

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y
ECONOMÍA EMPRESARIAL**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: “Oportunidades de mercados para las prendas de vestir estilo africano de Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) y la comercialización internacional”

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

AUTORA: Lara Acosta Karen Sabrina

TUTOR: Msc. Mera Rodríguez Willington Gerardo

Tulcán, 2024.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que la estudiante Lara Acosta Karen Sabrina con el número de cédula 0401686043 ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "Oportunidades de mercados para las prendas de vestir estilo africano de Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) y la comercialización internacional"

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

Msc. Mera Rodríguez Willington Gerardo
TUTOR

Tulcán, enero de 2024

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Lara Acosta Karen Sabrina con cédula de identidad número 0401686043 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Lara Acosta Karen Sabrina

AUTORA

Tulcán, enero de 2024

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo Lara Acosta Karen Sabrina declaro ser autora de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Oportunidades de mercados para las prendas de vestir estilo africano de Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) y la comercialización internacional" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



Lara Acosta Karen Sabrina

AUTORA

Tulcán, enero de 2024

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento Principalmente a Dios por darme la satisfacción de poder seguir con vida para cumplir mis sueños, a mis padres, debido a que ellos han sido mi apoyo en mi proceso desde el inicio hasta el final.

A todos mis docentes quienes han impartido su tiempo en mi formación profesional, ya que gracias a ellos he aprendido no solamente todo en cuanto respecta a la carrera sino también a ser una mejor persona.

Al Magister Gerardo Mera, quien ha sido mi tutor y guiador de mi Trabajo de integración Curricular, gracias por la paciencia y el apoyo brindado a lo largo de este proceso.

A la Señora Ofelia Lara por permitirme realizar la investigación en su pequeño emprendimiento y quien ha sido mi apoyo también para poder continuar con mis estudios

Sin dejar a un lado a mis amigos: Abel Morales, Adriana Artos, Erika Andrango, Henry Folleco, Carlita Benalcázar, Karina Sotaminga, Brandon Mora, Carlos Quishpe, Verito Tello, Lisseth Andrango, Adamaris Vinuesa. Quienes me han demostrado el apoyo incondicional a lo largo de nuestra formación profesión. A mis compañeras de colegio: Melissa, Melany, Emily, Odalis, Nathy, Mile, que a pesar de los años me han demostrado nuestra amistad verdadera ellas han sido un apoyo más y siempre han estado pendientes de mi progreso.

DEDICATORIA

Con todo mi amor y cariño:

Primeramente, a Dios por ser mi Guía a lo largo de mi formación profesional ya que por el estoy donde quiero y tengo que estar por mi esfuerzo y dedicación constante, y sobre todo por no rendirme en los momentos más difíciles del camino.

A mis padres Lauro Lara y Germania Acosta por ser ellos mi pilar fundamental, mi apoyo constante y mi motivación para lograr cumplir mis sueños enseñándome valores los cuales debo poner en práctica antes durante y después de formarme como nueva profesional de la república del Ecuador,

A mis hermanos Jefferson, Ronald y Andrés por ser mis consejeros, confidentes y compañeros de locuras por siempre estar en cada uno de mis triunfos y darme la mano siempre en mis derrotas.

¡GRACIAS DIOS, GRACIAS FAMILIA POR NUNCA DEJARME SOLA LO LOGRAMOS ESTO ES POR USTEDES!

ÍNDICE

RESUMEN	13
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN	15
I PROBLEMA	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.3. JUSTIFICACIÓN	19
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	20
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	20
1.4.2. Objetivos Específicos	20
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	20
II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	22
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	22
2.2. MARCO TEÓRICO	30
2.2.1. Fundamentación teórica.....	30
2.2.2. Fundamentación Conceptual	32
2.2.3. Fundamentación Legal.....	34
III METODOLOGÍA	35
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	35
3.1.1. Enfoque.....	35
3.1.2. Tipo de Investigación	35
3.2. IDEA A DEFENDER	36
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	36

3.3.1. Variable Independiente: Oportunidades de mercados	36
3.3.2. Variable Dependiente: Comercialización Internacional	36
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	41
3.4.1. Población y muestra de la investigación	41
3.4.2. Posición Arancelaria.....	42
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	43
3.5.1. Principales Países Importadores	43
3.5.2. Principales empresas ecuatorianas exportadoras de prendas de vestir con la partida 6204.49.00.00	44
3.5.3. Análisis Factores Internos.....	45
3.6. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	47
3.6.1. El producto interior bruto (PIB)- Millones de dólares (España/Países Bajos/ Chile)	47
3.6.2. PIB Per cápita – Millones de dólares (España/Países Bajos/ Chile)...	49
3.6.3. Inflación % (España/Países Bajos/ Chile)	50
3.6.4. Tipo de Cambio (España/Países Bajos/ Chile).....	50
3.6.5. Tasa de desempleo %	51
3.6.6. Balanza comercial – Ecuador- (España/Alemania/ Chile) (millones de dólares)	53
3.6.7. Índice de competitividad global	56
3.6.8. Factores Demográficos	57
3.6.9. Factores Políticos.....	60
3.7. ESTUDIO FINANCIERO	62
3.7.1. Inversión Inicial	62
3.7.2. Estructura del Capital.....	63
3.7.3. Activos Fijos.....	63

3.7.4. Activos Diferidos.....	64
3.7.5. Activos Corrientes	64
3.7.6. Costo de Producción	65
3.7.7. Gastos Administrativos.....	65
3.7.8. Proyección Costo de Ventas.....	65
3.7.9. Proyección gastos de exportación.....	65
3.7.10. Estado de Resultados	67
3.7.11. Flujo de caja	68
3.7.12. Cálculo del VAN -TIR -PR	69
3.7.13. Demanda Insatisfecha	70
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	72
4.1. RESULTADOS	72
4.1.1. Matriz Cualitativa por puntos	72
4.1.2. Análisis de instrumentos.....	74
4.2. DISCUSIÓN	81
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	83
5.1. CONCLUSIONES.....	83
5.2. RECOMENDACIONES	83
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85
VII. ANEXOS	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización Variable Independiente.....	37
Tabla 2.Operacionalización de Variable Dependiente.....	39
Tabla 3.Datos Coordinadora (CIMPA).....	42
Tabla 4.Base de Datos Productores (CIMPA).....	42
Tabla 5.Posición Arancelaria.....	43
Tabla 6.Paises Importadores.....	43
Tabla 7.Emresas Exportadoras.....	44
Tabla 8.PIB Ecuador.....	45
Tabla 9.PIB per cápita Ecuador.....	46
Tabla 10.Tasa de Inflación%.....	46
Tabla 11. Tasa de desempleo y población.....	47
Tabla 12. PIB Millones de dólares (España/Países Bajos/ Chile).....	48
Tabla 13. PIB per cápita- millones de dólares (España/Países Bajos/ Chile).....	49
Tabla 14.Inflación % (España/Países Bajos/ Chile).....	50
Tabla 15. Tipo de Cambio (España/Países Bajos/ Chile).....	51
Tabla 16. Tasa de desempleo % (España/Países Bajos/ Chile).....	52
Tabla 17. Balanza Comercial España.....	53
Tabla 18. Balanza Comercial Ecuador- Países Bajos.....	54
Tabla 19. Balanza comercial Ecuador Chile.....	55
Tabla 20. Índice de competitividad Global.....	57
Tabla 21. Población (España/Países Bajos/Chile).....	57
Tabla 22 .Distribución por edades (España/Países Bajos/Chile).....	58
Tabla 23.Crecimiento de la población (España/Países Bajos/Chile).....	59
Tabla 24. Política Comercial (España/Países Bajos/Chile).....	60
Tabla 25. Barreras Arancelarias (España/Países Bajos/Chile).....	61
Tabla 26.Barreras no arancelarias (España/Países Bajos/Chile).....	62
Tabla 27. Inversión Inicial.....	63
Tabla 28. Estructura del capital.....	63
Tabla 29. Activos Fijos.....	63

Tabla 30. Activos Diferidos.....	64
Tabla 31. Activos Corrientes.....	64
Tabla 32. Costo de Producción.....	65
Tabla 33. Gastos Administrativos.....	65
Tabla 34. Proyección costo de ventas.....	65
Tabla 35. Proyección Gastos de exportación.....	66
Tabla 36. Estado de Resultados.....	67
Tabla 37. Flujo de Caja.....	68
Tabla 38. Calculo Van- Tir- Pr.....	69
Tabla 39. Demanda Insatisfecha.....	70
Tabla 40. Matriz Cualitativa por Puntos.....	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fundamentación conceptual	32
Figura 2. Pirámide de Kelsen	34
Figura 3. Países importadores	44
Figura 4. Principales empresas Exportadoras.....	45
Figura 5. PIB millones de dólares (España/Países Bajos/ Chile)	48
Figura 6. PIB Per cápita millones de dólares.....	49
Figura 7. Inflación (España/Países Bajos/ Chile)	50
Figura 8. Tasa de Desempleo (España/Países Bajos/ Chile).....	52
Figura 9. Balanza comercial España	54
Figura 10. Balanza comercial Ecuador- Países Bajos.....	55
Figura 11. Balanza Comercial Ecuador- Chile.....	56
Figura 12. Distribución por edad (España/Países Bajos/Chile)	58
Figura 13. Crecimiento de la población (España/Alemania/Chile).....	59

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de la Sustentación de Predefensa del TIC	89
Anexo 2. Certificado del Abstract por parte de Idiomas	90
Anexo 3. Certificado de aprobación por parte de CIMPA	92
Anexo 4. Formulario 1 (Encuesta a productores)	93
Anexo 5. Formulario 2 (Entrevista a coordinadora del CIMPA	105
Anexo 6. Formulario 3 (Encuesta a los consumidores)	115
Anexo 7. Evidencia aplicación de instrumentos.....	124

RESUMEN

En la Provincia de Pichincha, un grupo de mujeres se dedican al enriquecimiento, rescate y empoderamiento de la cultura afroecuatoriana, la mezcla de colores, el grito de libertad de la esclavitud ha hecho que estas mujeres capturen en sus ropas la herencia ancestral que las caracteriza, obteniendo así reconocimiento nacional como promotoras de la cultura afroecuatoriana y a su vez fortaleciendo la economía de cada una de sus familias. En consecuencia, el objetivo principal de mi proyecto de investigación es promover la cultura afroecuatoriana y obtener reconocimiento en los mercados internacionales, especialmente en el sector textil, a través de la investigación de mercados para promover las exportaciones en el campo textil, que en este caso es del Centro de Investigación para Mujeres Africanas de Piel (CIMPA) que se encuentra en la Provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito y es importante destacar que este Centro se dedica a la confección de ropa de estilo africano. Por otro lado, en cuanto al estudio de mercado, se determinaron países como España, Países Bajos y Chile son los principales países importadores de productos textiles, especialmente productos ecuatorianos. Sin embargo, entre estos tres países España es el país objetivo para la exportación de ropa de estilo africano (CIMPA), a pesar de que este país tiene solo el 24% de la población africana hay una gran bienvenida para este producto y la principal ciudad importadora es Barcelona siendo esta ciudad el mercado objetivo para el objetivo principal a cumplir y que el trabajo personal académico y profesional es digno del trabajo de investigación.

Palabras Claves: Oportunidades de mercado, exportación, CIMPA, Prendas de vestir estilo africano, demanda, comercialización

ABSTRACT

In the Province of Pichincha, a group of women are dedicated to the enrichment, rescue and empowerment of Afro-Ecuadorian culture, the mixture of colors, the cry for freedom from slavery has made these women capture in their clothes the ancestral heritage that characterizes them, thus obtaining national recognition as promoters of Afro-Ecuadorian culture and in turn strengthening the economy of each of their families. Consequently, the main objective of my research project is to promote Afro-Ecuadorian culture and gain recognition in international markets, especially in the textile sector, through market research to promote exports in the textile field, which in this case is from the Research Center for African Women of Skin (CIMPA) located in the Province of Pichincha, in the city of Quito and it is important to note that this Center is dedicated to the manufacture of African-style clothing. On the other hand, regarding the market study, countries such as Spain, Holland and Chile were determined to be the main importers of textile products, especially Ecuadorian products. However, among these three countries Spain is the target country for the export of African style clothing (CIMPA), even though this country has only 24% of the African population there is a great welcome for this product and the main importing city is Barcelona being this city the target market for the main objective to be met and that the academic and professional personal work is worthy of the research work.

Keywords: Market opportunities, export, CIMPA, African style apparel, demand, marketing

INTRODUCCIÓN

Actualmente el sector textil ecuatoriano tiene gran importancia tomando en cuenta que en este caso las prendas de vestir de esta investigación son de tipo cultural, social y económico, cuya actividad de producción prácticamente es desarrollada por la mujer afroecuatoriana, aun así no siendo reconocido el valor de la mujer artesana ni el producto que se está generando de esta manera impidiendo su crecimiento en el tema de la comercialización y las exportaciones, por lo que se debe fomentar el cambio y dar una mayor importancia a la producción nacional y que el fruto de la dedicación y entrega que tienen estas mujeres por rescatar la cultura mediante la elaboración de prendas de vestir estilo africano.

En el capítulo I se define el problema de la situación actual que atraviesa el Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA), la cual está conformada por la mayoría de mujeres, encontrando diversas dificultades de conocimiento en el tema de la comercialización, además en este capítulo se encontrara la justificación del presente tema de investigación desde la perspectiva académica, profesional y personal, conjuntamente con el objetivo general y los objetivos específicos los cuales están presentes en todo el desarrollo de la investigación.

En el capítulo II se plasman los antecedentes de la investigación los cuales fueron recopilados de artículos y tesis como guía para la investigación, de igual manera la fundamentación conceptual juntamente con la fundamentación teórica.

En el capítulo III se desarrolla la metodología empleada para la investigación detallando de esta manera en enfoque metodológico y el tipo de investigación utilizada para la recolección de información de datos primarios y secundarios que sustentan la presente propuesta, de esta manera dando respuesta al planteamiento del problema, el cual se complementa con el estudio de 3 países como posibles oportunidades de mercado para el fomento de las exportaciones, sin embargo en este capítulo también se plasma un estudio técnico, económico, financiero y proyecciones de importaciones y exportaciones de la partida arancelaria identificada.

En el capítulo IV se muestran los resultados y la discusión de la investigación en donde se encuentran las entrevistas, encuestas, testimonios de los diferentes sectores involucrados.

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

En el capítulo VI se encuentran las referencias bibliográficas, diferentes fuentes de investigación las cuales sustentan el desarrollo del proyecto de investigación.

Por último, en el capítulo VII se encuentran los anexos de la investigación.

I PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Partiendo desde el punto en el cual se conoce como globalización al fenómeno el cual está basado en el aumento continuo de la interconexión entre distintos países o naciones a nivel mundial tomando en consideración que esta se basa en la economía, en la política, en la sociedad y en la tecnología (López, 2020). Para ello conocer y entender ciertos conceptos generales en cuanto respecta al tema de investigación, enfrentando a los mismos en diferentes ámbitos ya que tomamos en consideración que cada país es diferente, en cuanto a las culturas, las tradiciones, sus vestimentas, sin embargo, existe aún la posibilidad de trasladar la cultura afroecuatoriana a otros países.

Hoy por hoy al hablar de los textiles en el ámbito internacional nos estamos refiriendo a que estos en si constituyen una fuente de ingreso muy importante generando a su vez plazas de empleos en muchos países, en especial en países en desarrollo. (Banco Mundial, 2018).

Por otra parte, la región en la que tiene mayor relevancia es Asia, cuyas exportaciones textiles representan el 4.3% de las exportaciones totales de mercancías y el 5.3% de las exportaciones totales de manufacturas de la región. Las regiones que reciben más importaciones de productos textiles son África con 8% y Europa Oriental con 5.8% de las importaciones totales de la región. (Lozano, 2017)

Sin embargo, es importante destacar que en relación con los acuerdos comerciales a nivel internacional en los últimos años ha habido una proliferación de acuerdos bilaterales entre países importadores y exportadores; estableciéndose mecanismos de comercialización que establecen contingentes discriminatorios a las exportaciones de ciertos países.

Si bien para el año de 1948, una vez ya finalizada la Segunda Guerra Mundial, 23 países miembros de la OIC (Organización Internacional de Comercio) firmaron el (GATT); su finalidad básica es liberalizar el comercio mundial y darle una base estable, contribuyendo así al crecimiento y desarrollo económicos y al bienestar de todos los pueblos. Este acuerdo es respaldado por más de 120 países, cuyos representantes se

reúnen regularmente en rondas de negociaciones comerciales multilaterales. La última, fue la "Ronda de Uruguay" que se llevó a cabo desde 1986 a 1994. Al final de la Ronda de Uruguay, los representantes de 125 países establecieron varios acuerdos comerciales multilaterales entre los que se encuentra el Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido (BCE, 2021).

Se conoce como oportunidades de mercados a cuyo tipo de arreglo de negocios en el cual un vendedor proporciona bienes o servicios por un precio establecido para el comprador y así este pueda satisfacer las necesidades (Narváez, 2023).

Es importante analizar a Latinoamérica en el ámbito de la comercialización ya que en la industria textil es importante recalcar a África, ya que fue tradicionalmente una base importante de producción de algodón. Antes de la supresión de contingentes para el comercio de textiles y prendas de vestir, los mercados de algodón se encontraban principalmente en Europa. No obstante, en el año 2000, los 27 países miembros de la Unión Europea (UE) importaron 1.077 millones de toneladas de algodón, China 52.000 toneladas y Bangladesh 192.000 toneladas. Entre los años 2009 y 2010, Europa importó sólo 276.000 toneladas, China 1.893 millones de toneladas y Bangladesh 652.000 toneladas. Hoy por hoy, casi el 80% de la fibra de algodón producida a nivel mundial se transforma en hilo principalmente en Asia y las tasas de transformación de la fibra disminuyeron a niveles sin precedentes en África. En término promedio se puede recalcar que aproximadamente el 83% del algodón del África subsahariana se exporta como pelusa y casi exclusivamente a Asia por medio de mercaderes internacionales (Carrillo, 2010).

Por otra parte, en el ámbito nacional el Centro de Investigación de la Mujer Piel Africana (CIMPA) es una organización de base, que hace parte del grupo de organizaciones de mujeres afrodescendientes del Pichincha, ligada a la Coordinadora Nacional de Mujeres Negras (CONAMUNE). Su labor nos permite desarrollar el análisis sobre la representación y roles asignados a las mujeres afroecuatorianas. Con el objetivo de lograr una sistematización de la historia y de la cultura de las mujeres afrodescendientes del Valle del Chota, Salinas, la Concepción y la diáspora en Quito, en medio de un contexto de exclusión, pobreza, discriminación, racismo y sexismo. Así lo cuenta Ofelia Lara, identificada como una

mujer negra, obrera y luchadora del proceso de resistencia de las mujeres negras de Ecuador, especialmente de las mujeres del Valle del Chota. Representante de la organización de base Piel Africana y de la CONAMUNE de Pichincha (García, 2012).

Si bien, la comercialización internacional es la capacidad de comercializar en otros países que no sea el de origen dicho bien y/o servicio.

El presente plan de Integración Curricular es realizado con la finalidad de poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de mi carrera, con la finalidad de rescatar y proteger la cultura Afroecuatoriana, a su vez agradecida de ante mano con el (CIMPA), por su acogimiento y su predisposición para poder desarrollar conjuntamente el plan de Integración curricular con el fin de aportar con un granito de arena para el desarrollo y crecimiento de dicho Centro.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera influyen las oportunidades de mercados en las prendas de vestir estilo africano del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) en la comercialización internacional?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Las telas africanas han sido inspiración constante en la moda internacional, cuyos estampados hablan de la lucha, reivindicación, el deseo de igualdad, rivalidades, proverbios y hasta de la filosofía. Ya que escoger bien la tela es prioridad por el significado que estas poseen. Por ello esta investigación está destinada al estudio de los gustos y preferencias de los clientes en su aporte a dicha problemática.

Esta investigación busca aportar la descripción y el análisis del proceso de producción y comercialización a nivel internacional, de la misma manera a la producción y comercialización ecuatoriana sin dejar a un lado la oportunidad que está generando dicha innovación para que el producto tenga una atracción y satisfacción con los clientes meta. Por lo que los principales beneficiarios con esta investigación son ambas partes tanto el país importador como el país exportador.

En cuanto a el ámbito académico, esta investigación se pretende aplicar el proceso de exportación más adecuado para las prendas de vestir al estilo africano y a su vez

como esta exportación contribuiría con el desarrollo económico del país importador ya que se busca una comercialización internacional con un estándar significativo. Por otra parte, es de vital importancia aplicar en el proyecto de investigación todo lo aprendido a lo largo de la carrera, debido a que es importante el diagnóstico de las nuevas oportunidades de mercados internacionales para las prendas de vestir estilo africano, identificando así varios beneficios para la empresa exportadora de dicho producto consiguiendo así mercados netamente internacionales mismos que aporten el crecimiento en sus ventas y el fomento en las exportaciones. Además, se considera a la investigación como un instrumento para las futuras investigaciones sobre el comercio internacional hablando en este caso de exportaciones de prendas de vestir, con la cual futuros estudiantes de la carrera de comercio exterior obtengan la información requerida y adecuada para sus investigaciones futuras.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar las oportunidades de mercados de las prendas de vestir estilo africano del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) para la comercialización internacional.

1.4.2. Objetivos Específicos

- a) Fundamentar bibliográficamente las oportunidades de mercados y la comercialización internacional de prendas de vestir estilo africano elaboradas por el (CIMPA).
- b) Argumentar teóricamente los procesos de comercialización de las prendas de vestir estilo africano elaborados por el (CIMPA).
- c) Elaborar el estudio de mercado económico y financiero para la comercialización internacional de las prendas de vestir estilo africano del (CIMPA).

1.4.3. Preguntas de Investigación

1.¿Qué tan factible serían las oportunidades de mercados y la comercialización internacional de prendas de vestir estilo africano diseñados y elaborados por la organización (CIMPA)?

2. ¿Cuáles son los principales obstáculos que presenta el (CIMPA) en cuanto a la exportación de las prendas de vestir?
3. ¿Qué mercado internacional es considerado el adecuado para la comercialización de las prendas de vestir estilo africano?
4. ¿Puede (CIMPA) lograr un rescate cultural a través de la elaboración y comercialización de las prendas?
5. ¿Cuánto tiempo dedican los productores de (CIMPA) en la fabricación de las prendas de vestir?
6. ¿Qué tipo de competidores internacionales considera (CIMPA) en el mercado internacional?
7. ¿Cuáles son los requisitos necesarios para el ingreso de prendas de vestir a los mercados internacionales?
8. ¿Cómo es considerada la producción nacional de prendas de vestir en el Ecuador?
9. ¿Cuáles son los principales países demandantes de prendas de vestir a nivel internacional?
10. ¿Qué acuerdos comerciales de negociación se encuentran vigentes entre Ecuador y los países demandantes en cuanto se refiere a la exportación de prendas de vestir?

II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para el análisis del presente Trabajo de Integración curricular ha sido importante tomar en cuenta las características y objetivos de los siguientes trabajos de investigación quienes se direccionan a poder cumplir con los objetivos requeridos los cuales aportan para la investigación y serán detallados a continuación:

Antecedente N°1-Tesis

Según Guerrero, O. & Sánchez, J. (2018) en su tesis titulada "plan de negocios para la exportación de prendas de vestir de algodón pima al mercado de Chile de la empresa Shakira s.a.c., Lambayeque 2016. Perú, Pimentel, Universidad Señor de Sipán"

El presente estudio tiene como objetivo principal, diseñar a manera de propuesta, un plan de exportación de vestir de prendas de algodón pima al mercado de Chile;

utilizando como herramientas adicionales, un diagnóstico que nos permita conocer el estado actual de la producción y comercialización de productos textiles elaborados con algodón; además de un análisis sobre los requerimientos por cumplir, para garantizar un ingreso adecuado al mercado. La investigación se basó en un enfoque cuantitativo con tipo de investigación no experimental, con diseño descriptivo y tipo de muestra no probabilística. Se obtuvo el Valor Actual Neto (VAN) positivo de S/. 162,060.71, y la Tasa Interna de Retorno (TIR) de 39%, teniendo como TIR un porcentaje adecuado; luego de evaluar los resultados obtenidos, se puede concluir que este plan de negocio de exportación es factible, dado su nivel de rentabilidad. (Guerrero & Sánchez, 2018)

La presente investigación es considerado un buen aporte para el trabajo de Integración curricular ya que aporta directamente importante en cuanto al ingreso

del producto al mercado Chileno, teniendo en cuenta las estrategias de negociación de forma más eficiente para la exportación de las prendas de vestir estilo africano tiene como objetivo principal el cual es diseñar y resultar la propuesta y para ello se toma en consideración las herramientas utilizadas y como principal los enfoques y tipos de investigación aplicados para dicha investigación mismos enfoques que conllevan a mi trabajo de investigación a tener una mejor comparación y mejor resultado deseado.

Antecedente N°2-Tesis

Para Mero, M. (2015) en su tesis denominada " Estudio de los hábitos de consumo de las habitantes del sector norte de guayaquil de productos de ropa femenina, calzado y confección: una aplicación a los centros comerciales de la zona norte de guayaquil. Ecuador, Guayaquil, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil"

El Estudio que se llevó a cabo, se ha enfocado únicamente en las prendas femeninas para la elaboración de resultados, sin embargo, se va a manejar información en general acerca de la producción, elaboración, exportación, importación y consumo del calzado y de las prendas de vestir, debido a que esta información no se encuentra dividida de acuerdo con el género, sino que se encuentra de manera globalizada. (Mero, 2015)

Además, se ha centrado en estudiar el comportamiento de los consumidores de un estrato socioeconómico más alto, que tienen un mayor nivel de compra y, por lo general se encuentran en los centros comerciales que se plantea analizar. Se va a poder observar la información ya antes mencionada, además de un poco de los antecedentes y problemas en los que se han encontrado los productores nacionales, dueños de las Pymes, debido a problemas tanto exógenos como endógenos.

