖ Llevar los registros de la Asociación.
- ❖ Llevar la agenda de los compromisos de la Asociación.
- ❖ Realizar entrevistas.
- ❖ Verificar ordenes de pedido.
- ❖ Verificar documentación de ventas.
- ❖ Ordenar y redactar la documentación necesaria en el tiempo establecido.
- ❖ Ser responsable y profesional en el cumplimiento de sus funciones.
- ❖ Las demás funciones.

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.11.7.3. Asistente Comercial

Tabla 31. Manual de funciones Asistente Comercial

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Asistente Comercial
Dependencia	Gerente General
Título requerido	Título de tercer nivel en comercio exterior o afines
Reporta	Gerente General
Coordina	Ninguna
Objetivo principal	Desempeñar actividades comerciales en beneficios de la asociación

Funciones o responsabilidades

- ❖ Realizar estudios de mercado en beneficio de la Asociación.
- ❖ Visitar ferias de textiles artesanales.
- ❖ Despachos de pedidos y entrega de la mercancía.
- ❖ Realizar ordenes de pedidos.
- ❖ Implementar marketing para la Asociación.
- ❖ Organizar eventos para atraer nuevos clientes
- ❖ Coordinar capacitaciones de actualización.
- ❖ Ser responsable y profesional en el cumplimiento de sus funciones.

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.11.7.4. Asistente en ventas

Tabla 32. Manual de funciones Asistente en ventas

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Asistente en ventas
Dependencia	Gerente General
Título requerido	Título de tercer nivel en contabilidad o afines
Reporta	Gerente General
Coordina	Ninguna
Objetivo principal	Coordinar los registros económicos y financieros de la asociación

Funciones o responsabilidades

- ❖ Realizar registros contables de la Asociación.
- ❖ Analizar la información financiera de la Asociación.
- ❖ Registrar las ventas de toda la producción de la Asociación.
- ❖ Supervisar las ventas de textiles en tela, cuero y madera.
- ❖ Ser responsable y profesional en el cumplimiento de sus funciones.
- ❖ Las demás funciones.

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.11.7.5. Asistente en producción

Tabla 33. Manual de funciones Asistente en producción

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Asistente en producción
Dependencia	Gerente General
Título requerido	Conocimiento en corte y confección de textiles artesanales.
Reporta	Gerente General
Coordina	Área de producción
Objetivo principal	Organizar y dirigir las ordenes de pedidos de bordados y confección

Funciones o responsabilidades

- ❖ Realizar ordenes de pedido de la materia prima.
- ❖ Dirigir los bordados y confección de pedidos.
- ❖ Supervisar las capacitaciones de los diferentes grupos de la Asociación.
- ❖ Supervisar el correcto funcionamiento de las máquinas.
- ❖ Verificar la calidad de los pedidos.
- ❖ Ser responsable y profesional en el cumplimiento de sus funciones.
- ❖ Las demás funciones.

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.11.7.6 Bodega

Tabla 34. Manual de funciones Bodega

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Bodeguero
Dependencia	Asistente en producción
Título requerido	Título bachiller
Reporta	Asistente en producción
Coordina	Ninguna
Objetivo principal	Organizar las mercancías previo al transporte y embarque

Funciones o responsabilidades

- ❖ Clasificar las mercancías de acuerdo a los pedidos.
- ❖ Verificar embalaje de las mercancías previo al envío.
- ❖ Organizar la bodega.
- ❖ Carga y descarga de la materia prima.
- ❖ Carga y descarga de las mercancías.
- ❖ Ser responsable y profesional en el cumplimiento de sus funciones.
- ❖ Las demás funciones.

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.11.8. Matriz FODA de Sarumaky

Tabla 35. Matriz FODA de Sarumaky

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> *Sarumaky borda prendas de vestir, cuero y trabajos en madera 100% artesanal. *Bordados 100% a mano. *Disponibilidad de mano de obra. *Capacitaciones constantes. *La situación geográfica. *Calidad de la materia prima para confección y bordados 	<ul style="list-style-type: none"> *Ferias internacionales de artesanías textiles. *Apoyo de organizaciones internacionales. *Apoyo del Gad parroquial para capacitaciones y talleres. *Demanda de textiles artesanales. *Marketing por medio de figuras públicas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> *Limitados recursos económicos. *Ventas a nivel local. *Escaso conocimiento para exportar. * No cuentan con infraestructura y terreno propio. * Cambios constante de administración. 	<ul style="list-style-type: none"> *Producción industrializada. *Competencia nacional e internacional. *Escasos acuerdos comerciales en beneficio al sector textil artesanal. *Altas tasas arancelaria para la exportación. * Escaso apoyo para las asociaciones textiles por parte del gobierno.

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.11.9. Flujograma del proceso del bordado

El proceso de elaboración de las blusas con bordados a mano empieza desde la recepción de la materia prima como telas, hilos y más insumos por parte de los proveedores hasta el control de calidad del producto final, como se detalla en el siguiente gráfico:

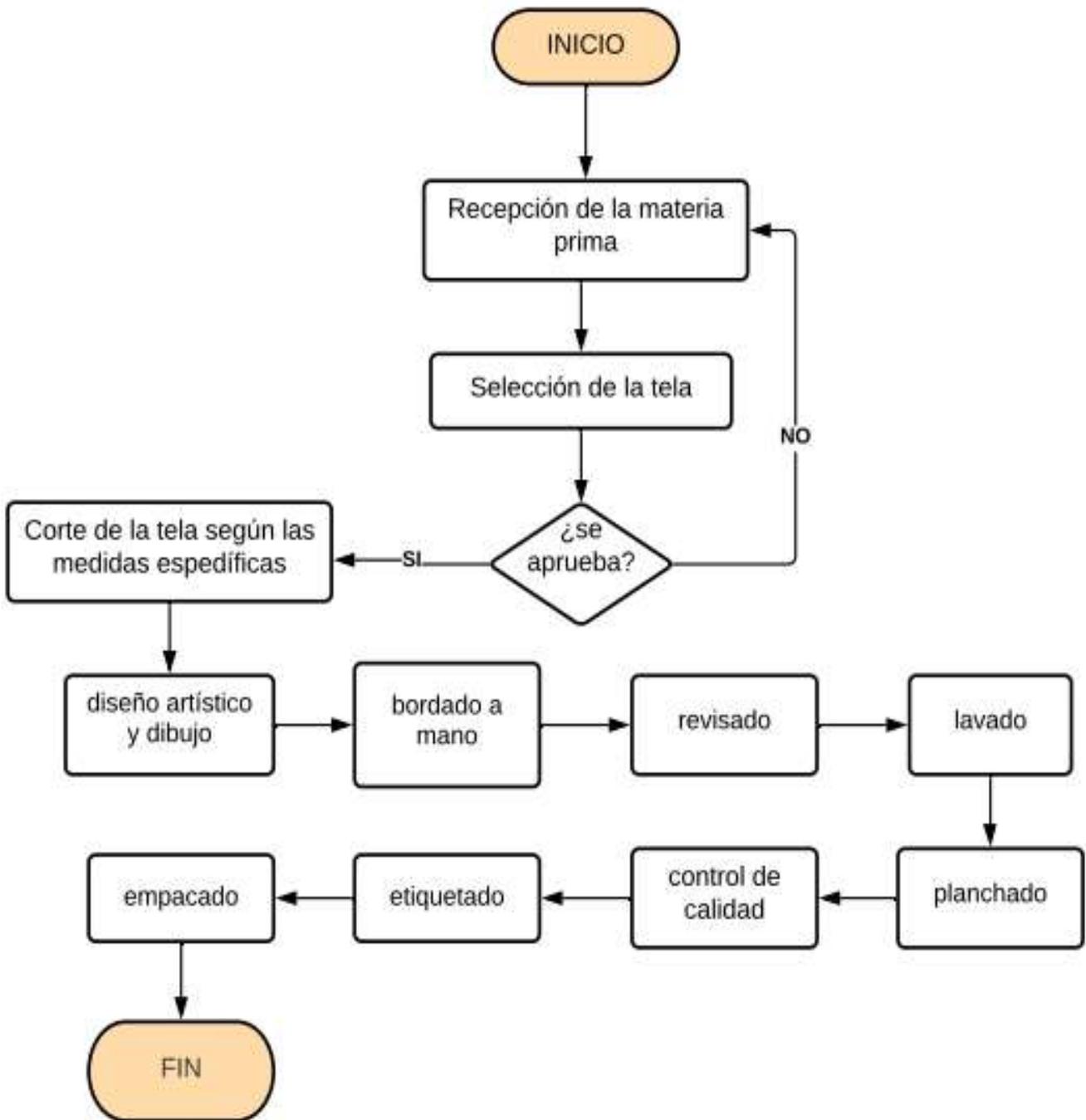


Figura 19. Flujograma de proceso del bordado

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.11.10 Competencia nacional

La competencia directa para Sarumaky en lo que a bordados a mano se refiere está en la misma localidad y se expande en toda la provincia de Imbabura en este caso los Gremios y Asociaciones que se dedican a esta actividad están ubicadas en la ciudad de Ibarra, Cotacachi, Atuntaqui y Otavalo.

Las comunidades indígenas que se han dedicado al bordado han sido Zuleta, La Esperanza, la Magdalena, La Rinconada, Angochagua en la ciudad de Ibarra, Turucu y Santa Bárbara en Cotacachi. A nivel nacional se realizan mercados o ferias artesanales de productos textiles en general una de las ferias más reconocidas está ubicada en la ciudad de Otavalo la feria de los pochos donde se puede encontrar variedad de textiles con bordados, de igual manera las ferias locales en las parroquias Zuleta, y La Esperanza (Males, 2016).

3. 12. PROCESO DE EXPORTACIÓN

3.12.1. Empresas demandantes en Manhattan - Nueva York

Tabla 36. Empresas demandantes en Manhattan - Nueva York

EMPRESA	DIRECCIÓN	CONTACTO
Bergdorf Goodman	754 Quinta Avenida Manhattan, NY 10019	212-753-7300 www.bergdorfgoodman.com
Lady Charm	151 W 34th St, New York, NY 10001	972) 241-0883 Ladycharmonline.com
Hollister Co	668 5th Ave, New York, NY 10019	+1 646-924-2556 www.hollisterco.com/

Fuente: Hollister Co (2021) / Lady Charm (2021) / Bergdorf Goodman (2021)

3. 12.2. Etapa pre-embarque

Para el SENA (2017) el pre-embarque inicia con la transmisión electrónica de la declaración aduanera de exportación el sistema ECUAPASS, la que se acompaña con la factura comercial o proforma y los documentos requeridos.

En la declaración aduanera de exportación debe de contar con la siguiente información:

- ❖ Del exportador o declarante.
- ❖ Descripción de mercancía por ítem de factura.
- ❖ Datos del consignante.
- ❖ Destino de la carga.
- ❖ Cantidades.
- ❖ Peso; y demás datos relativos a la mercancía (SENAE, 2017).

En el ECUAPPAS se deben registrar los siguientes documentos:

- ❖ Factura comercial original.
- ❖ Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- ❖ Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite) (SENAE, 2017).

Una vez aceptada la declaración aduanera de exportación la mercancía ingresa a zona primaria del distrito en donde se embarca el producto se registra y almacena previo a su exportación (SENAE, 2017).

Una vez notificada la exportación se procede a lo siguiente:

- ❖ Aforo Automático
- ❖ Aforo Documental
- ❖ Aforo Físico Intrusivo (SENAE, 2017).

3.12.3 Documentos para la exportación

Los documentos de exportación necesarios de detallan a continuación:

Registro del exportador:

- ❖ Gestionar el RUC.
- ❖ Adquirir la firma electrónica.

Registrarse en el portal de ECUAPASS:

- ❖ Actualizar base de datos.
- ❖ Crear usuario y contraseña.
- ❖ Aceptar las políticas de uso.
- ❖ Registrar firma electrónica (SENAE, 2017).

Documentos:

- ❖ Ruc previamente registrado.
- ❖ Factura comercial original con la información necesaria: cantidad, valor total y unitario, pesos, entre otros.
- ❖ Lista de empaque detallando las unidades por caja.
- ❖ Certificado de origen que acredite como producción ecuatoriana.
- ❖ Documentos del transporte: Bill of lading transporte marítimo.

3.12.4 Etapa post-embarque

Una vez llegado la mercancía a Estados Unidos presentar los siguientes documentos:

- ❖ Documentos de exportación para desaduanización de la mercancía.

Todos los documentos deben estar en idioma english adjuntado traducción original:

- ❖ Manifiesto de ingreso de las mercancías al territorio de Estados Unidos.
- ❖ Documentos del transporte.
- ❖ Factura comercial.

Previo a presentar la documentación requerida se procederá a desaduanizar la mercancía en Aduanas de Estados Unidos.

3.12.5 Cadena logística

El desarrollo de la cadena logística del Centro de Negocios y Servicios “Sarumaky” empieza desde la recepción de la materia prima con los proveedores hasta el consumidor final.

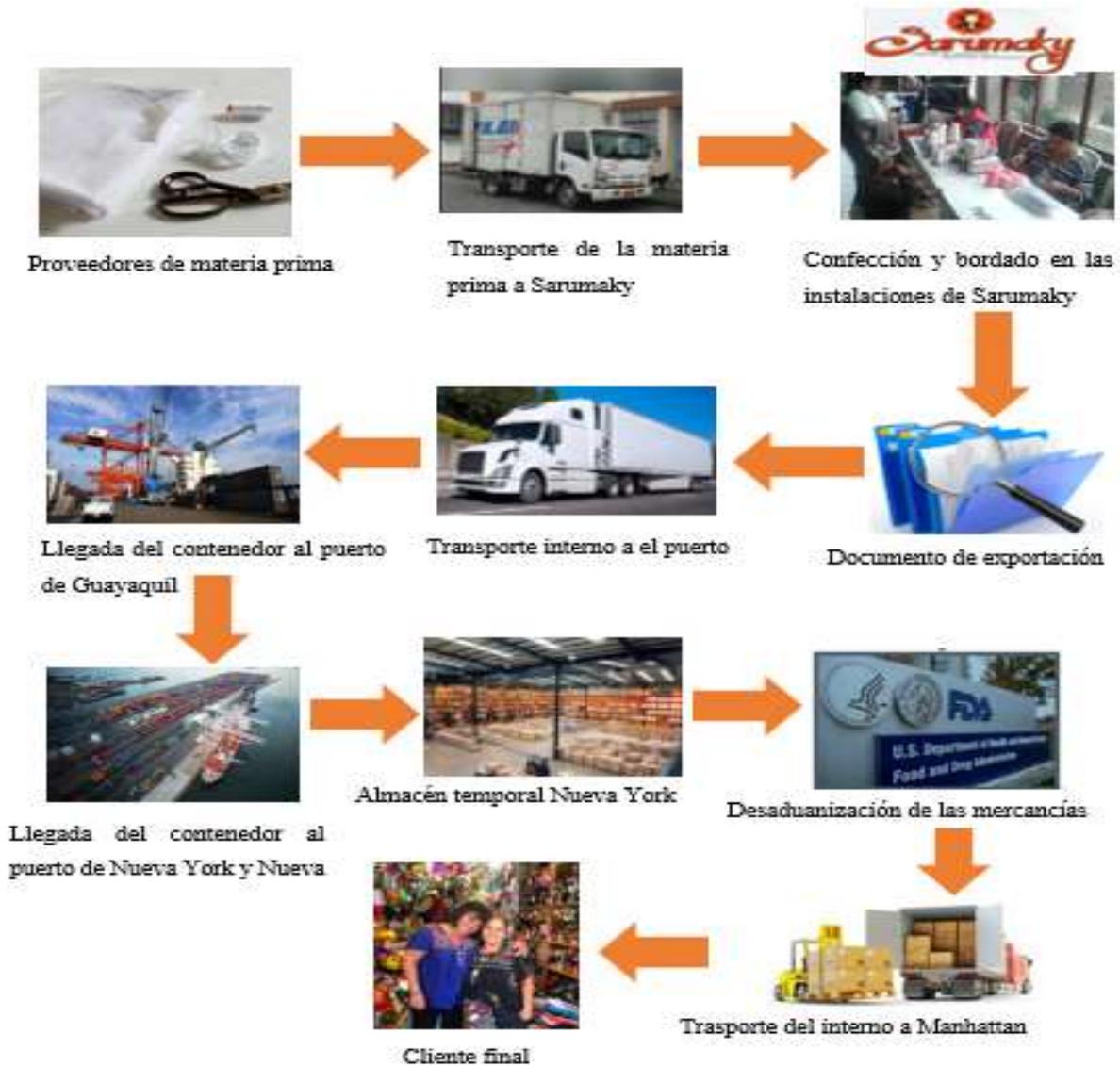


Figura 20. Cadena logística

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

La cadena logística parte desde la selección de la materia prima posteriormente la confección y bordados por las artesanas seguido el transporte interno hasta el puerto de Guayaquil posterior al puerto de Nueva York en Estados Unidos y el acompañamiento de la documentación necesaria para la exportación.

