

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

### CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**Tema:** “El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura”

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

AUTORAS: Hurtado Cornejo Génesis Luzmila

Rodríguez Freire Gina Berenice

TUTORA: Dra. Gutiérrez Villarreal Milena del Rocío

Tulcán, 2023.

## CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que las estudiantes Hurtado Cornejo Génesis Luzmila y Rodríguez Freire Gina Berenice con el número de cédula 0401896303 y 0401768742 respectivamente han desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura"

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.



---

Dr. Gutiérrez Villarreal Milena del Rocío

**TUTOR**

Tulcán, febrero de 2023

## AUTORÍA DE TRABAJO

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

Nosotras, Hurtado Cornejo Génesis Luzmila y Rodríguez Freire Gina Berenice con cédula de identidad número 0401896303 y 0401768742 respectivamente declaramos: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



---

Hurtado Cornejo Génesis Luzmila

**AUTORA**



---

Rodríguez Freire Gina Berenice

**AUTORA**

Tulcán, febrero de 2023

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Nosotras, Hurtado Cornejo Génesis Luzmila y Rodríguez Freire Gina Berenice declaramos ser autoras de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: “El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura” y se exime expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



---

Hurtado Cornejo Génesis Luzmila

**AUTORA**



---

Rodríguez Freire Gina Berenice

**AUTORA**

Tulcán, febrero de 2023

## **AGRADECIMIENTO**

“El agradecimiento es la memoria del corazón” (Franco Escamilla)

Quiero empezar dando gracias a Dios por permitirme tener fuerza y paciencia para cumplir con mi sueño, mi agradecimiento muy grande a mis padres Henry y Glenda a mis hermanos Zamira y Said por su sacrificio diario tanto económico como moral su apoyo y guía constante destacando que todo es posible con dedicación amor y paciencia, gracias por ser mis influyentes en lo que hoy he alcanzado durante todos estos años de estudio, brindándome su amor y apoyo infinito. Este triunfo, es de ustedes y para ustedes querida familia. A mi abuelita Luzmila Chacón, a mi tía Lorena Cornejo quienes fueron incondicionales, a quienes les tengo un valioso agradecimiento por su infinita bondad y cariño. Agradezco con todo mi amor a la Génesis de hace 5 años aquella que entro con muchos sueños y nunca dejo de luchar por convertirme en la mujer fuerte y valiente que soy hoy, quien me enseñó a ser una buena persona y profesional. Siempre estaré eternamente agradecida, con cariño:

*Génesis Hurtado*

Agradezco a mi madre Piedad Rodríguez quien en vida me impulso a seguir adelante a pesar de los obstáculos presentados y a mi hermano Andrés y hermanas Elizabeth y Luz quienes después de la partida de nuestra madre me han apoyado académicamente y moralmente, de igual manera a mi esposo Aldo Portilla y mis hijos Ithan Portilla y Aileen Portilla, fueron las personas quienes, con su paciencia, dedicación, apoyo incondicional confiaron en mí.

Un agradecimiento a toda mi familia tíos, tías, sobrinos y sobrinas quienes han estado presentes en cada uno de mis retos propuestos y convertirme en una mujer formada profesionalmente a todos y cada uno de ellos los llevare en el corazón. A la Dra. Milena Gutiérrez por ser guía constante en este proceso, por ser apoyo durante el desarrollo de la misma, también a la MSc: Lorena Ruano y MSc: Liliانا Montenegro quiénes nos impartieron sus conocimientos.

Finalmente, agradecerme a mí mismo por llegar hasta aquí y demostrarme de lo que soy capaz.

*Berenice Rodríguez*

## DEDICATORIA

“Las palabras nunca alcanzan cuando lo que hay que decir desborda el alma” (Julio Cortez)

Este esfuerzo se lo dedico a Dios por que durante estos 5 años no me dejo caer y por el pude ganar esta etapa de mi vida agradezco a Dios por que la gloria es de él y para él. Este trabajo está dedicado a mis padres Hendry Hurtado y Glenda Cornejo mis hermanos Zamira y Said ya que con sus enseñanzas y sabiduría supieron inculcarme valiosos valores durante toda mi carrera universitaria. Sin sus consejos y apoyos diarios para no flaquear ante las adversidades, nada de esto hubiese sido posible. En este trabajo está todo mi amor a ellos pues siempre quiero enorgullecer su corazón: me enseñaron que nada en la vida es fácil pero que ellos estarán en mis caídas y victorias. A mi familia, amigos y demás personas que, con su granito de arena supieron apoyarme, para finalizar la vida no es fácil pero los sueños si se cumplen con amor:

*Génesis Hurtado*

Este logro va dedico a ti madre Piedad Rodríguez sé que me sonríes desde el cielo y que te recuerdo con más ansias gracias por ser el pilar fundamental en mi vida, apoyándome en esta etapa profesional y que este sueño no hubiera sido posible sino me hubieras impulsado a seguir luchando por mis sueños para alcanzar mis metas y convertirme en una persona formada profesionalmente con valores y principios.

A mi hermano Andrés Carvajal que gracias a su apoyo incondicional y cariño y me ha apoyado en los momentos difíciles de mi etapa profesional y que con sus consejos siempre ha estado hay para apoyarme y yo haré lo mismo por ti toda la vida y fuiste quien me ayudo para seguir adelante y no desmayar, para convertirme en una persona llena de valores y virtudes.

A mis hijos Ithan Portilla y Aileen Portilla por ser los motores en mi vida y los que me inspiran cada día a superarme y ser una mejor persona y ser ejemplo para seguir para ellos.

*Berenice Rodríguez*

## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	17
<b>ABSTRACT</b> .....	18
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	19
<b>I. EL PROBLEMA</b> .....	21
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	21
<b>1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	25
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN</b> .....	25
<b>1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	29
1.4.1. Objetivo General .....	29
1.4.2. Objetivos Específicos.....	29
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	29
<b>II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	31
<b>2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	31
2.1.1. Antecedente 1.....	31
2.1.2. Antecedente 2.....	31
2.1.3. Antecedente 3.....	32
2.1.4. Antecedente 4.....	33
2.1.5. Antecedente 5.....	33
2.1.6. Antecedente 6.....	34
2.1.7. Antecedente 7.....	34
2.1.8. Antecedente 8.....	35
2.1.9. Antecedente 9.....	35
2.1.10. Antecedente 10.....	36
<b>2.2. MARCO TEÓRICO</b> .....	37
2.2.1. Fundamentación Teórica.....	37
2.2.1.1. Ventaja Competitiva (Michael Porter )1990.....	37
2.2.1.2. Nueva Teoría del Comercio 1979 (Paul Krugman) .....	38
2.2.1.3. Ventaja Comparativa (David Ricardo )1772-1823 .....	39
2.2.2. Fundamentación Conceptual.....	41
2.2.3. Fundamentación Legal.....	43
<b>III. METODOLOGÍA</b> .....	49
<b>3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO</b> .....	49
3.1.1. Enfoque.....	49

3.1.1.1. Enfoque Cualitativo. ....	49
3.1.1.2. Enfoque Cuantitativo. ....	49
3.1.2. Tipo de Investigación.....	50
3.1.2.1. Investigación Descriptiva. ....	50
3.1.2.2. Investigación Documental.....	51
3.1.2.3. Investigación de campo.....	52
<b>3.2. IDEA A DEFENDER</b> .....	<b>52</b>
<b>3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES</b> .....	<b>53</b>
3.2.1. Definición de las variables. ....	53
3.2.2. Operacionalización de las variables.....	54
<b>3.4. MÉTODOS UTILIZADOS</b> .....	<b>56</b>
3.4.1. Método Analítico. ....	56
3.4.2. Método Inductivo.....	56
3.4.3. Método Deductivo.....	57
3.4.4. Población. ....	57
3.4.5. Muestra. ....	58
<b>3.5. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>59</b>
<b>3.6. ANÁLISIS ESTADÍSTICO</b> .....	<b>61</b>
3.7. FUNDAMENTOS DEL ACUERDO DE INTEGRACIÓN COMERCIAL CHILE ECUADOR .....	62
3.7.1. Línea de tiempo del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador.....	62
3.7.2. Adhesión del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador.....	63
3.7.3. Vigencia del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador.....	63
3.7.4. Principales productos beneficiados. ....	64
3.7.5. Diagnóstico situación del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador en el sector manufacturero textil.....	72
3.7.6. Requisitos para que las mipymes se acojan al Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador.....	82
3.7.6.1. Medidas no Arancelarias en Ecuador .....	83
3.7.6.2. Barreras Comerciales de Chile.....	84
3.7.7. Beneficios del acuerdo con las mipymes del sector manufacturero textil del Ecuador.....	84
3.7.8. Aspectos desfavorables del acuerdo a las mipymes del sector manufacturero textil del Ecuador.....	85
3.7.9. Tabla comparativa de las manufacturas textiles y los textiles manufacturados.....	86
3.7.10. Normas de origen.....	88
3.7.10.1. Valor Contenido Regional .....	88
3.7.10.2. Operaciones que no confieren Origen .....	90

3.7.10.2. Proceso de obtención para la certificación de Origen .....	90
3.7.10.4. Obligaciones Relativas a las Importaciones.....	91
3.7.10.5. Devolución de derechos .....	91
3.7.10.6. Sanciones.....	92
3.7.10.7. Procedimiento para verificación de origen .....	93
3.7.10.8. Reglas específicas de origen .....	94
<b>3.8. ANÁLISIS DE COOPERACIÓN ECUADOR-CHILE.....</b>	<b>95</b>
3.8.1. Perfil de los mercados .....	95
3.8.1.1. Ecuador.....	95
3.8.1.2. Chile .....	96
3.8.2. Balanza comercial.....	98
3.8.2.1. Balanza comercial Ecuador.....	98
3.8.2.2. Balanza comercial Chile.....	99
3.8.2.3. Balanza comercial entre Ecuador-Chile .....	101
3.8.2.4. Balanza comercial entre Ecuador-Chile sector manufacturero textiles .....	102
3.8.3. Índice de competitividad.....	103
3.8.3.1. Índice de competitividad Ecuador.....	104
3.8.3.2. Índice de competitividad de Chile.....	106
3.8.4. Indicadores que miden la incidencia del Acuerdo de Integración Comercial en el sector manufacturero textil .....	108
3.8.5. Intercambio comercial. ....	110
3.8.5.1. Exportaciones del sector textil a nivel de capítulo .....	110
3.8.5.2. Participación de las exportaciones del sector manufacturero textil de Imbabura.....	113
3.8.5.3. Registro de exportaciones del producto del sector manufacturero textil seleccionados .....	117
3.8.5.4. Empresas exportadoras del sector textil en Imbabura en relación con la base de datos DataSur .....	118
<b>3.9. ANÁLISIS SITUACIONAL IMBABURA.....</b>	<b>120</b>
3.9.1. Perfil de Imbabura .....	120
3.9.2. Índice de competitividad Imbabura. ....	121
3.9.2. Competitividad de los cantones de Imbabura en el sector manufacturero textil. ....	127
3.9.3. Competitividad de las empresas de Imbabura en el sector manufacturero textil .....	134
<b>3.10. PROPUESTA .....</b>	<b>139</b>
3.10.1. Ficha técnica.....	139
3.10.2. Procesos. ....	145
3.10.2.1. Fichas de procesos .....	146

3.10.2.1.1. Proceso de ventas .....	146
3.10.2.1.2. Proceso de post venta. ....	147
3.10.2.1.3. Proceso de exportación.....	149
3.10.3. Proyección del proyecto. ....	150
3.10.4. Proyecciones del Imbabura .....	151
3.10.4.1. Proyecciones de Chile.....	154
3.10.4.1.1. Importaciones.....	154
3.10.4.1.2. Exportaciones .....	156
3.10.4.1.3. Producción.....	159
3.10.4.1.4. Población económicamente activa .....	161
3.10.4.1.5. Consumo Nacional Aparente .....	163
3.10.4.1.6. Demanda Insatisfecha .....	164
3.10.4.1.7. Planificación de Cobertura del Proyecto .....	165
3.10.4.2. Proyecciones de la subpartida 6202.93.00.00 entre Ecuador y Chile .....	166
3.10.4.2.1. Importaciones partida subpartida 6202.93.00.00 .....	166
3.10.4.2.2. Exportaciones subpartida 6202.93.00.00.....	169
3.10.4.2.3. Demanda Insatisfecha subpartida 6202.93.00.00 .....	169
3.10.4.3. Proyecciones de la subpartida 6203.31.00.00 entre Ecuador y Chile .....	170
3.10.4.3.1. Importaciones partida subpartida 6203.31.00.00 .....	170
3.10.4.3.2. Exportaciones subpartida 6203.31.00.00.....	173
3.10.4.3.3. Demanda Insatisfecha subpartida 6203.31.00.00 .....	173
3.10.4.4. Proyecciones de la subpartida 6203.33.00.00 entre Ecuador y Chile .....	174
3.10.4.4.1. Importaciones partida subpartida 6203.33.00.00 .....	174
3.10.4.4.2. Exportaciones subpartida 6203.33.00.00.....	176
3.10.4.4.3. Demanda Insatisfecha subpartida 6203.33.00.00 .....	177
3.1.4. Proceso de exportación en relación con el Acuerdo Comercial entre Ecuador-Chile. ....	178
3.1.4.3. Registró como OCE'S.....	179
3.10.4.2. Documentos de soporte .....	189
3.10.5. Propuesta de estrategias. ....	203
3.10.5.1. Matriz de estrategias.....	205
3.10.5.2. Análisis de las cinco fuerzas de PORTER.....	209
3.10.5.3. Marketing MIX (producto, plaza, precio y promoción).....	212
<b>IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>218</b>
<b>4.1. RESULTADOS .....</b>	<b>218</b>
4.1.1. Resultado entrevista aplicada a Pro Ecuador Zona 1 .....	218

4.1.2. Resultado entrevista aplicada a la Red de Asociaciones Textiles de Imbabura (REDATEPSI) .....	219
4.1.3. Resultado de encuesta aplicada para medir la competitividad en base a la incidencia de las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura.....	221
4.1.4. Resultado de encuesta de factores aplicada a las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura.....	227
4.1.4. Resultado de encuesta aplicada a los consumidores de productos textiles en Chile. ....	244
<b>4.2. DISCUSIÓN</b> .....	256
<b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	261
<b>5.1. CONCLUSIONES</b> .....	261
<b>5.2. RECOMENDACIONES</b> .....	263
<b>VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	265
<b>VII. ANEXOS</b> .....	275

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Variable independiente .....	54
<b>Tabla 2</b> Variable dependiente .....	55
<b>Tabla 3</b> Expertos de comercio exterior .....	59
<b>Tabla 4</b> Capítulos, partidas y subpartidas con preferencia arancelaria .....	65
<b>Tabla 5</b> Tabla comparativa de los capítulos con su arancel entre países miembros y no miembros .....	69
<b>Tabla 6</b> Diagnóstico situación del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador .....	72
<b>Tabla 7</b> Aspectos favorables Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador .....	84
<b>Tabla 8</b> Aspectos desfavorables Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador .....	86
<b>Tabla 9</b> Tabla comparativa manufacturas textiles-textiles manufacturados .....	86
<b>Tabla 10</b> Perfil de Ecuador .....	95
<b>Tabla 11</b> Perfil de Chile .....	97
<b>Tabla 12</b> Balanza comercial Ecuador .....	98
<b>Tabla 13</b> Balanza comercial Chile .....	99
<b>Tabla 14</b> Balanza comercial Ecuador-Chile .....	101
<b>Tabla 15</b> Balanza comercial sector manufacturero textil Ecuador-Chile .....	102
<b>Tabla 16</b> Índice de competitividad Ecuador .....	104
<b>Tabla 17</b> Índice de competitividad Chile .....	106
<b>Tabla 18:</b> Exportaciones del sector manufacturero textil (Ecuador-Chile).....	110
<b>Tabla 19:</b> Exportaciones del sector manufacturero textil Imbabura-Ecuador hacia Chile .....	113
<b>Tabla 20:</b> Exportaciones de las subpartidas seleccionadas .....	117
<b>Tabla 21:</b> Empresas exportadoras del sector textil manufacturero en Imbabura .....	118
<b>Tabla 22:</b> Datos estadísticos Imbabura .....	121
<b>Tabla 23:</b> Índice de competitividad Ecuador .....	121
<b>Tabla 24:</b> Índice de competitividad Imbabura .....	124
<b>Tabla 25:</b> Competitividad de los cantones de Imbabura.....	127
<b>Tabla 26:</b> Competitividad de las empresas de Imbabura .....	134
<b>Tabla 27:</b> Ficha técnica del producto .....	139

<b>Tabla 28:</b> Ficha técnica del producto .....	140
<b>Tabla 29:</b> Ficha técnica del producto .....	142
<b>Tabla 30:</b> Ficha técnica del producto .....	143
<b>Tabla 31:</b> Mapa de procesos .....	145
<b>Tabla 32:</b> Proceso de ventas .....	146
<b>Tabla 33:</b> Datos históricos de la producción de Imbabura .....	151
<b>Tabla 34:</b> Datos históricos de la oferta Imbabura productos textiles.....	152
<b>Tabla 35:</b> Pronóstico oferta sector textil Imbabura .....	153
<b>Tabla 36:</b> Datos históricos de las importaciones del sector textil Chile.....	154
<b>Tabla 37:</b> Pronóstico importaciones del sector textil Chile .....	155
<b>Tabla 38:</b> Datos históricos de las exportaciones del sector textil Chile.....	156
<b>Tabla 39:</b> Pronóstico exportaciones del sector textil Chile .....	157
<b>Tabla 40:</b> Datos históricos de la producción del sector textil Chile.....	159
<b>Tabla 41:</b> Pronóstico producción sector textil Chile .....	160
<b>Tabla 42:</b> Datos históricos de la población económicamente activa Chile.....	161
<b>Tabla 43:</b> Pronóstico PEA Chile .....	162
<b>Tabla 44:</b> Consumo Nacional Aparente productos textiles Chile .....	163
<b>Tabla 45:</b> Demanda Insatisfecha sector textil Chile .....	164
<b>Tabla 46:</b> Cobertura del proyecto sector textil Chile .....	165
<b>Tabla 47:</b> Datos históricos de las importaciones de la subpartida 6202.93.00.00 por Chile desde el Ecuador .....	166
<b>Tabla 48:</b> Pronóstico importaciones de la subpartida 6202.93.00.00 del sector textil Chile y Ecuador.....	167
<b>Tabla 49:</b> Datos históricos de las exportaciones de la subpartida 6202.93.00.00 por Chile desde el Ecuador .....	169
<b>Tabla 50:</b> Demanda Insatisfecha de los productos de la subpartida 6202.93.00.00 .	169
<b>Tabla 51:</b> Datos históricos de las importaciones de la subpartida 6203.31.00.00 por Chile desde el Ecuador .....	170
<b>Tabla 52:</b> Pronóstico importaciones de la subpartida 6203.31.00.00 del sector textil Chile y Ecuador.....	172
<b>Tabla 53:</b> Datos históricos de las exportaciones de la subpartida 6203.31.00.00 por Chile hacia el Ecuador .....	173
<b>Tabla 54:</b> Demanda Insatisfecha de los productos de la subpartida 6203.31.00.00 .	173
<b>Tabla 55:</b> Datos históricos de las importaciones de la subpartida 6203.33.00.00 por Chile hacia el Ecuador .....	175
<b>Tabla 56:</b> Pronóstico importaciones de la subpartida 6203.33.00.00 del sector textil Chile y Ecuador.....	176
<b>Tabla 57:</b> Datos históricos de las exportaciones de la subpartida 6203.33.00.00 por Chile hacia el Ecuador .....	177
<b>Tabla 58:</b> Demanda Insatisfecha de los productos de la subpartida 6203.33.00.00 .	177
<b>Tabla 59:</b> Precios Token en BCE .....	182
<b>Tabla 60:</b> Costos obtención token Security Data .....	182
<b>Tabla 61:</b> Comparación factura física y electrónica .....	190
<b>Tabla 62:</b> Tipos de transporte .....	194
<b>Tabla 63:</b> Incoterms .....	196
<b>Tabla 64:</b> Principales puertos de Chile.....	198
<b>Tabla 65:</b> Matriz evaluación de estrategias.....	205
<b>Tabla 66:</b> Ventajas y desventajas sobre la Alianza Estratégica Joint Venture .....	217
<b>Tabla 67:</b> Resultados de encuesta aplicada de competitividad .....	222