Las encuestas que se usaron para elaborar las conclusiones de esta investigación y demostrar que se acepta la hipótesis planteada fueron elaboradas de acuerdo con lo que se quiere conocer, que mediante material físico y electrónico empleado se logró obtener un poco más del número deseado de encuestados, que de cierta manera mejoró los resultados de la investigación y la hizo más cercana a la realidad. Desde luego los formularios tanto físicos como electrónicos, fueron elaborados y tabulados de la misma manera para que no se pierda la esencia de la información que se pretende obtener por las mismas.

Por su parte este es un aporte considerable en la investigación del Plan de Integración curricular ya que de igual manera se busca que se acepte la hipótesis planteada y estudiar el comportamiento y las preferencias de los consumidores nacionales que si bien pueden ser el reflejo de los consumidores internacionales, teniendo en cuenta que este antecedente se basa en el análisis de las prendas de vestir femeninas es de vital importancia dar a conocer que en el plan se desarrollara los mismos instrumentos para saber a qué consumidor van dirigidas las prendas de vestir estilo africano y de esta forma brindar un aporte importante en las conclusiones y resultados del mismo.

Antecedente N°3-Tesis

Considerando a Peralta, J. & Troya, J. (2018) en su tesis denominada Diseño de las estrategias de marketing para el incremento de las exportaciones de prendas de fibras textiles de guayaquil. Ecuador, Guayaquil, Universidad de Guayaquil.

En el capítulo uno y dos, se desarrolló la problemática y la sustentabilidad del tema, la cual se descubrió que, el sector textil ecuatoriano,

Ha tenido una evolución negativa con respecto a las exportaciones no petroleras de los últimos tres años (2014 – 2017), debido al incremento de las importaciones de productos terminados y al ingreso de tiendas de prendas de vestir con marcas europeas y estadounidenses, las cuales llegan a nuestro país ofreciendo sus productos a bajos costos, lo que desencadena una dura competencia, por ello se desea dar solución a esta problemática haciendo hincapié a las estrategias de marketing, no sólo para incrementar las exportaciones, sino que el mercado y los consumidores nacionales también les de la apertura a nuestras prendas y fidelizar con nuevos clientes, se pueda mejorar la calidad y diseños a través de un clúster, enfocándonos específicamente en las confecciones de la industria textil de la ciudad de Guayaquil. Mediante el capítulo tres, se obtiene los resultados de la investigación de campo y mediante el instrumento de recolección de datos, las entrevistas, se determina en el capítulo cuatro que, la propuesta planteada es viable, en la cual, se debe incentivar y aplicar el uso de estrategias de marketing, tanto para el mejoramiento en diseño y calidad, políticas de producto, y así mismo la creación de un clúster para las empresas que elaboran prendas de vestir en la ciudad de Guayaquil. (Peralta y Troya, 2018)

El presente trabajo está enfocado en dar un aporte para la mejora de los niveles de venta dentro del sector o industria textil en Guayaquil ya que en mencionada ciudad desde el año 2014 se está suscitando el problema con respecto a los bajos niveles de

consumo en prendas de vestir nacionales y también por la disminución de exportaciones de este sector y esto causado por la gran apertura de tiendas de reconocidas marcas de ropa extranjera que han llegado a posesionarse y por ende han logrado que los consumidores ecuatorianos se vean atraídos a obtener dichas mercancías, lo que ha provocado la repercusión negativa en la industria textil ecuatoriana.

Gracias a este aporte investigativo se logró determinar que el mismo está enfocado a dejar que la manufactura ecuatoriana sea reconocida internacionalmente incrementando estrategias nuevas de marketing en conjunto con diversas empresas manufactureras para que la mano de obra ecuatoriana tenga una permanencia en mercados internacionales con productos de buen diseño y calidad acotando las políticas del producto y reducir el ingreso de tiendas famosas al país.

Antecedente N°4-Revista

Díaz, L. & Tovar, N. (2019) menciona en su investigación titulada Evaluación de los requerimientos de los empaques en el sector algodón-textil-confección para su incursión en los mercados verdes. Colombia, Bogotá, publicado en la -Revista Espacios.

El sector textil – confección en Colombia ha presentado una disminución en sus exportaciones en el periodo comprendido entre 2008-2013, con una variación porcentual de -55,6% para la fabricación de productos textiles, y de -49,5% para la fabricación de prendas de vestir (DANE, 2013).

Adicionalmente se han presentado cambios en la composición del aparato productivo del Tolima en el periodo 2000-2011, presentándose una disminución en la participación del valor agregado a la economía de la industria manufacturera, pasando de 12,3% a 9,7% (DNP, 2007) (Cámara de Comercio de Bogotá,2010) (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2013).

En ese sentido el Gobierno Nacional ha realizado estrategias como el Programa de Transformación Productiva, y la construcción de la Agenda Interna para la Competitividad y Productividad,

Las cuales buscan incrementar la competitividad y productividad de los sectores productivos del País. La tendencia a producir bienes que busquen reducir el impacto ambiental ha venido en aumento al pasar los años e incrementar los problemas ambientales, obligando a los países a generar estrategias y políticas que permitan

alcanzar este objetivo. Las certificaciones ambientales (ecoetiquetas) en cuestión de empaques hacen parte de estas estas estrategias, en la medida que evalúan la existencia de un plan de gestión de residuos, la capacitación en disposición segura de los materiales y el reciclaje de empaques. (Díaz y Tovar. 2029)

Dentro de los eslabones de la CATCT, el eslabón 'Cultivo' presenta el menor grado de implementación de acciones ambientales y el menor grado de cumplimiento de los criterios establecidos por las ecoetiquetas para los empaques, lo que lo hace el más débil a la hora de obtener un certificado ambiental por parte de la Cadena. Por otro lado, los eslabones 'Textil' y 'Confección' son los que presentan un mayor porcentaje de empresas que implementan acciones ambientales.

Las acciones ambientales que menos se implementan en la CATC del Tolima son las referentes a la recuperación y reutilización de productos químicos y la gestión con proveedores, mientras que las acciones concernientes a la realización de capacitaciones ambiental a los empleados, reciclaje de residuos sólidos y utilización de empaques reutilizables o reciclables para materias primas e insumos tienen un porcentaje alto de implementación.

La reducción en las exportaciones del sector textil colombiano son un aporte notable en el TIC a realizarse ya que gracias a esto podemos enfocarnos en las estrategias de permanencia en mercados internacionales de tal manera que es de suma importancia mejorar la calidad e innovación de la producción textil ecuatoriana teniendo en cuenta la materia prima que se vaya a utilizar y que todos los insumos de producción sean de calidad.

Antecedente N°5- Artículo científico de Revista

En la revista Liderar (2015) encontramos un artículo identificado como "Textilera colombiana abrirá planta en Ecuador. Colombia, Revista especializada"

La revista especializada Colombia informó que la empresa Artextil tiene previsto abrir una planta en Ecuador. De acuerdo con la publicación se trata de una compañía antioqueña que se dedica a estampar y teñir telas que se encuentran en su estado más básico. Con una inversión, hasta el momento, de USD 3,5 millones, en marzo "prenderá motores una nueva planta ubicada en Quito".

Es importante considerar que las restricciones arancelarias a los productos exportados desde Colombia a Ecuador tienen en ascuas y con dolor de cabeza a muchos empresarios del sector textil. Sin embargo, como si hubiera tenido una bola de cristal, una compañía familiar colombiana con sede en Itagüí (Antioquia), se adelantó a la

situación actual de salvaguardias y decidió hace unos años establecer una planta de producción en el país vecino. (Revista liderar, 2015)

Por otra parte, el tema de la salvaguardia, porque Ecuador tiene una vocación textil bien importante, pero no tiene empresas que vayan al ritmo de la moda como pasa en Colombia y Artextil está acostumbrado a eso. Entonces vamos a llevar todo el conocimiento en el manejo de la moda y definitivamente, allá se va a dinamizar todo lo que es el tema de producción interna, debido a todas estas barreras técnicas, de cupos y de salvaguardias", expresó el gerente general.

Hasta el momento las inversiones en la planta suman USD 3,5 millones y al final de todo el proyecto, para el primer semestre del año entrante, serán alrededor de USD 5 millones. (Revista Liderar, 2015)

Este antecedente investigativo considerado importante para la investigación ya que el ingreso de una nueva planta textil colombiana en el Ecuador tiene algunas controversias ya que baja de cierta forma la industrialización nacional, teniendo en cuenta las restricciones establecidas para el empresario colombiano es importante buscar estrategias que brinden una mejor productividad en el sector textil nacional para poder continuar en la búsqueda de un mercado meta internacional.

Antecedente N°6- Revista

Según Días, J. (2022) Afirma en el artículo de revista titulado Un Acuerdo comercial con estados unidos es la clave. Ecuador, Revista lideres.

El presidente ejecutivo de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador asegura que es importante acelerar la integración comercial con México, Canadá, Estados Unidos y otros países. Por eso, su sector conformó un clúster para mejorar la competitividad y la producción para crecer y exportar.

Las expectativas que tienen sobre los acuerdos comerciales son fundamentalmente la apertura comercial es fundamental y nosotros sí estamos absolutamente claros que necesitamos más mercados, para poner nuestros productos. Hay que negociarlos correctamente, ya que;

Es importante tomar en consideración la preocupación frente al contrabando y el comercio ilícito en general, sobre todo de productos asiáticos; y el TLC con China puede poner en riesgo esta estrategia del clúster. Estamos diciendo al Gobierno que el clúster textil puede ser la compensación (no subsidios), para que nuestro sector pueda competir, si hay acuerdo con China. (Diaz, 2022)

Este aporte es favorable para el Trabajo de Integración Curricular ya que lo que se busca prácticamente es un mercado internacional meta y al hablar en esta revista de las perspectivas con Estados Unidos es importante saber los acuerdos comerciales que existen entre Ecuador y Estados Unidos en el ámbito de la textilera y también como proveedor de la materia prima en la industria textil ecuatoriana, es un aporte netamente amplio y muy tomado en consideración para el desarrollo del TIC.

Antecedente N°7-Revista

Según la redacción de la revista líderes (2021) en su artículo titulado los textiles impulsan un plan para exportar. Ecuador, revista líderes.

El sector textil y confecciones exporta USD 100 millones, de los cuales 25 millones corresponden a prendas de vestir, según la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE). Su objetivo es vender al exterior entre USD 300 y 500 millones en confecciones, en los próximos cinco años. (Revista líderes, 2021)

Para lograr ese propósito, se impulsa una propuesta en la que participan esta asociación, la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corpei) e Inexmoda, que es un organismo colombiano. La intención principal es insertar a la industria textil ecuatoriana en las grandes cadenas globales de valor.

Este gremio aporta con el conocimiento de la industria, la Corpei con su experiencia en el desarrollo de planes de mejoramiento competitivo y fortalecimiento sectorial, mientras que Inexmoda, al ser un referente en el mundo de la moda, apoyará con el desarrollo de nuevos modelos de negocio, "que precisamente es lo que estamos buscando", antes de la pandemia ya existía un cambio en el mundo y Ecuador no puede quedar atrás.

Tenemos nuestra realidad y modelo, pero lo tenemos que refrescar, redefinir y reorientar. Eso nos obligaba a pensar en el proyecto antes de la pandemia y, ahora, es una obligación para sobrevivir porque si no damos un giro en el modelo de negocio será muy difícil seguir compitiendo". Esta pandemia, fortaleció más a los asiáticos y ha dejado más restringidos a los productores de Latinoamérica, donde hay fuertes productores en Centroamérica, Brasil, México, Perú y Colombia.

El aporte es significativo ya que se busca tener un plan para la exportación de la materia textil y es importante tomar en consideración todos los aspectos sin embargo tomar en cuenta que la pandemia ha generado personas innovadoras a las mismas que pueden ser invitadas a sumarse a ciertos emprendimientos y/o organizaciones las cuales ayuden a la exportación sin embargo hay que tomar en cuenta que el

sector textil en el Ecuador ha tomado un notable crecimiento y como productores ecuatorianos es de vital importancia realizar planes los cuales nos lleven a tener una permanencia en el mercado internacional sea cual sea el país destino.

Antecedente N°8-repositorio

Para Peñaranda, S. (2019). En su repositorio titulado Bajo nivel de crecimiento de la industria textil ecuatoriana: ¿Elevada concentración industrial o problemas productivos estructurales?

La industria textil históricamente ha sido relevante para la economía ecuatoriana debido a su influencia sobre agregados macroeconómicos como el producto interno bruto (PIB) y el empleo, presenta problemas de crecimiento reflejados en su nivel de producción. Este artículo tiene por objeto determinar la principal causa del bajo nivel de crecimiento de la industria; para lo cual, se comprobará, por un lado, la relación entre concentración industrial y el nivel de crecimiento, y por otro, la existencia de barreras de entrada y problemas productivos que presenta la industria como causa de su bajo nivel de crecimiento.

Se desarrolla una investigación descriptiva de tipo cuantitativa y cualitativa, como principal resultado, se encuentra que la industria textil ecuatoriana mantiene un bajo nivel de concentración y que no se establece la existencia de fuertes barreras de entrada en la industria, por lo que no son causa directa del bajo nivel de crecimiento de la industria. Sin embargo, la industria presenta problemas estructurales derivados del propio accionar de las empresas y de la política pública, la cual es la principal causa del bajo nivel de crecimiento industrial. (Peñaranda, 2019)

En base al análisis de este antecedente es de vital importancia considerar lo cuán importante viene a ser este aporte en la investigación ya que la industria textil y el análisis de la misma en el país es considerada como la base fundamental en la investigación ya que antes de exportar primero se necesita fabricar en este caso las prendas de vestir, es considerable que la manufactura textil ecuatoriana tenga un apoyo continuo de las diferentes entidades y de esta manera se mejoraría la competitividad internacional en la exportación de las prendas de vestir.

Antecedente N°9-revista

Según Lucero, K. (2021). El sector textil, un puntal de la industria que busca levantarse. El sector textil y confección aporta cerca del 1% al PIB nacional, pero las limitaciones de producción y distribución por las medidas para evitar los contagios de covid-19 le generaron fuertes estragos. En el 2020 el sector cayó en -9,9% entre enero y

septiembre, mientras las ventas se redujeron en -40% entre marzo y diciembre. Junto a ello se perdieron más de 10 mil empleos formales de enero a agosto del 2020. Ante esta situación se ha propuesto un Plan de Mejora Competitiva.

Los efectos de la crisis sanitaria han golpeado a la mayoría de los sectores de la economía. En el caso del sector textil han sido profundos, ocasionando una contracción importante del sector. La industria textil y de confección es de suma importancia en la economía nacional, representa 5,9% del sector industrial y aporta cerca de un punto porcentual al PIB (0,8%).

Pero, además, es el sector que tiene más encadenamientos productivos. Javier Díaz, presidente ejecutivo de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), indica que este sector tiene encadenamientos con 33 sectores, convirtiéndose en el más encadenado de todas las industrias. Sin embargo, tuvo fuertes restricciones durante el 2020 por el confinamiento. Esta medida implicó que muchas empresas textiles no puedan producir por un tiempo, pero tampoco podían distribuir sus productos al no ser considerados bienes de primera necesidad. Aquello fue una prueba de liquidez y resiliencia. (Lucero, 2021)

Las previsiones para el sector no son muy alentadoras. Díaz menciona que "los dos primeros meses del año no han sido buenos, sigue la tendencia a la baja en ventas, aunque obviamente será algo mejor que en 2020, pero frente al 2019 sigue a la baja. Hay pronósticos que nos tomará todo este año y quizás parte del siguiente llegar a ciertos niveles normales de ventas". Por eso indica que el futuro depara un cambio del modelo productivo, ver más al consumidor, pues esa será la clave para revertir lo más pronto esta situación.

Al hablar de aportes con el tema de investigación este tema de investigación aporta de manera notable ya que en el transcurso y pasar de los años se ha podido localizar una mejora en lo que es base a la manufactura de textil sin embargo hay que tomar en cuenta cuales son los factores que aportan y no aportan para el crecimiento de las industrias ecuatorianas.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Fundamentación teórica

Posteriormente se ha tomado en consideración las teorías del comercio internacional las cuales van tomando relación en el marco de estudio de la investigación de las cuales conoceremos su significado e importancia:

Teoría de la ventaja absoluta

Para (Moreno, et al. 2016). Esta teoría proviene de uno de los hechos más importantes de la revolución industrial, la división del trabajo en el comercio internacional entendido como la especialización de cierto país en la fabricación de un producto, frente a otro país que lo podría producir de manera menos eficiente, siempre en términos de trabajo.

Esta teoría cumple con un gran aporte en mi trabajo de integración curricular, tomando en consideración su concepto que básicamente se basa en la especialización de la fabricación del producto en este caso tomamos en cuenta que Ecuador si es uno de los países que se especializa en la mejor producción de prendas de vestir en este caso la producción de prendas de vestir estilo africano son un reto más a superar en la producción ecuatoriana

Teoría de la ventaja comparativa

Según (Sánchez, 2020). Un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien, si el costo de oportunidad en la producción de este bien en términos de otros bienes es inferior en este país de lo que lo es en otros países.

El aporte de esta teoría es clave ya que el (CIMPA), cuenta con un costo de oportunidad mínimo en la producción de estas prendas de vestir estilo africano que comparado con otros países la materia prima en cuanto al costo de producción tiene una ventaja comparativa ante otros países.

Teoría de la ventaja competitiva

Es un concepto establecido en 1980 por Michael Porter. Se refiere a una característica única y sostenible en el transcurso del tiempo que no posea cualquier otra empresa que compita en el mismo mercado. Esta ventaja al ser única le brinda un posicionamiento favorable.

Desde mi punto de vista para (CIMPA) esta teoría de la ventaja competitiva es netamente favorable en el mercado internacional ya que no existe una competencia grande en dicho mercado que sea el mismo producto como son las prendas de vestir estilo africano.

2.2.2. Fundamentación Conceptual

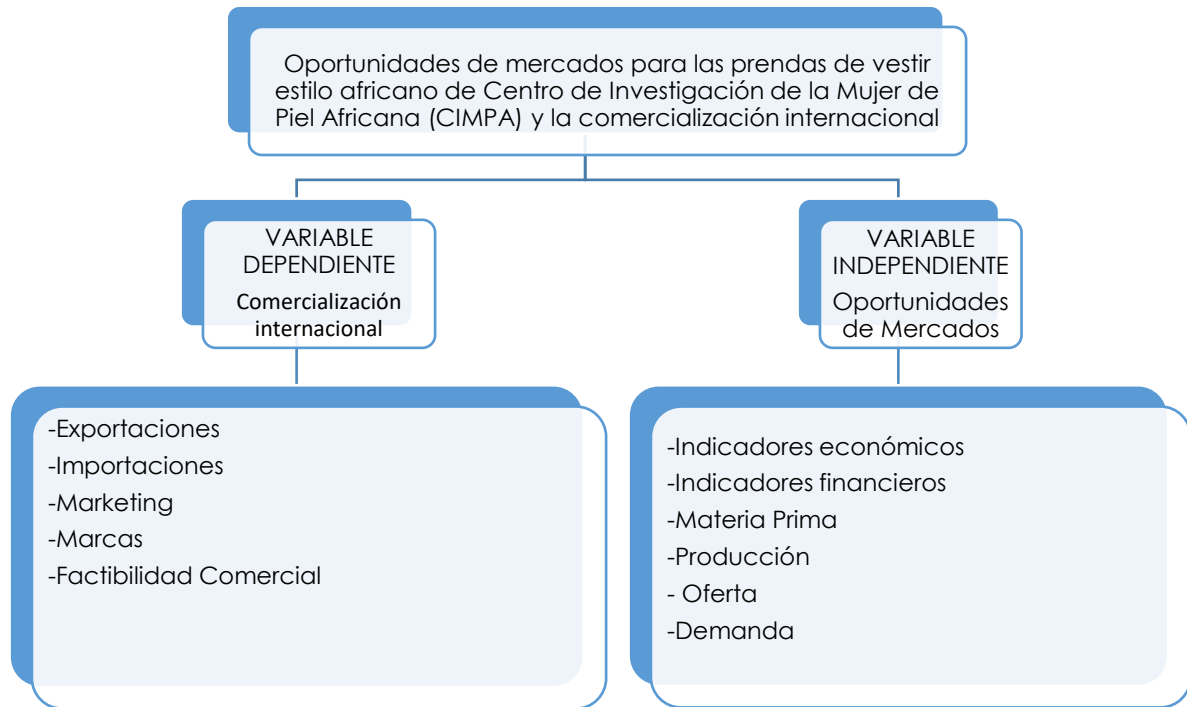


Figura 1. Fundamentación conceptual

En cuanto a la variable dependiente que corresponde a la comercialización internacional es importante conocer que en la investigación se analizará la comercialización internacional de las prendas de vestir para ello es importante saber cada uno de los conceptos que engloba esta variable.

Exportaciones

Se conoce como exportación a la venta de bienes y servicios nacionales o nacionalizados los cuales están destinados para el consumo en el exterior, permitiendo al exportador de esta forma tener un panorama mucho más amplio tanto de la oferta como de la demanda de los productos y servicios y de esta manera tomar la mejor decisión en cuanto a la negociación. (Ceballos, 2019)

Por su parte la industria textil ecuatoriana ha impulsado un plan de crecimiento en las exportaciones para los próximos 5 años, con cuyo objetivo de multiplicar las mismas teniendo en cuenta que el Ecuador cerró el año 2021 con un total en las exportaciones de aproximadamente 130 millones de dólares, teniendo un objetivo principal para el 2025 el cual es triplicar las exportaciones para lo cual se ha puesto

en marcha un programa de impulso a las mismas con una vista puesta en los países de Europa, Estados Unidos y la CAN (Comunidad Andina de Naciones), buscando de esta forma incluirse en las grandes cadenas globales de la industria textil. (Trocel, 2022)

Importaciones

Para (Mones, 2020). "Las importaciones consisten netamente en el ingreso de bienes y servicios de manera legal desde un país exportador, para satisfacer las necesidades que en ocasiones no se puede conseguir en dicho país".

Marketing

Se conoce como marketing a una serie de estrategias, técnicas y prácticas las mismas que tienen como principal objetivo, agregar valor a bienes o servicios con la finalidad de atribuir una mayor importancia para los consumidores, teniendo en consideración la producción, logística, comercialización y post venta del producto/servicio sin dejar de lado las cuatro P's del marketing precio, plaza, producto y promoción. (Mesquita, 2018)

Marca

Se conoce como marca a todo aquello que tiene como función principal diferenciar a dichos bienes y servicios de igual característica frente a la demanda, dando a estos una identidad y significado concreto, sin embargo, existen diferentes tipos de marcas como, por ejemplo: las marcas denominativas, las marcas gráficas, las marcas mixtas o figurativas, las marcas tridimensionales y las marcas sonoras. (Nuño, 2017)

Factibilidad comercial

Es aquella la cual analiza la viabilidad en el mercado de un producto o servicio, interesada sobre todo en satisfacer las necesidades del cliente que este a su vez es el centro de toda empresa. (Arias, 2020).

Por otra parte, en cuanto a la variable independiente la cual es Oportunidades de mercados es importante conocer los siguientes conceptos que engloba la misma:

Indicadores Económicos

Según (Coll, s.f.) los indicadores económicos son datos mediante los cuales se puede extraer un análisis, el cual conlleva a analizar la evolución económica permitiendo de cierto modo a un analista a controlar la evolución de la economía y el ciclo económico, y a su vez realizar predicciones sobre los posibles futuros movimientos de la economía.

Indicadores financieros

Estos indicadores son aquellos que permiten obtener información clave para dirigir una empresa, evaluar su salud financiera, su capacidad de desarrollo y la facilidad de detectar a tiempo los problemas financieros de la misma cuyos datos se obtienen a partir del balance general y del estado de resultados de la empresa. (Aguirre, 2021)

Producción

Para (Quiroa, 2019). La producción es la actividad que se dedica a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios el cual requiere de diferentes factores para poder llevar a cabo una serie de actividades el esfuerzo humano destinado en crear dicho beneficio a cambio del trabajo tomando en consideración que los trabajadores recibirán un capital o salario por su esfuerzo humano.

Oferta

Se conoce como oferta a la cantidad de un bien o servicio que las empresas están dispuestas a producir a un precio determinado y condicionado por diferentes factores como: el precio del bien en cuestión, los costes de producción y lo más importante los objetivos empresariales. (Jiménez, 2021)

Demanda

La demanda es la cantidad de un bien o servicio el cual están dispuestos a adquirir los consumidores a un precio netamente determinado y condicionado por diversos factores los cuales son considerados como el precio del bien o servicio, la renta disponible y los gustos o preferencias. (Jiménez, 2021)

2.2.3. Fundamentación Legal



Figura 2. Pirámide de Kelsen

III METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

El presente plan de investigación se diseñó bajo el planteamiento metodológico del enfoque cuantitativo, siendo este método el que mejor se adapta a las características y necesidades de la investigación.

El enfoque cuantitativo prácticamente es secuencial y probatorio tomando en consideración que no podemos brincar los pasos a seguir, prácticamente este enfoque parte de la idea la cual va acotándose y, una vez delimitada, se derivan los objetos y las preguntas de investigación, se revisa la literatura y a continuación se construye el marco teórico, de las preguntas se establecen y se determinan las variables, midiendo las mismas de un determinado contexto. (Fernández, 2016)

Sin embargo, es importante saber que en dicho enfoque los datos se obtienen utilizando métodos de análisis organizados y herramientas de investigación, los resultados obtenidos se centran en tamaños de muestra los cuales son grandes y representativos de la población.