3.12.6 Canal de distribución

Para llegar al consumidor final en Manhattan – Nueva York se necesita definir el canal de distribución más apropiado.

En este sentido el tipo de canal para la distribución adecuada para “Sarumaky se detalla en la siguiente imagen:

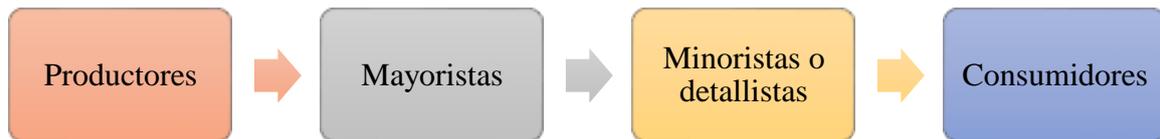


Figura 21. Canal de distribución

Fuente: Fischer y Espejo (2012)

“Este tipo de canal se utiliza para distribuir productos como medicina, ferretería y alimentos. Se usa con productos de gran demanda, ya que los fabricantes no tienen la capacidad de llevar sus productos a todo el mercado consumidor” (Fischer y Espejo, 2012, p. 162).

Cabe recalcar que este tipo de canal de distribución permite a la Asociación “Sarumaky” exportar de manera indirecta tomando en cuenta la escasa experiencia para llegar a mercados internacionales, por lo tanto, por este medio se puede fomentar las exportaciones de blusas con bordados a mano al mercado meta.

Tabla 37. Canal de distribución para el Centro de Negocios y Servicios Sarumaky

CANAL	DETALLE
<p data-bbox="164 1467 738 1500">Centro de Negocios y Servicios Sarumaky</p> 	<p data-bbox="1050 1485 1206 1518">Fabricante</p> <p data-bbox="828 1541 1430 1682">El canal de distribución parte desde el fabricante en este caso es “Sarumaky” de la parroquia La Esperanza- Cantón Ibarra</p> <p data-bbox="1054 2000 1201 2033">Mayorista</p>

Estados Unidos



Empresas importadoras de textiles como ropa, hilos, telas, entre otros productos de la industria.

Tiendas de ropa



Minorista

En este sentido son las tiendas de ropa o tiendas de artesanías textiles.

Consumidor



Cliente final

El cliente final en el mercado internacional.

Fuente: Fischer y Espejo (2012)

3.12.7. Estrategias de promoción

Acorde al desarrollo de la tecnología en el siglo XII el uso del internet y las redes sociales son herramientas indispensables para el trabajo y promoción de productos, por lo tanto, las estrategias de promoción que implemente el Centro de Negocios y Servicios Sarumaky le permitirá atraer a nuevos clientes y así comercializar sus textiles a otros mercados internacionales.

3.12.7.1. Misiones comerciales

Las misiones comerciales para Espejo “son reuniones entre compradores y vendedores, generalmente estos eventos son realizados por instituciones públicas o empresas especializadas

y tienen un enfoque sectorial, permite visitar un país o ser visitado para conocer más a fondo sobre los productos/servicios de la organización” (Espejo, 2018).

De acuerdo a lo citado por el autor las misiones comerciales ofrecen grandes ventajas para los exportadores como un negocio para atraer a los clientes potenciales, por lo que estas misiones pueden ofrecer a los nuevos clientes información detallada de todos los productos a ofrecer de una manera eficiente y eficaz en el momento justo.

3.12.7.2. Comercio electrónico

Para Echeverría (2016) el comercio electrónico es como una estrategia para impulsar el marketing digital con ayuda del internet como medio de comunicación a nivel mundial definido en las siguientes estrategias:

Página Web:

Consiste en crear una página con el objetivo de captar la atención de los consumidores mediante información oportuna, clara y con ideas innovadoras.



Figura 22. Página web Sarumaky

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

En este sentido el Centro de Negocios y Servicios Sarumaky cuenta con una página web donde exhibe sus textiles en telas, cueros y madera.

Inteligencia Comercial:

“Se basa en construir la oferta de servicio, sumar esfuerzos a la innovación interna y compartirla con otras empresas. Esta estrategia tendría como efecto dar a conocer el negocio, generar ingresos e incrementar el número de clientes y posibles referidos” (Echeverría, 2016).

Marketing:

Consiste en dar prioridad a los productos más conocidos por los clientes para ofrecer el mejor servicio que garantice la satisfacción de los clientes (Echeverría, 2016).

Ganar – Ganar:

Promocionar los productos con más acogida modificando los precios para atraer al consumidor de esta manera se da a conocer a la empresa. Esta estrategia garantiza el éxito del negocio mediante el uso del internet de manera eficaz y eficiente (Echeverría,2016).

3.12.7.3. Ferias internacionales

En Estados Unidos la ciudad de Nueva York es considerada como la capital de la moda donde se realiza ferias anuales online y físicas acogiendo a un gran número de pequeños empresarios, asociaciones y gremios de todas las industrias y más aún si son productos de origen artesanal, puesto que las grandes empresas o auspiciantes de las ferias en Nueva York y Los Ángeles tienen mayor prioridad a las artesanías por su esfuerzo y mano de obra. (Ver Anexo 10)

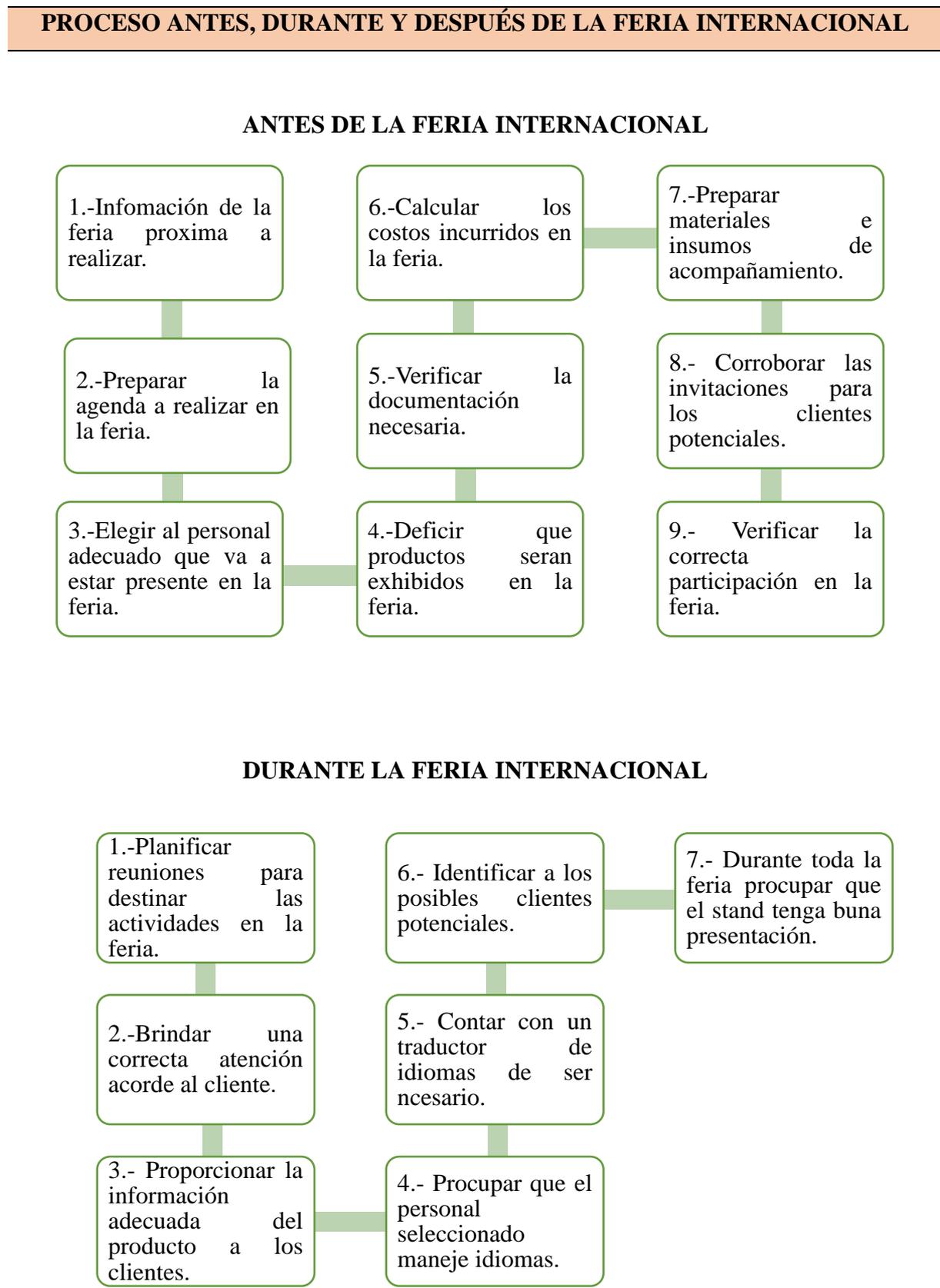
Por lo tanto, ferias como moda en Nueva York y Magic en Las Vegas en los meses de junio y julio atraen a turistas de todo el mundo por lo que Sarumaky podría formar parte gracias al apoyo de asociaciones en la ciudad de Nueva York. (Ver Anexo 11)

COTERIE DIGITAL es el paso adelante en la modernización del modelo B2B de la moda, creando nuevas vías para vender en los mercados globales de la moda, con contenido exclusivo y editoriales, y tecnología de sala de exhibición digital innovadora e intuitiva que fomenta nuevas formas inventivas de contar historias de marca y la aceleración de Comercio. (Coterie, 2021)

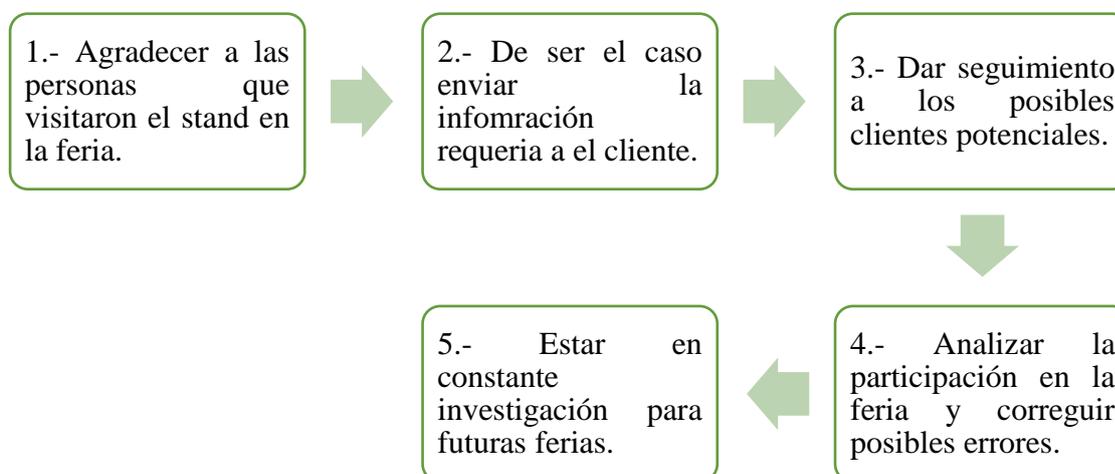
También en Manhattan- Nueva York se realizan ferias relacionadas a la moda, joyería, artesanías, entre otros productos como la feria NY Now Trade Show los eventos se llevan a cabo en Javits Center en Manhattan.

3.12.7.4. Proceso antes, durante y después de la feria internacional

Tabla 38. Proceso antes, durante y después de la feria internacional



DESPUÉS DE LA FERIA INTERNACIONAL



Fuente: Diario del Exportador (2021)

3.13. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Con la entrevista ejecutada al Administrador de “Sarumaky” se pudo definir la oferta exportable quien manifestó que la demanda de blusas con bordados a mano se ha ido incrementado en el mercado nacional y en ferias locales.

Por lo tanto, la Asociación está en la capacidad de producir lo siguiente:

Tabla 39. Capacidad de producción

ARTESANAS	HORAS DE TRABAJO	DÍAS DE TRABAJO	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN			
			Diaria	Semanal	Mensual	Anual
40 artesanas del bordado	6 diarias	7 días a la semana	40 blusas	280 blusas	1120 blusas	13440 Blusas

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

Es importante resaltar que de acuerdo a la entrevista “Sarumaky” cuenta con 70 artesanos en total, pero son 40 personas se dedican al bordado a mano en prendas de vestir. Y las 30 personas restantes se dedican al trabajo en cuero y madera (Benítez, 2021).

En este sentido “Sarumaky” tiene la capacidad de producir anualmente 13.440 blusas con bordados 100% a mano, considerando aquí un punto fundamental que para establecer la factibilidad del proyecto la oferta exportable es de 5.760 blusas al mercado de Nueva York de manera semestral es decir 2 veces al año y las 1.920 blusas restantes cubren la demanda nacional, cabe recalcar que de acuerdo a la experiencia de “Sarumaky” y de sus artesanas ellos observan un mayor ingreso económico en las ventas al exterior en comparación de la demanda local.

3.14. ETIQUETADO Y ENVASE

El etiquetado, empaque y embalaje por parte de la Asociación “Sarumaky” está constituido de la siguiente manera:

3.14.1. Etiqueta del producto

Para Thompson (2016) la etiqueta indica las características del producto como identificarlo, describirlo, diferenciarlo en el mercado.



Figura 23. Etiqueta del cuidado de las blusas con bordados a mano

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

Para etiquetar cada blusa primero se necesita terminar el producto final y proceder a etiquetar de acuerdo a las normas establecidas por Estados Unidos con referencia a prendas de vestir 100% artesanal.

Uno de los principales requerimientos para exportar a el mercado estadounidense es identificar en la etiqueta el país de origen en este caso “*Made in Ecuador*”. De igual manera se debe especificar las tallas de cada blusa de acuerdo a los estándares establecidos como XS, S, M, L, M, XL, XXL, esta información debe de estar especificada en la prenda o en la etiqueta de acompañamiento de la misma.

Otra de las indicaciones de etiquetado a considerar son los materiales con lo que se realiza los bordados y la composición de las blusas que deben estar especificados por porcentajes, adicional es fundamental que toda la información este en el idioma natal en este caso en el idioma inglés.

3.14.2. Envase del producto

Para la exportación del textil “Sarumaky” emplea una funda con bordados a mano la misma que cubre toda la prenda como se observa en la imagen:

Tabla 40. Envase del producto

ENVASE	MEDIDAS
	Alto: 0,30 cm Ancho: 0,2 cm Largo: 0,25cm

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

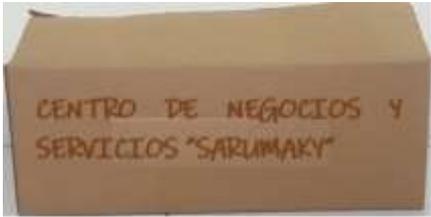
3.14.3. Cubicaje

El medio de transporte más adecuado para la exportación de blusas con bordados a mano desde la Asociación “Sarumaky” se considera el transporte marítimo puesto que este medio de transporte en cuanto a costos es más accesible que el transporte aéreo.