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Variable Independiente Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador.....	41
<b>Figura 2</b> Variable Dependiente Sector Manufacturero Textil.....	42
<b>Figura 3</b> Línea de tiempo del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador .....	62
<b>Figura 4</b> Barreras no Arancelarias en Ecuador .....	83
<b>Figura 5</b> Barreras Comerciales de Chile.....	84
<b>Figura 6</b> Certificación de Origen .....	91
<b>Figura 7</b> Balanza comercial Ecuador.....	99
<b>Figura 8</b> Balanza comercial Chile.....	100
<b>Figura 9</b> Balanza comercial Ecuador-Chile.....	101
<b>Figura 10</b> Balanza comercial sector manufacturero textil Ecuador-Chile.....	103
<b>Figura 11</b> Índice de competitividad Ecuador.....	105
<b>Figura 12</b> Pilares de competitividad Ecuador.....	105
<b>Figura 13</b> Índice de competitividad Chile.....	107
<b>Figura 14</b> Pilares de competitividad Chile.....	107
<b>Figura 15</b> Índice de competitividad Ecuador.....	123
<b>Figura 16</b> Pilares de competitividad Imbabura .....	125
<b>Figura 17</b> Índice de competitividad de Imbabura .....	132
<b>Figura 18</b> Ranking de empresas competitivas de Imbabura .....	138
<b>Figura 19</b> Flujograma ventas .....	147
<b>Figura 20</b> Flujograma Post Venta .....	148
<b>Figura 21</b> Flujograma Exportación .....	150
<b>Figura 22</b> Parábola de mínimos cuadrados de la oferta del sector textil Imbabura. ....	153
<b>Figura 23</b> Parábola de mínimos cuadrados de las importaciones del sector textil Chile .....	156
<b>Figura 24</b> Parábola de mínimos cuadrados de la exportación del sector textil Chile .....	158
<b>Figura 25</b> Parábola de mínimos cuadrados de la producción del sector textil Chile .....	160
<b>Figura 26</b> Parábola de mínimos cuadrados de la PEA del sector textil Chile .....	162
<b>Figura 27</b> Consumo Nacional Aparente sector textil Chile.....	163
<b>Figura 28</b> Demanda insatisfecha del sector textil de Chile .....	164

<b>Figura 29</b> Cobertura del proyecto sector textil Chile .....	166
<b>Figura 30</b> Parábola de mínimos cuadrados de las importaciones de la subpartida 6202.93.00.00 entre Chile y Ecuador .....	168
<b>Figura 31</b> Demanda Insatisfecha de la subpartida 6202.93.00.00 .....	170
<b>Figura 32</b> Parábola de mínimos cuadrados de las importaciones de la subpartida 6203.31.00.00 entre Chile y Ecuador .....	172
<b>Figura 33</b> Demanda Insatisfecha de la subpartida 6203.31.00.00 .....	174
<b>Figura 34</b> Parábola de mínimos cuadrados de las importaciones de la subpartida 6203.33.00.00 entre Chile y Ecuador .....	176
<b>Figura 35</b> Demanda Insatisfecha de la subpartida 6203.33.00.00 .....	178
<b>Figura 36</b> Proceso presencial para la obtención del RUC .....	180
<b>Figura 37</b> Proceso obtención token Security Data .....	183
<b>Figura 38</b> Requisitos obligatorios ECUAPASS .....	184
<b>Figura 39</b> Ventana ECUAPASS .....	185
<b>Figura 40</b> Ventana ECUAPASS .....	186
<b>Figura 41</b> Datos en el ECUAPASS .....	186
<b>Figura 42</b> Datos ECUAPASS .....	186
<b>Figura 43</b> Datos ECUAPASS .....	187
<b>Figura 44</b> ECUAPASS .....	187
<b>Figura 45</b> Registró de solicitud ECUAPASS .....	188
<b>Figura 46</b> Verificación Token .....	188
<b>Figura 47</b> Contenido factura comercial .....	190
<b>Figura 48</b> Información de la lista de empaque.....	191
<b>Figura 49</b> Contenido del manifiesto de carga.....	193
<b>Figura 50</b> Flujograma con relación al Incoterm FOB.....	198
<b>Figura 51</b> ECUAPASS .....	201
<b>Figura 52</b> ECUAPASS .....	202
<b>Figura 53</b> ECUAPASS .....	202
<b>Figura 54</b> Declaración de Exportación .....	203
<b>Figura 55</b> Fuerzas de Porter .....	210
<b>Figura 56</b> 4P .....	212
<b>Figura 57</b> Índice de competitividad Imbabura.....	226
<b>Figura 58</b> Especialista Pro Ecuador Zona1 Ing. Oscar Ruano.....	318
<b>Figura 59</b> Especialista REDATEPSI Vicepresidenta. Noemi Morillo .....	318

<b>Figura 60</b>	Creaciones Fer-Gerente propietaria, Fernanda Morales .....	318
<b>Figura 61</b>	Victoria- Supervisora de ventas, Julia Hidalgo .....	318
<b>Figura 62</b>	Emanueall's -Supervisora de ventas, Manuel Torres.....	319
<b>Figura 63</b>	Teneria San Marcos JR-Supervisora de ventas, Teresa Guamán.....	319
<b>Figura 64</b>	Creaciones MJ-Gerente propietaria, Silvia Pillago .....	319
<b>Figura 65</b>	Fernando's-Supervisora de ventas, Pamela Ortiz.....	319
<b>Figura 66</b>	Versa-Supervisora de ventas, Gladys Moreno.....	320
<b>Figura 67</b>	Jireth Creaciones- Gerente propietario, Carlos Rivera .....	320
<b>Figura 68</b>	Carlex-Supervisora de ventas, Salome Rivera .....	320
<b>Figura 69</b>	Eltex- Gerente propietario, Bryan Maigua.....	320
<b>Figura 70</b>	Tejidos Criss-Diseñador, Juan Galarraga .....	321
<b>Figura 71</b>	Tejidos Markos-Asistente contable, Paola Jácome .....	321
<b>Figura 72</b>	Tejidos Waska-propietario, Washington Montalvo.....	321
<b>Figura 73</b>	Witerline-propietaria, Sara Freire.....	321
<b>Figura 74</b>	Karytex-administrador, María Cabezar.....	322
<b>Figura 75</b>	Carlex Inspire Fashion cia.ltda-departamento de ventas, Andrea Quistial .....	322
<b>Figura 76</b>	Tejidos Gabytex-asistente contable, Vanesa Tamayo.....	322
<b>Figura 77</b>	Ángel Baby-asistente contable, Katerin Concha .....	322
<b>Figura 78</b>	Confecciones Maricela-administrador, Francisco Villegas .....	323
<b>Figura 79</b>	Tejidos Dore-propietario, Joe Lima .....	323
<b>Figura 80</b>	Karman-departamento de ventas, Maria Vallejos .....	323
<b>Figura 81</b>	Facheritos-departamento de ventas, Tatiana Bastidas.....	323
<b>Figura 82</b>	Tejidos Lizbeth-propietario, Simón Palacios.....	324
<b>Figura 83</b>	Indutexma-operador, Francisco Morales .....	324
<b>Figura 84</b>	Shatex-administrador-José Luis Gualon .....	324
<b>Figura 85</b>	El bazar todo para tu costura-administrador, María Ajala .....	324
<b>Figura 86</b>	Fabricon-administradora, Sandra Costeñega.....	325
<b>Figura 87</b>	Runa Causay-propietario, Maurin Cochimuel.....	325
<b>Figura 88</b>	Textiles Inty Raymi-administrador, Inty Noques .....	325
<b>Figura 89</b>	Fabrica Neltex-propietario, Nelson Castaneda .....	325
<b>Figura 90</b>	Baytex Hilos-asistente contable, Elena Yuquin .....	326
<b>Figura 91</b>	Confecciones Rigortex Cia. Ltda. administrador, Manuel Errizaga.....	326
<b>Figura 92</b>	Número de empresas en Imbabura.....	326

<b>Figura 93</b> Encuesta publicada en Facebook.....	327
<b>Figura 94</b> Publicación de la encuesta en Facebook.....	327
<b>Figura 95</b> Promoción de la encuesta dirigida a Chile.....	327
<b>Figura 96</b> Segmentación hacia .....	327
<b>Figura 97</b> Publicación de la encuesta en Chile.....	327
<b>Figura 98</b> Factura comercial.....	331
<b>Figura 99</b> Lista de empaque .....	332
<b>Figura 100</b> Póliza de seguro.....	333
<b>Figura 101</b> Certificado de Origen .....	334

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1.</b> Acta de la sustentación de Predefensa del TIC .....	275
<b>Anexo 2.</b> Certificado del abstract por parte e idiomas .....	277
<b>Anexo 3.</b> Entrevista dirigida a Pro Ecuador Zona 1 .....	279
<b>Anexo 4.</b> Entrevista dirigida Red de Asociaciones Textiles de Imbabura (REDATEPSI) .....	284
<b>Anexo 5.</b> Encuesta de competitividad dirigida a las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura .....	289
<b>Anexo 6.</b> Encuesta de los factores dirigida a las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura .....	299
<b>Anexo 7.</b> Encuesta dirigida a los consumidores de Chile .....	315
<b>Anexo 8.</b> Encuesta dirigida a los consumidores de Chile .....	318
<b>Anexo 9.</b> Evidencia encuestas aplicadas a las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabubura .....	318
<b>Anexo 10.</b> Evidencia encuestas aplicadas a los consumidores de Chile.....	326
<b>Anexo 11.</b> Fichas bibliográficas .....	328
<b>Anexo 12.</b> Documentos de soporte y acompañamiento.....	331

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene la finalidad de analizar y brindar una explicación en detalle sobre el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador y los beneficios que aporta a las micro y pequeñas empresas, dicho acuerdo es una oportunidad de exportaciones de múltiples materias primas y productos terminados los cuales se acogen a la reducción arancelaria, proyectos específicos, apoyo al desarrollo productivo de los diferentes sectores comerciales, promocionar y facilitar la inversión, fomentando eventos que permitan que estas empresas puedan promocionarse en el mercado tanto de Chile como de Ecuador, dentro de los 24 capítulos que construyen al acuerdo favorecen de manera equitativa a la integración comercial de los dos países. En la presente investigación se hace énfasis en productos del sector manufacturero textil que se ubican en la sección VIII y XI del sistema armonizado los cuales son beneficiados con la reducción de barreras arancelarias, siendo esta una gran oportunidad para las micro y pequeñas empresas del sector textil de la provincia de Imbabura.

Para la realización de la presente investigación se utilizó información primaria y secundaria, obteniendo resultados verídicos, donde se evidencio que la provincia de Imbabura tiene un gran potencial productivo en el sector manufacturero textil tanto de materia prima y productos terminados siendo así, un sector de alta competitividad dentro de la zona 1 del país. El proyecto beneficia a las empresas textiles de Imbabura que obtendrán una guía para la internacionalización de sus productos, generando plazas de empleo y dinamizando la economía no solo de la provincia sino del país. Las empresas textiles de la provincia evidenciaron que pueden cumplir con la demanda del mercado chileno ya que cuentan con personal calificado, procesos adecuados, maquinaria e instalaciones, línea de productos de alta calidad y certificaciones.

El mercado chileno también se ve beneficiado a través del acuerdo ya que uno de los principios establecidos es que exista una equidad entre ambos países. A través de encuestas en línea aplicadas a consumidores textiles chilenos se obtuvieron resultados favorables para las empresas de Imbabura donde se evidencia la gran preferencia por productos textiles ecuatorianos.

**Palabras Claves:** Acuerdo de Integración comercial, sector manufacturero textil, mercado chileno, competitividad, dinamización y expansión de mercados.

## ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze and provide an explanation in detail about the Commercial Integration Agreement between Chile-Ecuador and the benefits it brings to micro and small companies. This agreement is an opportunity to export multiple raw materials and finished products which are eligible for tariff reduction, specific projects, support for the productive development of the different commercial sectors, promote and facilitate investment, promoting events that allow these companies to endorse themselves in the Chilean and Ecuadorian markets, within of the 24 chapters that make up the agreement equally favor the commercial integration of the two countries. In the present investigation, emphasis is placed on products of the textile manufacturing sector that are located in section VIII and XI of the harmonized system, which are benefited from the reduction of tariff barriers, this being a great opportunity for micro and small companies in the textile sector from Imbabura province.

To carry out this research, primary and secondary information was used, obtaining true results, where it was evidenced that the province of Imbabura has great productive potential in the textile manufacturing sector, both for raw materials and finished products, thus being a sector of high competitiveness within zone 1 of the country. The project benefits the textile companies of Imbabura, in which it was evidenced that they can meet the demand of the Chilean market since they have qualified personnel, adequate processes, machinery and facilities, a line of high-quality products, and certifications. Through the analysis of certain parameters, it was found that the companies with the highest competitiveness and production are located in the Atuntaqui and Cotacachi cantons.

The Chilean market also benefits from the agreement, since one of the established principles is that there is equity between the two countries. Through online surveys applied to Chilean textile consumers, favorable results were obtained for companies in Imbabura.

**Keywords:** Trade Integration Agreement, textile manufacturing sector, Chilean market, competitiveness, revitalization and expansion of markets.

## INTRODUCCIÓN

La siguiente investigación pretende analizar el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura esto se realizó mediante un estudio analítico, plan de exportación, plan estratégico, análisis de competitividad del sector textil de la provincia de Imbabura.

La presente investigación está dividida en 7 capítulos en el cual se realiza un análisis por cada uno de ellos. Los capítulos se encuentran estructurados de la siguiente manera:

El Capítulo I, se enfoca en el análisis del problema existente entre Ecuador y Chile específicamente en el sector textil, así mismo se establece la justificación en el cual se define la importancia que tiene el presente trabajo investigativo. Cabe recalcar que se encuentra el planteamiento del problema, los objetivos y preguntas de investigación que son necesarios para el desarrollo de la presente.

El Capítulo II, analiza la fundamentación teórica que muestra antecedentes investigativos que sustenta la investigación, dividido 70 % artículos científicos y 30% trabajos investigativos. El marco teórico permite realizar el desarrollo de la fundamentación conceptual en relación a la comercialización y estrategias que deben implementar las mipymes.

El Capítulo III, se encuentra el enfoque metodológico que se basa en la recolección y el análisis tanto de información primaria como secundaria, para dicha redacción se utilizó el enfoque cualitativo y cuantitativo. El enfoque cuantitativo se basó en datos realizados mediante entrevistas, encuestas y por medio del enfoque cualitativo nos permitió conocer más a fondo los puntos importantes del acuerdo entre Chile y Ecuador.

El Capítulo IV, especifica los resultados y discusión donde se realiza el análisis de los resultados de la presente investigación que fueron obtenidas mediante entrevistas dirigidas a expertos en el tema: como al Ingeniero Oscar Ruano director de Por Ecuador Zona 1 y a la Red de Asociaciones Textiles de Imbabura (REDATEPSI). Es así que también se realizó encuestas y entrevistas a las mipymes de la provincia de

Imbabura y a los consumidores del mercado chileno esto con el fin de sustentar la información para dicho trabajo.

EL Capítulo V, se encuentra las conclusiones y recomendaciones la cual permitió culminar la investigación de dichos capítulos.

El Capítulo VI, establece las referencias bibliográficas que fueron utilizadas para el desarrollo de la investigación.

El Capítulo VII, muestra los anexos que fueron utilizados como evidencia de la presente investigación.

## **I. EL PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Los acuerdos comerciales son un punto entre la flexibilidad y compromiso donde se busca un equilibrio para los países que integran el acuerdo, si bien es cierto, cuando existe demasiada flexibilidad trae aspectos negativos ya que se adultera el valor del compromiso y por otro lado si no existe flexibilidad los países se niegan a contraer compromiso o los incumplen, por ende, es necesario que existe un punto de equilibrio entre estos dos aspectos (Organization, 2019). El comercio mundial avanza a un ritmo alarmante y con las nuevas tecnologías se producen cambios nuevos es por ende que a la hora de involucrar el comercio a nivel internacional es de gran importancia tener en cuenta la globalización.

Con la gran evolución de la globalización y los diferentes tipos de mercados, los países se han visto obligados a preocuparse por su mercado nacional y el internacional esto conlleva a tener acuerdos comerciales que beneficien el intercambio comercial y ayudan a reducir la pobreza, pero estos acuerdos conllevan una gran desventaja a la hora de hablar de países poco desarrollados y con baja competitividad como pueden ser Ecuador y Chile ya que sus productos no están al mismo nivel de competitividad que los productos de países desarrollados (Zambrano, 2020).

