

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: “Análisis de Estudio para la exportación de blusas de la micro empresa Ropa Linda, Cantón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales.”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Licenciado en Comercio Exterior

AUTOR: Aguinaca Loarte Kevin Andrés

TUTORA: MSc. Realpe Delgado Ofelia Beatriz

Tulcán - Ecuador, 2022

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que el estudiante Aguinaca Loarte Kevin Andrés con el número de cédula 1104402654 ha elaborado el trabajo de titulación: “Análisis de Estudio para la exportación de blusas de la micro empresa Ropa Linda, Cantón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales.”

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.



f.....
Realpe Delgado Ofelia Beatriz

TUTOR



f.....

Ruano Enríquez Lorena Elizabeth

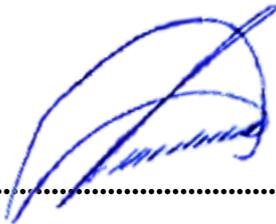
LECTOR

Tulcán, mayo de 2022

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Kevin Andrés Aguinaca Loarte con cédula de identidad número 1104402654 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.....


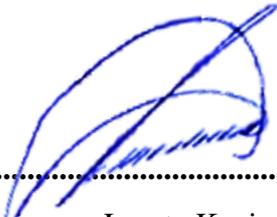
Aguinaca Loarte Kevin Andrés

AUTOR

Tulcán, mayo de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Agunsaca Loarte Kevin Andrés declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Análisis de Estudio para la exportación de blusas de la micro empresa Ropa Linda, Cantón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

f.....


Agunsaca Loarte Kevin Andrés.

AUTOR

Tulcán, mayo de 2022

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a mi Dios por darme el conocimiento para hacer todo lo que me he propuesto, a mis padres que siempre me han apoyado en este proceso y sobre todo a aquellas personas que no han creído en mí y me han hecho daño puesto que sin ellos no me hubiera superado y logrado todo lo que jamás he imaginado.

Doy gracias a la Señora Damaris Montenegro por la oportunidad de realizar este proyecto y ayudar a quienes desean constituir sus sueños, a quienes desean crear sus emprendimientos y poder aportar con el conocimiento para crear nuevas fuentes de empleos.

A Dayanna Cangas pues la facilitación de información y ser parte de su micro emprendimiento ayudó ampliar el conocimiento sobre el proceso del emprendedor y las dificultades en todo el proceso de la comercialización de prendas de mujer en la ciudad de Quito.

A mis profesores que han sido mentores y guías para culminar este largo proceso académico, a todas aquellas personas que he conocido en la ciudad de Tulcán y en la Universidad pues sus consejos, apoyo moral me han ayudado a seguir adelante y no dar un paso atrás.

Es muy gratificante culminar este agradecimiento a todas aquellas personas que se han mantenido a mi lado pese a todo lo que haya pasado y me siguen alentando para cumplir mis sueños y metas en la lejanía o cercanía.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a todas las personas que deseen adquirir perspicacia o discernimiento para fomentar la creación de nuevas fuentes de empleos búsqueda de conocimiento académico, pues no importa la dificultad, apoyo emocional, monetario o estatal, sino, llegar a superarse cada día con determinación, constancia y perseverancia.

Dedico mi esfuerzo a mis padres Judith Iliana Loarte Guaya y Pablo Francisco Aguinaca Buri por sus consejos y enseñanzas pues sin ellos no escribiría estos textos, a mis profesores, tutores, familiares, amigos que me impulsaron a culminar este proceso académico y a todas las personas que siguen a mi lado.

A la Familia Rosero Paspuel, Cuayal Tepud e Irgua Ortega quienes me acogieron y apoyaron en el proceso prusiano universitario y en especial a aquellas personas que me han sido parte de mi vida y me han ayudado a conocerme a mí mismo y saber qué debo hacer para cumplir mis sueños, metas y cualquier cosa a realizar.

S. F. U

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR.....	II
AUTORÍA DE TRABAJO.....	III
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA.....	VI
RESUMEN.....	XV
ABSTRACT.....	XVI
INTRODUCCIÓN.....	- 1 -
I. PROBLEMA.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	3
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	5
1.4.1. Objetivo General.....	5
1.4.2. Objetivos Específicos.....	5
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	5
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	6
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	6
2.2. MARCO TEÓRICO.....	14
2.2.1 Marco filosófico – Teorías.....	14
2.2.2 Marco legal – Normativa.....	16
2.2.3 Marco científico – Conceptos.....	19
III. METODOLOGÍA.....	21
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	21
3.1.1. Enfoque.....	21
3.1.2. Tipo de Investigación.....	23

3.2. IDEA A DEFENDER	24
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	24
3.3.1 Definición de las variables.	24
3.3.2 Operacionalización de variables	25
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	27
3.5. DATOS ESTADÍSTICOS	28
3.5.1. Top 5 de países importadores según subpartida 6106.10 - camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas.....	29
3.5.2. Top 5 de países exportadores según subpartida 6106.10 - camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas.....	30
3.5.3. Países importadores según partida 6106.10 - camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas – Ecuador.	31
3.5.4. Mayor consumidor a nivel mundial según partida 6106.	32
3.5.5. Modelo de las dimensiones de Hofstede	33
3.5.6. PEST - Factores Socioculturales	39
3.6. ANÁLISIS PEST	40
3.6.1. Factores políticos legales.....	41
3.6.2. Factores económicos.....	45
3.6.3. Factores tecnológicos	56
3.6.4. Factores geográficos	60
3.7. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO (POAM).....	61
3.7.1. Resumen del perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM).....	63
3.8. ANÁLISIS ESTUDIO DE MERCADO.....	64
3.8.1. Perfil estadounidense	64
3.8.2. Posición Arancelaria Estados Unidos.....	65
3.8.3. Pronóstico de la demanda.....	65
3.8.4. Perfil del mercado destino	68
3.8.5. Demanda insatisfecha	72

3.9. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR	73
3.9.1. Posición Arancelaria Ecuador	73
3.9.2. Política comercial Ecuador	74
3.9.3. Acuerdos comerciales Ecuador - Estados Unidos	75
3.9.4. Requisitos para ser exportar	75
3.10. ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN	76
3.10.1. Exportación indirecta.....	76
3.10.2. Piggyback	77
3.10.3. Diamante de Porter	79
3.10.4 Estrategias genéricas de Porter	82
3.11. PRODUCTO A EXPORTAR.....	83
3.11.1. Ficha técnica del producto, propuesta	84
3.11.1 Descripción del producto a exportar.....	84
3.11.2. Ficha técnica del producto, propuesta.....	85
3.11.3. Principales empresas competidores - precios referenciales.....	86
3.11.4 Página web.....	86
3.12. ESTUDIO TÉCNICO.....	87
3.12.1. Análisis situacional de la micro empresa Ropa Linda.....	87
3.12.2. Propuesta estructura organizacional	87
3.12.3. Logotipo.....	88
3.12.4. Propuesta distribución de la planta.....	89
3.12.5. Maquinaria.....	90
3.12.6. Propuesta Organización de la micro Empresa.....	92
3.12.7. Distribución física internacional.....	94
3.12.8. Propuesta - Etiquetado.....	95
3.12.9. Propuesta - Envase.....	96
3.12.10. Embalaje	96
3.12.11. Paletización.....	97

3.12.12. Modo de transporte.....	97
3.12.13. Precio de venta.....	102
3.12.14. Incoterm negociado.	98
3.12.15. Medio de pago	104
3.13. ESTUDIO FINANCIERO	105
3.13.1. Inversión inicial	105
3.13.2. Financiamiento	106
3.13.3. Estados de resultados.....	108
3.13.4. Flujo de efectivo	109
3.14 RESULTADOS	110
3.15. DISCUSIÓN.....	113
IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	117
4.1 CONCLUSIONES.....	117
4.2. RECOMENDACIONES	119
V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	120
VI. ANEXOS.....	125

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variable dependiente	25
Tabla 2. Variable Independiente.....	26
Tabla 3. Población encuestada.....	28
Tabla 4. Países Importadores (miles de dólares americanos).....	29
Tabla 5. Países Exportadores (miles de dólares americanos).....	30
Tabla 6. Países Importadores desde Ecuador (miles de dólares americanos).	31

Tabla 7. PEST - Factores Socioculturales	39
Tabla 8. PESTEL.....	40
Tabla 9. Factores políticos.....	41
Tabla 10. Barreras arancelarias	43
Tabla 11. Barreras no arancelarias	44
Tabla 12. Producto Interno Bruto (billones de dólares)	46
Tabla 13. Producto Interno Bruto Per-Cápita (Miles de dólares).....	47
Tabla 14. Tasa de inflación (%).....	49
Tabla 15. Tasa de desempleo (%).....	50
Tabla 16. Tipos de moneda.....	51
Tabla 17. Riego País.....	55
Tabla 18. Desarrollo tecnológico - Patentes	56
Tabla 19. Exportación de tecnología (%)	57
Tabla 20. I + D.....	58
Tabla 21. Factores geográficos	60
Tabla 22. Valoración POAM.....	61
Tabla 23. Matriz POAM.....	62
Tabla 24. Resumen Matriz POAM	63
Tabla 25. Perfil Estadounidense	64
Tabla 26. Arancel de blusas Estados Unidos.....	65
Tabla 27. Pronóstico de la demanda (kg)	65
Tabla 28. Pronóstico de la demanda (miles de dólares)	67
Tabla 29. Perfil del mercado destino	68
Tabla 30. Principales ciudades importadoras de Estados Unidos - partida 610610.....	69
Tabla 31. Perfil Estado de California	70

Tabla 32. Potenciales ciudades	71
Tabla 33. Principales empresas competidores	85
Tabla 34. Demanda insatisfecha.....	72
Tabla 35. Porcentaje del mercado potencial	73
Tabla 36. Posición Arancelaria Ecuador	74
Tabla 37. Estrategias de internacionalización	76
Tabla 38. Red de distribución.....	78
Tabla 39. Funciones del cargo - director general	92
Tabla 40. Funciones del cargo – producción.....	92
Tabla 41. Funciones del cargo – finanzas.....	93
Tabla 42. Funciones del cargo – talento humano	93
Tabla 43. Funciones del cargo – comercio exterior.....	93
Tabla 44. Funciones del cargo – marketing.....	94
Tabla 45. Ficha del producto	84
Tabla 46. Macro localización	94
Tabla 47. Contenedor	101
Tabla 48. Capacidad de carga.....	101
Tabla 49. Incoterms	100
Tabla 50. Costo promedio de cada incoterm	100
Tabla 51. Inversión inicial	105
Tabla 52. Capital de operación.....	105
Tabla 53. Financiamiento	106
Tabla 54. Balance general	106
Tabla 55. Flujo de efectivo	108
Tabla 56. TIR, VAN	109

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pirámide de Kelsen	16
Figura 2. Marco científico o Conceptual	19
Figura 3. Países Importadores Según Subpartida 6106.10	29
Figura 4. Países Exportadores Según Subpartida 6106.10	30
Figura 5. Países importadores según partida 6106 - Ecuador.....	31
Figura 6. Modelo de las dimensiones de Hofstede	33
Figura 7. Distancia de poder	34
Figura 8. Individualismo o colectivismo	34
Figura 9. Masculinidad o feminidad.....	35
Figura 10. Evasión a la incertidumbre.....	36
Figura 11. Orientación a largo plazo	37
Figura 12. Indulgencia.....	37
Figura 13. Producto Interno Bruto.....	46
Figura 14. Pib per - cápita	48
Figura 15. Tasa de inflación	49
Figura 16. Tasa de desempleo	50
Figura 17. Balanza comercial de Japón	52
Figura 18. Balanza comercial de Estados Unidos	53
Figura 19. Balanza comercial Alemania.....	53
Figura 20. Balanza comercial Ecuador	54
Figura 21. Balanza comercial Ecuador - Japón - Estados Unidos- Alemania.....	54
Figura 22. Desarrollo tecnológico	57
Figura 23. Exportación de tecnología.....	58
Figura 24 Innovación y desarrollo.....	59
Figura 25. Perfil Estadounidense.....	64
Figura 26. Pronóstico de la demanda (kg).....	66
Figura 27. Regresión lineal por kilogramos	66
Figura 28. Regresión lineal miles de dólares.....	67
Figura 29. Pronóstico de la Demanda miles de dólares.....	68
Figura 30. Mercado destino	69

Figura 31. Comportamiento del consumidor.....	70
Figura 32. Potenciales ciudades.....	71
Figura 33. Requisitos para ser exportador.....	75
Figura 34. Diamante de Porter.....	79
Figura 35. Macro localización.....	87
Figura 36. Micro localización.....	87
Figura 37 logotipo.....	88
Figura 38. Distribución de planta.....	89
Figura 39. Propuesta Organización de la micro Empresa.....	92
Figura 40. Flujograma del proceso de exportación.....	95
Figura 41 Etiquetado.....	95
Figura 42. Envase.....	96
Figura 43. Embalaje.....	96
Figura 44. Paletización.....	97

ANEXOS

Anexo A. Oficio para la elaboración del Plan de Investigación para la aprobación de la empresa.....	125
Anexo B. Respuesta del anexo A.....	126
Anexo C. Formulario de entrevista.....	127
Anexo D. Fotografías entrevistas.....	132
Anexo E. Abstract.....	134
Anexo F. Certificado de traducción.....	136
Anexo G. Acta de aprobación.....	137

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se enfoca en la viabilidad de la micro empresa Ropa Linda para la exportación de blusas desde el Cantón Mira Provincia del Carchi - Ecuador hacia los mercados internacionales, para ello consta de seis capítulos distribuidos desde la dificultad que tiene la industria textil ecuatoriana y los obstáculos para los emprendedores que carecen de conocimiento en el ámbito técnico y financiero para comercializar prendas de vestir a nivel internacional en el periodo 2020-2021. Se empleó una metodología cualitativa y cuantitativa examinando datos primarios y secundarios proporcionados por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, TradeMap, CobusGroup, Banco Mundial, Proecuador y la Embajada de los Estados Unidos mediante archivos digitales, libros, documentos audiovisuales en conjunto con entrevistas de emprendedores y exportadores permitió sintetizar e interpretar el presente trabajo de investigación.

Por medio del análisis PEST, matriz POAM y dimensiones culturales de Hofstede se determinó que los Estados Unidos de América es el potencial país para la exportación de blusas acorde a la subpartida 6106.10, no obstante la oferta exportable de la micro empresa Ropa Linda no abastecería la demanda de los potenciales consumidores pues el Plan Nacional de Desarrollo 2021 – 2025 manifiesta que el 6,44% de la economía ecuatoriana fue afectada de forma directa por los efectos de la Pandemia y pérdidas económicas del 66,6% en cuanto a producción y mano de obra afectando a pequeñas y medianas empresas que desean incursionar en la comercialización de prendas de vestir.

En el estudio técnico se estableció diferentes propuestas para la logística, proceso de producción, ficha técnica del producto, envase, empaque, embalaje, incoterms y demás mecanismos a fin de que la micro empresa Ropa Linda y emprendedores puedan implementar y realizar de forma correcta la exportación de blusas hacia los Estados Unidos.

El estudio financiero por medio del Valor Actual Neto (VAN) de 65.230 dólares y la tasa Interna de Retorno (TIR) del 25,4% determinó que existe viabilidad para que la micro empresa Ropa Linda pueda exportar blusas hacia los Estados Unidos por medio de una inversión de 23.337 dólares, siendo el 60% capital propio y 40% de crédito en un periodo de 5 años, con un flujo de efectivo positivo y tiempo estimado de 3 años y 6 meses para la recuperación de inversión.

Palabras clave: exportación, comercialización, emprendimiento, internacionalización.

ABSTRACT

The present research work focuses on the viability of the micro company “Ropa Linda” for the export of blouses from Mira canton, Carchi province- Ecuador to international markets, for this, it analyzes the difficulty that the Ecuadorian textile industry has and the obstacles for entrepreneurs who lack technical and financial knowledge to market clothing internationally in the 2020-2021 period.

A qualitative and quantitative methodology was used examining primary and secondary data provided by the National Customs Service of Ecuador, TradeMap, CobusGroup, World Bank, Proecuador and the Embassy of the United States through digital files, books, audiovisual documents in conjunction with interviews of entrepreneurs and exporters allowed to synthesize and interpret this research work.

Through the PEST analysis, POAM matrix and Hofstede's cultural dimensions, it was determined that the United States of America is the main country for the export of blouses according to subheading 6106.10 and the city of Santa Clara as one of the largest female populations for the product acquisition of 48.0% and median household income of \$126,006. However, the exportable supply of the micro company “Ropa Linda” would not supply the demand of potential consumers, since the National Development Plan 2021-2025 states that 6.44% of the Ecuadorian economy was directly affected by the effects of the Pandemic and economic losses of 66.6% in terms of production and labor, affecting small and medium-sized companies that want to venture into the marketing of clothing.

In the technical study, different proposals for logistics were established, such as the production process, a technical sheet to know the characteristics of the blouses packed in vacuum bags, packaging with a length of 600 mm, a width of 300 mm and 400 mm. height, with the respective informative stamps on the box, American pallet, maritime transport mode, Less than Container Load (LCL) container and EWX 2020 incoterm so that the micro company “Ropa Linda” and entrepreneurs can correctly implement and carry out the export of blouses using internationalization strategies such as indirect export, piggyback and Porter's diamond.

The financial study through the Net Present Value (NPV) of 65.230 dollars and the Internal Rate of Return (IRR) of 25,4% determined that there is feasibility for the micro company “Ropa Linda” to export blouses to the United States through an investment of 23.337 dollars, being 60% own capital and 40% credit in a period of 5 years, with a positive cash flow and an estimated time of 3 years and 6 months for the recovery of the investment.

Keywords: export, marketing, entrepreneurship, internationalization.

INTRODUCCIÓN

En una era globalizada los países enfrentan cambios sustanciales donde el comercio internacional representa un factor vital para la economía nacional y de sus ciudadanos, no obstante la pandemia ha visto reflejada las carencias y necesidades de los países que dependen del intercambio comercial por lo que se ha vuelto indispensable estar en continuo cambio con la tecnología para facilitar el comercio, especialmente en el mundo de la moda y de los textiles, por lo que el “Análisis de Estudio para la exportación de blusas de la micro empresa Ropa Linda, Cantón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales” busca examinar las oportunidades que tienen las micro empresas para poder exportar prendas de vestir hacia los mercados internacionales por medio de diferentes estrategias, propuestas y estudios de mercado para conocer la viabilidad de exportar blusas.

Para la elaboración del análisis de estudio se desarrolló seis capítulos que consta de:

Capítulo I: Se manifiesta la problemática que existe en el Ecuador por parte de las empresas textiles y emprendedores para mantener y exportar blusas hacia el mercado internacional, las limitaciones por parte de la provincia del Carchi y su dependencia a la producción agrícola y ganadera que dificulta el desarrollo de nuevos emprendimientos y fuentes de trabajo. La justificación planea diversificar la producción de productos carchenses, fomentar nuevas oportunidades de emprendimientos y facilitación de las exportaciones acorde al Plan Nacional de Desarrollo 2021 – 2025.

Capítulo II: En la fundamentación teórica se menciona diferentes antecedentes investigativos referente a las oportunidades de mercado, comercialización internacional y al objeto de estudio, las teorías de comercio, la normativa legal y marco conceptual que facilitarán bibliográficamente la presente investigación.

Capítulo III: Se expone los diferentes enfoques utilizados en la investigación para comprender objetiva y subjetivamente la exportación de blusas y las oportunidades del mercado de forma descriptiva y correlacional acorde a las variables de estudio. Posteriormente se analizó los diferentes instrumentos de investigación para elegir 3 potenciales mercados para su estudio acorde al análisis PEST obteniendo como resultado a Estados Unidos como el principal

mercado meta acorde a la partida arancelaria 6106.10, a su vez elaborar estrategias de internacionalización para conocer la viabilidad para la internacionalización de blusas.

En la parte técnica se realiza un análisis situacional de la micro empresa en conjunto a diferentes propuestas para el mejoramiento logístico de Ropa Linda, distribución física internacional, proceso de exportación, envase, embalaje, paletización e Incoterms EWX 2020 que es el más usado para las empresas que carecen de conocimientos para exportar de forma directa.

En la parte financiera se evalúa la viabilidad que tiene la micro empresa Ropa Linda para llevar a cabo la exportación de blusas por medio de una inversión de 23337 dólares, siendo el 60% capital propio y 40% de crédito en un periodo de 5 años, existiendo una gran oportunidad por parte de la gerente de Ropa Linda llevar a cabo la realización de este proyecto.

Finalmente, la discusión que partió de las dificultades y desafíos que tienen los emprendedores para la comercialización y exportación de blusas junto con los antecedentes investigativos y entrevistas realizadas de forma virtual que ayudaron a conocer más a fondo las diferentes realidades del sector textil.

Capítulo V: Se evidencian las conclusiones y recomendaciones acorde a los resultados obtenidos en la investigación con el propósito de mejorar la productividad de la micro empresas Ropa Linda y emprendedores que desean incursar en la exportación de prendas de vestir hacia el mercado estadounidense.

Capítulo VI: Se señalan las referencias bibliográficas y anexos que respaldan todo el proceso de investigación del presente estudio.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La exportación en nuevos mercados se ha convertido en requisito esencial para potenciar el incremento económico de las empresas, además, debido a los acuerdos comerciales existentes, las exportaciones juegan un papel cada vez más importante en la economía de un país, ya que son un método esencial para iniciar la comercialización de productos y servicios, así como el fortalecimiento de alianzas comerciales que permitan potenciar las exportaciones y el intercambio comercial entre países, sin embargo en América latina la deficiente capacidad administrativa, y gubernamental dificultan el crecimiento de micro, pequeñas y medianas empresas.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos en los últimos cinco años, la República del Ecuador ha presentado un incremento en las exportaciones no petroleras; no obstante durante la pandemia del Covid-19 una de las industrias afectadas ha sido la manufacturera reduciéndose el número de exportaciones, considerando que las pequeñas industrias no cuentan con los debidos procesos, ni el análisis de un nicho de mercado, conlleva que existan cierre de microempresas o emprendimientos en el sector textil afectando su participación en los mercados internacionales.

El mercado de textiles, la producción y comercialización de ropa, particularmente blusas, es de uso diario por parte de las personas, especialmente en el ámbito femenino, por lo que la innovación y venta de este tipo de prendas es bastante cotizada. Se debe destacar que este tipo de vestimenta no es innovado por el sector textil ecuatoriano, cuando se trata de prendas amigables con la naturaleza y de calidad. El entorno mercantil posee un decrecimiento constante en lo que respecta a mano de obra manufacturera, con ello la disminución de exportación de ropa hacia el extranjero, así mismo la incertidumbre por la escasa formulación de políticas públicas para el desarrollo de este sector.

La industria textil ha sido durante mucho tiempo un sector productivo de incipiente desarrollo en la economía del país y tiene un importante potencial para comercialización en los mercados

internacionales, sin embargo, se requiere apoyo estatal para el desarrollo, investigación, capacitación e inversión extranjera directa.

Durante los últimos años la industria textil ecuatoriana ha ido decayendo a causa de la pandemia y ha sido la más afectada durante la cuarentena, además el representante de “la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador indicó que las dos principales prioridades del país son salvar vidas y evitar que colapse el sistema de salud, pero el tercer objetivo debe ser evitar que se destruya la economía” (El Comercio. 2020, párr. 5). Lo que evidencia una preocupación por parte del sector textil junto a limitaciones de la actividad en el mercado nacional.

La provincia de Carchi es reconocida por su comercio agrario y su cercanía a Colombia, por lo que la producción textil ha sido descuidada, además el contrabando y la informalidad afectan en gran medida la producción de blusas para la comercialización en el mercado local y en mercados internacionales. El Carchi es una provincia llena de capital humano calificado, productiva y tradicional. Las limitaciones que no permiten un desarrollo económico creciente en la producción textil son: el individualismo por parte de artesanos, campesinos y comerciantes, el conformismo, y la dependencia de los productos agrícolas, provocando un impacto en las actividades productivas, innovación y calidad de nuevos productos o de nuevos emprendimientos (López, Vallejo, 2019). Esta falta de visión y de mejoría por parte de los pobladores, dificulta la creación de nuevas fuentes de trabajo, nuevos productos en el mercado, innovación y el desarrollo obstaculiza a la microempresa Ropa Linda la elaboración de todo tipo de corte y confección,

Es importante destacar que la gerente de la microempresa Ropa Linda ubicada en la provincia del Carchi, Cantón Mira, manifiesta que; no cuenta con los procesos de confección y moda de forma industrializada debido a los altos precios de elaboración, además de problemas en el control de calidad y cadena de suministro, existiendo un desconocimiento sobre la comercialización producción y elaboración de blusas. Al ser una empresa familiar y enfocada a la comercialización de prendas de vestir, no cuenta con la tecnología necesaria para satisfacer la demanda del mercado, así como el proceso de comercialización de blusas a los mercados internacionales.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo contribuye el análisis de estudio para la comercialización de blusas de la micro empresa Ropa Linda hacia el mercado internacional?

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación se realizó con el propósito de cumplir con los requisitos universitarios para la obtención del título de licenciatura en Comercio Exterior, aplicando todos los conocimientos adquiridos durante la estancia en la UPEC, enfocado en las oportunidades de nuevos emprendimientos y la facilitación de las exportaciones acorde al Plan Nacional de Desarrollo 2021 – 2025.

El análisis de estudio tiene como propósito la diversificación de productos carchenses, y búsqueda de nuevos nichos de mercado permitiendo el desarrollo económico nacional referente a la producción y comercialización de blusas acorde a las exigencias del mercado, por otra parte, incentivar a los lectores en la creación de nuevos emprendimientos creando de esta manera nuevas oportunidades laborales para transformar la productividad ecuatoriana.

El estudio está orientado en examinar las oportunidades de mercado y el fomento al emprendimiento a nivel nacional un con mayor énfasis a la provincia del Carchi a través de herramientas y fuentes de información que permitan conocer el estado de los mercados internacionales, las necesidades por parte de los potenciales consumidores y estrategias para la exportación de blusas del micro empresa Ropa Linda.

Por otra parte, el estudio realizado permitirá conocer los principales obstáculos que existen a la hora de exportar prendas de vestir y las dificultades por parte de la micro empresa Ropa Linda para la internacionalización de blusas y con ello buscar la posibilidad de poder innovar y reinventar el mercado nacional e internacional mediante la fabricación de nuevas prendas de vestir que permitirían una diferenciación y mayor realice a la ropa nacional.

El estudio se enfoca en aportar con información relevante que sirva de guía para determinar la viabilidad de la micro empresa Ropa Linda alcance a comercializar sus prendas de vestir al

extranjero y el soporte necesario en los procesos documentales, logísticos y aduaneros necesarios para la correcta exportación de blusas hacia los mercados internacionales.

El presente análisis de estudio contribuye una ruta para las micro y pequeñas empresas encaminadas a la exportación de prendas de vestir para dama, incentivando la diversificación de productos carchenses, creación de nuevas industrias y la reactivación económica.

El análisis de estudio provee información científica y de carácter social al enfocarse a micro empresas marginadas con el propósito de dar a conocer las operaciones en comercio exterior, los acuerdos comerciales existentes, el análisis técnico, financiero y la elaboración de un estudio de mercado con el propósito de exportar blusas hacia un potencial consumidor internacional.

Es importante destacar que, pese a las restricciones, limitaciones y grandes competidores en exportación de ropa, la elaboración del presente trabajo de investigación tiene la finalidad de conocer los procesos de exportación de ropa de mujer, los acuerdos que tiene Ecuador con los países internacionales, preferencias arancelarias y los obstáculos para la exportación de la microempresa Ropa Linda. El estudio permitirá la posibilidad de exportación de ropa por parte de la joven emprendedora de la microempresa Ropa Linda, Damaris Montenegro, con el fin de facilitar y mejorar la mercantilización de prendas de vestir de mujer a nivel nacional e internacional.

Para la parte del estudio financiero se toma como referencia los datos de la micro empresa Rich Girl con previa autorización de la gerente Dayanna Cangas que tienen relación con la micro empresa Ropa Linda tomando a consideración la parte financiera de dicha empresa.

Estos factores han contribuido a la creación y elaboración de un análisis de estudio para conocer las posibilidades de internacionalización de prendas de vestir de la microempresa Ropa Linda, especialmente blusas, hacia los diferentes mercados internacionales, para expandir la exportación de prendas ecuatoriana a nivel mundial, el cuidado del medio ambiente, la sostenibilidad en la producción de recursos y diversificación de las exportaciones.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Evaluar las oportunidades de diferentes mercados para la exportación de blusas de la micro empresa Ropa Linda Cantón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente la información del análisis de estudio para la comercialización de blusas de la micro empresa Ropa Linda Cantón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales.
- Realizar el estudio de los mercados internacionales y oferta exportable para la internacionalización de ropa de mujer.
- Determinar el estudio técnico de la micro empresa Ropa Linda Cantón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales.
- Evaluar el estudio financiero de la micro empresa Ropa Linda Cantón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Qué mercado internacional Ropa Linda puede alcanzar?
- ¿Qué posibilidad tiene la industria textil carchense para competir en el mercado internacional?
- ¿Cuáles fueron las normas y exigencias para la exportación de blusas?
- ¿Cuáles son los gustos y preferencias del mercado internacional?
- ¿Cuáles son las estrategias necesita la micro empresa Ropa Linda para la exportación de blusas?
- ¿Cómo favoreció la presente investigación para el desarrollo de nuevos emprendimientos?
- ¿Qué beneficios la micro empresa Ropa Linda logró mediante la presente investigación?
- ¿Cómo contribuirá la investigación técnica y financiera en el crecimiento de la microempresa Ropa Linda?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para realizar el trabajo teórico es importante considerar diferentes tipos de antecedentes para el desarrollo y referencia del tema de investigación.

El estudio publicado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2020). “*Plan de Desarrollo de Mercado de Ecuador*”. Perú, toma en consideración el entorno económico, cultural, acuerdos comerciales y oportunidades de mercado desde Perú hacia Ecuador

En el ámbito económico el Ecuador se encuentra con una macroeconomía positiva siendo el sector petrolero el mayor ingreso con el 30%, con una población económicamente activa desde los 25 a 54 años, y con socios comerciales como Estados Unidos Perú, China, Colombia, entre otros. En el ámbito cultural las negociaciones realizadas con los ecuatorianos son más formales a la hora de negociar de forma locuaz, lenguaje técnico y sofisticado donde el respeto y la confianza es un punto clave para las relaciones comerciales a largo plazo.

En Acuerdos comerciales la Comunidad Andina (CAN) es la integración económica más usada para las importaciones desde Perú lo que permite la exoneración de aranceles. En cuanto a las oportunidades de mercado se toma a consideración los requerimientos necesarios para el proceso de importación dependiendo el régimen que se haya declarado y las modalidades de transporte para la exportación de productos desde el Perú siendo el marítimo el más usado con el 52%, transporte terrestre con el 44% y el aéreo con el 4%, finalmente se describe la uva y camisetas de cuellos o redondo como potenciales productos para exportar tomando a consideración el Banco Central del Ecuador.

Aporte a la investigación, el estudio realizado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo peruano ayuda a conocer las ventajas y desventajas en cuanto a la demanda de los ecuatorianos en lo que es fruta y prendas de vestir siendo la última más relevante a la investigación y con ello ver las fortalezas que se pueden implementar para la exportación de blusas hacia los mercados internacionales, así mismo ayuda a desarrollar el análisis situacional del Ecuador y con ello ampliar las fuentes primarias en cuanto a la exportación e importación de prendas de vestir.

Como siguiente aporte se ha tomado en cuenta el artículo científico “*Índice de Producción de la Industria Manufacturera*” publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos” (INEC) en el año 2019, con la finalidad de conocer los valores reales de la producción y la industria ecuatoriana manufacturera para el mercado nacional y extranjero, así como la incidencia sobre el consumo y la fabricación de bienes textiles producidos, además de los ingresos, el inventario inicial y el inventario final de productos terminados, mediante porcentajes mensuales y anuales de la industria.

Mediante el contenido del artículo sobre la industria manufacturera permite analizar bases de datos, estadísticas y proyecciones sobre la producción, fabricación y exportación de la industria textil de manera cuantitativa mediante las Secciones del Sistema Armonizado de forma mensual, los ciclos económicos y las expectativas empresariales para la aplicación y desarrollo del análisis de estudio de prendas de vestir, especialmente las blusas.

El análisis de esta investigación tiene gran relevancia en los procesos para comercializar y los obstáculos para exportar aportando de forma directa a la variable dependiente, con ello ampliando mayor conocimiento sobre los potenciales países de la partida 6106 y las dificultades que tienen las empresas para internacionalizar sus productos.

Para el análisis del siguiente antecedente se tomó en cuenta el artículo científico de la “*Comisión Económica para América Latina y el Caribe*” (CEPAL). 2019 mediante la división de comercio internacional e Integración y Naciones Unidas, analiza el comercio y la producción mediante enfoques (comercio, MIP, entrevistas, micro datos) permitiendo conocer sobre las regiones de América del sur y los patrones de integración y exportaciones principalmente en servicios y manufacturas.

El artículo ayudó a identificar la evolución de las importaciones y exportaciones en América Latina y el Caribe, con ello poder analizar de forma más práctica los datos, diagramas y

acuerdos sobre las principales exportaciones de América orientadas a las exportaciones textiles, para aplicarlo en la micro empresa hacia el mercado objetivo.

El aporte a la información recopilada permitirá buscar estrategias para la innovación, oferta exportable de la provincia y con ello buscar alternativas para comercializar en el mercado internacional como son las tres estrategias genéricas de Porter a la hora de investigar potenciales clientes para que la micro empresa Ropa Linda mejore su participación en el mercado.