3.14.3.1. Cubicaje de las cajas

Para efectos de exportación las dimensiones de las cajas ya están estipuladas por “Sarumaky”, considerando que cada caja tiene la capacidad de albergar 20 prendas: 2 filas con 10 unidades, como se detalla en lo siguiente:

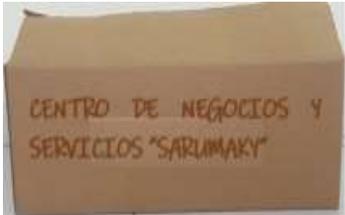
Tabla 41. Cubicaje de las cajas

CAJA	ENVASE
	
Medidas: Alto: 0,20 cm Ancho: 0,30 cm Largo: 0,60 cm	Medidas: Alto: 0,30 cm Ancho: 0,2 cm Largo: 0,25 cm

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.14.3.2. Cubicaje Pallets

Tabla 42. Cubicaje de los pallets

PALLET	CAJA	CUBICAJE
		
Medidas: Alto: 0,50 cm Ancho: 1 m Largo: 1,20 m	Medidas: Alto: 0,20 cm Ancho: 0,30 cm Largo: 0,60 cm	Cantidad filas: 12 cajas columna: 3 cajas Total : 36 cajas por pallet

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

En este sentido cada pallet contiene un total de 36 cajas con 20 blusas cada caja.

3.14.3.3. Cubicaje contenedor

La distribución de los pallets en el contenedor para “Sarumaky” es de la siguiente manera:

Tabla 43. Cubicaje del contenedor

CONTENEDOR DE 20 PIES	DISTRIBUCIÓN DE LOS PALLETS
	
Medidas internas:	Cantidad:
Alto: 2,38 m	Pallets: 8
Ancho: 2,35 m	Cajas: 36
Largo: 5,80 m	Total: 288 cajas con 5760 blusas

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

En lo que se refiere al cálculo del cubicaje en el contenedor de 20 pies para carga seca de acuerdo a las medidas del mismo están se distribuyó 8 pallets cada uno con 36 cajas que contienen 20 blusas cada una, como resultado de esto en total el contenedor contiene 288 cajas con 5,760 blusas, que se realizara el envío 2 veces al año de manera semestral desde la Asociación “Sarumaky” del cantón Ibarra.

3.15. INCOTERM

El cálculo de los incoterm define los costos que incurren para la exportación de blusas con bordados a mano, costos que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 44. Cálculo del Incoterm

INCOTERM	VALOR
EXW	63116,91
Manipuleo local	70
Unitarización	352
FCA/FAS	63538,91
Trasporte interno	650
Manipuleo embarque	100

Documentación	300
FOB	64588,91

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

El incoterm Free On Board Libre a Bordo (FOB) se lo implementa en el transporte marítimo, además es el más utilizado para las negociaciones internacionales (Kanvel, 2017).

Para efectuar la exportación término de incoterm Free On Board (FOB) se utilizó por sus características y por la disminución de los gastos de la exportación que en este caso representa. En este sentido se define las responsabilidades de “Sarumaky” se culminan hasta cuando la mercancía ya este a bordo del buque en el Puerto de Guayaquil, una vez finalizado sus responsabilidades pasan a manos del comprador.

En la siguiente tabla se define el precio de venta en relación al término FOB:

Tabla 45. Término de negociación FOB

Free On Board (FOB)	VALOR
C/U	15,50
Utilidad	20%
Precio de venta por unidad	20,50
Precio de venta por caja	41,10

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

En el mismo sentido se determinó el costo de venta de las blusas con bordados a mano en el mercado de destino donde la responsabilidad pasa al comprador.

Tabla 46. Término de negociación FOB

Free On Board (FOB)	VALOR
C/U	21.61
Utilidad	20%
Precio de venta por unidad	25.93
Precio de venta por caja	51,86

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.16. PROYECCIONES DEL ESTUDIO

Para las proyecciones del estudio se aplicó el método de mínimos cuadrados de acuerdo a la fórmula:

$$b = \frac{n * \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x - \sum x^2} \quad a = \frac{\sum y - b \sum x}{n \sum x - \sum x^2}$$

3.16.1. Importaciones de Estados Unidos de la partida 610610

Tabla 47. Proyecciones de las importaciones

AÑOS	X	IMPORTACIONES			
		TM (Y)	XY	X ²	Y ²
2015	1	364.075	479.937	1	230.339,523,969
2016	2	410.714	821.428	4	168.685,989,796
2017	3	318.442	955.326	9	101.405,307,364
2018	4	300.856	12.034,24	16	905.143,327,36
2019	5	287.717	14.385,85	26	827.810,720,89
2020	6	267.665	16.059,90	36	716.445,522,25
Σ	21	2.065.331	65.046,90	91	745.370,778,179

Fuente: Trade Map (2021)

Coefficiente de regresión:

$$b = \frac{6*6504690 - 21*2065331}{6(91) - 21^2} = -41369,62$$

$$a = \frac{2065331 - (-4136962*21)}{6(91) - 21^2} = 847062,21$$

Recta: Y= b+ax

$$Y = -41369,62 + 847062,21X$$

Proyecciones de las importaciones:

Tabla 48. Proyecciones de las importaciones

AÑOS X	IMPORTACIONES TM
2021	179.247
2022	263.953
2023	348.659
2024	433.365
2025	518.072

Fuente: La autora

3.16.2. Exportaciones de Estados Unidos de la partida 610610

Tabla 49. Proyecciones de las exportaciones de la partida 610610

AÑOS	X	EXPORTACIONES TM (Y)	XY	X ²	Y ²
2015	1	23.964	23.964	1	574.273,296
2016	2	21.204	42.408	4	449.696,16
2017	3	16.200	48.600	9	262.440,000
2018	4	17.912	71.648	16	320.839,744
2019	5	16.021	80.105	26	256.672,441
2020	6	13.875	83.250	36	192.515,625
Σ	21	109.176	34.9975	91	205.635,0722

Fuente: Trade map (2021)

Coefficiente de regresión:

$$b = \frac{6 \cdot 349975 - 21 \cdot 109176}{6(91) - 21^2} = -1836,62$$

$$a = \frac{109176 - (-183662 \cdot 21)}{6(91) - 21^2} = 37772,17$$

Recta: Y= b+ax

$$Y = -183662 + 3777217X$$

Proyecciones de las exportaciones:

Tabla 50. Proyecciones de las exportaciones

AÑOS X	EXPORTACIONES TM
2021	262.568
2022	300.340
2023	338.112
2024	375.885
2025	413.657

Fuente: La autora

3.16.3. Producción nacional Nueva York

United State. International Trade Commission proporciona estimaciones de importaciones, exportaciones, aranceles y producción nacional en cada estado o ciudad de Estados Unidos.

Tabla 51. Proyecciones de la producción nacional en Nueva York

AÑOS	X	PRODUCCIÓN TM (Y)	XY	X ²	Y ²
2015	1	427.825	427.825	1	183034.230625
2016	2	308.975	617.95	4	65465.550625
2017	3	232.175	696.525	9	53905.230625
2018	4	105.400	421.6	16	11109.16
2019	5	123.225	616.125	26	15184.400625
2020	6	116.625	699.75	36	13601.390625
Σ	21	1314.225	3479.775	91	331.190.803.125

Fuente: United State. International Trade Commission (2021)

Coefficiente de regresión:

$$b = \frac{6 \cdot 3479775 - 21 \cdot 1314225}{6(91) - 21^2} = -242960.6$$

$$a = \frac{1314225 - 2429606 \cdot 21}{6(91) - 21^2} = 473404.77$$

Recta: $Y = b + ax$

$$Y = -242960.6 + 473404.77 X$$

Proyecciones de la producción:

Tabla 52. Proyecciones de la producción

AÑOS X	PRODUCCIÓN TM
2021	328.953
2022	376.294
2023	423.634
2024	470.975
2025	518.315

Fuente: La autora

3.16.4. Consumo Nacional Aparente

El Consumo Nacional Aparente es igual a: $CNA = (I + P) - X$

- ❖ CNA: consumo nacional aparente
- ❖ I: importaciones
- ❖ P: producción
- ❖ X: exportaciones

Tabla 53. Consumo Nacional Aparente

CONSUMO NACIONAL APARENTE				
AÑO	Importaciones (TN)	Exportaciones (TN)	Producción Nacional (TN)	Consumo nacional aparente (TN)
2015	364.075	23.964	427.825	767.936
2016	410.714	21.204	308.975	698.485
2017	318.442	16.200	232.175	534.417
2018	300.856	17.912	105.400	388.344
2019	287.717	16.021	123.225	394.921
2020	267.665	13.875	116.625	370.415
2021	179.247	262.568	328.953	245.632

2022	263.953	300.340	376.294	339.907
2023	348.659	338.112	423.634	434.181
2024	433.365	375.885	470.975	528.455
2025	518.072	413.657	518.315	622.730

Fuente: United State. International Trade Commission (2021) / Trade Map (2021)

Un dato a tomar en cuenta las “Ciudades de Nueva York y Los Ángeles conservan plantas de fabricación que dan soporte a la industria de la moda en la ciudad de Nueva York” (Interreg Sudoe, 2018, p. 22).

3.16.5. Oferta exportable Centro de Negocios y Servicios Sarumaky

Tabla 54. Proyecciones oferta exportable de Sarumaky

AÑOS	X	PRODUCCIÓN			
		TM (Y)	XY	X ²	Y ²
2017	1	108	108	1	11664
2018	2	124	248	4	15376
2019	3	144	432	9	20736
2020	4	216	864	16	46656
Σ	10	592	1652	30	94432

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

Coefficiente de regresión:

$$b = \frac{4*1652 - 10*592}{4(10) - 10^2} = -11.466$$

$$a = \frac{592 - (-11.466)*10}{4(10) - 10^2} = 11.777$$

Recta: Y = -11.466 + 11.777 X

Proyecciones de la producción:

Tabla 55. Proyecciones de la producción

AÑOS X	PRODUCCIÓN TM
2021	474
2022	591
2023	709
2024	827
2025	945

Fuente: La autora

3.16.6. Demanda insatisfecha Manhattan-Nueva York - Estados Unidos

Tabla 56. Demanda insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA MANHATTAN-NUOVA YORK - ESTADOS UNIDOS														
Años	CONSUMO PER CÁPITA								DEMANDA INSATISFECHA		COBERTURA SARUMAKY			
	PN (Tn)	Im. (Tn)	Ex. (Tn)	CNA (Tn)	Población Estados Unidos	Real (Kg)	Recomendado (Kg)	Déficit Consumo (Kg)	Población Manhattan	Déficit total (Kg)	(Tn)	(Kg)	(Tn)	%
2015	427825	364075	23964	340111	318386421	0,10682	11,72	3,3537	1233831	4137899	4137			
2016	308975	410714	21204	389510	322941311	0,12144	11,72	3,1831	1247603	3971245	3971			
2017	232175	318442	16200	302242	324985539	0,9355	11,72	10,7845	1261529	13604959	1360			
2018	105400	300856	17912	282944	326687501	0,8702	11,72	10,8498	1275610	13840113	1384			
2019	123225	287717	16021	271696	328239523	0,8304	11,72	10,8896	1289849	14045939	1384			
2020	116625	267665	13875	253790	330222422	0,7702	11,72	10,9498	1628706	17834004	1783			
2021	328953	179247	262568	-83321	331689588	-0,2512	11,72	11,9712	1619090	19382450	1938	474000	474	2,4%
2022	376294	263953	300340	-36387	333886235	-0,1090	11,72	11,8290	1304246	15427925	1542	591000	591	3,8%
2023	423634	348659	338112	10547	333886235	0,0314	11,72	11,6886	1580320	18471728	1847	709000	709	3,8%
2024	470975	433365	375885	57480	338279530	0,1699	11,72	11,2185	1820000	20417670	2041	827000	827	4,5%
2025	518315	518072	413657	104415	340481021	0,3067	11,72	11,2169	2340000	26247546	2624	945000	945	3,6%

Fuente: Asociación Sarumaky (2021) / United States Census (2021) / United State. International Trade Commission (2021) / Trade Map (2021)

El consumo del per Cápita recomendado se obtuvo a través de la United State. International Trade Commission y Annual Survey of Manufacturers (Encuesta Anual de Manufacturas) el porcentaje recomendado es de 11,72 kg tomando en consideración que en promedio un estadounidense comprar hasta 50 prendas (blusas, blusas camiseras, similares) en el año tanto que para el año 2018 el ingreso en ventas fue de 31.268,4 millones en toda clase de prenda de vestir cifras que tiene al crecimiento para los próximos años (United State. International Trade Commission, 2019).

“El mercado de ropa en Estados Unidos es muy competitivo, fragmentado y maduro, con empresas nacionales e internacionales que compiten en diferentes segmentos de precio a través de múltiples canales de distribución” (Interreg Sudoe, 2018).

Para el año 2021 la demanda insatisfecha es de 1938 toneladas y la oferta exportable es de 474 toneladas por lo que el porcentaje de cobertura es de 2,4% para el mismo año, de esta manera se pretende cubrir parte de la demanda insatisfecha por el Centro de Negocios y Servicios Sarumaky. Cabe recalcar que para el cálculo de la demanda insatisfecha se consideró el historial de producción de “Sarumaky” para cubrir la demanda requerida en Bélgica en años anteriores.

Un punto importante a recalcar de acuerdo a lo manifestado por el Administrador de la Asociación Sarumaky es que están en la capacidad de aumentar su oferta exportable dado que en las parroquias La Esperanza, Angochagua y Zuleta existen más de 320 artesanas dedicadas al oficio de bordados y confecciones, además los encadenamientos con otras Asociaciones como Bordando Esperanza.

3.16.7. Estimaciones de ventas en el mercado de Manhattan

En la siguiente tabla se plasma las estimaciones de ventas tomando en cuenta que la Asociación “Sarumaky” realizará dos envíos por año para cubrir parte de la demanda insatisfecha a pesar que la cobertura es en porcentaje mínimo para “Sarumaky” representa un porcentaje importante en cuanto a expandir su producción en el mercado internacional.

Tabla 57. Estimaciones de venta

ESTIMACIONES DE VENTAS				
	2022	2023	2024	2025
Demanda insatisfecha (Tn)	1542	1847	2041	2624
% de cobertura	3,8%	3,8%	4,5%	3,6%
Frecuencia de envíos	Semestral	Semestral	Semestral	Semestral
Numero de envíos	2	2	2	2
Oferta exportable (Tn)	591	709	827	945
Pallets	8	8	8	8
Contenedores	2	2	2	2

Fuente: La autora

3.16.8. Gastos de exportación

Los gastos de exportación parten desde la salida de la mercancía en este caso del puerto de hasta la llegada en el puerto por lo cual se toma en consideración el término de negociación. La exportación se realizará dos veces en el año como se detalla en la tabla:

Tabla 58. Gastos de exportación

GASTOS DE EXPORTACIÓN			
Descripción	Envíos	Año 1	Año 2
Unitarización	2	352	704
Manipuleo	2	70	140
Documentos	2	300	600
Trasporte interno	2	650	2.600
Término de negociación (FOB)		1.372	4.044

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.17. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Para Baca (2013) el estudio económico es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

Mediante el estudio económico financiero se determina la factibilidad tanto del proyecto como también del Centro de Negocios y Servicios Sarumaky quien tiene la oportunidad de generar ingresos económicos para las artesanas de las parroquias La Esperanza y Angochagua mediante las exportaciones.

3.17.1. Activos fijos

Como lo define Baca (2013) se entiende por: “Activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros” (p.175).

Tabla 59. Activos fijos (anual)

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Infraestructura	60.000
Terreno	35.000
Maquinaria y equipo	61.115
Equipos de computación	3.890
Equipos de oficina	990
Muebles de oficina	14.020
Vehículo	17.000
Instalaciones	1.500
TOTAL	193.515

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

En este caso la Asociación “Sarumaky” ha invertido \$ 193.515 dólares en activos fijo que están constituido desde la parte fundamental como infraestructura y terreno propio, de igual manera los equipos de cómputo, equipos de oficina, muebles, un vehículo he instalaciones forman parte de este grupo indispensable para el buen funcionamiento.

3.17.2. Activos diferidos

“Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento” (Baca, 2013, p.175).

Tabla 60. Activos diferidos (anual)

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio de viabilidad	1.800
Gastos notariales, permisos e impuestos	1.500
Viajes al exterior	7.000
Publicidad previa al funcionamiento	26.400
TOTAL	36.700

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

La inversión requerida es de \$ 36.700 dólares en activos diferidos para la Asociación “Sarumaky”, en este caso están divididos acorde a la conveniencia como gastos notariales, permisos e impuestos también se consideró a un representante para viajes al exterior con la finalidad de entrar a nuevos mercados, otros de los puntos a considerar es la publicidad.