Los fallos que se producen a la hora de negociar son una situación de la vida cotidiana, pero a la hora de hablar de grandes cantidades monetarias es importante que se definan correctamente los términos y condiciones del acuerdo. A lo largo de los años se ha visto que en la creación de los acuerdos comerciales se producen fallos en la negociación y origina que un país se encuentre en una mejor posición que el otro lo que ocasiona un comercio injusto, en algunas ocasiones se producen cambios políticos o ideales generando desventajas para un país y beneficios para otros, es importante mencionar que a la hora de negociar un acuerdo comercial una parte

no puede aceptar las condiciones, por ende se produciría el quiebre del principio de reciprocidad entre ambos países (Zambrano, 2020). Cuando se habla de países vecinos o que comparten suelos geográficamente similares es una situación que genera competencia o desacuerdos a la hora de establecer un acuerdo comercial ya que no existiría variedad de productos.

Los acuerdos comerciales suelen darse entre países que se encuentran cerca geográficamente con el fin de que los costos de transporte sean menos y en algunas ocasiones comparten las mismas ideologías, pero esto puede ser una gran desventaja debido a que son países cercanos y tiene condiciones climáticas y suelos similares los productos que se producen en dichos países pueden llegar hacer los mismos y ocasionar competitividad entre ellos por ende es necesario que dentro del acuerdo este muy bien detallado los bienes que tendrán preferencias arancelarias de una manera recíproca y sin perjudicar a las dos partes (Zambrano, 2020).

Las relaciones comerciales que ha mantenido Ecuador están enfocadas a las exportaciones de materia prima y las importaciones de productos terminados esto es una desventaja para él país ya que su balanza comercial solo está enfocada en productos agrícolas. Datos macro (2021) manifiesta que: "en el 2021 Ecuador registró un superávit en su Balanza comercial de 855,7 millones de euros, un 0,95% de su PIB, inferior al superávit alcanzado en 2020, de 2.133,9 millones de euros 2.267,4 millones de dólares, el 2,45% del PIB, este superávit se debe al incremento de las importaciones" (p.1). Es importante mencionar que en el Ecuador no se han dado cambios en la matriz productiva por ende sus exportaciones se basan siempre en la materia prima y no en productos ya terminados. Ecuador en los últimos años ha presentado una inestabilidad económica muy significativa y como consecuencia de esto su mercado se ha visto muy limitado al igual que lo que sus barreras no son tan abiertas como las de Chile

En este país la economía es estable y abierta a las negociaciones internacionales por ende es atractivo para las inversiones extranjeras, hoy en día es uno de los países de Latinoamérica que está abierto al comercio exterior.

En 2021 el intercambio comercial de Chile se elevó hasta los US \$186.548 millones, logrando un crecimiento del 41% con respecto a 2020. Las exportaciones anotaron operaciones por US \$94.705 millones, superando en 29% a los envíos del 2020 de igual manera las importaciones por su parte contabilizaron operaciones por US \$91.843 millones, reflejando un incremento del 55% frente a igual periodo del 2020. (Chile, 2022)

Al contrario que Ecuador, Chile es un país que tiene cifras parecidas en cuanto a las exportaciones e importaciones, lo que hace que para Chile sea mucho más beneficioso los acuerdos comerciales ya que incrementan el nivel comercial de país.

El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador entre los dos países de latino América es una gran oportunidad comercial, pero en algunos años es posible que pueda ocasionar problemas ya que la matriz productiva de alguno de los integrantes puede cambiar y perjudicar al otro país. Si bien es cierto los acuerdos comerciales traen muchas ventajas a los países que lo conforman siempre y cuando este se realice de una manera equitativa y protegiendo la industria nacional que tenga cada país. Así, en cuanto el AIC puede generar algunas desventajas para Ecuador ya que es un país que se enfoca principalmente en las exportaciones de materia prima y crudo de petróleo, en cuanto a este rubro su precio puede variar en los siguientes meses o años causando pérdidas para la balanza comercial de Ecuador, en este caso se tendría que aplicar salvaguardias a ciertos productos lo que de igual manera perjudicaría a Chile (Zambrano, 2020). Otra desventaja muy notoria es que existe una gran desigualdad económica entre estos dos países, en cuando Chile no depende directamente de las exportaciones de Ecuador ya que este país tiene más acuerdos comerciales.

Dentro del sector manufacturero textil se analizan contras al no existir el acuerdo de Integración Comercial. Así, las consideraciones distributivas de los aumentos en productividad obedecen a otros factores, entre los cuales se encuentran los grados de monopolio, de competencia y de poder relativo entre empleados y empleadores,

que determinan las capacidades de negociación sobre los excedentes de la producción causados por aumentos en productividad (Calderón, Dini y Stumpo ,2017). Los sectores en los cuales el país ha dejado de profundizar su especialización continúan siendo caracterizados por la explotación de recursos naturales. Esto, además de tener impacto sobre el crecimiento de la productividad agregada de la economía, está generando déficits en la balanza comercial.

La dificultad que presentó Ecuador para exportar sus productos textiles hacia Chile, era no contar con un acuerdo comercial que favorezca este sector productivo y por ende no gozaba de una libre circulación. Así que por medio de estudios realizados por instituciones públicas se determinó que el sector textil es generador de ingresos para el país en el mes de enero del 2020, el Índice de Producción de la Industria Manufacturera se ubicó en 96,91. Con esto, la variación mensual fue de -4,41%, comparado con el mes anterior que fue de 1,21%, mientras que en enero 2019 se ubicó en -4,39% (Jara y Romero, 2020). Es por eso que de esta manera se implementó este acuerdo para que las manufacturas textiles que tiene la provincia de Imbabura lleguen hacia el mercado chileno.

A pesar de que este sector tenga gran producción nacional y aporte económico al desarrollo del país, no se ha visto apoyo gubernamental hacia el sector manufacturero textil, provocando desestabilidad industrial y comercial, creando así un bajo poder de la industria manufacturera ecuatoriana en los mercados internacionales como lo es Chile, por ende, las empresas emergentes con gran potencial solo realizan comercio nacional como antes dicho.

Cabe mencionar que la provincia de Imbabura conserva una diversidad de paisajes y de cultura. De tal manera su producción textil, ha fomentado la creación de puestos de trabajo dentro de las ciudades y comunidades directa o indirectamente; además, en la provincia de Imbabura se encuentran concentrado diversas productoras textiles, entre ellas fábricas legalmente constituidas y artesanos calificados (Betancourt y Guagcha, 2017). Esto ha permitido el crecimiento económico de dichas industrias que han logrado estar inmersas en el proceso de internacionalización ya que estas cuentan con certificaciones ISO 9000.

Según la AITE (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador) afirma que las provincias con mayor número de industrias que se dedican a esta actividad son: Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua e Imbabura las que fabrican un sinnúmero de productos textiles, siendo los hilados y los tejidos y la fabricación de prendas de vestir; en la actualidad y la industria textil y confección es la tercera más grande en el sector de la manufactura, aportando más del 7 % del PIB Manufacturero nacional.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo incide el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

El acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador es un proceso de hace varios años atrás en los cuales se ha venido mejorando y modificando aspectos con el fin de obtener beneficios comunes en los que se ha construido una relación de confianza y cooperación constante. El tener un acuerdo de esta magnitud brinda un gran beneficio en las preferencias arancelarias tanto para los exportadores e importadores de productos que ingresan y salen del mercado ecuatoriano y de la provincia de Imbabura, por ende, sin duda alguna esta investigación será de gran ayuda para pequeños y grandes empresarios que no tenga el conocimiento del acuerdo y pretenden expandir su mercado (Zambrano, 2020). La creación de acuerdos comerciales beneficia a un gran número de sectores productivos, además de tener un intercambio cultural y social de los dos integrantes, con el intercambio de productos de calidad que se elaboran en cada país siendo una gran oportunidad para el crecimiento comerciales de artesanos, MIPYMEs, pequeñas y grandes empresas.

Desde que se implementó el término comercio justo es necesario que existan los acuerdo comerciales como los plasmados en la Organización Mundial del Comercio (OMC), en la situación de que si no existieran acuerdos comerciales se puede producir que un país con mayor poder de mercado manipule la relación de

intercambio con el fin de obtener beneficio único o el caso de que existan dificultades a la hora de plasmar correctamente las políticas comerciales que se van a tratar, por estos motivos es esencial que existan acuerdos comerciales que promuevan el comercio justo para todos los integrantes, en las cuatro rondas de la modificación y creación del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador se buscó protegerla industria nacional y el progreso económico y comercial de ambos países (Organization, 2019).

La industria textil del Ecuador aporta significativamente a la economía del país, esta se vio perjudicada con la llegada de la pandemia Covid-19, pero es importante mencionar que esta industria es la que más mano de obra emplea. Según la Asociación de Industrias Textiles de Ecuador (AITE) (como se citó en Primicias.ec ,2022) piensa que "Las ventas del sector textil llegaron a USD 1.143 millones en 2021, eso equivale a una recuperación de 26%. Y frente a 2020, año golpeado por la pandemia."

La región que más ha aportado al ingreso por ventas es la región sierra, que aportó con 4.162 millones de USD (en promedio 832 millones de USD anuales), teniendo una participación promedio del 80% anual. En cuanto a las provincias que mayor influencia han tenido en los valores mencionados para el 2017, se encuentra: Pichincha, Tungurahua, Azuay e Imbabura, estas provincias representan un promedio del 99% del total de ingresos anuales a nivel nacional en el sector manufacturero (Seguros, 2019).

El presente trabajo investigativo tiene como propósito analizar el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile - Ecuador y determinar cuál es la incidencia que tiene en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura y sus cantones más productivos, a través de la recolección y análisis de información enfocada en las variables de estudio. Con ello se pretende establecer estrategias que promuevan el comercio y desarrollo de empresas locales de Imbabura fomentando la equidad y equilibrio que brinda dicho acuerdo antes mencionado, el presente estudio no sólo pretenderá ser una oportunidad de mejora para pequeñas y medianas empresas,

sino que también fomentará el crecimiento económico de la provincia, brindando mayores plazas de empleo y mejor calidad de vida para los ecuatorianos.

Las ventajas de este acuerdo comercial son para el mercado ecuatoriano y chileno y entre ellas esta que se establecen preferencias arancelarias, reducción de tarifas o barreras para las transacciones, como menos sistema burocrático para la entrada de productos o servicios desde uno de los dos países, además se encuentra el aumento de la inversión y el comercio entre los países miembros; mejora de las relaciones y vínculos entre los países (Zambrano, 2020). A lo largo de los años con el Acuerdo de Complementación Económica se ha visto una gran cooperación entre Ecuador y Chile, manteniendo equilibrio y un comercio justo, con las modificaciones y la creación del Acuerdo de Integración Comercial se busca que los dos países tengan ventajas y muchas más oportunidades comerciales tanto para el mercado ecuatoriano como chileno además de la creación de plazas de empleo es importante mencionar que el acuerdo trae ventajas a los pequeños y grandes empresarios del país ya que permite incrementar el potencial de las industrias manufactureras textil de la provincia de Imbabura.

Por medio de este acuerdo, Ecuador busca continuar en el proceso para ser parte del bloque económico Alianza del Pacífico con el fin de obtener diversificación de su comercio intrarregional. Para Ecuador las exportaciones de productos no petroleros han ido incrementando con el tiempo, es decir, en el 2019 Ecuador exportó a Chile los siguientes productos: petróleo, banano, enlatados de pescado, camarón, manufacturas de cuero, plástico y caucho, piña, jugos y conservas de frutas, plátano, elaborados de cacao, flores naturales (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca, 2022).

La importancia de estudiar la incidencia de dicho acuerdo comercial en el sector manufacturero de la provincia de Imbabura es con la finalidad de generar productividad, mayores ingresos y comercialización para los pequeños productores que promueven la industrialización de manufacturas en la provincia Imbabura.

El Acuerdo de Integración Comercial ayudará al desarrollo de la industria manufacturera textil de Imbabura, impulsando la incidencia y apertura de nuevos mercados internacionales, permitiendo el posicionamiento del área textil de la provincia de Imbabura en el mercado chileno, por tal, el sector textil desafía grandes retos de investigación, desarrollo e innovación en su industrialización y producción para conseguir dicho posicionamiento internacional, esto abarca grandes posibilidades de un aporte a la economía y desarrollo tanto del sector como del país, además se destaca el comercio justo para pequeños productores y la visión de grandes oportunidades.

El estudio del acuerdo de integración comercial es para fomentar y abrir oportunidades a los artesanos y empresarios de la provincia de Imbabura. Coba (2022) menciona que: "Las ventas a nivel país del sector textil llegaron a USD 1.143 millones en 2021, según la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE). Eso equivale a una recuperación de 26%. Y frente a 2020, año golpeado por la pandemia". El sector manufacturero textil ha evidenciado mejoras y esto se debe al aumento de ventas a nivel nacional además del buen desempeño de sus exportaciones que se han visto favorecidos por los múltiples acuerdos comerciales que tiene Ecuador con otros países, el sector manufacturero textil se vio impulsado con la llegada de la pandemia Covid-19 ya que por normas de seguridad se pedían trajes anti fluidos, mascarillas y diferentes prendas necesarias para combatir la pandemia.

La investigación se la desarrollará con base en el acuerdo de integración comercial tomando en cuenta políticas, beneficios y oportunidades que representa para la provincia de Imbabura, para cumplir con los objetivos se realizará encuestas a las empresas con mayor nivel de producción en las principales ciudades de la provincia y entrevistas a grandes influyentes del comercio como lo es Pro Ecuador, cámaras de comercio y diferentes asociaciones que promuevan la comercialización de las manufacturas textiles dentro de la provincia de Imbabura.

La competencia que tiene los empresarios textiles de la provincia de Imbabura es grande comparada a otras provincias, la idea de esta investigación es utilizar el

acuerdo comercial para impulsar la productividad y desarrollo económico de la provincia, mediante los instrumentos de política comercial que ofrece el acuerdo con el fin de que los pequeños y grandes empresarios de Imbabura puedan actuar como un gran producto a nivel nacional e internacional (Comercio, 2019).

Por cuanto, esta investigación pretende dar a conocer la realidad del sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura y los cantones con mayor nivel de productividad, con el fin de conocer la posición y la posibilidad de enfrentarse a los consumidores en el mercado chileno, mediante el acuerdo de Integración Comercial de Chile y Ecuador.

## **1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo General**

Analizar la incidencia que tendría el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Fundamentar bibliográficamente el Acuerdo de Integración Comercial, y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura.
- Realizar un diagnóstico del sector manufacturero textil frente al Acuerdo de Integración Comercial entre Ecuador -Chile.
- Identificar la competitividad del sector manufacturero textil en relación con el Acuerdo de Integración Comercial entre Ecuador y Chile.
- Elaborar estrategias que promuevan la competitividad del sector textil de la provincia de Imbabura por medio del Acuerdo de Integración Comercial.

### **1.4.3. Preguntas de Investigación**

- ¿Cuáles son los principales productos textiles que se acogen al acuerdo?
- ¿Cuáles son los requisitos para que las mipymes se acojan al Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador?
- ¿Cuáles son las normas de origen que benefician a los productos textiles?
- ¿Cuáles son los aspectos desfavorables del acuerdo que influyen a las mipymes del sector manufacturero textil del Ecuador?

- ¿Cuál es el índice de competitividad de los productos del sector manufacturero textil Imbabura?
- ¿Cuáles son los beneficios del acuerdo a las mipymes del sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura?
- ¿Qué plan de exportación se debe de implementar para que los productos de las mipymes del sector manufacturero textil lleguen al consumidor chileno?
- ¿Cuál debe ser la estructura para plantear nuevas estrategias que promuevan el desarrollo del sector textil de la provincia de Imbabura?
- ¿Cuáles son las empresas del sector manufacturero textil con mayor nivel de producción en la provincia de Imbabura?

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1.1. Antecedente 1.

En el primer artículo realizado por Ratio Juris en el año 2022, con el tema “*Los acuerdos regionales de integración, una alternativa para el desarrollo*” menciona que: Esta nueva organización parte de las relaciones comerciales que hacen necesaria la integración entre los diferentes Estados , a fin de alcanzar niveles de desarrollo sostenible en un mundo cada vez especializado en la cadena de producción .Esta situación va a llevar a que , en las distintas subregiones del planeta , surjan Acuerdos Regionales de Integración que van a pretender unir los esfuerzos de los Estados , en procura de alcanzar una capacidad económica global que permita un mayor desarrollo .

A esta tendencia no se escapa América Latina, a pesar de las dificultades que se presentan debido al resquebrajamiento ideológico de los distintos grupos que componen la región y a los intereses particulares de los gremios políticos, industriales y comerciales que ven, en la automatización de los Estados, una manera particular de alcanzar sus propios intereses, todo lo cual ha llevado al fracaso los intentos por alcanzar una verdadera integración regional (Juris, 2020).

#### 2.1.2. Antecedente 2.

Para el siguiente artículo científico el autor Giovanni Astudillo publicó en la revista “Lideres” en el año 2020 un análisis sobre el tema “*El acuerdo con Chile incorporan más posibilidades comerciales*” menciona que: el acuerdo de integración comercial que se ha logrado con Chile este no solo permite que todos de los bienes ecuatorianos lleguen sin aranceles a ese mercado, sino que es otro paso para que Ecuador ingrese a la Alianza del pacífico, Otros aspectos que se ha logrado son las denominadas cadenas regionales y globales de valor. Su principal objetivo es articular acciones de cooperación para impulsar procesos o de encadenamientos

productivos entre ambos países, para proyectarse a terceros mercados utilizando como plataforma a Chile por sus acuerdos comerciales. El presidente FedExport, Felipe Ribadeneira, destaca el acuerdo ya que necesita impulsar todas las herramientas que le permitan incrementar la oferta exportable a más mercados.

Cabe mencionar que es importante contar con dicho acuerdo comercial ya que este facilitará incrementar las posibilidades de internacionalización de los productos, Ecuador y Chile al negociar temas como acceso a mercados , reglas de origen , medidas sanitarias y fitosanitarias, obstáculos al comercio ;y permite que bienes ecuatorianos que generalmente tiene excedentes de producción puedan ser exportados sin arancel a Chile , como arroz , azúcar y aceite de palma , manufacturas a base de cuero esto con el fin de tener igualdad de oportunidades para estos dos países (Astullido, 2020).

### **2.1.3. Antecedente 3.**

En el año 2019 el artículo científico publicado por la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales en la página oficial "Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca" analizan sobre "*Los encadenamientos productivos entre Chile y Ecuador*" donde se menciona que: Entre la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales y el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca de Ecuador. Este memorándum estableció el Grupo de Trabajo Binacional (en adelante "Grupo de Trabajo") mediante el cual se busca cooperar en la coordinación de las relaciones productivas y de negocios entre empresas chilenas y ecuatorianas.

Dentro de sus funciones, se encuentra identificar oportunidades de encadenamientos productivos y realizar actividades de difusión de oportunidades. El presente documento ha sido elaborado en el marco de los objetivos del plan de trabajo y presentan el esfuerzo conjunto en la identificación de potenciales encadenamientos productivos (Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, 2020).