El siguiente antecedente se tomó en cuenta la tesis de Caller Depaz Milagros Lisbeth. (2020). “Exportación de blusas de algodón para damas a Panamá”, Universidad San Francisco de Porres, Lima – Perú, analiza la elaboración y características de las prendas de vestir identificando por medio de un estudio de mercado a Panamá como potencial demandante de prendas hipoalergénicas, suaves al tacto y cómodas para el clima. Debido a que la empresa CALLER COTTON S.A.C, ha realizado exportaciones desde el Perú hacia los mercados internacionales aporta gran conocimiento para la micro empresa Ropa Linda.

Caller. (2020) expone un plan de exportación enfocado a la partida arancelaria 6106, la utilización de cadenas retail para captar mayor clientela, resaltando la textura y calidad en cada prenda. En la parte del marketing, busca introducir prendas con variedad de diseños, amigables al medio ambiente y con variedad de diseños. En la parte técnica y financiera, se implementan diferentes análisis para determinar la factibilidad de las prendas de vestir y con ello estrategias para abarcar la oferta exportable y las tendencias de consumo que existe para exportar desde Perú a la ciudad de Panamá.

Como aporte a la investigación, la innovación y las estrategias implementadas desde el país vecino, permiten encaminar el análisis de estudio a mejorar la parte interna técnica financiera para mejorar la producción de blusas y búsqueda de diseños innovadores ofreciendo una propuesta de valor de la micro empresa Ropa Linda, así mismo, potenciar la presentación y publicidad del producto para abarcar el mercado nacional y potenciales consumidores extranjeros.

El análisis de esta investigación tiene gran relevancia en los procesos para comercializar y los obstáculos para exportar aportando de forma directa a la variable dependiente, con ello ampliando mayor conocimiento sobre los potenciales países de la partida 6106 y las dificultades que tienen las empresas para internacionalizar sus productos

El estudio publicado por López Cadena Julio Iván y Vallejo Ayala José Luis. (2019). *“Dinámica de la frontera Ecuador - Colombia y su impacto en la actividad comercial local, Un estudio para la ciudad de Tulcán”*, Editorial Universidad Politécnica Estatal del Carchi. DOI: <https://doi.org/10.32645/9789942914644>, tiene como objetivo brindar un análisis económico, socioeconómico y financiero de las distintas actividades que se desarrollan en la provincia del Carchi, especialmente la ciudad de Tulcán.

Para ello López y Vallejo. (2019), manifiesta en el ámbito económico la disminución de fuentes de trabajo en Tulcán debido a los altos precios en los productos, así mismo por el tipo de cambio que favorece la compra de productos en el vecino país colombiano provocando una crisis económica en los comerciantes nacionales. En el ámbito socioeconómico los habitantes de la provincia se destacan por su capital humano, sus costumbres y tradiciones, sin embargo, el individualismo y conformismo impiden la creación de nuevas fuentes de trabajo y con ello la diversificación de productos autóctonos del Carchi. Es importante destacar que, pese a las dificultades en las actividades laborales, los comerciantes desean mejorar su situación económica y fortalecer sus ingresos. Finalmente, en la parte financiera, los sistemas bancarios y con mayor énfasis a las cooperativas, juegan un papel importante en la economía tulcanesa mediante créditos y capacitaciones para el mejoramiento de las actividades económicas del sector.

Como aporte a la investigación, la provincia del Carchi es conocida nacionalmente por el desarrollo agrícola, ganadero, y turístico, además de tener una ventaja competitiva al encontrarse en la frontera norte con Colombia, contribuye a la activación económica local. El estudio sobre. *La Dinámica de la Frontera Ecuador - Colombia y su Impacto en la Actividad Comercial Local* (2019) afirma. “Que la mayor participación del PIB por actividad económica que tiene el Ecuador corresponde a la manufactura del 15% que comprende aquellas

actividades que desarrollan: procesamiento de alimentos, prendas de vestir, (...). entre otros” (p.26). Por lo tanto, la industria textil permitiría la creación de nuevas fuentes de trabajo, desarrollo económico, y con ello mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Para el siguiente antecedente se tomó en consideración el artículo científico del Banco Central del Ecuador (2020). “*Cuestiones económicas*”, describe la relación entre los impuestos corporativos, inversiones y emprendimiento; empleando información sobre las tasas de impuesto a la renta y la evidencia encontrada, demuestra que las tasas impositivas tienen un efecto perjudicial en la inversión y el emprendimiento.

Los resultados de esta investigación muestran que la reducción o exoneración en este tipo de impuestos tiene una relación positiva y significativa con el desempeño financiero. La presente revista científica permite conocer el rendimiento empresarial, las amenazas de los emprendedores y los factores que deben pasar para la evolución financiera y conocimientos técnicos hacia la elaboración de proyectos.

Además, permite analizar datos concretos en la economía ecuatoriana y el comportamiento del intercambio comercial, especialmente el rendimiento empresarial de las medianas y grandes empresas, proporcionando información que ayude mejorar la micro empresa Ropa Linda.

El siguiente antecedente publicado por Wilches Gabriela Agudelo. (2020). “*Identificación de un plan de negocios para la exportación de lencería femenina a Estados Unidos (Miami Florida, Los Ángeles California y Nueva York Nueva York, Estados Unidos)*”, Fundación Universidad de América, Bogotá – Colombia, analizó el proceso de exportación, empaque y embalaje de ropa femenina hacia la ciudad de Los Ángeles.

Agudelo, (2020) determinó que la mitad de la población estadounidense son de sexo femenino en un porcentaje del 50,78% siendo idóneo para exportar lencería a consumidores millennials y babyboomers, para ello se aprovecha de los acuerdos comerciales entre Colombia y Estados Unidos con una tarifa arancelaria del 0% en este tipo de productos, Por otro lado, describe el

proceso de negociación indirecta como medio de negociación para que la empresa pueda abaratar costos, en cuanto a marketing y tramites de exportación para que las prendas femeninas llegaran directo a las principales boutiques del país con un empaque de cartón minimalista que resalte las prendas.

Aporte a la investigación. la industria textil colombiana permitió analizar los potenciales clientes para la exportación de prendas femeninas, y con ello plasmarlo en la creación de estrategias para la internacionalización de blusas ecuatorianas, analizar más detalladamente el mercado americano, obteniendo como resultado un impacto económico y productivo para la micro empresa Ropa Linda.

El estudio publicado por Proecuador. (2018). *“Industria textil de suéteres de Estados Unidos basada en tendencias y exclusividad en los Ángeles”*. (Boletín de inteligencia comercial), Ecuador, toma en consideración los suéteres desde la Oficina Comercial del Ecuador en Los Ángeles para la exportación a Estados Unidos, siendo el precio, la demanda y las tendencias de consumo como principal eje para los potenciales clientes.

En cuanto a precios y demanda se refiere, la composición de los suéteres la durabilidad o el material con el cual se elabora el producto juega un papel importante para su precio final, siendo la relación precio – calidad una referencia para el consumidor, esto es importante a considerar pues existen muchas marcas de prestigio nacionales y extranjeras que ofrecen las blusas de diferentes precios y calidades. En cuanto a tendencia de suéteres se espera que a mayor precio mayor calidad, por lo que detalles llamativos, y hechos a mano tienen mayor atractivo por parte de la población estadounidense, especialmente en épocas de invierno.

Aporte a la investigación, la competitividad al mercado estadounidense ayuda a buscar una diferenciación y enfoque para que la micro empresa Ropa Linda pueda tener participación en el mercado de blusas, siendo la calidad y accesibilidad la diferenciación necesaria para captar la atención a los potenciales clientes, además conocer de forma más detallada el mercado estadounidense al cual va dirigido el producto y aplicar las estrategias de Porter a la investigación.

El siguiente antecedente publicado por Legarda Riera Ángel Ramiro. (2021). “Análisis del modelo de internalización para la exportación de camisas, originarias de la comunidad Zuleta en la provincia de Imbabura hacia el mercado español”. Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE, Sangolquí – Ecuador, manifiesta estrategias en cuanto a las prendas de vestir para su exportación, permitiendo posicionar el producto a un potencial nicho de mercado español desde la provincia de Imbabura.

Para ello Legarda, (2021) expone una propuesta para exportar camisas personalizadas, mantelería, vestidos y mascarillas bordadas a mano al consumidor español, adaptándose a las diferentes condiciones climáticas resaltando la cultura ecuatoriana hacia este mercado. Es importante destacar que la pandemia ha causado muchas dificultades en el mercado nacional por lo que se toma a consideración el déficit comercial nacional y dificultades para que las empresas puedan exportar sus productos.

Como aporte a la investigación, el estudio de mercado permitió determinar las variaciones causadas por la pandemia en lo que respecta al mercado textil ecuatoriano, y los procedimientos hacia la exportación del mercado internacional, es importante mencionar que la aplicación hacia la provincia de Carchi existe una cierta problemática al existir el contrabando, la informalidad y el aumento de las importaciones de prendas de vestir a menor precio de manera legal e ilegal, limita la innovación y el desarrollo sostenible de la elaboración de todo tipo de prendas de vestir y gracias al aporte teórico ayudó a conocer que estrategias se deben realizar el crecimiento económico de la población carchense y estrategias para exportar ropa hacia los mercados internacionales.

Como siguiente antecedente se ha tomado a consideración la tesis de Valdez Jhong Carmela. (2020). “*Estrategias de exportación al mercado norteamericano (caso productos textiles peruanos)*”, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima – Perú, analiza las estrategias de Michael Porter para la exportación de textiles hacia los Estados Unidos, un análisis FODA y acuerdos comerciales de Perú, para posicionar las prendas de vestir en el mercado estadounidense.

El principal enfoque de la investigación es la confección peruana y su posicionamiento en los Estados Unidos en base al estudio de empresas exportadoras, lo que proporciona información detallada del país destino y la demanda del consumidor para mejorar la producción y exportación de ropa. Gracias a la información obtenida se puede disminuir las falencias del mercado ecuatoriano e implementar estrategias que ayuden a mejorar las blusas hacia el mercado internacional.

Aporte a la investigación, facilita la comprensión sobre la búsqueda de los mercados internacionales aplicadas a la micro empresa Ropa Linda, el medio de transporte marítimo como el más económico para posicionar las blusas hacia los potenciales consumidores y enfocarse en la calidad y publicidad para impactar al sector femenino y obtener competitividad en cuanto a blusas hacia el mercado estadounidense.

2.2. MARCO TEÓRICO

Es importante tomar en cuenta este punto de la investigación, porque permite detallar diferentes temas como la fundamentación teórica que se va a manejar el tema de investigación, como el conocimiento de diferentes conceptos que se aplicarán en todo proceso de la investigación y estructura del tema a tratar, de igual forma el marco legal y que normativa ampara el estado ecuatoriano para las exportaciones y el valor de las mercancías. Todos estos factores ayudarán a sustentar y facilitar la comprensión y la elaboración del plan de investigación de la microempresa Ropa Linda.

2.2.1 Marco filosófico – Teorías

2.2.1.1 Teoría de la Ventaja Competitiva - Michael Porter.

Porter caracterizó las estrategias competitivas genéricas como el comportamiento ofensivo o defensivo de una empresa para desarrollar una posición favorable dentro de un determinado mercado, y estableció tres estrategias genéricas que podrían usarse solas o en conjunto para establecer una posición ventajosa que supere a los competidores a largo plazo (Contreras. S.f), estas estrategias son el liderazgo en costos que busca implementar el precio más bajo en el mercado meta para opacar a los competidores y obtener mayores rendimientos y con ello suprimir las potenciales amenazas que puedan existir en el mercado, la diferenciación buscando innovar o dar un valor agregado para que el consumidor pueda distinguir el producto de la competencia y tener mayor oportunidad en el mercado destino y el enfoque que permite concentrar la información en un segmento de la población, o analizar de forma más específica las necesidades y problemas que existan en los potenciales clientes con el propósito de dar solución y reducir la competencia.

Desde un punto de vista más analítico esta teoría permitirá estudiar la comercialización y exportación de blusas de la micro empresa Ropa Linda, así como nuevas formas de obtener participación en el mercado nacional y extranjero. Estas acciones permiten adaptarse a las nuevas condiciones del mercado que actualmente está ocurriendo a nivel mundial, buscando una propuesta de valor para que el consumidor pueda diferenciar las blusas de la micro empresa ropa linda con las de la competencia y enfocada al estado de California – Estados Unidos para analizar específicamente las necesidades y oportunidades que existan y sean competitivas en el mercado internacional.

2.2.1.2. Nueva Teoría Del Comercio Internacional - Paul Krugman.

La Nueva Teoría Del Comercio Internacional formulada en el año de 1979 está basada en que los productos y servicios se pueden producir de forma menos costosa y en grandes cantidades, referente a las economías de escala permitiendo ofertar más productos y ganar mayor participación en el mercado internacional (Castillo, 2008, párr.3). Con base a la información, la teoría permitirá implementar las economías de escala, en base a aumentar la diversificación de productos y la especialización de personal hacia la productividad y la competitividad de Ropa Linda. Para ello se toma a consideración el potencial mercado para las blusas y en qué momento se deberá actuar en base a la capacidad de comprar del nicho de mercado y diferentes factores políticos, económicos y sociales que faciliten la exportación hacia los Estados Unidos.

El aporte de la teoría en cuestión, permitió analizar y ayudar al mejoramiento del sistema productivo textil de la micro empresa Ropa Linda, adaptarse al mercado ecuatoriano e internacional, el impacto interno sobre la elaboración de blusas y la parte financiera para la inversión en innovación y desarrollo creciente de nuevos productos textiles, infraestructura, maquinaria que permiten un desarrollo económico y social para los futuros emprendimiento en el sector carchense y nacional incentivando a diversificar los productos de materia prima.

2.2.1.3. Teoría de la Ventaja Comparativa - David-Ricardo.

David Ricardo manifiesta en la teoría de la ventaja comparativa sobre la capacidad de las empresas o países para producir un bien utilizando menores recursos permitiendo obtener ventaja frente a la competencia y especializarse en elaborar productos más baratos (Sánchez, 2019). Teniendo en cuenta esta teoría nos permite dar un impulso a la producción de bienes y servicios por medio del costo de oportunidad a los productos que se va a exportar, establecer nuevas secciones productivas incrementando el emprendimiento y no depender de otros países.

El análisis de la ventaja comparativa proporciona los elementos necesarios para conocer qué maquinaria y recursos son necesarios para mejorar la producción nacional en prendas de vestir femeninas y la importancia de las variables de productividad, calidad e innovación, teniendo en cuenta los recursos y oportunidades de la micro empresa Ropa Linda. Gracias al conocimiento y orientación epistemológica, la teoría de Michael Porter y David Ricardo está más relacionada a la metodología de estudio, enfocando a la exportación de blusas hacia mercados internacionales.

2.2.2 Marco legal – Normativa

Para el marco legal se ha tomado como referencia la Pirámide de Kelsen aplicada de forma jerárquica las normas jurídicas que rigen para el desarrollo del trabajo de investigación.



Figura 1. Pirámide de Kelsen

2.2.2.1 Constitución de la República del Ecuador 2008

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la

sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

Comunidad Andina (CAN)

DECISIÓN 614.- “tiene por objetivos, entre otros, promover el desarrollo equilibrado y armónico de los Países Miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social; así como propender a disminuir la vulnerabilidad externa y mejorar la posición de los Países Miembros en el contexto económico internacional”

Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Tratado de Montevideo (1980)

Artículo 2.- “Las normas y mecanismos del presente Tratado y las que dentro de su marco establezcan los países miembros, tendrán por objeto el desarrollo de las siguientes funciones básicas de la Asociación: la promoción y regulación del comercio recíproco, la complementación económica y el desarrollo de las acciones de cooperación económica que coadyuven a la ampliación de los mercados”

Artículo 4.- Para el cumplimiento de las funciones básicas de la Asociación establecidas por el artículo 2 del presente Tratado, los países miembros establecen un área de preferencias económicas, compuesta por una preferencia arancelaria regional, por acuerdos de alcance regional y por acuerdos de alcance parcial.

Artículo 11.- “Los acuerdos de complementación económica tienen como objetivos, entre otros, promover el máximo aprovechamiento de los factores de la producción, estimular la complementación económica, asegurar condiciones equitativas de competencia, facilitar la concurrencia de los productos al mercado internacional e impulsar el desarrollo equilibrado y armónico de los países miembros. Estos acuerdos se sujetarán a las normas específicas que se establezcan al efecto”

Artículo 16.- “Con el propósito de asegurarles un tratamiento preferencial efectivo, los países miembros establecerán la apertura de los mercados, así como concertarán programas y otras modalidades específicas de cooperación”

2.2.2.2 Los Acuerdos de la Organización Mundial de Comercio (OMC)

Art. 8.- N°1. Cada Miembro se asegurará de que sus autoridades y organismos encargados de los controles en frontera y los procedimientos relacionados con la importación, la exportación y el tránsito de mercancías cooperen entre sí y coordinen sus actividades para facilitar el comercio.

2.2.2.3 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)

Art. 5.- Rol del Estado. - El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias. - El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias.

Art. 93.- Fomento a la exportación. - El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:

e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional.

2.2.3 Marco científico – Conceptos

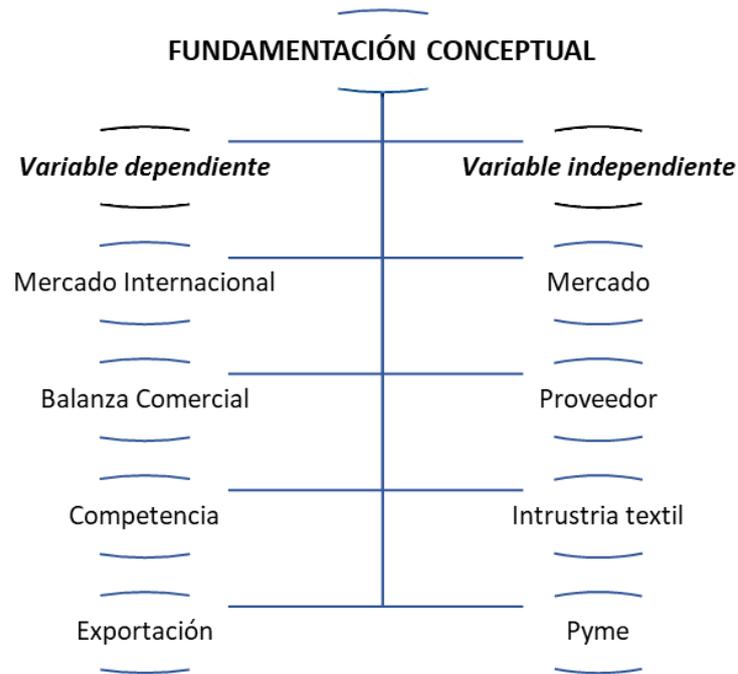


Figura 2. Marco científico o Conceptual

Conceptualización variable dependiente

Mercado Internacional. – El mercado internacional ha permitido el comercio entre países beneficiando a empresas y comerciantes de todo el mundo, buscando mercados que no puedan producir sus productos de forma local y necesiten importar para satisfacer la demanda. Por medio del mercado internacional se analizó tres potenciales países para la exportación de blusas y se determinó los factores internos y externos de los Estados Unidos de América y conoció que alianzas estratégicas existen para la comercialización de blusas hacia este mercado, examinando cuáles son los potenciales clientes para el producto.

Balanza Comercial. – La información registrada de las importaciones y exportaciones de un país en un tiempo determinado se conoce como balanza comercial, registrando económicamente si existe mayor dependencia del mercado nacional o extranjero. Para el análisis del mercado se toma a consideración la balanza comercial de 3 países potenciales para la exportación de blusas, buscando que exista mayor dependencia a las importaciones de productos textiles, dando como resultado que los Estados Unidos existe un superávit en las importaciones de la partida 6106.10 y con ello analizar con mayor detalle el consumo interno de los potenciales clientes.

Competencia. – La competencia tiene diversas connotaciones, y para el análisis de estudio se enfocará en las rivalidades que existe entre varias empresas que ofertan los mismos productos al mercado, esto ayuda al consumidor a elegir qué producto se puede adaptar a sus necesidades en cuanto a calidad, precio, marca, promoción, y otros factores. Para fundamentar el estudio realizado, la competencia en el mercado internacional está relacionada en el mejoramiento de las prendas y con ello un valor agregado para destacar las blusas hacia el mercado internacional, permitiendo competir con empresas nacionales e internacionales.

Exportación. – La exportación se puede considerar como vender u ofertar un producto desde un país A hacia un país B, en el SENA E la exportación es considerada con un régimen definitivo que busca la internacionalización de los productos ecuatorianos hacia los diferentes países del mundo, por lo general las empresas, comerciantes, y personas naturales realizan esta actividad acorde a las necesidades y beneficios. Para ello se toma a consideración la salida de blusas del territorio ecuatoriano hacia los Estados Unidos, conforme lo menciona el régimen de exportación definitiva del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

Conceptualización variable independiente

Mercado. – La compra y venta de diferentes bienes por parte de los comerciantes, personas de a pie y consumidores se conoce como mercado, dando como consecuencia el intercambio de bienes o servicios. El mercado de blusas en los Estados Unidos es bastante extenso, por lo que existen múltiples sectores populares donde se compran o venden prendas de vestir, por ello se toma a consideración un estudio de mercado para la internacionalización de ropa ecuatoriana hacia los potenciales clientes.

Proveedor. – La elección de un proveedor para la internacionalización de blusas hacia el mercado extranjero es un factor clave para la exportación, ayudando a minimizar riesgos y costos hacia otro país. Para la micro empresa Ropa Linda la viabilidad de obtener proveedores de recursos para la materia prima para las prendas de vestir sería un gran aliado para abaratar costos y con ello mejorar la producción de blusas permitiendo vender productos de mejor calidad y menos costosas.

Industria Textil. – La manufactura de prendas de vestir es uno sector con gran demanda de mano de obra para obtener un producto como son camisas, blusas pantalones, zapatos, entre muchas más vestimentas. La industria textil ecuatoriano es un factor importante de estudio, lo que permite conocer el análisis situacional textil carchense y con ello la viabilidad para la exportación de blusas tanto de la micro empresa Ropa Linda como de la provincia hacia los mercados internacionales.

Pyme. – Las pymes en el Ecuador representan un sector reducido para la creación de fuentes de empleo e ingresos al estado por lo que se compone de pequeñas personas para el surgimiento de una empresa. La micro empresa Ropa Linda es una pyme familiar por lo que mediante el análisis de estudio se examinó la viabilidad para la exportación de blusas hacia los mercados internacionales.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

Hacia la realización de la metodología de este trabajo, es importante evaluar e integrar información cualitativa y cuantitativa señalada a continuación para abordar el planteamiento del problema.

3.1.1.1 Enfoque cualitativo

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizó el enfoque cualitativo mediante “la recolección y análisis de los datos, (...) de manera dinámica entre los hechos y su interpretación” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2018, p.8). Esta información es de suma importancia para conocer las posibilidades que tiene la micro empresa ropa linda para incursionar hacia los mercados internacionales y las oportunidades de acogida que tiene la exportación de blusas.

El enfoque cualitativo permitió realizar el estudio sobre el producto, la industria textil ecuatoriana, sus ventajas y desventajas al momento de ser exportado, además de conocer las razones del porque existe una limitada exportación y escasa demanda de ropa ecuatoriana femenina, especialmente la comercialización de blusas en los mercados internacionales, por ello algunas de las razones que se han determinado para la metodología cualitativa fueron el desconocimiento sobre las blusas ecuatorianas a nivel mundial, la poca oferta exportable que pueda existir y el desconocimiento de los productores carchenses sobre técnicas de mejora en la producción y diversificación en la mano de obra, con la finalidad de dar conocer las características, beneficios, cualidades, gustos y preferencias del consumidor al cual va dirigido el producto.

3.1.1.2 Enfoque cuantitativo

Para el siguiente enfoque metodológico se empleó el método cualitativo, aplicado mediante “la intención de estimar magnitudes o cantidades y generalmente de probar hipótesis y teoría” (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2018, p.40).

Mediante este enfoque se estudió datos numéricos y estadísticos recabados de proveedores, oferta exportable, demanda intermediarios, instituciones, información del mercado destino y su fragmentación, además de analizar la oferta, demanda y pronósticos de fuentes primarias y secundarias que permitan el desarrollo y correcto análisis del estudio para la exportación de blusas hacia el mercado internacional y herramientas tecnológicas como son CobusGroup y TradeMap que ayudará a conocer el mercado idóneo para la exportación de blusas y los potenciales clientes.

3.1.2. Tipo de Investigación

3.1.2.1 Correlacional.

La exploración correlacional tiene el propósito de “conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, variables, categorías o fenómenos en un contexto en particular” (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2018, p.105). Este tipo de investigación permite la asociación de la variable dependiente y la variable independiente para el trabajo de titulación.

Mediante la investigación correlacional permito la relación entre las oportunidades en el mercado y la exportación internacional de blusas para dinamizar el comercio textil ecuatoriano, el análisis de las condiciones para el estudio de la micro empresa Ropa Linda y la factibilidad de la exportación de ropa de mujer hacia los mercados internacionales y profundizar la problemática para la exportación de blusas.

3.1.2.2 Descriptiva.

Para el estudio de la investigación descriptiva se “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, p. 92). Por lo que es de gran importancia para encontrar potenciales mercados internacionales.

En la aplicación de la metodología descriptiva se detalló los diferentes factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos y legales PESTEL, comportamiento del mercado segmentado de consumo internacional de los diferentes países a estudiar enfocándose en los potenciales países que tengan mayores importadores de productos textiles además del uso de variables que nos ayudarán a determinar las condiciones comerciales y productivas para la búsqueda de mercados internacionales de blusas.

3.1.2.3 Documental

Para el análisis del estudio es importante la recopilación de información documental tales como archivos digitales, libros, documentos audiovisuales, etc. de anteriores estudios realizados, que nos permitirá conocer la exportación de ropa de empresas ecuatorianas exitosas y como ha sido su proceso en el ámbito de la internacionalización de sus productos, con el fin de poder interpretar y analizar datos para el presente trabajo.

Se utilizó la investigación documental para la búsqueda de las causas del porqué las exportaciones de ropa de mujer desde el Ecuador no son conocidas ni comercializadas a nivel mundial y mediante la identificación y análisis del estudio del plan de investigación, comprobar si será factible exportar este producto al mercado internacional.

3.2. IDEA A DEFENDER

El análisis de estudio permitirá comercializar las blusas de la micro empresa Ropa Linda Cantón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.3.1 Definición de las variables.

3.3.1.1 Variable dependiente:

Comercialización internacional

3.3.1.2 Variable independiente:

Oportunidades de mercado

3.3.2 Operacionalización de variables

Tabla 1. Variable dependiente

Variable Dependiente	Dimensión	Indicadores	Items	Técnica	Instrumento	Informantes
Comercialización internacional	Estrategias de internacionalización	Exportación indirecta	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuántas empresas textiles existen en el Ecuador? - ¿Qué barreras existen a la hora de exportar las blusas a Estados Unidos? - ¿Cuáles son las principales características requeridas para la exportación de blusas en USA? 	Fichaje (Análisis documental)	Fichas Bibliográficas	<ul style="list-style-type: none"> - Trademap - CobusGroup - Proecuador - Promperú - Embajada de los Estados Unidos - Census - Santandertrade
		Indicador de entrada	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué estrategia necesita para obtener mayor competitividad en el mercado estadounidense? - ¿Qué documentación necesita la Microempresa Ropa Linda para la correcta exportación de blusas? - ¿Qué ventajas o desventajas tiene el posicionamiento de blusas de la micro empresa ropa linda en el mercado estadounidense? 	Fichaje (Análisis documental)	Fichas Bibliográficas	<ul style="list-style-type: none"> - Hofstede-insight - Proecuador - Revistas de moda
		Piggyback	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuáles son las redes de distribución más apropiadas para la exportación de blusas? - ¿Qué estrategia deberá aplicar la micro empresa Ropa Linda para la internacionalización de ropa femenina? 	Fichaje (Análisis documental)	Fichas Bibliográficas	<ul style="list-style-type: none"> - SeaRates - Proecuador - AITE - Comex
	Estudio del producto	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de Blusas - Porcentaje de producción 	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuál es el proceso de la producción de blusas? - ¿Qué normativa necesita la Microempresa Ropa Linda en el ámbito nacional e internacional? - ¿Cuáles son las normas y procesos para la exportación de blusas? - ¿Cuáles son las técnicas de producción de blusas de la Microempresa Ropa Linda? 	Análisis documental, entrevista	Fichas Bibliográficas, Cuestionario	<ul style="list-style-type: none"> - Proecuador - AITE - Comex

Fuente: Autor

Tabla 2. *Variable Independiente*

Variable Independiente	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informantes	
Oportunidades de mercados	Estudio de mercado	Oferta	- ¿Cuáles son los principales exportadores mundiales de blusas? - ¿Cuáles son los principales países oferentes? - ¿Cuál es la demanda insatisfecha?	Fichaje (Análisis documental)	Fichas Bibliográficas	- Trademap - CobusGroup - Banco Central del Ecuador - Proecuador - Santandertrade	
		Demanda	- ¿Cuáles son los principales consumidores de blusas? - ¿Qué países importan blusas?				
		Competidores	- ¿Cuáles son los potenciales competidores? - ¿Qué tendencias de consumo de prendas de vestir femenina existe?				
		Exportadores	- ¿Qué procesos necesita la Microempresa para la correcta exportación al mercado de USA?				
	Estudio técnico	Plan logístico Incoterms	- ¿Qué tipo de Incoterms necesita Ropa Linda para la exportación de blusas al mercado internacional? - ¿Qué costos necesita para la distribución de las blusas al mercado meta? - ¿Qué cantidad de blusas debe exportar? - ¿Cuál es el medio de transporte para la exportación de blusas?	Análisis documental, entrevista	Fichas Bibliográficas, Cuestionario	- Banco Central del Ecuador - Proecuador - Micro empresa Ropa Linda	
		Exportadores	- ¿Qué aporte tiene la Microempresa Ropa Linda para la creación de emprendimientos? - ¿Cuál es la distribución física para la correcta exportación de blusas hacia el mercado meta? - ¿Qué Acuerdos tiene Ecuador con Estados Unidos?	Fichaje (Análisis documental)	Fichas Bibliográficas	- Banco Central del Ecuador - Proecuador - Embajada de los Estados Unidos	
		Aranceles	- ¿Cuáles son los requisitos para exportar blusas hacia los Estados Unidos? - ¿Cuál es la tarifa arancelaria que deberá pagar la partida 6106 hacia los Estados Unidos?				
		Empaque, envase y embalaje	- ¿Qué tipo de empaque necesitan las blusas para su correcta exportación? - ¿Cuál es la propuesta para que la micro empresa Ropa Linda pueda exportar su producto al mercado internacional?				
		Estudio financiero	Tir y Van	- ¿Es viable la exportación de blusas al mercado internacional?	Análisis documental, entrevista	Fichas Bibliográficas, Cuestionario	- Banco Central del Ecuador - Superintendencia de bancos - Micro empresa Ropa Linda
			Proyecciones de ventas, producción	- ¿Qué porcentaje se necesita para abarcar la demanda de la exportación de blusas al mercado estadounidense? - ¿Qué tipo de infraestructura necesita la Microempresa para la producción y exportación de blusas?			

Fuente: Autor.

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Análisis Estadístico

Para el trabajo de investigación se utilizó la recolección de información para el estudio de exportaciones de blusas mediante herramientas tecnológicas como TRADEMAP para la recopilación de datos estadísticos de países importadores y exportadores de prendas textiles, y ropa de mujer, el uso del método deductivo para el procesamiento de la información recolectada por medio de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM) para elegir un país meta, además de información de bases de datos por parte de PROECUADOR y AITE para un análisis de potenciales países y la oferta exportable que tienen los emprendedores, MIPYMES, medianas y grandes empresas, para determinar si tiene la capacidad de abastecer la demanda insatisfecha de los potenciales países a analizar.

De igual forma se llevará a cabo entrevistas por parte de productores textiles nacionales con el fin de obtener mayores datos para una mejor interpretación de la misma, además de un análisis estadístico de dispersión como el coeficiente de variación, medidas de tendencia central, la regresión lineal método de tasa media, proyección de la demanda insatisfecha, tablas y gráficos, para la descripción caracterización y toma de decisión acorde al planteamiento de las variables.

3.4.2 Población

La población se determinó gracias el muestreo no probabilístico debido a las dificultades causadas por el Covid 19 y la dificultad de financiamiento para la investigación, por lo que los datos necesarios fueron extraídos por la Gerente de la micro empresa Ropa Linda, de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, y otras instituciones públicas y privadas aportando información sobre textiles, ropa, exportaciones, etiquetados, etc.

Tabla 3. Entrevistas

<i>Expertos</i>			
N° de entrevista	Identificación	Nombre de expertos	Cargo o desempeño
N°1	1003764097	Montenegro Urresta Elsa Damaris	Dueña de la micro empresa “ <i>Ropa Linda</i> ”
N°2	0401059001	Santacruz Villarreal Paul Andrés	Gerente de “ <i>Trámites de Aduana PSV</i> ”
N°3	1726423211	Cangas Tenorio Dayanna Lizeth	Dueña de la micro empresa “ <i>Rich Girl</i> ”

Fuente: Autor

3.4.3 Instrumentos de la investigación

Para el desarrollo del plan de investigación los instrumentos aplicados para la obtención de datos proceden de fuentes primarias como la formulación de entrevistas por parte de la gerente Damaris Montenegro de la micro empresa Ropa Linda y personas relacionadas en la industria manufacturera, además de búsqueda de libros y documentos científicos para la observación y análisis, y recolección de fuentes secundarias como páginas web, documentos y libros de textos digitales para el desarrollo de la investigación.