En base a la investigación este enfoque tanto secuencial como probatorio se relacionó directamente ya que, si bien para Trabajo de Integración Curricular es necesario e importante tomar en consideración los pasos a seguir, es decir prácticamente seguir consecutivamente los procesos para la obtención de los resultados deseados son fundamental para la continuación de esta sin embargo este tipo de enfoque es totalmente relacional con mi investigación.

3.1.2. Tipo de Investigación

Los tipos de investigación empleados en el presente Trabajo de Integración Curricular es descriptiva y analítica.

La investigación descriptiva y analítica aportaron describiendo y analizando todas las situaciones a las cuales se enfrenta el Trabajo de Integración Curricular, por ello su aporte es considerable para los resultados.

Por una parte, al hablar de la investigación descriptiva nos hemos centrado netamente en la descripción del producto tomándolo en consideración desde que el mismo producto aun es materia prima es decir la producción de las prendas de vestir son el centro de la descripción del TIC.

Desde otro punto de vista la investigación analítica nos ayudó a analizar tanto al mercado como al consumidor final tomando en consideración ciertos aspectos en los gustos y preferencias del cliente, este tipo de investigación permite llegar al cliente final de una forma más optima y segura para la permanencia en el mercado objetivo.

3.2. IDEA A DEFENDER

La comercialización internacional de las prendas de vestir estilo africano es una oportunidad de negocio para el Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) Quito-Ecuador.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.3.1. Variable Independiente: Oportunidades de mercados

Las oportunidades de mercados para las prendas de vestir estilo africano ayudarán a determinar cuál de las opciones de mercado extranjero es la más factible para que el (CIMPA) pueda exportar las prendas justificando bibliográficamente y con los datos estadísticos de la oferta y la demanda.

3.3.2. Variable Dependiente: Comercialización Internacional

La comercialización internacional como variable dependiente ayudará a determinar ciertos aspectos a tomar en consideración para que las prendas de vestir estilo africano del (CIMPA), se puedan comercializar internacionalmente fomentando de una u otra manera la exportación del producto innovador dinamizando la economía del país y satisfaciendo las necesidades de los países demandantes con ayuda de las diversas entidades.

Tabla 1. Operacionalización Variable Independiente

DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	TÉCNICA	INSTRUMENTO	
Oportunidades de Mercados	Factibilidad	Indicadores económicos (PIB BC)	¿Hay relación Comercial entre los países?	información secundaria	Bases de Datos
		Indicadores financieros (Van Tir Pri C/B)	¿el proyecto de exportación es factible financieramente?	información secundaria	Bases de Datos
	Clientes	N° Compras	¿Con que frecuencia usted adquiere prendas de vestir?	Cuestionario	Formulario 3
			¿Está usted de acuerdo con el servicio de entrega a domicilio sin recargo al valor del producto?	Cuestionario	Formulario 3
			¿A su criterio existe la posibilidad de rescatar la cultura africana en los pueblos afroecuatorianos mediante la comercialización de dichas prendas?	Cuestionario	Formulario 1
			¿Está usted de acuerdo con la materia prima que se utiliza en la producción? ¿por qué?	Cuestionario	Formulario 2
	Proveedores	Precios Referenciales	¿Qué precio está dispuesto a pagar por dicha prenda?	Cuestionario	Formulario 3
			¿Está usted dispuesto a pagar el valor designado a estas prendas por su cultura y significado?	Cuestionario	Formulario 3
			¿Qué tipo de prenda de vestir africana utiliza con más frecuencia?	Cuestionario	Formulario 3
			¿Qué tan importante considera usted el uso de estas prendas?	Cuestionario	Formulario 3
	Mercados	Diseño	¿La cultura como descendencia africana ha permanecido y se ha revitalizado en las últimas generaciones?	Información secundaria	Libros/revistas/ páginas web
			¿Del listado que se presenta a continuación del significado de la utilización de las prendas de vestir estilo africano cual conoce usted?	Cuestionario	Formulario 3
		¿Cuáles son las razones por las que usted está dispuesto a comprar prendas de vestir estilo africano?	Cuestionario	Formulario 3	

	Características del Mercado	¿Es necesario incluir un servicio de encomienda o Delivery para que la comercialización a nivel nacional de las prendas de vestir sea más eficiente?	Cuestionario	Formulario 1
		¿Qué prenda de vestir es la más ofertada? ¿Describa dicha prenda?	Cuestionario	Formulario 2
Oferta	Prendas de Vestir	¿Qué tan de acuerdo está usted las ofertas planteadas para los consumidores en las prendas de vestir?	Cuestionario	Formulario 1
		¿Qué diseño es el más atractivo para los consumidores?	Cuestionario	Formulario 3
		¿Está usted dispuesto a pagar el valor designado a estas prendas por su cultura y significado?	Cuestionario	Formulario 3
		¿Está usted de acuerdo con que se incrementen ofertas en la comercialización de las prendas de vestir estilo africano?	Cuestionario	Formulario 3
		¿Está usted de acuerdo con la demanda mensual en la producción de las prendas de vestir estilo africano?	Cuestionario	Formulario 1
		¿Cómo considera usted el incremento de la producción a nivel internacional de las prendas de vestir al estilo africano?	Cuestionario	Formulario 1
		¿Está usted de acuerdo con la materia prima que se utiliza en la producción?	Cuestionario	Formulario 1
Demanda		¿Cómo incrementar las exportaciones de prendas de vestir al estilo africano del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) Quito-Ecuador para la comercialización internacional?	Información secundaria	Libros/Revistas/Boletines
	Producción	¿Considera usted que las prendas de vestir que se comercializan mensualmente satisfacen la producción del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) y la demanda ante los consumidores? ¿Por qué?	Cuestionario	Formulario 2
		¿Cómo cree usted que se puede incrementar la producción a nivel nacional de las prendas de vestir al estilo africano?	Cuestionario	Formulario 2
			Información secundaria	Libros/Revistas/Boletines/ Base de Datos

			¿Cómo incrementar la producción a nivel nacional de las prendas de vestir al estilo africano?	Información secundaria	Libros/Revistas/Boletines/ Base de Datos
Empresa	Nivel aceptación	de	¿considera a las prendas de vestir estilo africano como una marca nacional? ¿Explique por qué?	Cuestionario	Formulario 2
			¿Considera usted que el Centro de Investigación de La Mujer de Piel Africana, debería tener capacitaciones en cuanto se refiere a producción y comercialización de las prendas de Vestir? ¿Por qué?	Cuestionario	Formulario 2

Tabla 2.Operacionalización de Variable Dependiente

	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Comercialización internacional	Exportaciones	N° Exportaciones	¿Cuál es la cantidad exportada de la partida tal en los últimos 5 años?	información secundaria	Bases de Datos
			¿Cuál es el porcentaje que el Ecuador exporta de prendas de vestir?	información secundaria	Bases de Datos
			¿Cuáles son las empresas ecuatorianas que más prendas de vestir han exportado en los últimos años?	información secundaria	Bases de Datos
			¿Cuáles son los principales países exportadores de prendas de vestir en los últimos años?	información secundaria	Bases de Datos
			¿Qué probabilidad de asociarse en la exportación de las prendas de vestir considera usted que tiene el Centro de Investigación para la Mujer de Piel Africana (CIMPA)? ¿Por qué considera esa probabilidad?	Cuestionario	Formulario 2
			¿Cuáles son los conocimientos que tiene usted como presidenta del Centro de Investigación para la Mujer de Piel Africana (CIMPA) sobre las condiciones establecidas para la exportación de dichas prendas de vestir?	Cuestionario	Formulario 2
			¿cómo considera usted el servicio transporte de las prendas de vestir desde el mercado internacional?	Cuestionario	Formulario 3
			¿Qué es lo que exige el mercado internacional para la exportación de prendas de vestir estilo africano desde el Ecuador?	información secundaria	Libros/ Revistas/ Boletines/ Base de Datos
			¿Como ha fluctuado las ventas en los últimos 5 años?	Cuestionario	Formulario 2

	Transacciones de compra y venta internacional	¿Está usted de acuerdo con la realización de capacitaciones mensuales sobre la compraventa internacional en el Centro de Investigación para la Mujer de Piel Africana, para que de esta manera se mejore su productividad y comercialización?	Cuestionario	Formulario 1
		¿Cuáles son los principales países importadores de prendas de vestir?	información secundaria	Bases de Datos
Importaciones	Nº Importaciones	¿Cuál es el proceso de importación en las prendas de vestir establecido por los países importadores?	información secundaria	Libros/ Revistas/ Boletines
		¿Qué ventaja tiene la compra de prendas de vestir en un mercado extranjero?	información secundaria	Libros/ Revistas/ Boletines
		¿Está usted de acuerdo que es una buena inversión realizar importaciones de prendas de vestir estilo africano desde el Ecuador la comercialización en su país?	Cuestionario	Formulario 3
		¿Cree necesario utilizar una página web?	Cuestionario	Formulario 1
Marketing	4P	¿Cree necesario utilizar publicidad pagada en medios digitales?	Cuestionario	Formulario 1
		¿Cree usted que su marca es reconocida?	Cuestionario	Formulario 1
		¿Cree usted que es importante invertir para exportar las prendas de vestir?	Cuestionario	Formulario 1
		¿Considera usted rentable que se realice pequeños detalles para los clientes a partir de la adquisición de cierto monto en las prendas de vestir?	Cuestionario	Formulario 1
		¿De qué forma le gustaría pagar el consumo de las prendas de vestir?	Cuestionario	Formulario 3

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

El método utilizado en el Plan de Investigación Curricular, teniendo en cuenta que es una investigación documental es:

La síntesis bibliográfica la cual es considerada por ser la búsqueda de información en fuentes documentales las cuales son conocidas como: los libros, las revistas, los periódicos, las tesis, las bases de datos, y diferentes fuentes las cuales tienen como técnicas la sistematización bibliográfica y las fichas de trabajo bibliográfico, mismas técnicas que aportan de manera directa a la investigación ya que de ellas se basa gran parte del desarrollo para la obtención de los resultados deseados

Los métodos utilizados en el presente plan de investigación, teniendo en cuenta que es una investigación de campo son:

Muestreo probabilístico

Este método será el objeto de estudio teniendo como técnica a la encuesta y como instrumento al cuestionario el cual es considerado un conjunto de preguntas que por lo general deben ser cerradas con el propósito de tener una información adecuada para la investigación.

Muestreo no probabilístico

Considerando a este método como otro de los objetos de estudio en el presente trabajo de investigación curricular tomamos en consideración la entrevista y como instrumento al cuestionario, el mismo que consta de preguntas abiertas las cuales son respondidas por parte del entrevistado de una manera explícita y concreta con la finalidad de cumplir con nuestro objetivo de estudio.

Método de observación

este consiste en la observación directa, en este caso sería la observación a la mayor parte de la población afroecuatoriana y de esta manera recopilar una información verídica de que dicho o cierto grupo de afrodescendientes están dispuestos a seguir conservando su cultura y sus tradiciones y transmitir las a las futuras generaciones y comercializar su cultura a nivel internacional.

3.4.1. Población y muestra de la investigación

Al hablar del muestreo no probabilístico por conveniencia se refiere a una técnica en la cual se selecciona la muestra de la población por el simple hecho de que esta más accesible y disponible ya que pertenecen netamente a la población de interés para el investigador. (Ochoa, 2015) Para el trabajo de investigación curricular se ha

tomado en cuenta la aplicación del instrumento de este tipo de muestreo la entrevista al objeto principal de estudio como es la coordinadora del (CIMPA)

Tabla 3.Datos Coordinadora (CIMPA)

NOMBRE	Ofelia Lara
CARGO	Coordinadora del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA)
CEDULA	1001098787
CORREO	ofediosaoshun@yahoo.es
TELEFONO	0993580756

Por otra parte, se ha tomado en consideración la aplicación de encuestas a los productores de (CIMPA), con la final de conocer su tiempo el cual se dedican a la producción, que conocimiento tienen en cuanto a las prendas de vestir.

Tabla 4.Base de Datos Productores (CIMPA)

N°	NOMBRE	CARGO	N° DE IDENTIFICACIÓN
1	Miriam Erazo	Productora	1705524134
2	Michael Herrería	Productor	1725838203
3	Jacqueline Canchingre	Productora	1725978041
4	Joel Lizano	Productor	1754488771
5	Lourdes Congo	Productora	0401297239
6	Luis España	Productor	1752236497
7	Candy Mosquera	Productora	1727438069
8	María Del Carmen Carcelén	Productora	1712844329

Fuente: Centro de Investigación De la Mujer de Piel Africana

3.4.2. Posición Arancelaria

Para el desarrollo del Trabajo de Integración curricular es importante conocer la posición arancelaria de las prendas de vestir con la finalidad de dar a conocer si este tipo de vestimenta es accesible a los mercados internacionales o si este tiene restricciones de ingreso a ciertos mercados internacionales.

Tabla 5. Posición Arancelaria

NANDINA	Código	Descripción mercancía
Sección	XI	Materias textiles y sus manufacturas
Capítulo	62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto
Partida	6204	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts (excepto de baño), para mujeres o niñas.
Subpartida	6204.49.00.00	-- De las demás materias textiles

Fuente: Sistema Armonizado

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

El análisis estadístico está prácticamente basado en la recopilación tanto cuantitativa como cualitativa tomando en consideración las fuentes principales como son TradeMap, CobusGroup basándonos en las exportaciones realizadas de Ecuador en los últimos años.

3.5.1. Principales Países Importadores

Tabla 6. Países Importadores

PAISES IMPORTADORES	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL	% PARTICIPACIÓN	TASA DE CRECIMIENTO
ALEMANIA	4.214	1.917	4.524	4.698	4.369	19.722	22%	1%
CHINA	1.042	1.087	1.050	1.482	1.299	5.960	7%	6%
POLONIA	1.338	1.275	1.709	1.266	1.452	7.040	8%	2%
CANADA	1.153	1.197	872	949	1.380	5.551	6%	5%
CHILE	2.015	2.350	2.299	2.289	3.406	12.359	14%	14%
SUECIA	515	572	555	619	708	2.969	3%	8%
PAISES BAJOS	1.764	1.941	1.725	2.191	2.486	10.107	11%	9%
ESPAÑA	1.675	1.997	4.191	3.882	4.836	16.581	18%	30%
AUSTRALIA	1.119	1.164	952	1.261	1.452	5.948	6%	7%
RUSIA	1.005	1.091	934	1.120	1.130	5.280	6%	3%
TOTALES						91.517	100%	100%

Fuente: Trademap(2018/2022)

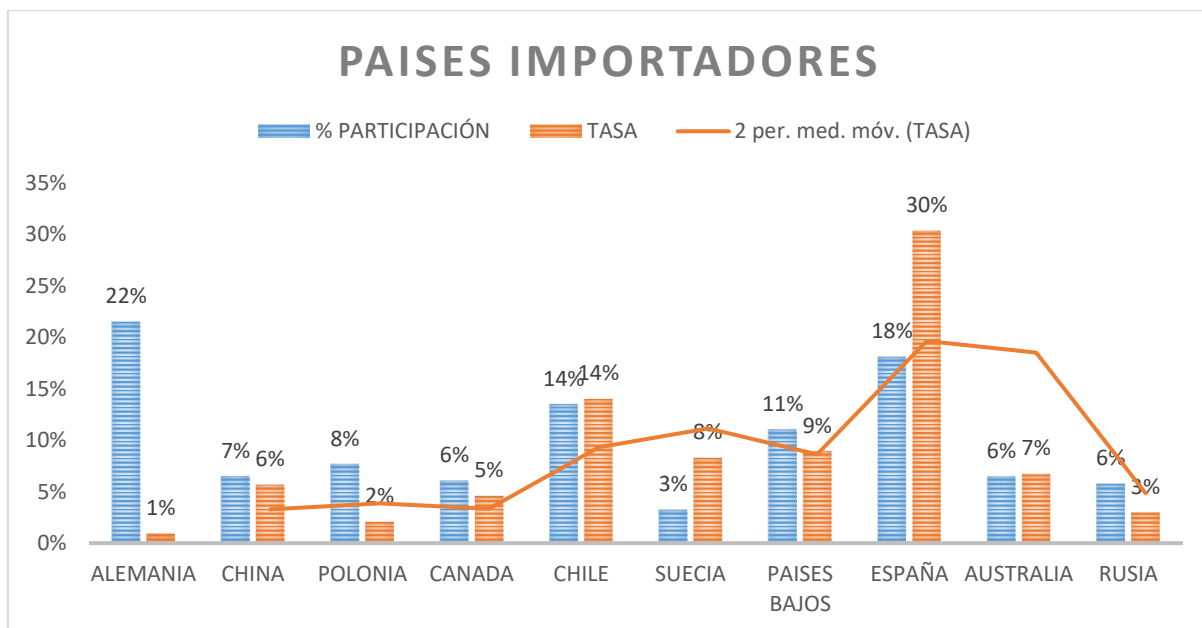


Figura 3. Países importadores

En base a trademap a los países importadores es de vital importancia analizar los 3 primeros países con mayor índice de importaciones son: En primer lugar, España en base a los últimos 5 años con un porcentaje de participación es de aproximadamente el 18% y una tasa de crecimiento de 30%, en segundo lugar, Chile con un porcentaje de participación del 14% y una tasa de crecimiento del 14%, el tercer país a analizar es Países Bajos con un porcentaje de participación del 11% y una tasa de crecimiento del 9%.

3.5.2. Principales empresas ecuatorianas exportadoras de prendas de vestir con la partida 6204.49.00.00

Tabla 7. Empresas Exportadoras

EMPRESAS EXPORTADORAS	TOTAL, VALOR FOB	% De Participación
FICHAMBA VASQUEZ	79355,03	3%
CARLOS ALBERTO	442435,4	15%
HARUKA S.A.	1774770,76	60%
INGESA S.A.	62592,38	2%
PEREZ SEMINARIO HECTOR JUNIOR	74136,14	3%
PERFORMANCE - SPORTS CIA. LTDA.	54166,47	2%
SANTELLAN LEMA LUZMILA	167747,8	6%
SENSISTUDIO S.A.	75551,09	3%
TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	54736,6	2%
TENEREZZA S.A.	165545	6%
VALENCIA CUASAPAS MARIA ELISA		
Total, general	2951036,67	100%

Fuente: Cobus group (2022)

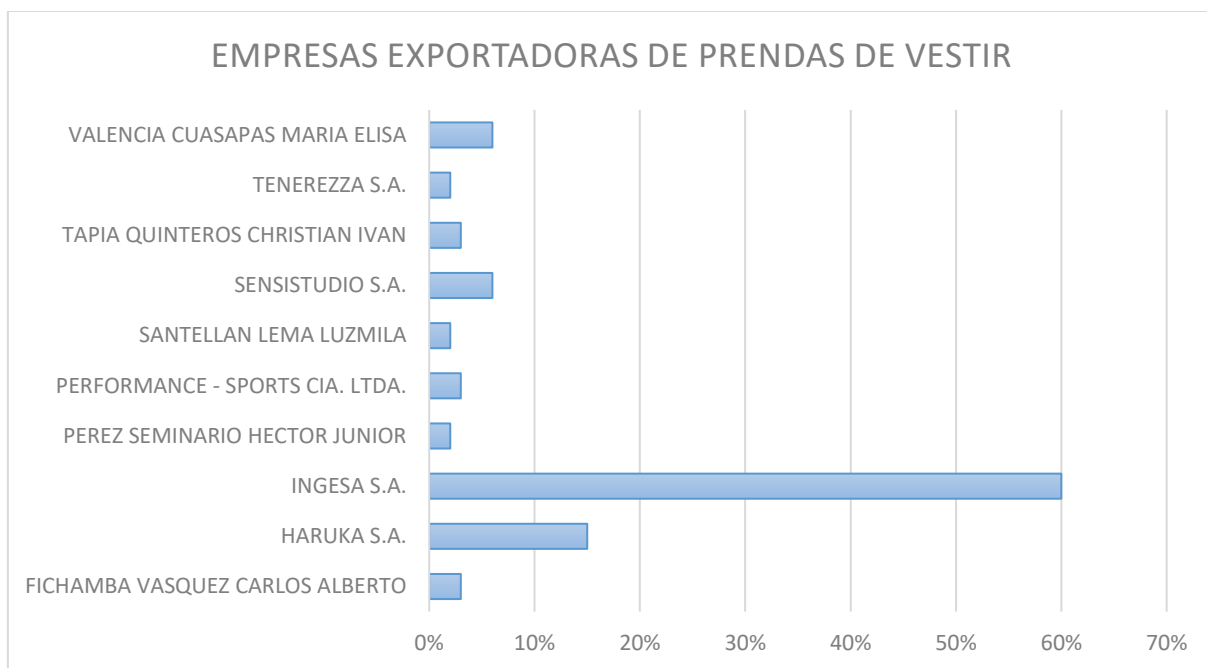


Figura 4. Principales empresas Exportadoras

En base a Cobusgroup las empresas exportadoras de vestidos ecuatorianas con mayor índice de exportación son: INGESA S.A. con un 60% en porcentaje de exportación y un total de valor FOB de 1774770,76 luego la empresa HARUKA S.A. con un total de valor FOB de 442435,4 y un porcentaje de participación del 15%, y finalmente la empresa SENSISTUDIO S.A. con un total de valor FOB de 167747,8 y un porcentaje de 6%.

3.5.3. Análisis Factores Internos

PIB Ecuador

Para (Sevilla & Moreno, 2021). El producto interno bruto es indicador económico el cual refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un país o región en un determinado periodo de tiempo, normalmente un año, el PIB se utiliza para medir la riqueza que genera un país en este caso analizaremos en millones de dólares al Ecuador en los últimos años.

Tabla 8. PIB Ecuador

Indicadores	2018	2019	2020	2021	2022
PIB (millones \$)	\$69.314.07	\$70.955.69	\$71.870.52	\$71.879.22	\$66.308.49

Fuente: Banco Central del Ecuador

En relación con el PIB, para el año 2018 existe un total de \$69.314.07 millones de dólares y ubo un crecimiento para el año 2019 con un total de \$70.955.69 de igual manera para el año 2020 un crecimiento con un total de \$71.870.52 para el año 2021 \$71.879.22 y para el año 2022 un decrecimiento de \$66.308.49.

PIB- PERCÁPITA

Se conoce como PIB per cápita a la obtención de un dato el cual muestre el nivel de riqueza o bienestar de un territorio en un determinado momento, empleándose como medida de comparación entre diferentes países en cuanto a sus condiciones económicas. (Sánchez, 2019)

Tabla 9. PIB per cápita Ecuador

Indicadores	2018	2019	2020	2021	2022
PIB Per cápita (millones \$)	\$69.314,07	\$70.955,69	\$71.870,52	\$71.879,22	\$66.308,49

Fuente: Banco Central del Ecuador

Con relación al PIB PERCAPITA, para el año 2018 existe un total de \$69.314.07 millones de dólares y ubo un crecimiento para el año 2019 con un total de \$70.955.69 de igual manera para el año 2020 un crecimiento con un total de \$71.870.52 para el año 2021 \$71.879.22 y para el año 2022 un decrecimiento de \$66.308.49.

Tasa de Inflación

En relación con el concepto de la tasa de inflación se puede decir que es un indicador que mide el aumento en cuanto respecta a los precios de bienes y servicios durante un periodo de tiempo determinado que puede ser mensual o anual, estableciendo de esta forma el valor de la moneda. (Banco Pichincha, 2022)

Tabla 10. Tasa de Inflación%

Indicadores	2018	2019	2020	2021	2022
Tasa de inflación (%)	1.73%	0.42%	-0.22%	0.27%	-0.34%

Fuente: Banco mundial

En relación con la tasa de Inflación, para el año 2018 existe un total 1.73%, para el año 2019 con un total de 0.42% igual manera para el año 2020 un total de 0.42% para el año 2021 un total de 0.27% y para el año 2022 un decrecimiento de -0.34%.

Tasa de desempleo

Esta constituye una medida de la distancia del sistema económico es decir el no empleo, cuando una persona ya sea voluntaria o involuntariamente se encuentra sin un trabajo estable y por ende sin poder sostener ni sobresalir con la familia. (Scielo, 2006)

Tabla 11. Tasa de desempleo y población

Indicadores	2018	2019	2020	2021	2022
Tasa de desempleo	5.2%	4.6%	3.7%	3.8%	5%
Población	16.528.730	16.776.977	17.023.408	17.267.986	17.510.643

Fuente: Inec (2018)

Por otra parte, la tasa de desempleo, para el año 2018 existe un total 5.2%, para el año 2019 con un total de 4.6% igual manera para el año 2020 un total de 3.7% para el año 2021 un total de 3.8%, y para el año 2022 un decrecimiento de 5%. Sin embargo es importante mencionar que Ecuador conforme a la población en el año 2018 tuvo un total de aproximadamente 16.528.730 millones de habitantes, para el año 2019 un total de 16.776.977 millones de habitantes, para el 2020 se contó con un total de 17.023.408 millones de habitantes, para el 2021 la población ecuatoriana se incrementó a un total de 17.267.986 millones de habitantes, sin embargo esta población creció aún más notoriamente con un total de 17.510.643 millones de habitantes para el año 2022.

3.6. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

3.6.1. El producto interior bruto (PIB)- Millones de dólares (España/Países Bajos/ Chile)
Es importante tomar en cuenta que para que la investigación sea lo mejor factible posible debemos tener en cuenta los factores económicos, los cuales gracias al análisis externo nos van a permitir conocer la situación a la que se ha venido enfrentando cada uno de los países en los últimos 5 años.