#### **2.1.4. Antecedente 4.**

Para este trabajo de titulación la autora Sonia Vite en la “Universidad Tecnológica ECOTEC Ciencias Económicas y Empresariales” el año 2019 realizó un estudio sobre “Alianza del Pacífico: Análisis, y perspectivas de integración, crecimiento y desarrollo del Ecuador” donde hace énfasis en: la integración regional ya que es un proceso que se lleva a cabo en diversos países a nivel mundial con el propósito de mejorar las condiciones del comercio y acceder a beneficios como reducción o eliminación de aranceles, movilidad de factores de producción, mejoras en la educación e intercambio cultural.

Cabe mencionar que Ecuador es uno de los países que han mantenido diversos acuerdos comerciales entre ellos el Acuerdo de Integración Comercial esto con el fin de ayudar a desarrollar a prever la solución nuevos conflictos en conjunto para el beneficio ya sea político, económico, social y cultural.

Es muy importante mencionar los potenciales por parte de la Alianza del Pacífico, así como la posibilidad de acceder a mercados asiáticos, economía digital, emprendimiento e innovación que llevan a un crecimiento económico y a mejorar su balanza comercial no petrolera, esta es clave para que el país se adhiera a nuevos bloques económicos (Mora, 2019).

#### **2.1.5. Antecedente 5.**

El propósito del autor Mario Silva de la “Universidad Católica del Ecuador” en su investigación del año 2017 se centra en el “*Estudio del acuerdo de complementación económica ACE N° 65 entre Ecuador-Chile y su efecto comercial para el Ecuador*” donde hace referencia al Acuerdo de complementación económica ACE N°65 , suscrito en el marco del Tratado de Montevideo de 1980 de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI ), el cual fue derogado y actualizado por el Acuerdo de Integración esto debido a las inconsistencias en determinados puntos de puntos de negociación como :obstáculos técnicos al comercio , normas de origen , barreras restrictivas normas sanitarias y fitosanitarias, asuntos aduaneros , solución de controversias e inserción de más productos a la red de preferencias arancelarias que

a decir de Chile , país que propuso la revisión del acuerdo , no sustentaban un mercado de bienes y servicios justo y equitativo generando una afectación a su país; la puntualización de las negociaciones de este acuerdo refleja la importancia que tiene para Ecuador el incrementar y facilitar la operación comercial con Chile , ya que el país que tiene el mayor crecimiento económico de la región en las últimas décadas (Silva Cobo, 2017).

#### **2.1.6. Antecedente 6.**

El propósito de la autora Lizbeth Benítez de la “Universidad Politécnica Estatal del Carchi” en el año 2018 analizo el tema de “Acuerdo comercial Multipartes” donde hace referencia en la competitividad de la industria nacional automotriz, para desarrollar este objetivo es necesario fundamentar bibliográficamente los indicadores de competitividad en la industria nacional automotriz y el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM).

Esta tesis aporta ya que manejan acuerdos Multipartes por medio el cual hace referencia a la competitividad y así la integración que se basa entre países para estar en un mismo nivel en producción y obtener una ventaja comparativa para los sectores productivos del Ecuador (Benítez y Cevallos, 2018).

#### **2.1.7. Antecedente 7.**

La autora Shirley Fanny en la “Universidad Internacional del Ecuador” año 2017 realizo una investigación sobre el tema “Acuerdo Multipartes entre la Unión Europea y Ecuador” Aquí se menciona sobre que este se basa en la economía mundial se basa principalmente en la tendencia a la globalización, así como la integración económica, esto ha influenciado para la economía del Ecuador en los últimos años, con la finalidad de aportar en su desarrollo económico, político y social, buscando de esta manera nuevas oportunidades que le permitan incrementar y fortalecer su actividad comercial.

Esta tesis aporta en la presente investigación ya que estudia el Acuerdo es así que bajo la preocupación de contemplar un mejor futuro para el país se ha desarrollado la firma del Acuerdo Multipartes con la Unión Europea, negociando aspectos de varios sectores que incluyen productos de estudio considerando diferentes niveles de sensibilidad para establecer cronogramas de desgravación de productos no sensibles y sensibles (Shirley, 2017).

#### **2.1.8. Antecedente 8.**

La autora Ginna Castro de la "Universidad Politécnica Estatal del Carchi " en el 2019 realizó una investigación sobre el tema "Análisis de la Oferta Exportable Ecuatoriana en el mercado de Chile en base al Acuerdo de Complementación Económica ACE N°65 y la competitividad en la Comunidad Andina CAN" resultado de la investigación hace referencia sobre un diagnóstico para medir la competitividad de la oferta exportable ecuatoriana en base al Acuerdo mencionado, además permite conocer cuál es el principal producto de exportación que sirve de aporte a la balanza comercial ecuatoriana (Castro, 2019).

El presente antecedente es importante para el desarrollo de la investigación ya que ayudó a identificar cuáles son las principales ventajas y desventajas que posee el mercado chileno y los beneficios del acuerdo, además de aportar con información estadística sobre el intercambio comercial con Chile así permitió definir su aplicabilidad, pertinencia y factibilidad del estudio. De tal manera que el comercio exterior va a permitir el intercambio comercial de mejor manera entre estos dos países.

#### **2.1.9. Antecedente 9.**

Las autoras Ana Lucia Altamirano, Danilo Javier, Alberto Lara, Wilson Jimenez en su Artículo científico /306-320. ISSN 1390-9150 publicado en el año 2022 estudio el tema "El emprendimiento del sector textil y confecciones en el desarrollo económico territorial" que aportó a la investigación ya que se va a identificar la industria textil y confección ya que se ubica en el segundo sector manufacturero en la generación de empleo en el Ecuador esto enfocado al dinamismo empresarial para el desarrollo de las actividades económicas. El objetivo es estudiar el emprendimiento de las

pequeñas y medianas empresas asociadas con la confección textil, puesto que es un sector que aporta económicamente al país (Altamirano, Lara y Jiménez,2020).

Cabe destacar que el sector manufacturero textil ha ido generando mayor importancia a través del tiempo ya que este ha dado lugar a mercados cada vez más especializados en donde la innovación es necesaria para atender a una demanda global que es exigente y sofisticada.

#### **2.1.10. Antecedente 10.**

Los autores Marco Cevallos, William Ponce y Gloria Noroña realizaron una investigación sobre el tema "Competitividad de las pymes textiles en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto de pandemia" publicado en el Artículo científico /91-112.ISSN 1390-938x de la Universidad Central del Ecuador en el año 2022. En esta investigación se enfatiza en un análisis de la competitividad de las Pymes textil que posee el Distrito Metropolitano de Quito durante el tiempo de pandemia el mismo que permitió identificar los factores, efectos y causas que se propagaron ante este fenómeno mundial, el artículo utiliza un enfoque cualitativo con la finalidad de obtener información de libros, revistas y páginas web para conocer la realidad del sector textil. Otro factor importante son las tecnologías de la información y comunicación, en el ámbito económico aportan con la producción empresarial debido a sus múltiples beneficios .la capacidad de mejora dentro de sus operaciones logísticas que permitan tener una ventaja competitiva, mayores oportunidades para ingresar a mercados internacionales como ya es el caso de distribuir sus productos a mercado chileno esto gracias al acuerdo comercial entre estos dos países (Cevallos, Ponce y Noroña, 2022).

Por tal razón este antecedente permite conocer la competitividad que existe dentro del sector manufacturero textil el cual ha sido uno de los más principales para la economía del país, las pequeñas y medianas empresas han logrado superar los desafíos que les obstaculiza a seguir produciendo esto gracias a los programas de incentivos por parte del Gobierno con el objetivo de ser reconocidos tanto a nivel nacional como internacional.

## **2.2. MARCO TEÓRICO**

### **2.2.1. Fundamentación Teórica.**

#### **2.2.1.1. Ventaja Competitiva (Michael Porter )1990.**

La estrategia competitiva toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una industria, es decir, mediante la ventaja competitiva mencionada por Michael Porter se puede tomar acciones mediante estrategias que permita que cualquier empresa o comerciante pueda defenderse o competir en un mercado internacional esto tiene la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un retorno sobre la inversión. Según Porter (como se citó en Castaño,2022) piensa que “la base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible”.

Para que Ecuador alcance una competitividad sostenible en el mercado chileno mediante el Acuerdo de Integración Comercial, los bienes del sector textil deben ser productivos y otorgarles un valor agregado que los diferencie del resto de los países. En el aspecto competitivo interviene la invención, innovación, creatividad y emprendimiento, lo cual es característica de los pequeños y grandes productores del sector textil dentro de la provincia de Imbabura; es importante mencionar que dentro de Imbabura son pocas las empresas del sector textil que han alcanzado una ventaja competitiva y posición con sus productos en el marco internacional, debido a la escasa investigación sobre este tema.

La teoría de Michael Porter hace referencia a la competitiva que ciertos sectores tienen, en esta se involucran dos aspectos muy importantes como el liderazgo en costos esto influye de manera directa a la hora de hablar de la producción manufacturera textil de Imbabura, tienen la ventaja de liderazgo en costos ya que existen industrias localizadas y especializadas en fabricar dichas prendas, dando como resultado la eficiente productividad de las empresas ubicadas en la provincia ya que están íntimamente relacionadas con la posición y la concentración geográfica, que facilitan la conexión entre ellas, reducen los costos y hacen más eficiente el ciclo de producción.

Mediante estrategias establecidas bajo la ventaja competitiva se puede obtener la especialización productiva y la generación de economías de escala que permitan que en las empresas emergentes de la provincia de Imbabura existan ganancias de competitividad a través de una reducción en los costos de materias primas, de servicios y de productos terminados, esto no solo favorece a que Imbabura lidere los costos de la industria dentro de Ecuador sino que también puede consolidar su liderazgo y ventaja competitiva en el mercado chileno mediante la confianza que se obtiene al ofrecer productos de alta calidad con costos correctamente considerados y precio final accesible.

Por otro lado en la ventaja competitiva de Michael Porter hacer referencia a la diferenciación en cuanto a las características que tenga el producto, en el caso de la provincia de Imbabura, la cual es conocida como una provincia con alta producción a nivel nacional, por su gran diferenciación a la hora de elaborar productos con gran calidad y con modelos muy innovadores que son aceptados por los clientes, es importante mencionar que con la reactivación turística después de la cuarentena covid-19, Imbabura ha sido la provincia preferida por los turistas por la gran calidad del producto que se oferta, esto brinda una mayor competitividad como lo menciona Michael Porter a la hora de posicionar una prenda en un mercado nacional e internacional ya que el producto es diferenciado no solo por su innovación si no por su calidad y su costo.

### **2.2.1.2. Nueva Teoría del Comercio 1979 (Paul Krugman)**

Según P. Krugman (como se citó en Jiménez, F & Lahura, E,2008) menciona que:

Paul Krugman desarrolla un modelo de comercio que se basa en la estructura de mercado en el que existen competencias imperfectas o como se conoce como monopolísticas, en el cual se demuestra que el comercio entre dos países puede generarse por la presencia de economías de escala.

Lo que significa que el comercio puede darse por pequeños o grandes productores que puedan producir bienes o servicios por mayores escalas, pero a un menor costo

por unidad, además la nueva teoría del comercio hace referencia a que todas las ventajas comparativas que se menciona en la teoría de David Ricardo se pueden relacionar con las economías de escalas y puedan de origen al comercio entre dos países, de esta manera Paul Krugman crea un nuevo enfoque sobre el comercio internacional y sus implicaciones sobre la economía.

Sin duda alguna es necesario que el sector textil de la provincia de Imbabura presente economías de escala, ya que, es evidente que en esta provincia existe una gran producción de textiles favoreciendo a que los costos medios decrecen a medida que aumenta el volumen de bienes producidos, si bien es cierto las empresas emergentes de Imbabura no poseen una producción masiva por diferentes obstáculos que se les han presentado como lo son: la poca expansión comercial y por lo que no podría generar una competencia de escala en el mercado Chile, para casos como este Paul Krugman plantea el modelo de competencia que se basa en que cada empresa pueda diferenciar su producto del de su rival es decir que existe diferenciación de productos, por lo que generaría que si su precio es un poco mayor al de su competidor, sus clientes no comparan con el de la competencia ya que en el producto ofertante se está presentando calidad e innovación.

De esta manera mediante la teoría del nuevo comercio es una base para que las empresas emergentes de Imbabura puedan generar mayores ingresos a través de una gran producción, a la hora de exportar estos productos entra en vigencia el acuerdo de integración comercial que favorece a esta teoría apoyando a las exportaciones de prendas de vestir hechas de cuero que pueden ingresar a Chile con bajo arancel, lo que viene siendo una ventaja muy imponente en comparación a otros países.

### **2.2.1.3. Ventaja Comparativa (David Ricardo )1772-1823**

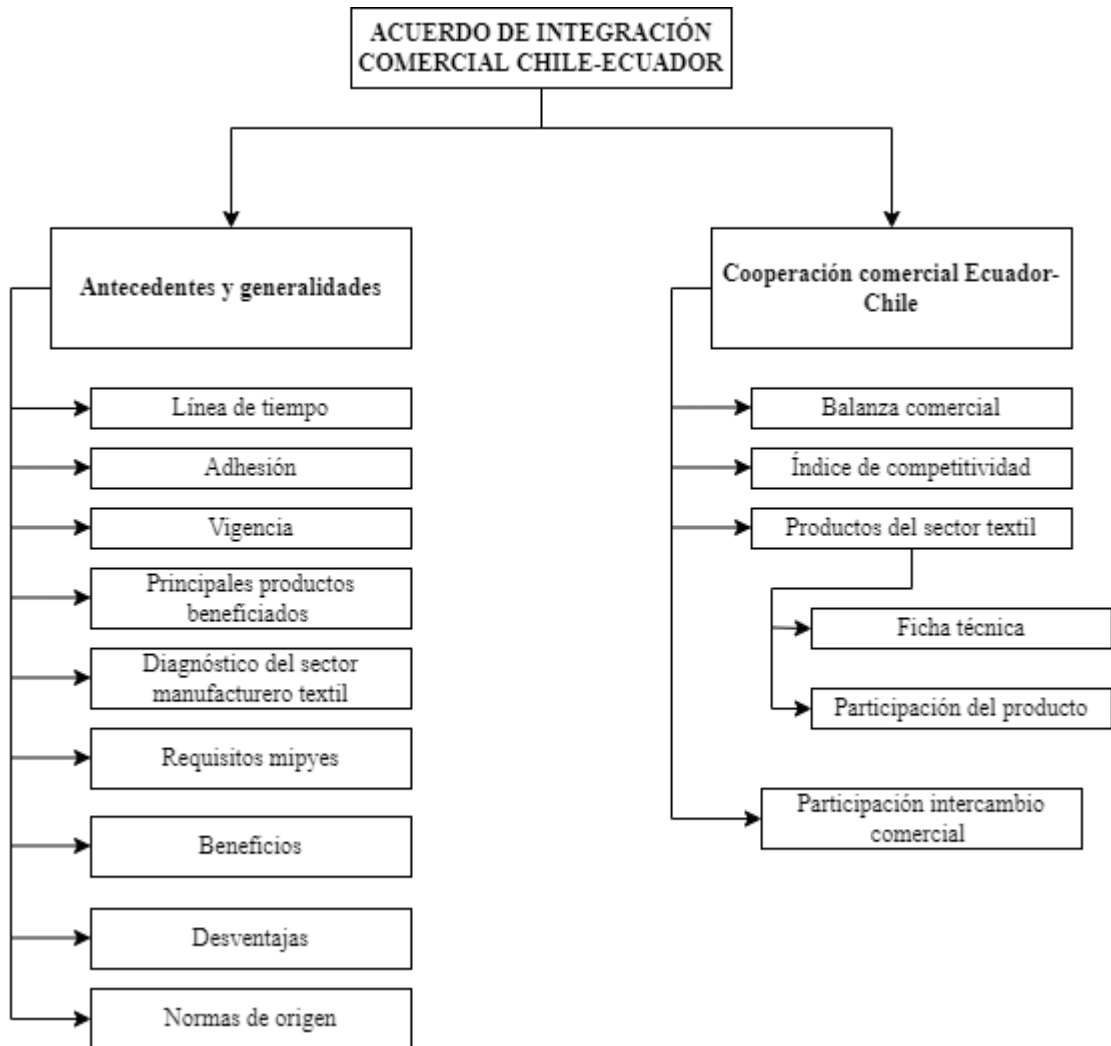
La ventaja comparativa de David Ricardo hace énfasis a que cada país se va a beneficiar si este se especializa dentro de esto los países por ende mantienen aquellos bienes que se pueden elaborar con mayor productividad y sus beneficios sean más altos (Krause, 2018). Cabe destacar que Ecuador es un país rico dentro de los sectores

productivos ya que estos bienes aportan mayormente a la economía así como es un ejemplo el sector manufacturero textil ya que este aporta a que los productos al ser estos exportados generan una ventaja comparativa como antes mencionado estos tengan costos comparativos esto con la finalidad del beneficio mutuo entre estos dos países como son Ecuador y Chile ;permitiendo de esta manera generar bienes con costos más bajos mediante la especialización y lo más importante el valor agregado que es lo que le diferencia a la provincia de Imbabura .

Este acuerdo generado entre estas dos partes representa una herramienta de mucha relevancia ya que de esta manera dicho acuerdo comercial acerca cada vez más la adhesión de Ecuador a la Alianza del Pacífico, importante bloque comercial que permitiría, al sector productivo nacional, alcanzar economías de escala y eficiencia productiva (costos, calidad, entre otros) para determinados productos, superando la desventaja que conlleva un mercado pequeño como el ecuatoriano. La ratificación de este acuerdo dado entre Ecuador y Chile acerca al país a alcanzar beneficios para lograr un nivel más profundo de integración para impulsar las exportaciones y sobre todo tomar en cuenta a las pequeñas y medianas empresas de las provincias y cantones así de esta manera generando una oportunidad comercial más elevada para la provincia de Imbabura y ser los primeros en demostrar sus manufacturas hechas a base de cuero y llegar como es en este caso a un mercado Chileno por medio de este acuerdo .