3.5. DATOS ESTADÍSTICOS

Para el análisis de estudio se tomará en cuenta a los tres primeros países que importen blusas, según la página oficial Trademap.org.

3.5.1. Top 5 de países importadores según subpartida 6106.10 - camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas.

Tabla 4. Países Importadores (miles de dólares americanos).

Países importadores	2016	2017	2018	2019	2020
Japón	299.948	278.399	295.654	314.514	316.198
Estados Unidos de América	318.442	300.856	287.717	267.665	188.833
Alemania	200.138	206.968	166.952	165.656	135.644
Reino Unido	108.352	106.088	105.859	105.238	80.662
Hong Kong, China	101.722	104.860	98.497	84.617	68.283

Fuente: Trademap. (2021).

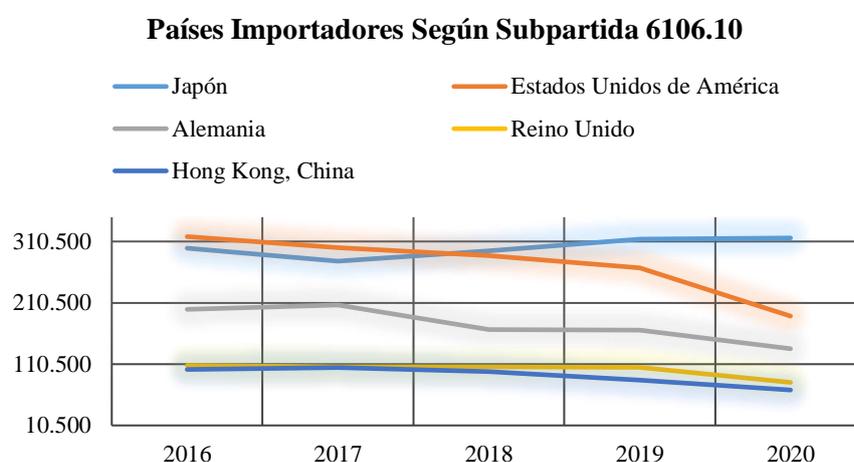


Figura 3. Países Importadores Según Subpartida 6106.10

Por medio del análisis de estudio realizado en la herramienta Trademap por el Centro de Comercio Internacional, permite la justificación de datos comerciales de los principales importadores de prendas de vestir (blusas), destacando 10 países con el mayor número de importaciones de camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas durante los último 5 años.

Japón, Alemania y Estados Unidos de América son los mayores importadores de productos textiles, por lo cual, se profundizará mediante el análisis PEST los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos de los tres primeros países tomando en cuenta los valores en miles de dólares americanos importados. Cabe recalcar que para el año 2020 algunos países no reportaron valores importados debido a la pandemia que afectó durante todo el año y con ello a la mayoría de industrias manufactureras.

3.5.2. Top 5 de países exportadores según subpartida 6106.10 - camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas.

Tabla 5. Países Exportadores (miles de dólares americanos).

Países exportadores	2016	2017	20178	2019	2020
Bangladesh	244.900	285.583	267.655	274.206	226.542
Guatemala	247.118	187.187	187.780	175.596	178.258
Turquía	146354	170490	133468	130256	114.426
Nicaragua	92.040	84.601	143.698	103.945	93.619
Alemania	93.822	102.740	97.541	90.417	78.842

Fuente: Trademap. (2021).

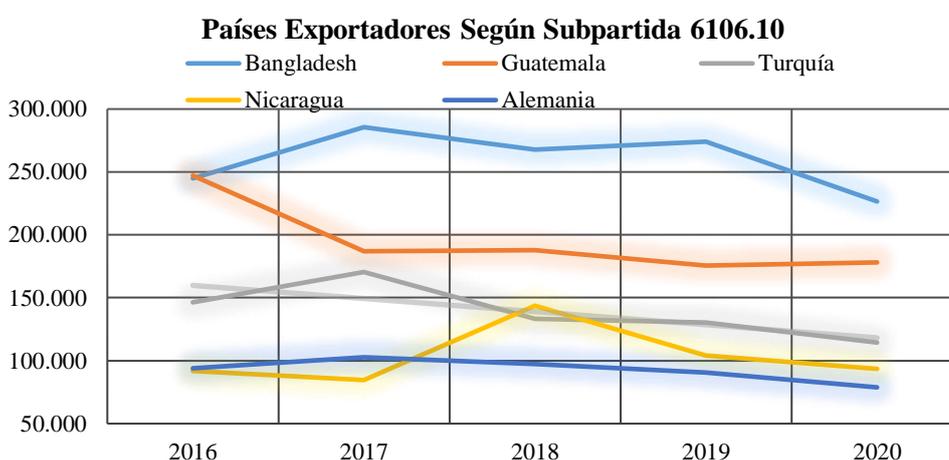


Figura 4. Países Exportadores Según Subpartida 6106.10

Basado en el listado de Trademap de los principales países exportadores de la partida 6106.10, se evidencio que Bangladesh, Guatemala, Turquía son los que mayores benefactores a nivel mundial durante los últimos 5 años, sin embargo, para el año 2020 sólo Turquía reporta valores exportados debido a la pandemia que afectó a la gran mayoría de países durante en este periodo y con ello a las exportaciones y restricciones que abarcó el Covid-19

Ecuador se encuentra en el sitio número 98 del listado de países exportadores según la partida 6106.10, por lo que se puede determinar valores de exportación en pequeñas cantidades, existiendo demanda por parte de los mercados internacional en la producción textilera

ecuatoriana y con ello la factibilidad de encontrar un mercado objetivo para las blusas. Es importante resaltar que algunos de los principales países que exportan según la partida analizada se encuentran países sudamericanos por lo que denota preferencia de productos latinos y con ello tener mayor posibilidad de aceptación de blusas en el mercado extranjero.

3.5.3. Países importadores según partida 6106.10 - camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas – Ecuador.

Tabla 6. Países Importadores desde Ecuador (miles de dólares americanos).

Países importadores	2017	2018	2019	2020	2021
China	49	575	588	476	310
Colombia	190	139	138	126	151
Brasil	21	20	44	100	59
Bangladesh	0	97	68	70	56
Perú	0	104	61	106	52

Fuente: Trademap. (2021).

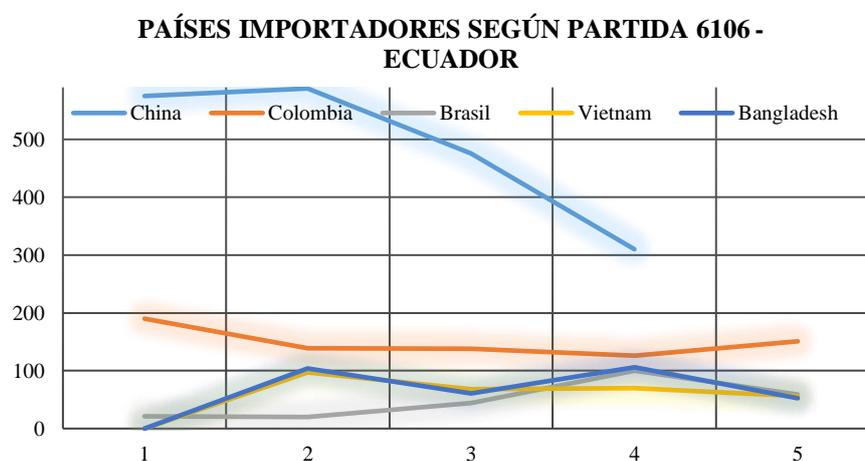


Figura 5. Países importadores según partida 6106 - Ecuador

Como se puede observar en el gráfico, durante el periodo 2017 – 2021, China es el mayor importador de blusas según partida 6106.10 en el Ecuador, además de ser el quinto mercader del mismo producto a nivel mundial, es el importador por excelencia con un crecimiento significativo en estos años, y durante la fecha del estudio todavía no hay publicaciones del 2020 de las cantidades importadas de todos los países.

Según datos recolectados de Trademap, Colombia es el segundo importador de blusas en el Ecuador y el número 47 en la tabla de importadores a nivel global, posicionándolo como uno de los principales países suramericanos con lo que Ecuador comercializa, además de encontrarse en la frontera norte permitiendo el intercambio comercial especialmente de la partida 6106.10. Cabe mencionar que al igual que Colombia, Perú y Brasil se encuentran entre los 5 primeros puestos en importaciones hacia Ecuador.

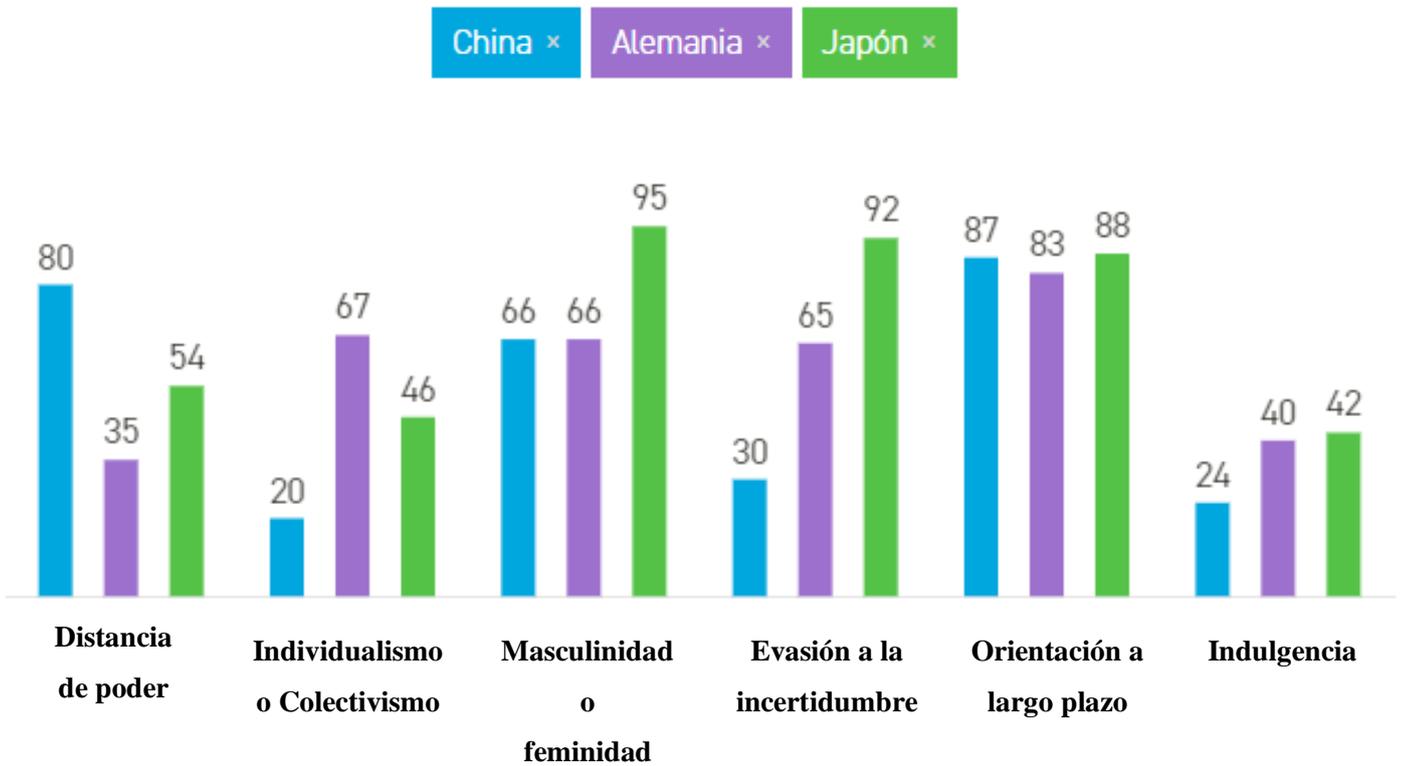
Finalmente, Brasil se encuentra en la tercera posición, sin embargo, durante los últimos 3 años ha importado del Ecuador productos según la partida 6106.10, por lo que se entiende que el país americano ha comenzado a tener mayores relaciones comerciales con Ecuador.

3.5.4. Mayor consumidor a nivel mundial según partida 6106.

El mundo de la ropa es muy amplio y bastante exigente por lo que mediante la plataforma SICEX que permite analizar potenciales mercados e información oportuna para conocer los mayores consumidores a nivel mundial según la partida 6106. Mediante la investigación de mercado por parte de SICEX en el año 2019 el mercado mundial busca la moda sostenible acorde a el cuidado del medio ambiente con calidad y bajo costos dando como resultados; Alemania con el 45.3%, seguido de China con el 14.93% y finalmente Japón y Polonia con un porcentaje de 8.04% y 6.32%. Una vez encontrado los principales países se calificó mediante el modelo de 6 dimensiones de Hofstede y conocer los diferentes factores que pueden influir a la hora de realizar la búsqueda de un potencial mercado, especialmente de manera internacional.

El modelo de Hofstede sirve para clasificar las actividades culturales y busca mejorar nuestra comprensión de otras culturas al explorar cómo este comportamiento está influenciado por diferentes factores que son importante a la hora de una negociación, permitiendo que las empresas puedan tener un estudio mayor detallado de los potenciales mercados y detallar a profundidad mediante los puntajes la cultura de cada país en relación con otras culturas del mundo y con ello los gustos y preferencias del consumidor para la exportación de blusas.

3.5.5. Modelo de las dimensiones de Hofstede



Fuente: (Hofstede-Insights, 2021).

Figura 6. Modelo de las dimensiones de Hofstede

Como podemos observar en el gráfico, se examinó las diferentes dimensiones culturales de 3 países con el fin de poder explicar:

- Distancia al poder
- Individualismo o colectivismo
- Masculinidad o feminidad
- Evasión a la incertidumbre
- Orientación a largo plazo
- Indulgencia

✓ Distancia de poder

La diferencia entre los distintos niveles jerárquicos dentro de la empresa es la distancia al poder. Una puntuación baja en esta dimensión indica una estructura de gestión plana, lo que facilita la equidad en la toma de decisiones entre los miembros del equipo.

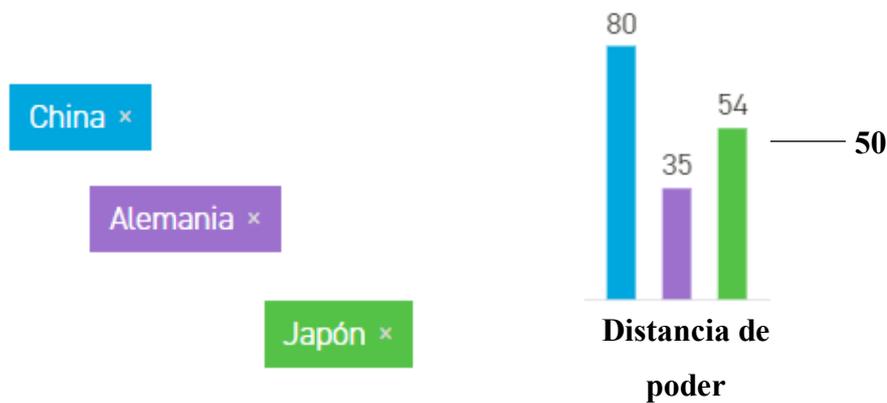


Figura 7. Distancia de poder

Con este pequeño concepto podemos analizar que tanto China como Japón al ser un valor superior al 50 lo que podemos deducir que se respeta la jerarquía, y que se busca valores de respeto y estatus. Sin embargo, es importante destacar que Alemania al tener un bajo valor de 35 existe una igualdad entre los empleados y empleadores y podemos obtener una buena visión general de los factores determinantes de la cultura alemana en relación con las demás culturas analizadas lo que permite valorar el sentido de pertenencia hacia productos que van acorde al medio ambiente.

✓ **Individualismo o colectivismo**

Esta dimensión prueba la importancia de los éxitos y las necesidades personales frente a las necesidades del grupo. Los participantes del equipo favorecerán sus metas y éxitos personales en un país de fuerte individualismo por encima de los del proyecto o la comunidad.

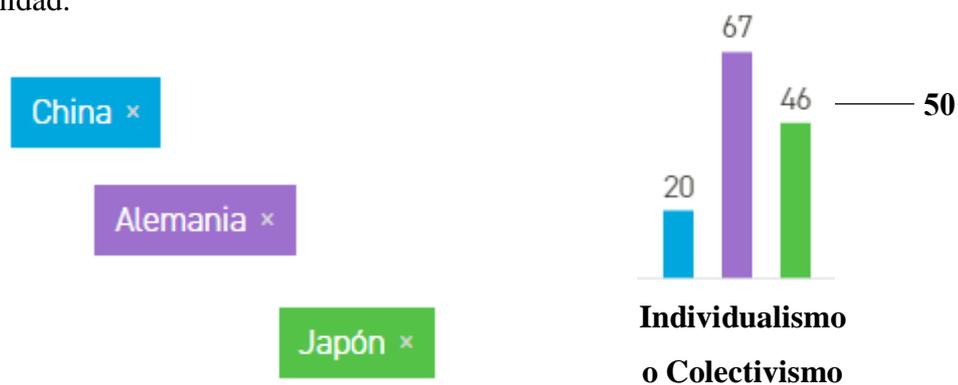


Figura 8. Individualismo o colectivismo

En la gráfica podemos visualizar que China tiene una tendencia colectivista al buscar el bien común, buscando una armonía en las relaciones y con ello poder tener una estrecha relación

para futuras negociaciones comerciales y el que aplica con mayor facilidad el colectivismo. El país nipón tiene una inclinación colectivista e individualista respectivamente al encontrarse en un punto medio. Por su parte, Alemania se ve que es individualista buscando el beneficio personal, permitiendo percibir mayor relación comercial a largo plazo y por ende gran acogida de productos hacia esos mercados.

✓ **Masculinidad o feminidad**

La masculinidad evalúa la interacción entre los roles masculinos y femeninos, así como el nivel de competencia de los individuos. Cuando la importancia de este factor es mayor, la sociedad se guiará por la rivalidad, el logro y el desempeño, y el éxito se caracteriza por ser el mejor en el campo. Una puntuación femenina o feminidad baja en la dimensión significa que los ideales dominantes de la sociedad son el trato a los demás y la calidad de vida.

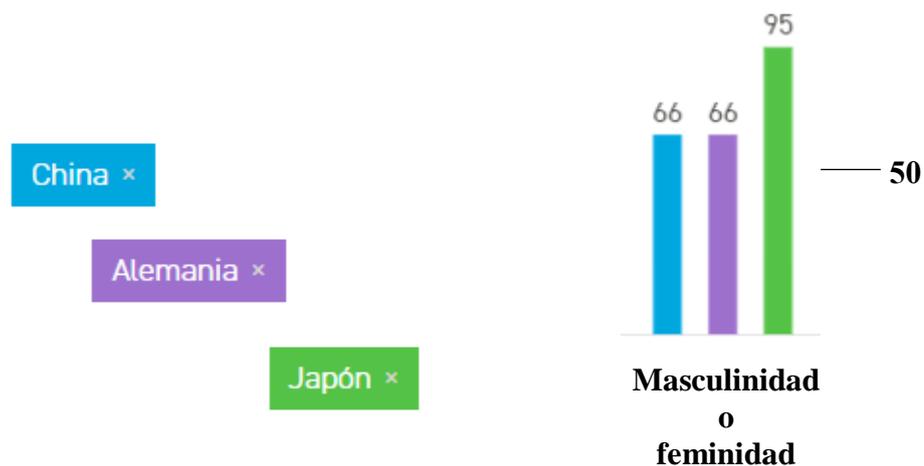


Figura 9. Masculinidad o feminidad

China como Alemania al tener una un porcentaje igual en feminidad, buscan el mejor trato, el poder avanzar uno del otro y con ello cumplir sus propias metas, además de la solidaridad y la calidad de vida. En cambio, Japón resalta el logro y la conectividad como la perfección y un trabajo arduo siendo la masculinidad lo que caracteriza su desempeño y los logros que desean alcanzar, por lo que es más factible tener mayores relaciones comerciales con personas alemanes y chinas para un desarrollo en materia comercial y con ello mayor acercamiento para la exportación de blusas.

✓ **Evasión a la incertidumbre**

El factor de Evasión a la incertidumbre tiene que ver con la forma en que una cultura lucha con la idea de que el futuro no se puede conocer, esta incertidumbre conlleva miedo, y varios países han aprendido a afrontar esta ansiedad de diferentes formas. El grado en que los miembros de una sociedad se sienten amenazados por circunstancias poco claras o impredecibles y han generado valores y estructuras que pretenden prevenirlas.



Figura 10. Evasión a la incertidumbre

Podemos observar que Japón no toleran la evasión a la incertidumbre y se busca prevalecer las tradiciones evitando los cambios, de forma que todas las cosas estén planeadas y planificadas, sin embargo, China no va tanto a la planificación, y va a lo que se puede definir a la innovación, el tomar decisiones un poco arriesgadas y no ser tan estricto en nuevas formas de cambios, y con una puntuación del 65 se encuentra Alemania, que busca una armonía sobre la incertidumbre y riesgos, lo que sería un país potencial a la hora de negociar y comercializar desde el Ecuador hacia el país europeo.

✓ **Orientación a largo plazo**

Este factor explica cómo al lidiar con los problemas del presente y del futuro, cada sociedad necesita mantener ciertas relaciones con su propia historia, y las culturas priorizan estos dos objetivos existenciales de manera diferente a las tradiciones normativas. Por ejemplo, aquellos que obtienen un puntaje bajo en esta dimensión tienden a mantener las costumbres y valores consagrados mientras se acercan a la transición cultural con escepticismo. Por otro lado,

aquellos con una cultura de puntaje alto adoptan un enfoque más realista: promueven el ahorro y los nuevos esfuerzos como una forma de planificar el futuro.

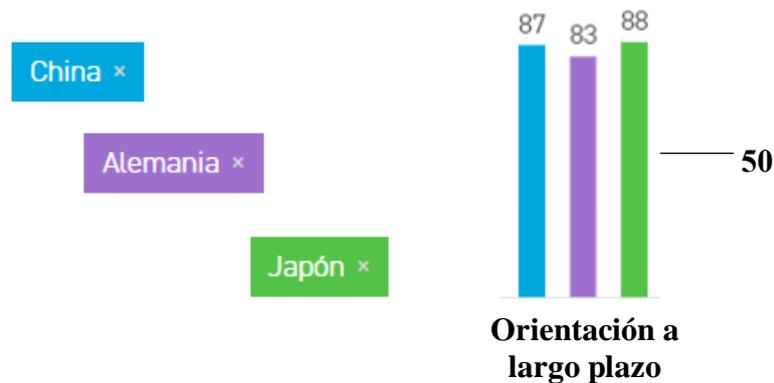


Figura 11. Orientación a largo plazo

Podemos observar que los 3 países tienden a promover el ahorro y los nuevos esfuerzos como una forma de planificar el futuro, buscando lo mejor hacia el largo plazo, además es importante resaltar que tanto chinos, alemanes y japoneses no buscan resultados rápidos orientados a las acciones del presente, sino que adaptan un enfoque racional y duradero.

✓ Indulgencia

La indulgencia significa que la sociedad requiere la alegría y la diversión y deseos humanos vinculados a disfrutar de la vida. Cuando esta dimensión es poca, la cultura suprime la satisfacción de estas necesidades y las gobierna mediante rígidas normas sociales. Esto influirá en el tipo de ideas o iniciativas que sean apropiadas para esas sociedades, porque si la indulgencia es alta, se esperarán menos efectos en la vida personal y amorosa y otros factores.

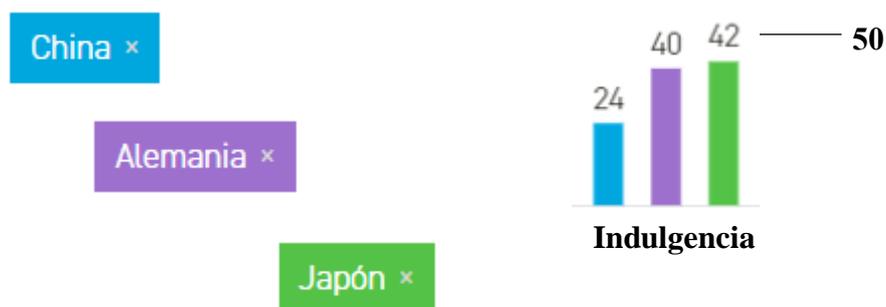


Figura 12. Indulgencia

Es importante destacar que cada país tiene una puntuación baja en lo que respecta a la indulgencia con una inhabilidad a realizar sus impulsos y deseos disfrutando de la vida y divertirse. Por lo que poseen una actitud relativamente positiva y tienen predisposición al optimismo por lo que podríamos determinar que son más represivas siendo el estado quien controla con mayor firmeza sobre los deseos, donde Japón es el mayor puntaje, dando a conocer que respetan las normas y cumplen la ley respecto a países como Ecuador, facilitando la transparencia en el intercambio comercial y con ello mayor cuota de participación en el mercado internacional.

El comercio internacional ha cambiado mucho con el paso del tiempo, fundamentalmente por la pandemia que ha repercutiendo en el año 2021 evidenciándose en las exportaciones e importaciones a nivel mundial según la partida 6106, especialmente en el Ecuador en la comercialización de blusas a nivel mundial. Sin embargo, con los datos y análisis realizados anteriormente, se ha tomado a consideración los tres principales países que adquieren los productos según subpartida 6106.10 y los que tiene mayor consumo del producto importado desde el Ecuador, dando como resultado Japón, Estados Unidos y Alemania.

Gracias a los datos recolectados y analizados se profundizó mediante los factores socioculturales los países seleccionados para el análisis PESTEL.

3.5.6. PEST - Factores Socioculturales

Tabla 7. PEST - Factores Socioculturales

PAÍS	Valores	Religión	Lenguaje	Costumbres
Japón 	Respeto Lealtad Perseverancia	Sintoísmo Creyentes Budismo	Japonés Coreano Chino Inglés	Son muy religiosos y tradicionalistas, la fiesta más importante es el año nuevo
Estados Unidos 	Esfuerzo Determinación Libertad	Católicos Mormones Musulmanes	Inglés Español	Son muy patrióticos y apegados a las leyes y tradiciones de su país, la fiesta más importante es el día de la independencia.
Alemania 	Responsabilidad lealtad Tolerancia	Cristianos Musulmanes Judíos	Alemán Inglés Francés	Son mayoritariamente diversos en cuanto a tradiciones costumbres propia, como el Oktoberfest

Fuente: Climasyviajes. (2020). AparejadoresMundi. (2021). Customs, (2021).

Para los factores socio culturales, es importante entender su orientación en términos de cultura, costumbres, lenguaje y la manera en que la población responde a determinadas características para la exportación de blusas, por ello sus valores y su idioma son factores muy importantes, al permitir mejores relaciones comerciales como es el caso estadounidense y alemán, sin embargo, las personas japonesas tiene una mayor productividad debido a sus valores y tradiciones arraigados lo que dificulta la inserción de nuevos productos del extranjero al país, y por consiguiente los Estados Unidos sería el país idóneo para la exportación de blusas.

3.6. ANÁLISIS PEST

Para el estudio del plan de investigación, es importante realizar un análisis de los potenciales mercados internacionales donde puede tener acogida el producto a exportar, por ello es importante analizar las variables a estudiar del entorno para la exportación de la micro empresa Ropa Linda.

Tabla 8. PESTEL

Político – legal	Económico	Sociocultural- Hofstede	Tecnológico	Geográficos
<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos comerciales • Organismos pertenecientes • Barreras Arancelarias y no Arancelarias 	<ul style="list-style-type: none"> • PIB • PIB Per cápita • Tasa de Inflación • Tasa de desempleo • Tipo de moneda • Balanza comercial • Riesgo país 	<ul style="list-style-type: none"> • Valores • Religión • Lenguaje • Costumbres 	<ul style="list-style-type: none"> • Patentes • Exportación de tecnología • I + D 	<ul style="list-style-type: none"> • Superficie • Localización • Litoral • Clima • Distancia desde Ecuador • Aduana de destino • Recursos minerales • Relieve

Fuente: Autor

3.6.1. Factores por país

3.6.1.1. Factores Políticos Legales

Tabla 9. Factores políticos

PAÍS	POLÍTICA COMERCIAL
Japón 	<ul style="list-style-type: none">- Acuerdo Ecuador - Alianza del Pacífico- Sistema Global de Preferencias Comerciales (SGPC)- Protocolo al acuerdo del consejo de comercio e inversiones entre el gobierno de estados unidos de américa y el gobierno de la república del ecuador relacionado con normas comerciales y transparencia
Estados Unidos 	<ul style="list-style-type: none">- Protocolo de adhesión del acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus estados miembros, por una parte, y Colombia, el Perú y Ecuador, por otra
Alemania 	

Fuente: Cancillería, (2020) Presidencia de la República del Ecuador, (2020).

El Sistema Global de Preferencias Comerciales (SGPC) es un acuerdo comercial en el que los países desarrollados otorgan preferencias comerciales para consolidar y profundizar el comercio para los países de muy bajo crecimiento económico. Todo esto en base a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), lo que beneficia en gran medida al Ecuador.

El Acuerdo Ecuador - *Alianza del Pacífico* solicitado en el año 2018 permitiría adherirse junto con otros países latinoamericanos, formar parte del bloque regional y ampliar la producción nacional y las exportaciones hacia diferentes mercados poco demandados. Ardila. (2018) afirma: “En materia económica representan el 38% del PIB de la región y el 50% del comercio

de la misma. Además, capta el 41% de la inversión extranjera directa de América Latina y el Caribe” (párr.8). En caso de llegar a estar en vigor este acuerdo concedería nuevas oportunidades de mercados y fortalecería la relación con los países vecinos.

El acuerdo denominado *Protocolo al acuerdo del consejo de comercio e inversiones entre el gobierno de estados unidos de américa y el gobierno de la república del ecuador relacionado con normas comerciales y transparencia*.

Actualiza el Acuerdo del Consejo de Comercio e Inversiones (TIC) entre los Estados Unidos y el Ecuador, ... Para procedimientos aduaneros eficientes, transparencia en el desarrollo regulatorio, políticas anticorrupción y cooperación e intercambio de información para beneficiar a las pequeñas y medianas empresas. (Embajada y Consulado de EE.UU. en Ecuador, 2021, párr.3).

Permite establecer un acuerdo comercial más amplio, especialmente a mypimes y a la Economía Popular y Solidaria (EPS) se beneficiarán de una reducción de aranceles en el mercado estadounidense y precios más competitivos.

Se puede también mencionar el *Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)* entre Ecuador y Estados Unidos ya que permite el ingreso de varios productos ecuatorianos sin pago de aranceles o pagos menores en comparación a otros países, sin embargo, debido a los cambios políticos estadounidenses y al vencimiento del acuerdo a finales del 2020, la revocatoria o renovación del sistema de preferencias tiene un futuro incierto y desfavorable para la producción y exportación ecuatoriana en este país.

El *Protocolo de adhesión del acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus estados miembros, por una parte, y Colombia, el Perú y Ecuador, por otra*, en los anexos secciones y disposiciones del documento permite el ingreso de varios productos ecuatorianos y países vecinos sin pago de aranceles o pagos menores de los productos acordados entre la Unión Europea y el Ecuador. Además de tener preferencias arancelarias en las importaciones y exportaciones gracias a este acuerdo que entró en vigor el 30 de diciembre de 2016.

Luego de una exhaustiva búsqueda de información sobre las políticas comerciales y acuerdos entre los potenciales países, se puede determinar que Estados Unidos es el país más apto en materia comercial, debido a los acuerdos comerciales, y la diversificación preferencias, además que con la renovación del SGP permitirá una mayor relación comercial con este país a diferencia de Alemania que pese a tener las mismas oportunidades y acuerdos comerciales.

3.6.1.2. Barreras Arancelarias

Tabla 10. Barreras arancelarias

PAÍS	BARRERAS ARANCELARIAS
Japón 	10.90%
Estados Unidos 	19.70%
Alemania 	0%

Fuente: ITC, (2021). OMC, (2021).

La Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos mediante la lista de tarifas armonizadas la subpartida 6106.10 se puede evidenciar una importe arancelario del 19.70% para el producto que se desea exportar, evidenciándose que no cuenta con ninguna preferencia arancelaria en el periodo del 2021, sin embargo en caso de renovación del Sistema General de Preferencias, tendría una tarifa especial como algunos países cuenta para la exportación de ese producto a EE.UU, y en caso de entrar en vigor los acuerdos pendientes, tendría mayores oportunidades de mercado especialmente las exportaciones de MiPymes y pequeñas empresas.

En el caso de Alemania, la Comisión Europea encargada de la gestión política de leyes y acuerdos comerciales, las mercancías con código 6106.10 tienen una preferencia arancelaria del 0% gracias a los acuerdos entre la Unión Europea y el Ecuador, sin embargo. También se evidencia que, durante los 5 años anteriores a la realización del análisis de estudio, Ecuador ha tenido un bajo flujo comercial debido a la pandemia y factores externos que han impedido un desarrollo a las exportaciones. Comisión Europea, (2021).

Japón es un país perteneciente al continente asiático, que tiene un trato preferencial en el marco de SGP donde Ecuador es uno de los países favorecidos, sin embargo, para la partida 6106.10 no cuenta con una tarifa arancelaria para el producto que se desea importar, por ello

se debe pagar 10.90% de arancel a la mercancía. En caso de llegar a entrar en vigor el Acuerdo de Ecuador con Japón y pertenecer al bloque económico de la Alianza del Pacífico, tendría mayores oportunidades de exportar el producto con arancel cero, o con un acuerdo preferencial que podría beneficiar a los productores de materia textil ecuatorianos hacia mercados asiáticos.