Tabla 12. PIB Millones de dólares (España/Países Bajos/ Chile)

NOMB RE DEL PAÍS	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL	% DE PARTICIPACI ON	TASA DE CRECIMIEN TO
ESPAÑA	1.422.3	1.394.4	1.275.9	1.428.3	1.400.5	6.921.61	53%	0%
PAÍSES BAJOS	47	74	41	30	20	2		
CHILE	914.458	910.295	909.065	1.013.5	993.681	4.741.01	36%	2,1%
				20		9		
	295.428	278.354	254.276	316.667	300.729	1.445.45	11%	0%
						4		
					TOTAL	13.108.0	100%	2,2%
					85			

Fuente: Banco Mundial. (2022)

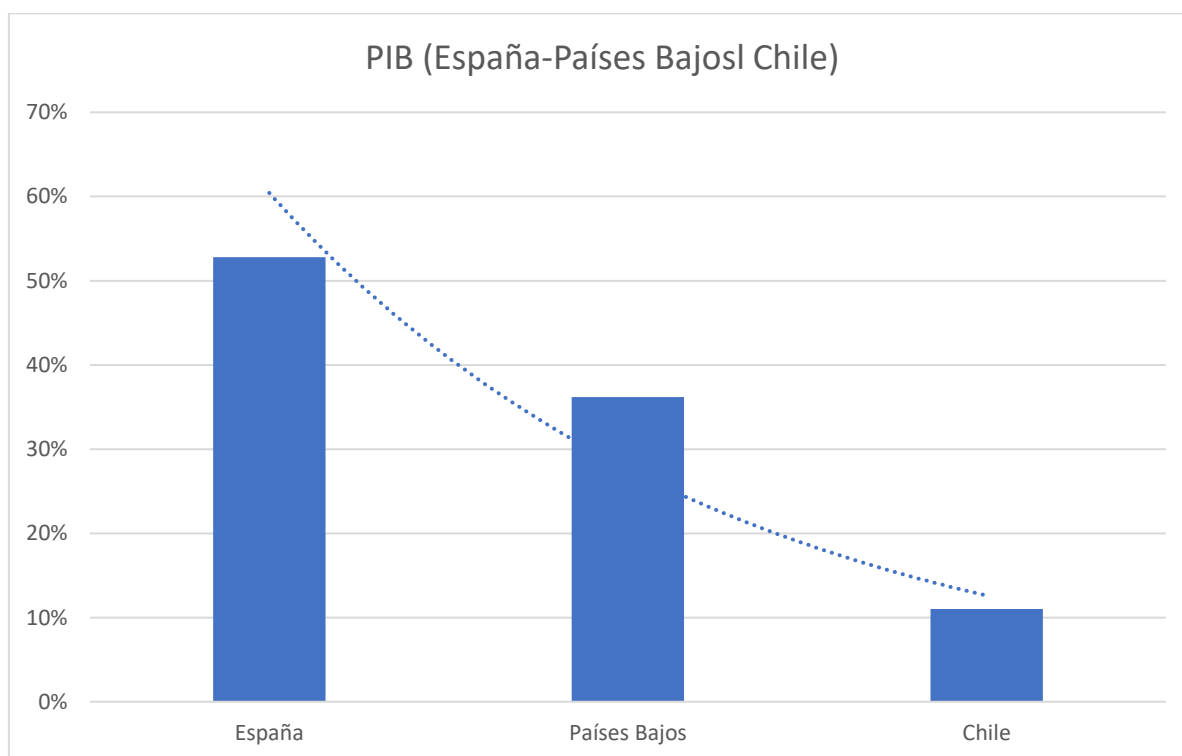


Figura 5. PIB millones de dólares (España/Países Bajos/ Chile)

Es importante empezar analizando que referente al PIB en los últimos 5 años de España el cual corresponde del año 2018 al año 2022 podemos analizar que España cumple con un porcentaje de participación de 53% siendo así este país el primero con mayor porcentaje de participación referente al PIB. Por otra parte, tenemos a países bajos con un crecimiento notable anual en lo referente al PIB obteniendo así

un porcentaje en los últimos años de 36% y finalmente analizamos a Chile con un porcentaje de participación de 11%.

3.6.2. PIB Per cápita – Millones de dólares (España/Países Bajos/ Chile)

Tabla 13. PIB per cápita- millones de dólares (España/Países Bajos/ Chile)

NOMBRE DEL PAÍS	2018	2019	2020	2021	2022	% participación
España	44.438	48.603	55.944	57.134	58.413	45%
Países Bajos	53.225	52.673	42.222	47.997	56.489	43%
Chile	15.755	14.568	13.068	16.245	15.427	13%

Fuente: Banco Central del Ecuador (2021)

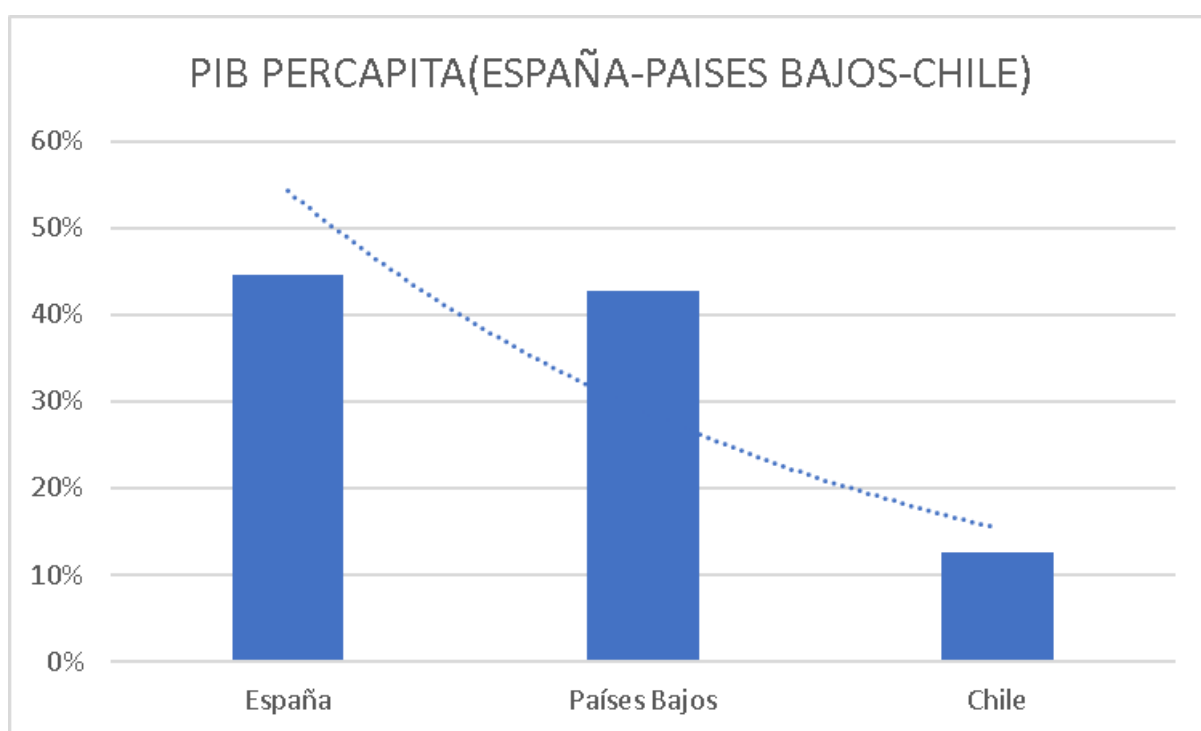


Figura 6. PIB Per cápita millones de dólares

Con relación a España el PIB per cápita en los últimos 5 años desde el 2018 hasta el 2022 ha obtenido un porcentaje de participación de 45%. Por otra parte, al analizar este factor en Países bajos se obtiene un porcentaje de participación de 43% en relación con los últimos 5 años. Finalmente, al analizar a Chile, este país obtiene un porcentaje de participación del 13%.

3.6.3. Inflación % (España/Países Bajos/ Chile)

Tabla 14. Inflación % (España/Países Bajos/ Chile)

NOMBRE DEL PAÍS	2018	2019	2020	2021	2022	% PARTICIPACIÓN
España	-2%	1,96%	1,68%	7%	-3,2%	23,34%
Países bajos	0.49%	1,50%	1,73%	1,44%	0.50%	20,03%
Chile	2,7%	2,1%	2,6%	2,8%	3 %	56,63%

Fuente: Banco Mundial (2021)

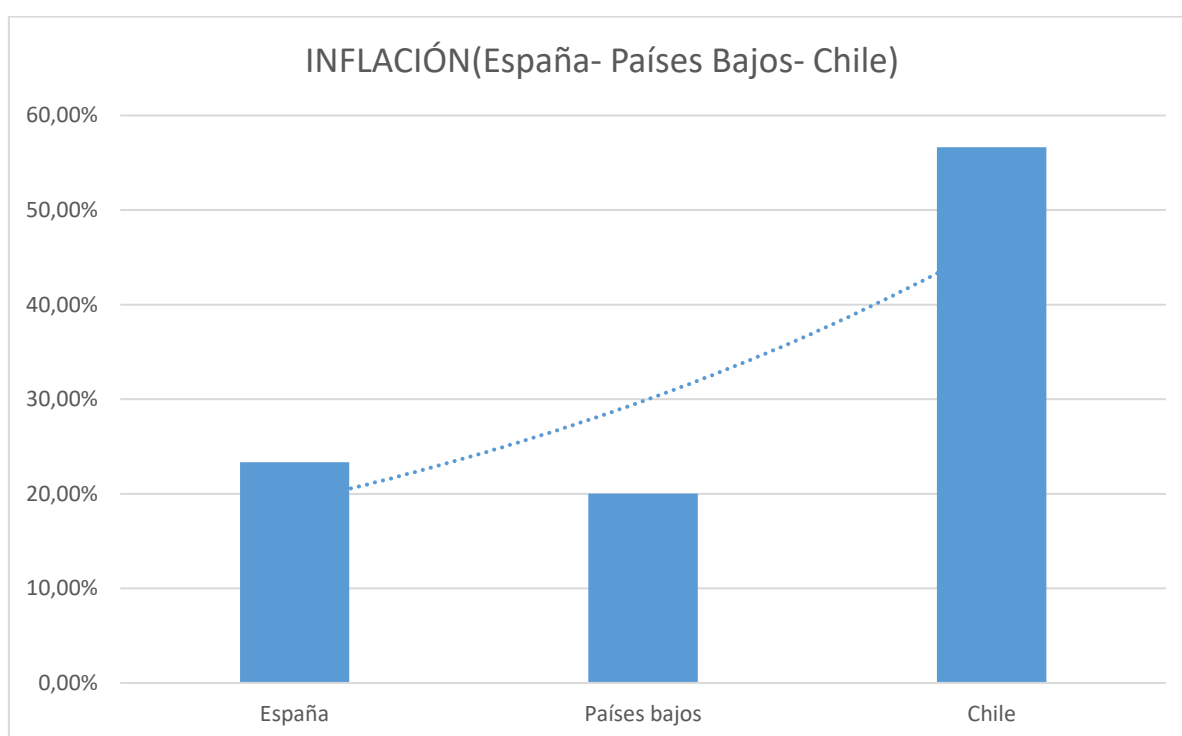


Figura 7. Inflación (España/Países Bajos/ Chile)

La inflación para España en los últimos 5 años se analiza con un porcentaje de participación de 23,34%. Con respecto a países Bajos obtuvo un porcentaje de 20,03% y en relación de Chile el porcentaje de participación es de 53,65%.

3.6.4. Tipo de Cambio (España/Países Bajos/ Chile)

Tabla 15. Tipo de Cambio (España/Países Bajos/ Chile)

NOMBRE DEL PAÍS	TIPO DE MONEDA	2018	2019	2020	2021	2022
España	Euro	1,107	1,129	1,182	1,120	1,141
Países Bajos	Euro	0,85	0,89	0,88	0,85	0,95
Chile	Peso chileno	75,89	73,93	75,16	78,86	86,16

Fuente: Banco Central. (2021)

En relación con España es importante analizar que su cambio de moneda es el Euro para lo cual en base a los últimos 5 años el Euro en relación al año 2018 tuvo un resultado de por cada moneda de 1 dólar el Euro equivalió a 1.107 euros, para el año 2019 tuvo un resultado de por cada moneda de 1 dólar el Euro equivalió a 1,129 euros, para el año 2020 1 dólar equivalía a 1,182 euros, respecto al 2021 1 dólar equivalía a 1,120, y finalmente para el año 2022 1 dólar equivalía aproximadamente a 1,141.

Para Países Bajos es importante analizar que su cambio de moneda de igual manera es el Euro para lo cual en base a los últimos 5 años vamos analizando respectivamente al año 2018 tuvo un resultado de por cada moneda de 1 dólar el euro equivalió a 0,85, para el año 2019 tuvo un resultado de por cada moneda de 1 dólar el Euro equivalió a 0,89, para el año 2020 1 dólar equivalía a 0,88, respecto al 2021 1 dólar equivalía a 0,85 euros, y finalmente para el año 2022 1 dólar equivalía aproximadamente a 0,95 euros.

En relación con Chile es importante analizar que para el año 2018 el peso chileno con respecto al dólar estadounidense cuya moneda es utilizada en el Ecuador equivale a aproximadamente 75,89 para el año 2019 el peso chileno equivale a 73,93, consecutivamente para el año 2020 equivale a 75,16, para el año 2021 el peso equivale prácticamente a 78,86 y finalmente con un crecimiento notable en el año 2022 un aproximado de 86,16.

3.6.5. Tasa de desempleo %

Tabla 16. Tasa de desempleo % (España/Países Bajos/ Chile)

NOMBRE DEL PAÍS	2018	2019	2020	2021	2022
España	2%	1,7%	1,5%	1,4%	1,6%
Países bajos	4,12%	3,75%	3,38%	3,14%	3,81%
Chile	6 %	6,4%	6,8%	7,8%	8,05%

Fuente: Banco Mundial (2018)

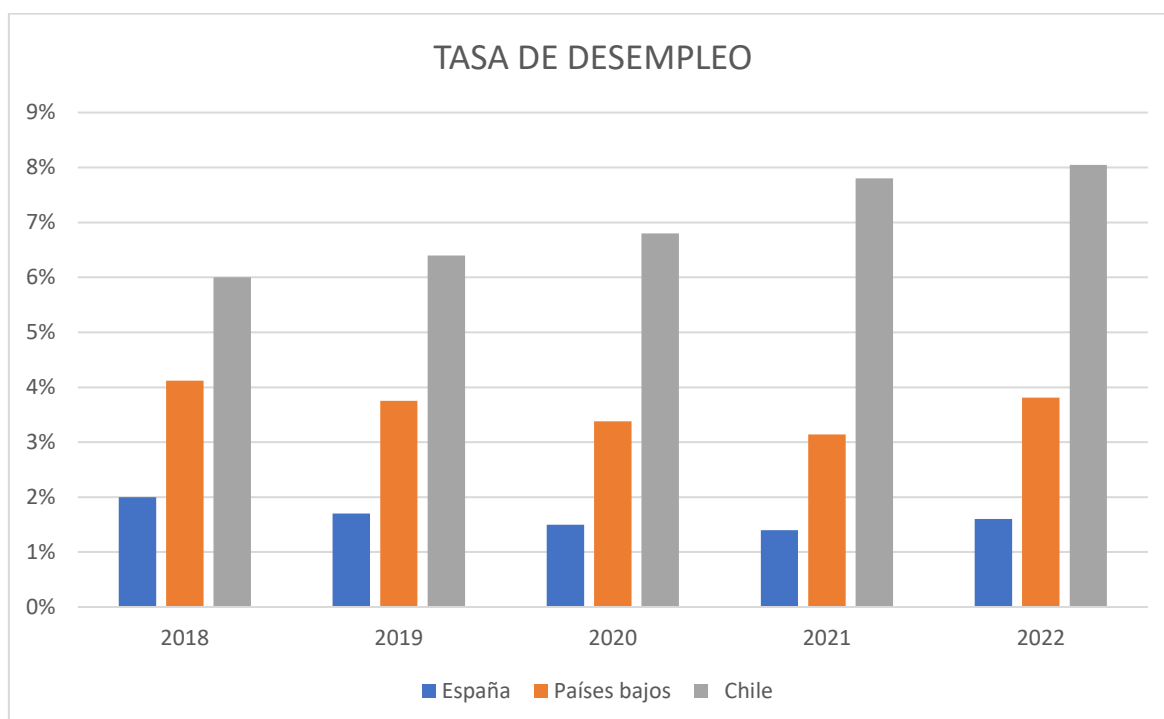


Figura 8. Tasa de Desempleo (España/Países Bajos/ Chile)

En relación con España en el año 2018 su tasa de desempleo tuvo un porcentaje del 2%, con relación al año 2019 hubo una disminución de la tasa de desempleo con un porcentaje de 1,7%, para el año 2020 la tasa de desempleo en España fue 1,5%, para el año 2021 la tasa de desempleo tuvo un promedio de 1,4%, sin embargo, es importante destacar que para el año 2022 hubo un crecimiento de 1,6% esto se debe a el estado de emergencia sanitaria pese a la pandemia COVID-19 surgido en ese año.

Para Países Bajos es importante reconocer que su tasa de desempleo en los últimos años ha crecido de una manera notable. Partamos desde el punto en el cual en el año 2016 este país cuenta con una tasa de desempleo de 4,12%, sin embargo esta tasa de desempleo para el año 2017 ha disminuido a un 3,75%, para el año 2018 el

porcentaje de la tasa de desempleo fue de aproximadamente el 3,38%, para el año 2019 la tasa de desempleo obtiene un promedio de 3,14%, finalmente cabe recalcar que pese a la emergencia sanitario ocasionada por la pandemia COVID- 19 para el año 2020 la tasa de desempleo en Países Bajos sube de una manera considerable a 3,81%.

Para Chile la tasa de desempleo tiene una manera considerable de analizar pese a los cambios ocasionados en los últimos 5 años es importante analizar que para el año 2016 tenemos una tasa de desempleo aproximadamente de 6 %, en relación al año 2017 la tasa de desempleo tiene un porcentaje de 6,4 %, sin embargo la tasa de desempleo para el año 2018 sigue creciendo notablemente con un porcentaje de 6,8%, para el año 2019 la tasa de desempleo decae un poco con un total de 7,8 % y cabe destacar que para el último año 2020 la tasa de desempleo crece de una manera extraordinaria pese a la emergencia sanitaria con un porcentaje de 8,05%, siendo de esta manera el país más alto en la tasa de desempleo.

3.6.6. Balanza comercial – Ecuador- (España/Alemania/ Chile) (millones de dólares)

Tabla 17. Balanza Comercial España

ESPAÑA	2018	2019	2020	2021	2022
Importaciones	310.921,1	351.980,9	390.561,8	372.750,0	324.993,2
Exportaciones	289.981,4	319.531,2	346.754,1	334.017,7	306.995,3
Saldo	20.939,70	32.449,70	43.807,70	38.732,30	17.997,90

Fuente: Banco Mundial(2018)

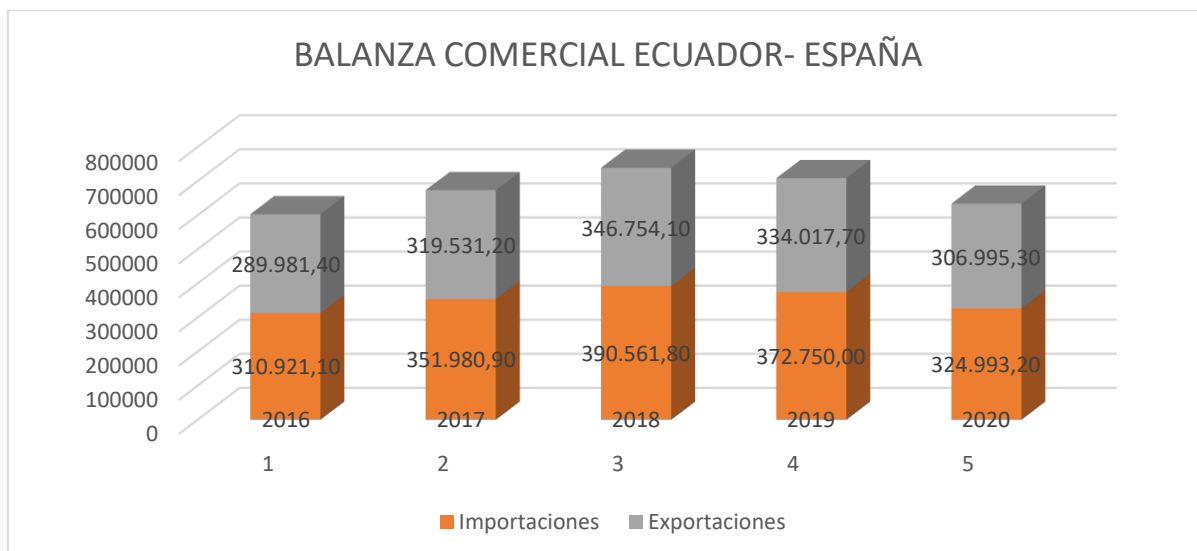


Figura 9. Balanza comercial España

En el caso de España tenemos un total de importaciones de 310.921,1 millones de dólares y exportaciones de 289.981,4 con respecto al 2016, para el año 2017 el total de importaciones es de aproximadamente 351.980,9 millones de dólares y exportaciones un total de 319.531,2 millones de dólares, para el año 2018 las importaciones cuentan con un total de 390.561,8 millones de dólares y exportaciones 346.754,1 millones de dólares, para el año 2019 las importaciones tienen un total de 372.750,0 y exportaciones un total de 334.017,7 y finalmente para el año 2020 las importaciones tienen un total de 324.993,2 y las exportaciones un total de 306.995,3 millones de dólares, por otra parte es importante tener en cuenta que en los últimos años España cuenta con un déficit en la Balanza comercial ya que las importaciones son mayores que las exportaciones.

Tabla 18. Balanza Comercial Ecuador- Países Bajos

Alemania	2016	2017	2018	2019	2020
Importaciones	1.051.326,10	1.162.907,30	1.284.353,50	1.233.978,40	1.170.787,40
Exportaciones	1.334.355,40	1.448.190,80	1.560.539,20	1.489.411,50	1.379.999,70
Saldo	283.029,30	285.283,50	276.185,70	255.433,10	209.212,30

FUENTE: Banco Mundial & Datos Macro (2021)



Figura 10. Balanza comercial Ecuador- Países Bajos

Con respecto a Países Bajos es importante analizar que en los últimos 5 años consecutivamente hablando para el año 2016 se cuenta con un valor de importaciones de 1.051.326,10 millones de dólares y de exportaciones un total de 1.334.55,40 millones de dólares, para el año 2017 es importante analizar las importaciones con un total de 1.162.907,30 millones de dólares y un total de exportaciones de 1.448.190,80 millones de dólares, para el año 2018 las Importaciones de Alemania tienen un total de 1.284.353,50 millones de dólares y las exportaciones un total de aproximadamente 1.560.539,20 millones de dólares, en el año 2019 el total de importaciones es de 1.233.978,40 millones de dólares y de exportaciones 1.489.411,50 millones de dólares, y finalmente para el año 2020 Alemania cuenta con un total de importaciones de aproximadamente 1.170.787,40 millones de dólares y un total de exportaciones de 1.379.999,70 millones de dólares, teniendo en cuenta que en la balanza comercial existe un superávit ya que las exportaciones han bajado conforme los años pero siempre fueron mayores que las importaciones.

Tabla 19. Balanza comercial Ecuador Chile

CHILE	2018	2019	2020	2021	2022
Importaciones	59.375,70	65.230,10	74.684,00	69.889,00	59.226,00
Exportaciones	60.718,30	68.823,20	74.708,00	68.763,00	68.763,00
Saldo	-1.342,60	-3.593,10	-24,00	1.126,00	-9.537,00

Fuente: Banco Mundial & Datos Macro (2021)

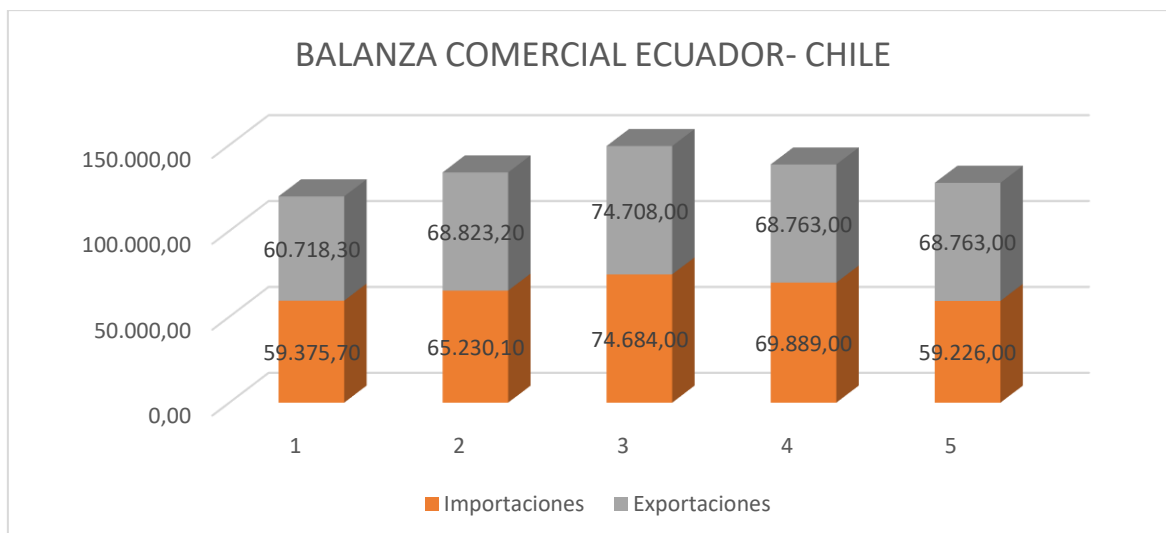


Figura 11. Balanza Comercial Ecuador- Chile

Con respecto a Chile es importante analizar que en los últimos 5 años, para el año 2016 se cuenta con un valor de importaciones de 59.375,70 millones de dólares y de exportaciones un total de 60.718,30 millones de dólares con un saldo en la balanza comercial de -1.342,60 millones de dólares , para el año 2017 es importante analizar las importaciones con un total de 65.230,10 millones de dólares y un total de exportaciones de 68.823,20 millones de dólares con un saldo total de aproximadamente -3.593,10 millones de dólares, por otra parte para el año 2018 las importaciones en Chile tienen un total de 74.684,00 millones de dólares y las exportaciones un total de aproximadamente 74.708,00 millones de dólares con un saldo total de -24,00 millones de dólares , en el año 2019 el total de importaciones es de 69.889,00 millones de dólares y de exportaciones 68.763,00 millones de dólares con un saldo en la balanza comercial de 1.126,00 millones de dólares , y finalmente para el año 2020 un total de importaciones de aproximadamente 59.226,00 millones de dólares y un total de exportaciones de 68.763,00 millones de dólares y un saldo en la balanza comercial de -9.537,00 millones de dólares , teniendo en cuenta que en la balanza comercial existe un superávit ya que en cada uno de los años tomados en consideración las exportaciones siempre fueron mayores que las importaciones.