### 2.2.2. Fundamentación Conceptual.

**Variable Independiente:** Acuerdo de Integración Comercial entre Chile -Ecuador

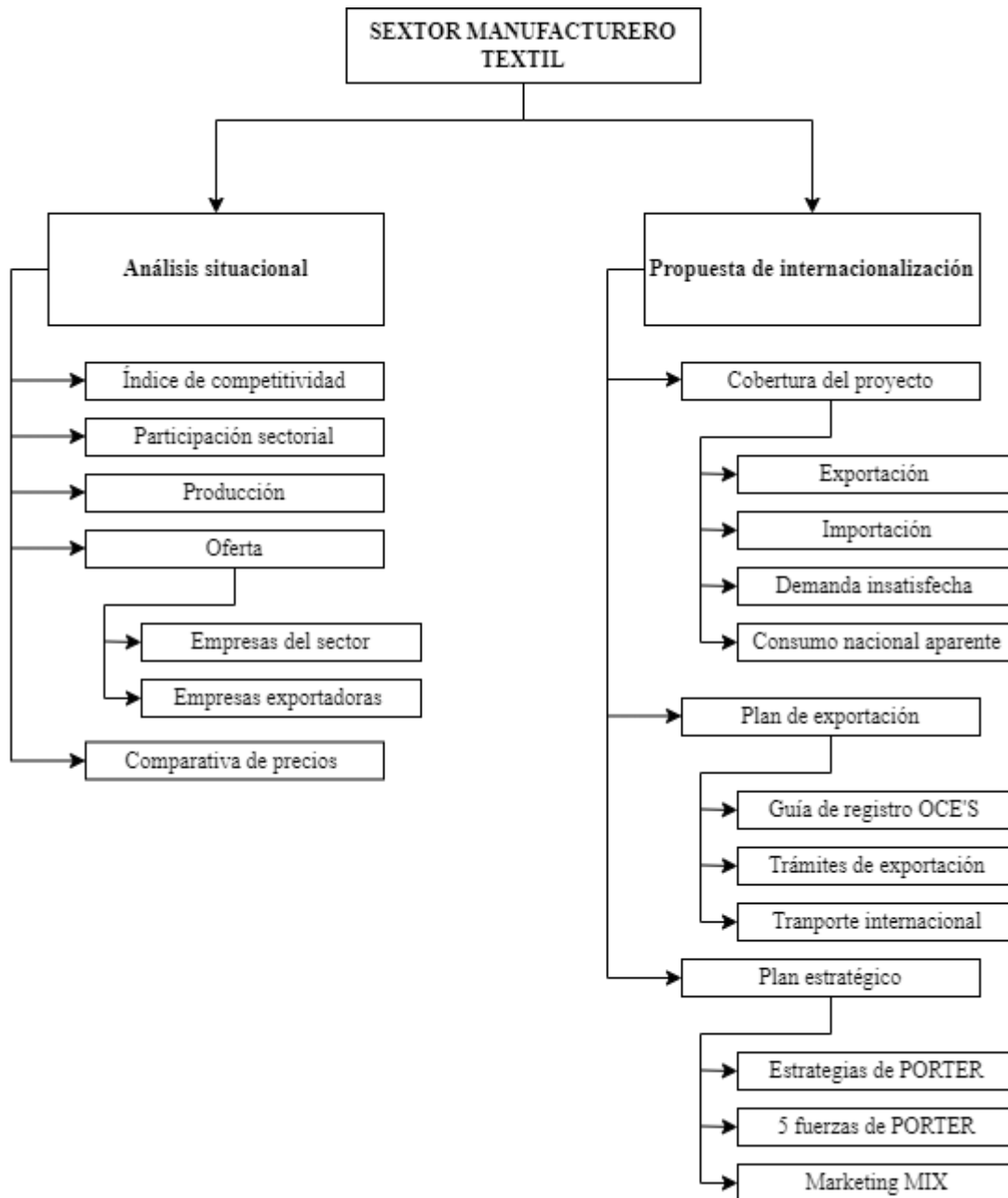


**Figura 1** Variable Independiente Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador

Economipedia (2022) menciona que un acuerdo comercial es: Un convenio entre dos o más partes para el desarrollo de una actividad económica común entre estos. Es decir, estos acuerdos o tratados se hacen con el fin de incrementar el intercambio de bienes y servicios entre dichos países. Lo que presenta un beneficio a la economía nacional y tener una acogida en el mercado internacional es necesario estudiar varios criterios como los que se presentan en la *Figura N°1* para determinar los requisitos necesarios que exigen en el mercado internacional.

La investigación pretende analizar varios factores que son de mucha relevancia como son indagar las normas de origen, el índice de competitividad entre otras que están detalladas en la *Figura N°1*.

**Variable Dependiente:** Sector manufacturero textil



**Figura 2** Variable Dependiente Sector Manufacturero Textil

En la *Figura N° 2* se da a conocer los indicadores o dimensiones para analizar el sector textil ya que por medio de este acuerdo permitirá que la provincia de Imbabura sea competitiva al resto de las demás.

La industria textil ecuatoriana se ha desarrollado durante los últimos años, siendo relevante para el desarrollo de la economía. Camargo (2021) afirma:

Las industrias textiles del mundo moderno cuentan con innovación tecnológica en todas las áreas (sean estas de producción de tejidos o de estampados), rápidamente se pasó a la producción doméstica o de taller a las fábricas para responder a las demandas de esta forma se expandieron los mercados dentro y fuera de las fronteras.

Para llegar a nivel internacional la compañía o empresa cuenta con los conocimientos necesarios para brindar un producto competitivo y de calidad.

### **2.2.3. Fundamentación Legal.**

La Constitución de la República del Ecuador (2008) menciona que:" Art.276 objetivo 2.- Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable" (pág. 122).

El Estado ecuatoriano prevalecerá el bien común entre los países para lograr una equidad igualitaria en el trabajo logrando una estabilidad económica y beneficio mutuo, mediante un orden jerárquico donde busque la igualdad en el trabajo y tener los mismos beneficios sin discriminación alguna.

La Constitución de la República del Ecuador (2008) menciona que: "Art.284 objetivo 8.- Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes" (pág.125).

El presente artículo va encaminado directamente a proporcionar el intercambio de bienes y servicios a mercados internacionales de una manera transparente cumpliendo con las normativas respectivas para evitar algún inconveniente o retraso al momento de exportar.

La Constitución de la República del Ecuador (2008) estipula que:

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos: 1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo. 2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial. 3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacional. 4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas. 5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo. 6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados. (pág. .130)

Se considera importante respaldar la presente investigación con la normativa legal ya que se encarga de regir el comercio internacional y acuerdos comerciales el cual busca un sistema económico por medio de estrategias para fortalecer la producción nacional y el dinamismo en las MiPymes para incrementar la producción nacional e internacional para llegar a una economía a escala.

La Constitución de la República del Ecuador (2008) acuerda que:

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza. (pág. .131)

El estado ecuatoriano incentiva al fomento a las exportaciones a aquellas empresas que se dediquen a producir y generar empleo y manejen en sus productos valor agregado como es en la provincia de Imbabura elaboran bienes textiles y estas se diferencian del resto ya que poseen una alta calidad y en lo que producen.

En la Constitución de la República del Ecuador (2008) afirma que:

Art. 417.- Los tratados internacionales ratificados por el Ecuador se sujetarán a lo establecido en la Constitución. En el caso de los tratados y otros instrumentos internacionales de derechos humanos se aplicarán los principios pro ser humano, de no restricción de derechos, de aplicabilidad directa y de cláusula abierta establecidos en la Constitución. (pág.183)

El presente artículo va enfocado a los tratados y acuerdos internacionales que Ecuador mantiene con otros países como uno es Chile entre estos países llegaron el acuerdo de la eliminación arancelaria para ciertos productos y de dicha manera ayudar a la economía entre ambos países.

La Constitución de la República del Ecuador (2008) cita que:

Art. 425.- El orden jerárquico de aplicación de las normas será el siguiente: La Constitución; los tratados y convenios internacionales; las leyes orgánicas; las leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los decretos y reglamentos; las ordenanzas; los acuerdos y las resoluciones; y los demás actos y decisiones de los poderes públicos. En caso de conflicto entre normas de distinta jerarquía, la Corte Constitucional, las juezas y jueces, autoridades administrativas y servidoras y servidores públicos, lo resolverán mediante la aplicación de la norma jerárquica superior. La jerarquía normativa considerará, en lo que corresponda, el principio de competencia, en especial la titularidad de las competencias exclusivas de los gobiernos autónomos descentralizados. (pág. 190)

Por concurrente el artículo va encaminado a que los acuerdos, tratados y convenios que Ecuador maneja con países que mantiene relaciones internacionales deben ser tratados con un orden jerárquico para evitar cualquier conflicto y esto facilite mejor las economías entre estos países.

El Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión (COPCI, 2016) manifiesta que:

Art. 3.- Objeto. - El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza. (pág. 4)

El presente artículo va encaminado a que el país debe incentivar e impulsar a las MiPymes incrementando la producción con el fin de generar empleos igualitarios, a las pequeñas y medianas empresas otorgarles incentivos por parte del Gobierno para que estas crezcan y saquen sus productos tanto a mercados internos como internacionales así ayudando a la economía del país.

En el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión (COPCI, 2016) se estipula que: El Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones afirma que:" Artículo 4 Objeto B.- Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria (pág.4). El presente artículo es de mucha relevancia para la investigación, ya que para Ecuador es indispensable ayudar a las pequeñas y medianas empresas a incrementar la producción nacional y obtener una economía equitativa.

En el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión (COPCI, 2016) decreta que:

Art 19. Objeto C. – Posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal; c. La libertad de importación y exportación de bienes y

servicios con excepción de aquellos límites establecidos por la normativa vigente y de acuerdo con lo que establecen los convenios internacionales de los que Ecuador forma parte. (pág. 11)

El presente artículo va encaminado a que las importaciones y exportaciones se deben realizar bajo lineamientos de una normativa vigente de acuerdo a lo acordado en los tratados comerciales ayudando a la producción nacional.

En el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión (COPCI, 2016) se estipula que:

Art. 93.- Fomento a la exportación.- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno: a. Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios; b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código; c. Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código; d. Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo; e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y, f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente Código y demás normas pertinentes.(pág. .38)

El estado ecuatoriano debe incentivar a las pequeñas y medianas empresas por medio de programas gubernamentales para promover la producción que está orientada y /o encaminada a la exportación por medio de políticas y mecanismos de manera directa , Ecuador y Chile mantienen una brecha en cuanto a la eliminación de arancelaria y buscan el beneficio mutuo por medio de estos acuerdos comerciales ya que pueden ser regionales, bilaterales o multilaterales para que estos países antes mencionados cumplan con los requisitos previstos .

El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador se firmó con la finalidad de promover el desarrollo económico y social generando varios preámbulos como son la Cooperación Económica y Comercial, Obstáculos Técnicos al Comercio, entre otros. Este acuerdo comercial acerca cada vez más la adhesión de Ecuador a la Alianza del Pacífico, importante bloque comercial que permitiría, al sector productivo nacional, alcanzar economías de escala y eficiencia productiva (costos, calidad y otros) para determinados productos, superando la desventaja que conlleva un mercado pequeño como el ecuatoriano (Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, 2022). Esto profundiza el comercio bilateral a través de importaciones y exportaciones hacia Chile.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO**

##### **3.1.1. Enfoque.**

##### **3.1.1.1. Enfoque Cualitativo.**

El enfoque cualitativo se basa en el análisis de fuentes primarias y secundarias que intentan dar respuesta a un fenómeno de estudio. Así, el enfoque cualitativo se basa en evidencias que intentan describir los fenómenos con el objetivo de comprender y darles explicación por medio de técnicas y métodos (Flores, 2019). Este enfoque se basa en estudios cualitativos que pretenden desarrollar preguntas y la idea a defender durante la recolección y el análisis de datos, cabe mencionar que este enfoque no rechaza las estadísticas ni las cifras es decir se enfoca en la observación en un entorno natural para obtener la información que permitirá cuantificar.

El enfoque cualitativo en la presente investigación ayudó la recopilación de información de datos obtenidos mediante sitios oficiales como Pro Ecuador, Trademap, al cual permitió hacer énfasis del acuerdo mismas que se relacionan con las preguntas de investigación y la idea a defender, además esto se relaciona con información primaria y secundaria para analizar el acuerdo antes mencionado.

##### **3.1.1.2. Enfoque Cuantitativo.**

El enfoque cuantitativo se encarga de la recolección de datos el cual permite comprobar la idea a defender. Por tanto, el enfoque cuantitativo comprende evidenciar la idea a defender con enfoque cuantitativo para llegar a definir el problema y preguntas acordes a la investigación (Sampiere, s.f). Este enfoque analiza causa-efecto el cual conlleva a un proceso secuencial. Al término de que la investigación se debe generar resultados, predicciones de tal manera que se utilizó este enfoque dentro de la investigación para la recolección de datos por medio de

plataformas: Trademap, Cobus Group, Banco Central del Ecuador, el cual responde a la idea a defender.

En la presente investigación se recopiló datos mediante encuestas que se aplicaron a las empresas de Imbabura y a los consumidores chilenos que posteriormente sirvieron para hacer un análisis de competitividad de estas empresas y de igual manera se obtuvo datos de Trademap, entre otros, e incluso con la información otorgada por cada empresa se conoció las falencias que presentaba cada una.

### **3.1.2. Tipo de Investigación.**

#### **3.1.2.1. Investigación Descriptiva.**

La investigación descriptiva se basa en lograr establecer descripciones, lo más cercanas a lo que se estudia, la situación o elementos con el fin de relacionarlos. Gay (como se citó en Nieto, 2018) define: "La investigación descriptiva, comprende la colección de datos para probar hipótesis o responder a preguntas concernientes a la situación corriente de los sujetos del estudio. Un estudio descriptivo determina e informa los modos de ser de los objetos". Por medio de la investigación descriptiva se realizó el levantamiento de datos, se validó la información existente, y comparaciones sobre la competitividad del mercado chileno-ecuatoriano y se identificó el nivel de las empresas más competitivas en la provincia de Imbabura.

La investigación descriptiva fue fundamental dentro del estudio ya que se especificó los principales factores que han cambiado o están cambiando en el sector textil de Imbabura, además se pudo conocer las características de las empresas con el fin de saber si es que son competitivas y si el acuerdo comercial entre Chile y Ecuador tiene una gran incidencia en las encuestas realizadas en la provincia de Imbabura, mediante la investigación descriptiva se estudió midió y evaluó diversos aspectos, como el nivel de producción, la sostenibilidad, comercialización, tecnología los cuales son indicadores que describen el comportamiento que tienen las empresas frente a la competencia tanto nacional como internacional.

### **3.1.2.2. Investigación Documental.**

La investigación documental está orientada a revisar y reflexionar las realidades teóricas de diferentes fuentes y campos de la ciencia, analizando e interpretando sus datos, valiéndose de métodos e instrumentos que ayudan a obtener resultados que pueden sustentar el desarrollo de la investigación. Escudero y Cortez (2018) plantea que:

Como su nombre lo indica, esta investigación se sustenta a partir de fuentes de índole documental, es decir, se apoya de la recopilación y análisis de documentos. Como una subclasificación de este tipo de investigación se encuentra la investigación bibliográfica, la misma que consiste en explorar, revisar y analizar libros, revistas científicas, publicaciones y demás textos escritos por la comunidad científica en formato impreso o material en línea. (p.20)

A través de la investigación documental se recopiló y se analizó información de fuentes primarias y secundarias seguras para el desarrollo del trabajo, esta investigación hizo énfasis en el desarrollo de la variable independiente a la hora de interpretar el Acuerdo de Integración Comerciales y los beneficios que aportan tanto al mercado Chileno como al sector manufacturero textil de Imbabura además de conocer las políticas comerciales que fomentan y facilitan las exportaciones de productos textiles de la provincia mediante información bibliográfica obtenida de sitios web como; Trade Map, OMC, OMA, Banco Central del Ecuador, INEC, PROE ECUADOR, Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales de Chile entre otras plataformas de comercio exterior. Es importante mencionar que este tipo de investigación ayudó establecer los indicadores que miden la incidencia que tiene el Acuerdo dentro del sector textil de la provincia ya que una vez analizado el acuerdo se pudo tomar en cuenta los factores más importantes que todas las empresas deben considerar para poder posicionarse tanto en el mercado chileno como el ecuatoriano.

### **3.1.2.3. Investigación de campo.**

La investigación de campo es aquella que se realiza con el fin de obtener información directa de los sujetos que se involucran en el tema a estudiar. Según López (como se citó en Cajal, 2019) menciona que la investigación de campo es:

... aquella investigación donde se busca obtener fuentes de datos basadas en los hechos que se producen espontáneamente en el entorno del investigador, el investigador recurre a cualquiera de las fuentes con la finalidad de acercarse a un juicio que le permita comprobar o rechazar una hipótesis.

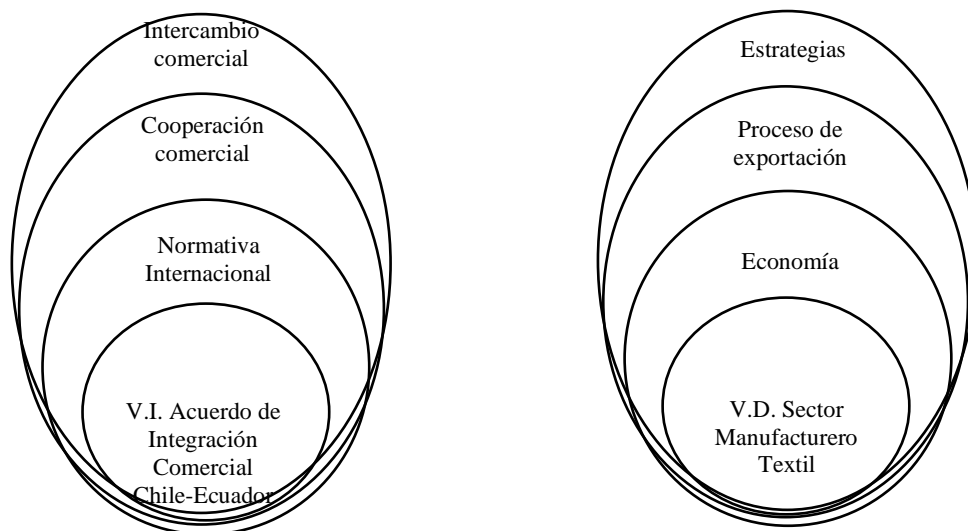
Por medio de la investigación de campo se hizo uso de técnicas de investigación como lo son la entrevista y encuesta para obtener datos e información directa sobre la incidencia del Acuerdo de Integración Comercial en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura, es importante mencionar que la investigación de campo hizo énfasis en la variable dependiente, analizando las pequeñas y medianas empresas que tienen una gran producción y son reconocidas a nivel nacional además dicha investigación se utilizó para estudiar los gustos y preferencias de los consumidores chilenos donde se obtuvo resultados favorables para prendas textiles tejidas con diseños culturales y de tal manera las empresas imbabureñas pueda satisfacer la demanda chilena. Se debe agregar que las entrevistas se aplicaron a grandes organizaciones como lo son Pro-Ecuador y Red de Asociaciones Textiles de la Provincia de Imbabura (REDATEPSI) con el fin de obtener datos generales sobre el comercio entre los dos países involucrados, las encuestas se aplicaron a las empresas más productivas sobre temas de comercio y fomento a las exportaciones.