Debido a los plazos de los acuerdos arancelarios de los tres países a estudiar, Japón y Estados Unidos están en renovar o firmar alianzas comerciales que permitan mayor desarrollo de las exportaciones e importaciones con el Ecuador, por ello en caso de llevarse a cabo y entrar en vigor, el producto a exportar tendrá oportunidades de mercado al 0% en derechos arancelarios, caso contrario tendría que pagar un porcentaje que perjudicaría la exportación de prendas de vestir a estos países. Por consiguiente, Alemania al pertenecer a la Unión Europea y tener acuerdos comerciales con Ecuador, permite una tasa preferencial para la exportación de blusas al 0% beneficiando de gran manera al exportador ecuatoriano, y permitiría en un futuro ampliar nuevos mercados europeos.

3.6.1.3. Barreras no Arancelarias

Tabla 11. Barreras no arancelarias

PAÍS	BARRERAS NO ARANCELARIAS
<p>Japón</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Factura comercial ▪ Certificado de origen ▪ Factura comercial elaboración ▪ Declaración de exportación ▪ Certificado de
<p>Estados Unidos</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Certificado de origen ▪ Factura comercial del exportador ▪ Conocimiento de embarque ▪ Lista de contenido ▪ Etiquetado comercial ▪ Otras medidas de protección
<p>Alemania</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Certificado de origen ▪ Factura comercial ▪ Declaración de valor en aduana ▪ Documento de flete ▪ Seguro de transporte ▪ Lista de empaque ▪ Etiquetado de textiles

Fuente: Customs.go.jp (2021). ICEX, (2019). CE. (2021).

La Organización de la oficina de Aduanas y Aranceles de Japón manifiesta los procesos y responsabilidades de las exportaciones e importaciones en el país, así como los procedimientos arancelarios y no arancelarios y trámites a la hora de exportar de forma marítima o área a Japón. Para las barreras no arancelarias en el apartado de resúmenes de trámites aduaneros explica de forma más detallada las operaciones a cumplir.

Estados Unidos es uno de los países con mayores requisitos sanitarios y fitosanitarios que dificultan la exportación, especialmente en la industria textil. El Instituto de Comercio Exterior español explica de forma muy sencilla los requisitos y documentos básicos que se necesitan a la hora de exportar productos textiles hacia Estados Unidos, esto se puede evidenciar en los diferentes sitios web y documentaciones que obstruyen a pequeñas empresas para incursionar en la exportación de productos textiles como son las blusas. (ICEX. 2019).

La Comisión Europea es una de las instituciones más importantes en la Unión Europea, al controlar diferentes políticas, leyes y tratados internacionales en nombre de todos los países que lo conforman (Hallal, 2020). Por ello mediante su portal web Access2Markets permite a los exportadores e importadores de cualquier parte del mundo conocer información detallada sobre los productos que desean introducir al mercado europeo.

Cabe recalcar que la presencia web de esta herramienta es indispensable para conocer de forma detallada la exportación del producto. Para el estudio de blusas en la subpartida 6106.10 se observa los diferentes requisitos para la importación de la misma, de forma detallada y clara, y como resultado mayores ventajas en adhesiones comerciales y arancelarias el país más idóneo para exportar es Alemania.

3.6.2. Factores económicos

3.6.2.1. Producto Interno Bruto

Para el estudio de los factores económicos el Producto Interno Bruto es un indicador importante a tomar en cuenta que permite medir cuánto dinero se gastó en bienes y servicios generados en un país durante un período de tiempo determinado, con ello se pretende analizar los 3 países seleccionados para determinar su estabilidad económica y crecimiento social, monetaria y productiva.

Tabla 12. Producto Interno Bruto (billones de dólares)

PAÍS	2016	2017	2018	2019	2020	Crecimiento %
Japón						
	4,923	4,867	4,955	5,082	4.956	3,73 %
Estados Unidos						
	18,715	19,519	20,58	21,433	20,06	4,14%
Alemania						
	3,467	3,683	3,964	3,861	3,743	3,57%

Fuente: Banco mundial, (2021).

Para una mayor comprensión, se ha realizado un gráfico para la interpretación de los resultados

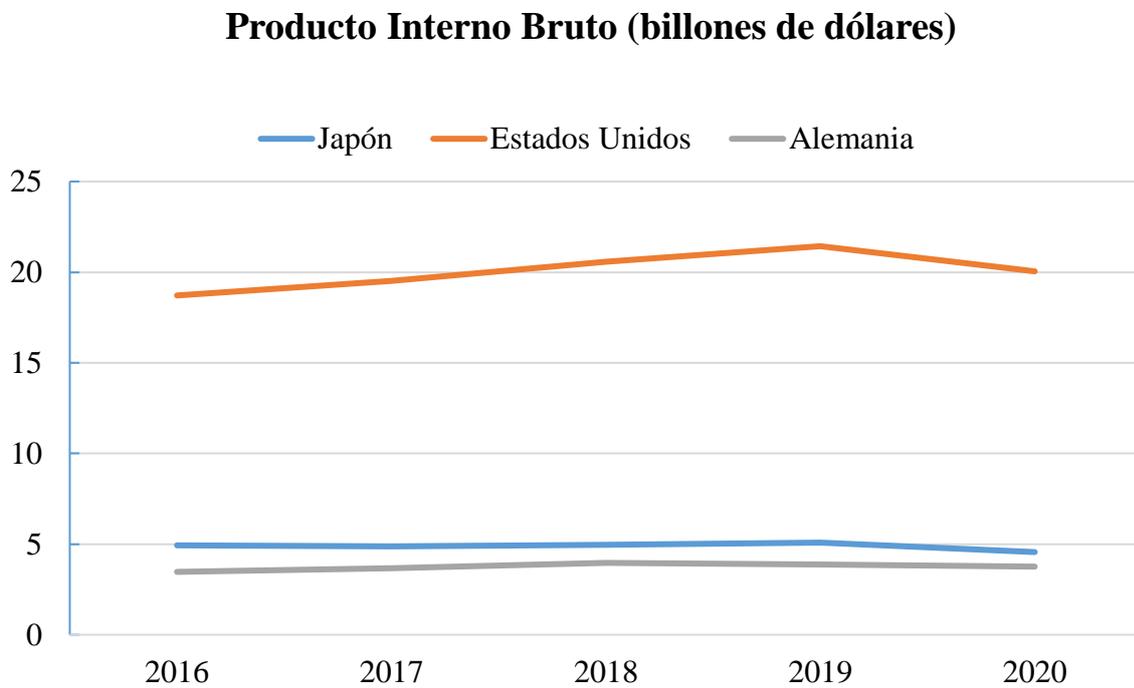


Figura 13. Producto Interno Bruto

El análisis recabado del Banco Mundial sobre los 3 países, se observa un crecimiento económico estable de Estados Unidos durante los 5 años, teniendo un crecimiento de más del 4% y un alza considerable durante la pandemia seguido de Japón, por otra parte, Alemania ha tenido un crecimiento lento y progresivo. Es importante resaltar que durante la investigación se refleja datos del año 2020 de forma probabilística debido al impacto económico y social que ha producido la pandemia. Para el productor textil, especialmente la micro empresa Ropa Linda, el país estadounidense tiene mayores oportunidades para un intercambio comercial y factibilidad para la exportación de blusas seguido del país nipón acorde a los datos recolectados.

3.6.2.2. PIB Per-Cápita

El PIB Per-Cápita o llamada ingreso per cápita, es un señalador que permite calcular el crecimiento económico de las personas o de la población económicamente activa, ayudando a relacionar el ingreso de un país con sus ciudadanos, para ello se analizó los 3 países para analizar cada uno de ellos.

Tabla 13. Producto Interno Bruto Per-Cápita (Miles de dólares)

PAÍS	2016	2017	2018	2019	2020	Crecimiento promedio
Japón						
	38761,818	38386,511	39159,424	40113,061	39105,203	0,865 %
Estados Unidos						
	58021,4	60109,656	63064,418	65279,529	61618,750	3,53%
Alemania						
	42107,517	44442,772	47787,161	46467,516	45201,241	2,87%

Fuente: Banco mundial, (2021).

PIB PER - CÁPITA PERIODO 2016 - 2020

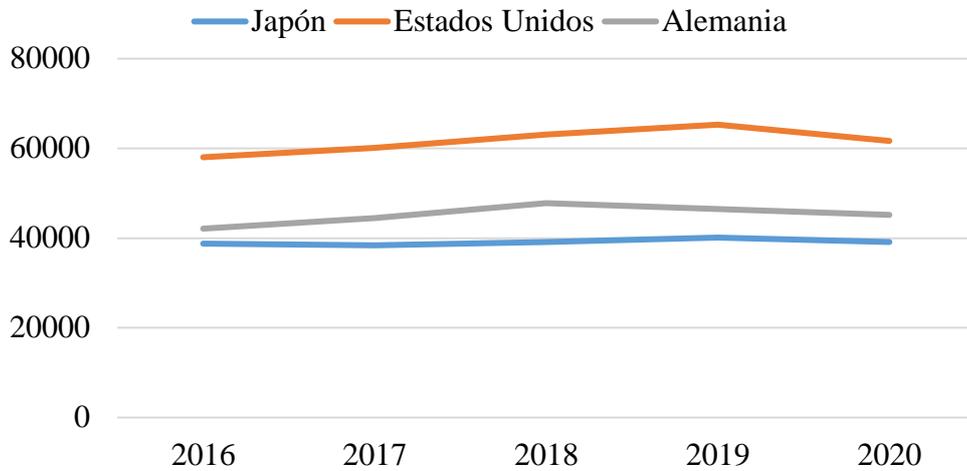


Figura 14. PIB PER – CÁPITA

Los tres países han tenido un crecimiento per cápita constante, sin embargo, Estados Unidos es el principal país con mayor capital humano, esto se puede evidenciar en la gráfica con el mayor crecimiento que los demás países a estudiar. Por otra parte, Alemania se posiciona en segundo lugar con una tasa de crecimiento del 3,53% durante los 5 años, pese a estar en primer lugar antes del 2017, evidenciándose los efectos del Covid-19. Finalmente, en tercer lugar, Japón. Considerando este factor, Estados Unidos es el mayor país con capital humano y poder adquisitivo, lo que permitiría la compra de blusas a este mercado. Es importante resaltar que durante la investigación se refleja datos del año 2020 de forma probabilística debido al impacto económico y social que ha producido la pandemia.

3.6.2.3. Tasa de inflación

La tasa de inflación permite explorar los bienes y servicios de una economía durante un tiempo determinado, para el estudio de mercado, se llevará a cabo el análisis de los tres países seleccionados comparando sus porcentajes crecientes o decrecientes en los precios.

Tabla 14. Tasa de inflación (%)

PAÍS	2016	2017	2018	2019	2020
Japón 	-0,11%	0,46%	0,98%	0,47%	-0,02%
Estados Unidos 	1,26%	2,13%	2,44%	1,8%	1,23%
Alemania 	0,49%	1,5%	1,73%	1,44%	0,5%

Fuente: Banco mundial, (2021).

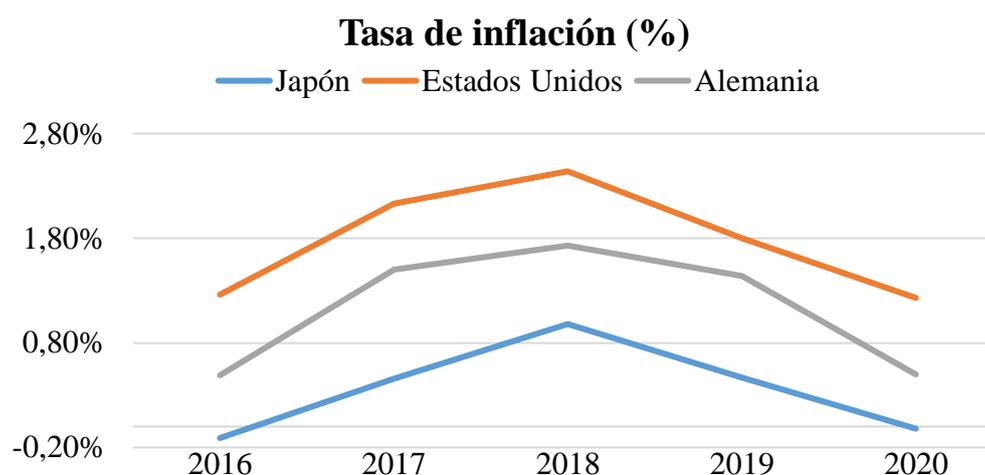


Figura 15. Tasa de inflación

Japón, Estados Unidos y Alemania ha tenido un crecimiento relativamente estable durante los 5 años, sin embargo, en el 2020 existe un decrecimiento significativo para cada país, donde Japón es el que menor crecimiento inflacionario ha tenido con un déficit del -0,02% después Alemania con el 0,5% y finalmente Estados Unidos con el 1,23% estando en primer lugar, sin embargo, ha ido mejorando y posicionándose el crecimiento en el 2021 debido a la reactivación económica mundial. Es importante resaltar que durante la investigación se refleja datos del año 2020 de forma probabilística debido al impacto económico y social que ha producido la pandemia.

3.6.2.4. Tasa de desempleo

La tasa de desempleo es una variable importante a estudiar debido al impacto económico que tiene en las arcas del estado, y el capital humano por ello se analizará los países seleccionados para determinar qué nación tiene menor desempleo y mayor fuerza productiva.

Tabla 15. Tasa de desempleo (%)

PAÍS	2016	2017	2018	2019	2020
Japón 	3,1%	2,8%	2,4%	2,4%	2,97%
Estados Unidos 	4,87%	4,36%	3,9%	3,67%	8,31
Alemania 	4,12%	3,75%	3,38%	3,14%	4,31%

Fuente: Banco mundial, (2021).

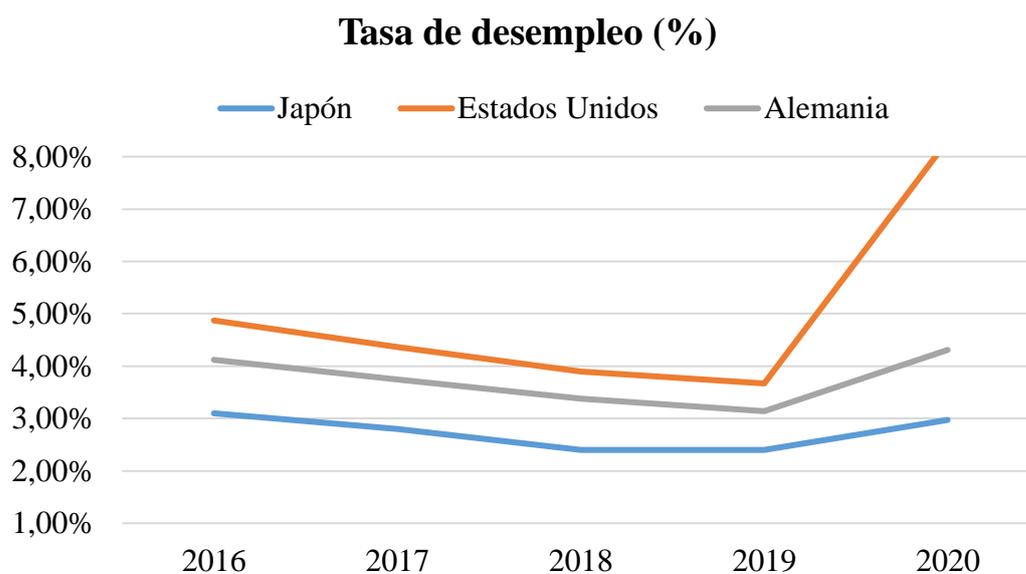


Figura 16. Tasa de desempleo

Los 3 países seleccionados han tenido un bajo porcentaje de desempleo durante los 5 años a estudiar, sin embargo, podemos visualizar en la gráfica que desde el 2020 existe un crecimiento que se puede relacionar con la pandemia a finales del 2019. Pese a todo ello Estados Unidos ostenta el mayor porcentaje con el 8,31% y Alemania con el 4,31%, pese a tener mayores tasas de desempleo en anteriores años por lo que ha mantenido un capital humano inestable en cuanto a la producción y desarrollo de actividades fructíferas y finalmente Japón que tiene la menor tasa de desempleo en su población, lo que se manifiesta en mayores beneficios al estado y al capital humano para la compra de prendas de vestir.

3.6.2.5. Tipo de moneda

Los tipos de cambios a nivel mundial son importantes a la hora de la comercialización de los bienes y servicios, para ello es muy importante conocer el tipo de moneda de cada país y la variación que tiene en un periodo de 5 años.

Tabla 16. Tipos de moneda

PAÍS	MONEDA	2017	2018	2019	2020	2021	Promedio
Japón 	YEN JAPONÉS	0.0082921	0.0085954	0.0088591	0.0090621	0.0092073	0.0089274
Estados Unidos 	DÓLAR ESTADOUNIDENSE (USD)	1.0000000	1.0000000	1.0000000	1.0000000	1.0000000	1.0000000
Alemania 	EURO	1.0865100	1.0558300	1.2007100	1.1438000	1.1208000	1.1357677

Fuente: Banco Central del Ecuador, (2021).

Como lo expone el Banco Central del Ecuador, Estados Unidos conserva una constante en lo que respecta a su moneda el dólar lo que manifiesta una estabilidad monetaria fuerte respecto a los demás países además que el Ecuador cuenta con el mismo tipo de moneda es un gran beneficio en el intercambio comercial. En el caso de Alemania no ha tenido cambios significativos en términos monetarios y para ejemplificar según *Google Finance* el mes de marzo del presente año de estudio, 1 dólar equivale 0,85 euros. Para el país nipón el promedio cambiario es del *0.0089274* lo que equivale una tasa menos alta con respecto a los demás países, lo que significaría que los convenios pueden ser afectadas por esta variable positiva o negativamente.

3.6.2.6. Balanza comercial

Mediante la extracción de datos referentes a la balanza comercial de los tres posibles mercados meta, se realizó una fragmentación de la balanza comercial de cada país con el propósito de analizar si las exportaciones o importaciones son significativas.

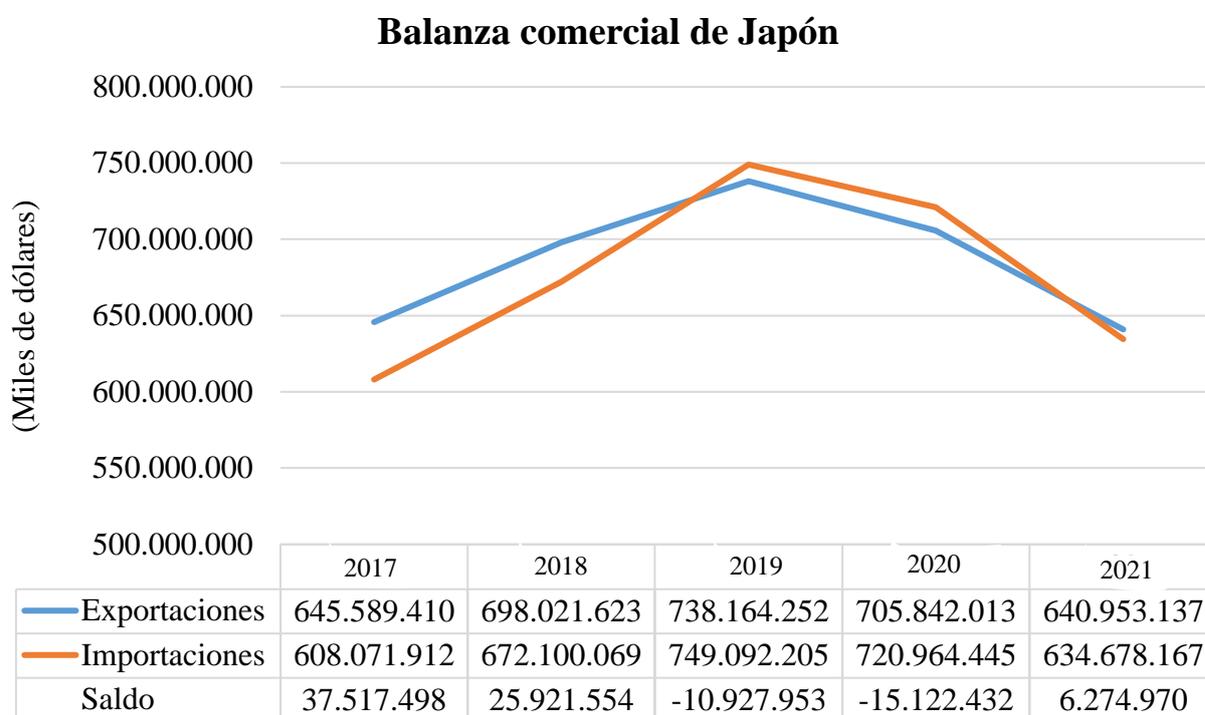


Figura 17. Balanza comercial de Japón

Fuente: Trademap, (2021).

Balanza comercial de Estados Unidos

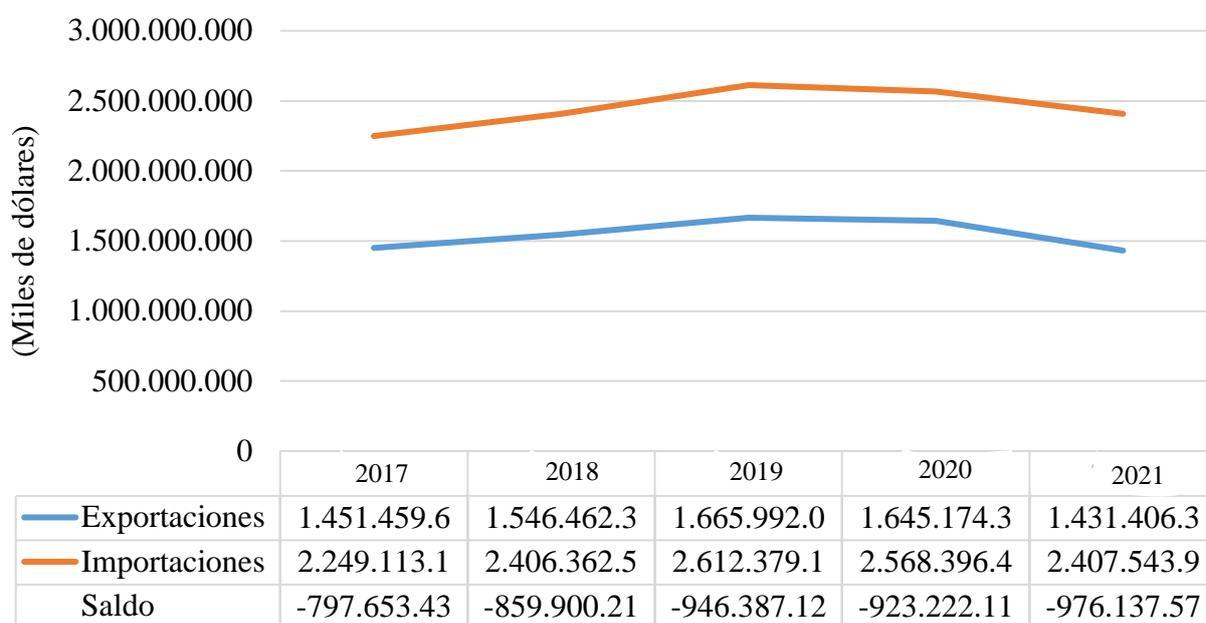


Figura 18. Balanza comercial de Estados Unidos
Fuente: Trademap, (2021).

Balanza comercial de Alemania

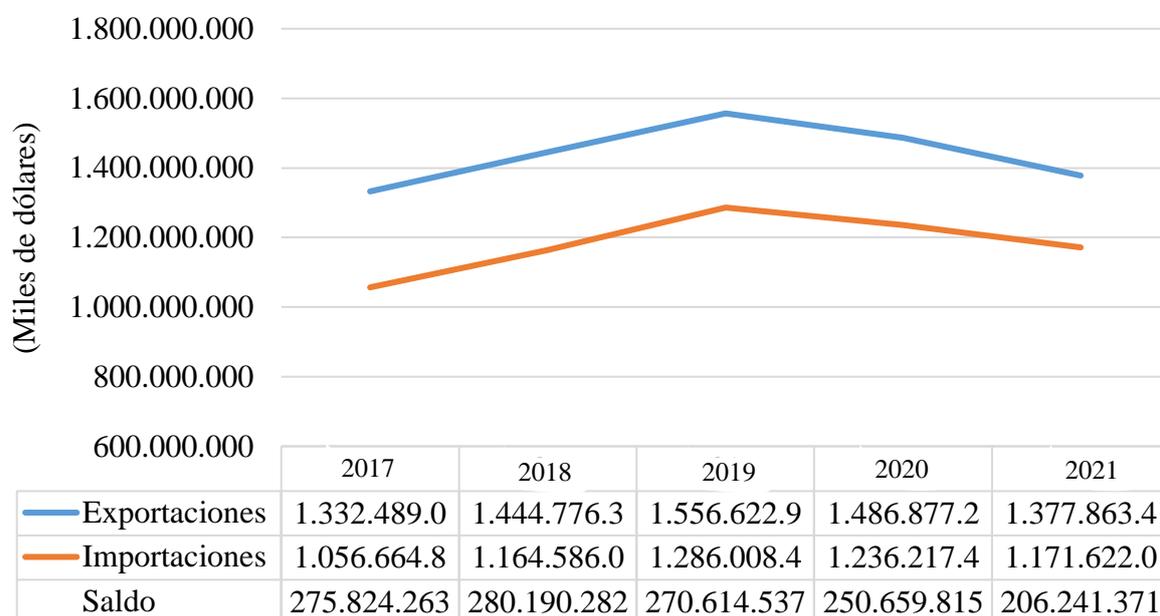


Figura 19. Balanza comercial Alemania
Fuente: Trademap, (2021).

3.6.2.6.1. Balanza comercial Ecuador – Potenciales países

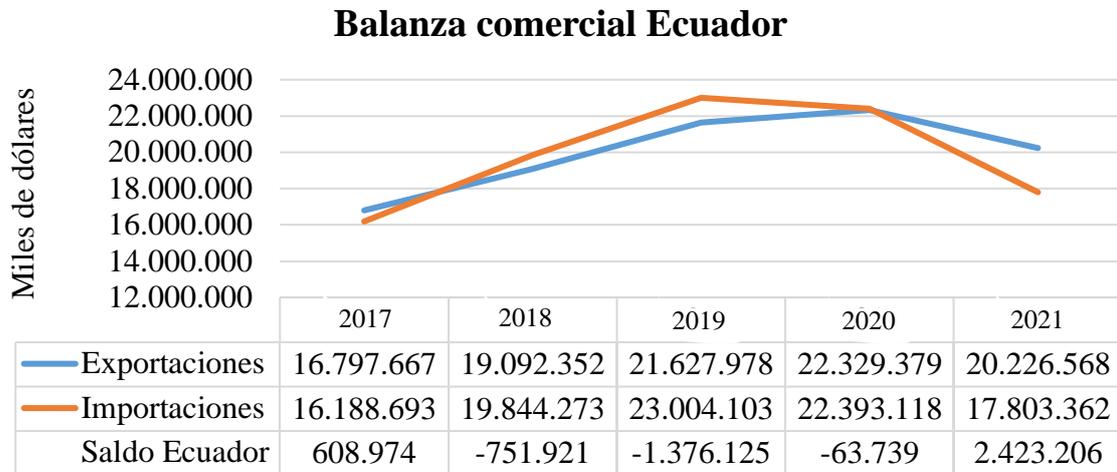


Figura 20. Balanza comercial Ecuador

Fuente: Trademap, (2021).

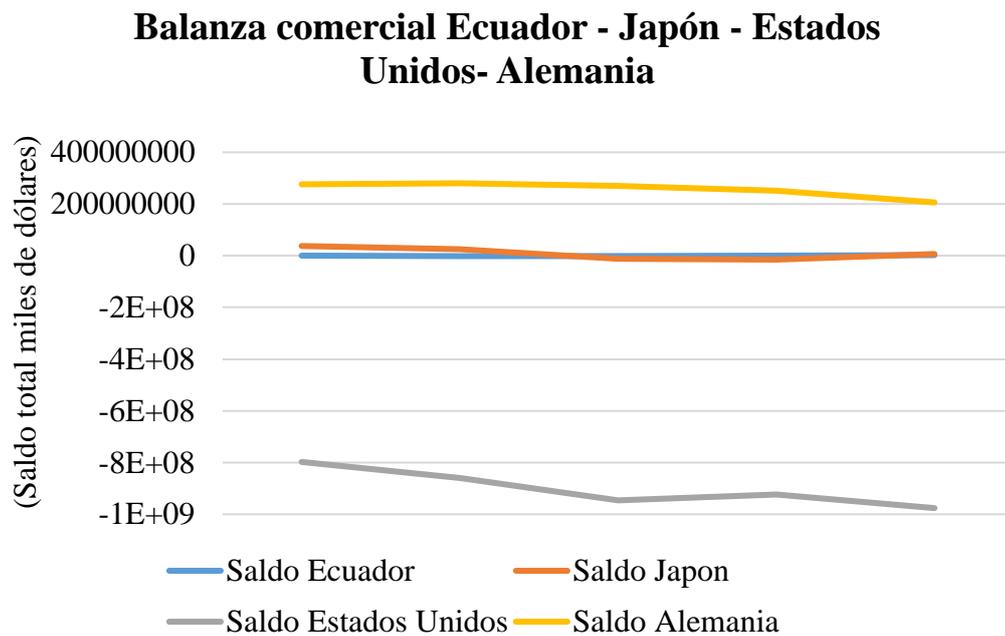


Figura 21. Balanza comercial Ecuador - Japón - Estados Unidos- Alemania

Como se observa en el gráfico de cada país y por la información proporcionada de Trademap, la balanza comercial de Estados Unidos en el periodo del 2017 al 2021 tiene un déficit constante, por lo tanto, la mayoría de productos americanos son importados en comparación con otros países.

En el caso de Alemania, la balanza comercial es positiva, sin embargo, durante el periodo de cinco años ha tenido un decrecimiento notable por lo que las importaciones están teniendo mayor fuerza que las exportaciones y pese a su superávit, es más notable su déficit en el caso de Japón ha tenido una estabilidad relativa entre sus exportaciones e importaciones, sin embargo, en el año 2020 se ve un superávit.

Ecuador por su parte durante el año 2021 ha tenido una favorable balanza comercial, sin embargo, en los últimos 5 años Japón y Ecuador ha tenido un crecimiento relativamente creciente a diferencia de Alemania que ha ido decreciendo. Por ello es más factible exportar hacia los Estados Unidos al ser el mayor importador y tener un déficit constante en sus importaciones.

3.6.2.7. Riesgo País

El riesgo país ayuda a determinar las oportunidades de inversión en uno o más países, así como el variable para cumplir con compromisos y deudas. Para ello se utilizó el indicador EMBI, que analiza la cantidad de riesgo, bonos de mercados emergentes y tasas de interés que adeuda cada país, para ello se tomó como referencia las tasas de interés de los bonos del Tesoro de los Estados Unidos

Tabla 17. Riesgo País

País	Puntos porcentuales 2021	Valor en porcentaje	Valor en riesgo	Riesgo país
Estados Unidos				
	149	1,49%	2,55%	4,04%
Japón				
	059	0,59%	2,55%	3,14%
Alemania				
	-149	-1,49%	2,55%	1,06%

Fuente: Datosmacro. (2021), Jp Morgan. (2021).

Gracias a la recolección de información por parte de la plataforma Jp Morgan y Datosmacro.com, el resultado del riesgo país se tomó a consideración; la rentabilidad del bono de los Estados Unidos en 10 años, el valor en riesgo del 2,55% en el año en curso y la suma del valor porcentual de cada país.

El país estadounidense se encuentra con un riesgo país elevado del 4,04% en comparación del país nipón del 3,14% resultado del Covid 19 que ha causado problemas en la inversión extranjera, finalmente el riesgo país alemán es del 1,06% lo que indicaría mayor inversión extranjera y solidez en su economía y predilecto para la inversión extranjera y oportunidades de mercados.

Es importante mencionar que cuanto mayor sea el riesgo, más probable es que el estado deudor incurra en incumplimiento y las tasas de interés incrementa, esto es importante mencionar debido a que el Ecuador en el año 2020 y 2021 obtuvo 1062 puntos porcentuales y un porcentaje de riesgo de 10,6%, alejando la inversión extranjera y crecimiento en productos no petroleros como es el caso de los textiles (Ámbito, 2021).

3.6.3. Factores tecnológicos

3.6.3.1. Desarrollo tecnológico - Patentes

Tabla 18. Desarrollo tecnológico - Patentes

PAÍS	2015	2016	2017	2018	2019
Japón					
	44,8%	45,5%	49,5%	51,4%	52,6%
Estados Unidos					
	57,1%	56,6%	56,2%	57,1%	57,8%
Alemania					
	18,2%	18,3%	19,6%	19,4%	19,3%

Fuente: OMPI, (2020).