3.6.7. Índice de competitividad global

Tabla 20. Índice de competitividad Global

NOMBRE DEL PAÍS	2018	2019	2020	2021
España	Ranking 33 con 66%	Ranking 34 con 67%	Ranking 26 con 74%	Ranking 23 con 75%
Países Bajos	Ranking 4 con 78,98%	Ranking 5 con 80,71%	Ranking 3 con 82,84%	Ranking 7 con 81,80%
Chile	Ranking 35 con 65,46%	Ranking 33 con 67,29%	Ranking 33 con 70,26%	Ranking 33 con 70,54%

Fuente: Foro Económico Mundial (2019)

3.6.8. Factores Demográficos

3.6.8.1. Población (España/Países Bajos/Chile)

Tabla 21. Población (España/Países Bajos/Chile)

	ESPAÑA	PAISES BAJOS	CHILE
Capital	Madrid	Ámsterdam	Santiago de Chile.
Superficie	505.935 Km ²	42.850 Km ²	756.950 Km ²
Moneda	Euros	Euros	Peso Chileno
Religión	Cristianismo	Calvinista	Cristianismo
Idioma	Español	Neerlandés	Español

Fuente: Banco Mundial (2021)

En base a los datos de la población es importante analizar primeramente al país de España el mismo que cuenta con la capital Madrid una superficie de 505.935 Km² su moneda es el Euro su religión el cristianismo y su idioma es el español. Países Bajos cuenta con la capital Ámsterdam, una superficie de 42.850 Km² su moneda es el Euro su religión el calvinista y su idioma es el neerlandés, Por otra parte, Chile con su capital Santiago de Chile una superficie de 756.950 Km² su moneda es el peso chileno su religión el cristianismo y su idioma es el español.

3.6.8.2. Distribución por edades

Tabla 22 .Distribución por edades (España/Países Bajos/Chile)

Distribución por edad	ESPAÑA	PAISES BAJOS	CHILE
0-14 años	14,26%	13,70%	18,55%
15-64 años	65,97%	64,55%	65,24%
65 años en adelante	19,77%	21,75%	16,21%

Fuente: Datos Macro (2020)

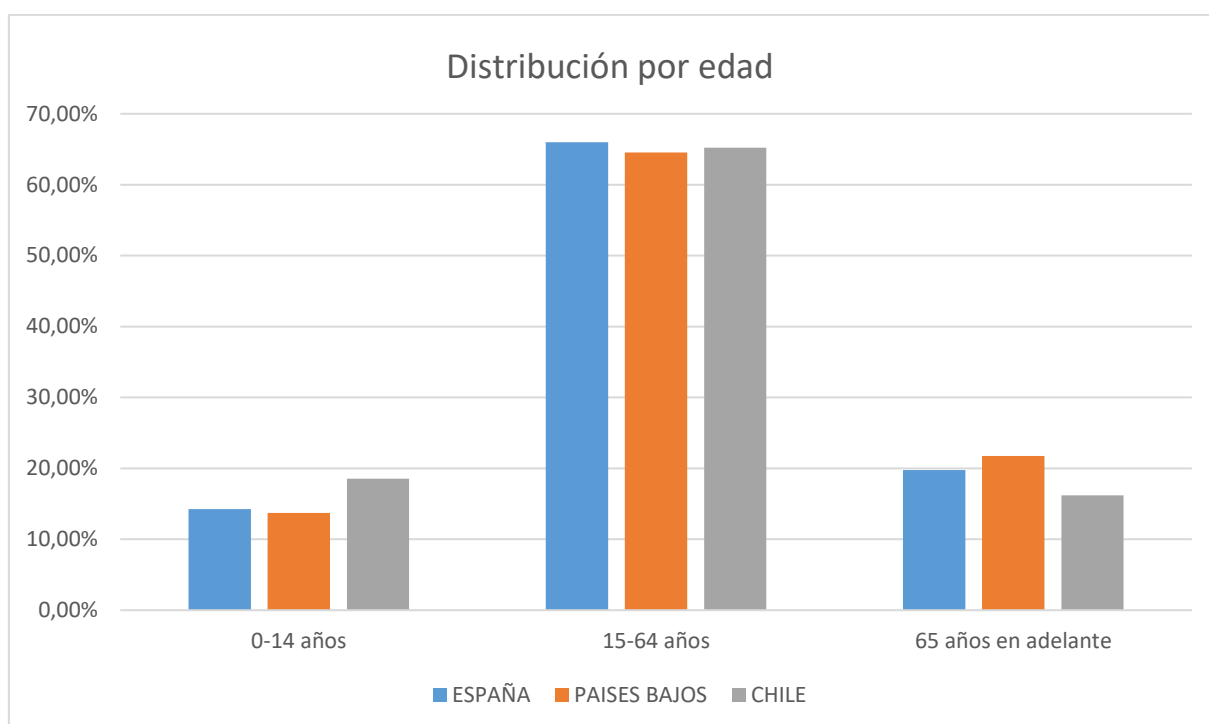


Figura 12. Distribución por edad (España/Países Bajos/Chile)

Al analizar la distribución por edades partiendo desde España en el rango de 0-14 hay un total de 14,26% en el rango de 15-64 años el total es de 65,97%, y de 65 años en adelante existe un total de 19,77%. Países Bajos en el rango de 0-14 años cuenta con un 13,70%, a partir de 15-64 años el total es de 64,55%, finalmente de 65 años en adelante el total es de 21,75%. Chile en base a la distribución por edad en el rango de 0-14 años cuenta con aproximadamente 18,55% de la población, por otra parte, en el rango correspondiente a los 15-64 años cuenta con un porcentaje notable de 65,24%, finalmente para los 65 años en adelante el total es de aproximadamente el 16,21% de la población.

3.6.8.3. Crecimiento de la población

Tabla 23. Crecimiento de la población (España/Países Bajos/Chile)

Población Total	AÑO	ESPAÑA	PAISES BAJOS	CHILE
	2018	46.527.039	17.282.163	18.751.000
	2019	46.658.447	17.407.585	19.107.000
	2020	46.937.060	17.475.415	19.458.000
	2021	47.332.614	17.590.672	19.493.184
	2022	47.394.223	17.591.000	19.895.913

Fuente: Datos Macro (2020)

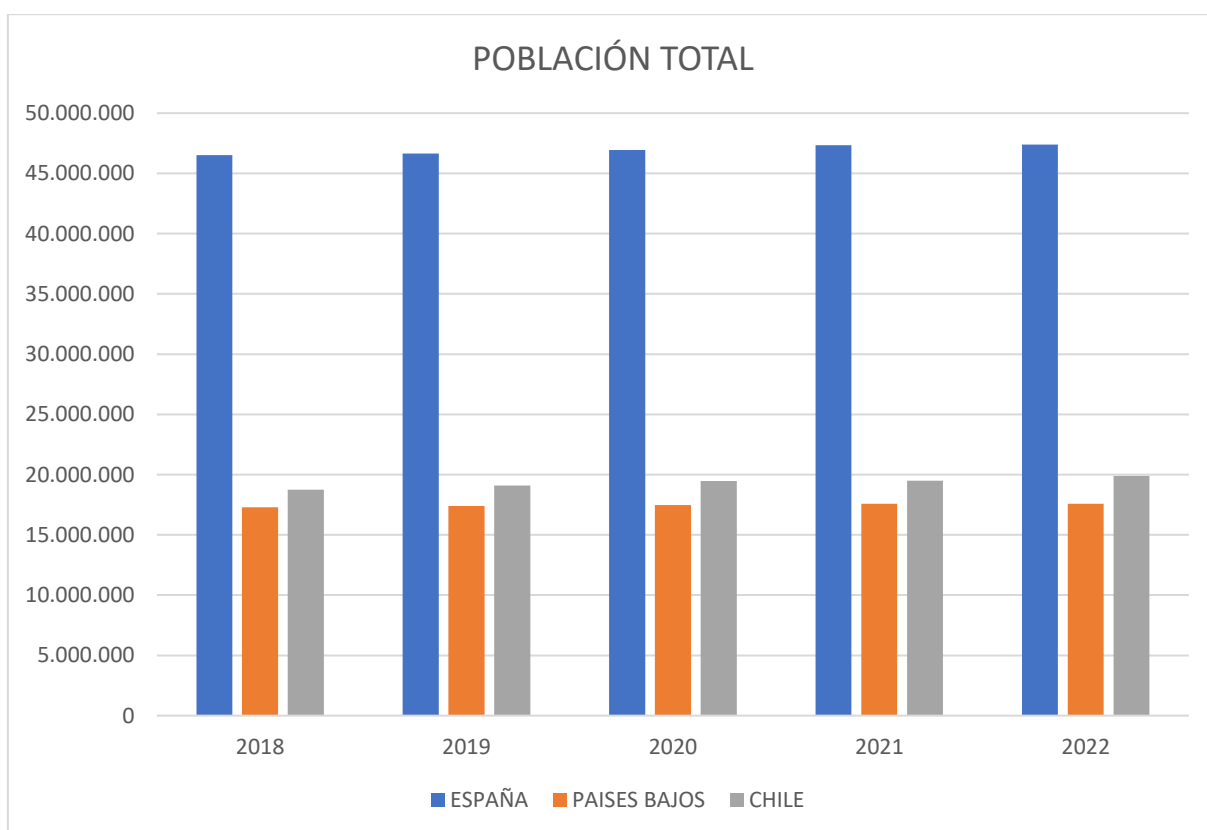


Figura 13. Crecimiento de la población (España/Alemania/Chile)

En relación con España y el crecimiento poblacional es importante tomar en cuenta que en el año 2018 contó con 46.527.039 habitantes, para el año 2017 el total de la

población aumenta a 46.658.447, en el año 2018 el total de dicha población es de aproximadamente de 46.937.060 habitantes, en el año 2019 la población aumenta notablemente a 47.332.614 habitantes, y para el año 2020 la población cuenta con un total de 47.394.223 habitantes. Es importante tomar en consideración que la población ha ido creciendo al pasar de los años de una manera notable en España. Países Bajos frente a su crecimiento poblacional en los últimos años permite analizar lo siguiente: que para el año 2018 cuenta con un total de 17.282.163 habitantes, para el año 2019 el total de habitantes es de 17.407.585, para el año 2020 Países Bajos cuenta con un total de 17.475.415 habitantes, para el año 2021 la población alemana crece con un total de aproximadamente 17.590.672 habitantes y finalmente para el 2022 la población de Países Bajos cuenta con un total de 17.591.000 habitantes.

En relación a Chile es importante tomar en consideración que es el País con mayor nivel de población sin embargo en los últimos 5 años esta población ha ido aumentando considerablemente ya que para el año 2018 este país conto con aproximadamente 18.751.000 habitantes, para el año 2019 la población cuenta con un total de 19.107.000 habitantes, sin embargo para el año 2020 los habitantes son un total de 19.458.000, para el año 2019 Estados unidos conto con aproximadamente 19.493.184 habitantes para el año 2022 Chile cuenta con un total de población de 19.895.913 habitantes.

3.6.9. Factores Políticos

3.6.9.1. Política comercial

Tabla 24. Política Comercial (España/Países Bajos/Chile)

País	Acuerdos
ESPAÑA	Unión Europea
PAISES BAJOS	Acuerdo Nacional Múltiple
CHILE	Acuerdo de integración comercial

Fuente: Cámara de comercio Internacional (2020)

España es el principal socio comercial de la Unión Europea para Ecuador teniendo en cuenta que gracias a este acuerdo aproximadamente más del 15% de las exportaciones no petroleras de Ecuador son dirigidas a España por ello es importante que este acuerdo trae beneficio para ambos países.

Países Bajos cuenta con un acuerdo comercial múltiple con Ecuador, cuyo acuerdo es beneficioso para ambos países. Por parte de Ecuador se beneficia con la capacitación y la preparación de sus recursos humanos en las áreas de la ciencia que son de fundamental interés para llevar a cabo la transformación de la matriz productiva del país, el gobierno alemán por su parte se beneficia a colaborar con el estado ecuatoriano en demostrar su interés al estudiar las especies que pudieran aportar para su fama de desarrollo sostenible.

Por otra parte, Chile firma un acuerdo de integración comercial, el cual permitirá posicionar al Ecuador con Chile un acuerdo comercial para profundizar el relacionamiento, en el cual se buscará lograr que este sea integral y a su vez que beneficie a las exportaciones ecuatorianas, las cuales en la actualidad se encuentran ingresando mediante el sistema generalizado de preferencias.

3.6.9.2. Barreras arancelarias

Tabla 25. Barreras Arancelarias (España/Países Bajos/Chile)

ESPAÑA	PAISES BAJOS	CHILE
<ul style="list-style-type: none"> • Ad Valorem 11% • Derechos específicos • Compuestos mixtos y variables 	<ul style="list-style-type: none"> • Ad Valorem • Derechos específicos • Compuestos mixtos y variables 	<ul style="list-style-type: none"> • Ad-Valorem • Aranceles Específicos • Aranceles compuestos

Fuente: PROCOMER (2020)

3.6.9.3. Barreras No arancelarias

Tabla 26.Barreras no arancelarias (España/Países Bajos/Chile)

País	Requisitos
ESPAÑA	<ul style="list-style-type: none">• Control documental• Control de identidad• Control físico• Documento de embarque• Factura comercial
PAISES BAJOS	<ul style="list-style-type: none">• Documentos de embarque• Factura comercial
CHILE	<ul style="list-style-type: none">• Bill of Landing• Certificado de origen• Certificado fitosanitario• Revisión del departamento de salud del país destino• Certificados de garantía• Certificaciones de calidad o de buenas prácticas de manufactura bajo uno u otro esquema privado• Verificación del historial comercial de la Empresa

Fuente: PROCOMER (2020)

3.7. ESTUDIO FINANCIERO

Es importante saber que a través del estudio financiero se busca determinar cuáles son los recursos necesarios para la operación de las prendas de vestir estilo africano de (CIMPA).

3.7.1. Inversión Inicial

La inversión Inicial del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) para la producción y comercialización de las prendas de vestir estilo africano abarca en si la inversión fija, Inversión diferida, capital de operación.

Tabla 27. Inversión Inicial

Inversión Inicial		
Concepto	Valor	Descripción
Inversión Fija	-	No requiere
Capital de Operación	4.800	Materia prima y mano de obra
Gastos de Constitución	3.000	Permisos para exportación
Total, Inversión Inicial	7.800	

3.7.2. Estructura del Capital

Tabla 28. Estructura del capital

Descripción	Valor	% De participación
Capital propio	4.800	62%
Capital Financiado	3.000	38%
TOTAL	7.800	100%

3.7.3. Activos Fijos

Tabla 29. Activos Fijos

Descripción	Valor	Valor Total
Instalaciones	39.000	
Maquinarias	3.000	
elementos de transporte	15.000	
Materiales	2.000	
PROPIEDADES Y MUEBLES		59.000
Patentes y Marcas	250	
permiso de operación	149	
Consultoría legal	150	
Aplicaciones Informáticas	320	
ACTIVO FIJO INTANGIBLE		869
TOTAL, ACTIVOS FIJOS		59.869

3.7.4. Activos Diferidos

Tabla 30. Activos Diferidos

Descripción	Valor	Valor Total
Gasto constitución	210	
permisos y licencias	520	
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS		730

3.7.5. Activos Corrientes

Tabla 31. Activos Corrientes

DESCRIPCIÓN	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Papel molde	50	55	59	60	67	79
Ojálate	26	26,3	28,4	35	38	45,2
Cordón	20	26	28	29,8	34	39,5
Encaje	18,2	18,8	20,26	25	28	39
Maquinaria	450	490	580	670	785	1000
Maniquí	85,2	86	88	96	96,9	98
Suministros y materiales	2672,4	702,1	803,66	915,8	1048,9	1300,7
Aguja	10	10,4	10,55	10,84	10,88	10,89
Reglas	5	5,25	5,84	5,95	5,98	6
Alfiler	3,45	3,58	3,65	3,97	4	4,85
Lápices	9	9,35	9,49	9,55	9,84	9,95
Maquila	10	10,65	10,68	10,85	10,95	10,99
Tijeras	5	5,45	5,85	6,45	6,89	7
cinta métrica	5	5	5	5	5	5
Tiza de sastrería	8	8,84	9,15	9,45	9,55	9,98
Elástico	20	20,55	20,75	20,95	22	22,75
Desbaratador	7	7	7,3	7,64	7,85	8
Dedal	3	3	3	3	3	3
suministros de oficina	85,45	89,07	91,26	93,65	95,94	98,41
Alcohol	24	24,5	24,8	24,96	25	25,89
Cloro	5	5,5	5,89	6,35	6,89	6,75
papel higiénico	20	20	20,55	20,9	21,15	21,9
gel antibacterial	19,45	19,9	20,46	21,15	21,68	22
jabón líquido	18,45	18,55	18,95	19	19,75	19,8
útiles de Aseo	86,9	88,45	90,65	92,36	94,47	96,34
TOTAL, FINAL	2844,75	879,62	985,57	1101,81	1239,31	1495,45

3.7.6. Costo de Producción

Tabla 32. Costo de Producción

COSTO DE PRODUCCIÓN						
DESCRIPCIÓN	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Materia Prima directa						
Tela	7000	7320	7545	7725	7890	7989
Entretela	6000	6235	6780	6890	6916	6980
Empaque y embalaje	3680	3205	3816	3856	3954	4060
TOTAL, MATERIA PRIMA DIRECTA	16680	16760	18141	18471	18760	19029
Mano de Obra						
Productores	29400	29400	29400	29400	29400	29400
TOTAL, MANO DE OBRA	29400	29400	29400	29400	29400	29400
Costos Indirectos de Fabricación						
combustible	1500	1650	1685	1780	2543	2856
Luz	2500	2680	2720	3209	3290	2580
Agua	2900	3245	3296	3820	3940	4120
Internet	240	260	280	300	320	340
Mantenimiento	1300	1420	1429	1456	1489	1590
Depreciaciones	3800	3820	3858	3889	3925	3976
TOTAL, DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	12240	13075	13268	14454	15507	15462
TOAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	58320	59235	60809	62325	63667	63891

3.7.7. Gastos Administrativos

Tabla 33. Gastos Administrativos

DESCRIPCIÓN	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Útiles de oficina y papelería	195,2	220	225,7	275	286,9	299
Mantenimientos	2500	2634	2759	2780	3400	3201
Seguros	4100	4687	4890	4949	4980	5100
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	6795,2	7541	7874,7	8004	8666,9	8600

3.7.8. Proyección Costo de Ventas

Tabla 34. Proyección costo de ventas

DESCRIPCIÓN	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Transporte	2200	2340	2606	3208	3530	3790
Empaque	3680	3205	3816	3856	3954	4060
TOTAL, PROYECCIÓN COSTO DE VENTAS	5880	5545	6422	7064	7484	7850

3.7.9. Proyección gastos de exportación

Tabla 35.Proyección Gastos de exportación

DESCRIPCIÓN	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Gastos de Exportación						
Trámites del comercio Exterior	580	595,59	620,5	657,55	659,98	689
Guías Aéreas	980	985	989,6	989,96	995	996,75
TOTAL, GASTOS DE EXPORTACIÓN	1560	1580,59	1610,1	1647,51	1654,98	1685,75

3.7.10. Estado de Resultados

Tabla 36. Estado de Resultados

INGRESOS OPERACIONALES	2023	2024	2025	2026	2027	2028
GASTOS OPERACIONALES						
Ventas	94322	110852	115074	118561	122209	123040
Cantidad	820	845	875	898	918	960
Precio	115,03	131,19	131,51	132,03	133,13	128,17
(-) Costo de Ventas	58320	59235	60809	62325	63667	63891
(=) Utilidad Bruta en Ventas	36001,76	51617,385	54264,7	56235,765	58542,32	59149,125
GASTO EN VENTA						
Gasto Transporte	2200	2340	2606	3208	3530	3790
Empaque/Embalaje	3680	3205	3816	3856	3954	4060
TOTAL, GASTO EN VENTAS	5880	5545	6422	7064	7484	7850
Gastos Administrativos						
útiles de Oficina y Papelería	195,2	220	225,7	275	286,9	299
Depreciaciones	3800	3820	3858	3889	3925	3976
Total, Gastos administrativos	3995,2	4040	4083,7	4164	4211,9	4275
(=) Total gastos operacionales	9875,2	4040	4083,7	4164	4211,9	4275
Gastos financieros		7244,53	6197,34	4979,46	3563,07	1915,8
(=) Total gastos no operacionales		7244,53	6197,34	4979,46	3563,07	1915,8
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	20246,56	34787,855	37561,66	41444,695	43283,35	45108,325

3.7.11. Flujo de caja

Tabla 37. Flujo de Caja

Detalle	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Ventas	0	110852	115074	118561	122209	123040
Cantidad	820	845	875	898	918	960
Precio		131,19	131,51	132,03	133,13	128,17
(-) Costos de producción vendidos	58320	59235	60809	62325	63667	63891
(=) Utilidad Bruta en ventas	-58320	51617	54265	56236	58542	59149
(-) Gastos operativos y no operativos	15755	15782	15485	14791	13612	12125
Gastos de ventas	5880	5545	6422	7064	7484	7850
Gastos administrativos	9875	4040	4084	4164	4212	4275
(-) Gastos financieros		7245	6197	4979	3563	1916
(=) Utilidad neta antes de impuestos	-74075	35835	38780	41445	44931	47024
(-) 15% Participación trabajadores	0	5375	5817	6217	6740	7054
(=) Utilidad antes de impuesto	-74075	30460	32963	35228	38191	39971
(-) 25% impuesto a la renta	0	7615	8241	8807	9548	9993
Utilidad neta	-74075	22845	24722	26421	28643	29978
(-) Capital	0	7980	8624	8648	8765	8895
(+) Depreciación		3820	3858	3889	3925	3976
(+) Amortización		600	600	600	600	600
Flujo neto en efectivo	-74075	19285	20556	22262	24403	25659

3.7.12. Cálculo del VAN -TIR -PR

En base a el análisis de los indicadores financieros de CIMPA se analizó el Valor actual neto con un total en dólares estadounidenses de aproximadamente \$11.067, en cuanto a la Taza Interna de Retorno el 15% siendo el periodo de recuperación de capital para esta empresa el periodo 4,32.

Tabla 38. Calculo Van- Tir- Pr

		INDICADORES FINANCIEROS					
		0	1	2	3	4	5
Flujo de Efectivo	-	74.075	19.285	20.556	22.262	24.403	25.659
Saldo Actualizado WACC 9.11%	-	74.075	17.623	17.165	16.988	17.017	16.350
Saldo Actualizado Acumulado	-	74.075	- 56.453	- 39.287	- 22.300	- 5.283	11.067
Tasa WACC		9,43%	9,43%	9,43%	9,43%	9,43%	9,43%
Suma de flujo de Efectivo VNA		\$85.141,89					
Inversión Inicial	-	74.075,20					
VAN		11.067					
TIR		15%					
Periodo de Recuperación		4,32					
Costo Beneficio		1,15					

3.7.13. Demanda Insatisfecha

Tabla 39. Demanda Insatisfecha

AÑO	PN (kg)	M (kg)	X (kg)	CNA (kg)	Población España "Madrid"	Consumo Per Cápita (kg)	Consumo Recomendado (kg)	Déficit del consumo (kg)	Población Estratificada Madrid	Demanda Insatisfecha	Exportación Ecuador a Madrid	Exportación (CIMPA) a Madrid	% Cobertura Nacional	% Cobertura Empresarial
												OFERTA EXPORTABLE		
2018	46.80	308.00	4.000	350.800	17.181.084	0,02	1,80	1,78	8173501	14545417	0	21.000	0,0%	5,99%
2019	58.50	207.00	5.000	260.500	17.282.163	0,02	1,80	1,78	8299280	14813606	5.000	25.000	1,9%	9,60%
2020	105.300	375.000	9.000	471.300	17.407.585	0,03	1,80	1,77	8481237	15036602	24.000	20.000	5,1%	4,24%
2021	175.500	389.000	15.000	549.500	17.475.415	0,03	1,80	1,77	8679071	15349422	63.000	22.000	11,5%	4,00%
2022	234.000	460.000	20.000	674.000	17.590.672	0,04	1,80	1,76	89897689	158371342	107.000	21.000	15,9%	3,12%
2023	271.440	493.600	23.200	741.840	17.691.112	0,04	1,80	1,76	73854606	129841351	121.400	20.900	16,4%	2,82%
2024	320.580	542.200	27.400	835.380	17.792.355	0,05	1,80	1,75	90237422	158190567	148.600	22.689	17,8%	2,72%
2025	369.720	590.800	31.600	928.920	17.893.598	0,05	1,80	1,75	106620239	186381396	175.800	22.160	18,9%	2,39%
2026	418.860	639.400	35.800	1.022.460	17.994.841	0,06	1,80	1,74	123003056	214416514	203.000	22.171	19,9%	2,17%

202	468.0	688.0	40.00	1.116.0	18.096.0	0,06	1,80	1,74	13938587	24229853	230.200	22.652	20,6%	2,03%
7	00	00	0	00	83				2	2				

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Matriz Cualitativa por puntos

Al hablar de la matriz cualitativa por puntos nos estamos refiriendo a cuyo método el cual consiste en asignar los valores cuantitativos a una serie de valores estudiados cualitativamente los cuales se consideran importantes en la investigación, teniendo en consideración que la importancia de esta matriz es permitir la comparación de diferentes países a estudiar para la localización del resultado requerido. (Atahualpa, 2014)

Al aplicar la matriz cualitativa por puntos se obtendrán los resultados requeridos tomando en cuenta los factores principales de cada país y a su vez realizar la comparación.