### **3.2. IDEA A DEFENDER**

El acuerdo comercial entre Chile y Ecuador ha tenido una alta incidencia comercial en el sector textil de la provincia de Imbabura, incrementando el nivel de competitividad de este sector.

### 3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

#### 3.2.1. Definición de las variables.



Dentro de la investigación se encuentran las dos variables de estudio las cuales tienen como subtemas conceptos relacionados con el tema que ayudaron a encontrar los resultados y conclusiones. Para la variable dependiente la cual es Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador se encuentran conceptos fundamentales como la normativa internacional ALADI, OMC entre otras las cuales rigen las normas de origen, regímenes aduanero y demás conceptos de comercio internacional, dentro de la variable dependiente esta la cooperación e intercambio comerciales los cuales son aspectos fundamentales para establecer un acuerdo comercial y que este no perjudique a ninguna de las partes involucradas.

Para la variable dependiente la cual es el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura, se ha tomado en cuenta subcampos como lo son la economía, procesos de exportación y estrategias ya que estos son aspectos para medir la incidencia que tendría el acuerdo en el sector textil de la provincia con el fin de obtener resultados favorables para las empresas de estudio y establecer buenas estrategias de mejora continua para ellas.

### 3.2.2. Operacionalización de las variables.

**Tabla 1** Variable independiente

Variable	Definición conceptual de la Variable	Dimensión	Indicador	Técnica	Instrumento
Variable Independiente  Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador	En otras palabras, un acuerdo comercial es un tratado entre dos o más partícipes con el fin de incrementar el intercambio de bienes, servicios o inversiones entre ellos.  De ese modo, cada uno busca sacar provecho para el desarrollo de sus negocios (Galán, 2019).	Antecedentes y generalidades	Línea de tiempo	Análisis Documental	Fichas bibliográficas
			Adhesión		
			Vigencia	Análisis Documental	Fichas bibliográficas
			Productos		
			Diagnostico situacional	Análisis Documental	Fichas bibliográficas
			Requisitos		
			Ventajas y desventajas	Entrevista	Cuestionario
			Normas de origen		
		Cooperación comercial		Observación directa	Registró de trabajo
			Balanza comercial		
			Índice de competitividad	Entrevista	Cuestionarios, datos documentados
			Productos		
			Intercambio comercial	Análisis Datos	

**Tabla 2** Variable dependiente

Variable	Definición conceptual de la Variable	Dimensión	Indicador	Técnica	Instrumento
Variable Dependiente	El desempeño económico de los países y el comercio cerrado o abierto dependen de la industria. Una industria bien desarrollada es capaz de producir ingresos que la sostengan o financien a través del tiempo generando empleo, aportando tributos al Estado y articulando con el mundo (Ramírez, Quintuña y Cárdenas, 2017).	Análisis situacional	Índice de competitividad	Ficha técnica, participación de cada producto	Cuestionario
Sector manufacturero textil			Participación sectorial Producción Oferta Comparativa de precios		
				Entrevista	Cuestionario Registró de trabajo
		Propuesta de internacionalización	Cobertura del proyecto Plan de exportación Plan estratégico	Encuestas	Cuestionario
				Observación directa	Registró de trabajo

### **3.4. MÉTODOS UTILIZADOS**

#### **3.4.1. Método Analítico.**

P. Orellana (2020) afirma que el método analítico se basa: "en un método de investigación que se desprende del método científico y es utilizado en las ciencias naturales y sociales para el diagnóstico de problemas y la generación de hipótesis que permiten resolverlos". Mediante este método de investigación se analizó las principales problemáticas que tiene el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura para elaborar estrategias que brinden una mejora continua a los indicadores como comerciales, marketing y tecnología.

Dichas estrategias que pueden aplicarse para determinar los factores que afectan o benefician a las empresas manufactureras dentro del sector textil en Imbabura, se analizó la importancia del estudio y las empresas que fueron beneficiadas con la investigación. De esta manera se puso al descubierto las relaciones comunes a todas las partes para captar las particularidades en el desarrollo de la investigación.

#### **3.4.2. Método Inductivo.**

El autor Torres (2007), en su libro "Manual de Investigación Documental" menciona que:

El método inductivo consiste en la generalización de hechos, prácticas, situaciones y costumbres observadas a partir de casos particulares. Tiene la ventaja de impulsar al sujeto investigaste, o investigador y ponerlo en contacto con el sujeto investigado u objeto de investigación. (p. 29)

Mediante la metodología inductiva se puedo realizar observaciones específicas sobre la incidencia que tiene el acuerdo de integración comercial en el sector textil de Imbabura como lo es el indicador de marketing el cual se observó que tiene algunas falencias dentro de las empresas encuestas de esta manera se puedo llegar a conclusiones generalizadas como lo es la afectación comercial que se produce por el déficit de marketing, ya que hoy en día el e-commerce es una de las principales herramientas de difusión y comercialización alrededor del mundo y como recomendaciones generalizadas se dio soluciones factibles a los diferentes

problemas encontrados planteando estrategias de mejora para que las empresas puedan ser competitivas en el mercado chileno.

### **3.4.3. Método Deductivo.**

El método deductivo a diferencia del inductivo en este se pueden realizar conclusiones definitivas y certeras. G. Westreicher (2020) afirma que: "El método deductivo consiste en extraer una conclusión con base en una premisa o a una serie de proposiciones que se asumen como verdaderas". El presente método de investigación ayudó a poder afirmar que la idea a defender es factible y que el acuerdo tendrá una alta incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia mediante sus múltiples beneficios en cuanto a la comercialización, sostenibilidad, tecnología e integración regional.

Cabe recalcar que la palabra deducción se deriva del verbo deducir, el método deductivo fue fundamental para el desarrollo de la investigación ya que una vez establecidas conclusiones generalizadas se facilitó la toma de decisiones para establecer las estrategias de mejora continua para las empresas productivas de Imbabura además se obtuvo las conclusiones lógicas y definitivas.

### **3.4.4. Población.**

La población es considerada como un conjunto de elementos que tienen características o aspectos en común. Según Hernández (2014) define la población como: "La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones" (p.174). La población para la presente investigación está formada por 134 productores del sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura ubicados en Atuntaqui, Ibarra, Cotacachi y Otavalo (Dunsguide, 2021).

El análisis se realiza con el propósito de identificar la competitividad e incidencia del acuerdo en las mipymes de la provincia. Además, se toma en cuenta el tamaño de población de los habitantes de Chile, mismo que está conformado por 19.212.362

habitantes en el periodo 2021, la recolección de datos tiene la finalidad de conocer la conducta de los posibles consumidores.

### 3.4.5. Muestra.

En la investigación se realizó el cálculo de la muestra, permitiendo aplicar las encuestas y entrevistas para un estudio real. Según López (2004) afirma que: "La muestra forma parte del universo en la que se llevará a cabo la investigación, también puede ser considerada como un subgrupo de dicho universo" (p.2). Para la aplicación de las técnicas de recolección de información, tanto para conocer el número de productores del sector manufacturero textil y la medición del tamaño de la población de los habitantes del mercado meta, se utilizó la fórmula del muestreo finito. Utilizando la siguiente fórmula para el cálculo:

Muestra población de Chile:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

n: tamaño de muestra

N: habitantes de Chile

Z: nivel de confianza

p: probabilidad éxito

q: probabilidad fracaso

e: error máximo términos de proporción

$$n = \frac{19.212.362 * (1,96)^2 * 0,95 * 0,05}{(0,05)^2 * (19.212.362 - 1) + (1,96)^2 * 0,95 * 0,05}$$

$$n = 72 \text{ encuestados}$$

Muestra productores del sector manufacturero textil:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

n: tamaño de muestra

N: productores del sector manufacturero textil

Z: nivel de confianza

p: probabilidad éxito

q: probabilidad fracaso

e: error máximo términos de proporción

$$n = \frac{134 * (1,96)^2 * 0,95 * 0,05}{(0,05)^2 * (134 - 1) + (1,96)^2 * 0,95 * 0,05}$$

$$n = 47 \text{ encuestados}$$

### 3.5. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas e instrumentos de recolección de información que se emplearon en este estudio son la entrevista, la encuesta y la revisión documental. En cuanto a la entrevista fueron aplicadas a grandes instituciones relacionadas con el comercio exterior tanto de Ecuador como de Chile y las encuestas fueron aplicadas a las empresas con mayor nivel de producción en la provincia de Imbabura. Por otra parte, la revisión documental corresponde al Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador, también de datos oficiales obtenidos de plataformas de comercio exterior. Además, se realizó una encuesta aplicada a la población chilena para conocer el comportamiento del consumidor frente a los productos manufactureros textiles.

La recopilación de información utilizando datos primarios y secundarios permitieron desarrollar los objetivos planteados y conocer ventajas, desventajas actuales en cuanto a la producción de las empresas textiles de Imbabura y fue utilizado para fomentar las exportaciones hacia Chile.

Es importante mencionar que al tratar un acuerdo comercial entre dos países es importante mencionar instituciones que impulsan y facilitan el comercio internacional, a continuación, dichas instituciones.

**Tabla 3** Expertos de comercio exterior

<b>Instituciones</b>	<b>Encargado</b>
PRO-ECUADOR ZONA 1	Ing. Oscar Ruano
RED DE ASOCIACIONES TEXTILES DE IMBABURA (REDATEPSI)	Noemi Morillo

La entrevista es una de las técnicas más utilizadas a la hora de realizar una investigación, por motivo de que esta facilita la obtención de información primaria

de una manera más lógica y verdadera. L. Manta (2020) dice que: "La entrevista es una técnica muy utilizada para la recolección de datos cualitativos. Entre sus principales bondades se encuentra que permite la obtención de información amplia, profunda y de carácter sustancial". Dentro del desarrollo de la investigación se realizan entrevistas a grandes instituciones encargadas de promover el comercio internacional como lo es Pro Ecuador, REDATEPSI, Subrei Chile los representantes de cada una, se utilizó como instrumento un cuestionario estructurado con preguntas abiertas. Todo en función de conocer y posteriormente analizar el nivel de conocimiento del acuerdo comercial.

La encuesta es una herramienta para conocer los gustos, preferencias o características de un grupo de personas o empresas. G. Westreicher (2020) menciona que "La encuesta es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Para ello, se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos serán procesados con métodos estadísticos". Se aplicó una encuesta a una muestra de # (número de empresas) MIPYMES localizadas en la provincia de Imbabura, las mismas que se dedican a la manufacturación de materias primas en productos terminados, comercialización de productos en el sector textil, entre otros. Con el fin de conocer y evaluar el nivel de productividad y la variedad de productos a ser comercializados dentro y fuera de la provincia.

La revisión documental es una herramienta que permitió identificar las investigaciones elaboradas con anterioridad, plantear los objetos de estudio, construir la idea a defender, encontrar los autores para elaborar una base teórica relacionada al estudio de investigación, además se realizó una relación entre la evolución del Acuerdo entre Chile y Ecuador, como este ha beneficiado a los dos países involucrados (López, 2020).

La revisión del acuerdo comercial y las bases de la plataforma de comercio exterior se utilizaron para recoger información sobre la incidencia dentro de Imbabura e incluso a nivel nacional e Internacional. También se usó para conocer los niveles de Importación y exportación en la provincia y a nivel nacional, además para identificar

la situación económica de las empresas a partir de la publicación del acuerdo comercial.

### **3.6. ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

Por medio del análisis estadístico se pudo recolectar datos e información de fuentes primarias y secundarias muy relevante para la investigación, los diferentes sitios web brindaron información sobre comercio como lo es Trade Map, Banco Mundial, Pro Ecuador y entre otras, además de las encuestas y entrevistas aplicadas a las empresas con alto nivel de producción textil en la provincia de Imbabura y a instituciones dirigidas a la facilitación del comercio exterior, se debe agregar que con la información que se obtuvo de encuestas y entrevistas se pudo establecer estrategias de mejora continua para las empresas textiles de la provincia de Imbabura con el fin de que puedan utilizar el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador para dinamizar su economía.

Mediante las diferentes fuentes primarias se pudo obtener datos concretos sobre la oferta y consumo nacional textil que tiene la provincia de Imbabura mientras que las fuentes secundarias como los sitios web la demanda insatisfecha que existe en Chile, logrando identificar la cobertura del proyecto.

Para realizar la recolección de datos se utilizó el método de investigación descriptiva logrando analizar las características de los productos textiles con más demanda nacional y el comportamiento que tienen los ofertantes en cuanto a niveles de producción, esta información se obtuvo a través de la encuesta aplicada a las empresas seleccionadas. En cuanto al análisis documental se obtuvo información sobre los temas existentes en el Acuerdo Comercial para dinamizar el comercio de la industria textil de Imbabura los temas seleccionados como son; política comercial, beneficios arancelarios, normas de origen, principales documentos requeridos en aduana al momento de exportar y posterior comercialización en Chile.

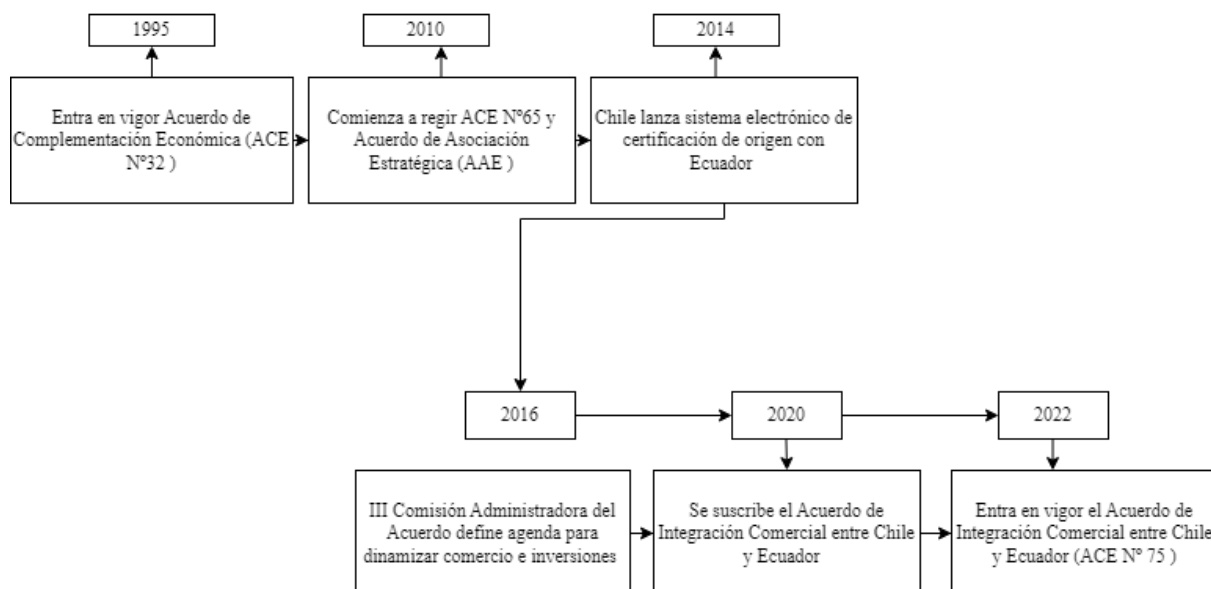
El análisis estadístico de campo fue utilizada a la hora de entrevistar instituciones del comercio exterior como lo es Pro Ecuador y la Asociación de Industriales Textiles del

Ecuador donde se conoció información sobre el comercio actual que tiene Ecuador con Chile y datos de las aportaciones económicas de Imbabura hacia el país y por medio de las encuestas se pudo establecer estrategias de mejora continua que se ajustan a las diferentes necesidades de las empresas de la provincia, con el fin de que sean más competitivas a nivel nacional e internacional.

Mediante las encuestas y entrevistas estructuradas a las diferentes empresas obtenidas en la población y muestra e instituciones del comercio exterior se obtuvo datos reales e información de la situación actual del comercio textil dentro del país y las exportaciones hacia Chile, dichos datos fueron utilizados para elaborar el plan de exportación y estratégico propuestos en los objetivos. Por otro lado, se aplicó una encuesta a los posibles consumidores del mercado chileno con la finalidad de conocer el comportamiento de los posibles clientes de los productos textiles de Imbabura que se pretende ofertar.

### 3.7. FUNDAMENTOS DEL ACUERDO DE INTEGRACIÓN COMERCIAL CHILE-ECUADOR

#### 3.7.1. Línea de tiempo del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador.



**Figura 3** Línea de tiempo del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador

**Fuente:** (Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales ,2022)

En el año 1995 entró en vigor el primer acuerdo de complementación económica entre el mercado chileno y ecuatoriano marcando un hito importante con el fin de crear un espacio económico, fortalecer y profundizar las relaciones comerciales para nuestra región. Cabe mencionar que con el transcurso de los años se fueron reformando nuevos acuerdos con el propósito de velar por el bienestar económico de estos países y abrir nuevas oportunidades de tal manera que Chile abra brechas para el mercado ecuatoriano.

### **3.7.2. Adhesión del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador.**

El Acuerdo de Integración Comercial se suscribió en el año 2020 y en mayo del 2022 entró en vigor el presente acuerdo con el propósito que ambas partes formen procesos de apertura comercial e integración regional y global como herramientas de desarrollo económico, social y político de los países para fortalecer las relaciones comerciales como un eje de política (Sistema de Información sobre Comercio Exterior ,2022). Cabe mencionar, así como algunos productos no gozaban de preferencias arancelarias ahora se integran a estos beneficios que se otorgan mediante dicho acuerdo que busca el beneficio económico.

### **3.7.3. Vigencia del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador.**

La palabra vigencia tiene mucha importancia a la hora de establecer un acuerdo comercial ya que desde que se pone en vigencia se inicia el uso de todos los beneficios que ofrece dicho acuerdo.

Sistema de Información Sobre Comercio Exterior (2022) menciona que:

El acuerdo, que está vigente desde mayo de 2022, partió sus negociaciones en el año 2019, y en adelante se considera la creación de comisiones bilaterales que se preocupan de la implementación y seguimiento de lo establecido en este nuevo Acuerdo Comercial. (p. 1)

Con la vigencia de este acuerdo los pequeños y grandes empresarios de Ecuador y Chile podrán dinamizar su economía y expandir su comercio además de tener

mejoras en su producción para ser competitivos a nivel nacional e internacional superando desventajas que durante años se han visto involucradas los pequeños mercados que existen en los dos países involucrados.