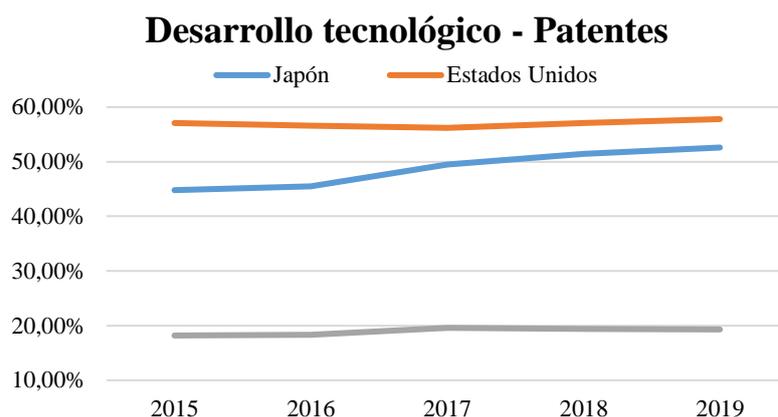


Figura 22. Desarrollo tecnológico

La información obtenida del informe anual de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), en el año 2019 se han registrados miles de patentes, especialmente Estados Unidos, Japón y Alemania, lo que significa en el continente asiático es el líder en solicitudes de patentes a nivel mundial, seguido por Estados Unidos. En este caso se puede determinar mediante la gráfica que EE. UU en los últimos 5 años es el principal país innovador y productivo en lo referente a lo tecnológico, indicando mayores recursos en cuanto a maquinaria e infraestructura para el sector textil estadounidense. Es importante resaltar que durante la investigación se refleja datos del año 2020 debido al impacto económico y social que ha producido la pandemia y carencia de datos actuales.

3.6.3.2. Exportación de tecnología

Tabla 19. Exportación de tecnología (%)

PAÍS	2016	2017	2018	2019	2020
Japón					
	17,62%	17,6%	17,31%	17,02%	18,65%
Estados Unidos					
	22,72%	19,52%	18,74%	18,93%	19,75%
Alemania					
	18,17%	15,84%	15,77%	16,42%	15,50%

Fuente: Banco Mundial, (2021).

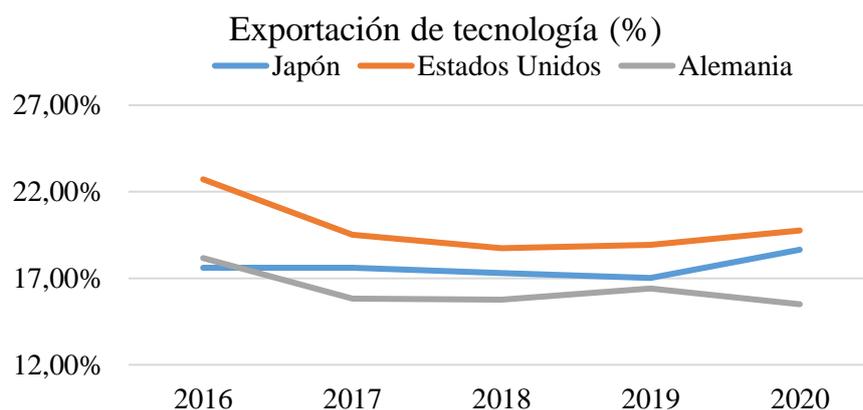


Figura 23. Exportación de tecnología

La información obtenida por el Banco Mundial durante el periodo 2016 – 2020 proporciona información relevante en cuanto la exportación de tecnología a nivel mundial, y como se puede observar en la gráfica, Estados Unidos es el primer exportador tecnológico en el mundo, corroborando el liderazgo a nivel asiático en solicitudes de patentes. En segundo puesto Japón y Alemania, por lo que se puede determinar al país estadounidense como líder en exportaciones tecnológicas y nuevas herramientas tecnológicas para la innovación para las empresas que desean transformar la matriz productiva, esto tiene mayor relevancia en cuanto a competitividad con el Ecuador al existir los recursos para la creación de nuevos productos como es la ropa. Es importante resaltar que durante la investigación se refleja datos del año 2020 debido al impacto económico y social que ha producido la pandemia y carencia de datos actuales.

3.6.3.3. Innovación y Desarrollo (I + D)

Tabla 20. I + D

PAÍS	2016	2017	2018	2019	2020
Japón					
	3,10%	3,20%	3,20%	3,10%	3,15%
Estados Unidos					
	2,70%	2,80%	2,80%	2,70%	2,75%
Alemania					
	2,90%	3%	3%	2,90%	2,95%

Fuente: Banco Mundial, (2021).

Innovación y Desarrollo (I + D)

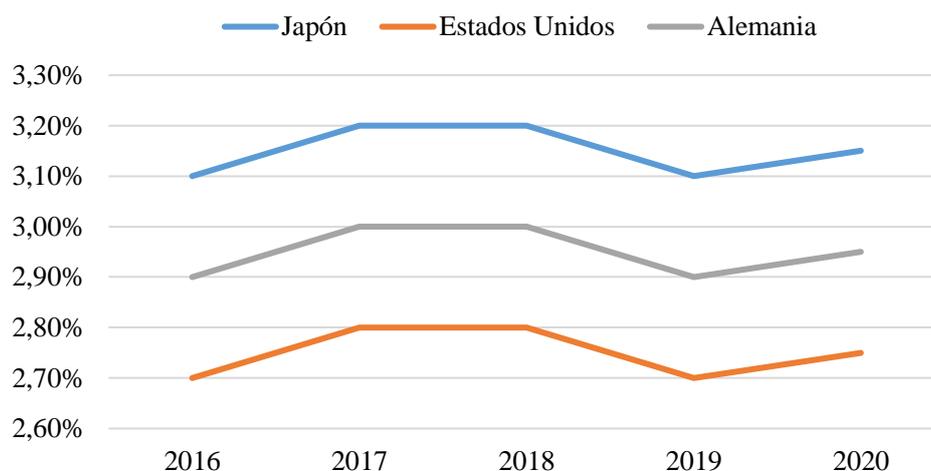


Figura 24. Innovación y desarrollo

En cuanto a la Innovación, Ciencia y Desarrollo, podemos observar en la gráfica que Japón es el principal impulsor en la creación de I + D, seguido por Alemania y Estados Unidos, además es importante destacar que el país nipón es uno de los países del mundo que más inversión extranjera atrae, por su bajo nivel de riesgo y gran estabilidad económica, por lo que se puede evidenciar en mayor gasto e inversión tecnológico. Es importante resaltar que durante la investigación se refleja datos del año 2020 de forma probabilística debido al impacto económico y social que ha producido la pandemia.

Ecuador durante los 5 años ha tenido un decrecimiento prolongado para la exportación e innovación de suministros tecnológicos por lo que la competitividad en la elaboración y producción de textiles se ven afectadas para exportar blusas de calidad con menos recursos, no obstante, la producción de materia prima y la tercerización permitirá a la micro empresa Ropa Linda la comercialización de prendas de vestir.

3.6.4. Factores geográficos

Tabla 21. Factores geográficos

PAÍS	Superficie	Distancia desde Ecuador	Principales aduanas	Relieve	Clima
Japón 	377.970 km ²	15437.24836 km	Osaka Kobe Nagoya Tokio	Relieve montañoso, formado de muchos archipiélagos en todo el territorio	Clima asiático monzón con lluvias abundante durante el año
Estados Unidos 	9.833.517 km ²	4966.214755 km	Houston Los ángeles Miami New York	Relieve variado entre llanuras y montañas rocosas en todo su territorio	Clima occidental con Inviernos gélidos y veranos caluroso
Alemania 	357.580 km ²	11223.311227 km	Hamburgo Bremem Lübeck Rostock	Relieve montañoso y con algunas zonas llanas en todo el territorio	Clima atlántico con inviernos fríos y veranos relativamente cálidos

Fuente: Searates. (2021). Santandertrade, (2021). Climasyviajes. (2018). AparejadoresMundi. (2021). Customs, (2021).

3.7. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO (POAM)

Analizado los potenciales mercados internacionales donde puede tener acogida el producto a comercializar, se puede determinar el país idóneo para la exportación de blusas de la micro empresa Ropa Linda. Así, la matriz POAM es una técnica utilizada por los estrategas para registrar, revisar y discutir oportunidades y desafíos que podrían existir para la elección de una organización (Dussán y Serna, 2017. p,41). Sin embargo, para determinar cómo las oportunidades y amenazas impactan en la elección de un país destino, se calculó utilizando las respectivas ponderaciones relativas al grado de valor que tendría el exportar en cada uno de los tres países, tomando en cuenta los factores anteriormente analizados, asignando una valoración alta, media o baja y una numeración respectiva, representada en una tabla para mayor entendimiento.

Tabla 22. Valoración POAM

Valoración del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)	
Oportunidades	Alta 3
	Media 2
	Baja 1
Amenazas	Alta -3
	Media -2
	Baja -1

Fuente: Autor

Tabla 23. Matriz POAM

PAÍS FACTORES	Japón				Estados Unido				Alemania			
	OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
	VALOR	Pts.	VALOR	Pts.	VALOR	Pts.	VALOR	Pts.	VALOR	Pts.	VALOR	Pts.
POLÍTICO – LEGAL												
Acuerdos comerciales	Bajo	1			Bajo	1			Medio	2		
Barreras Arancelarias			Medio	2			Medio	2			Bajo	1
Barreras no Arancelarias			Bajo	1			Alto	3			Bajo	1
Suma total		1		3		1		5		2		2
PROMEDIO TOTAL		1		1,5		1		2,5		1		1
ECONÓMICOS												
PIB	Medio	2			Alto	3			Medio	2		
PIB Per Cápita	Alto	3			Medio	2			Medio	2		
Tasa de Inflación			Baja	1			Medio	2			Bajo	1
Tasa de Desempleo			Medio	2			Bajo	1			Medio	2
Tipo de Moneda			Alto	3			Medio	2			Bajo	1
Balanza Comercial	Alta	3			Baja	2			Bajo	1		
Riesgo País			Bajo	1			Medio	2			Medio	2
Suma total		8		7		7		7		5		7
PROMEDIO TOTAL		3,5		4		3,5		3,5		2,5		3,5
SOCIOCULTURALES												
Valores	Bajo	1			Alto	3			Bajo	1		
Religión			Medio	2			Alto	3			Bajo	1
Lenguaje			Bajo	1			Bajo	1			Alto	3
Costumbres	Medio	2			Baja	1			Bajo	1		
Suma total		3		3		4		4		2		4
PROMEDIO TOTAL		1,5		1,5		2		2		1		2
TECNOLÓGICOS												
Patentes	Baja	1			Alto	3			Medio	2		
Exportación de tecnología	Bajo	1			Medio	2			Bajo	1		
Innovación y desarrollo (I+D)	Baja	1			Alto	3			Medio	2		
Suma total		3		.		8		.		5		
PROMEDIO TOTAL		1,5		.		4		.		2,5		
GEOGRÁFICOS												
Superficie	Alto	3			Alto	3			Medio	2		
Distancia desde Ecuador	Medio	2			Bajo	1			Medio	2		
Principales Aduanas	Baja	1			Alto	3			Alto	3		
Relieve	Bajo	1			Medio	2			Medio	2		
Clima	Bajo	1			Medio	2			Bajo	1		
Suma total		8				10		0		8		0
PROMEDIO TOTAL		4				5		0		4		0

Fuente: Autor.

3.7.1. Resumen del perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM)

Tabla 24. Resumen Matriz POAM

INDICADORES	Japón		Estados Unido		Alemania	
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
-FACTORES POLÍTICOS-LEGALES	1	1,5	1	2,5	1	1
-FACTORES ECONÓMICOS	3,5	4	3,5	3,5	2,5	3,5
-FACTORES SOCIOCULTURALES	1,5	1,5	2	2	1	2
-FACTORES TECNOLÓGICOS	1,5	0	4	0	2,5	0
-FACTORES GEOFGRÁFICOS	4	0	5	0	4	0
Promedio	11,5	7	15,5	8	11	6,5
Diferencia		3		7,5		4,5

Fuente: Autor

Análisis del resumen del POAM

El resumen del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM) denota los valores promedios realizados en la tabla anterior, tomando a consideración las oportunidades y amenazas del estudio de cada país promediando cada factor y obteniendo como resultado; Japón una ponderación de 3, Estados Unidos de 7,5 y finalmente Alemania con un total de 4,5. Ahora bien, el país con mayor puntaje y el más conveniente para la exportación de blusas, es los Estados Unidos.

3.8. ANÁLISIS ESTUDIO DE MERCADO

3.8.1. Perfil estadounidense



Estados Unidos de América es una de las potencias mundiales más grandes del mundo, gracias a la plataforma de la oficina de Censo del Departamento Comercial estadounidense podemos conocer que está conformada por una superficie de 9.833.517 km², dividida en 50 estados y un estado federal, con una población actual de 331.449.281 habitantes y tasas crecientes de empleo a nivel nacional del 60,2%.

Figura 25. Perfil Estadounidense

Tabla 25. Perfil Estadounidense

 Estados Unidos	
Área geográfica	9.833.517 km ²
Población total	331.449.281
Capital	Washington D. C.
Idioma oficial	Inglés
Idiomas que se hablan en el hogar estadounidense	Inglés (78%), Español (13,5%), Otros idiomas (8,5%)
Ingreso promedio del hogar (anual)	\$65.712
Moneda local	Dólar estadounidense (USD)
PIB	6,30%
PIB per cápita	21.8 %
Comercio Exterior	Estados Unidos tiene un crecimiento constante crecimiento PIB per cápita en comparación con Alemania y Japón, un área geográfica favorable al estar más cercana al Ecuador y con acuerdos comerciales en proceso de concretarse, al ser uno de los países con mayor importación de productos desde el Ecuador.

Fuente: Census.gov. (2021).

Estados Unidos es una de las principales naciones que ofrece una alta calidad de vida a sus ciudadanos con un ingreso promedio elevado y con gran poder adquisitivo en la compra de ropa, esto se puede evidenciar al ser el mayor mercado del mundo para la confección y moda, y “*ha experimentado un fuerte crecimiento en el último año y que para algunos grandes retailers estadounidenses de moda representa ya alrededor de un 50% de su facturación*” (Modes Information. 2021). Evidenciando que el consumo de prendas de vestir se ha disparado luego de la pandemia y con ello la oportunidad de exportar blusas al mercado americano.

Potencialmente el país estadounidense tiene una gran ventaja acorde al previo estudio realizado en los mercados internacionales como el principal país destino para la exportación de blusas y gracias a las herramientas proporcionadas, de la embajada, se utilizó para buscar el perfil del consumidor acorde a la tasa de ingreso, actividad económica, población y otros factores importantes para la acogida de blusas.

3.8.2. Posición Arancelaria Estados Unidos

Tabla 26. Arancel de blusas Estados Unidos

Arancel	Detalle
<i>Sección XI</i>	Materias textiles y sus manufacturas
<i>Capítulo 61</i>	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto
<i>Partida</i>	6106. Blusas y camisas, de punto, para mujer o niña
<i>Subpartida</i>	6106.10.00 De algodón

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de EE. UU, (2022).

3.8.3. Pronóstico de la demanda

3.8.3.1. Estados Unidos de América importa desde el mundo (kg), datos históricos.

Tabla 27. Pronóstico de la demanda (kg)

	x	y	x*y	x ²	
Fecha	periodo	importaciones kg			n=10
2012	1	13725000	13725000	1	$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$
2013	2	15364000	30728000	4	
2014	3	17334000	52002000	9	b= 702096,97
2015	4	18256000	73024000	16	
2016	5	23060000	115300000	25	$a = \frac{\sum y - b\sum x}{n}$
2017	6	23654000	141924000	36	
2018	7	23953000	167671000	49	
2019	8	23608000	188864000	64	
2020	9	21501000	193509000	81	a= 15821266,67
2021	10	16373000	163730000	100	
Sumatoria	55	196828000	1140477000	385	

$$y = a + bx$$

Pronósticos para los 5 años siguientes

$y = a + bx$

y =
 $15821266,67 + 702096,97 (11)$
 $y = 23544333,33 \quad (2022)$

y =
 $15821266,67 + 702096,97 (12)$
 $y = 24246430,3 \quad (2023)$

y =
 $15821266,67 + 702096,97 (13)$
 $y = 24948527,27 \quad (2024)$

y =
 $15821266,67 + 702096,97 (14)$
 $y = 25650624,24 \quad (2025)$

y =
 $15821266,67 + 702096,97 (15)$
 $y = 26352721,21 \quad (2026)$

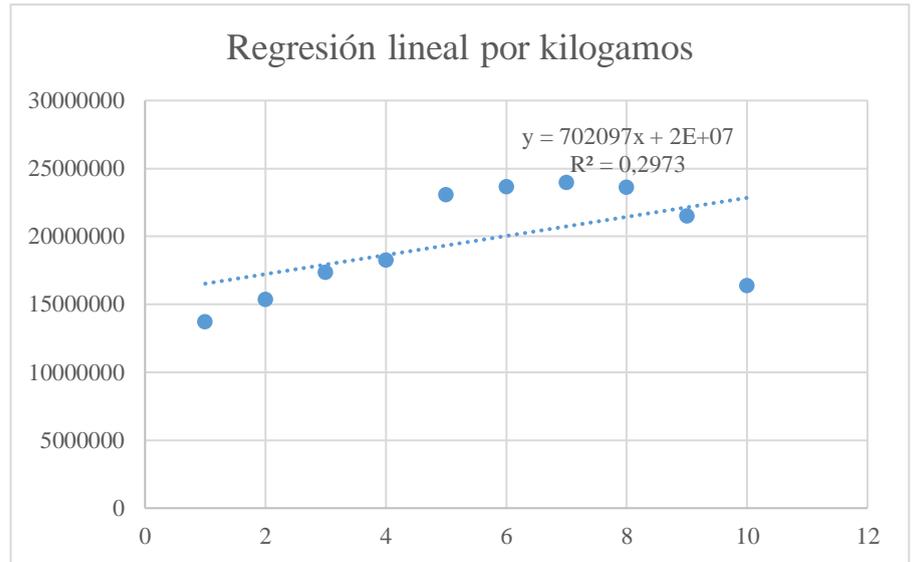


Figura 27. Regresión lineal por kilogramos

	x	Y	x*y	x ²
Fecha	periodo	Importaciones		
		kg		
2022	11	23544333	258987663	121
2023	12	24246430	290957160	144
2024	13	24948527	324330851	169
2025	14	25650624	359108736	196
2026	15	26352721	395290815	225
Sumatoria	65	124742635	1628675225	

Fuente: Autor

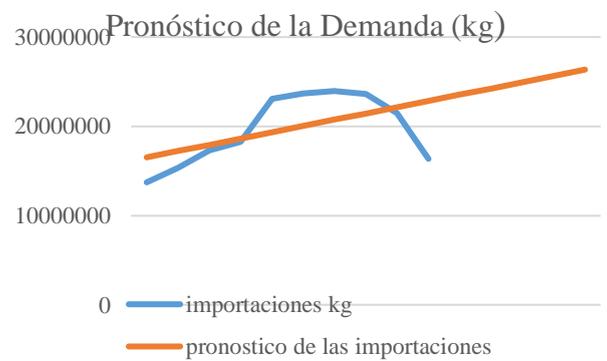


Figura 26. Pronóstico de la demanda (kg)

3.8.3.2. Estados Unidos de América importa desde Ecuador (Importaciones por miles de dólares), datos históricos.

Tabla 28. Pronóstico de la demanda (miles de dólares)

	x	Y	x*y	x ²	
Fecha	periodo	importaciones kg			n=10
2012	1	188959	188959	1	$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$
2013	2	267593	535186	4	
2014	3	287271	861813	9	b= 46623,34
2015	4	300838	1203352	16	$a = \frac{\sum y - b\sum x}{n}$
2016	5	318442	1592210	25	
2017	6	410689	2464134	36	a= 138936,9
2018	7	479937	3359559	49	
2019	8	544806	4358448	64	y = a + bx
2020	9	523324	4709916	81	
2021	10	631794	6317940	100	
Sumatoria	55	3953653	25591517	385	

Fuente. Autor

Pronósticos para los 5 años siguientes

y = a + bx

y = 138937 + 46623 (11)
y = 651790 **(2022)**

y = 138937 + 46623 (12)
y = 698413 **(2023)**

y = 138937 + 46623 (13)
y = 745036 **(2024)**

y = 138937 + 46623 (14)
y = 791659 **(2025)**

y = 138937 + 46623 (15)
y = 838282 **(2026)**

Regresión lineal miles de dólares

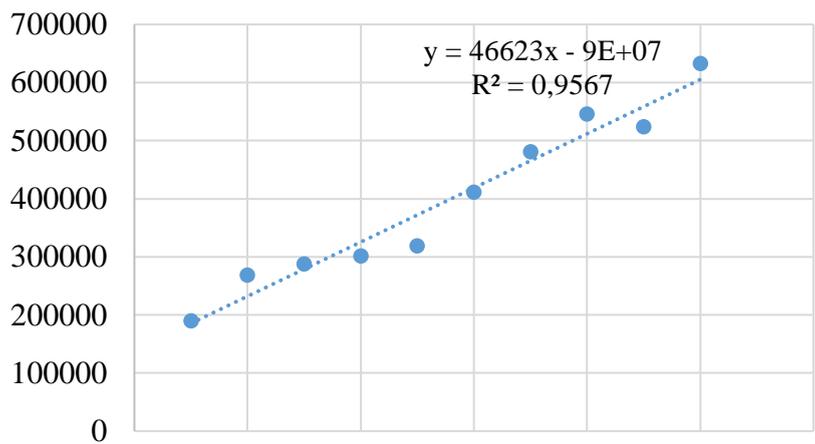


Figura 28. Regresión lineal miles de dólares

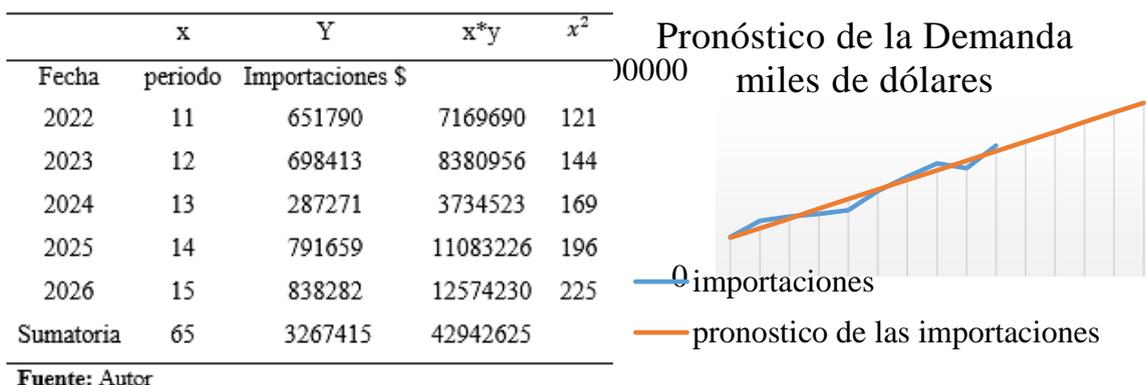


Figura 29. Pronóstico de la Demanda miles de dólares

La información extraída por la herramienta Trademap permitió la elaboración de diferentes pronósticos de la demanda en cuanto a kilogramos y miles de dólares que Estados Unidos importa desde el Ecuador en referencia a la partida arancelaria 6106. Es importante resaltar que las restricciones causadas por el Covid-19 en los años 2019 y 2020 han afectado de gran manera la comercialización de productos petroleros y no petroleros y con mayor énfasis en la venta textil.

Algunos resultados dan como resultado que en los próximos 5 años las importaciones de blusas en Estados Unidos sufrirían un crecimiento prolongado en cuanto a kilogramos se refiere, debido a que durante los años anteriores la pandemia afectó las exportaciones desde el Ecuador hacia el país estadounidense, sin embargo, en lo que importaciones de miles de dólares se refiere, existen un pronóstico positivo y bastante elevado para la partida 6106 en los próximos años para la comercialización internacional de blusas.

3.8.4. Perfil del mercado destino

Tabla 29. Perfil del mercado destino

Ciudad	Población total	Cambio porcentual de población	Tasa de empleo	Hogares totales	Ingreso promedio del hogar	Mujeres (15 a 50 años)
California	39,576,757	6,1%	60,3%	13.157.873	\$ 80.440	9.614.158
Texas	29,183,290	15,9%	61,7%	9.985.126	\$ 64.034	7.150.260
Florida	21,570,527	14,6%	56,2%	7.905.832	\$ 59.227	4.717.198
New York	20,215,751	4,2%	60,5%	7.446.812	\$ 72.108	4.630.870
Pennsylvania	13,011,844	2,4%	60,0%	5.119.249	\$ 63.463	2.854.849
Illinois	12,822,739	2,4%	61,7%	4.866.006	\$ 69.187	2.996.121

Fuente: Census.gov. (2021).

Mercado destino

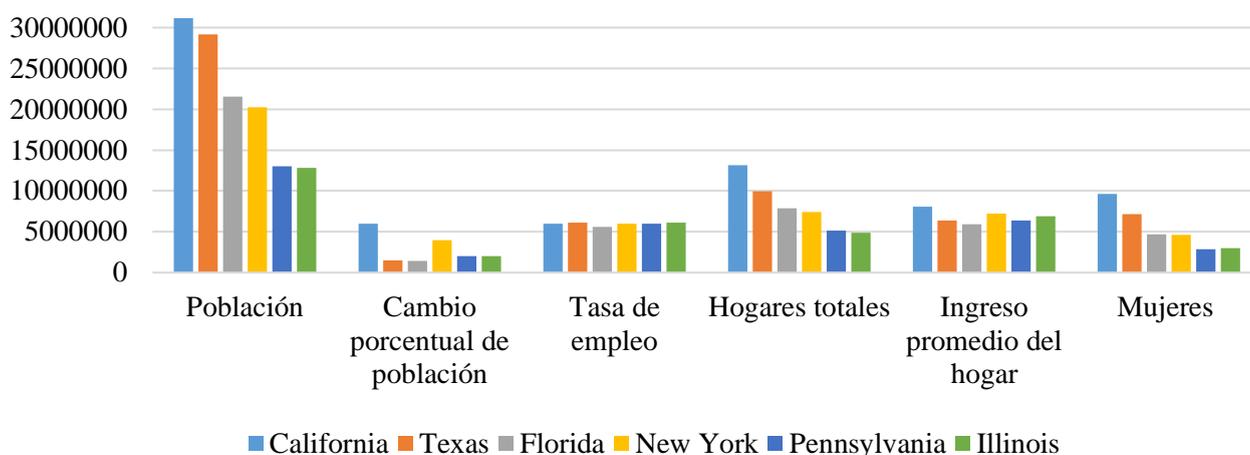


Figura 30. Mercado destino

3.8.4.1. Principales Estados importadoras de Estados Unidos - partida 610610

Existen 3 importadores de blusas con la partida 6106.10 con destino a los Estados Unidos, esto según la herramienta Cobusgroup, y la siguiente tabla muestra el valor total de las exportaciones en valor FOB y el total de kilos netos enviados. También se muestra en la ciudad donde se encuentra cada importador.

Tabla 30. Principales ciudades importadoras de Estados Unidos - partida 610610

Consignatario	Ciudad	Total Kgs Neto	Total Fob \$
JAJE LLC DBA WINTERSUN	California	120	6.504,91
IRIDIUM APPAREL	California del Sur	525	30.286,08
BORDERFREE, INC.	Nueva York	1,00	192,50

Fuente Cobusgroup. (2021)

Los datos obtenidos afirman que California es el estado con mayor población, y mediante el censo del 2020 por parte del Departamento Comercia de los Estados Unidos, existe mayor ingreso promedio de los hogares y flujo de personas a nivel nacional, existiendo una potencial demanda al ser la principal ciudad con mayor tasa de personas del sexo femenino, y ubicándose como el principal destino para la exportación de blusas. La siguiente tabla enumera una serie de características que ayudan a determinar si esta ciudad es adecuada para la exportación de blusas.

Tabla 31. Perfil Estado de California

		Estados Unidos – California
Estado	California	
Capital	Sacramento	
Población total	39.538.223	
Idioma oficial	Inglés (55,5%), Español (28,8%) otros idiomas (15,7%)	
Área geográfica	250.756.39 km ²	
Ingreso promedio del hogar (anual)	\$ 80.440	
Moneda local	Dólar estadounidense (USD)	
Tasa de empleo	60,3%	
PIB per cápita	91,377 millones de USD	
Porcentaje de pobreza	11,8%	

Fuente: Census.gov. (2021).

3.8.4.2. Comportamiento del consumidor



La población californiana tiene gran poder adquisitivo y una economía sólida imponiéndose los ingresos por familia como base para la elección de compra al ser uno de los estados más poblados de la nación y con el número de 9.614.158 mujeres económicamente activas, refleja un nicho de potenciales clientes para la exportación de blusas

Figura 31. Comportamiento del consumidor

Al estar ubicada en la parte sur de los Estados Unidos y limitar con el océano pacifico El Estados de California consta con un área de 250.756.39 km² y al ser uno de los estados con mayor ingreso familiar, el costo y la calidad de blusas a este mercado debe ser determinante para atraer potenciales clientes.

3.8.4.3. Potenciales ciudades

Tabla 32. Potenciales ciudades

Potenciales ciudades	Población total	Porcentaje sexo femenino	Tasa de empleo	Ingreso promedio del hogar	Ingreso per cápita	Pobreza
San Mateo	764,442	50,5%	68,8%	\$ 122,641	\$ 62,784	6,1%
Santa Clara	127,647	48,0%	69,2%	\$ 126,006	\$ 53,986	6,7%
San Francisco	873,965	49,0%	71,1%	\$ 112,449	\$ 68,883	6,7%
San Diego	1.386.932	49,5%	65,2%	\$ 79,673	\$ 41.112	12,8%
San José	1.013.240	49,5%	68,3%	\$ 109,593	\$ 46,599	8,7%
Los Ángeles	3.898.747	50,5%	66,5%	\$ 62.142	\$ 35,261	7,5%

Fuente: Censur. (2021)

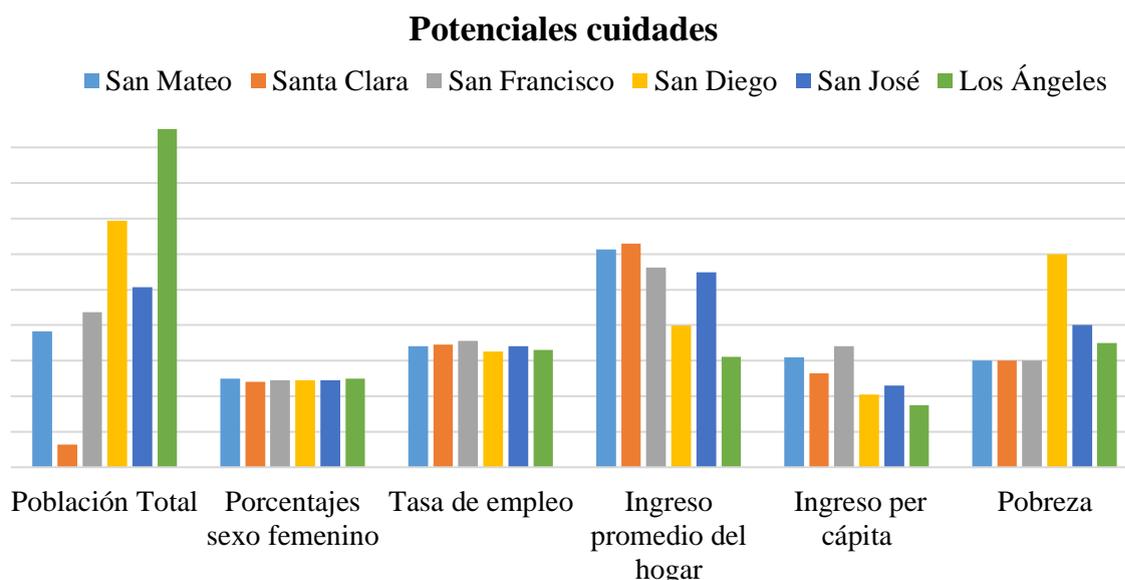


Figura 32. Potenciales ciudades

Los datos obtenidos afirman que existe ciudades potenciales para la exportación de prendas de vestir y mediante el censo del 2020 por parte del Departamento Comercial de los Estados Unidos, existe mayor ingreso promedio de los hogares y un PIB Per Cápita en las ciudades de Santa Clara y San Francisco, sin embargo, en la parte poblacional la ciudad de Los Ángeles es la que mayor destaca y la que menor población existe es en la ciudad de Santa Clara. En personas de sexo femenino San Mateo, San José y los Ángeles comparten similares porcentajes y San Diego es la ciudad que mayor porcentaje tiene de pobreza con

el 12,8% y el menor San Mateo con el 6,1%. Por otra parte, San José y San Mateo tienen mayor tasa de empleos y un ingreso promedio aceptable.

Tomando en cuenta estos factores importantes, Santa Clara fue la ciudad más favorable para la exportación al poseer mayor tasa de empleo, ingreso per cápita considerables, con una alta población femenina para la adquisición del producto y uno de los mejores ingresos promedios del hogar, esta ciudad es una gran oportunidad para la comercialización de blusas.

Por otra parte, al estar ubicado en la zona sur de la bahía de San Francisco, popularmente llamado Silicon Valley y de prestigiosas universidades, es un nuevo mercado lleno de oportunidades para el sector textil femenino y de satisfacer las necesidades de los potenciales clientes, enfocados tiendas y supermercados en el norte y sur de la ciudad para proveer las blusas acordes al consumo del sector femenino

3.8.5. Demanda insatisfecha

Para el desarrollo de la demanda insatisfecha se ha tomado a consideración los oferentes y demandantes que existen en el mercado estadounidense en kilogramos, junto con el porcentaje de personas al cual va dirigido las blusas.