3.17.3. Capital de operación

Tal como lo define el autor Baca (2013) el capital de trabajo está representado por: “El capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa” (p.177).

Tabla 61. Capital de operación (anual)

DESCRIPCIÓN	VALOR
Costos de ventas	77.916
Gastos administrativos	1.698
Gastos de ventas	1.988
TOTAL	81.603

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

El capital de operación de la Asociación “Sarumaky” está constituido por los costos de ventas, gastos administrativos y gastos de venta con proyecciones mensuales de manera general.

3.17.4. Costo de materia prima

La materia prima utilizada para la confección de las blusas con bordados a mano es adquirida al año y parte desde la adquisición con diferentes proveedores de hilos, botones y agujas para los bordados 100% a mano cómo se detalla a continuación:

Tabla 62. Costo de la materia prima (anual)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	TOTAL
Blusas	13.440	Unidades	12	160.800
Hilo	500	Unidades	1,55	775
Botones	500	Unidades	1,2	600
Matizados	500	Unidades	1,95	975
Agujas	100	Unidades	1,5	150
Cajas	288	m2	2,5	720
TOTAL				164.020

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.17.5. Costos de producción

Para los costos de producción para “Sarumaky” se consideró la mano de obra directa que en este caso son las mujeres artesanas de La Esperanza y Angochagua también se consideró los insumos de los servicios básicos detallados en la tabla propuesta:

Tabla 63. Costos de producción (anual)

DESCRIPCIÓN	VALOR
Materia prima	164.020
Mano de obra directa	1243.18
Insumo	120
Mantenimiento de equipos	110
TOTAL	288.528

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.17.6. Gastos administrativos

Los gastos administrativos para el Centro de Negocios y Servicios Sarumaky están constituidos por los sueldos de administrativos, producción y comercial, pero en general los gastos administrativos según como lo define el autor Baca (2013) manifiesta que:

Los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no sólo significan los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos generales de oficina. (p. 174)

Tabla 64. Salarios administrativos (anual)

NOMINA	SUELDO	IESS	13 SUELDO	14 SUELDO	VACACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente	800	97.20	26,50	66.67	33.33	1023.70	12284.40
Secretaria	400	48,60	26,50	33,33	16,67	525,10	6301.20
A. Comercial	600	67.50	26.50	50	25	769	9.228
A. Ventas	600	67.50	26.50	50	25	769	9.228
A. Producción	600	67.50	26.50	50	25	769	9.228
Bodeguero	350	42.53	29.50	29.17	14.58	465.78	5589.30
TOTAL						2832.1	27.684

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.17.8 Depreciación de activos

La depreciación de activos se realizó de acuerdo a la información proporcionada de los bienes que tiene el “Sarumaky” los mismo que se detallan en la tabla propuesta:

Tabla 65. Depreciación de activos (anual)

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Infraestructura	60.000	5%	3000	3000	3000	3000	3000
Terreno	35.000	5%	1750	1750	1750	1750	1750
Maquinaria y equipo	61.115	10%	6111.53	6111.53	6111.53	6111.53	6111.53
Equipos de computación	3.890	33,33%	1296.54	1296.54	1296.54	0	0
Equipos de oficina	990	10%	99	99	99	99	99
Muebles de oficina	14.020	10%	1402	1402	1402	1402	1402
Vehículo	17.000	20%	3400	3400	3400	3400	3400
Instalaciones	1.500	5%	75	75	75	75	75
		TOTAL	17131,07	17131,07	17131,07	15837,53	15837,53

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

Por consiguiente, para las proyecciones de la depreciación de todos los bienes de “Sarumaky” se parte desde el valor original el porcentaje de depreciación para pronosticar a 5 años en este caso de la infraestructura, terreno, máquinas y equipos, equipos de computación, equipos de oficina, muebles de oficina, instalaciones y del vehículo.

3.17.9 Estado de resultados

El estado de resultados permite determinar si el Centro de Negocios y Servicios “Sarumaky” va a tener resultados positivos o negativos tanto en utilidad o pérdida por lo cual se calculó los ingresos y gastos realizados en la confección y comercialización de blusas con estampados bordados a mano (Baca, 2013, p.182).

En la tabla se puede observar la proyección para 5 años acorde a la información obtenida por parte de “Sarumaky”

Tabla 66. Estados de resultado (anual)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES					
Ventas	1797120	1886976	1981325	2080391	2184411
(-) Costos de ventas	934995	981745	1030832	1082373	1136492
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	862125	905231	950493	998018	1047918
Gastos operacionales					
(-) Gastos de Administración	20386	21405	22475	23599	24779
(-) Gastos de ventas	23856	25049	26301	27616	28997
UTILIDAD OPERACIÓN	817883	858778	901717	946802	994142
(-) Gastos financieros	16673	13697	10364	6631	2449
(-) Depreciación y amortizaciones	17134	17134	17134	15838	15838
(=) UTILIDAD DE OPERACIÓN ANTES DE IMPUESTOS	784077	827946	874218	924334	975856
(-) Participación a trabajadores (15%)	117612	124192	131133	138650	146378
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	666465	703754	743085	785684	829477
(-) Impuesto a la renta (25%)	166616	175939	185771	196421	207369
(=) Utilidad neta	499849	527816	557314	589263	622108

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.17.10 Proyecciones del proyecto

La proyección del proyecto permite determinar la factibilidad tanto del estudio investigado como del Centro de Negocios y Servicios Sarumaky.

3.17.10.1. Flujo de caja

Mediante el informe general del flujo de caja se refleja el movimiento de los ingresos y egresos del efectivo durante 5 años.

Tabla 67. Flujo de caja (anual)

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión inicial	235027					
Utilidad neta		130799	140422	150663	162430	174056
+ D. y amortizaciones		17134	17134	17134	15838	15838
- Préstamo, amortización del C.		24656	27619	30937	34654	38818
Recuperación capital de trabajo						161497
Valor de rescate						110438
Flujo de caja	-235027	123277	129937	136860	143613	423010

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

3.17.10.2. Cálculo del VAN y TIR

El cálculo del VAN Y el TIR es el resultado de: “La suma de los flujos descontados en el presente y la resta de la inversión inicial lo que equivale a comparar todas aquellas ganancias esperadas contra todos los desembolsos imprescindibles para producir esas ganancias” (Baca, 2013, p.208).

Por lo tanto, el cálculo del VAN y TIR están detallados de la siguiente manera:

Tabla 68. Cálculo del VAN y TIR

TASA DE OPORTUNIDAD:		0,111
AÑOS	FLUJO	FLUJO DESCONTADO
Año 0	-235027	-235027
Año 1	123277	110937
Año 2	129937	105226

Año 3	136860	99738
Año 4	143613	94183
Año 5	423010	249647
	VAN	424703
	TIR	56.89%

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

Cálculo de la tasa de oportunidad:

Tabla 69. Cálculo de la tasa de oportunidad

CÁLCULO DE LA TASA DE OPORTUNIDAD	
Costo medio ponderado	K_e (% capital propio) + K_d (1 - T) (% deuda)
Costo de capital	13,5% Tasa de mercado o costo de oportunidad de los accionistas
Coste de deuda	11,4% Tasa de interés bancario
% Cap. Propio	60%
% deuda	40%
Tasa	33,70% Tasa impositiva en el Ecuador
Costo medio ponderado	$13,5\% (0,6) + 11,4\% (1 - 33,7\%) (0,4\%)$
Total tasa de oportunidad	11,12%

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

Tiempo de recuperación del capital:

Tabla 70. Cálculo de la tasa de oportunidad

AÑO	FLUJO DESCONTADO	FLUJO ACUMULADO
0	-235027	-235027
1	110937	-124090
2	105226	-18865
3	99738	80873
4	94183	175057
5	249647	424703

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

De acuerdo la información de las tablas propuestas se puede determinar que el proyecto es factible para la Asociación “Sarumaky” y para el estudio, es así que de acuerdo a los resultados el proyecto es rentable en vista de que la tasa de oportunidad es de 11,12% con un periodo de recuperación de 2 años 2 meses.

3.17.11. Punto de equilibrio

De acuerdo al cálculo del punto de equilibrio se determinó el valor mensual acorde los ingresos, costos variables y costos fijos detallados en el gráfico del punto de equilibrio.

$$\text{Punto de equilibrio}_{(\text{cantidad})} = \frac{\text{costos fijos}}{\text{precio} - \text{costo variable (u)}} = \frac{78521}{559793} = 1403$$

$$\text{Punto de equilibrio}_{(\text{dólares})} = \frac{\text{costos fijos}}{1 - \text{costo variable / ingresos}} = \frac{78521}{1 - \frac{933547}{1797120}} = 13617$$

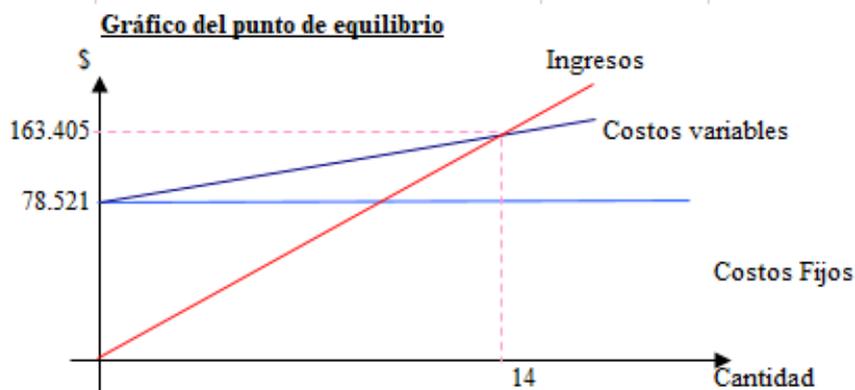


Figura 24. Punto de equilibrio

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

Para que el punto de equilibrio sea favorable se establece los costos variables, costos fijos presentes en toda la investigación.

3.17.12 Estructura financiamiento

El financiamiento está estructurado el 60% capital propio tomando en consideración la cooperación del Gad Parroquial La Esperanza y Angochagua como también de una fundación extranjera, el 40% del financiamiento corresponde a un préstamo bancario por el Banco del Estado quien otorga préstamos para inversión a una tasa de interés del 11,4% relativamente baja en el mercado financiero.

Tabla 71. Financiamiento

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Empresa	235027,35	60%
Financiamiento bancario	156684,90	40%
TOTAL	391712,25	100%

Fuente: Estudio investigado

3.17.12.1 Tabla de amortización

En las siguientes tablas se detallas el monto a financiar por parte del Banco del Estado con la cantidad de \$156,685 a un plazo de 60 meses y con la tasa de interés del 11,4% en el mercado.

Tabla 72. Amortización del crédito

DESCRIPCIÓN	VALOR
Monto a financiar:	156685
Tiempo (meses)	60
Anualidad	3438,05
Tasa bancaria	11,4%

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

Tabla 73. Amortización

MESES	MONTO	TASA	ANUALIDAD	INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
1	156685	0,0095	3438,05	1488,51	1949,54	154735,36
2	154735,36	0,0095	3438,05	1469,99	1968,06	152767,29
3	152767,29	0,0095	3438,05	1451,29	1986,76	150780,53
4	150780,53	0,0095	3438,05	1432,42	2005,63	148774,90
5	148774,90	0,0095	3438,05	1413,36	2024,69	146750,21
6	146750,21	0,0095	3438,05	1394,13	2043,92	144706,29
7	144706,29	0,0095	3438,05	1374,71	2063,34	142642,95
8	142642,95	0,0095	3438,05	1355,11	2082,94	140560,01
9	140560,01	0,0095	3438,05	1335,32	2102,73	138457,28
10	138457,28	0,0095	3438,05	1315,34	2122,70	136334,58
11	136334,58	0,0095	3438,05	1295,18	2142,87	134191,71
12	134191,71	0,0095	3438,05	1274,82	2163,23	132028,48
13	132028,48	0,0095	3438,05	1254,27	2183,78	129844,70
14	129844,70	0,0095	3438,05	1233,52	2204,52	127640,18
15	127640,18	0,0095	3438,05	1212,58	2225,47	125414,71
16	125414,71	0,0095	3438,05	1191,44	2246,61	123168,10
17	123168,10	0,0095	3438,05	1170,10	2267,95	120900,15
18	120900,15	0,0095	3438,05	1148,55	2289,50	118610,66
19	118610,66	0,0095	3438,05	1126,80	2311,25	116299,41
20	116299,41	0,0095	3438,05	1104,84	2333,20	113966,20
21	113966,20	0,0095	3438,05	1082,68	2355,37	111610,83
22	111610,83	0,0095	3438,05	1060,30	2377,75	109233,09
23	109233,09	0,0095	3438,05	1037,71	2400,33	106832,75
24	106832,75	0,0095	3438,05	1014,91	2423,14	104409,62
25	104409,62	0,0095	3438,05	991,89	2446,16	101963,46
26	101963,46	0,0095	3438,05	968,65	2469,40	99494,06
27	99494,06	0,0095	3438,05	945,19	2492,86	97001,21
28	97001,21	0,0095	3438,05	921,51	2516,54	94484,67
29	94484,67	0,0095	3438,05	897,60	2540,44	91944,23
30	91944,23	0,0095	3438,05	873,47	2564,58	89379,65

31	89379,65	0,0095	3438,05	849,11	2588,94	86790,71
32	86790,71	0,0095	3438,05	824,51	2613,54	84177,17
33	84177,17	0,0095	3438,05	799,68	2638,37	81538,80
34	81538,80	0,0095	3438,05	774,62	2663,43	78875,37
35	78875,37	0,0095	3438,05	749,32	2688,73	76186,64
36	76186,64	0,0095	3438,05	723,77	2714,28	73472,37
37	73472,37	0,0095	3438,05	697,99	2740,06	70732,30
38	70732,30	0,0095	3438,05	671,96	2766,09	67966,21
39	67966,21	0,0095	3438,05	645,68	2792,37	65173,84
40	65173,84	0,0095	3438,05	619,15	2818,90	62354,95
41	62354,95	0,0095	3438,05	592,37	2845,68	59509,27
42	59509,27	0,0095	3438,05	565,34	2872,71	56636,56
43	56636,56	0,0095	3438,05	538,05	2900,00	53736,56
44	53736,56	0,0095	3438,05	510,50	2927,55	50809,01
45	50809,01	0,0095	3438,05	482,69	2955,36	47853,64
46	47853,64	0,0095	3438,05	454,61	2983,44	44870,20
47	44870,20	0,0095	3438,05	426,27	3011,78	41858,42
48	41858,42	0,0095	3438,05	397,66	3040,39	38818,03
49	38818,03	0,0095	3438,05	368,77	3069,28	35748,75
50	35748,75	0,0095	3438,05	339,61	3098,44	32650,32
51	32650,32	0,0095	3438,05	310,18	3127,87	29522,45
52	29522,45	0,0095	3438,05	280,46	3157,59	26364,86
53	26364,86	0,0095	3438,05	250,47	3187,58	23177,28
54	23177,28	0,0095	3438,05	220,18	3217,86	19959,41
55	19959,41	0,0095	3438,05	189,61	3248,43	16710,98
56	16710,98	0,0095	3438,05	158,75	3279,29	13431,68
57	13431,68	0,0095	3438,05	127,60	3310,45	10121,24
58	10121,24	0,0095	3438,05	96,15	3341,90	6779,34
59	6779,34	0,0095	3438,05	64,40	3373,64	3405,69
60	3405,69	0,0095	3438,05	32,35	3405,69	0,00

Fuente: Asociación Sarumaky (2021)

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1 Resultado de la matriz POAM

Para identificar las oportunidades de mercados internacionales para el fomento de las exportaciones de blusas con bordados a mano del Centro de Negocios y Servicios “Sarumaky” se estableció la matriz de oportunidades y amenazas (POAM) con ponderaciones para los factores económicos, políticos, legales, tecnológicos y geográficos de cada país objeto de estudio.