#### **3.7.4. Principales productos beneficiados.**

Los productos beneficiados dentro de este acuerdo son aquellos que tendrán preferencias arancelarias al momento de ser comercializados entre ambos países. Según (Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador, 2022) recalca que las disposiciones que están establecidas dentro del acuerdo se cumplirán por cada una de las dos partes involucradas, ninguno de los dos países podrá incrementar ningún arancel aduanero ni crear uno nuevo que afecte a los productos que son beneficiados, si bien es cierto una parte podrá analizar la mejora de las condiciones arancelarias sobre las mercancías originarias, estas mejoras se consultaron en comisión, si es que se llegan a tomar cambios o mejoras en los aranceles estas prevalecerán sobre las categorías de desgravación (p. 8).

Al momento de crear un acuerdo de integración comercial las dos partes involucradas se comprometen a cumplir con todas las reglas establecidas con el fin de no perjudicar a ninguna de las dos partes, dentro del acuerdo de integración comercial existen políticas que protegen la industria nacional y se permita dinamizar la economía tanto de Chile como de Ecuador.

A continuación, se da a conocer la lista de eliminación arancelaria de Chile:

Chile aplica su lista de eliminación arancelaria a las mercancías originarias importadas desde Ecuador, es importante mencionar que después de que se cumpla un año de entrada en vigor del acuerdo se realizará reducción anual y se dará el primero de enero de cada año además para las importaciones que realice Chile los aranceles aduaneros reducidos se aplicarán redondeando el primer decimal, por ejemplo. El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador, (2022) menciona que:

... en el caso de que el segundo decimal sea menor a 5 el primer decimal no tendrá cambios (0,04% será redondeado a 0%) y en el caso de que el segundo decimal sea igual o mayor 5 el primer decimal se intercambiara por uno (0,05% será redondeado a 0,1%) (p. 14).

**Tabla 4** Capítulos, partidas y subpartidas con preferencia arancelaria

Sección	Capítulo SA 2017	Número referencial de subpartidas	Arancel Aplicado
<b>Sección I:</b> Animales vivos y productos del reino animal.	01	Nº 1-43	0%
	02	Nº 44-154	6-0%
	03	Nº 155-898	0%
	04	Nº 899-968	0-6%
	05	Nº 969- 1004	0%
<b>Sección II:</b> Productos del reino vegetal	06	Nº 1005-1119	0%
	07	Nº 1120-1237	0%
	08	Nº 1238-1409	0%
	09	Nº1410-1458	0%- 5%+ SBR
	10	Nº 1459-1525	0%- 5%+ SBR- 6%
	11	Nº 1526-1553	0%- 5%+ SBR- 6%
	12	Nº 1554-1698	0-6%
	13	Nº 1699-1711	0%
	14	Nº 1712-1720	0%
<b>Sección III:</b> Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; Grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal	15	Nº 1721-1792	0-6%
<b>Sección IV:</b> Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	16	Nº 1793-1923	0%
	17	Nº 1924-1953	0%- 5%+ SBR- 6%
	18	Nº 1954-1967	0%
	19	Nº 1968-1996	0-6%
	20	Nº 1997-2093	0%
	21	Nº 2094-2124	0%

	22	N° 2125-2195	0%
	23	N° 2196-2245	0-6%
	24	N° 2246-2260	0%
<b>Sección V: Productos minerales</b>	25	N° 2261-2342	0%
	26	N° 2343-2389	0%
	27	N° 2390-2461	0-6%
<b>Sección VI: Productos de las industrias químicas o de las industrias conexas</b>	28	N° 2462-2672	0%
	29	N° 2673-3277	0-6%
	30	N° 3278-3431	0%
	31	N° 3432-3466	0%
	32	N° 3467-3534	0%
	33	N° 3535-3588	0%
	34	N° 3589-3621	0%
	35	N° 3622-3642	0%
	36	N° 3643-3660	0%
	37	N° 3661-3695	0%
	38	N° 3696-3893	0-6%
<b>Sección VII: Plástico y sus manufacturas; caucho y sus manufacturas</b>	39	N° 3894-4095	0-6%
	40	N° 4096-4198	0-6%
<b>Sección VIII: Pieles, cueros, peletería y manufacturas de estas materias; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa</b>	41	N° 4199-4239	0-6%
	42	N° 4240-4265	0%
	43	N° 4366-4278	0%
<b>Sección IX: Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera; corcho y sus manufacturas; manufacturas de espartería o cestería</b>	44	N° 4279-4421	0%
	45	N° 4422-4429	0%
	46	N° 4430-4440	0%
<b>Sección X: Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos); papel o cartón y sus aplicaciones</b>	47	N° 4441-4465	0%
	48	N° 4466-4607	0%
	49	N° 4608-4640	0%
	50	N° 4641-4649	0%

<b>Sección XI:</b> Materias textiles y sus manufacturas	51	N° 4650-4695	0%
	52	N° 4696-4820	0%
	53	N° 4821-4843	0%
	54	N° 4844-4922	0%
	55	N° 4923-5042	0%
	56	N° 5043-5086	0%
	57	N° 5087-5114	0%
	58	N° 5115-5152	0%
	59	N° 5153-5181	0%
	60	N° 5182-5227	0%
	61	N° 5228-5360	0%
	62	N° 5361-5525	0%
	63	N° 5526-5605	0-6%
<b>Sección XII:</b> Calzado, sombreros y demás tocados, paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas, y sus partes; plumas preparadas y artículos de plumas; flores artificiales; manufacturas de cabello	64	N° 5606-5641	0%
	65	N° 5642-5649	0%
	66	N° 5650-5657	0%
	67	N° 5658-5665	0%
<b>Sección XIII:</b> Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas; productos cerámicos; vidrio y sus manufacturas	68	N° 5666-5717	0%
	69	N° 5718-5770	0%
	70	N°5771-5840	0%
<b>Sección XIV:</b> Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas	71	N° 5841-5898	0%
<b>Sección XV:</b> Metales comunes y manufacturas de estos metales	72	N° 5899-6071	0%
	73	N° 6072-6221	0%
	74	N° 6222-6284	0%
	75	N°6285-6301	0%
	76	N° 6302-6338	0%
	78	N° 6339-6346	0%

	79	N° 6547-6355	0%
	80	N° 6356-6350	0%
	81	N° 6461-6408	0%
	82	N° 6409-6482	0%
	83	N° 6483-6523	0%
<b>Sección XVI:</b> Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos	84	N° 6524-7217	0%
	85	N° 7218-7629	0%
<b>Sección XVII:</b> Material de transporte	86	N° 7630-7654	0%
	87	N° 7655-7979	0-6%
	88	N° 7980-8003	0%
	89	N° 8004-8039	0%
<b>Sección XVIII:</b> Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; instrumentos y aparatos médicoquirúrgicos; aparatos de relojería; instrumentos musicales; partes y accesorios de estos instrumentos o aparatos	90	N° 8040-8246	0%
	91	N° 8247-8295	0%
	92	N° 8296-8312	0%
<b>Sección XIX:</b> Armas, municiones, y sus partes y accesorios	93	N° 8313-8333	0-6%
<b>Sección XX:</b> Mercancías y productos diversos	94	N° 8334-8445	0%
	95	N° 8446-8495	0%
	96	N° 8496-8561	0-6%

**Fuente:** Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador, 2022

Como se ha podido evidenciar dentro de la lista de eliminación arancelaria de Chile un 99,2% de los ítems arancelarios ecuatorianos gozan de preferencias arancelarias para ingresar al mercado de Chile esto significa que los pequeños y grandes productores de Ecuador tienen un camino de oportunidades y crecimiento para expandir sus mercados y dinamizar su economía a través de las exportaciones hacia Chile, es importante mencionar que dentro de la lista se benefician muchos productos primarios como lo son banano, enlatados de pescado, camarón, piña flores entre otros, además en el Acuerdo de Integración Comercial se añadió las manufacturas de cuero, en la presente investigación se hizo referencia a las

manufacturas hechos a base de cuero y a las manufacturas textiles de lana, algodón, tela, etc.

A continuación, se da a conocer la lista de eliminación arancelaria de Chile de los productos manufactureros textiles:

**Tabla 5** *Tabla comparativa de los capítulos con su arancel entre países miembros y no miembros*

Sección	Capítulo	Descripción	Número de líneas arancelarias	Arancel aplicado con países no miembros	Arancel aplicado con Ecuador
VIII Pieles, cueros, peletería y manufacturas de estas materias;	41	Pieles (excepto la peletería) y cueros.	41	6%	0-6%
	42	Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa.	26	6%	0%
	43	Peletería y confecciones de peletería; peletería facticia o artificial.	87	6%	0%
XI Materias textiles y sus manufacturas	50	Seda	9	6%	0%
	51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin.	46	6%	0%
	52	Algodón	125	6%	0%
	53	Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de papel.	23	6%	0%
	54	Filamentos sintéticos o artificiales; tiras y formas similares de materia textil sintética o artificial.	79	6%	0%

55	Fibras sintéticas o artificiales discontinuas.	120	6%	0%
56	Guata, fieltro y tela sin tejer; hilados especiales; cordeles, cuerdas y cordajes; artículos de cordelería.	44	6%	0%
57	Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil.	28	6%	0%
58	Tejidos especiales; superficies textiles con mechón insertado; encajes; tapicería; pasamanería; bordados.	38	6%	0%
59	Telas impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas; artículos técnicos de materia textil.	29	6%	0%
60	Tejidos de punto.	46	6%	0%
61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto.	133	6%	0%
62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto.	165	6%	0%
63	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos.	80	6%	0%

**Fuente:** Asociación Latinoamericana de Integración, 2022

Como se puede notar en el capítulo 41 de la sección VIII y el capítulo 52,57 de la sección XI son los productos que poseen mayor beneficio ya que contiene más número de partidas y obtienen mayor beneficio por medio del acuerdo establecido con Ecuador.

Cabe destacar que antes de existir el acuerdo con Ecuador se aplicaba un arancel del 6 % pero con dicho acuerdo se obtuvo una reducción de arancel del 6 al 0 %. Este acuerdo se firmó para generar competitividad en cada uno de los productos que se elaboran que ofrece el País ecuatoriano con iguales e incluso mejores condiciones de comercialización, los sectores textiles de Ecuador e integrándose a obtener sus múltiples beneficios con la eliminación arancelaria.

## Diagnóstico situación del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador en el sector manufacturero textil.

**Tabla 6** Diagnóstico situación del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador

Capítulo	Definición	Artículos	Análisis
1	Definiciones iniciales y definiciones generales.	1.1-1.3 (3)	Este capítulo hace énfasis en conceptos técnicos y definiciones generales sobre el Acuerdo de Complementación Económica N°75 entre la República de Chile y la República del Ecuador.
2	Trato nacional y acceso a los mercados	2.1-2.8 (8)	Este capítulo menciona la importancia que tiene la eliminación de aranceles aduaneros, Ecuador y Chile podrán adoptar o mantener aranceles, impuesto o cargos a las exportaciones buscando fomentar el comercio de mercancías entre las Partes con un 0 % de arancel, con la finalidad de que no existan los obstáculos al comercio de las mercancías de dichas partes. Ninguna de las partes podrá introducir o mantener subsidio a las exportaciones sobre cualquier mercancía que resulte incompatible con las regulaciones sobre la OMC (Organización Mundial del Comercio), los países establecen un Comité de Comercio de Mercancías para cualquier tipo de consulta que exista sobre materias relacionadas con modificaciones que afecten a la clasificación arancelaria.
3	Reglas de Origen	3.1-3.27 (27)	El presente capítulo habla de la importancia que tienen las definiciones que abarca dicha sección, haciendo énfasis en la identificación y utilización de las reglas de origen como diferenciar el tipo de mercancías : idénticas (son aquellas mercancías iguales en todo ), fungible (son mercancías intercambiables son aquellas mercancías iguales en todo; fungible: son mercancías intercambiables para efectos comerciales de manera que este no permite diferenciar una de la otra) no originarias: es aquella mercancía que no cumple con los requisitos establecidos en este capítulo.

---

			Las normas de origen no otorgan a la preservación de las mercancías, a la facilitación del embarque o el transporte, colocación de marcas, etiquetas y /u otro tipo de signos distintivos similares en las mercancías o en los envases.
<b>4</b>	Facilitación del Comercio	4.1-4.21 (20)	<p>Este capítulo se enfoca en reducir el tiempo, costo y eliminación de barreras en las fronteras con el objetivo de que exista transparencia, eficiencia, simplificación, armonización y coherencia en los procedimientos de importación y exportación de mercancías con esto se ha logrado implementar y mantener una armonización con los instrumentos multilaterales.</p> <p>Los mercados involucrados en el presente acuerdo se deben comprometer a lo dispuesto por la Resolución N°386 de ALADI para obtener el certificado de origen. Por otra parte, se hace énfasis a la Cooperación entre ambos países esto con el fin de facilitar las operaciones aduaneras, fortalecer la gestión de riesgos y mejorar el control aduanero.</p>
<b>5</b>	Defensa Comercial	5.1-5.8 (8)	<p>El presente capítulo hace énfasis a las salvaguardias que permiten restringir o regular las importaciones en Chile la Comisión Nacional es la encargada de investigar la existencia en distorsiones de los precios de las mercaderías importadas para el caso de Ecuador la Dirección de Defensa Comercial del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca.</p> <p>Cada país conserva sus derechos y obligaciones de acuerdo a lo que estipula el artículo XIX del GATT y el Acuerdo sobre Salvaguardias. Esto con el fin de que ninguna de las partes pueda aplicar una medida de salvaguardia.</p>
<b>6</b>	Buenas Prácticas Regulatorias	6.1-6.11 (11)	Incentivar a la adopción de buenas prácticas regulatorias esto con el fin de promover el establecimiento para un ambiente regulatorio que sea transparente y que sus etapas sean

---

---

			previsibles. Cada parte conforme a su legislación después de tres años que haya entrado en vigor de este Acuerdo se determina la disposición de medidas regulatorias.
<b>7</b>	Medidas Sanitarias y Fitosanitarias	7.1-7.13 (13)	Hacer referencia a las medidas sanitarias y fitosanitarias con el propósito de proteger la salud tanto de personas, animales y vegetales en el territorio de cada una de las partes para facilitar el intercambio de bienes entre las partes involucradas , asegurando la aplicación de las medidas sanitarias y fitosanitarias que no se constituya una restricción del comercio internacional , la parte exportadora será responsable de demostrar objetivamente a la parte importadora la condición de país , área o zona que esté libre de plagas o enfermedades conforme a las normas internacionales pertinentes .
<b>8</b>	Obstáculos Técnicos al Comercio	8.1-8.11 (11)	<p>En el presente capítulo menciona acerca de los derechos y obligaciones que incorpora esta sección con el objetivo de facilitar el comercio de bienes entre las partes mediante la identificación, prevención y eliminación de obstáculos técnicos con el objetivo de mejorar la transparencia y promover la cooperación entre Ecuador y Chile. Se aplicarán todas las normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación conforme lo define el Anexo 1 de la OTC.</p> <p>Las partes reafirman el compromiso de utilizar las normas internacionales pertinentes como base para sus reglamentos técnicos, excepto cuando tales normas internacionales sean un medio ineficaz o inadecuado para el logro de los objetivos legítimos.</p>
<b>9</b>	Comercio de Servicios	9.1-9.11 (11)	En el presente capítulo hace énfasis a los servicios suministrados de un país a otro mediante la presencia comercial en este capítulo, no se prohibirá aplicar medidas para regular la entrada o permanencia temporal de personas naturales de la otra parte en su territorio incluyendo aquellas medidas necesarias para proteger la integridad de las personas naturales y para asegurar el movimiento ordenado de ellas en frontera.

---

---

			Ninguna de las partes otorgará el reconocimiento de manera que constituya un medio de discriminación entre las partes en la aplicación de sus normas o criterios para la autorización o una restricción al comercio de servicios.
<b>10</b>	Comercio Electrónico	10.1-10.16 (16)	En el presente capítulo menciona que las partes reconocen el potencial económico, oportunidades proporcionadas por el comercio electrónico y acuerdan promover el desarrollo del comercio electrónico entre ellas mediante la cooperación sobre los temas que surjan del comercio electrónico, la claridad, transparencia y previsibilidad de sus marcos facilitan al desarrollo del comercio.
<b>11</b>	Telecomunicaciones	11.1-11.28 (28)	Hace énfasis en que cada parte podrá tomar medidas que sean necesarias para garantizar la seguridad y la confidencialidad de la información que se transmite a través de las redes públicas de telecomunicaciones con el fin de proteger la privacidad de los datos personales. Para salvaguardar las responsabilidades de los proveedores de las redes y servicios públicos de telecomunicaciones esto para proteger la integridad técnica de las redes públicas o servicios públicos. Cualquier empresa que se considere perjudicada o considere que sus intereses se ven afectados podrán obtener una revisión judicial independiente.
<b>12</b>	Contratación Pública	12.1-12.26 (26)	Este capítulo hace referencia a los requisitos de contratación que establecen que los bienes que se contratarán tales como la calidad, desempeño, seguridad y dimensiones a los procesos y métodos de producción, cuando una entidad adjudique un contrato que no se encuentre cubierto por este capítulo ninguna disposición de este capítulo se interpretará en el sentido de cubrir a cualquier bien o servicio que formen parte de tal contrato.
<b>13</b>	Política de Competencia	13.1-13.9 (9)	En este capítulo se hace referencia a las leyes de competencia que tiene cada uno de los dos países, estas fueron creadas con el objetivo de proteger y promover la producción nacional de los diferentes tipos de mercados, en el acuerdo se hace énfasis en la importancia que tiene prohibir las prácticas de negocio anticompetitivas, injustas y discriminatorias, se

---

---

			<p>recalca que el proceso de comercio entre Chile y Ecuador tiene que ser equitativo, cooperativo y sobre todo transparente en las leyes de competencia, siendo estas publicadas en páginas web oficiales acreditadas por el estado, es importante mencionar que cualquier problema que suceda en este capítulo no se podrá utilizar la solución de controversia establecidas en el capítulo 22.</p>
<b>14</b>	Micro, pequeñas y medianas empresas	14.1-14.5 (5)	<p>La importancia que tiene las pequeñas y medianas empresas dentro de la economía y comercio de los dos países es muy considerada dentro de este capítulo donde se busca apoyar el crecimiento y desarrollo de estas empresas poniendo en responsabilidad de que cada parte mantengan información real y actual sobre los beneficios que el acuerdo aporta a las MIPYMEs además de establecer puntos de contacto en cada país en el caso de Chile Ministerio de Economía-empresas de menor tamaño y en el caso de Ecuador Ministerio de Comercio por la subsecretaría de MIPYMEs y Artesanías donde se brinda asisten: MIPYMEs para que puedan aprovechar las oportunidades comerciales que ofrece el acuerdo, es importante mencionar que cualquier problema que suceda en este capítulo no se podrá utilizar la solución de controversia establecidas en el capítulo 22.</p>
<b>15</b>	Cadenas regionales y globales de valor	15.1-15.6 (6)	<p>En el presente capítulo se habla sobre diferentes actividades que impulsan el comercio regional, la internalización e inversión de Mipymes para que por medio de CRGV (Cadena Regional Global de Valor) puedan dinamizar su economía y aumentar el valor agregado en las exportaciones. En el capítulo se comprometen tanto Chile como Ecuador a llevar a cabo actividades de cooperación para aprovechar sus economías y ampliar la capacidad productiva de las MIPYMEs, las actividades de cooperación mencionadas son; el desarrollo de estrategias para detectar oportunidad, elaborar programas para identificar tributos, compartir métodos y procedimientos para una correcta recolección de información, entre otros, todas las actividades de cooperación que se vayan a implementar en cualquier de los dos países deben de ser temas y asuntos de interés común, es importante mencionar que</p>

---

---

cualquier problema que suceda en este capítulo no se podrá utilizar la solución de controversia establecidas en el capítulo 22.