Tabla 33. Demanda insatisfecha

Año	Oferta	Demanda	Demanda insatisfecha	% cubierto	% estimada
2021	3031500	23544333	20512833	15%	5%
2022	3033000	24246430	21213430	14%	5%
2023	3034500	24948527	21914027	14%	4%
2024	3036000	25650624	22614624	13%	5%
2025	3037500	26352721	23315221	13%	4%

Fuente: Trademap, (2022).

En los últimos cinco años existe un porcentaje promedio del 13,8% para la exportación de blusas y un crecimiento estable en cuanto a la adquisición de prendas de vestir, por lo que la post pandemia ha generado el consumo de prendas femeninas. La oferta cubierta en los Estados Unidos en el 2022 es del 14%, por lo que la micro empresa ropa linda podrá cubrir

un adicional del 5% del mercado nacional, por lo que es importante analizar el porcentaje del mercado potencial al cual va dirigido las blusas.

Tabla 34. Porcentaje del mercado potencial

Potenciales ciudades	Población total	sexo femenino	Mercado potencial	Porcentaje
Santa Clara	127.647	61.271	42.399	33%
San Francisco	873.965	428.243	304.481	35%
San Diego	1.386.932	686.531	447.618	32%
San José	1.013.240	501.554	342.561	34%
Los Ángeles	3.898.747	1.968.867	1.309.297	34%

Fuente: Censur. (2022)

Adicional a la demanda insatisfecha, se ha tomado a consideración el porcentaje del mercado de santa clara con una población de sexo femenino de 61.271 personas de 15 a 50 años y con un porcentaje total del 33%, por lo que el promedio de la demanda insatisfecha estimada es del 5% o 15.040 personas, siendo un factor de peso para conocer cuántas unidades podría la empresa exportar hacia esta ciudad.

3.9. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Para el análisis situacional del Ecuador se analizó la posición arancelaria del producto, la política comercial del Ecuador, las barreras no arancelarias, acuerdos comerciales, documentación necesaria para exportar y las estrategias para internacionalizar las blusas a los Estados Unidos con ayuda de herramientas tecnológicas y fuentes primarias.

3.9.1. Posición Arancelaria Ecuador

Uno de los principales métodos que se desarrolló en esta investigación es la investigación de la clasificación arancelaria de blusas con el objetivo de conocer sus preferencias y dificultades en el mercado internacional.

Tabla 35. Posición Arancelaria Ecuador

Arancel	Detalle
<i>Sección XI</i>	Materias textiles y sus manufacturas
<i>Capítulo 61</i>	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto
<i>Partida</i>	6106.10 Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas.
<i>Subpartida</i>	6106.10.00 - De algodón

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, (2017).

3.9.2. Política comercial Ecuador

La política comercial ecuatoriana se ha visto afectada internamente durante los últimos años por los efectos de la Pandemia, y conforme al Plan de Creación de Oportunidades 2021 – 2025 por el presidente Guillermo Lasso, el 6,44% de la economía ecuatoriana fue afectada de forma directa y con ello más de medio millón de personas perdieron sus empleos. Estos resultados registran una pérdida un 66,6% en el área de producción y de forma directa en la mano de obra y condiciones de vida de los ecuatorianos.

En cuanto a la política comercial exterior, el Ecuador ha buscado fortalecer sus relaciones comerciales con varios países para incentivar la producción y exportación nacional hacia los principales socios comerciales, no obstante, los miembros de la Organización Mundial de Comercio (2019) consideran que se debe disminuir las medidas restrictivas para la importación de productos al y con ello mejorar las políticas comerciales ecuatorianas para que exista inversión extranjera y mayor calidad de vida en el país. Es por ello que uno de los ejes principales del Estado ecuatoriano es la lucha contra la corrupción y en enfoque a nuevos tratados comerciales para impulsar proyectos que mejoren la economía del país.

3.9.3. Acuerdos comerciales Ecuador - Estados Unidos

Ecuador ha intentado fortalecer sus lazos comerciales, este es el caso de los Estados Unidos quien es uno de los principales socios comerciales y esto se evidencia en la firma del “*Protocolo al Acuerdo del Consejo de Comercio e Inversiones entre el Gobierno de Estados Unidos de América y el Gobierno de la República del Ecuador relacionado con normas comerciales y transparencia*” manifestando el anexo IV el fomento y cooperación a las pequeñas y medianas empresas (Pymes) para la participación el mercado internacional estadounidense y el intercambio de información en los sitios web de Ecuador y Estados Unidos para facilitar el comercio.

El Acuerdo sobre el “*Sistema General de Preferencias*”, tendría una tarifa especial para la exportación de productos manufacturados desde el Ecuador hacia los Estados Unidos, por lo que Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana manifiesta que “*el Senado de Estados Unidos aprobó la renovación de dicho régimen hasta 2027, por lo que, ahora corresponde a la Cámara de Representantes autorizar el mismo*” y por lo tanto se encuentra en negociaciones para el fortalecimiento de las relaciones comerciales y beneficios de ambos países.

3.9.4. Requisitos para ser exportar

Los principales requisitos para ser considerado exportador en el Ecuador son:

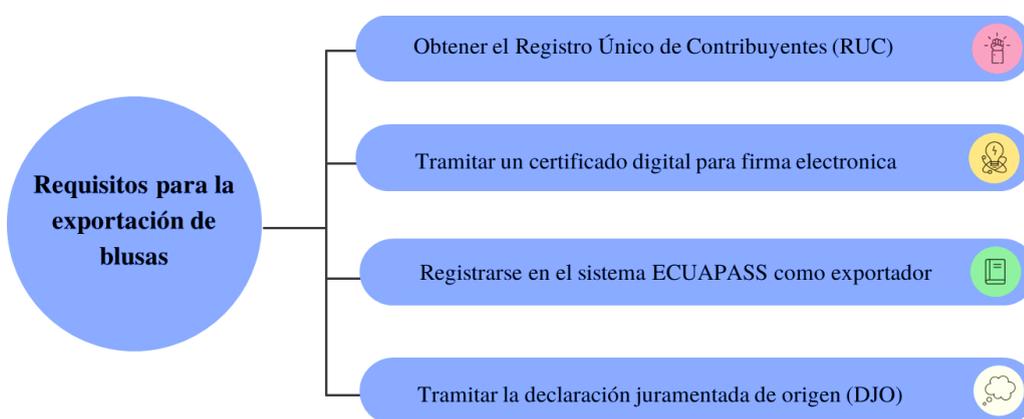


Figura 33. Requisitos para ser exportador

Estos requisitos ayudarán a la micro empresa ropa linda y emprendedores a conocer los requisitos para exportar blusas y lo que deben hacer para ser considerados exportadores.

3.10. ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

La micro empresa Ropa Linda ha realizado diferentes estrategias para la comercialización de ropa a nivel nacional, usando las redes sociales, marketing y publicidad, con una participación en lo que respecta a prendas de vestir femeninas, existiendo gran acogida por parte de los consumidores nacionales y dada la escasa experiencia para la venta de blusas hacia los mercados internacionales, se determinó la exportación indirecta como viabilidad para la internacionalización, para ello se realizó una tabla para dar a conocer qué estrategias debería usar para la exportación de blusas hacia el mercado internacional.

Estrategia más adecuada para la micro empresa Ropa Linda

Tabla 36. Estrategias de internacionalización

Estrategias de Internacionalización	Diferenciación	Liderazgo en costos	Desconocimiento	Internacionalización	exportación
Exportación indirecta			X	x	x
Piggyback				x	x
Diamante de Porter	X	x			

Fuente: Autor

Para la elección de las estrategias de internacionalización se tomó a consideración algunos de los ítems más importantes para la exportación de blusas y con ello analizar con más detalle cada una de las estrategias.

3.10.1. Exportación indirecta

La micro empresa Ropa Linda es una Pyme conformada por un emprendimiento familiar, por lo que no tiene los costos o recursos oportunos para una exportación directa, no obstante, la exportación indirecta se adaptaría a las condiciones de la micro empresa para introducir las blusas en el mercado internacional. En lo que respecta a la exportación indirecta existen diferentes alternativas para entrar a un nuevo mercado, estos pueden ser agentes de compras, empresas comerciales y los consorcios de exportación siendo algunas de las formas más frecuentes de intermediarios, por lo que se la tomó a consideración la venta a un cliente exportador o agente de compras.

El intermediario permitirá conocer qué producto ofrecer hacia el mercado internacional, facilitando el estudio de mercado y los procesos de internacionalización pues el cliente que adquiere el producto será el encargado de asumir los costos y riesgos de exportación. Este método es más usado para las pequeñas empresas que no tienen conocimientos ni las habilidades para posicionarse de forma inmediata en otros países y permitirá aumentar su producción y venta.

Algunos de los inconvenientes de la exportación indirecta es que la micro empresa ropa linda no posee el control de la exportación pues el intermediario se encargaría de todo el proceso de internacionalización de las blusas en el mercado estadounidense, la escasa relación con el cliente y la dificultad de encontrar un intermediario adecuado para el producto, pues algunos aspectos a considerar son los años que se encuentra en el negocio, los productos que se especializa y los países que se van a exportar.

Con la exportación indirecta el intermediario asumirá todos los procesos de exportación y venta de las prendas de vestir por lo que la micro empresa estará encargada de ajustar el producto acorde a la demanda estadounidense, gustos y preferencias del consumidor, los plazos de entrega de la mercadería, la calidad y su correcto empaque y embalaje para su respectiva comercialización, es por ello que al elegir este tipo de estrategia, se puede analizar qué incoterm EXW 2020 sería el que mejor se ajusta para su respectiva exportación. Aplicando este tipo de estrategia y obteniendo experiencia en un futuro pueda usar la exportación directa y con ello consolidar los productos en el mercado internacional

3.10.2. Piggyback

En el caso de la micro empresa la estrategia de piggyback sería la más apropiada enfocada en alianzas con otras empresas que ayudarán a la internacionalización de blusas, por lo que la exportación indirecta o venta compartida puede ser la mejor decisión debido a las dificultades internas que existen para poder realizar la venta de ropa de forma directa y permitiendo que Ropa Linda se asocie con otras empresas con mayor experiencia para a futuro exportar de forma independiente blusas u otros tipos de prendas de vestir.

En el Ecuador existe muchas empresas que exportan diferentes tipos de textiles, es por ello que la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), busca unificar algunas de las industrias manufactureras más destacadas del Ecuador con el propósito de beneficiar a las pequeñas empresas para la comercialización nacional e internacional de textiles.

Tabla 37. Red de distribución

Nombre de la empresa	Descripción	Ubicación	Url
	Fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, etc.	Panamericana Norte Km. 5 1/2 N68-177- entrada Parque norte.	www.fibran.com.ec
	Fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, etc.	Av. De la Prensa N70- 121 y Paulo Picazo, sector El Condado	www.pinto.com.ec
	Fabricación de sweaters y prendas tejidas para damas, caballeros y niños,	Vicente Duque Lote 2 A Y Juan De Selis	http://alexatejidos.com.ec/
	Producción y comercialización de tela para hombres, mujeres, niños. Etc.	San Antonio de Pichincha, Lulumbamba 1354 y Misión Geodésica	https://www.vicunha.com/es/
	Fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, etc.	Av. 22 de enero y circunvalación sector Atahualpa-Ambato	https://oldnavy-ga-p.com/stores/ca/va-lencia/oldnavy-5995.html

Fuente: (AITE. 2021)

Como se puede observar en el cuadro, en el Ecuador existen algunas empresas exportadoras de prendas de vestir, por lo que la importación indirecta en conjunto con el piggyback permitirá que la micro empresa llegue a diferentes mercados internacionales.

3.10.3. Diamante de Porter

Una de las teorías de comercio internacional más usadas son el diamante de Porter ya que permite analizar qué ventajas competitivas la micro empresa Ropa Linda debe usar para llegar al mercado estadounidense. La alta competencia en el mercado de prendas de vestir femenina en los Estados Unidos es evidente pues existe una demanda insatisfecha en este sector y se pronostica que en los próximos 5 años exista un creciente consumo de blusas y la búsqueda de estrategias es un factor clave para obtener mayor participación en el mercado.

El diamante o también conocido como los 5 poderes de Porter es un modelo estratégico que nos permite evaluar la sostenibilidad en los sectores industriales. según el economista hay 5 elementos o poderes que se desglosan en:

Las 5 fuerza de Porter:

1. Poder de negociación de los Compradores o Clientes.
2. Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores.
3. Amenaza de entrada de nuevos competidores.
4. Amenaza de productos sustitutivos.
5. Rivalidad entre competidores.



Figura 34. Diamante de Porter

Con este cuadro en mente, podemos analizar cada una de estas fuerzas y conocer la capacidad de la microempresa para competir en un mercado nacional e internacional, en particular para conocer la probabilidad de éxito ajustándose a los objetivos.

3.10.3.1. Poder de negociación - Compradores o Clientes.

Cuando el producto tiene varios o muchos sustitutos, es poco diferenciado o es de bajo costo para el cliente, no será atractivo ni tendrá el impacto para la venta hacia el consumidor, cuanto mayor sea la organización de los compradores, cuanto mayor sean los requisitos de reducción de precios, mayor será la exigencia de la calidad y de un valor diferenciado para el cliente.

Como resultado, la microempresa Ropa Linda tendrá una depreciación en sus ganancias y pésimo servicio, por ello es estratégicamente conveniente buscar proveedores y alianzas en el sector textil de parte de entidades públicas y privadas para fortalecer los productos mediante la creación de un valor diferenciado para tener más impacto y atracción para el consumidor, además de enfocar a los diferentes estratos económicos de la población para que las prendas de vestir sean accesibles para todos, amigables al medio ambiente y usando las redes sociales como un aliado para llegar de formas más directa a los potenciales consumidores.

3.10.3.2. Poder de negociación - Proveedores o Vendedores

Las negociaciones con los proveedores en el sector textil deben ser fuerte, por ello para poder tener capacidad de negociación es importante realizar estrategias para obtener convenios y mejores costos para la adquisición de materia prima y con ello poder manufacturar y crear productos con valor diferenciado buscando tener expectativas positivas en nuestros clientes

Es importante también conocer nuevos proveedores con el fin de prevenir posibles inconvenientes con los principales proveedores, por ello, la búsqueda de nuevas estrategias permita tomar decisiones acertadas para el funcionamiento de la microempresa cuando surjan inconvenientes que no se puedan controlar.

3.10.3.3. Amenaza de entrada - nuevos competidores.

A lo largo del tiempo existen empresas con productos de mismas características o que cumplen las mismas funciones, por ello, si hay bienes de reemplazo o potenciales sustitutos, la situación es complicada tanto si los reemplazos son tecnológicamente más

sofisticados como si pueden sumarse a precios más bajos, lo que reduce los márgenes de beneficio de la venta de las blusas. Una mayor capacidad adicional por parte de la competencia conduce a la entrada de nuevas empresas en el sector manufacturero, algunos elementos que se puede analizar como:

Diferenciación de producto, para capturar participación de mercado y obtener clientela, se deben realizar inversiones significativas para generar una diferenciación o valor agregado en calidad de las prendas de vestir que permita asegurar que la micro empresa pueda obtener el prestigio y la capacidad de obtener la diferenciación del producto.

Economías de escala, en función de la capacidad de producción, cadena de suministro, marketing y entrega para competir con las empresas que ya tienen un grado de experiencia y conocimiento de la industria, pero con una dificultad en la diversificación en el mercado debido a nuevos emprendimientos y mayor distribución por lo que la reinversión en la capacidad de transporte y producción potenciaría un crecimiento paulatino en el mercado.

3.10.3.4. Amenaza de productos sustitutos

En un contexto general, todas las empresas en el campo de la fabricación de productos se enfrentan a otras empresas que fabrican productos similares que pueden reemplazar sus productos tales como suéteres, chalecos, chompas. Es por ello que el cliente puede elegir un bien sustitutivo dependiente de sus necesidades, para ello la diferenciación, precio y calidad del producto juega un papel importante para obtener una fidelización y participación de mercado.

Tabla 38. Productos sustitutos

Chompa	Suéter	Chalecos
		

Fuente: Autor

3.10.3.5. Rivalidad entre competidores

Mediante la herramienta Trademap ayudará a conocer los principales exportadores de prendas de vestir femeninas en el Ecuador hacia el mercado destino.

Tabla 39. Estudio de empresas

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad
Alazan Cia., Ltda	4	80	Ecuador	Quito
Alvarado De Ulloa, Monica - Chiquilladas	2	0	Ecuador	Cuenca
Baby's S.A.	2	13	Ecuador	Guayaquil
Bassil Hand Tailored S.A. - Bassil And Tailored	5	69	Ecuador	Guayaquil
Benítez Orellana, Patricio Eduardo - Iluv Store	4	1	Ecuador	Loja
Coivesa S.A.	4	200	Ecuador	Quito

Fuente: Trademap. (2021)

Como podemos observar en la tabla de los principales competidores que existen en las exportaciones de prendas de vestir, Quito, Cuenca y Guayaquil son las principales ciudades que tienen mayores ventas del producto.

3.10.4 Estrategias genéricas de Porter

El análisis de estudio del sector femenino de los Estados Unidos ayudó a comprender las potenciales estrategias que puede implementar la micro empresa Ropa Linda para llegar al consumidor final y satisfacer la demanda de blusas. Una de las 3 estrategias genéricas son el liderazgo en costos que busca implementar el precio más bajo en el mercado meta puesto que a nivel nacional Ropa Linda se comercializan las blusas con precios relativamente bajos ayudará a opacar a demás competidores extranjeros que venden las camisas

femeninas en precios elevados y con ello dar a conocer la marca y calidad de prendas en este mercado.

Puesto que la estrategia de enfoque está dirigida a la población de Santa Clara y un rango de edad desde los 15 hasta los 50, las estaciones del año y gustos y preferencias juegan un papel importante a la hora de elegir qué tipo de prendas usar, por lo que adaptarse a las nuevas condiciones del mercado, promocionar de forma correcta las prendas de vestir y una propuesta de valor atractiva al consumidor permitirá diferenciar las blusas de la micro empresa Ropa Linda con las de la competencia y obtener una mayor cuota en el mercado.

El adelanto tecnológico referente a las tendencias de la moda tiene un impacto social y económico en los Estados Unidos especialmente en los periodos estacionarios, por lo que la diferenciación en cuanto a diseño, estampado, calidad, publicidad y segmentación con enfoque de costos bajos permitirá que la micro empresa obtenga una ventaja competitiva y llegue a comercializar blusas en la ciudad de Santa Clara, Estados Unidos.

Acorde a las estrategias internacionales, la exportación indirecta junto con las decisiones básicas de entrada, la micro empresa debe mejorar los procesos tecnológicos y logísticos para la exportación de blusas y con ello llegar a ser competitiva en el mercado internacional, sumado a ello, el marketing y publicidad permitirá expandir la marca y productos en el mercado estadounidense.

3.11. PRODUCTO A EXPORTAR

3.11.1 Descripción del producto a exportar

La micro empresa ropa linda es una empresa familiar compuesta por 4 personas que no cuenta con la maquinaria necesaria para poder producir prendas de vestir, ya que obtiene el producto por medio de proveedores nacionales a menor precio y revender para obtener ingresos.

La ropa obtenida por la micro empresa, son de alta calidad, enfocada en precios bajos y prendas vintage, usando la publicidad y el marketing digital como principales herramientas

para expandir sus productos al mercado, por ello se ha realizado diferentes propuestas estructurales, organizacionales y técnico para que a futuro pueda utilizar la información en la empresa.

3.11.2. Ficha técnica del producto, propuesta

Tabla 40. Ficha del producto

Partida arancelaria 6106.10	Análisis	
Descripción de producto	Blusa manga larga confeccionada en tela de algodón al 90% y 10% poliéster, Cuello en V, sin estampado	
Etiquetado	La información descrita en el etiquetado debe ser legible, el porcentaje de los materiales usados, el país de origen, la identificación del fabricante del producto y demás requisitos de la NTE INEN 1875	
Terminado	Empaquetado en fundas selladas al vacío resistentes a las condiciones climáticas con visibilidad a la información del producto, etiqueta y marca.	
Color	Negro y turquesa	
Tallas	S y M	
Precio a nivel nacional	12 dólares americanos	
Marca	Ropa-linda-Ecuador, Indumentaria y accesorios	



Fuente: Ropa Linda, (2021).

La ficha del producto ayuda a conocer las características de las blusas su elaboración y materiales usados en la misma para facilidad de conocimiento a la hora de comprar este producto

3.11.3. Principales empresas competidores - precios referenciales

Para la búsqueda de las principales empresas que ofrecen blusas a la población estadounidense se ha indagado diferentes ítems con énfasis a los precios del mercado.

Tabla 41. Principales empresas competidores

Nombre de la empresa	Descripción	Ubicación	URL	Precios
	 Blusa de encaje de flores	Serramonte 21 Serramonte Center Daly City, CA 94015	https://www.victoriassse.com/us/vs/apparel-catalog/for-love-lemons-flower-lace	\$30,99
	 Manga campesina con volantes y fruncido	2855 Stevens Creek Blvd #2522, Santa Clara, CA 95050, Estados Unidos	https://www.forever21.com/us/2000450802.html?dwvar_2000450802_color=02	\$ 19,59
	 Blusa lazo efecto satinado	Stevens Creek Blvd #2855, Santa Clara, CA 95050, Estados Unidos	https://www.zara.com/us/en/satin-effect-bow-trim-blouse	\$ 12,99
	 Blusa de gasa con volantes	Santana Row 334 Santana Row 95128 San José	https://www2.hm.com/en_us/productpage.1016645003.html	\$ 29,99
	 Blusa con estampado floral con mangas abullonadas para mujer	25650 The Old Road Valencia, CA 91381	https://oldnavy.gap.com/browse/?pid=m/browse/product.do?pid=739566012&rrec=true&mink=5050%2C124	\$ 12,97
	 Top pequeño de algodón con mangas de globo	2855 Stevens Creek Blvd Suite 1141, Santa Clara, CA 95050, Estados Unidos	https://bananarepublic.gap.com/browse/?pid=m/browse/product.do?pid=586851012&rrec=true&mink=5050%2C124	\$ 18,99

3.12. ESTUDIO TÉCNICO

El Estudio técnico o ingeniería del proyecto determinó la posición geográfica de la micro empresa Ropa Linda, el proceso de producción, la logística y la ficha técnica del producto para la exportación hacia los Estados Unidos

3.12.1. Análisis situacional de la micro empresa Ropa Linda

Macro localización



El Cantón Mira se encuentra en la parte suroeste de la provincia del Carchi.

Figura 36. Macro localización

Micro localización



La micro empresa Ropa Linda está situada en la provincia del Carchi, Cantón Mira.

Figura 37. Micro localización

3.12.2. Propuesta estructura organizacional

La micro empresa Ropa Linda cuenta con un RUC no obligado a llevar contabilidad siendo la actividad principal de la gerente de la micro empresa la venta al por menor de prendas de vestir y peletería en establecimientos especializados, sin embargo, no posee la experiencia y los conocimientos para ser posicionada en el mercado internacional por lo que se realizó una propuesta en cuanto a la ingeniería del proyecto.

Misión

Ropa Linda Ecuador es una tienda orgullosamente carchense destinada a la venta y comercialización de prendas femeninas al por menor, cumpliendo con el más alto nivel de eficiencia en ropa femenina, indumentaria y accesorios para todo el Ecuador.

Visión

Establecer una empresa que contribuya a la creación de nuevas fuentes de empleos a través de la manufactura de prendas de vestir, y nuevas oportunidades a prendas de segunda mano, contando con talento humano adecuado, y comprometido para el desarrollo social, orientado al cuidado del medio ambiente e impulsando el desarrollo económico de la región.

Valores

- Respeto
- Honestidad
- Trabajo en equipo
- Compromiso

3.12.3. Logotipo

El logotipo de la micro empresa ropa linda nace de una idea para vender ropa vintage o second hand recolectada de viajes y trabajo, por lo que el logo “*Ropa linda como nueva*” fue creada por la gerente Damaris Montenegro y la parte del marketing y publicidad.



Figura 38 logotipo

3.12.4. Propuesta distribución de la planta

La micro empresa Ropa Linda al no tener los recursos necesarios ni la suficiente capacidad para la recepción de materia prima y producción de prendas de vestir se ha realizado una propuesta la cual permitirá la exportación de blusas desde la provincia del Carchi hacia el mercado internacional.

La infraestructura de la micro empresa se ubicaría en un terreno de la gerente general donde se asignará diferentes áreas para la confección, producción y comercialización de las prendas de vestir en aproximadamente un área de 120 metros cuadrados con zonas claramente distribuidas, con todas las normativas legales.

3.11.4.1 Propuesta distribución de planta

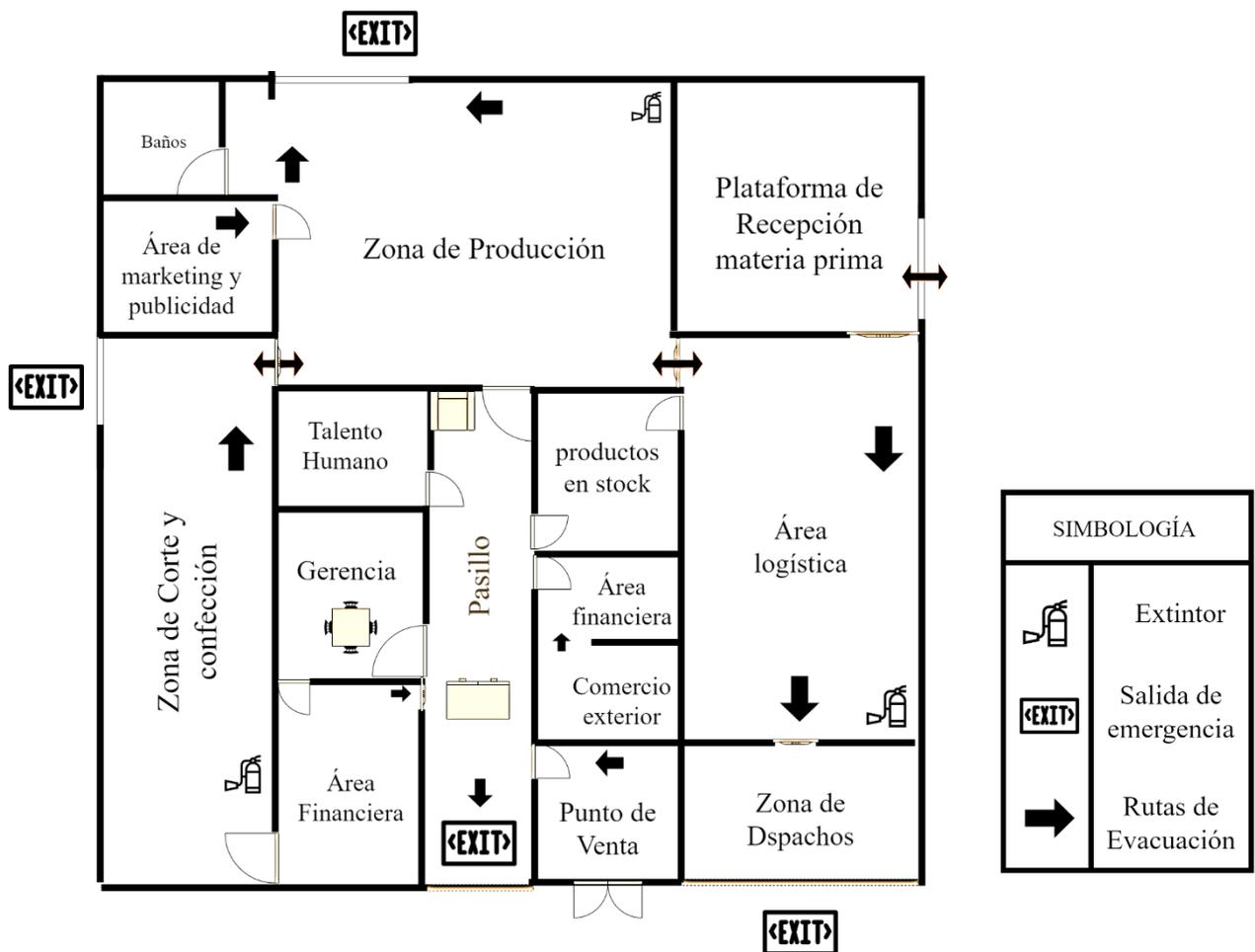


Figura 39. Distribución de planta

3.12.5. Maquinaria

Al ser una microempresa recién constituida no cuenta con las maquinarias requeridas para la producción las cuales son necesarias para el bordado, confección de prendas. Para ello, se presenta una propuesta de las maquinarias que son importantes para que la microempresa ropa linda pueda elaborar su producto.

A continuación, se presentan algunas máquinas:

Tabla 42. Máquinas

Máquinas	
<p style="text-align: center;">Maquina industrial Overlock</p> <p>Es una máquina que permite pegar mangas para formar los bordes de las camisas, blusas, camisetas que se vayan a elaborar.</p>	
<p style="text-align: center;">Maquina industrial recubridora</p> <p>Sirve para coser dobladillos, realizar pespunte decorativos, costuras planas, y permite realizar acabados con elásticos y ribetes.</p>	
<p style="text-align: center;">Maquina industrial recta</p> <p>Esta máquina permite hacer costuras básicas en la mayoría de prendas. Además, permitirán coser materiales como algodón y sintéticos.</p>	

Maquina industrial desbastadora

En esta máquina se encarga de unir piezas de cuerpo.



Maquina industrial de codo

Son maquinas especializadas en confeccionar el cerramiento de camisas, blusas y camisetas.



Maquina industrial bordadora automática

En esta máquina realiza dibujos para bordar a cadeneta en diferentes matices y adornos a telas.



Plancha de sublimación

En esta máquina se realizan estampados de diseños en diferentes textiles.



Regulador de voltaje

Es un dispositivo electrónico diseñado para mantener un nivel de tensión constante o regulable ideal para aquellas maquinas que lo requieran.



Fuente: Autor

3.12.6. Propuesta Organización de la micro Empresa

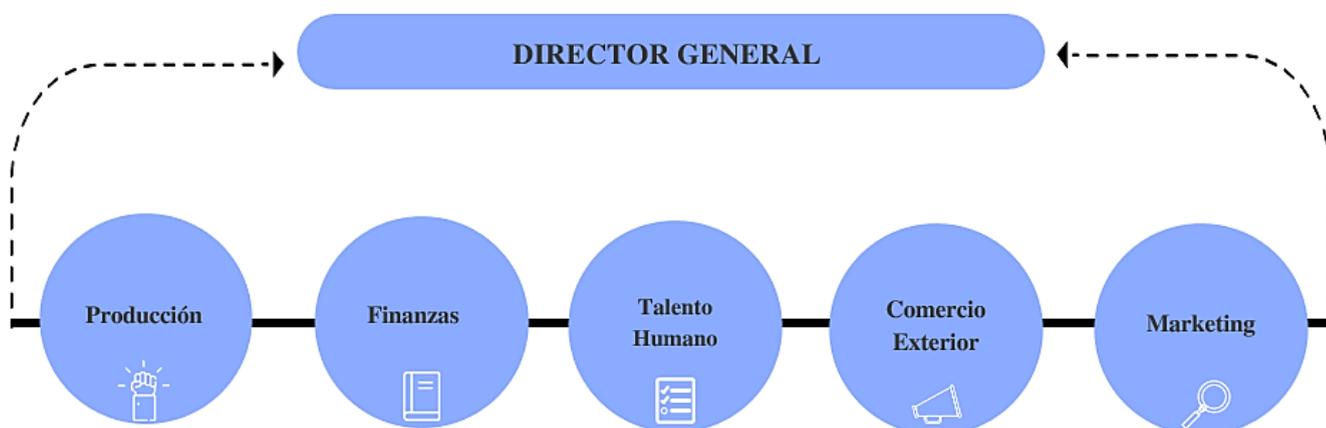


Figura 40. Propuesta Organización de la micro Empresa

3.12.6.1. Funciones del cargo - director general

Tabla 43. Funciones del cargo - director general

 Funciones y competencias	
Puesto Personal a cargo	Director General (Propietaria) 01
Identificación al puesto	La directora general es la encargada de la dirección, planificación desarrollo y control de las actividades dentro y fuera de la empresa para lograr las metas y objetos establecidas.
Habilidades y responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> -Representante legal de la empresa -Responsable de la dirección, planificación y control de la empresa -Supervisar y aprobar las actividades llevadas a cabo por la empresa -Revisar la documentación para el desarrollo de las actividades
Fuente: Autor	

3.12.4.2. Funciones del cargo – producción

Tabla 44. Funciones del cargo – producción

 Funciones y competencias	
Puesto Personal a cargo	Jefe de producción 01
Identificación al puesto	El jefe de producción es el encargado de supervisar y de revisar el abastecimiento de la materia prima, los costos y gastos que incurren en el área de producción de prendas de vestir
Habilidades y responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> -Supervisar el área de producción -responsable del abastecimiento la materia prima -Verificar los costos y gastos en la fabricación de prendas de vestir -Supervisar a los trabajadores y operarios
Fuente: Autor	

3.12.6.3. Funciones del cargo – finanzas

Tabla 45. Funciones del cargo – finanzas

		Funciones y competencias
Puesto	Administrador contable	
Personal a cargo	01	
Identificación al puesto	El administrador contable es el responsable de clasificar, ordenar y organizar los recursos financieros de la empresa	
Habilidades y responsabilidades	-Responsable de la supervisión financiera de la empresa -Verificar la situación económica de la empresa -Registra los movimientos financieros de la empresa	

Fuente: Autor

3.12.6.4. Funciones del cargo – talento humano

Tabla 46. Funciones del cargo – talento humano

		Funciones y competencias
Puesto	Talento humano	
Personal a cargo	01	
Identificación al puesto	La persona encargada en el área de talento humano coordina, supervisa y analiza el desarrollo personal y laboral de las personas que trabajan en la empresa	
Habilidades y responsabilidades	-Responsable de la situación laboral de la empresa -Verificar el perfil profesional de cada trabajador -Determinar vacantes para los diferentes puestos de trabajo	

Fuente: Autor

3.12.6.5. Funciones del cargo – comercio exterior

Tabla 47. Funciones del cargo – comercio exterior

		Funciones y competencias
Puesto	Jefe en el área de comercio exterior y logístico	
Personal a cargo	01	
Identificación al puesto	El jefe encargado comercio exterior analiza la venta y comercialización de las prendas de vestir junto con la logística necesaria para la exportación a diferentes mercados, buscando incrementar las ventas y nuevas estrategias comerciales, estudios de mercados y tiempos de entrega del producto.	
Habilidades y responsabilidades	-Responsable de las ventas de la empresa -Realiza estudios de mercado para mejorar las estrategias de comercialización -Realiza las negociaciones con los clientes y empresas	

Fuente: Autor

3.12.6.6. Funciones del cargo – marketing

Tabla 48. Funciones del cargo – marketing

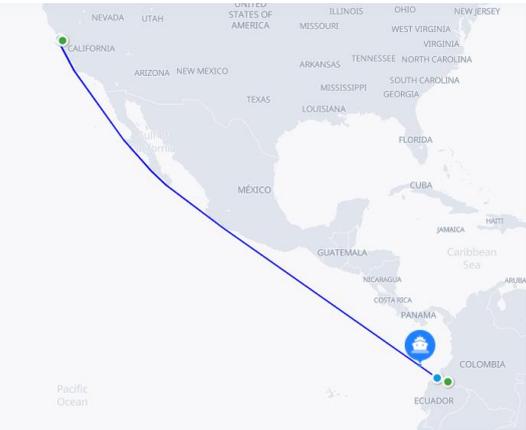
 Funciones y competencias	
Puesto	Jefe de marketing y publicidad
Personal a cargo	01
Identificación al puesto	El jefe de marketing y publicidad es la encargada de mejorar la imagen de la empresa, las ofertas y precios atractivos para el consumidor, que mejoras debe tener el producto, empaque embalaje y los diferentes mecanismos para publicitar la marca y ropa
Habilidades y responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> -Responsable de la imagen de la empresa -Analiza las tendencias y ofertas para el realce del producto -Planifica que medios son efectivos para el crecimiento en diferentes redes sociales, etc.