Resumen de la matriz (POAM)

FACTORES	ESTADOS UNIDOS		ESPAÑA		PANAMÁ	
						
	oportunidades	Amenazas	oportunidades	amenazas	oportunidades	amenazas
económicos	1,8	0,4	1,2	1	1	1
políticos	3		3		2,5	
legales		2,5		2		2
tecnológicos	3		2		2	
geográficos	3		3		2,5	
suma	10,8	2,9	9,2	3	8	3
promedio	2,16	0,58	1,84	0,6	1,6	0,6
ponderación	1,58		1,24		1	

Fuente: La autora

Como resultado del análisis de la matriz POAM, se determinó que la mejor oportunidad de mercado internacional para los textiles de la Asociación “Sarumaky” es Estados Unidos, eso de acuerdo a las puntuaciones obtenidas. Recalcando como segmentación de mercado a Manhattan-Nueva York, como el mercado adecuado para las exportaciones.

4.1.2. Resultado de la entrevista

4.1.2.1. Entrevista aplicada a la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE)

La entrevista dirigida al Ingeniero Javier Díaz Crespo Presidente Ejecutivo de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, se la realizó con el objetivo de obtener información para el fomento de las exportaciones.

En la entrevista se identificó cuáles son los principales países que exportan textiles desde Ecuador y sus requisitos a cumplir en el mercado internacional en cuanto a las barreras arancelarias y no arancelarias y las estrategias que las pequeñas Asociaciones podrían aplicar para expandir sus mercados con ayuda de instituciones privadas o del Estado.

Como principales destinos para las exportaciones de prendas de punto desde Ecuador están Colombia, Estados Unidos, Perú, Chile, España y México, también existen una pequeña participación de exportaciones a países como Panamá, Europa, Italia, Alemania y Reino Unido. En este sentido las exportaciones de textiles aportan al indicador económico Producto Interno Bruto (PIB) con 0,8% al 1% de exportaciones no tradicionales con prendas de vestir de punto, hilos de tejer, prendas deportivas, líneas para el hogar, sombreros, suéteres de algodón o acrílicos, diferentes tipos de telas, sabanas, entre otros textiles.

Para ingresar al mercado internacional se debe dar cumplimiento con los requisitos formales principalmente presentar el certificado de origen acorde al acuerdo comercial con cada país, estar activo como exportador debidamente autorizado por el Sistema Nacional de Aduanas del Ecuador SENA. Desde la parte competitiva el exportador debe de competir con un producto de calidad que exigen el consumidor y la competencia.

Con países como México y Estados Unidos no existe un acuerdo comercial específico que beneficie al sector textil del Ecuador, esto conlleva el pago del arancel de nación más favorecida que dicho arancel es relativamente alto dependiendo del tipo de textil desde el 5% hasta el 40%.

En cuanto al ingreso de mercados nacional e internacional es fundamental conocer el mercado y al consumidor; la competencia en precios, gustos, preferencias, legislación, barreras y frecuencia de comprar. Sobre todo, para la exportación de textiles artesanales con alto valor agregado el productor está en la obligación de cumplir con lo prometido en este caso identificar si el textil es 100% artesanal. Puesto que los textiles de origen artesanal tienen gran acogida en

Japón, en ciudades de Estados Unidos como California, Nueva York, Chicago y en mercados europeos.

Para fomentar las exportaciones como Asociación de Industriales Textiles del Ecuador la institución maneja una propuesta denominada “Plan de mejora competitiva sectorial” mediante el fomento a la productividad y encadenamiento de los sectores productivos impulsando la producción bajo la asociatividad con la finalidad de satisfacer la demanda nacional e internacional.

Por otro lado, la AITE está creando un servicio denominado “Servicio especial de inteligencia de mercados” con el objetivo de proporcionar información de posibles oportunidades de mercados internacionales, agendas comerciales para asociaciones o productores textiles que deseen participar en ruedas de negocios en Estados Unidos, Mexico o Chile.

4.1.2.2. Entrevista aplicada al Administrador del Centro de Negocios y Servicios “Sarumaky”

El Centro de Negocios y Servicios Sarumaky es una Asociación ubicada en las calles Galo Plaza Lasso y Carrera Dolores Gómez de la Torre, a 130 metros antes de llegar al parque central de la parroquia La Esperanza, en el cantón Ibarra provincia de Imbabura. El Centro nace como un proyecto financiado por la Cooperación Técnica Belga y el Gobierno Provincial de Imbabura y ejecutado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de La Esperanza y Angochagua en el año 2013.

En el transcurso del proyecto se desarrollaron capacitaciones en varios temas como la participación en ferias textiles y ventas de pedidos a instituciones públicas y privadas de la provincia, de ahí nace la idea de tener un Centro propio para el año 2015, posterior a eso se ejecutó un concurso con las artesanas para definir el nombre que en este caso se concluyó “Sarumaky”.

A partir del año 2015 la Asociación “Sarumaky” se dedica a la venta de materia prima y productos terminados del bordado a mano y talabartería con el apoyo de mano de obra de artesanas del sector rural de las parroquias La Esperanza y Angochagua. Representada por el Ingeniero Mauricio Benítez, y además está conformada por 70 artesanas del bordado, mujeres del campo que bordan o tejen en su tiempo libre después de atender las actividades diarias como la agricultura, ganadería y su hogar; quienes se han mantenido firmes en conservar la técnica

del bordado, en especial las mujeres adultas mayores. Además, que cuenta con más artesanos quienes trabajan con cuero y madera.

“Las artesanas adultas mayores han querido conservar las técnicas del bordado por eso decidieron enseñar el oficio a los miembros de su familia es normal ver en el centro a sus hijas y nietas bordando” (Mauricio Benítez, 2020, entrevista).

A nivel de Asociación ofertan artesanías en cuero como bolsos, carteras, monederos también trabajos en madera como bateas, bigshas (cucharas de palo) y adornos para el hogar, pero lo que más se destaca son los bordados a mano en manteles de cocina y toda clase de prendas de vestir, lo cuales son comercializados con instituciones públicas y privadas bajo pedido.

“La comercialización se la realiza directamente en el Centro de Negocios Sarumaky, mediante negociaciones con instituciones públicas y privadas las cuales están aportando para que el producto final llegue a nivel nacional” (Mauricio Benítez, 2020, entrevista).

Los clientes finales a nivel nacional para la Asociación “Sarumaky” son personas naturales, empresas e instituciones públicas y privadas.

Por otro lado, consideran que la competencia ha sido una constante amenaza sobre todo porque se encuentra en la misma localidad, en este caso son los mismos artesanos y artesanas de las parroquias vecinas, inclusive organizaciones que apuntan a la venta y comercialización de este tipo de artesanías, como es la feria de Zuleta y el mercado de Otavalo. Por ello se han esforzado en mejorar la calidad de sus productos, con diseños originales bordados 100% a mano.

Pero los bordados de la asociación se caracterizan por ser un textil bordado 100% a mano y con los márgenes de calidad exigidos por el mercado, lo que en la competencia son productos elaborados a máquina que tienen mejores terminados, pero no contempla el producto ancestral que es la base para la tendencia en mercados internacionales. (Mauricio Benítez, 2020, entrevista)

En cuanto al tema de exportación el Administrador Mauricio Benítez manifiesta que la Asociación “Sarumaky” ha seguido capacitaciones afines al tema, pero no se ha llegado a tener el enlace y la capacidad económica para el ingreso a estos mercados de manera directa, salvo

el caso en el año 2016 enviaron un pedido de bordados a Bélgica por medio de intermediarios. Indica que la asociación tampoco cuenta con el apoyo del Estado ni de ningún Ministerio o gremio pertinente que les ayude a impulsar la mercancía, elevando la capacidad de extenderse a mercados internacionales fijos.

4.1.2.3 Resultado de la entrevista aplicada a las artesanas del bordado

Las artesanas del bordado están consideradas como la columna vertebral para el Centro de Negocios y Servicios Sarumaky y para el presente proyecto de investigación puesto que es en beneficio por y para ellas.

Es así que en la investigación se evidencia su participación mediante las entrevistas realizadas a un grupo de artesanas del bordado de la parroquia La Esperanza, que pertenecen a la Asociación “Sarumaky” quienes relatan su experiencia, pero sobre todo las principales dificultades por desempeñar el oficio.

Es así como una de ellas, la Señora Blanca Flores, de aproximadamente 50 años de edad, relata que tiene más de 30 años de experiencia en el oficio, desde muy niña aprendió a bordar y tejer.

“Recuerdo que después de llegar de la escuela mi abuelita me enseñaba a tejer sacos, bufandas y gorras, pero lo que más me gustaba era bordar los dibujos que yo mismo realizaba” (Blanca Flores, 2021, entrevista).

Esta artesana manifiesta que al no contar con una educación superior tuvo que desempeñar varias actividades dentro de su entorno como la agricultura y las ventas de productos agrícolas en el mercado los fines de semana, ya sea en la parroquia o en la ciudad de Ibarra.

También indica que el principal inconveniente del oficio del bordado se enfoca en la baja remuneración económica, afectando directamente los ingresos económicos de su hogar, puesto que el pago por cada prenda bordada o mantel no cubre los materiales invertidos mucho menos el tiempo que tomo en terminar el bordado.

Para bordar una blusa primero se requiere los tipos de hilos y las puntadas para el bordado en algunos casos los mismos clientes traen la prenda de vestir y el diseño que quieren, eso toma tiempo muchas veces nos demoramos una semana entera tomando en

cuenta todo eso el pago no es mucho si se trata de una unidad. (Blanca Flores, 2021, entrevista)

Hay que resaltar que éste oficio requiere de mucho tiempo, por ello la Señora Blanca Flores, comentó que en una ocasión se le presentó la oportunidad de bordar un mantel de cocina de 2 metros aproximadamente el cual le tomo 6 meses para terminar el diseño del bordado 100% a mano.

Menciona también que la competencia a afectado al sector, es así que, si hablamos de una misma prenda de vestir que en la Esperanza cuesta alrededor de 5 a 6 dólares, pero los dueños de los almacenes de ropa artesanal ubicados en la ciudad de Otavalo ofertan la misma prenda en 15 dólares, con la diferencia de que le colocan etiquetas como si fuese un producto de alguna marca reconocida que nada tiene que ver con la Asociación Sarumaky.

Para finalizar con la información proporcionada por la Señora Blanca Flores se tomó en consideración de que si en el supuesto caso de que este tipo de textil sea demandado en los mercados internacionales estaría en la capacidad de contribuir con la demanda requerida su respuesta fue la siguiente:

Sí, porque son grandes pedidos, la remuneración económica es mejor y con un mayor grupo de artesanas podríamos cumplir con el pedido en este caso juntaríamos a todas las artesanas de la Asociación Sarumaky y bordando Esperanza que son los gremios a los que pertenezco. (Blanca Flores, 2021, entrevista)

En este mismo sentido, otra de las artesanas de esta Asociación la Señorita Margarita Ortiz, indica que cuenta con 10 años de experiencia en el oficio, donde ha aprendido a bordar, dibujar y tejer, sin dejar de lado sus obligaciones como estudiante.

“Aprendí el oficio en mi casa viendo como bordaba mi mamá y mi abuelita ellas me enseñaron a bordar en chaquetas, pantalones, blusas, zapatos, en general en toda clase de prenda de vestir” (Margarita Ortiz, 2021, entrevista).

Esta artesana expresó su inconformidad por las dificultades del oficio, en este caso mencionó que el desarrollo de la tecnología y la utilización de máquinas ha acaparado el mercado dejando atrás el oficio de bordar a mano empleado en el sector textil como en años anteriores.

Para Margarita Ortiz un acabado de calidad va a depender del tiempo empleado en bordar cada prenda de vestir, por ejemplo, los bordados dependen de la puntada, los hilos, las agujas y por supuesto de la prenda, pero en promedio lleva un día en bordar.

Según la Señorita Ortiz, la remuneración económica no tiene muchos beneficios si se trata de pedidos en poca cantidad o en ferias que se venden por unidad.

“La remuneración es baja, no es mucho no cubre ni el tiempo invertido a veces ni los materiales utilizados en ciertos casos, salvo el caso de que las ventas sean por medio de intermediarios se gana un poco más” (Margarita Ortiz, 2021, entrevista).

Finalmente, Ortiz, menciona estar preparada para ofrecer sus productos al mercado internacional, en el supuesto caso de que este tipo de textil tuviese buena acogida o aceptación en estos mercados, al preguntarle sobre este tema ella respondió:

“Sí, porque cuento con la experiencia de trabajar bajo pedido en gran cantidad si he trabajado con el grupo de Sarumaky cuando enviamos un pedido a Bélgica de bordados en diferentes tipos de textiles” (Margarita Ortiz, 2021, entrevista).

Por último, se entrevistó a la Señorita Janina Sandoval, integrante del grupo de artesanas de la Asociación Sarumaky y bordando Esperanza, quien manifestó que cuenta con 02 años de experiencia en el oficio que de hecho es muy poco porque se ha dedicado a estudiar.

Aprendí el oficio en mi casa viendo a mi mamá y hermanas como bordaban y tejían, pero a mi abuelita me obligo a aprender porque todos en mi casa se dedicaban a esta actividad, ella me enseñó a bordar en toda clase de prenda de vestir. (Janina Sandoval, 2021, entrevista)

Los tipos de bordados que Janina Sandoval aprendió son muy pocos, por ejemplo, punto de cruz, relleno, cordón y planos, tomando en consideración su poca experiencia expresa que la competencia en Zuleta es la principal amenaza para las artesanas del bordado de la Parroquia La Esperanza, sobre todo para las Asociaciones a las que pertenece.

Para concluir con la entrevista a la señorita Sandoval, se le preguntó que si en el supuesto caso de que este tipo de textil sea demandado en los mercados internacionales estaría en la capacidad de contribuir con la demanda requerida su respuesta fue la siguiente:

“Sí, porque en pedidos más grandes la remuneración económica es mayor”
(Janina Sandoval, 2021, entrevista).

En síntesis, en base a las entrevistas anteriormente citadas se puede hacer tres consideraciones importantes:

Que, en estas parroquias del sector de Imbabura, existen familias que aún viven de este oficio, siendo uno de los principales ingresos económicos para el hogar, sin importar los ingresos que puedan generar.

Además, se puede apreciar el esfuerzo por mantener sus tradiciones y conservarlas a pesar de la adversidad, siendo los escasos ingresos económicos lo que repercute en no continuar al 100% en esta actividad, sino que se vean obligados a ejercer otras actividades para el sustento diario.

Y sobre todo indican que es necesario obtener pedidos en grandes cantidades para que se pueda retribuir los beneficios económicos de acuerdo al tiempo y materia prima empelada en la confección de cada prenda.

4.2. DISCUSIÓN

Mediante la ejecución del proyecto de investigación se obtuvo datos relevantes, con la finalidad de dar cumplimiento al objetivo general y al propósito del estudio que se resumen en determinar las oportunidades de mercados internacionales para textiles del Centro de Negocios y Servicios Sarumaky y el fomento de las exportaciones, por lo que se planteó 3 objetivos específicos que se han ido desarrollando en cada etapa de la investigación, partiendo desde el análisis bibliográfico, recolección de datos primarios y secundarios y análisis de factibilidad, por lo que se detalla de la siguiente manera:

En lo que se refieren a el primer objetivo específico que básicamente es fundamentar bibliográficamente oportunidades de mercados internacionales para textiles del Centro de Negocios y Servicios SARUMAKY del Cantón Ibarra – Provincia de Imbabura y el fomento de las exportaciones, se lo llevó a cabo mediante la recopilación de información primaria, que

en este caso son las entrevistas directamente al representante del Centro de Negocios y Servicios Sarumaky pero sobre todo a las artesanas del bordado de la parroquia La Esperanza, con la finalidad de conocer cuál es su situación real como artesanas del oficio. Para sustentar este objetivo y dar soporte a la investigación se citó fuentes secundarias de información.

Como resultado, en las parroquias La Esperanza y Angochagua existen más de 320 artesanos y artesanas del sector textil, pero en la Asociación “Sarumaky” son 70 los artesanos fijos de los cuales 40 son mujeres artesanas que se dedican al bordado en prendas de vestir en manteles o accesorios de cocina y 30 personas se dedican a diseños en cuero y madera. Además, la confección y comercialización se ha venido efectuando acorde a la demanda requerida ya sea local o nacional en poca cantidad por lo que repercute en sus ingresos económicos acorde al tiempo empleado en el oficio.