Tabla 40. Matriz Cualitativa por Puntos

INDICADORES	VALORACION	ESPAÑA		PAISES BAJOS		CHILE		
		PUNTAJE	CALIFICACIÓN	PUNTAJE	CALIFICACIÓN	PUNTAJE	CALIFICACIÓN	
PIB	0,08	3,5	0,28	3	0,24	2,8	0,224	
PIB- PERCÁPITA	0,08	3,2	0,256	4	0,32	2	0,16	
INFLACIÓN	0,1	4	0,4	3,5	0,35	4,8	0,48	
TIPO DE CAMBIO	0,1	4,5	0,45	3	0,3	3,5	0,35	
TASA DE DESEMPLEO	0,08	3,2	0,256	3,8	0,304	4	0,32	
BALANZA COMERCIAL	0,1	4	0,4	3	0,3	3,5	0,35	
INDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL	0,1	4,8	0,48	3,5	0,35	3	0,3	
POBLACIÓN	0,08	3	0,24	2,5	0,2	2,8	0,224	
DISTRIBUCIÓN POR EDADES	0,01	2	0,02	2	0,02	2	0,02	
POLITICA COMERCIAL	0,09	4,5	0,405	4,5	0,405	3,8	0,342	
BARRERAS ARANCELARIAS	0,09	4,5	0,405	3	0,27	3,8	0,342	
BARRERAS NO ARANCELARIAS	0,09	4,8	0,432	3,8	0,342	3	0,27	
	1	4,024		3,401		3,382		

En base a los resultados obtenidos mediante la matriz cualitativa por puntos el país meta para la exportación del producto en este caso las prendas de vestir estilo africano es España, siendo este el país con mayor puntuación en la matriz a diferencia de Países Bajos y Chile.

4.1.2. Análisis de instrumentos

4.1.2.1. Formulario 1 encuesta productores (CIMPA)

Partiendo desde el punto en el cual se ha tomado en consideración encuestar a los productores más importantes.

Pregunta 1

¿A su criterio existe la posibilidad de rescatar la cultura africana en los pueblos afroecuatorianos mediante la comercialización de dichas prendas?

En esta primera pregunta 5 de los productores afirman estar de acuerdo con la posibilidad de rescatar la cultura afroecuatoriana mediante la comercialización de las prendas de vestir y 3 de los productores encuestados están totalmente de acuerdo.

Pregunta 2

¿Es necesario incluir un servicio de encomienda o Delivery para que la comercialización a nivel nacional de las prendas de vestir sea más eficiente?

En esta pregunta importante tomar en cuenta que todos los productores están de acuerdo en incluir el servicio de encomienda para la comercialización de dicho producto.}

Pregunta 3

¿Qué tan de acuerdo está usted las ofertas planteadas para los consumidores en las prendas de vestir?

En esta pregunta dos de los productores encuestados no están ni en acuerdo ni en desacuerdo con aplicar las ofertas para los consumidores, pero sin embargo el resto de los encuestados están totalmente de acuerdo.

Pregunta 4

¿Qué diseño es el más atractivo para los consumidores?

En esta pregunta la mayoría de los encuestados consideran a los vestidos como el diseño más atractivo para los consumidores, seguido por los turbantes que también consideran la prenda de alta importancia.

Pregunta 5

¿Está usted de acuerdo con la demanda mensual en la producción de las prendas de vestir estilo africano?

Efectivamente todos los productores están de acuerdo con la demanda mensual en la producción de las prendas de vestir estilo africano.

Pregunta 6

¿Está usted de acuerdo con la materia prima que se utiliza en la producción?

La materia prima es la base fundamental para la creación o producción de cualquier bien o servicio, en este caso todos los productores están totalmente de acuerdo en la materia prima.

Pregunta 7

¿Cómo considera usted el incremento de la producción a nivel internacional de las prendas de vestir al estilo africano?

Para los productores el incremento de la producción a nivel internacional de las prendas de vestir estilo africano es muy atractivo, ya que consideran una nueva oportunidad para el crecimiento y reconocimiento.

Pregunta 8

¿Está usted de acuerdo con la realización de capacitaciones mensuales sobre la compraventa internacional en el Centro de Investigación para la Mujer de Piel Africana, para que de esta manera se mejore su productividad y comercialización?

En base a el análisis de esta pregunta todos los productores están de acuerdo con que se realicen capacitaciones mensuales sobre la compraventa internacional con la finalidad de mejorar su productividad.

Pregunta 9

¿Cree necesario utilizar una página web?

Los productores están de acuerdo en utilizar página web para la comercialización de los productos.

Pregunta 10

¿Cree necesario utilizar publicidad pagada en medios digitales?

Los productores están de acuerdo con utilizar la publicidad pagada en los medios digitales ya que de esta manera se impulsará el producto a los consumidores

Pregunta 11

¿Cree usted que su marca es reconocida?

Los productores consideran que su marca si es reconocida a nivel nacional.

Pregunta 12

¿Cree usted que es importante invertir para exportar las prendas de vestir?

Los productores están de acuerdo con que se invierta para poder exportar las prendas de vestir.

4.1.2.2. Formulario 2 entrevista coordinadora CIMPA

P1: ¿Está usted de acuerdo con la materia prima que se utiliza en la producción?

En esta pregunta la persona entrevistada nos cuenta que les hace falta telas extranjeras especialmente de África y Europa ya que dichas prendas son originalmente para la confección y poder complementar con las telas nacionales con las cuales cuentan hoy día.

P2: ¿Qué prenda de vestir es la más ofertada? ¿Describa dicha prenda?

Los vestidos y las camisas, turbantes, camisetas, cada una de estas prendas cuentan una historia de los antepasados.

P3: ¿Considera usted que las prendas de vestir que se comercializan mensualmente satisfacen la producción del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) y la demanda ante los consumidores? ¿Por qué?

Su respuesta fue no, porque considera que la distancia de los países exportadores de tela es considerable y que no tienen aún conocimientos sobre cómo realizar de una manera segura la exportación de las telas para poder realizar la producción y comercialización del producto.

P4: ¿Cómo cree usted que se puede incrementar la producción a nivel nacional de las prendas de vestir al estilo africano?

Según la coordinadora de CIMPA en la entrevista recalca que se debe tener en stop las telas exportadas, o a su vez incrementar la exportación de las mismas desde los diferentes países importadores, las mismas que sean suficientes para poder satisfacer las necesidades de los consumidores tanto nacionales como internacionales.

P5: ¿considera a las prendas de vestir estilo africano como una marca nacional?

Su respuesta fue si, ya que considera que poco a poco las personas ya están conociendo sobre el producto que CIMPA ofrece y la calidad con la que se elaboran las prendas de vestir

P6: ¿Considera usted que el Centro de Investigación de La Mujer de Piel Africana, debería tener capacitaciones en cuanto se refiere a producción y comercialización de las prendas de Vestir?

Si, siempre incluso deberían tener capacitaciones ya que gracias a estas capacitaciones se aprendería más sobre diversos temas y la producción se volvería más dinámica.

P7: ¿Qué probabilidad de asociarse en la exportación de las prendas de vestir considera usted que tiene el Centro de Investigación para la Mujer de Piel Africana (CIMPA)? ¿Por qué considera esa probabilidad?

La coordinadora de CIMPA considera que la probabilidad de asociarse en la exportación es mucha, ya que esto ayudaría al centro a tener la posibilidad de poder comercializar el producto en los mercados internacionales teniendo en cuenta el apoyo de las entidades relacionadas con el comercio exterior.

P8: ¿Cuáles son los conocimientos que tiene usted como presidenta del Centro de Investigación para la Mujer de Piel Africana (CIMPA) sobre las condiciones establecidas para la exportación de dichas prendas de vestir?

Los conocimientos que tiene Ofelita Lara como coordinadora de CIMPA son: la calidad, confección, la materia prima, formas de producción y un poco de conocimiento sobre la exportación.

P9: ¿Conoce usted los requisitos que se necesitan para la exportación de prendas de vestir?

La coordinadora de CIMPA considera que conoce todos los requisitos para la exportación de prendas de vestir, sin embargo, requiere del apoyo de entidades para poder poner en práctica dichos conocimientos.

P10: ¿Como ha fluctuado las ventas en los últimos 5 años?

La coordinadora Ofelia Lara considera que las ventas en los últimos 5 años han fluctuado mal ya que considera que la pandemia fue un retenimiento en la producción de las prendas de vestir pese a que la economía mundial tuvo un declive.

P11: ¿Cómo cree usted que el servicio de marketing digital ayuda con la comercialización internacional de las prendas de vestir?

Para la coordinadora de CIMPA es importante el servicio de marketing ya que al comercializar solamente a nivel nacional ayudara a comercializar el producto a nivel internacional de una manera muy eficaz.

P12: ¿Cómo considera usted a las restricciones existentes para que su producto pueda ingresar al mercado internacional?

El recurso económico, se tiene que trabajar mucho en relación con las necesidades de los clientes, conocer la demanda en los mercados internacionales.

P13: ¿Considera a las prendas de vestir estilo africano una oportunidad en el mercado internacional?

La Entrevistada si considera a las prendas de vestir como una oportunidad en el mercado internacional, ya que estas prendas se pueden producir de una manera más eficaz y se podría exportar a un bajo precio de comercialización teniendo en cuenta la mayor productividad a nivel nacional para que posteriormente sea comercializado el producto de una manera exitosa a nivel internacional.

P14: ¿Por qué considera que al momento de comercializar a nivel internacional las prendas de vestir estilo africano no simplemente se comercializa ropa sino cultura, descendencia y tradiciones?

Ofelita Lara considera a África como la cuna de la humanidad, sin embargo, hay muchas cosas que saber, ya que todos somos herederos de los antepasados y se debe exportar la cultura hacia los países interesados en conocerla.

P15: ¿Existe un apoyo constante por las entidades externas para el buen desarrollo del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana?

Ofelia Lara considera que no existe mucho apoyo, pero se considera que con el tiempo este apoyo y muchos más sean constantes en el desarrollo.

P16: ¿Cuáles son las principales desventajas que tienen como Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana para la comercialización internacional?

Para Ofelita Lara las principales desventajas de CIMPA son: falta de recursos económicos, falta de aceptación en el mercado y el mejoramiento en la producción.

P17: ¿Tiene usted conocimiento del significado de la utilización de las prendas estilo africano?

Ofelita Lara como coordinadora del centro tiene todo el conocimiento necesario y considera que al usar las prendas de vestir estilo africano se cuentan historias de vida de los antepasados mediante los modelos, símbolos y signos.

4.1.2.3. Formulario 3 encuesta a consumidores país meta (España)

PREGUNTA 1: País

Como se puede observar en la pregunta número 1 tenemos 26 respuestas de los consumidores en la cual el país meta es España.

PREGUNTA 2: Ciudad

En la pregunta número 2 se puede observar que existen 3 ciudades posibles para la obtención del mercado, en este caso son Alicante, Santa Cruz de Tenerife, Barcelona.

PREGUNTA 2 y 4: Genero y Nombre

En cuanto al género encuestado en el país de España de los 26 encuestados 9 son de género masculino, 17 género femenino.

PREGUNTA 5: Edad

En cuanto al análisis de la edad en esta pregunta con el total de los 26 encuestados existen 2 personas de 15 a 20 años, 17 personas entre 21 a 25 años, 3 personas de 26 a 30 años, 1 persona de 31 a 35 años y finalmente 5 personas de 36 años en adelante.

PREGUNTA 6: ¿Con que frecuencia Adquiere usted prendas de vestir?

Es importante analizar que la mayoría de los encuestados ocasionalmente adquieren prendas de vestir.

PREGUNTA7: ¿Está usted de acuerdo con el servicio de entrega a domicilio sin recargo al valor del producto?

La mayoría de los encuestados están totalmente de acuerdo con el servicio de entrega a domicilio sin recargo al valor del producto.

PREGUNTA 8: ¿Qué precio está dispuesto a pagar por dicha prenda?

De las 26 personas encuestadas 12 están dispuestos a pagar 34 euros por las prendas de vestir, 11 están dispuestos a pagar 45 euros, 3 de los encuestados están dispuestos a pagar 58 euros.

PREGUNTA 9: ¿Está usted dispuesto a pagar el valor designado a estas prendas por su cultura y significado?

En esta pregunta la mayoría de los encuestados afirman que están de acuerdo con pagar el valor que sea designado a cada prenda de vestir por su cultura o su significado.

PREGUNTA 10: ¿Qué tipo de prenda de vestir africana utiliza con más frecuencia?

De los 26 encuestados 7 utilizan vestidos para damas con más frecuencia, 4 utilizan blusas, 6 camisetas para caballeros, 2 turbantes, y 7 no han utilizado este tipo de prendas.

PREGUNTA 11: ¿Qué tan importante considera usted el uso de estas prendas?

De los 26 encuestados para el 46,2% es muy importante el uso de estas prendas de vestir, para el 26.9% es demasiado importante el uso de estas prendas, y finalmente para el otro 26,9% es poco importante el uso de estas prendas.

PREGUNTA 12: ¿Del listado que se presenta a continuación del significado de la utilización de las prendas de vestir estilo africano cual conoce usted?

De los 26 encuestados es importante saber que 1 persona sabe el significado de resistencia en cuanto a las prendas de vestir estilo africano, 10 personas conocen la

libertad, 11 personas conocen el empoderamiento, 2 personas consideran la comunicación y finalmente 2 personas consideran los saberes como significados de la utilización de las prendas de vestir.

PREGUNTA 13: ¿Cuáles son las razones por las que usted está dispuesto a comprar prendas de vestir estilo africano?

Sin embargo 15 de las 26 personas consideran que al adquirir dichas prendas de vestir se están empoderando culturalmente, 7 personas adquieren las prendas de vestir por moda 1 persona por temporada y 3 personas por comodidad.

PREGUNTA 14: ¿Está usted dispuesto a pagar el valor designado a estas prendas por su cultura y significado?

Las 26 personas encuestadas están dispuestas a pagar el valor designado a estas prendas de vestir por su cultura y significado.

PREGUNTA 15: ¿Esta usted de acuerdo con que se incrementen ofertas en la comercialización de las prendas de vestir estilo africano?

De los 26 encuestados el 50% están de acuerdo con que se incrementen ofertas en la comercialización de las prendas de vestir estilo africano el 42,3% están totalmente de acuerdo, el 3,8% están en desacuerdo y el 3,8% no están ni en acuerdo ni en desacuerdo.

PREGUNTA 16: ¿cómo considera usted el servicio transporte de las prendas de vestir desde el mercado internacional?

Para el 50% de los encuestados es muy importante el servicio de transporte de las prendas de vestir desde el mercado internacional, para el 26,9% es demasiado importante el servicio de transporte, para el 19,2% es poco importante y finalmente para el 3,8% es casi nada importante el servicio de transporte.

PREGUNTA 17: ¿Está usted de acuerdo que es una buena inversión realizar importaciones de prendas de vestir estilo africano desde el Ecuador para la comercialización en su país?

El 61,5% están de acuerdo con la inversión para realizar importaciones de las prendas de vestir estilo africano desde el Ecuador para la comercialización en su país, el 34,6% están muy de acuerdo en esta inversión y el 3,8% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

PREGUNTA 18: ¿De qué forma le gustaría pagar el consumo de las prendas de vestir?

Por otra parte 13 de las 26 personas prefieren pagar por transferencia, 4 personas por orden de pago, y 9 personas en efectivo.

PREGUNTA 19: ¿Cuál es su Ingreso mensual promedio?

En cuanto al ingreso mensual promedio 6 de los 26 encuestados obtienen ingresos de 1 a 400 euros, 10 encuestados obtienen ingresos mensuales de 401 a 800 euros, 4 de los encuestados obtienen ingresos de 801 a 1.200 euros, 4 encuestados obtienen mensualmente de 1.201 a 1.600 euros, una persona obtiene ingresos mensuales de 1.601 a 2.000 euros y por otra parte 1 persona tiene ingresos mensuales de 2.000 euros en adelante.

4.2. DISCUSIÓN

Por medio de la ejecución del proyecto de investigación se obtuvo datos relevantes los cuales ayudan a dar cumplimiento al objetivo general de esta investigación, cuyo objetivo se resume en Determinar las oportunidades de mercados de las prendas de vestir estilo africano del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) para la comercialización internacional, por lo cual se planteó 3 objetivos específicos los cuales se han ido desarrollando en cada una de las etapas de la investigación.

En cuanto al primer objetivo específico el cual es Fundamental bibliográficamente las oportunidades de mercados y la comercialización internacional de prendas de vestir estilo africano elaboradas por el (CIMPA), se lo llevo a cabo mediante la recopilación de información primaria que en este caso sería la entrevista la cual fue aplicada a la coordinadora del Centro de Investigación de la Mujer de Piel africana la señora Ofelia Lara con la finalidad de conocer cuál es la situación actual y real en cuanto al centro, para de esta manera poder sustentar el objetivo dando así un soporte a la investigación.

Argumentar teóricamente los procesos de comercialización de las prendas de vestir estilo africano elaborados por el (CIMPA), se llevó a cabo mediante la recopilación de información primaria que en este caso es la encuesta aplicada directamente a los productores del centro de investigación, con la finalidad de conocer en qué situación se encuentra la producción, y así poder sustentar este objetivo.

Por otra parte el tercer objetivo específico es Elaborar el estudio de mercado económico y financiero para la comercialización internacional de las prendas de vestir estilo africano del (CIMPA), este objetivo se desarrolló mediante la aplicación de la encuesta a los consumidores, así también como mediante información secundaria mediante diversas fuentes como, Trade Map, Banco Mundial, Banco

Central del Ecuador y la asociación de industrias textiles del Ecuador, gracias a esto se pudo identificar a los principales países importadores de prendas de vestir teniendo en consideración la partida arancelaria 620449 de acuerdo a la resolución del Comex (2017).

En cuanto al análisis estadístico se efectuó el estudio de mercado el cual ayudo a analizar los principales países importadores los cuales son España, Países Bajos y Chile, teniendo en cuenta que cuyos resultados fueron ponderados en la matriz cualitativa por puntos, de acuerdo a dicha ponderación, España es el país más favorable para fomentar las exportaciones de las prendas de vestir estilo africano, debido a que de acuerdo al análisis de los factores económicos, político, legal, tecnológico y geográfico España posee un alto valor adquisitivo mismo valor que favorece a este país frente a los demás países.

Para finalizar se ha tomado en consideración y se ha realizado el estudio económico financiero con la finalidad de determinar si el resultado de la investigación es factible tanto para el proyecto de investigación como para CIMPA, tomando en cuenta que la investigación contribuye al Centro de manera directa a todos quienes conforman puesto que se considera una alternativa en la exportación de prendas de vestir al mercado internacional.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Gracias a las plataformas existentes en el comercio exterior se ha logrado identificar las oportunidades de mercados para la exportación de las prendas de vestir estilo africano, para lo cual se han identificado 3 países metas como, España, Países Bajos y Chile como principales importadores desde Ecuador de la partida arancelaria 620449.
- El Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA), es un centro dedicado a la investigación y producción de prendas de vestir estilo africano, mismo centro que cuenta con falencias en el conocimiento tanto de la comercialización como la exportación de sus productos a un mercado internacional.
- Se determino al mercado español como el principal mercado meta para la exportación de las prendas de vestir estilo africano, mismo país que fue analizado juntamente con Países Bajos y Chile mediante la matriz cualitativa por puntos, siendo España el País con mayor índice de importación en el ámbito textil desde el Ecuador.
- Mediante las encuestas aplicada al país meta que en este caso es España se ha logrado obtener la mayor cantidad de información posible siendo así que gracias a ello se ha identificados los gustos y las preferencias de los consumidores en relación con este tipo de prendas de vestir, teniendo en cuenta que como principal la mayoría de los consumidores ha optado por el consumo de vestidos y turbantes, gracias a esta colaboración de los encuestados se es posible el cumplimiento de los objetivos

5.2. RECOMENDACIONES

- Es importante concretar los acuerdos comerciales que beneficien al sector textil ecuatoriano, de manera especial a todos los centros artesanales, tomando en cuenta que existen gremios y asociaciones que poseen productos con valor agregado, pero que estos no se pueden llevar al mercado

internacional por los altos aranceles los mismos que afectan la rentabilidad de las MiPymes.

- Se recomienda a (CIMPA), seguir fomentando a las futuras generaciones del pueblo Afroecuatoriano la importancia del saber ancestral, el cuidado de la cultura y la explotación de la misma a nivel internacional, sin embargo, no está demás buscar el apoyo de diversas entidades referentes al comercio exterior para que realicen charlas acerca de lo importante que es no solo la producción sino también la comercialización y distribución de las prendas de vestir a nivel internacional cumpliendo con las normas y requisitos requeridos para el ingreso a los mercados internacionales.
- Se recomienda seguir fomentando la comercialización del producto en el mercado meta buscando nuevas alternativas para que dicho producto tenga reconocimiento y permanencia en el mercado internacional en este caso en el mercado español, aplicando ferias internacionales, promociones publicitarias, excesivo manejo de páginas web y spot publicitarios, en los cuales los consumidores no simplemente se empapan de la importación de una prenda de vestir sino también de la cultura afroecuatoriana.
- Se recomienda a CIMPA cumplir con todos los requisitos y normas establecidas en el mercado internacional, para que de esta manera el producto mantenga una permanencia en dicho mercado internacional

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- López, J. (2020). Globalización definición técnica Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/globalizacion.html>
- Banco Mundial. (2018). El empleo, núcleo de desarrollo: transforma economías y sociedades mediante puestos de trabajo sostenibles Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/results/2018/02/13/jobs-at-the-core-of-development>
- Lozano, M. (2017). Industria textil en el mundo Recuperado de <https://docplayer.es/5024492-2-1-industria-textil-en-el-mundo.html>
- Narvaez, M. (2023). Oportunidades de mercado: qué son y cómo aprovecharlas Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/oportunidades-de-mercado/>
- Carrillo, D. (2010). Diagnóstico del sector textil y de la confección Recuperado de <https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/TEXTIL-1.pdf>
- García, L. (2012). Representaciones sociales de las mujeres afrodescendientes los casos de Calí (MAFUM) y Quito (Piel Africana CONAMUNE). Recuperado de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3250/1/T1200-MEC-Garcia-Desenredando.pdf>
- Guerrero, O. & Sánchez, J. (2018). Plan de negocios para la exportación de prendas De vestir. Recuperado de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5469/Guerrero%20Lozada%20%26%20Sanchez%20Mendo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mero, M. (2015). Estudio de los hábitos de consumo de las habitantes del sector norte de Guayaquil de productos de ropa femenina, calzado y confección: una aplicación a los Centros Comerciales de la zona norte de Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/4461>
- Peralta, J. & Troya, J. (2018). Diseño de las estrategias de marketing para el incremento de las exportaciones de prendas de fibras textiles de guayaquil. Ecuador, Guayaquil, Universidad de Guayaquil. Recuperado de

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/85/browse?type=subject&order=ASC&rpp=20&value=PRENDAS+DE+FIBRAS+TEXTILES>

Díaz, L. & Tovar, N. (2019). menciona en su investigación titulada Evaluación de los requerimientos de los empaques en el sector algodón-textil-confección para su incursión en los mercados verdes. Recuperado de <https://repositorio.unibague.edu.co/entities/publication/8c1b3b8b-a230-42f5-a484-668e0c9c0300>

En la revista Liderar (2015). Textilera colombiana abrirá planta en Ecuador. Recuperado de <https://www.revistalideres.ec/lideres/textilera-colombiana-planta-ecuador.html>

Días, J. (2022). Un Acuerdo comercial con estados unidos es la clave. Recuperado De <https://www.revistalideres.ec/lideres/javier-diaz-acuerdo-comercial-ee.html>

Revista lideres (2021). los textileros impulsan un plan para exportar. Recuperado de <https://www.revistalideres.ec/lideres/textileros-impulsan-plan-exportar-lideres.html>

Peñaranda, S. (2019). Bajo nivel de crecimiento de la industria textil ecuatoriana: ¿Elevada concentración industrial o problemas productivos estructurales? Recuperado <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/view/691>

Moreno, et al. (2016). Teorías del comercio internacional recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/doctec11.pdf>

Sánchez, J. (2020). Ventaja comparativa. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-comparativa.html>

Ceballos, A. (2019). ¿Qué es exportar productos? Recuperado de <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/exportarproductos/que-es-exportar-productos/>

Mones, M. (2021). ¿Qué es importar? Empieza a importar productos recuperado <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/que-es-importar/>



Mesquita, R. (2018). ¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias recuperado: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>