Fuente: Autor

3.12.7. Distribución física internacional

3.12.7.1. Macro localización

Tabla 49. Macro localización

Lugar	Distancia	Transporte	Km %	Imagen
Tulcán- Guayaquil	11 horas	Terrestre	412.75 km	
Guayaquil- Long Beach (California, EE. UU)	10 días y 2 horas	Marítimo	5849.2 4 km	
Long Beach- Santa Clara (California, EE. UU)	16 horas	Terrestre	589.19 km	

Fuente: Searates, (2021).

3.12.7.2. Flujoograma del proceso de exportación

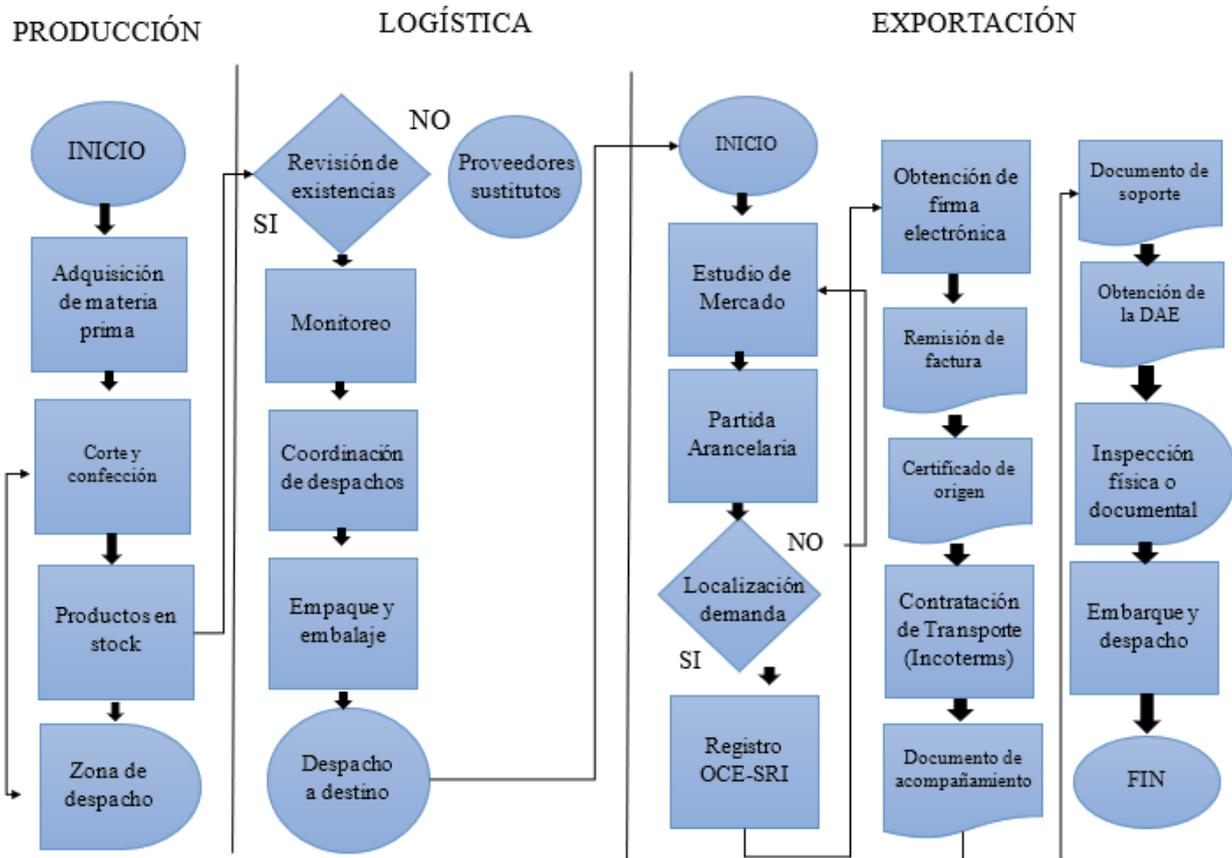


Figura 41. Flujoograma del proceso de exportación

El flujoograma de exportación netamente es de conocimiento para la micro empresa, pues acorde al incoterm negociado se tomará en cuenta los procesos de exportación por parte del comprador y vendedor.

3.12.8. Propuesta - Etiquetado

Para etiquetar cada camiseta, primero termina el producto final y luego etiquétalo de acuerdo con los requisitos establecidos por los Estados Unidos con relación a la blusa.



Figura 42 Etiquetado

3.12.9. Propuesta - Envase



Figura 43. Envase

Las blusas serán envasadas en bolsas al vacío con la finalidad de disminuir el tamaño de las prendas de vestir, con ello abaratar los costos de envío y mantener la ropa sin arrugas, limpia, libre de humedad, partículas de polvo, etc.

3.12.10. Embalaje

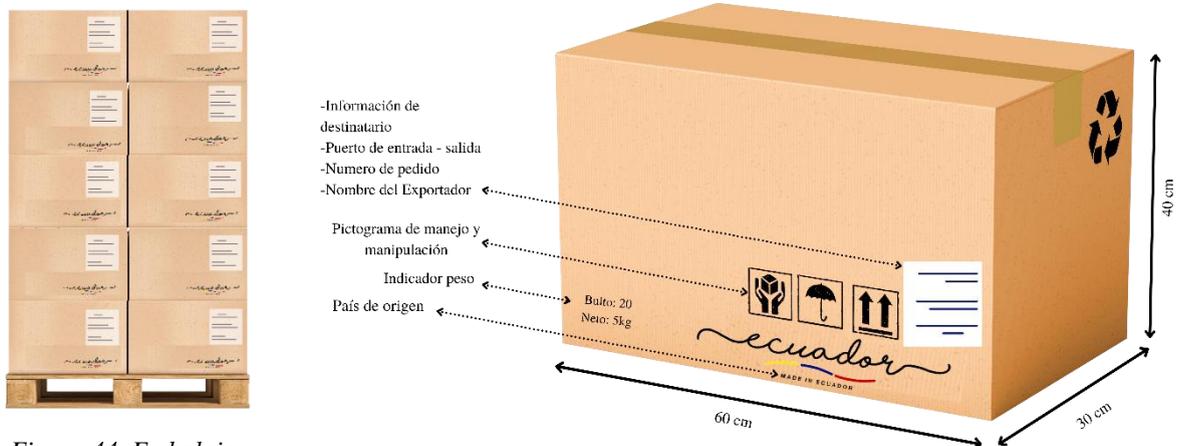


Figura 44. Embalaje

Para el embalaje se planteó una caja de cartón ondulada reciclable con una longitud de 600 mm, un ancho de 300 mm y 400 de altura, con los respectivos sellos informativos en la caja, para facilitar el seguimiento y contenido de la mercancía pues es un requisito importante para la exportación hacia los Estados Unidos.

3.12.11. Paletización

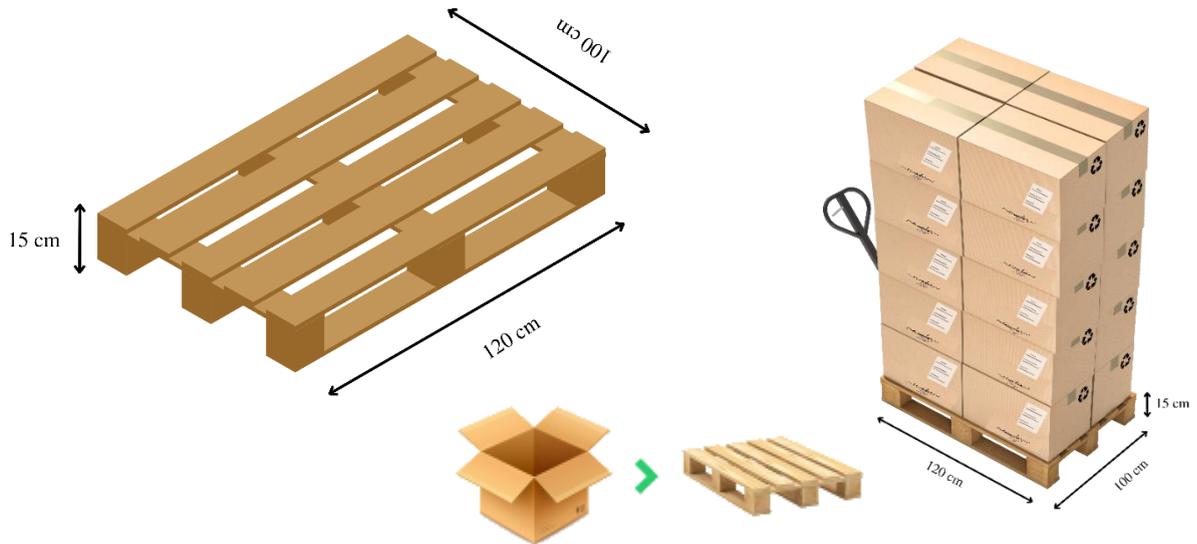


Figura 45. Paletización

Para la paletización se utilizó un pallet americano de promedio con una longitud de 100cm, con una anchura de 120cm, altura máxima de 15cm, con un grosor de separación de 5cm y con un apilamiento máximo de 5 cajas. Gracias a esto permite la reducción de costos en cuanto a los procesos de carga y descarga, el cuidado de las prendas de vestir y su correcta ubicación en el contenedor.

3.12.12. Modo de transporte

Una vez finalizado el proceso de envase, embalaje y paletización de las blusas, se debe elegir el modo de transporte para que las prendas sean exportadas hacia los Estados Unidos de América, en este será el transporte marítimo para las prendas de vestir. Cabe recalcar que pese a la pandemia es una de los modos más utilizados en la comercialización internacional, esto se evidencia en el Informe Sobre el Transporte Marítimo del año 2019 por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo que afirma que el transporte marítimo es uno de los medios más baratos para la exportación de productos y el más usado para la comercialización internacional a nivel mundial. (UNCTAD. 2019, p.89)

3.12.14. Incoterm negociado.

Debido a que la microempresa Ropa Linda tiene escaso conocimiento sobre los términos de negociación para la exportación de blusas, se acordó que el producto debe ser negociado bajo el primer incoterm EXW 2020 o también conocido como en fabrica pues pertenece al primer grupo donde todas las negociaciones se realizan en el país de origen permitiendo abaratar costos en cuanto a la documentación y procesos de exportación.



Figura 46 Incoterm EXW

3.12.14.1 Obligaciones del vendedor

Tomando a consideración el Incoterms EXW 2020 la micro empresa Ropa Linda, estaría obligada a presentar:

- ✓ Factura comercial y documentación necesaria para el comprador según el contrato realizado, puesto que este término de negociación, el vendedor tiene menos obligaciones que el comprador
- ✓ Cualquier documento que se va provisto por el vendedor puede ser en papel o en formato electrónico según lo acordado o lo habitual
- ✓ El vendedor debe entregar la mercancía, colocándolos a disposición del comprador en el lugar convenido

- ✓ El vendedor asume todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta que hayan sido entregadas en el lugar convenido
- ✓ El vendedor no tiene ninguna obligación al comprador para hacer un contrato de transporte. Sin embargo, el vendedor debe proporcionar al comprador, a petición, riesgo y coste del comprador, toda la información en poder del vendedor, incluyendo los requisitos de seguridad relacionados con el transporte.
- ✓ El vendedor debe pagar los costos de las operaciones (como comprobar la calidad, medida, peso, recuento) que son necesarios para el propósito de la entrega de la mercancía
- ✓ El vendedor debe empaquetar y marcar los productos de la manera adecuada para su transporte.

3.12.14.2. Obligaciones del comprador

- ✓ El comprador debe pagar el precio de la mercancía conforme a lo dispuesto en el contrato de venta.
- ✓ El comprador asume todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento que haya sido entregada en el lugar convenido
- ✓ El comprador no tiene obligación de que el vendedor haga un contrato de seguro
- ✓ El comprador debe proporcionar al vendedor las pruebas adecuadas de haber recibido la entrega de las mercancías
- ✓ En su caso, todos los derechos, impuestos y demás cargas, así como los gastos para realizar los trámites aduaneros exigibles a la exportación.

Cuando Ropa Linda adquiriera mayor conocimiento y habilidades para los términos de negociación se pueden usar los incoterms FCA o FOB, según los requisitos y los precios

del cliente, por ende, se ha tomado el cálculo de producción de las blusas o camisas para dama, los términos de negociación acorde al incoterm EXW e incoterms marítimos a manera de ejemplo:

Tabla 50. Incoterms

Concepto	Valor	Valor total
Precio EXW	16,86	15181
Transporte interno	0,13	120
Unitarización	0,31	280
Precio FAS	17,30	15581,48
Transporte Interno origen	0,13	120
Documentación en origen	0,28	250
procesos aduanales	0,28	250
almacenamiento	0,16	140
Precio FOB	18,15	16341,48
Transporte internacional	1,33	1200
Precio CFR	19,48	17541
Seguro Internacional	3,64	3271
PRECIO CIF	23,12	20813

Fuente: Autor

Es importante destacar si en caso Ropa Linda desea conocer los demás incoterms marítimos manifestados luego del EXW, deberá ampliar los conocimientos para cada termino de negociación.

Tabla 51. Costo promedio de cada incoterm

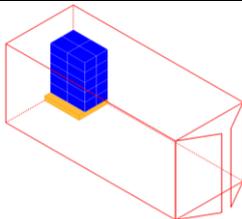
Incoterms	2022	2023	2024	2025	2026
EXW	15.174	15.921	16.666	17.412	18.157
FAS	15.570	27.101	42.007	49.460	56.913
FOB	31.500	34.554	49.460	56.913	64.366
CPT	32.697	42.007	56.913	64.366	71.819
CIP	35.973	49.460	64.366	71.819	79.273

Fuente: Autor

3.12.12.1. Contenedor

Para la exportación de blusas por modo marítimo, a modo de ejemplificación se utilizará un contenedor de 20' pies con modalidad Less than Container Load (LCL) o también conocido con grupajes marítimo debido a que la micro empresa Ropa Linda no cuenta con la infraestructura necesaria ni el conocimiento para exportar un contenedor completo de prendas de vestir.

Tabla 52. Contenedor

Producto	Contenedor	Pallet	Caja
			
Descripción	Contenedor LCL, de 20 pies compartido	La ubicación de las prendas de vestir estará en un pallet apiladas en 4 cajas en la parte inferior y 5 cajas de altura	Dentro de cada caja a exportar se encontrará 45 prendas de vestir femeninas para su respectiva exportación
Medida	Alto: 2,59 m Ancho: 2,44 m Largo: 6,10 m	Alto: 0,15 m Ancho: 1 m Largo: 1,2 m	Alto: 0,40 Ancho: 0,30 Largo: 0,60

Fuente: Searates, (2021).

Una vez conocida la medida del contenedor y el espacio que ocupará el pallet y las respectivas cajas se puede obtener un estimado de la capacidad total de carga de la mercadería.

3.12.12.2. Cálculo capacidad de carga

Tabla 53. Capacidad de carga

Unidad comercial	20 cajas
Unidades totales	45 prendas por cada caja
Peso por caja	3,5 kg
Peso total	70 kg
Total, a exportar	900 prendas

Fuente: Autor

El cálculo para capacidad total de carga procede de la multiplicación entre la altura del contenedor y el ancho, largo y alto de la caja obteniendo una altura total del pallet de 2,15 metros, es importante mencionar que no se utilizara todo el espacio del pallet por lo que se inutilizaría 60cm de largo y 40cm de ancho. Finalmente se exportaría en el contenedor un total de 900 prendas de vestir con un peso de 70 kilogramos hacia los Estados Unidos.

3.12.13. Precio de venta

Respecto al precio de venta se ha tomado en consideración el margen de ganancia con un total de \$ 16,86 por cada blusa y se pronostica un precio de \$ 15174 por 900 prendas.

Tabla 54. Precio de venta Ex-Works

Concepto	Valor unitario	Valor total
Blusas	1	900
Precio	12,71	11439
Etiquetado	0,09	81
Embalaje (Pallets caja)	0,17	153
Certificación	0,02	18
Manipulación	0,06	54
Margen de utilidad	3,81	3429
Precio EXW	16,86	15174

Fuente: Autor

Tabla 55. Producción.

Concepto	Valor total	Precio
Producción mensual	150	692,25
Producción anual	1800	8.307,00
Prendas a exportar	900	4.153,50

Fuente: Autor

Lo que respecta a la producción se estima un total de 1800 prendas anuales con un precio neto de \$ 8307 y una producción para la exportación de 900 de \$ 4153,5

Tabla 56. Personal

No.	CARGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
PERSONAL PERMANENTE			
2	Técnicos	426,00	5.112,00
1	Publicista	213,00	2.556,00
1	Contador	213,00	2.556,00
	TOTAL	852,00	10.224,00

Fuente: Autor

Tabla 57 Maquinaria

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora de escritorio	1	639,58	639,58
Máquina de coser bordadora	3	449,02	1.347,06
Máquina de coser Overlock y Recubridora	2	988,38	1.976,76
Bordadora Electrónica Conexión a Wifi	1	923,55	923,55
Maquina cortadora circular	1	91,32	91,32
Maquina estampados sublimación	1	228,46	228,46
Regulador de voltaje	2	18,89	37,78
Plancha de vapor	2	24,94	49,88
TOTAL			5.294,39

Fuente: Autor

Tabla 58. Muebles de oficina

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesa de trabajo	3	102,12	306,36
Sillas	4	10	40
Herramientas de trabajo	5	25	125
TOTAL			471,36

Fuente: Autor

Tabla 59. Materiales de oficina

Detalle	Valor Mensual	Valor Total
Suministros de Oficina	10,00	120,00
Suministros de Limpieza	8,00	96,00
Imprevistos	5,00	60,00
TOTAL	23,00	276,00

Fuente: Autor

Tabla 60. Inversiones

Detalle	Valor
Inversión Fija	5766
Inversión Diferida (gastos de constitución)	1081
Inversión Variable (capital de trabajo)	16491
TOTAL	23.337

Fuente: Autor

3.12.15. Medio de pago

Puesto que el incoterm negociado es el EXW 2020 la forma de pago más apropiada sería por medio de transferencia o efectivo ya que ayudará a que los pagos sean más rápidos y se efectúen de buena fe.

3.13. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es una parte importante para la viabilidad de todo proyecto, es por ello que se ha tomado como referencia la operatividad de la micro empresa Rich Girl que ofrece los datos necesarios para que la micro empresa Ropa Linda pueda utilizar y llevar a cabo la fabricación y exportación de las prendas de vestir, es importante mencionar la previa autorización de las personas que conforman las micro empresas mencionadas con el propósito de beneficiar a ambas partes en este proceso.

3.13.1. Inversión inicial

Para realizar todos los cálculos para la inversión financiera se tomó en consideración los activos fijos, gastos de constitución, financiación y otros rubros de para obtener la información necesaria para llevar a cabo el proyecto de la micro empresa ropa linda.

Tabla 61. Inversión inicial

Detalle	Valor
Inversión Fija	5766
Inversión Diferida (gastos de constitución)	1081
Inversión Variable (capital de trabajo)	16491
TOTAL	23.337

Fuente: Autor

Tabla 62. Capital de operación

Detalle	Valor
Costo de producción	\$6.901
Gastos Administrativos	\$987
Gastos de Exportación	\$15.181
ciclo de caja	\$61
Total costo anual	\$692
Total costo diario	\$58
Capital de operación	\$3.782

Fuente: Autor

3.13.2. Financiamiento

Tabla 63. Financiamiento

Financiamiento	Porcentaje	Valor
PROPIO	60%	14.002
CRÉDITO	40%	9.335
TOTAL	100%	23.337

Fuente: Autor

La inversión para ejecutar el proyecto es de 23.337 dólares americanos, valor que permitirá llevar a cabo el mismo, adicional para el financiamiento se considera la cantidad de 14.002 dólares equivalente al 60% de capital propio y 9.335 dólares de crédito o el 40% con una tasa de interés del 16.2% manifestada por el Banco Solidario en un plazo de 5 años.

Tabla 64. Balance general

Activos		Pasivos	
ACTIVOS CORRIENTES	14.341,50	PASIVOS A LARGO PLAZO	
BANCOS		DEUDA <5año	23.337,37
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	16.491,00	TOTAL, PASIVOS A CORTO PLAZO	14.341,50
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	23.337,37
MAQUINARIA Y EQUIPO	5.294,39	PRÉSTAMO BANCARIO	9.335
MUEBLES Y ENSERES	471,36	INVERSIÓN PROPIA	14.002
TOTAL ACTIVOS FIJOS	5.765,75	TOTAL PATRIMONIO	23.337,37
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE INSTALACIÓN	516		
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	400		
GASTOS DE INVESTIGACIÓN	164,34		
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	1080,615		
TOTAL ACTIVOS	\$ 23.337,37	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 23.337,37

Fuente: Autor

El patrimonio total de la micro empresa será de 23.337,37 dólares americanos con una inversión propia de 14.002 USD y un préstamo bancario de 9.335 USD y finalmente un total de los activos fijos de 5.765,75 USD que incluye maquinarias, equipos mueble y enseres.

Costos de producción

Tabla 65. Materia prima

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Metros de tela (m)	2,5	0,67	1,67
Hilo de coser	2	0,05	0,10
Botones	4	0,30	1,20
Broche	5	0,24	1,20
otros avíos por prenda	1	0,30	0,30
agujas	2	0,08	0,15
TOTAL			4,62

Fuente: Autor

Tabla 66. Mano de obra

No.	CARGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
PERSONAL PERMANENTE			
2	Técnicos OPERARIOS	213,00	2.556,00
	TOTAL	426,00	5.112,00

Fuente: Autor

Tabla 67. Costos indirectos de fabricación

DETALLE	VALOR TOTAL
Agua	120
Energía Eléctrica	264
Internet	240
Arriendo	120
Suministros de Oficina	60
Suministros de Limpieza	60
Imprevistos	593,04
Depreciaciones	120
Mantenimientos	276
TOTAL	1.733,04

Fuente: Autor

3.13.3. Estados de resultados

Tabla 68. Estados de resultados

DESCRIPCIÓN	AÑO CERO	2022	2023	2024	2025	2026
Inversión	23337		6412	10200	13735	16484
INGRESOS						
Ventas		30350	30963	32214	33516	34870
Costo de producción y ventas		8307	8432	8558	8686	8817
UTILIDAD BRUTA		22043	28944	33857	38564	42537
GASTOS OPERACIONALES						
1. Gastos de venta						
Publicista		213	213	213	213	213
2. Gastos administrativos						
Contador		213	213	213	213	213
Arriendo		1800	1800	1800	1800	1800
Agua		120	122	125	127	130
Luz		120	122	125	127	130
Teléfono		84	85	87	89	91
Internet		240	245	250	255	260
Amortización		1867	1867	1867	1867	1867
Depreciación		5816	6409	7002	7595	8188
3. Gasto financiero						
Financiero		1512	1867	631	420	210
Total Gasto		11985	12944	12312	12706	13101
UTILIDAD EN OPERACIÓN		10059	16001	21545	25858	29436
15% Trabajadores		1509	2400	3232	3879	4415
Utilidad antes de impuesto a la renta		8550	13600	18313	21979	25021
25% Impuesto a la renta		2137	3400	4578	5495	6255
ESTADO DE RESULTADOS	23337	6412	10200	13735	16484	18766

Fuente: Autor

El Estado de resultados refleja un movimiento de los costos y gastos de las exportaciones de blusas durante los próximos 5 años, en base a ello se podrá decidir la viabilidad del proyecto y cómo se manifiesta en la tabla, existe un flujo de caja positivo por lo que existiría una utilidad positiva para la realización de este proyecto con una producción estimada de 1800 prendas anuales y un estimado de 150 prendas mensuales

3.13.4. Flujo de efectivo

Tabla 69. TIR, VAN

Año	Flujo de Efectivo	Fat. Act	Fe Descontado
0	-23337,37		
1	6412,36	0,27477	1761,91
2	10200,33	0,71185	7261,09
3	13734,76	0,62864	8634,25
4	16484,28	0,46687	7696,03
5	18765,56	0,38900	7299,78
		SFE	32653,06
		- I.I	\$ 23.337,37
		VAN	65230
		TIR	25,4%
		C/B	\$ 2,80

Fuente: Autor

La micro empresa al invertir durante los 5 años un monto de 23.337,37 USD obtendrá un monto adicional a la inversión de 65230 dólares o también conocido como VAN calculado de 65230USD, indicando la viabilidad para la exportación de blusas.

El TIR calculado es del 25,4% mayor a la tasa de rentabilidad mínima aceptable del 16.2% lo que indica que la gerente de la micro empresa Ropa Linda puede esperar un retorno positivo en la inversión de blusas.

El costo beneficio se obtuvo de la suma del valor neto actual de los ingresos, egresos más la inversión en el volumen de ventas obteniendo un valor del \$ 2,80 indicando que por cada dólar empleado se logra recuperar 1 USD más 0.80 de beneficios para la micro empresa.

Al realizar una financiación, se espera que se realice el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) en un tiempo estimado de 2 años y 6 meses con una tasa mínima aceptable del 0,001620 y con un valor total neto del proyecto de 32653,06 USD.

3.14 RESULTADOS

Para la realización de los resultados se tomó a consideración las entrevistas realizadas a expertos de prendas para dama orientada a emprendedores, esto con la finalidad de conocer las dificultades y procesos que son necesarios para la internacionalización de blusas y para la interpretación de los resultados se utilizó el método Delphi en cuanto a la estructura de la entrevista para contrastar las apreciaciones y juicios del grupo de expertos entrevistados y comparar cada información recolectada.

Damaris Montenegro gerente de la micro empresa Ropa Linda, manifiesta que se dio a conocer por medio de las redes sociales para comercializar las prendas de vestir a partir del 2019 siendo la encargada de la publicidad y logística hasta el cliente, con una segmentación en la provincia del Carchi entre un rango de edad de 15 a 30 años mediante Facebook con una inversión de 3 dólares. Al dedicarse al marketing y redes sociales comenta que no tiene conocimiento en para fabricar y comercializar prendas de vestir, adicional a ello la poca experiencia en el mercado dificulta obtener mayor participación en el sector textil.

En cuanto a términos de negociación Ropa Linda no comprenden y desconocen los incoterms y cuáles son los procedimientos aduaneros que se requieren, puesto que solo esperan buscar oportunidades de mercado a nivel nacional y no internacionalizarse, adicional a ello, el desconocimiento a la tramitología y los pasos a seguir para expandirse hacia otro país dificulta que pueda llegar a nuevos nichos de mercado, por lo tanto conocer y capacitarse sobre términos de negociación les permitirá crear mayores oportunidades.

Adicional a ello, la micro empresa expresa que un análisis de estudio permitiría conocer los procesos de exportación, así como también los documentos necesarios que permitan llevar el producto hacia otros mercados y con ello aumentar la producción y crecimiento de la misma, por lo que de forma directa se beneficiaría con la realización del trabajo de investigación.

Dayanna Cangas gerente de la micro empresa Rich Girl manifiesta que la creación de la micro empresa fue la necesidad de buscar nuevos ingresos económicos a raíz de la pandemia y poder sustentar a su familia por lo que es un emprendimiento reciente que se dio a conocer por medio de las redes sociales hacia el sector femenino en cuanto a prendas y accesorios en la ciudad de Quito, y usando encomiendas para entregar sus productos a los clientes.

Por otro lado, Rich Girl menciona que las redes sociales fueron de vital importancia para comercializar los productos y dar a conocer la marca, especialmente invertir poca cantidad de dinero para llegar a los potenciales clientes en conjunto a familiares y amigos permitiendo así expandirse en el mercado.

En cuanto a términos y procesos aduaneros la micro empresa desconoce la tramitología y los pasos a seguir para expandirse hacia otro país y esto dificulta que pueda llegar a nuevos mercados puesto que su rama de estudio es los idiomas, carece de habilidades necesarias para este sector. Para la microempresa Rich Girl el análisis de estudio para la exportación permitirá obtener los conocimientos necesarios para expandir el producto a nuevos nichos de mercado y llegar a tener competitividad en el mercado.

Andrés Santacruz propietario de trámites de aduana PSV expresa que La empresa está constituida desde el 2017 ayudando en los procesos de importación de la ciudad de Tulcán entre Machala y Colón para servicios profesionales en los procesos aduaneros en conjunto con entidades públicas y privadas para la documentación aduanera y procesos técnicos de todo tipo de mercadería.

En cuanto a los procedimientos y términos aduaneros tiene conocimientos en cuanto a la documentación algunos ejemplos son la factura comercial, el certificado de origen y póliza de seguro, de igual forma conoce las barreras arancelarias para la comercialización.

Finalmente PSV expresa que un análisis de estudio permitirá dar a conocer los pasos a seguir en cuanto a cómo puede las micro o medianas empresas expandirse hacia otros mercados

por medio de estudios de mercados y estrategias de internacionalización usando como ejemplo las blusas para dama hacia el mercado internacional, adicional a ello, el análisis de estudio aporta con el conocimiento técnico y financiero para que se pueda llevar a cabo la exportación de prendas de vestir y conocimiento en los términos de negociación y pasos que debe seguir el emprendedor para una exportación exitosa.

Esto permitirá abrir nuevas oportunidades para futuras microempresas que busquen posicionarse en el mercado teniendo en cuenta la experiencia y evidencia los resultados de aquellas que se están incursionando en el mercado, a su vez permitirá crear fuentes de empleo dentro del territorio, lograr consignarse en mercados internacionales permitirá obtener mejores resultados económicos debido a que se logrará alcanzar mayor público objetivo.

3.15. DISCUSIÓN

Para la discusión del análisis de estudio se partió de las dificultades y desafíos que tiene los emprendedores para la comercialización y exportación de blusas junto con los antecedentes investigativos que ayudarán a contrastar la realidad de las pequeñas empresas que recién están buscando un nicho de mercado para ofrecer sus productos y poder generar nuevas fuentes de empleos y de ingresos para sus familias.

En base a las importaciones, exportaciones y el modelo de las dimensiones de Hofstede, se consideró tres países oferentes según subpartida 6106.10, especialmente los que realizan importaciones desde el Ecuador, dando como resultado Japón, Estados Unidos y Alemania. Para establecer el país idóneo para la internacionalización de blusas de la micro empresa Ropa Linda se realizó el análisis PEST de los 3 potenciales mercados y una matriz POAM obteniendo como ganador a Estados Unidos.

Para la elección del mercado destino se tomó a consideración la población total de cada Estado, la tasa de empleo, el ingreso promedio de cada hogar, el porcentaje de mujeres que existe y las principales ciudades importadoras desde el Ecuador acorde a la subpartida 6106.10, obteniendo como resultado que el Estado de California existe la mayor tasa de población femenina en edades de 15 a 50 años obtenido un total de 9.614.158 mujeres y con el mayor ingreso promedio en el hogar de \$ 80.440, idóneo para la exportación para las blusas. A partir de ello, se encontró que la ciudad de Santa Clara es el potencial destino debido a que existe una demanda insatisfecha del 33% y mayor PIB Per Cápita para adquirir el producto. Estos resultados son respaldados por el Departamento Comercial de los Estados Unidos (2021) quienes proporcionan la información necesaria de cada Estado y fichas anuales de sus ciudadanos.