Tomando como referencia la investigación realizada por Males (2016) denominada “Modelo de optimización para la elaboración y comercialización de prendas de vestir bordadas a mano y producción de camisetas serigrafiadas de la empresa artesanal “Maky””, menciona que en la ciudad de Ibarra específicamente en la Parroquia Zuleta a partir del año 1930 existen registros de los primeros bordados en manteles como fuente de trabajo impulsado por el ex presidente del Ecuador Galo Plaza, a partir de la fecha las parroquias vecinas siguieron adoptando esta actividad entre ellas se encuentran La Esperanza, La Magdalena, La Rinconada y Angochagua.

Además, Males (2016) expresa que los bordados en blusas, manteles, servilletas, camisas, camisetas y vestidos son los más demandados en el mercado nacional e internacional, en el caso del Ecuador las ciudades como Quito, Cuenca, Guayaquil, Baños y Galápagos adquieren estos tipos de textiles al igual que el mercado en Estados Unidos.

Con los resultados de esta investigación, el Centro de Negocios y Servicios Sarumaky se dedica a la confección y comercialización de blusas con bordados a mano cubriendo la demanda local y nacional por lo que la Asociación a pesar de las dificultades ha decidido seguir trabajando en el oficio ofreciendo textiles con bordados 100% mano con el objetivo de dar mayor relevancia a la mano de obra artesanal.

La presente investigación también se fundamenta y se relaciona con los autores Brucil, Lara y Saráuz (2018). en su artículo “Estudio sobre la caracterización y fortalecimiento de los procesos comerciales de las Mipymes de la zona 1 del Ecuador”, sostienen que las micro, pequeñas y medianas empresas son quienes ofertan puestos de empleo para la gran mayoría de la población,

en este sentido en la provincia de Imbabura, las plazas de empleo en su mayoría se centran en el sector manufacturero, la provincia es reconocida por sus artesanías y textiles a nivel nacional e internacional.

El segundo objetivo específico es diagnosticar las oportunidades de mercados internacionales para el fomento de las exportaciones de textiles del Centro de Negocios y Servicios Sarumaky, el cual se sustentó por medio de datos estadísticos de fuentes como Trade Map, Banco Mundial, Banco Central del Ecuador y la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, para identificar los principales países importadores de blusas con bordados a mano, que en este caso de acuerdo al mayor porcentaje de composición se clasifica en la partida arancelaria 610610 de acuerdo a la Resolución 20 del Comex (2017).

Mediante el análisis estadístico se efectuó el estudio de mercado a los principales importadores que en este caso son Estados Unidos, España y Panamá cuyos resultados se ponderó en la matriz de oportunidades y amenazas POAM de acuerdo a esta ponderación, Estados Unidos es el país más favorable para fomentar las exportaciones del textil en estudio debido a que de acuerdo al análisis los factores económicos, político, legal, tecnológico y geográfico Estados Unidos posee alto valor adquisitivo que favorece a la producción con valor agregado en comparación a los 2 países en estudio.

Adicional con el respectivo análisis de la matriz de oportunidades y amenazas POAM, se pudo identificar que Manhattan- Nueva York es el mercado idóneo para las exportaciones, puesto que en la ciudad de Nueva York se concentran la mayoría de industrias manufactureras y textiles, además en el distrito Manhattan se encuentran tiendas o pequeños negocios donde ofertan a la ciudadanía artesanías en madera o en algún tipo de textil de preferencia que sea de origen artesanal de acuerdo a Annual Survey of Manufacturers (2021).

De igual manera se relaciona con la investigación de Tejada (2015) denominada “Plan de negocios para la exportación de camisas de algodón desde Ecuador hacia California, Estados Unidos período 2016-2025”, alude que los consumidores estadounidenses al momento de comprar un artículo de vestir está tiene que estar acorde a la tendencia actual por los estereotipos de los mismos habitantes, por lo que siempre acuden a almacenes de ropa para adquirir prendas de vestir no tradicionales.

El tercer objetivo específico establecer la oportunidad de mercado internacional para blusas con bordados a mano del Centro de Negocios y Servicios SARUMAKY del Cantón Ibarra –

Provincia de Imbabura y el fomento de las exportaciones donde se analizó el proceso de exportación, la capacidad de producción, el proceso de selección y bordado de las blusas como también el tipo de material a emplear en este como una estrategia de marketing puesto que al ser una prenda de vestir no necesariamente requiere un empaque y pero el embalaje si es primordial puesto que mejorar la protección de acuerdo al medio de transporte utilizado.

Así como menciona la autora Andrade (2015) en su investigación “Proyecto de factibilidad de la exportación de confecciones y productos de mantelería bordados a mano en el sector de Zuleta con destino a la ciudad de Madrid- España” manifiesta que para ingresar a mercados internacionales los textiles no son considerados mercancía frágil, pues no requiere un empaque porque opacaría su función, además los envases para este tipo de producto solo afectarían a las condiciones ecológicas.

Por lo que uno de los aspectos a considerar en la investigación, es el análisis de las barreras no arancelarias para el sector textil y su ingreso al mercado de Estados Unidos, como resultado este tipo de textil no tiene mayores complicaciones o requisitos a cumplir, por ejemplo, es necesario especificar los materiales y composición de la prenda especificados en porcentajes como también el país de origen y el proceso de fabricación o confección esto de acuerdo a la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador.

Para finalizar, se realizó el estudio económico- financiero con la finalidad de determinar si el resultado de la investigación es factible tanto para el proyecto como para “Sarumaky”, en definitiva, como se ha mencionado la investigación contribuye a la Asociación y de manera directa a las artesanas del bordado puesto que ofrece una alternativa para las exportaciones de textiles al mercado internacional, tomando en consideración los acuerdos comerciales y aranceles con mayor beneficio, pero sin dejar de cubrir la demanda en el mercado local y nacional.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- ❖ Mediante las plataformas de comercio exterior se identificó las oportunidades de mercados internacionales para fomentar las exportaciones de blusas con bordados a mano desde el Centro de Negocios y Servicios Sarumaky, por lo que se identificó los posibles mercados como Estados Unidos, España y Panamá principales países importadores de la partida arancelaria 610610 desde Ecuador.
- ❖ Se determinó el país meta en beneficio de las artesanas del bordado del Centro de Negocios y Servicios Sarumaky a través del estudio de mercado concluyendo que Estados Unidos es el mercado idóneo para fomentar las exportaciones de blusas con bordados a mano.
- ❖ Con la identificación del país idóneo se realizó la segmentación de mercado concluyendo que en la ciudad de Nueva York- Manhattan es el mercado más adecuado para exportar blusas con bordados a mano desde la Asociación “Sarumaky” ubicada en la parroquia La Esperanza - cantón Ibarra.
- ❖ Se fijó que el canal de ingreso al mercado de Manhattan – Nueva York que se lo realizaría a través de la exportación indirecta acorde al escaso conocimiento por parte de la Asociación “Sarumaky” en materia de exportación, requisitos y documentación.
- ❖ Se identificó que la exportación de blusas con bordados a mano desde “Sarumaky” al mercado de Manhattan – Nueva York se lo llevará a cabo mediante el transporte marítimo bajo el término de negociación FOB estableciendo que el Centro Negocios y Servicios “Sarumaky” se encarga de los costos y documentación que incurren hasta la llegada al puerto de Guayaquil.
- ❖ En las parroquias La Esperanza, Angochagua y Zuleta se encuentra un grupo considerable de mujeres y hombres artesanos del sector textil que aún conservan las técnicas de confección y bordados a mano en prendas de vestir y accesorios de cocina como también confecciones en cuero y bordados y diversas artesanías en madera por lo que con la creación de la Asociación “Sarumaky”, y la investigación del proyecto contribuye al fomento de las exportaciones por ende mejorar la rentabilidad económica para sus hogares.

- ❖ Se determinó que las artesanas del bordado son la principal razón de ser tanto para el Centro de Negocios y Servicios “Sarumaky” y para la investigación puesto que sin su colaboración y predisposición no es posible cubrir la demanda en el mercado nacional e internacional.

5.2. RECOMENDACIONES

- ❖ Es necesario concretar acuerdos comerciales que beneficien directamente al sector textil y de manera especial al sector artesanal, puesto que existen Gremios y Asociaciones artesanas que poseen productos con un alto valor agregado, pero no pueden internacionalizar su producción por las altas tasas arancelarias que afectan la rentabilidad del negocio y hogares.
- ❖ Se recomienda seguir con el fomento de las capacitaciones acorde a los estándares de calidad para el sector textil en mercados internacional, con la finalidad de contribuir con la producción de las artesanas del bordado que conforman el Centro de Negocios y Servicios Sarumaky.
- ❖ Se recomienda a las artesanas del bordado seguir fomentando el oficio a las futuras generaciones, puesto que según investigaciones realizadas La Esperanza, Angochagua y Zuleta son las únicas parroquias que aún conservan el arte del bordado 100% artesanal.
- ❖ Al Centro de Negocios y Servicios Sarumaky poner en práctica la investigación realizada como una alternativa para el fomento de las exportaciones acorde a las oportunidades de mercados internacionales para textiles de origen artesanal.
- ❖ Se recomienda al Centro de Negocios y Servicios Sarumaky cumplir con los requisitos y normas establecidas en el mercado internacional para que puedan fomentar las exportaciones de todos los textiles que ofertan como Asociación.
- ❖ La inversión en publicidad y la participación en ferias nacionales e internacionales del sector textil son excelentes oportunidades para establecer vínculos comerciales con mercados internacionales por lo que se recomienda a la asociación participar en los eventos que le generen beneficios.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alencastro, C. & Sorhegui, R. (04 de agosto del 2016). Análisis del sector textil ecuatoriano 2009-2013. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 3(4), 1-28.
- Amazon. (2020). *Ropa artesanal*. Recuperado de: <https://www.amazon.com/>
- Andrade, J. (2015). *Proyecto de factibilidad de la exportación de confecciones y productos de mantelería bordados a mano en el sector de Zuleta con destino a la Ciudad de Madrid-España*, Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Angulo, S. (09 de marzo del 2021). El sector textil perdió \$ 500 millones en 2020. *Diario Expreso*. Recuperado de: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/sector-textil>
- Annual Survey of Manufacturers. (2021). *Sector textil estadounidense*. Recuperado de: <https://www.census.gov/programs-surveys/asm.html>
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (2018). *El plan económico genera expectativa para el futuro del sector textil*. Recuperado de: https://www.aite.com.ec/boletines/2018/AITE_MensualMarzo_Completo_low.pdf
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (2018). *Exportaciones del sector textil y confección crecen durante 2018*. Recuperado de: https://www.aite.com.ec/boletines/2018/AITE_Boleti%CC%81n%20Mensual%20Septiembre.pdf
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (2021). *Boletines mensuales*. Recuperado de: <https://www.aite.com.ec/boletines.html>
- Asociación Latinoamericana de Integración. (2020). *Acuerdos comerciales Ecuador*. Recuperado de: <https://www2.aladi.org/nsfaladi/textacdos.nsf/vpaisesR/ecuador?OpenDocument&Start=1&Count=310&Collapse=25>
- Asociación Latinoamericana de Integración. (09 de febrero el 2012). *Acuerdo regional que instituye la preferencia arancelaria regional*. Recuperado de: http://www2.aladi.org/biblioteca/publicaciones/aladi/acuerdos/Regionales/es/04/AR_PAR_004_Adesion_Panama.pdf

- Astudillo, G. (14 de marzo del 2021). Más demanda en el exterior de artículos industrializados. *El Comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/demanda-exterior-articulos-industrializados-negocios.html>
- Asociación Panameña de Exportadores. (2020). *Lista de requisitos para exportación de productos textiles*. Recuperado de: <https://www.apexpanama.com/exportacion/productos-textiles/>
- Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Banco Central del Ecuador. (2021). *Evolución de la balanza comercial*. Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/299-evoluci%C3%B3n-de-la-balanza-comercial>
- Banco Central del Ecuador. (31 de marzo del 2021). *La pandemia incidió en el crecimiento 2020: la economía ecuatoriana decreció 7,8%*. Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1421-la-pandemia-incidio-en-el-crecimiento-2020-la-economia-ecuatoriana-decrecio-7-8>
- Banco de España. (14 de junio del 2021). *Proyección de las principales macromagnitudes de la economía española*. Recuperado de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/06/14/economia/1623671197_132290.html
- Banco Mundial. (2021). *Datos Macros*. Recuperado de: <https://datos.bancomundial.org/>
- Banco Mundial. (2021). *Datos macro Ecuador*. Recuperado de: <https://datos.bancomundial.org/pais/ecuador>
- Bergdorf Goodman. (2021). *Ropa artesanal*. Recuperado de: <https://www.bergdorfgoodman.com>
- Benítez, M. (08 de octubre del 2020). *Conocimiento personal*. (Manosalvas, N. Entrevistador).
- Brucil, J., Lara, L. & Saráuz, L. (2017). Estudio sobre la caracterización y fortalecimiento de los procesos comerciales de las Mipymes de la zona 1 del Ecuador. *Revista Comercio & Negocios*, 1(7), 145-162.
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (18 de junio del 2020). *Oportunidades comerciales para la industria textil y confección en Ecuador y Estados Unidos*. Recuperado de: <https://www.camaramedellin.com.co/articulos-y-noticias/noticias/oportunidades-comerciales-para-la-industria-textil-y-confeccion-en-ecuador-y-estados-unidos>

- Centro de Negocios y Servicios Sarumaky. (2020). *Información general*. (Manosalvas, N. Entrevistador).
- Centro de Negocios y Servicios Sarumaky. (2021). *Información general*. (Manosalvas, N. Entrevistador).
- Confederación de la industria textil. (11 de octubre del 2016). *El TTIP y el sector textil-confección en España*. Recuperado de: http://www.e-nvia.com/html/data/files/temp183_127_RI03_Informe%20Cityc_TTIP.pdf
- Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación. (2020). *Riesgo país*. Recuperado de: <https://www.cesce.es/es/riesgo-pais>
- Coterie. (2021). *Evento comercial digital*. Recuperado de: <https://www.coteriefashionevents.com/en/exhibitor/Exhibit-at-COTERIE.html>
- Data USA: Nueva York. (2021). *Nueva York, NY*. Recuperado de: <https://datausa.io/profile/geo/new-york-ny>
- Diario del Exportador. (2021). *Antes, durante y después de una Feria Internacional*. Recuperado de: www.diariodelexportador.com
- Echeverría, A. (2016). *Desarrollo de Estrategias de Marketing para los establecimientos de comidas mediante el e-marketplace*, Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- El Comercio. (05 de febrero del 2021). *El desempleo en EE. UU cae al nivel más bajo desde antes de la pandemia*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/mundo/desempleo-eeuu-caida-pandemia-coronavirus.html>
- El Economista. (13 de julio del 2021). *La inflación en EE.UU. fue de 5,4%*. Recuperado de: <https://eleconomista.com.ar/2021-07-la-inflacion-en-ee-uu-fue-de-54/>
- España Exportación e Inversiones. (2019). *Requisitos para la importación de productos textiles. Etiquetado y normas de seguridad. Oficina Económica y Comercial de España*. Recuperado de: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/DOC2019820164.html>
- Espejo, Á. (31 de enero del 2018). *Cómo sacar provecho a las misiones comerciales*. Recuperado de: <http://www.zonafrancavigo.com/red/downloads/pdf/bd3d46137e22aed0763703815a154dff.pdf>