- Aguirre, M. (2021). 17 indicadores financieros que aseguran tu gestión empresarial recuperado de appvizer.es/revista/contabilidad-finanzas/contabilidad/indicadores-financieros
- Quiroa, M. (2020). Producción rescatada de <https://economipedia.com/definiciones/produccion.html>
- Jiménez, A. (2021). ¿De qué factores dependen la oferta y la demanda? Recuperado de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/de-que-factores-dependen-la-oferta-y-la-demanda>
- Fernández, J. (2016). Metodología de la investigación el enfoque cuantitativo Recuperado de <https://jorgelfdez.wordpress.com/2016/07/12/el-enfoque-cuantitativo/>
- Ochoa, C. (2015). El muestreo no probabilístico: muestreo por conveniencia. Recuperado de <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-por-conveniencia>
- Sistema armonizado (2019) partida arancelaria producto. Recuperado de <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/content/sistema-armonizado-0#:~:text=El%20Sistema%20Armonizado%2C%20SA%2C%20nomenclatura,aduaneras%20de%20todo%20el%20mundo.>
- Trade Map (2023). Principales países Importadores de prendas de vestir a nivel mundial recuperado de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c6204%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Cobus Group (2023). Principales empresas exportadoras de prendas de vestir en el Ecuador. Recuperado de cobusgroup.com/home
- Sevilla, A. & Moreno, A. (2021). PIB (Producto interior bruto), recuperado de [https://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html#:~:text=El%20producto%20interior%20bruto%20\(PIB\)%20es%20un%20indicador%20econ%C3%B3mico%20que,producto%20bruto%20interno%20\(PBI\).](https://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html#:~:text=El%20producto%20interior%20bruto%20(PIB)%20es%20un%20indicador%20econ%C3%B3mico%20que,producto%20bruto%20interno%20(PBI).)
- Atahualpa, A. (2014). Método cuantitativo por puntos recuperado de <https://prezi.com/nkqx-b5wif94/metodo-cualitativo-por-puntos/>
- Lara, K. (2022). Aplicación de encuestas país meta recuperado de

<https://forms.office.com/Pages/AnalysisPage.aspx?AnalyzerToken=qjdpJohTIEyqD1aOVZU8uAf8FFVXiYbl&id=yb5CCitz0UWXfTuNOsmMKxTmPHe7U9pNqGHT54D-cK9UOUZKRzZNRzIESTdOTVpPME9CUVRQMIZUVy4u>

VII. ANEXOS

Anexo 1. Acta de la Sustentación de Predefensa del TIC


UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI


FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
ACTA
DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR


ESTUDIANTE: LARA ACOSTA KAREN SABRINA		CÉDULA DE IDENTIDAD: 040746043	
PERIODO ACADÉMICO: 2023B		DOCENTE TUTOR: MSc. WILLINGTON GERARDO MERA RODRIGUEZ	
PRESIDENTE TRIBUNAL: PHD. GUSTAVO JAVIER TERÁN ROSERO		DOCENTE: PHD. JAIME RODRIGO MORENO VALLEJO	
TEMA DEL TIC: "Oportunidades de mercados para las prendas de vestir estilo oficina de Centro de Investigación de la Mujer de Piel Abicana (CIMPA) y la comercialización internacional"			


No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	9,00	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9,00	
3	METODOLOGÍA	9,00	
4	RESULTADOS	9,00	
5	DISCUSIÓN	9,00	
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	9,00	
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	9,00	
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	9,00	Revisión de redacción científica, falta ortográfica y estilo del formato


Obliniendo una nota de: **9,00** Por lo tanto, **APRUEBA** debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

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

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **lunes, 11 de diciembre de 2023**


PHD. GUSTAVO JAVIER TERÁN ROSERO
PRESIDENTE TRIBUNAL


MSc. WILLINGTON GERARDO MERA RODRIGUEZ
DOCENTE TUTOR


PHD. JAIME RODRIGO MORENO VALLEJO
DOCENTE

Anexo 2. Certificado del Abstract por parte de Idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Lara Acosta Karen Sabrina				
DATE: 16 de noviembre de 2023				
TOPIC: "Oportunidades de mercados para las prendas de vestir estilo africano de Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) y la comercialización internacional)"				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1 Vera Játiva Edwin Andrés,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		TOTAL 9	



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

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Lara Acosta Karen Sabrina

Fecha de recepción del abstract: 16 de noviembre de 2023

Fecha de entrega del informe: 16 de noviembre de 2023

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



EDISON BOANERGES
PEÑAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

Anexo 3. Certificado de aprobación por parte de CIMPA



**CENTRO DE INVESTIGACION DE LA MUJER DE PIEL AFRICANA
CIMPA
Resolución ministerial Nro. 1165-OM – 2007**

Comité del pueblo Nro. 1 Av. Fco. De La Torre 65-28 y Joaquín Pareja. Telf. 3455401 – 0993580756

Viernes, 9 de julio de 2021

Quito – Ecuador

Srta. Karen Lara

ESTUDIANTE - UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Presente.

Demi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo del CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE LA MUJER DE PIEL AFRICANA (CIMPA), empresa dedicada a la confección de tarjes con identidad africana. Por medio del presente me dirijo a usted para dar respuesta a la solicitud presentada para la realización del trabajo de titulación denominado "Oportunidades de negocios para las prendas de vestir estilo africano del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) Quito-Ecuador y la comercialización a mercados internacionales."

Nuestra empresa está gustosa de recibirlo en nuestras instalaciones para que empiece a realizar dicho trabajo de titulación, cabe recalcar que estamos dispuestas a facilitar la información necesaria, así como también estaremos atentas a cualquier inquietud que usted presente.

Saludos cordiales.

Atentamente:

Ofelia Lara Calderón

Coordinadora del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana

Anexo 4. Formulario 1 (Encuesta a productores)

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

“FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y
ECONOMÍA EMPRESARIAL”

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Formulario 1

ENCUESTA PRODUCTORES

Objetivo: Conocer la percepción de los productores hacia los mercados internacionales para encontrar oportunidades para la comercialización de las prendas de vestir estilo africano del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA).

Datos Personales:

Nombre:

Cedula:

Correo:

Teléfono:

Firma:

Instrucciones: Marque con una X en donde crea conveniente
Este instrumentó consta de varias preguntas en las cuales se evalúa del 1 al 5 donde
1 : muy en desacuerdo
2: en desacuerdo
3: ni de acuerdo ni desacuerdo
4: De acuerdo
5: Muy de acuerdo
Por otra parte existen preguntas también relacionadas en las cuales se evalúa
Muy Atractivo
Atractivo
Indiferente
Poco Atractivo
Nada Atractivo

Variable: Oportunidades de Mercados

N	Dimensión: Clientes	5	4	3	2	1
1	¿A su criterio existe la posibilidad de rescatar la cultura africana en los pueblos					

	afroecuatorianos mediante la comercialización de dichas prendas?					
N	Dimensión: Mercados	5	4	3	2	1
2	¿Es necesario incluir un servicio de encomienda o Delivery para que la comercialización a nivel nacional de las prendas de vestir sea más eficiente?					
N	Dimensión: Oferta	5	4	3	2	1
3	¿Qué tan de acuerdo está usted las ofertas planteadas para los consumidores en las prendas de vestir?					
N	Dimensión: Oferta	Muy atractivo	atractivo	indiferente	Poco atractivo	Nada atractivo
4	¿Qué diseño es el más atractivo para los consumidores?					
	Vestidos					
	Camisas					
	Turbantes					
N	Dimensión: Demanda	5	4	3	2	1
5	¿Está usted de acuerdo con la demanda mensual en la producción de las prendas de vestir estilo africano?					
6	¿Está usted de acuerdo con la materia prima que se utiliza en la producción?					
N	Dimensión: Demanda	Muy atractivo	atractivo	indiferente	Poco atractivo	Nada atractivo
7	¿Cómo considera usted el incremento de la producción a nivel internacional de las prendas de vestir al estilo africano?					

Variable: Comercialización Internacional

N	Dimensión: Exportaciones	5	4	3	2	1
8	¿Está usted de acuerdo con la realización de capacitaciones mensuales sobre la compraventa internacional en el Centro de Investigación para la Mujer de Piel Africana, para que de esta manera se mejore su productividad y comercialización?					
N	Dimensión: Marketing					
9	¿Cree necesario utilizar una página web?					
10	¿Cree necesario utilizar publicidad pagada en medios digitales?					
11	¿Cree usted que su marca es reconocida?					
12	¿Cree usted que es importante invertir para exportar las prendas de vestir?					

KAREN SABRINA LARA ACOSTA AGRADECE SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

"FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL"


CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Formulario 1

ENCUESTA PRODUCTORES

Objetivo: Conocer la percepción de los productores hacia los mercados internacionales para encontrar oportunidades para la comercialización de las prendas de verter estilo africano del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA).

Datos Personales:

Nombre: Louides Congo
 Cedula: 0401297239
 Correo: chiquilola@yahoo.es
 Teléfono: 0994298137
 Firma: 

Instrucciones: Marque con una X en donde crea conveniente
 Este instrumentó consta de varias preguntas en las cuales se evalúa del 1 al 5 donde
 1: muy en desacuerdo
 2: en desacuerdo
 3: ni de acuerdo ni desacuerdo
 4: De acuerdo
 5: Muy de acuerdo
 Por otra parte existen preguntas también relacionadas en las cuales se evalúa
 Muy Atractivo
 Atractivo
 Indiferente
 Poco Atractivo
 Nada Atractivo

Variable: Oportunidades de Mercados

N	Dimensión: Clientes	5	4	3	2	1
I	¿A su criterio existe la posibilidad de rescatar la cultura africana en los pueblos afroecuatorianos mediante la comercialización de dichas prendas?	X				
N	Dimensión: Mercados	5	4	3	2	1

2	¿Es necesario incluir un servicio de encomienda o Delivery para que la comercialización a nivel nacional de las prendas de vestir sea más eficiente?					
N	Dimensión: Oferta					
3	¿Qué tan de acuerdo está usted las ofertas planteadas para los consumidores en las prendas de vestir?	5	4	3	2	1
N	Dimensión: Oferta					
4	¿Qué diseño es el más atractivo para los consumidores?	Muy atractivo	atractivo	indiferente	Poco atractivo	Nada atractivo
	Vestidos					
	Camisas	X				
	Turbantes					
N	Dimensión: Demanda					
5	¿Está usted de acuerdo con la demanda mensual en la producción de las prendas de vestir estilo africano?	5	4	3	2	1
		X				
6	¿Está usted de acuerdo con la materia prima que se utiliza en la producción?					
		X				
N	Dimensión: Demanda	Muy atractivo	atractivo	indiferente	Poco atractivo	Nada atractivo
7	¿Cómo considera usted el incremento de la producción a nivel internacional de las prendas de vestir al estilo africano?					
		X				

Variable: Comercialización Internacional

N	Dimensión: Exportaciones					
8	¿Está usted de acuerdo con la realización de capacitaciones mensuales sobre la compraventa internacional en el Centro de Investigación para la Mujer de Piel Africana, para que de esta manera se mejore su productividad y comercialización?	5	4	3	2	1
		/				
N	Dimensión: Marketing					
9	¿Cree necesario utilizar una página web?					
		/				
10	¿Cree necesario utilizar publicidad pagada en medios digitales?					
		/				
11	¿Cree usted que su marca es reconocida?					
		/				
12	¿Cree usted que es importante invertir para exportar las prendas de vestir?					
		/				

KAREN SABRINA LARA ACOSTA AGRADECE SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

"FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL"

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Formulario 1

ENCUESTA PRODUCTORES

Objetivo: Conocer la percepción de los productores hacia los mercados internacionales para encontrar oportunidades para la comercialización de las prendas de vestir estilo africano del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA).

Datos Personales:

Nombre: Luis Espino

Cedula: 175223449

Correo:

Teléfono: 0995670441

Firma: 

Instrucciones: Marque con una X en donde crea conveniente
Este instrumentó consta de varias preguntas en las cuales se evalúa del 1 al 5 donde
1: muy en desacuerdo
2: en desacuerdo
3: ni de acuerdo ni desacuerdo
4: De acuerdo
5: Muy de acuerdo
Por otra parte existen preguntas también relacionadas en las cuales se evalúa
Muy Atractivo
Atractivo
Indiferente
Poco Atractivo
Nada Atractivo

Variable: Oportunidades de Mercados

N	Dimensión: Clientes	5	4	3	2	1
1	¿A su criterio existe la posibilidad de rescatar la cultura africana en los pueblos afroecuatorianos mediante la comercialización de dichas prendas?		X			
N	Dimensión: Mercados	5	4	3	2	1

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

"FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL"

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Formulario 1

ENCUESTA PRODUCTORES

Objetivo: Conocer la percepción de los productores hacia los mercados internacionales para encontrar oportunidades para la comercialización de las prendas de verter estilo africano del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA).

Datos Personales:

Nombre: *Miriana Cazo*
 Cedula: *1705524134*
 Correo: *miriana_chavelona@hotmail.com*
 Teléfono: *0992194254*
 Firma: *Miriana Cazo*

Instrucciones: Marque con una X en donde crea conveniente
 Este instrumentó consta de varias preguntas en las cuales se evalúa del 1 al 5 donde
 1: muy en desacuerdo
 2: en desacuerdo
 3: ni de acuerdo ni desacuerdo
 4: De acuerdo
 5: Muy de acuerdo
 Por otra parte existen preguntas también relacionadas en las cuales se evalúa
 Muy Atractivo
 Atractivo
 Indiferente
 Poco Atractivo
 Nada Atractivo

Variable: Oportunidades de Mercados

N	Dimensión: Clientes	5	4	3	2	1
1	¿A su criterio existe la posibilidad de rescatar la cultura africana en los pueblos afroecuatorianos mediante la comercialización de dichas prendas?		X			
N	Dimensión: Mercados	5	4	3	2	1

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

"FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL"


CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Formulario 1

ENCUESTA PRODUCTORES

Objetivo: Conocer la percepción de los productores hacia los mercados internacionales para encontrar oportunidades para la comercialización de las prendas de vestir estilo africano del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA).

Datos Personales:

Nombre: Candy Mosquera
 Cedula: 7232438069
 Correo: comi201098@outlook.com
 Teléfono: 0969 77 6946
 Firma: 

Instrucciones: Marque con una X en donde crea conveniente
 Este instrumento consta de varias preguntas en las cuales se evalúa del 1 al 5 donde
 1: muy en desacuerdo
 2: en desacuerdo
 3: ni de acuerdo ni desacuerdo
 4: De acuerdo
 5: Muy de acuerdo
 Por otra parte existen preguntas también relacionadas en las cuales se evalúa
 Muy Atractivo
 Atractivo
 Indiferente
 Poco Atractivo
 Nada Atractivo

Variable: Oportunidades de Mercados

N	Dimensión: Clientes	5	4	3	2	1
1	¿A su criterio existe la posibilidad de rescatar la cultura africana en los pueblos afroecuatorianos mediante la comercialización de dichas prendas?	X				
N	Dimensión: Mercados	5	4	3	2	1

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

"FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL"

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Formulario 1

ENCUESTA PRODUCTORES

Objetivo: Conocer la percepción de los productores hacia los mercados internacionales para encontrar oportunidades para la comercialización de las prendas de vestir estilo africano del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA).

Datos Personales:

Nombre: *Maria del Carmen Carcelén*

Cedula: *1712840329*

Correo: *Carmita.pele@telcel.com*

Teléfono: *0892331469*

Firma: *[Firma manuscrita]*

Instrucciones: Marque con una X en donde crea conveniente
Este instrumento consta de varias preguntas en las cuales se evalúa del 1 al 5 donde
1: muy en desacuerdo
2: en desacuerdo
3: ni de acuerdo ni desacuerdo
4: De acuerdo
5: Muy de acuerdo
Por otra parte existen preguntas también relacionadas en las cuales se evalúa
Muy Atractivo
Atractivo
Indiferente
Poco Atractivo
Nada Atractivo

Variable: Oportunidades de Mercados

N	Dimensión: Clientes	5	4	3	2	1
1	¿A su criterio existe la posibilidad de rescatar la cultura africana en los pueblos afroecuatorianos mediante la comercialización de dichas prendas?		X			
N	Dimensión: Mercados	5	4	3	2	1

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

"FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL"

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Formulario 1

ENCUESTA PRODUCTORES

Objetivo: Conocer la percepción de los productores hacia los mercados internacionales para encontrar oportunidades para la comercialización de las prendas de vestir estilo africano del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA).

Datos Personales:

Nombre: *Jackeline Canchingre*
Cedula: *1725978041*
Correo: *jake_22dolcemaria@hotmail.com*
Teléfono: *02244601*
Firma: *[Firma]*

Instrucciones: Marque con una X en donde crea conveniente
Este instrumentó consta de varias preguntas en las cuales se evalúa del 1 al 5 donde
1: muy en desacuerdo
2: en desacuerdo
3: ni de acuerdo ni desacuerdo
4: De acuerdo
5: Muy de acuerdo
Por otra parte existen preguntas también relacionadas en las cuales se evalúa
Muy Atractivo
Atractivo
Indiferente
Poco Atractivo
Nada Atractivo

Variable: Oportunidades de Mercados

N	Dimensión: Clientes	5	4	3	2	1
1	¿A su criterio existe la posibilidad de rescatar la cultura africana en los pueblos afroecuatorianos mediante la comercialización de dichas prendas?		X			
N	Dimensión: Mercados	5	4	3	2	1

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

"FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL"

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Formulario 1

ENCUESTA PRODUCTORES

Objetivo: Conocer la percepción de los productores hacia los mercados internacionales para encontrar oportunidades para la comercialización de las prendas de verter estilo africano del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA).

Datos Personales:

Nombre: Joel Lizano
 Cedula: 1754488771
 Correo: joellizano2@gmail.com
 Teléfono: 3455231
 Firma: [Firma manuscrita]

Instrucciones: Marque con una X en donde crea conveniente
 Este instrumentó consta de varias preguntas en las cuales se evalúa del 1 al 5 donde
 1 : muy en desacuerdo
 2: en desacuerdo
 3: ni de acuerdo ni desacuerdo
 4: De acuerdo
 5: Muy de acuerdo
 Por otra parte existen preguntas también relacionadas en las cuales se evalúa
 Muy Atractivo
 Atractivo
 Indiferente
 Poco Atractivo
 Nada Atractivo

Variable: Oportunidades de Mercados

N	Dimensión: Clientes	5	4	3	2	1
1	¿A su criterio existe la posibilidad de rescatar la cultura africana en los pueblos afroecuatorianos mediante la comercialización de dichas prendas?	X				
N	Dimensión: Mercados	5	4	3	2	1

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

"FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL"

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Formulario 1

ENCUESTA PRODUCTORES

Objetivo: Conocer la percepción de los productores hacia los mercados internacionales para encontrar oportunidades para la comercialización de las prendas de verter estilo africano del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA).

Datos Personales:

Nombre: *Michael Herrera*

Cedula: *1725838203*

Correo: *michaelherreria@gmail.com*

Teléfono: *3451732*

Firma: *[Firma manuscrita]*

Instrucciones: Marque con una X en donde crea conveniente
 Este instrumentó consta de varias preguntas en las cuales se evalúa del 1 al 5 donde
 1 : muy en desacuerdo
 2: en desacuerdo
 3: ni de acuerdo ni desacuerdo
 4: De acuerdo
 5: Muy de acuerdo
 Por otra parte existen preguntas también relacionadas en las cuales se evalúa
 Muy Atractivo
 Atractivo
 Indiferente
 Poco Atractivo
 Nada Atractivo

Variable: Oportunidades de Mercados

N	Dimensión: Clientes	5	4	3	2	1
1	¿A su criterio existe la posibilidad de rescatar la cultura africana en los pueblos afroecuatorianos mediante la comercialización de dichas prendas?		X			
N	Dimensión: Mercados	5	4	3	2	1

Anexo 5.Formulario 2(Entrevista a coordinadora del CIMPA

Formulario 2

ENTREVISTA COORDINADORA (CIMPA)

Objetivo: Evaluar el conocimiento que como coordinadora del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana tiene en cuanto a todos los aspectos los cuales conllevan a su producto al consumidor final brindando así una satisfacción al entrevistador en cuanto a lograr obtener los resultados requeridos.

Datos Personales:

Nombre:

Cedula

Correo

Teléfono

Firma

Instrucciones: Contestar cada una de las preguntas las cuales son de tipo abierta con la mayor sinceridad y rigidez permitiendo al entrevistados una mayor claridad en los resultados a obtener

Variable: Oportunidades de Mercados

Dimensión: Proveedores

P1: ¿Está usted de acuerdo con la materia prima que se utiliza en la producción?

SI	
NO	

¿Por qué?

.....
.....

Dimensión: Oferta

P2: ¿Qué prenda de vestir es la más ofertada? ¿Describa dicha prenda?

.....
.....

Dimensión: Demanda

P3: ¿Considera usted que las prendas de vestir que se comercializan mensualmente satisfacen la producción del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) y la demanda ante los consumidores? ¿Por qué?

SI	
NO	

¿Por qué?

.....
.....

P4: ¿Cómo cree usted que se puede incrementar la producción a nivel nacional de las prendas de vestir al estilo africano?

.....
.....

Dimensión: Empresa

P5: ¿considera a las prendas de vestir estilo africano como una marca nacional?

SI	
NO	

¿Explique por qué?

.....
.....

P6: ¿Considera usted que el Centro de Investigación de La Mujer de Piel Africana, debería tener capacitaciones en cuanto se refiere a producción y comercialización de las prendas de Vestir?

SI	
NO	

¿Por qué?

.....
.....

Variable: Comercialización Internacional

Dimensión: Exportaciones

P7: ¿Qué probabilidad de asociarse en la exportación de las prendas de vestir considera usted que tiene el Centro de Investigación para la Mujer de Piel Africana (CIMPA)? ¿Por qué considera esa probabilidad?

MUCHA	
-------	--

POCA	
NADA	

.....

P8: ¿Cuáles son los conocimientos que tiene usted como presidenta del Centro de Investigación para la Mujer de Piel Africana (CIMPA) sobre las condiciones establecidas para la exportación de dichas prendas de vestir?

.....

P9: ¿Conoce usted los requisitos que se necesitan para la exportación de prendas de vestir?

SI	
NO	

Si su respuesta es sí responda lo siguiente:
 De los requisitos que se menciona cuales usted conoce

Documentos de Exportación	
Proveedores acompañantes en el proceso de exportación	
Presentar a la empresa a las autoridades competentes	
Logística de exportación	
Términos de negociación convencionales	

Dimensión: Marketing

P10: ¿Como a fluctuado las ventas en los últimos 5 años?

P11: ¿Cómo cree usted que el servicio de marketing digital ayuda con la comercialización internacional de las prendas de vestir?

.....
.....
.....

P12: ¿Cómo considera usted a las restricciones existentes para que su producto pueda ingresar al mercado internacional?

.....
.....
.....

P13: ¿Considera a las prendas de vestir estilo africano una oportunidad en el mercado internacional?

.....
.....
.....

P14: ¿Por qué considera que al momento de comercializar a nivel internacional las prendas de vestir estilo africano no simplemente se comercializa ropa sino cultura, descendencia y tradiciones?

.....
.....
.....

P15: ¿Existe un apoyo constante por las entidades externas para el buen desarrollo del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana?

SI	
NO	

Si la respuesta es sí. ¿Cuáles son? ¿En qué consiste el apoyo?

.....
.....
.....

P16: ¿Cuáles son las principales desventajas que tienen como Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana para la comercialización internacional?

.....
.....
.....

P17: ¿Tiene usted conocimiento del significado de la utilización de las prendas estilo africano?

SI	
NO	

Explique:

.....
.....
.....

KAREN SABRINA LARA ACOSTA AGRADESCE SU ACOGIMIENTO Y COLABORACIÓN

Formulario 2

ENTREVISTA COORDINADORA (CIMPA)

Objetivo: Evaluar el conocimiento que como coordinadora del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana tiene en cuanto a todos los aspectos los cuales conllevan a su producto al consumidor final brindando así una satisfacción al entrevistador en cuanto a lograr obtener los resultados requeridos.

Datos Personales:

Nombre: Ofelia Lara Calderón
 Cedula 1001098787
 Correo Ofeliosaoshun@yahoo.es
 Teléfono 0993580756
 Firma *Ofelia Lara*

Instrucciones: Contestar cada una de las preguntas las cuales son de tipo abierta con la mayor sinceridad y rigidez permitiendo al entrevistados una mayor claridad en los resultados a obtener

Variable: Oportunidades de Mercados

Dimensión: Proveedores

P1: ¿Está usted de acuerdo con la materia prima que se utiliza en la producción?

SI	
NO	X

¿Por qué?

Nos falta más telas extranjeras o sea exportados, es especialmente de África y Europa con los que originalmente de la objetivo de la telecciones es para complementar con las nacionales con los y comta más hoy.

Dimensión: Oferta

P2: ¿Qué prenda de vestir es la más ofertada? ¿Describa dicha prenda?

las vestidos y camisas, turbantes con cintas con signos y simbologías y moños. Los colores son diferentes modelos de turbantes Kenyas que cuentan una historia.

Dimensión: Demanda

P3: ¿Considera usted que las prendas de vestir que se comercializan mensualmente satisfacen la producción del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) y la demanda ante los consumidores? ¿Por qué?

SI	
NO	X

¿Por qué?

Una porque la distancia de los países que necesitan exportar y no tenemos contactos seguros que no puedan abastecerse, se debe a mucha entrada de producción.

P4: ¿Cómo cree usted que se puede incrementar la producción a nivel nacional de las prendas de vestir al estilo africano?

- Tener en stop las telas exportadas desde los diferentes países, confeccionar los suficientes modelos y prendas para también tener exhibidos en la butik.

Dimensión: Empresa

P5: ¿considera a las prendas de vestir estilo africano como una marca nacional?