En la elaboración de este estudio se identificó que las principales empresas competidoras son Forever 21, Zara, H&M, etc, quienes ofrecen diferentes precios y descuentos acorde a la temporada, marca y prestigio desde \$ 12,97 hasta \$ 2.100, por lo que el posicionamiento

de la marca, es una de los métodos más efectivos para atraer potenciales clientes, además de ello se observó que los datos obtenidos son respaldados por Agudelo y Valdez (2020) quienes manifiesta que la existe una amplia variedad de marcas tanto nacionales e internacionales y un consumo elevado acorde a las estaciones del año, las tendencias de la moda y consumo de prendas de vestir. Analizando estos resultados existe una competitividad elevada en el sector textil femenino y por ello una dificultad para el posicionamiento de la marca Ropa Linda en el mercado estadounidense.

Se determinó que la Subpartida 6106.10 de blusas en el Ecuador, es la misma que los Estados Unidos con una tasa arancelaria a la fecha de la investigación del 19.7% evidenciando mayor costo para la exportación de prendas de vestir femeninas, adicional a ello el Plan Nacional de Desarrollo 2021 – 2025 manifiesta que el 6,44% de la economía ecuatoriana fue afectada de forma directa por los efectos de la Pandemia y pérdidas económicas del 66,6% en cuanto a producción y mano de obra, sin embargo, los actuales resultados no guardan relación acorde al “Plan de Desarrollo de Mercado de Ecuador” publicado por Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú en el año 2020 debido a que la pandemia afectó a la economía mundial y por ello existe una distorsión de datos sobre el entorno económico del país, por otro lado, la cultura de negocios y los procesos de importación se han mantenido de forma unánime. En tal sentido, la recuperación paulatina en el comercio nacional ayudará al crecimiento del PIB y nuevas oportunidades de trabajos.

En cuanto a las estrategias de internacionalización se consideró varios ítems para que la micro empresa pueda elegir la que mejor se acoge a las necesidades y procedimientos para exportar las blusas, es por ello que se eligió la exportación indirecta siendo medio más factible para llegar al mercado estadounidense, debido a que no cuenta con los costos o recursos necesarios para una exportación directa, además, la estrategia del diamante de Porter sería la más apropiada aplicando las estrategias en cuanto a precios relativamente bajos y enfocada a un rango de edad desde los 15 hasta los 50 años con una propuesta de valor atractiva al consumidor permitirá diferenciar las blusas de la micro empresa Ropa Linda y obtener una mayor competencia en el mercado. Estos resultados no contrastan con

los de Agudelo (2020) pues manifiestan que las estrategias de marketing y posicionamiento de la marca es la opción más adecuada para llegar al mercado internacional. En tal sentido y con los datos recolectados se analizó que existe preferencias en blusas con encajes sin estampado, de preferencia colores blancos, negros, rosados y variedad en modelos y accesorios que ayudara a que la micro empresa ropa linda pueda destacar en la población femenina estadounidense.

Se determinó a la fecha de la investigación que el Ecuador no concreta los acuerdos comerciales con Estados Unidos que benefician de forma directa a las pequeñas y medianas empresas para que puedan exportar por primera vez, por lo que acorde a la investigación de Agudelo (2020) los acuerdos comerciales entre Colombia y Estados Unidos se obtiene mayor competitividad en cuanto a calidad y precios, sin embargo, Ecuador al no contar con una tarifa arancelaria preferencial, acuerdos comerciales vigentes, y trámites de exportación son mucho más costosos. Contrastando la información obtenida, la micro empresa Ropa Linda tendrá que pagar la tarifa arancelaria del 19.7% en la exportación de blusas y ser competitiva para obtener rendimientos.

La oferta exportable es nula debido a que la micro empresa no cuenta actualmente la infraestructura ni los recursos necesarios para la elaboración y comercialización de blusas hacia los Estados Unidos, sin embargo, se realizó propuestas en el estudio técnico hacia la estructura organizacional, distribución de planta y una ficha técnica para que en el futuro pueda llegar a exportar al mercado estadounidense. Asimismo, que el modo de transporte más adecuado es el marítimo pues es el medio más barato para llevar la mercadería hacia el mercado destino, además del uso de una distribución de 20 cajas en un pallet para exportación indirecta y el uso de un contenedor compartido. Estos resultados tienen relación con lo manifestado por Valdés (2020) quien señala que el transporte marítimo es menos costoso y más usado en el Perú. En base a la información se eligió el Incoterm EXW como el más factible para llevar a cabo la exportación de blusas.

En el ámbito financiero, el proyecto para llevar a cabo la exportación de blusas hacia el mercado de Santa Clara, Estados Unidos, es de una inversión total del 23.337 dólar siendo 14.002 USD de financiación y 9.335 USD de capital propio, adicional a ello, el proyecto de la inversión da como resultado una VAN de 30533 USD, con un TIR del 38% y un costo beneficio de \$ 2,80 indicando un retorno positivo para llevar a cabo este proyecto.

En cuanto a las entrevistas realizada se evidencia la carencia en temas de comercio y por ende la inviabilidad para la exportación de blusas hacia nuevos mercados, no obstante, a raíz de la pandemia se ha visto necesario crear nuevas fuentes de trabajo en diferentes áreas y con lo manifestado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, los obstáculos en la producción nacional y la pandemia afectó de forma directa a la producción textil nacional, con ello evidenciando las dificultades para las Pymes y nuevos emprendimientos textiles en la provincia.

Finalmente, en el análisis de estudio puso en evidencia la búsqueda de emprendimientos en la provincia del Carchi y la necesidad de la creación de nuevas fuentes de empleos a raíz de la pandemia rechazando lo manifestado por López y Vallejo (2019) quienes refieren que el individualismo y conformismo reprimen la creación de nuevas fuentes de trabajo o la diversificación de nuevos productos de la provincia, sin embargo, se acepta que el sector textil carchense es descuidada, carente de apoyo por parte de las entidades públicas y dependiente de los productos agrícolas, provocando un impacto en las actividades productivas, innovación y calidad de nuevos productos o de nuevos emprendimientos. Es por ello que desde la academia se busca fomentar la innovación y ejecución de emprendimientos como es la Universidad Politécnica Estatal del Carchi denominado Parque Soft que busca llevar a cabo ideas de emprendedores a la realidad por medio de asesoría, estudios de mercados, información necesaria para la internacionalización y diferentes herramientas tecnológicas.

IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

- ✓ Los datos ofrecidos en relación al tema de estudio “análisis de estudio para la exportación de blusas de la micro empresa Ropa Linda Cantón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales” se obtuvo de información primaria y secundaria, documentos digitales audiovisuales y normativa vigente en el desarrollo a la fecha del trabajo de titulación.

- ✓ Se infiere que las oportunidades de mercado para la internacionalización de prendas de vestir a nivel internacional son altamente demandadas especialmente en la población femenina y con los datos recolectados de los países mayores importadores y exportadores en conjunto a las dimensiones culturales de Hofstede de la subpartida 6106.10 se determinó que Estados Unidos, Alemania y Japón son los mayores consumidores de blusas a nivel mundial en el año 2021. Adicional a ello el análisis PEST y matriz POAM estableció que el país estadounidense es el mercado más apto para la exportación de blusas.

- ✓ La estrategia más adecuada para exportar hacia los Estados Unidos es la exportación indirecta y el diamante de Porter para obtener competitividad en el mercado con precios accesibles y de alta calidad, además, se encontró que existe mayor realce en prendas de vestir de colores blancos, negros y rosados, con accesorios y encajes para ser más atractivas hacia los potenciales clientes.

- ✓ Debido al escaso conocimiento de exportación por parte de la micro empresa Ropa Linda, actualmente no cuenta con la oferta exportable para abarcar el mercado estadounidense por lo que en el análisis técnico se realizó algunas propuestas organizacionales, de planta junto a el embalaje y empaque para que a futuro pueda

llevarse a cabo la comercialización. Adicionalmente, se empleó que el mejor modo de transporte es el marítimo para abaratar los costos hacia Estados Unidos junto al incoterm EXW donde existiría menos riesgo a la hora de exportar.

- ✓ El costo de los productos ofrecidos por Ropa Linda tendría una desventaja con el país colombiano, peruano, asiático, etc., debido a que la provincia no cuenta con la maquinaria tecnológica suficiente para poder minimizar costos en la elaboración y comercialización de blusas u otros tipos de prendas de vestir femeninas.

- ✓ Debido a la falta de financiamiento, la capacitación limitada en la industria textil y la escasa tecnología manufacturera la provincia del Carchi Cantón Mira, ha ocasionado que la mano de obra textil era deba recurrir a otro tipo de actividades que les permitan sustentarse económicamente, particularmente a la luz de la pandemia que ha obligado a buscar nuevas fuentes de ingresos.

- ✓ Por otro lado, el marketing y las redes sociales jugó un papel importante para la micro empresa Ropa Linda pues lo manifestado por la gerente adaptarse a la virtualidad y tendencias de la moda ayudó a posicionarse de forma paulatina con prendas de calidad y bajo coste en el mercado tulcanense, igualmente, el emprendimiento llevado a cabo con énfasis en los precios y sector joven femenino, permitirá a futuro comercializar los productos de la micro empresa a nivel internacional.

- ✓ Finalmente, en el caso del estudio financiero se determinó que realizando una inversión de 23337 dólares en 5 años el tiempo estimado de recuperación es 3 años y 6 meses con un valor neto de 32653,06 USD con un VAN calculado de 65230 USD y TIR de 25,4% proyectándose positivamente el proyecto para la exportación de blusas hacia el mercado internacional.

4.2. RECOMENDACIONES

- ✓ Las organizaciones públicas y privadas junto con la academia deben apoyar e incentivar a la creación de emprendimiento a nivel nacional y con mayor énfasis en la provincia del Carchi, así mismo, diversificar los sectores más deprimidos con información necesaria para ejecutar este tipo de proyectos de forma adecuada.
- ✓ Existen oportunidades de mercado en el país estadounidense por lo que al contratarse las relaciones comerciales Ecuador – Estados Unidos e implementar estrategias manifestadas en esta investigación, permitirá ampliar la gama de productos de la micro empresa Ropa Linda y de otras empresas que deseen exportar blusas al extranjero.
- ✓ Implementar las recomendaciones manifestadas en cuanto a las propuestas estructurales, organizacionales, de planta para perfeccionar los procesos de comercialización en la micro empresa.
- ✓ Enfocarse en la comercialización de prendas de calidad en conjunto con gran variedad de tallajes y encajes para el mercado femenino estadounidense con precios competitivos en el mercado.
- ✓ Identificar los precios de la competencia en el mercado ecuatoriano e internacional para la tecnificación y profesionalización de las micro y medianas empresas que desean comercializar sus productos a gran escala.
- ✓ Reinvertir para mejorar los procesos de comercialización y producción de prendas para todo tipo de sexo e implementar el comercio electrónico en el proceso comercial así mejorar las ventas y dar a conocer la marca y productos a ofrecer.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- OMC. (2020). *El comercio da muestras de reactivarse tras los efectos de la COVID-19*. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/news_s/pres20_s/pr862_s.htm
- BM. (2020). *Exportaciones de productos manufacturados*. Recuperado de https://datos.bancomundial.org/indicador/TX.VAL.MANF.ZS.UN?end=2019&most_recent_value_desc=false&start=2014
- PNUD. (2019). *Seis cosas que no sabías acerca del verdadero costo de la moda rápida*. Recuperado de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/blog/2019/six-things-you-didn-t-know-about-the-true-cost-of-fast-fashion.html>.
- CEPAL. (2020). *Comercio internacional de América Latina y el Caribe caerá 23% en 2020 debido a los efectos de la pandemia*. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/comunicados/comercio-internacional-america-latina-caribe-caera-23-2020-debido-efectos-la-pandemia>
- El Comercio. (2020). *Las ventas del sector textil ecuatoriano cayeron el 70%*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/ventas-sector-exitil-ecuador-empresa.html>
- INEC. (2020). *Resultados Índice de Producción de la Industria Manufacturera*. Enero. Pag 6, Evolución histórica del IPI-M. SIPRO
- BCE. (2020). *Reporte de coyuntura sector agropecuario*. Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntura/Integradas/etc202002.pdf>

- Martínez, C. Mayorga, J. (2008). *Paul Krugman y el nuevo comercio internacional*. Criterio Libre, 73-86.
- López, J., Vallejo, J. (2019). *Dinámica de la frontera Ecuador - Colombia y su impacto en la actividad comercial local: Un estudio para la ciudad de Tulcán 2018*. doi: <https://doi.org/10.32645/9789942914644>
- AITE. (2020). *Historia y Actualidad*. Recuperado de <https://www.aite.com.ec/industria.html>
- Sánchez, et al. (2020). *Manufactura sector textil prendas de vestir*. Recuperado de <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/06/Diagn%C3%B3stico-sector-textil-prendas-de-vestir-corregido-mayo-2020.pdf>
- Falconí, D (2017). *Análisis de los procesos de producción de ropa de niño y su incidencia en la productividad de la empresa moda bebé de la ciudad de Quito*. (tesis de pregrado). Universidad Tecnológica Indoamérica. Ecuador.
- INEC. (2019). *Índice de Producción de la Industria Manufacturera (IPI-M), enero 2019. Estadísticas sectoriales*. Boletín técnico N° 01-2019-IPI-M. Pdf.
- Ekos. (2018). *Ecuador productivo*. Recuperado de: https://issuu.com/ekosnegocios/docs/book_286_baja
- INEC. (2019). *Índice de Producción de la Industria Manufacturera (IPI-M), enero 2019. Estadísticas sectoriales*. Boletín técnico N° 01-2019-IPI-M. Pdf.

- BCE. (2020). *Economía ecuatoriana*. Recuperado de:
<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1370-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-decreci%C3%B3-24-en-el-primer-trimestre-de-2020>
- Arcos, C. (2017). *Alternativas Comerciales para la Internacionalización de los Productos de la empresa Estefany del Cantón Antonio Ante Provincia de Imbabura*. (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Ecuador.
- BCE. (2020). *Cuestiones Económicas*. Recuperado de:
<https://estudioeconomicos.bce.fin.ec/index.php/RevistaCE/issue/view/40>
- López, R. (2018). *Análisis del acuerdo Multipartes Unión Europea Ecuador -Colombia y la competitividad en el sector textil*. (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Ecuador.
- Contreras, E. (s.f). *La Ventaja Competitiva de Michael Porter*. Recuperado de
<https://www.urp.edu.pe/pdf/id/6330/n/>
- Olivos, A. (2013). *El concepto de bienes comunes en la obra de Elinor Ostrom*.
Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4410661>
- AITE. (2020). *Estadísticas*. Recuperado de. <https://www.aite.com.ec/estadisticas.html>
- CEPAL. (2019). *Exportaciones de América Latina y el Caribe caerán 2,0% en 2019 debido al complejo contexto internacional*. Recuperado de:
<https://www.cepal.org/es/comunicados/exportaciones-america-latina-caribe-caeran-20-2019-debido-al-complejo-contexto>
- Galán. (2020) *Ventaja comparativa*. Recuperado de:
<https://economipedia.com/definiciones/ventaja-comparativa.html>

Porto, Gardey. (2009). *Definición de pyme*. Recuperado de: <https://definicion.de/pyme/>

El Universo. (2020). *Sector textil de Ecuador*. Recuperado de:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/02/21/nota/7750389/sector-textil-respalda-futuro-acuerdo-comercial-eeuu>

AITE. (2020). *Comercio*. Recuperado de. <https://www.aite.com.ec/comercio.html>

AITE. (2020). *Estadísticas*. Recuperado de. <https://www.aite.com.ec/estadisticas.html>

PROEcuador. (2018). *Sector textil*. Recuperado de:

<https://www.proecuador.gob.ec/?s=sector+textil&submit=Search>

La hora. (2007). *Crisis en la industria textil*. Recuperado de:

<https://www.lahora.com.ec/noticia/555208/crisis-en-la-industria-textil>

BCE. (2020). *Economía Ecuatoriana Decreció 2,4% En El Primer Trimestre De 2020*.

Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1370-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-decreci%C3%B3-24-en-el-primer-trimestre-de-2020>

CEPAL. (2019). *Cadenas de valor intra e interregionales, América Latina y el Caribe y Asia Pacífico*. Recuperado de:

https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/cadenas_de_valor_intra_e_interregionales_alc_y_asia_pacifico_seul.pdf

AITE. (2020). *Acerca de AITE*. Recuperado de: <http://aite.com.ec/index.html#nosotros>

Ekos. (2018). *Ecuador productivo*. Recuperado de:

https://issuu.com/ekosnegocios/docs/book_286_baja

INEC. (2019). *Índice de Producción de la Industria Manufacturera (IPI-M)*, enero 2019. Estadísticas sectoriales. Boletín técnico N° 01-2019-IPI-M. Pdf.

BCE. (2020). *Economía ecuatoriana*. Recuperado de:
<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1370-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-decreci%C3%B3-24-en-el-primer-trimestre-de-2020>

MPCEIP. (2020). *la importación de textiles*. Recuperado de:
<https://www.gob.ec/mpceip/tramites/emision-registro-importacion-textilescalzado>

BCE. (2020). *Cuestiones Económicas*. Recuperado de:
<https://estudioeconomicos.bce.fin.ec/index.php/RevistaCE/issue/view/40>

CAPEIPI. (2020). *Situación de la industria textil*. Recuperado de:
<https://www.capeipi.org.ec/index.php/noticias/noticias-archivadas>

Líderes. (2020). *Ellos innovan en el sector textil*. Recuperado de:
<https://www.revistalideres.ec/lideres/innovacion-sector-textil-alangasi-planta.html>

González. (2020). *El sector textil en Ecuador pierde más del 10 % de su facturación anual en lo que va de 2020*. Recuperado de:
<https://pe.fashionnetwork.com/news/El-sector-textil-en-ecuador-pierde-mas-del-10-de-su-facturacion-anual-en-lo-que-va-de-2020,1214881.html>

VI. ANEXOS

Anexo A. Oficio para la elaboración del Plan de Investigación para la aprobación de la empresa



Memorando Nro. UPEC-CEYNCI-2020-0857-M
Tulcán, 18 de diciembre de 2020

PARA: Srta. Damaris Montenegro Urresta
GERENTE DE LA EMPRESA ROPA-LINDA

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 el señor estudiante de octavo nivel de la carrera de Comercio Exterior Kevin Andrés Aguinsaca Loarte, portador de la cédula de identidad No. 1104402654, se encuentra realizando el tema de investigación "Análisis de Estudio para la exportación de blusas de la micro empresa Ropa Linda Catón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales", motivo por el cual solicito muy respetuosamente a su autoridad se digne brindar información para el desarrollo del tema de investigación.

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

Por la atención al presente, con sentimiento de estima y consideración me suscribo;

Atentamente,



Imagen digitalmente firmada

**OFELIA BEATRIZ
REALPE DELGADO**

Msc. Beatriz Realpe
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMERCIO
EXTERIOR**
"Educamos para transformar el mundo"



Firmado digitalmente
por ELSA DAMARIS
MONTENEGRO
URRESTA

Anexo B. Respuesta del anexo A



**ROPA LINDA
ECUADOR**

Teléfono: +593 95 892
6383

Mira, 11 de enero de 2021

Sr.

Kevin Andrés Aguinsaca Loarte

**ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR DE LA
UNIVERSIDAD POLITÈCNICA ESTATAL DEL CARCHI**

Presente:

Por medio del presente reciba un cordial saludo de parte de Ropa Linda Ecuador, deseándole éxitos en las actividades curriculares que desempeña,

De acuerdo al memorando Nro. UPEC-CEYNCI-2020-0857-M emitida el día 18 de diciembre del 2020, me permito informarle la **APROBACIÓN** para la realización del plan de investigación con el tema “*Análisis de Estudio para la exportación de blusas de la micro empresa Ropa Linda Cantón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales*”.

Sin más que añadir, pongo en su conocimiento para los fines pertinentes.

Atentamente,



Firmado digitalmente
por ELSA DAMARIS
MONTENEGRO URRESTA

Lic. Damaris Montenegro.

**GERENTE DE LA
TIENDA ROPA LINDA
ECUADOR**



Facultad De Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía

Empresarial

Carrera de Comercio Exterior

ENTREVISTA

Objetivo

La presente entrevista está orientada a conocer la opinión y criterio de los emprendimientos y expertos en la exportación de blusas con la finalidad de tener una visión más amplia sobre la dificultad y el posicionamiento de las Pymes en el sector enfocado hacia la exportación internacional.

Los datos formarán parte para el trabajo de investigación “Análisis de Estudio para la exportación de blusas de la micro empresa Ropa Linda, Cantón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales.” y los resultados obtenidos en esta entrevista se usarán únicamente con fines académicos.

Datos de la entrevista

Entrevistador: Aguinsaca Loarte Kevin Andrés

Profesión cargo:

Empresa:

Fecha:

Cuestionario

1. ¿Cómo se dio a conocer en el mercado la empresa?
2. ¿Qué tiempo tiene constituida la empresa?
3. ¿Qué técnicas uso para llegar al público objetivo?

4. ¿Conoce usted la tramitación necesaria para exportar las prendas de vestir hacia el mercado internacional?

5. ¿Tiene conocimiento sobre los términos de negociación y procedimientos aduaneros?

6. ¿Qué aporte tendría un análisis de estudio para la exportación de prendas de vestir para las empresas que desean incursionar en este sector?

ENTREVISTA 1

- Formulación del problema

¿Cómo contribuye el análisis de estudio para la comercialización de blusas de la micro empresa Ropa Linda hacia el mercado internacional?

- Elección de experto

Ing. Montenegro Urresta Elsa Damaris (Dueña de la micro empresa “Ropa Linda)

- Elaboración y lanzamiento de los cuestionarios

1. ¿Cómo se dio a conocer en el mercado la empresa?

2. ¿Qué tiempo tiene constituida la empresa?

3. ¿Qué técnicas uso para llegar al público objetivo?

4. ¿Conoce usted la tramitación necesaria para exportar las prendas de vestir hacia el mercado internacional?

5. ¿Tiene conocimiento sobre los términos de negociación y procedimientos aduaneros?

6. ¿Qué aporte tendría un análisis de estudio para la exportación de prendas de vestir para las empresas que desean incursionar en este sector?

- Desarrollo práctico de resultados

R1: La microempresa se dio a conocer mediante internet, mediante redes sociales como lo son Facebook, Instagram. Bajo el concepto de viste linda, ahorra y recicla.

R2: La microempresa Ropa Linda nace en el año 2019 a raíz de la pandemia. Es decir, tiene un tiempo de creación de 4 años.

R3: Para llegar al público objeto de estudio fue necesario implementar un método de segmentación dentro de la provincia del Carchi, con rango de edad de chicas de entre a 15 y 30 años, mediante publicaciones en Facebook con una inversión de 3 dólares.

R4: No tengo los conocimientos necesarios para realizar la exportación de las prendas hacia los mercados internacionales, pero sería factible realizar la contratación de una persona que conozca del tema para lograr llegar a dichos mercados con el producto.

R5: Sobre los procedimientos aduaneros no tengo conocimiento alguno, sobre los términos de negociación los básicos que me permiten hacer la entrega de las prendas hacia los compradores.

R6: Bueno el aporte que tendría realizar un análisis de estudio permitiría conocer los procesos de exportación, así como también los documentos necesarios que permitan llevar el producto hacia otros mercados y con ello aumentar la producción y que la empresa siga creciendo, así como también contar con estrategias que permitan una mayor consolidación de este sector.

ENTREVISTA 2

- Formulación del problema

¿Cómo contribuye el análisis de estudio para la comercialización de blusas de la micro empresa Ropa Linda hacia el mercado internacional?

- Elección de experto

- Lic. Cangas Tenorio Dayanna Lizeth (Propietario de la micro empresa Rich Girl)

- Elaboración y lanzamiento de los cuestionarios

1. ¿Cómo se dio a conocer en el mercado la empresa?
2. ¿Qué tiempo tiene constituida la empresa?
3. ¿Qué técnicas uso para llegar al público objetivo?
4. ¿Conoce usted la tramitación necesaria para exportar las prendas de vestir hacia el mercado internacional?

5. ¿Tiene conocimiento sobre los términos de negociación y procedimientos aduaneros?
6. ¿Qué aporte tendría un análisis de estudio para la exportación de prendas de vestir para las empresas que desean incursionar en este sector?

- **Desarrollo práctico de resultados**

R1: Por medio de las redes sociales, debido a la necesidad de buscar nuevos ingresos económicos y poder sustentar a mi familia.

R2: Desde el 2021 a raíz de la pandemia pues las compras en línea se hicieron más populares e invertir para poder vender ropa y accesorios femeninos y con videos e imágenes pude llegar a personas de la ciudad de Quito y vender de forma presencial o Servientrega.

R3: Familiares y amigos, compartir las redes sociales e invertir en publicidad para llegar a la provincia de pichincha y con ayuda de mis redes sociales expandir la marca y alcanzar mayores clientes.

R4: No tengo conocimientos en los procedimientos para llevar a cabo una exportación sin embargo a futuro pueda necesitar la información para llegar a nuevos clientes.

R5: No sé nada de ello, estoy estudiando idiomas y la verdad desconozco del tema

R6: Tendría un gran aporte para conocer sobre las exportaciones y procedimientos en cuanto a costos, estrategias y el transporte de los productos.

ENTREVISTA 3

- **Formulación del problema**

¿Cómo contribuye el análisis de estudio para la comercialización de blusas de la micro empresa Ropa Linda hacia el mercado internacional?

- **Elección de experto**

Ing. Santacruz Villarreal Paul Andrés (Propietario de trámites de aduana PSV)

- **Elaboración y lanzamiento de los cuestionarios**

1. ¿Cómo se dio a conocer en el mercado la empresa?
2. ¿Qué tiempo tiene constituida la empresa?
3. ¿Qué técnicas uso para llegar al público objetivo?
4. ¿Conoce usted la tramitación necesaria para exportar las prendas de vestir hacia el mercado internacional?
5. ¿Tiene conocimiento sobre los términos de negociación y procedimientos aduaneros?
6. ¿Qué aporte tendría un análisis de estudio para la exportación de prendas de vestir para las empresas que desean incursionar en este sector?

- **Desarrollo práctico de resultados**

R1: Por medio de prestaciones profesionales en los procesos aduaneros de importación, exportación y técnico auxiliar en el SENA E.

R2: La empresa está constituida desde el 2017 ayudando en los procesos de importación de la ciudad de Tulcán entre Machala y Colón.

R3: Servicios en todo proceso de comercio exterior en conjunto con entidades públicas y privadas para la documentación aduanera y procesos técnicos de todo tipo de mercadería.

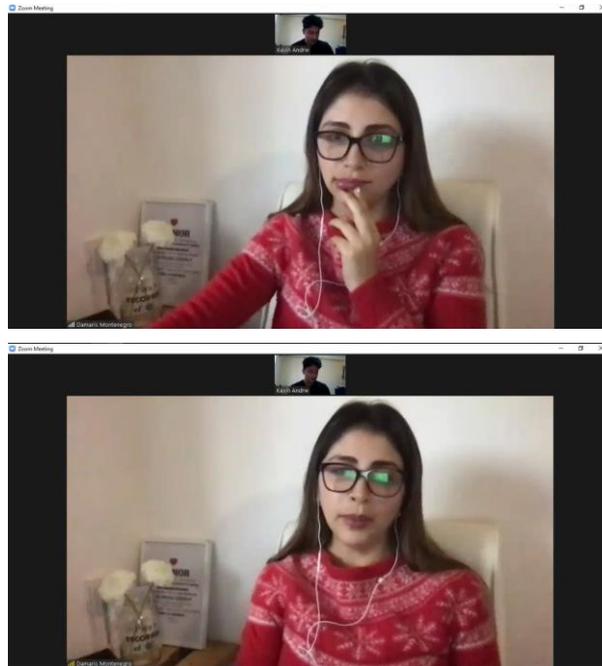
R4: Realizo inspecciones en conjunto con el SENA E y la tramitación necesaria para exportar es la factura comercial, certificado de origen y póliza de seguro si el importador ha asegurado su mercancía de igual forma el país importador pone las barreras arancelarias para la comercialización.

R5: Si, Dependiendo de la mercadería los términos más usados son el FCA, EWX y FOB para proceder al pago de tributos y acorde al canal de aforo automático, físico o documental que arroje el sistema del SENA E tendría la mercadería salida autorizada y culminaría el proceso y el compromiso con el cliente.

R6: Sería algo que permita mejorar los procesos textiles especialmente para quienes no conocen términos de negociación y al estar ubicado en frontera existe muchos problemas en los documentos para importar y exportar y como tramitador de aduana sería de gran ayuda para mejorar los sistemas documentales y acorde al Reglamento técnico 1875 del INEN las prendas de vestir femeninas como jeans o blusas debe ser controlado por el instituto técnico de normalización

Anexo D. Fotografías entrevistas

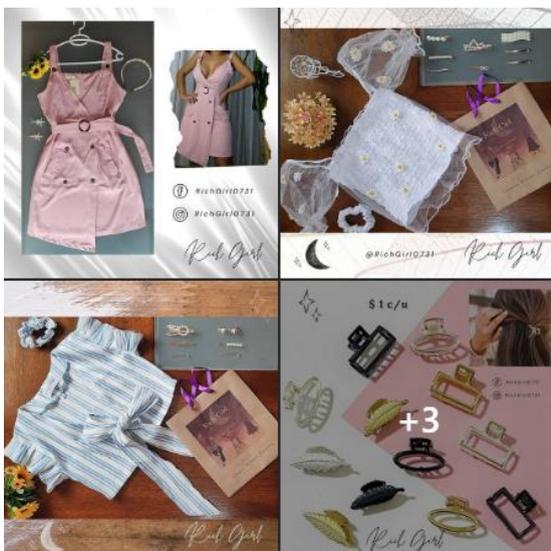
- Entrevista a la gerente Damaris Montenegro vía zoom, por motivo de pandemia e imágenes de sus productos



- Entrevista a Andrés Villareal Gerente de Gerente de “Trámites de Aduana PSV”



- Entrevista Dayanna Cangas Gerente de la micro empresa Rich Girl e imágenes de sus productos.





**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE
CENTER**

ABSTRACT- EVALUATION SHEET

NAME: Aguinsaca Loarte Kevin Andrés

DATE: 27 de abril de 2022

TOPIC: “Análisis de Estudio para la exportación de blusas de la micro empresa Ropa Linda, Cantón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales”

MARKS AWARDED

QUANTITATIVE AND QUALITATIVE

VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic <input type="checkbox"/>	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic <input type="checkbox"/>	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic <input type="checkbox"/>	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs <input type="checkbox"/>	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Some progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Inadequate ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text <input type="checkbox"/>	The message has been communicated appropriately and identify the type of text <input type="checkbox"/>	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing <input type="checkbox"/>	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Good flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Average flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Poor flow of ideas and events <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement <input type="checkbox"/>	Minor errors when supporting the thesis statement <input type="checkbox"/>	Some errors when supporting the thesis statement <input type="checkbox"/>	Lots of errors when supporting the thesis statement <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	TOTAL 9		



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Aguinaca Loarte Kevin Andrés

Fecha de recepción del abstract: 27 de abril de 2022

Fecha de entrega del informe: 27 de abril de 2022

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

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

Observaciones:

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

Atentamente



Firmado electrónicamente por:
**EDISON BOANERGES PENAFIEL
ARCOS**

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN RESUMEN AL INGLÉS

CONSTANCIA:

Yo, EVELYN LORENA BUSTOS MOLINA, portadora de la cédula de ciudadanía 0401708045; Magister en Pedagogía de los Idiomas Nacionales y Extranjeros Mención en Inglés; certifico la traducción al idioma Inglés del resumen de tesis sobre: **ANÁLISIS DE ESTUDIO PARA LA EXPORTACIÓN DE BLUSAS DE LA MICRO EMPRESA ROPA LINDA, CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI HACIA MERCADOS INTERNACIONALES**; perteneciente al señor(a): **Aguinsaca Loarte Kevin Andrés** con cédula de ciudadanía N°1104402654, estudiante de Carrera de Comercio Exterior en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
**EVELYN LORENA
BUSTOS MOLINA**

Bustos Molina Evelyn Lorena, MSc.
C.I 0401708045 DOCENTE
DE INGLÉS
REGISTRO SENESCYT 1015-2021-2283645

Tulcán, 30 de marzo de 2022.

Cel: 0968599992
evelore17_@hotmail.com



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

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: AGUINSACA LOARTE KEVIN ANDRÉS
NIVEL/PARALELO: EGRESADO

CÉDULA DE IDENTIDAD: 1104402654
PERIODO ACADÉMICO: 2021 B

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "Análisis de Estudio para la exportación de blusas de la micro empresa Ropa Linda, Cantón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales"

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

PRESIDENTE: MSC. GUTIÉRREZ VILLARREAL MILENA DEL ROCÍO
LECTOR: MSC. RUANO ENRÍQUEZ LORENA ELIZABETH
ASESOR: MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVÁN

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 105

FECHA: miércoles, 4 de mayo de 2022

HORA: 10H00

Obteniendo las siguientes notas:

- | | |
|-------------------------------------|-------------|
| 1) Sustentación de la predefensa: | 5,00 |
| 2) Trabajo escrito | 2,50 |
| 3) Nota final de PRE DEFENSA | 7,50 |

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

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el

miércoles, 4 de mayo de 2022


MSC. GUTIÉRREZ VILLARREAL MILENA DEL ROCÍO

PRESIDENTE


MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVÁN

TUTOR


MSC. RUANO ENRÍQUEZ LORENA ELIZABETH

LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