- Espinoza, E. & Casanova, A. (06 de diciembre del 2015). Análisis de las ventajas comerciales para las manufacturas ecuatorianas en la región andina, 2002-2014. *Revista científica ECOCIENCIA*, 2(6), 1-19.
- Farías, G. (26 de febrero del 2016). *Tendencias globales del sector textil. Tercera a quinta tendencia*. Recuperado de: <https://gabrielfariasiribarren.com/tendencias-globales-del-sector-textil-tercera/>
- Fischer, L. & Espejo, J. (2012). *Mercadotecnia*. México: McGraw Hill.
- Flores, B. (06 de marzo del 2021). *Conocimiento personal*. (Manosalvas, N. Entrevistador).
- Fortuño, M. (21 de julio del 2021). La inflación se está disparando en Estados Unidos, España y el resto del mundo: por qué muchos nos estamos empezando a preocupar. *El Economista*. Recuperado de: eleconomista.com.
- Garzón, D. (31 de julio del 2020). La industria textil, un sector importante en la economía de Colombia. *Corporación Cívica Daniel Gillard CECAN E3*. Recuperado de: <https://cecane3.com/la-industria-textil-un-sector-importante-en-la-economia-de-colombia/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra. (2020). *Ciudad de Ibarra*. Recuperado de: <https://www.ibarra.gob.ec/site/>
- Gómez, S. (26 de mayo del 2020). La industria textil en el Ecuador. *Fashion Law & Moda*. Recuperado de: <https://enriqueortegaburgos.com/la-industria-textil-en-el-ecuador/>
- Google Map. (2020). *Localización de la provincia de Imbabura*. Recuperado de: <https://www.google.com.ec/maps/place/La+Esperanza/@0.3048675,-78.1318478,3135m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x8e2a3d459cf08e9b:0x428890b38e779377!8m2!3d0.304846!4d-78.123093?hl=es>
- Hollister Co. (2021). *Ropa artesanal*. Recuperado de: <https://www.hollisterco.com/shop/wd-es>
- International Monetary Fund. (17 de mayo del 2021). *Panamá: Declaración final del personal para la Misión de Consulta Virtual 2021 del Artículo IV*. Recuperado de: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2021/05/17/mcs-051721-panama-staff-concluding-statement-for-the-virtual-2021-article-iv-consultation-mission>

- Interreg Sudoe. (31 de marzo del 2018). *Estudio de mercado el sector de la moda en Estados Unidos*. Recuperado de: http://www.intertex-sudoe.eu/wp-content/uploads/2017/02/Informe_Estudio-moda-USA_INTERTEX.pdf
- Jumbo, D., Campuzano, J., Vega, F. & Luna, A. (2020). Crisis económicas y covid-19 en Ecuador: impacto en las exportaciones. *SciELO revista de Administración de Empresas*, 1(12), 1-50.
- Kanvel, K. (18 de diciembre del 2017). *¿Qué son los incoterms 2020? Clasificación y tipos*. Recuperado de: <https://kanvel.com/incoterms/>
- Kotler, P. & Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. México: Pearson Educación.
- Lady Charm. (2021). *Tienda de ropa*. Recuperado de: <https://www.ladycharmonline.com/>
- La Sirena Mexican folk. (2020). *Tienda de regalos culturales*. Recuperado de: <https://www.facebook.com/LaSirenaMexicanFolkArt>
- Lerma, A. & Márquez, E. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*, México: Ceagage Learning Editores.
- Macas, G. (2016). *Ecuador y su futuro en el comercio internacional*, Samborondón: Universidad ECOTEC.
- Mancera, A. (2015). *Negocios internacionales en un mundo globalizado*, México: Grupo Editorial Patria.
- Macy's Herald Square. (2020). *Tienda de ropa*. Recuperado de: https://www.macys.com/?lid=glbtopnav_macys_icon-intl
- Males, F. (2016). *Modelo de optimización para la elaboración y comercialización de prendas de vestir bordadas a mano y producción de camisetas serigrafiadas de la empresa artesanal "MAKY"*, Quito: Escuela Politécnica Nacional.
- Mapa Owje. (2011). *Mapa de la provincia de Imbabura-Ecuador*. Recuperado de: <https://mapas.owje.com/16220/imbabura.html>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2017). *Nomenclatura de designación y codificación de mercancías del Ecuador*. Recuperado de: <http://www.pudeleco.com/files/a17026a.pdf>
- Navarro, A., Rey, M. & Barrera, R. (2017). Compromiso, recursos, emprendimiento exportador y resultados empresariales. *SciELO revista de Administración de Empresas*, 57(2), 135-147.
- Ochoa, C. (29 de mayo del 2015). *Muestreo no probabilístico muestreo por conveniencia*. Recuperado de: <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-por-conveniencia>

- Organización Internacional del Trabajo. (08 de abril del 2020). *La COVID-19 y las industrias de los textiles, el vestido, el cuero y el calzado*. Recuperado de: https://www.ilo.org/sector/Resources/publications/WCMS_744354/lang--es/index.htm
- Organización Mundial del Comercio. (2018). *Los principios del sistema de comercio*. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact2_s.htm
- Organización Mundial del Comercio. (2020). *Aranceles*. Recuperado de: <http://tariffdata.wto.org/ReportersAndProducts.aspx>
- Organización Mundial del Comercio. (08 de abril del 2020). *Desplome del comercio ante la pandemia de COVID-19, que está perturbando la economía mundial*. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/news_s/pres20_s/pr855_s.htm
- Ortiz, M. (06 de marzo del 2020). *Conocimiento personal*. (Manosalvas, N. Entrevistador)
- Ortiz, M., Felipe, P. & Arias, E. (01 de enero del 2013). Desempeño logístico y rentabilidad económica: fundamentos teóricos y resultados prácticos. *Redalyc, 1(149)*, 182-193.
- Pro Ecuador. (12 de diciembre del 2017). *Catálogo permitirá potenciar exportaciones del sector textil*. Recuperado de: <https://www.proecuador.gob.ec/catalogo-permitira-potenciar-exportaciones-del-sector-textil/>
- Robben, X. (2016). *La cadena de valor de Michael Porter: identifique y optimice su ventaja competitiva*. Recuperado de: <https://www.50minutos.es/libro/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>
- Rodríguez, F. (26 de septiembre del 2017). Las artesanías chilenas se exhiben en Nueva York. *FASHION NETWORK*. Recuperado de: <https://pe.fashionnetwork.com/news/Las-artesantias-chilenas-se-exhiben-en-nueva-york,872927.html>
- Rosaz, S., Corredor, C., Silva, H., Castellanos, A., Gonzáles, J. & Ortiz, M. (2016). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias*, Barranquilla: ECOE EDICIONES.
- Sandoval, J. (06 de marzo del 2021). *Conocimiento personal*. (Manosalvas, N. Entrevistador).
- Sampieri, R., Fernández, C. & Bastidas, P. (2010). *Metodología de la investigación*, México: Mc Graw Hill.
- Sistema de información sobre comercio exterior. (2020). *Acuerdos comerciales Ecuador*. Recuperado de: http://www.sice.oas.org/ctyindex/ecu/ecuagreements_s.asp

- Santander Trade. (2020). *Presentación General Estado Unidos*. Recuperado de:
<https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/presentacion-general>
- Santander Trade. (2020). *Cifras del comercio exterior en los Estados Unidos*. Recuperado de:
<https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/cifras-comercio-exterior>
- Sistema de Inteligencia Comercial. (2021). *Inteligencia de Mercados – Estudio de prendas de vestir en EE UU*. Recuperado de:
<https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/estudio-prendas-vestir-ee-uu-2018.pdf>
- Sistema Nacional de Aduanas del Ecuador. (2017). *Proceso de exportación*. Recuperado de:
<https://www.aduana.gob.ec/>
- Trade Map. (2021). *Principales países importadores*. Recuperado de:
https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c610610%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Trade Map. (2021). *Principales países exportadores*. Recuperado de:
https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c610610%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Trade Map. (2021). *Principales países importadores por Ecuador*. Recuperado de:
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c%7c610610%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Tejada, D. (2016). *Plan de negocios para la exportación de camisas de algodón desde Ecuador hacia California, Estados Unidos período 2016-2025*, Quito: Universidad Técnica Equinoccial.
- Thompson, I. (2016). *Marketing*. Recuperado de:
<https://www.marketingfree.com/producto/etiquetas.html>
- United States Census. (2020). *Hechos rápidos Condado de Nueva York (distrito de Manhattan)*. Recuperado de:
<https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/newyorkcountymanhattanboroughnewyork/HEA775219#HEA775219>
- United State: International Trade Commission. (2021). *Datos comerciales*. Recuperado de:
<https://dataweb.usitc.gov/>

Vallejo, D. (2013). *Plan de exportación de camisas bordadas a mano, provenientes de la parroquia La Esperanza, cantón Ibarra hacia el estado de Nueva York (EEUU)*, Quito: Universidad Internacional SEK.

Villagómez, L. (2015). “*Plan de exportación de bordados finos de Zuleta a Canadá en el 2015*”, Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.

VII. ANEXOS

Anexo 1: Solicitud dirigida a la Asociación

Memorando Nro. UPEC-CEYNCI-2019-740-M
Tulcán, 25 de julio de 2019

PARA: Ing. Mauricio Bentez
ADMINISTRADOR DEL CENTRO DE NEGOCIOS Y SERVICIOS SARUMAKY

ASUNTO: Solicitud

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo, deseándole éxitos y aciertos en sus importantes funciones.

Por medio del presente me permito poner en su conocimiento que la señorita estudiante de la carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional **Manosalvas Ayala Nataly Gabriela**, portador de la cédula de identidad No. **175156832-8**, se encuentra realizando el tema de investigación "Oportunidades de mercados internacionales para textiles del Centro de Negocios y Servicios SARUMAKY del cantón Ibarra - Provincia de Imbabura y el fomento de las exportaciones", motivo por el cual solicito muy respetuosamente a su autoridad se digne autorizar a quien corresponda se brinde información para que la señorita realice el trabajo de titulación.

Cabe recalcar que la información proporcionada será utilizada con absoluta confidencialidad y destinada a fines estrictamente académicos.

Seguros de contar con una respuesta favorable desde ya anticipo mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente,

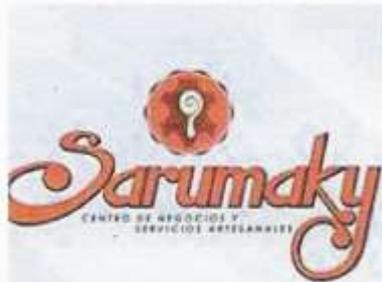


Ing. Edison Caza Guevara Msc.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL**



Handwritten signature and date: 2019-07-25

Anexo 2: Carta de aceptación por parte del Centro de Negocios y Servicios Sarumaky



Oficio CNS No. 0012. 2019
La Esperanza, 25 de julio de 2019

Magister
Edison Caza
**DIRECTOR DE CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL – UPEC**
Presente

Me dirijo a usted, en la oportunidad de aceptar a la señorita MANOSALVAS AYALA NATALY GABRIELA, con CI. 1751568328, estudiante de la **Universidad Politécnica Estatal del Carchi, de la Carrera de Comercio Exterior y Negociación de Comercial Internacional**, para realizar su trabajo de titulación en el tema "Oportunidades de mercados internacionales para textiles del Centro de Negocios Y Servicios SARUMAKY, del Cantón Ibarra – Provincia de Imbabura y el fomento de las Exportaciones.

Es necesario señalar que la información entregada deberá ser utilizada con absoluta confidencialidad y destinada exclusivamente para fines académicos.

Particular que informo para los fines pertinentes:

Ing. Mauricio Benítez
**ADMINISTRADOR CNS
SARUMAKY**

Cel.: 0986330110

Anexo 3: Correo entrevista Asociación de Textiles Industriales del Ecuador

LINK ENTREVISTA PARA LA UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI/ TULCAN

De: AITE <aite@aite.org.ec>

Enviado: martes, 18 de mayo de 2021 15:55

Para: NATALY MANOSALVAS AYALA <nataly.manosalvas@upec.edu.ec>

Asunto: RE: ENTREVISTA PARA LA UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI/ TULCAN

Estimada Nataly buenas tardes

Es un gusto saludarla, me llamo mucho la atención que no haya recibido respuesta por parte de la AITE con respecto a su requerimiento en días anteriores, siempre estamos prestos a colaborar con quienes lo requieren, quizás por algún motivo no llego su correo. Por otra parte quien le va a dar la entrevista es el Ingeniero Javier Díaz Crespo, Presidente Ejecutivo de la AITE, la misma puede ser el martes 25 de mayo a las 9h00 mediante la plataforma zoom, por favor quedo atenta a su confirmación por esta misma vía para proceder a crear el link y enviarle por esta misma vía.

Saludos cordiales,



Paola Meza Madrid
ASISTENTE DE LA PRESIDENCIA EJECUTIVA

☎ 098 466 1627
Av. Amazonas y República
Edf. Las Cámaras, 8vo piso
Tel. 593-2-2451350
2451286 / 2449434
aite@aite.org.ec
www.aite.com.ec
Quito-Ecuador



LINK ENTREVISTA PARA LA UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI/ TULCAN

🕒 Mensaje enviado con importancia Alta.

A

AITE <aite@aite.org.ec>

Mié 19/05/2021 7:36

Para: NATALY MANOSALVAS AYALA



Estimada Nataly

Siempre es un gusto poder proporcionar información a las personas que lo requieren, con mucho gusto envío el link para la entrevista con el Ingeniero Javier Díaz Crespo: martes 25 de mayo 9h00 am:

Asociación De Industriales Textiles Del Ecuador-AITE le está invitando a una reunión de Zoom programada.

Tema: Estudiante Universidad Estatal del Carchi Nataly Manosalvas

Hora: 25 may. 2021 09:00 a. m. Bogotá

Unirse a la reunión Zoom

<https://us02web.zoom.us/j/81409481281?pwd=a3ZEK1AyVTN2MDJGbXhNdDhlRHpOZz09>

Anexo 4: Entrevista Presidente Ejecutivo de la AITE



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



Objetivo: La entrevista tiene la finalidad de obtener información primaria para fundamentar el proyecto de investigación **“OPORTUNIDADES DE MERCADOS INTERNACIONALES PARA TEXTILES DEL CENTRO DE NEGOCIOS Y SERVICIOS SARUMAKY DEL CANTÓN IBARRA – PROVINCIA DE IMBABURA Y EL FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES.”** Información que será utilizada estrictamente con fines académicos.

Nombre del Entrevistado: Ing. Javier Díaz Crespo – Presidente Ejecutivo.

Nombre de la Institución: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE).

- 1.- ¿En la actualidad a cuáles países Ecuador exporta prendas de punto y similares?
- 2.- ¿Cuáles son los requisitos que se debe cumplir para ingresar al mercado internacional con prendas de vestir de origen artesanal?
- 3.- Existen barreras arancelarias y no arancelarias en el mercado internacional para el ingreso de prendas de punto artesanal, ¿cuáles?
- 4.- ¿Las políticas implementadas por el Estado beneficia a la producción textil?
- 5.- ¿Conoce Usted si El Estado contribuye al fomento de las exportaciones textiles con valor agregado más aún si son de procedencia artesanal? ¿Y de qué forma contribuye?
- 6.- ¿Por parte del Estado, existe apoyo para las asociaciones textiles?
- 7.- ¿En base a su conocimiento, cual considera Usted es la manera más adecuada para ingresar al mercado internacional con prendas de vestir por parte de las pequeñas asociaciones?

8.- ¿AITE tiene información o contacto con las Asociaciones Textiles de la provincia de Imbabura, de ser el caso, de qué forma les apoyan a estos pequeños artesanos para la comercialización nacional e internacional de sus productos textiles?

9.- Que estrategias considera que deberían aplicar las Asociaciones Textiles para fomentar sus exportaciones a nuevos mercados internacionales?

10.- ¿Según su conocimiento y experiencia cuales serían los mercados internacionales (Países) propicios para el fomento de las exportaciones de prendas de punto, específicamente las prendas con bordados artesanales?

11.- ¿Cuál es el aporte del sector textil para el PIB?

12.- ¿Las exportaciones del sector textil ecuatoriano, tiene demanda en los mercados internacionales, específicamente los textiles con valor agregado (prendas de vestir con bordados artesanales)?

¡Gracias por su colaboración!



DIAZ CRESPO FRANCISCO JAVIER

Presidente Ejecutivo de la AITE

Anexo 5: Entrevista a “Sarumaky”



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

ENTREVISTA DIRIGIDA A SARUMAKY

Entrevistado: Ing. Mauricio Benítez - Administrador del Centro de Negocios y Servicios SARUMAKY.

Objetivo: La entrevista tiene la finalidad de obtener información primaria estrictamente con fines académicos para el desarrollo del trabajo de investigación denominado “Oportunidades de mercados internacionales para textiles del Centro de Negocios y Servicios SARUMAKY del Cantón Ibarra – Provincia de Imbabura y el fomento de las exportaciones.”

- 1.- ¿Con que finalidad se creó Sarumaky?
- 2.- ¿A qué se dedica Sarumaky?
- 3.- ¿Qué tiempo de creación tiene Sarumaky?
- 4.- ¿Cuántos artesanos conforman Sarumaky?
- 5.- ¿Cómo es el proceso de producción de los productos que oferta Sarumaky?
- 6.- ¿Cuál es la capacidad de producción de Sarumaky en cuanto a la demanda?
- 7.- ¿Qué porcentaje de la producción está destinado a la venta a nivel nacional?
8. ¿Cómo es el proceso de comercialización?
- 9.- ¿Quiénes son sus clientes finales?
- 10.- ¿Quiénes son sus principales competidores?