SI	X
NO	

¿Explique por qué?

Porque poco a poco la gente ya está conociendo de que se trata la calidad de las telas, la calidad de los diseños y va saliendo más prendas a muchas provincias.

P6: ¿Considera usted que el Centro de Investigación de La Mujer de Piel Africana, debería tener capacitaciones en cuanto se refiere a producción y comercialización de las prendas de Vestir?

SI	X
NO	

¿Por qué?

Siempre incluso porque es de no. ni. ni. y cada. todos los que trabajo. mos. en. este. tema. Tema. mas. que. conosco. y. mucha. gente. me. va. que. ta. me. bien. lle- ga. a. seguir. en. este. trabajo.

Variable: Comercialización Internacional

Dimensión: Exportaciones

P7: ¿Qué probabilidad de asociarse en la exportación de las prendas de vestir considera usted que tiene el Centro de Investigación para la Mujer de Piel Africana (CIMPA)? ¿Por qué considera esa probabilidad?

MUCHA	<input checked="" type="checkbox"/>
POCA	<input type="checkbox"/>
NADA	<input type="checkbox"/>

Por que ya a veces conversaciones con el Ministerio de Relaciones Exteriores con las organizaciones Nacionales e Inter- nacionales, con comerciantes de otros países, etc.

P8: ¿Cuáles son los conocimientos que tiene usted como presidenta del Centro de Investigación para la Mujer de Piel Africana (CIMPA) sobre las condiciones establecidas para la exportación de dichas prendas de vestir?

La Calidad - Confección, Telas, el proceso de exportación, la diferentes Formas de producción, la materia y los países y lugares con que tenemos que exportar

P9: ¿Conoce usted los requisitos que se necesitan para la exportación de prendas de vestir?

SI	<input checked="" type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

Si su respuesta es sí responda lo siguiente:

De los requisitos que se menciona cuales usted conoce

Documentos de Exportación	<input checked="" type="checkbox"/>
Proveedores acompañantes en el proceso de exportación	<input checked="" type="checkbox"/>

Presentar a la empresa a las autoridades competentes	✓
Logística de exportación	✓
Términos de negociación convencionales	✓

Dimensión: Marketing

P10: ¿Cómo a fluctuado las ventas en los últimos 5 años?

→ Mal, bajo como todo por la pandemia nos quedamos sin producir sin vender, prácticamente quebramos

P11: ¿Cómo cree usted que el servicio de marketing digital ayuda con la comercialización internacional de las prendas de vestir?

Es importante, es un medio que ayuda rápidamente a llegar a más clientes y a muchos países.

P12: ¿Cómo considera usted a las restricciones existentes para que su producto pueda ingresar al mercado internacional?

- Primero es el recurso económico
- Hay que trabajar mucho con los clientes
- Conocer bien el mercado internacional

P13: ¿Considera a las prendas de vestir estilo africano una oportunidad en el mercado internacional?

Si lo considero, ya que hay telas para producir para todo tipo de clientes de bajos precios, como para gente con mucho dinero, son apetecidos.

P14: ¿Por qué considera que al momento de comercializar a nivel internacional las prendas de vestir estilo africano no simplemente se comercializa ropa sino cultura, descendencia y tradiciones?

Porque Africa es la cuna de la humanidad, hay mucho que saber, y todos somos herederos de esa herencia africana que hoy que rescatarla, se avivará empoderar nos, y ve re nos que volvere mos a saber de gestamos hechos, que es lo mejor.

P15: ¿Existe un apoyo constante por las entidades externas para el buen desarrollo del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana?

SI	
NO	X

Si la respuesta es si. ¿Cuáles son? ¿En que consiste el apoyo?

No hay mucho apoyo ya que es un mercado no muy trabajado con el tiempo y con conocimiento espere mas que si por el bien de todos

P16: ¿Cuáles son las principales desventajas que tienen cómo Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana para la comercialización internacional?

- RECURSO ECONOMICO
- Mercado
- y la producción

P17: ¿Tiene usted conocimiento del significado de la utilización de las prendas estilo africano?

SI	X
NO	

Explique:

si se que cuentan una historia de vida a travez de sus colores, modelos, simbolos y signos sus amarrados o nudos de las turbantes

SALUD - significa - LIBERTAD - CUIDADO
SANAACION - Historio - PROTECCION - ESPIRITUAL
- SOL - Caminos - AMOR - TIERRA - RELACION
- LUNA - AGUA
KAREN SABRINA LARA ACOSTA AGRADESCE SU
ACOGIMIENTO Y COLABORACION
- MAR
- ROMANCE ETC.
- CULTURA.
- IDENTIDA.

Anexo 6.Formulario 3 (Encuesta a los consumidores)

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

“FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y
ECONOMÍA EMPRESARIAL”

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

FORMULARIO 3 ENCUESTA A LOS CONSUMIDORES

OBJETIVO:

Recolectar la mayor cantidad de muestras posibles con la final de recaudar los gustos y preferencias a los cuales se inclinan los clientes con respecto a las tendencias existentes en la forma de vestir, mismo que contribuirá con el tema de investigación “Oportunidades de mercados para las prendas de vestir estilo africano del Centro de Investigación de la Mujer de Piel Africana (CIMPA) y la comercialización internacional.

INSTRUCCIONES:

- Marque con una X la respuesta que usted crea conveniente
- En algunas preguntas se utilizará la escala de Likert para lo cual es importante que usted considere los aspectos de esta.

DATOS GENERALES

1. País

.....

2. Ciudad

.....

3. Género

Masculino	<input type="checkbox"/>
femenino	<input type="checkbox"/>

4. Nombre:

.....

5. Edad

De 15 a 20 años	<input type="checkbox"/>
De 21 a 25 años	<input type="checkbox"/>
De 26 a 30 años	<input type="checkbox"/>
De 31 a 35 años	<input type="checkbox"/>

De 36 años en adelante	
------------------------	--

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA:

VARIABLE INDEPENDIENTES: OPORTUNIDADES DE MERCADOS

DIMENSIÓN: Clientes

¿Con que frecuencia Adquiere usted prendas de vestir?

Nunca	
Casi Nunca	
Ocasionalmente	
Casi todos los meses	
Todos los meses	

¿Está usted de acuerdo con el servicio de entrega a domicilio sin recargo al valor del producto?

5	Muy de Acuerdo	
4	De acuerdo	
3	Ni de Acuerdo ni desacuerdo	
2	En Desacuerdo	
1	Muy en Desacuerdo	

DIMENSIÓN: Mercados

¿Qué precio está dispuesto a pagar por dicha prenda?

34 €	
45 €	
58 €	
79 €	
140 €	

¿Está usted dispuesto a pagar el valor designado a estas prendas por su cultura y significado?

5	Muy de Acuerdo	
---	----------------	--

4	De acuerdo	
3	Ni de Acuerdo ni desacuerdo	
2	En Desacuerdo	
1	Muy en Desacuerdo	

¿Qué tipo de prenda de vestir africana utiliza con más frecuencia?

Vestidos para damas	
Blusas para damas	
Camisetas para caballeros	
Turbantes (Diademas)	
Ninguna de las anteriores	

¿Qué tan importante considera usted el uso de estas prendas?

5	Demasiado importante	
4	Muy importante	
3	Poco importante	
2	Casi nada importante	
1	Nada importante	

¿Del listado que se presenta a continuación del significado de la utilización de las prendas de vestir estilo africano cual conoce usted?

Resistencia	
Libertad	
Empoderamiento	
Comunicación	
Saberes	
Caminos recorridos	

¿Cuáles son las razones por las que usted está dispuesto a comprar prendas de vestir estilo africano?

Empoderamiento cultural	
Moda	
obligación	
Temporada	
Comodidad	

DIMENSIÓN: Oferta

¿Está usted dispuesto a pagar el valor designado a estas prendas por su cultura y significado?

Si	
No	

¿Está usted de acuerdo con que se incrementen ofertas en la comercialización de las prendas de vestir estilo africano?

5	Muy de Acuerdo	
4	De acuerdo	
3	Ni de Acuerdo ni desacuerdo	
2	En Desacuerdo	
1	Muy en Desacuerdo	

VARIABLE DEPENDIENTES: COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL

DIMENSIÓN: Exportaciones

¿cómo considera usted el servicio transporte de las prendas de vestir desde el mercado internacional?

5	Demasiado importante	
4	Muy importante	
3	Poco importante	
2	Casi nada importante	
1	Nada importante	

DIMENSIÓN: Importaciones

¿Está usted de acuerdo que es una buena inversión realizar importaciones de prendas de vestir estilo africano desde el Ecuador para la comercialización en su país?

5	Muy de Acuerdo	
4	De acuerdo	
3	Ni de Acuerdo ni desacuerdo	
2	En Desacuerdo	
1	Muy en Desacuerdo	

DIMENSIÓN: Marketing

¿De qué forma le gustaría pagar el consumo de las prendas de vestir

Transferencia	
Cheque	
Orden de Pago	
Remesas	
Crédito	
Documentario	

¿Cuál es su Ingreso mensual promedio?

De 1 a 400 euros	
De 401 a 800 euros	
De 801 a 1200 euros	
De 1201 a 1600 euros	
De 1601 a 2000 euros	
De 2001 euros en adelante	

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

26 Respuestas 04:37 Tiempo medio para finalizar Activo Estado

1. País

26 Respuestas

Respuestas más recientes
"España"
"España"
"España"


2. Ciudad

26 Respuestas

Respuestas más recientes
"Alicante"
"Santa Cruz de Tenerife"
"Barcelona"

3. Genero

Masculino	9
Femenino	17
LGBTI	0




4. Nombre

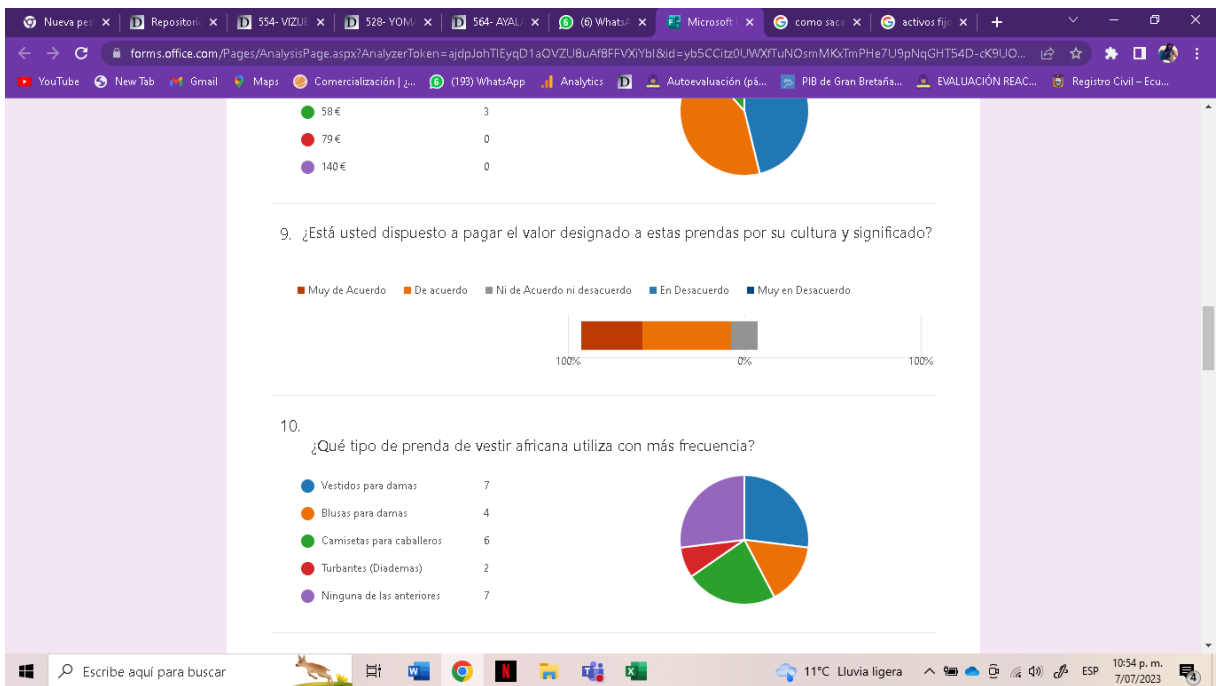
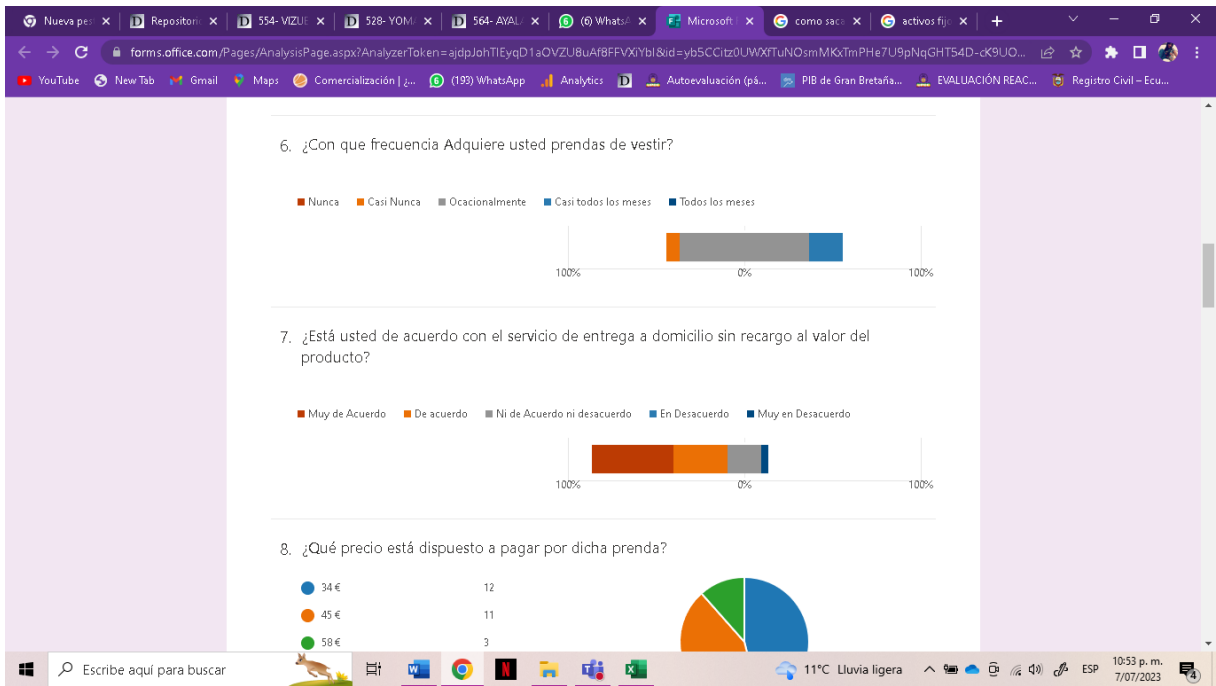
26 Respuestas

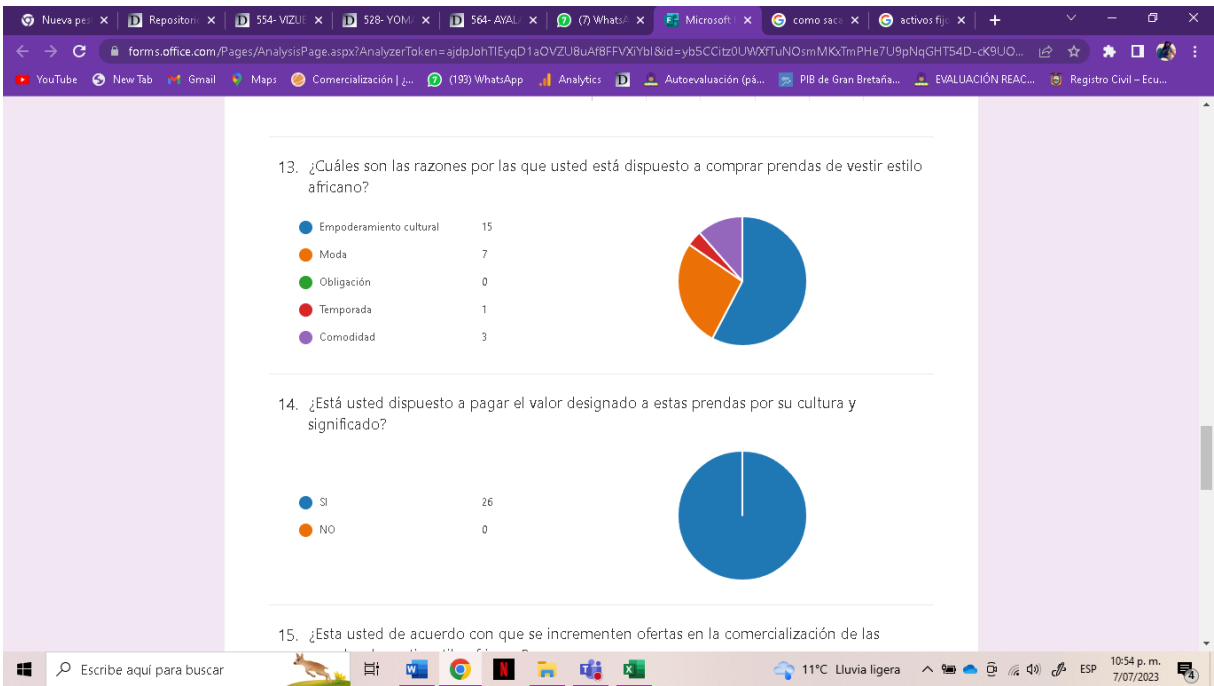
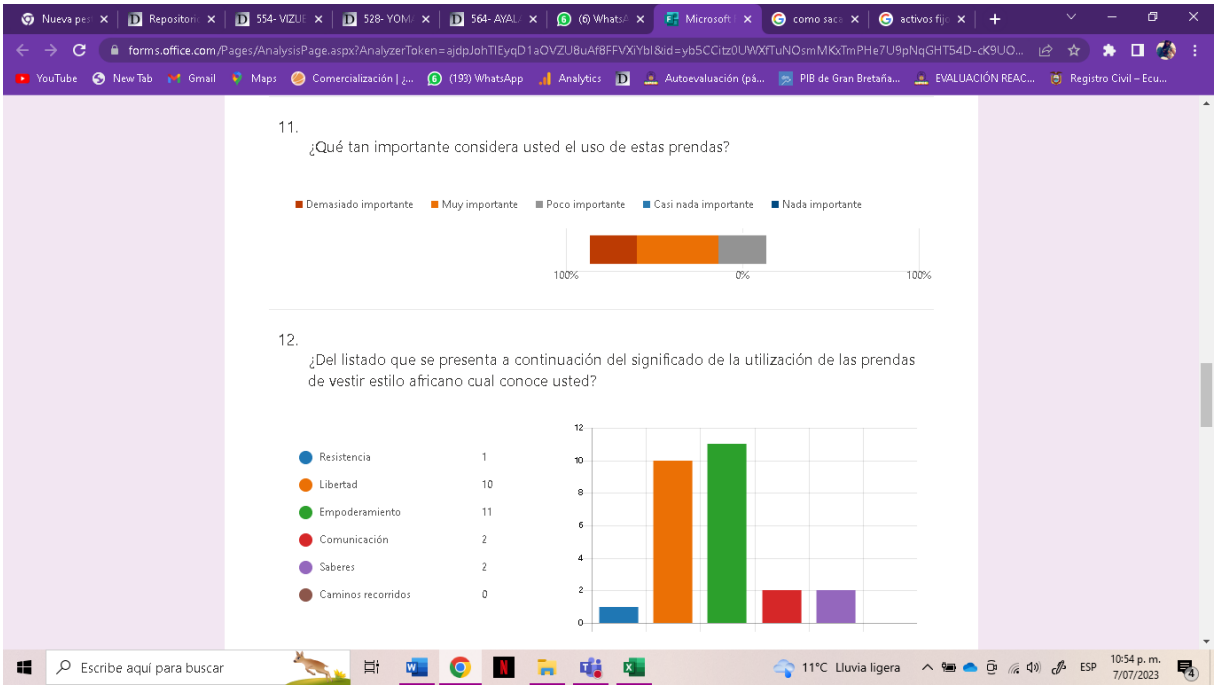
Respuestas más recientes
"Dayra"
"Mariangel"
"Maria Celiana"

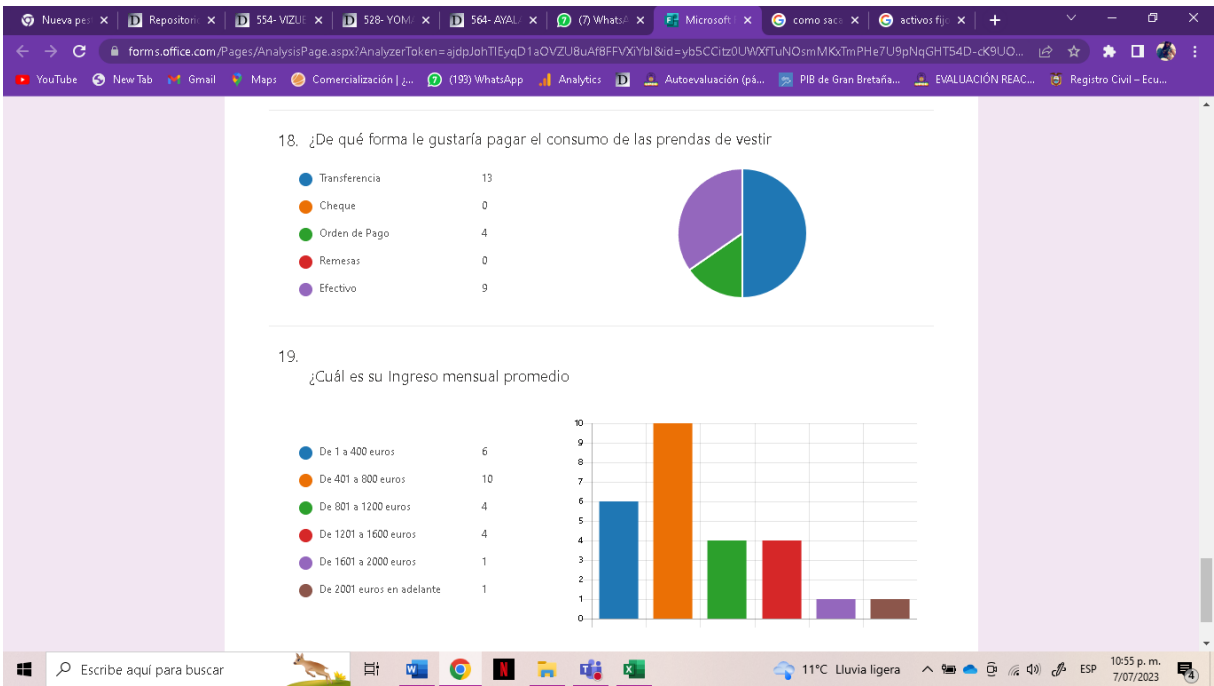
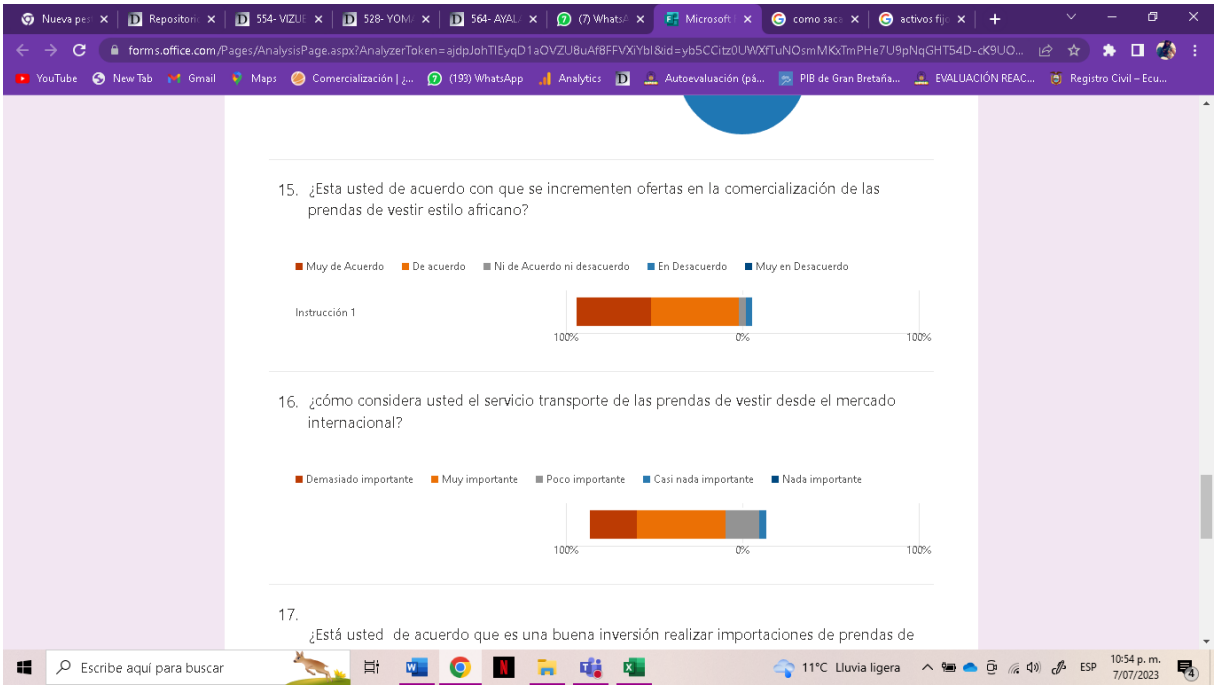
5. Edad

De 15 a 20 años	2
De 21 a 25 años	17
De 26 a 30 años	3









Anexo 7. Evidencia aplicación de instrumentos