11.- ¿Qué precio manejan en el mercado de acuerdo a su producto?

12.- ¿Cuáles son las características de sus productos en comparación a la competencia?

13.- ¿Cuál es la inversión requerida en el proceso de bordado por cada producto?

14.- ¿Tiene conocimiento del proceso de exportación y los requisitos que este conllevan para comercializar sus productos en el mercado internacional?

15.- ¿Sarumaky cuenta con el apoyo del estado referente a capacitaciones o financiamiento?

16.- ¿El estado contribuye a las asociaciones textiles para el fomento de las exportaciones?

17.- ¿Tiene conocimiento de los requisitos de exportación necesarios para el sector manufacturero?



Ing. Mauricio Benítez
Administrador de SARUMAKY

Anexo 6: Entrevistas a las artesanas de “Sarumaky”

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

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA ARTESANA DEL BORDADO

Entrevistada: Margarita Ortiz

Objetivo: La entrevista tiene la finalidad de obtener información por parte de las artesanas del bordado para fundamentar las “Oportunidades de mercados internacionales para textiles del Centro de Negocios y Servicios SARUMAKY del Cantón Ibarra – Provincia de Imbabura y el fomento de las exportaciones.”

1.- Cual es su nivel de instrucción:

Primario		Secundario		Superior	X	Ninguno	
----------	--	------------	--	----------	---	---------	--

2.- Cuanto tiempo de experiencia tiene dentro del sector textil artesanal?

10 años de experiencia en bordados, dibujos, tejidos.

3.- Pertenece a algún gremio o asociación?

Si, al grupo bordado Esperanza, también al grupo Sarumaky.

4.- Donde aprendió el oficio?

En la casa por medio de la mamá y su abuelito.

5.- A tenido algún tipo de inconveniente por ejercer este oficio?

Nuevos diseños con la utilización a maquinaria, y fuerte competencia del sector.

5.- En qué tipo de prendas de vestir realiza los bordados?

Chaquetas, pantalones, blusas, zapatos, blusas de niñas, damas, en general toda prenda de vestir.



6.- Cuanto tiempo invierte para bordar un estampado a mano?

Depende del diseño, del bordado y los colores a utilizar, pero en promedio un día

7.- Que tipo de bordados puede hacer?

punto de cruz, embosado, sellado, cadena son varios bordados depende de la puntada y diseño a bordar.

8.- Acorde a el tiempo invertido en el oficio la remuneración económica cubre el tiempo empleado?

Es bajo no es mucho no cubre el tiempo invertido ni los materiales invertidos en algunos casos. Pero en otros productos por intermediarios cubre algunos gastos.

9.- Ejerce otro tipo de actividad?

Si, estudiar.

10.- En el caso que este tipo de textil sea demandado en mercados internacionales estaría en la capacidad de contribuir con la demanda requerida?

Si, porque si tienen la experiencia de cubrir la demanda requerida porque si en cubido pedidos, enviaron un pedido a Belgica, bordados en diferentes tipo de textil.

Firma



ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA ARTESANA DEL BORDADO

Entrevistada: Blanca Flores

Objetivo: La entrevista tiene la finalidad de obtener información por parte de las artesanas del bordado para fundamentar las "Oportunidades de mercados internacionales para textiles del Centro de Negocios y Servicios SARUMAKY del Cantón Ibarra - Provincia de Imbabura y el fomento de las exportaciones."

1.- Cual es su nivel de instrucción:

Primario		Secundario	X	Superior		Ninguno	
----------	--	------------	---	----------	--	---------	--

2.- Cuanto tiempo de experiencia tiene dentro del sector textil artesanal?

30 años en bordados

3.- Pertenece a algún gremio o asociación?

Si, bordando Esperanza y Sarumaky

4.- Donde aprendió el oficio?

En la casa, por medio de la tía y mamá

5.- A tenido algún tipo de inconveniente por ejercer este oficio?

El pago por que es muy poco para el trabajo que se hace, es el principal inconveniente.

5.- En qué tipo de prendas de vestir realiza los bordados?

En todas en el que requier y según el material y la prenda a bordar, el diseño y el material es



fundamental para hacer los diseños

6.- Cuanto tiempo invierte para bordar un estampado a mano?

Un día si es grande a un mantel grande grueso porque es 100% artesanal a mano.

7.- Que tipo de bordados puede hacer?

punto de cruz, relleno, embosado, araña depende del diseño a implementar en las blusas y las fallas, un estampado de prototipo se demora un día.

8.- Acorde a el tiempo invertido en el oficio la remuneración económica cubre el tiempo empleado?

No, porque los productos artesanales son mal pagados por el sector, una prenda en la Esperanza cuesta 5 dólares a diferencia que en Otavalo la misma está en 15 dólares.

9.- Ejerce otro tipo de actividad?

Salir los sábados a vender productos alimenticios al parque central de Esperanza.

10.- En el caso que este tipo de textil sea demandado en mercados internacionales estaría en la capacidad de contribuir con la demanda requerida?

Si porque son grandes y con mayor grupo de personas para la mano de obra o en tal caso con todos los artesanos de Sarumaky.

Firma



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



ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA ARTESANA DEL BORDADO

Entrevistada: Janina Sandoval

Objetivo: La entrevista tiene la finalidad de obtener información por parte de las artesanas del bordado para fundamentar las "Oportunidades de mercados internacionales para textiles del Centro de Negocios y Servicios SARUMAKY del Cantón Ibarra - Provincia de Imbabura y el fomento de las exportaciones."

1.- Cual es su nivel de instrucción:

Primario		Secundario	X	Superior		Ninguno	
----------	--	------------	---	----------	--	---------	--

2.- Cuanto tiempo de experiencia tiene dentro del sector textil artesanal?

2 años de experiencia

3.- Pertenece a algún gremio o asociación?

Si a sarumaky y bordado Esperanza

4.- Donde aprendió el oficio?

En la casa, viendo a la familia, en su casa todos tienen conocimiento de oficio

5.- A tenido algún tipo de inconveniente por ejercer este oficio?

Si estudios y trabajar en el oficio

5.- En qué tipo de prendas de vestir realiza los bordados?

En todo tipo de prendas



6.- Cuanto tiempo invierte para bordar un estampado a mano?

Según el diseño, el tipo de tela de algodón, con otros materiales textiles.

7.- Que tipo de bordados puede hacer?

Punto de cruz, relleno, coiden, solo osos.

8.- Acorde a el tiempo invertido en el oficio la remuneración económica cubre el tiempo empleado?

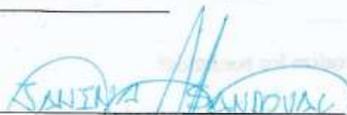
No es muy baja, solo cuando tienen pedidos para una exportación pero en ferias de extranjeros ganan el valor, la esperanza se dedica a bordados por lo tanto la competencia acapara, en este caso Zuleta tiene mayor clientela.

9.- Ejerce otro tipo de actividad?

Si, estudiar, trabajar, el hogar.

10.- En el caso que este tipo de textil sea demandado en mercados internacionales estaría en la capacidad de contribuir con la demanda requerida?

Si, porque en pedidos grande la remuneración económica es mayor.


Firma

Anexo 7: Artesanas del bordado



Anexo 8: Diseños con estampados bordados a mano



Anexo 9: Recolección de información



Anexo 10: Asociaciones ecuatorianas en Nueva York

Tabla 74. Asociaciones ecuatorianas en Nueva York

ASOCIACIONES ECUATORIANAS EN NUEVA YORK		
Asociación	Dirección	Contacto
Cámara de comercio ecuatoriana New jersey & New york	61 Main Street, Hackensack NJ 0601	201-343-0138
Confraternidad musical de artistas ecuatorianos en Nueva York.	1811, Quentin Road 7A Brooklyn NY, 11229	718-216-5042
Defensoría de los pueblos y nacionalidades Indígenas del Ecuador en América (DEPIEA)	90 Roosevelt Ave Suite 11, Corona NY, 11368	718- 810-7565
ERE ecuatorianos residentes en el exterior	47-61-41 St Sunnyside NY, 11104	718-392-7495
Fundación Cultural Sisa Pakari	50W 47 Street Suite 504 NY 10037	718- 414-9558
Movimiento cívico internacional Ecuador Eterno	P: O: BOX. 720331, Queens, NY 11374	718-476-7162
Sociedad Tungurahuales en Nueva York	34-39 Francis Lewis Boulevard Laurelton, NY 11413	201-779-9085

Fuente: Vallejo (2013)

Anexo II: Ferias internacionales para el sector textil

United States Census Bureau

ENCUESTA ANUAL DE MANUFACTURAS (MAPE)

Ferias de Confección Femenina

Feria	Ciudad	Fechas	Página web
Coterie	Nueva York	Febrero y septiembre	www.ubmfashion.com/shows/coterie
Stitch (dentro de Coterie)	Nueva York	Septiembre	www.ubmfashion.com/shows/stitch-NY
Stitch (dentro de Project)	Las Vegas	Agosto	www.ubmfashion.com/shows/stitch-LV
Edit (dentro de Coterie)	Nueva York	Febrero y septiembre	www.ubmfashion.com/shows/edit
Magic	Las Vegas	Agosto	www.ubmfashion.com/shows/magic
Project	Nueva York	Enero y julio	http://www.ubmfashion.com/shows/project
	Las Vegas	Agosto	
Capsule	Nueva York	Febrero	www.capsuleshow.com
	Las Vegas	Febrero	
Fame	Nueva York	Junio	www.ubmfashion.com/shows/fame-1.5
Moda	Nueva York	Junio	www.ubmfashion.com/shows/Moda-1.5
Tranoi	Nueva York	Febrero y septiembre	www.tranoi.com

United States Census Bureau

ENCUESTA ANUAL DE MANUFACTURAS (MAPE)

Ferias de Materiales Textiles y Fabricación

Feria	Ciudad	Fechas	Página web
Texworld	Nueva York	Enero y julio	www.texworld-usa.us.messefrankfurt.com/new-york/en.html
Sourcing at Magic	Las Vegas	Agosto	www.ubmfashion.com/shows/sourcing-magic
Footwear Sourcing	Las Vegas	Agosto	www.ubmfashion.com/shows/footwearsourcing
Sourcing at Coterie	Nueva York	Septiembre	www.ubmfashion.com/shows/sourcing-coterie
Apparel Textile Sourcing	Miami	Mayo	www.appareltextilesourcing.com

Fuente: Interreg Sudoe (2018) / Encuesta anual de manufacturas (2018)

Anexo 12: Tienda de regalos culturales

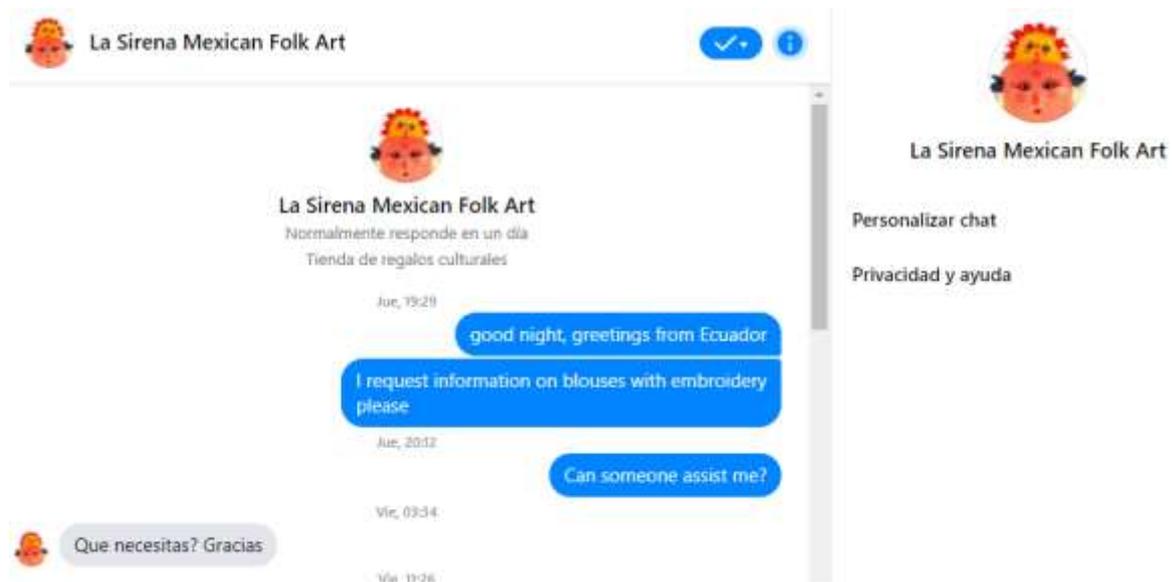


Figura 25. Acercamiento con la tienda La Sirena Mexican Folk Art

Fuente: La Autora

Anexo 13: Balanza Comercial

Tabla 75. Balanza Comercial Ecuador- Estados Unidos (millones FOB)

Balanza Comercial Ecuador- Estados Unidos (millones FOB)					
	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones	5.436.1	6.056.9	6.631.3	6.732.9	2.444.4
Importaciones	3.896.9	4.305.2	2.282.8	5.008.4	1.818.1
Saldo (X-M)	1.539.2	1.751.7	1.348.5	1.724.5	6263

Fuente: Banco Central del Ecuador (2021)

Tabla 76. Balanza Comercial Ecuador- España (millones FOB)

Balanza Comercial Ecuador- España (millones FOB)					
	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones	547.3	600.8	587.9	639.1	417.7
Importaciones	338.5	590.4	541.4	648.3	284.8
Saldo (X-M)	2088	104	465	-92	132.9

Fuente: Banco Central del Ecuador (2021)

Tabla 77. Balanza Comercial Ecuador- Panamá (millones FOB)

Balanza Comercial Ecuador- Panamá (millones FOB)					
	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones	662.3	935.8	1.243.5	1.918.5	27.4
Importaciones	864.6	1.231.5	1.680.8	1.551.4	260.7
Saldo (X-M)	-2023	-2957	-4373	3671	-233.3

Fuente: Banco Central del Ecuador (2021)

Anexo 14: Acta del Perfil de Investigación



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN

NOMBRE MANOSALVAS AYALA NATALY GABRIELA **CÉDULA DE IDENTIFICACION** 1751568328
NIVEL/PARALELO: EGRESADA **PERIODO ACADÉMICO** 2021-A

TEMA DEL TIC: "Oportunidades de mercados internacionales para textiles del Centro de Negocios Servicios SARUMAKY del Cantón Ibarra – Provincia de Imbabura y el fomento de las exportaciones."

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

PRESIDENTE: MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVÁN
DOCENTE TUTOR: MSC. RUANO ENRÍQUEZ LORENA ELIZABETH
DOCENTE: PHD. TERAN ROSERO GUSTAVO JAVIER

De acuerdo al artículo 32: Una vez entregados los documentos; y, cumplidos los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director/a de Carrera designará el Tribunal, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: **AULA:** VIRTUAL

FECHA: lunes, 2 de agosto de 2021

HORA: 16H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,70
2) Trabajo escrito 2,50
Nota final de PRE DEFENSA **8,20**

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el lunes, 2 de agosto de 2021

JULIO IVAN Firmado digitalmente por
LOPEZ CADENA JULIO IVAN LOPEZ CADENA
Fecha: 2021.08.02 17:49:53
-05'00'

MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVÁN
PRESIDENTE

LORENA Firmado
ELIZABETH digitalmente por
RUANO LORENA ELIZABETH
ENRIQUEZ RUANO ENRIQUEZ
Fecha: 2021.08.02
17:00:53 -05'00'

MSC. RUANO ENRÍQUEZ LORENA ELIZABETH
DOCENTE TUTOR

0401102496 Firmado digitalmente por
GUSTAVO JAVIER 0401102496 GUSTAVO JAVIER
TERAN ROSERO TERAN ROSERO
Fecha: 2021.08.02 22:01:13
-05'00'

PHD. TERAN ROSERO GUSTAVO JAVIER
DOCENTE

Adj.: Observaciones y recomendaciones