<b>16</b>	Comercio y asuntos laborales	16.1-16.18 (18)	En el capítulo hace referencia a la importancia de que cada una de las partes mantengan un bienestar laboral, si bien es cierto, ninguno país puede interferir en las políticas laborales del otro estos deben de adoptar y mantener leyes que regulen las condiciones de trabajo, salarios mínimos, horas de trabajo, seguridad y salud como se establece en la Declaración de la Organización Internacional de Trabajo (OIT), además se compromete a las dos partes a tener foros donde se desarrollen actividades de intercambio de información y cooperación laborar con beneficio mutuo, dentro de este capítulo se repudia el trabajo infantil, forzoso, discriminatorio y obligatorio. En relación al comercio en el capítulo hace énfasis en la cooperación de los dos países para promover normas y estándares internacionales de derecho humano y empresas creando así un valor agregado a cada empresa a la hora de exportar y que este punto laboral no afecte a las inversiones entre países. Entre los dos países se establecerá un comité laboral para discutir asuntos laborales y de comercio que sean de interés mutuo.
<b>17</b>	Comercio y medio ambiente	17.1-17.24 (24)	Dentro del acuerdo el capítulo 17 hace referencia a las condiciones de exportación y sobre todo que estas no afecten al ambiente y su diversidad, para ello cada parte se compromete a poner mayor control para proteger y conservar los recursos naturales y que estos sean comercializados de una manera equilibrada, los dos países tendrán apoyo mutuo sobre asuntos de comercio y medio ambiente. Dentro del acuerdo se busca tener un comercio y biodiversidad regulados, por ende, cada parte debe de respetar, perseverar y mantener buenas prácticas de comercialización donde se comprometen a controlar las siguientes áreas biodiversas: especies exóticas invasoras, manejo forestal sostenible y comercio asociado, agricultura sostenible, pesca de captura marina, comercio de flora y fauna silvestre. En cuanto al comercio y cambio climático cada una de las partes se compromete a ser

---

			cooperativos en cuanto al desarrollo comercial sostenible y la implementación de normas que certifiquen que un producto es sustentable climatológicamente.
<b>18</b>	Comercio y género	18.1-18.9 (9)	En este capítulo hace referencia a la importancia que tienen las políticas de género a la hora de comercializar, en el acuerdo se mantiene las oportunidades equitativas a hombres y mujeres en el campo laboral donde los dos países se comprometen a mantener e impulsar sus leyes, reglamentos y políticas de igualdad de género y mantener su compromiso con otros acuerdos internacionales sobre la igualdad de género. Ecuador y Chile llevarán actividades de cooperación donde busquen impulsar la participación de mujeres empresarias, emprendedoras y trabajadoras, donde se desarrolle programas actividades e incentivos relacionados a la participación de las mujeres en el comercio internacional y el liderazgo empresarial por medio de promociones de emprendimiento femenino, mediante talleres, seminarios, pasantías, investigaciones corporativas y demás actividades coordinadas por las dos partes involucradas. En este capítulo se establecerá un comité de comercio y o designado por las autoridades de cada país, el cual se encargará de facilitar las diferentes actividades de corporación.
<b>19</b>	Cooperación económica y comercial	19.1-19.8 (8)	Este capítulo busca maximizar los beneficios del acuerdo mediante el apoyo y desarrollo a proyectos específicos enfocados en la facilitación del comercio y desarrollo productivo de los diferentes sectores comerciales de los dos países. En este capítulo se pretende cumplir con los objetivos del acuerdo, ya que se puede desarrollar proyectos que tengan un valor agregado en la relación economía-comercio, dichos proyectos se basarán en las disposiciones de este acuerdo, las dos partes pueden establecer mejoras continuas e innovadoras para aprovechar los beneficios del acuerdo, promocionar y facilitar la inversión entre países además de fortalecer la participación de las MIPYMEs, fomentando eventos que permitan que estas empresas puedan promocionarse en el mercado tanto de Chile como de Ecuador además

---

---

			de realizar intercambio de especialistas entre las partes, los cuales brindarán capacitación y colaboración a proyectos.
<b>20</b>	Transparencia y anticorrupción	20.1-20.15 (15)	<p>Transparencia: cada ley, regulación o proceso que se refiera al presente acuerdo deben de ser publicadas en sitios web acreditados por el estado además de informar a la otra parte sobre las medidas propuestas, las partes están obligadas a notificar alguna medida que pueda afectar el funcionamiento del acuerdo.</p> <p>Anticorrupción: cada país penaliza como delito la realización de sobornos, ofrecimientos y la aceptación por parte de un funcionario público con el fin de que ninguna persona evada impuestos, para combatir la corrupción cada parte deberá proteger la integridad de los funcionarios públicos encargados del comercio mediante códigos o normas de conducta para un correcto desempeño laboral es importante mencionar que cualquier problema que suceda en este capítulo se podrá utilizar la solución de controversia establecidas en el capítulo 22.</p>
<b>21</b>	Administración del acuerdo	21.1-21.4 (4)	Para llevar a cabo con el cumplimiento del acuerdo se creará comisiones que verifiquen el cumplimiento y la correcta aplicación del acuerdo mediante evaluaciones periódicas, además el comité de administración tiene la tarea de supervisar a los demás comités que se mencionan anteriormente, el comité podrá tomar decisiones sobre la lista de eliminación arancelaria tanto de Chile como de Ecuador. El comité de reglas de origen y facilitación de comercio se encargará de proponer a la comisión general sobre adaptación de prácticas y lineamientos en materias de origen y velar por el cumplimiento del capítulo 3 y 4.
<b>22</b>	Solución de controversias	22.1-22.17 (17)	Dentro de este capítulo se busca resolver controversias de manera eficiente y transparente, es importante mencionar que las dos partes deberán llegar a un acuerdo sobre la implementación de este capítulo y la aplicación de este acuerdo la disposición de la solución de controversias se dará cuando; una parte esté en desacuerdo sobre algún proyecto que

---

---

			incumpla con las obligaciones del acuerdo, no cumpla con las obligaciones que están establecidas en el acuerdo y considere que una medida deberá ser anulada. Estas controversias pueden ser solucionadas mediante la utilización de un foro donde exista diálogo entre las partes, mediante la opción de consultas donde se resolverán interrogantes por las dos partes, mediante medios alternativos como son los oficios, la conciliación o mediación, mediante establecimiento de un tribunal arbitrario donde el caso pasara a otras personas encargadas que tengan conocimiento sobre el tema a tratar.
<b>23</b>	Excepciones generales	23.1-23.5 (5)	Dentro de este capítulo se recalca que ninguna parte podrá obligar a la otra a proporcionar información que considere que perjudica sus intereses y no podrá prohibir que una parte pueda publicar una medida con el fin de proteger sus intereses, además de que ninguna disposición del acuerdo obliga a poner en riesgo información de cuentas e instituciones financieras y clientes individuales, ninguna parte de este acuerdo limita a que las partes puedan utilizar salvaguardias.
<b>24</b>	Disposiciones finales	24.1-24.8 (8)	Cómo disposiciones finales está que las partes podrán acordar cualquier modificación el acuerdo, tanto Ecuador como Chile podrán realizar una revisión general del acuerdo con el fin de actualizar o ampliar en el futuro, este acuerdo tendrá una duración indefinida y cualquier país podrá renunciar siempre y cuando presenten una notificación escrita a la secretaria general de ALADI. Este acuerdo está abierto para adherirse mediante negociación previa con los demás miembros de ALADI.

---

**Fuente:** Asociación Latinoamericana de Integración, 2022

El propósito del acuerdo es identificar las normas de origen para conocer el proceso de importación que este puede variar según el origen de los productos, una vez que este acuerdo entró en vigor tanto Ecuador y Chile se benefician a la eliminación y reducción de Aranceles Aduaneros de modo que para las pequeñas y medianas empresas fomenten a la producción e intercambio comercial.

Con dicho acuerdo se intensifica las relaciones tanto económicas como comerciales entre estos países además de beneficiará a las MiPymes para la dinamización de su comercio y economía, por ende el acuerdo aporta un beneficio no solo a la comercialización entre ambos países sino también a mejorar el nivel productivo de las microempresas con la oportunidad de convertirlas en empresas más innovadoras y competitivas a nivel nacional e internacional, mediante las ventajas del acuerdo está la cooperación entre las dos naciones obteniendo ventajas competitivas contribuyendo a dinamizar los procesos productivos.

El principal objetivo de los capítulos 13 al 24 es dar a conocer los beneficios que tiene el acuerdo para las MiPymes a la hora de comercializar entre los dos países, tanto para Chile como para Ecuador es importante que se maximicen los beneficios que aporta el acuerdo, por ende dentro de los capítulos mencionados se establecieron normas que benefician y no perjudican a ninguna parte, de esta manera se tiene un comercio justo y logra dinamizar su economía y comercio, dentro de dichos capítulos se hace referencia a políticas de competencia, medidas para cuidar la biodiversidad de cada país, transparencia del acuerdo, anticorrupción y un tema muy importante en la actualidad es el comercio y género mismo que busca apoyar a las mujeres empresarias, emprendedoras y trabajadoras con el fin de hacer crecer sus emprendimientos o negocios por medio de programas e incentivos que promuevan la comercialización y el nivel productivo de cada negocio, se debe de agregar que el acuerdo les aporta oportunidades equitativas tanto para hombres como mujeres.

El capítulo con mayor relevancia para la investigación es el diecinueve denominado "Cooperación economía y comercio" ya que, en estos capítulos se busca cumplir con la mayoría de los objetivos incentivando a la cooperación de los dos países a la hora de crear proyectos o incentivos que impulsen tanto las importaciones como las

exportaciones, haciendo énfasis en promover las inversiones entre países e impulsar a las empresas emergentes. El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador fue creado con el fin de facilitar el comercio y eliminar las barreras que existen en los diferentes tipos de mercados. Para el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura dicho acuerdo es un instrumento para expandir el mercado de las empresas textiles las cuales harían uso de los diferentes capítulos del acuerdo con el fin de obtener beneficios y preferencias que fortalezcan y protejan su comercialización.

### **3.7.5. Requisitos para que las mipymes se acojan al Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador.**

Los principales requisitos que se identifican en el Acuerdo de Integración Comercial Chile y Ecuador para que las Mipymes puedan exportar sus productos bajo los beneficios estipulados son:

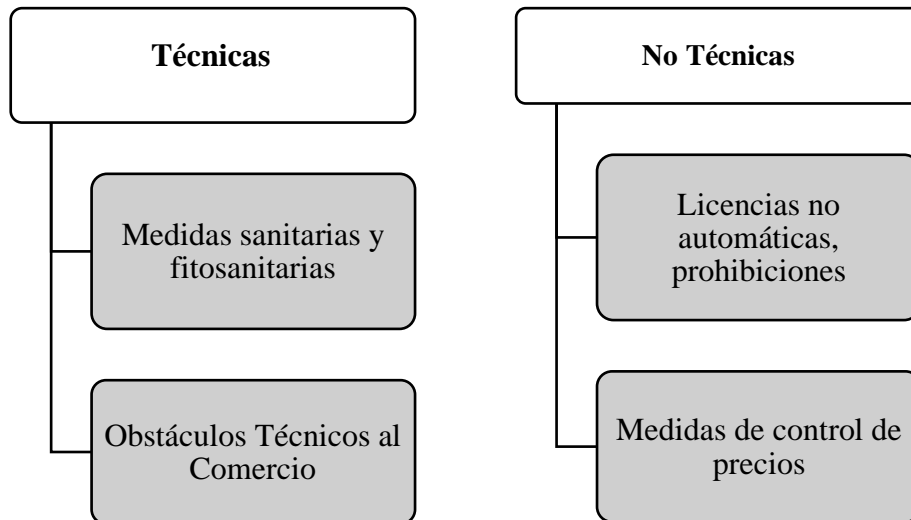
Cumplir con las normas de origen porque son importantes para las medidas al comercio al constituir en sí un instrumento comercial. Organización Mundial del Comercio (2022) menciona que:

Son los criterios utilizados para determinar el lugar de elaboración de un producto, y son importantes para aplicar otras medidas de política comercial, entre ellas las preferencias comerciales (normas de origen preferenciales), los contingentes, las medidas antidumping y los derechos compensatorios (normas de origen no preferenciales).

Las normas de origen ayudan a mejorar y garantizar una negociación internacional apoyada en un acuerdo comercial generando oportunidades mediante el aprovechamiento de las preferencias arancelarias siendo necesario para las pequeñas y medianas empresas conozcan de estas herramientas.

### 3.7.6.1. Medidas no Arancelarias en Ecuador

Otro requisito importante es el cumplimiento de las barreras no arancelarias. En el Ecuador se pueden encontrar varias barreras no arancelarias las cuales se dividen en técnicas y no técnicas.

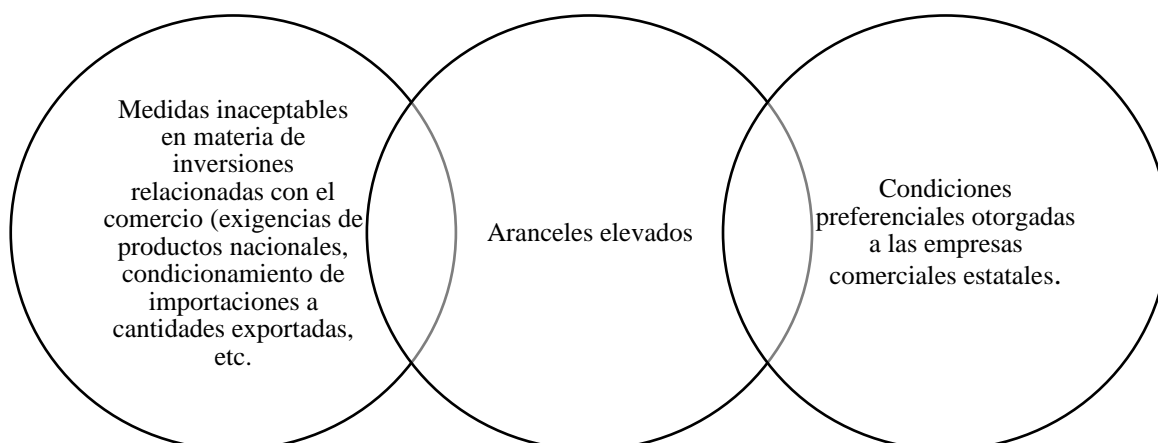


**Figura 4** Barreras no Arancelarias en Ecuador

Estas barreras no arancelarias que Ecuador ha adoptado se las crea con el objetivo de tener un control eficiente al Comercio Exterior para promover una competencia justa y equitativa para los sectores económicos a fin de que se maneje de una manera transparente y legal. Es por eso que Ecuador aplica estas medidas no arancelarias como un instrumento que refleja las importaciones y exportaciones es por eso que se identifica el comportamiento a las barreras no arancelarias.

Entre las barreras arancelarias aplicadas por Chile para la entrada de productos se establecen las siguientes:

### 3.7.6.2. Barreras Comerciales de Chile.



**Figura 5** Barreras Comerciales de Chile

El mercado chileno aporta estas medidas a fin de que sus procesos se manejen en un marco de legalidad frente a sus reglamentos establecidos esto pensando en las pequeñas y medianas empresas a proteger la producción dentro de sus sectores locales, para facilitar el comercio del país.

### 3.7.6. Beneficios del acuerdo con las mipymes del sector manufacturero textil del Ecuador.

Los acuerdos comerciales están direccionados a aportar beneficios no solo comerciales si no que sean positivos para la economía de los países involucrados.

**Tabla 7** Aspectos favorables Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador

Aspectos Favorables	
Diversidad de mercados	El acuerdo brinda oportunidades para las empresas del sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura, para productos que antes no gozaban de preferencias arancelarias como los textiles hechos a base de cuero.
Facilitación del comercio electrónico	Se promueve el comercio electrónico por las dos partes, enfocado en la participación de MIPYMEs en condiciones de igualdad en respecto a empresas locales de Imbabura
Cooperación recíproca	El acuerdo promueve programas de trabajo para identificar áreas de cooperación involucrando a las pequeñas y medianas empresas de las dos partes, mediante el acuerdo se verán beneficiadas en las oportunidades de encadenamiento productivo entre las empresas textiles de Imbabura y empresas chilenas
Fomentación de la competitividad	Al existir la posibilidad de obtener una diversificación de mercado, las empresas textiles de Imbabura podrán ser más competitivas, innovadoras e incrementar su nivel productivo, el acuerdo brinda el

	beneficio de tener una competitividad justa y equilibrada para que ninguna de las partes ponga en peligro su producción nacional
Reduce barreras arancelarias y no arancelarias	Mediante la utilización del acuerdo se disminuyen y eliminan los aranceles a ciertos productos beneficiados y ciertas restricciones que imponen cada país, para las empresas textiles de Imbabura esto significa una oportunidad para disponer de materia prima y maquinarias a menores costos de la misma manera pueden expandir su mercado a menores costos.
Incremento en la inversión extranjera	El acuerdo otorga estabilidad a los inversionistas extranjeros, en el presente caso las empresas manufactureras textiles de Imbabura se verán beneficiadas por grandes empresarios u organizaciones que se vean interesadas en la gran producción de calidad que existe en Imbabura y se pueda mejorar sus condiciones con el fin de incrementar sus ventas y diversificar el mercado textil dentro y fuera del país
Fomenta la creación de empleo	El acuerdo incrementa la actividad exportadora de diferentes productos incrementando la economía del país y sobre todo las oportunidades de empleo, las empresas textiles son las que más mano de obra emplea por ende se necesita de trabajadores que incrementen el nivel productivo de las empresas

Mediante el acuerdo de integración comercial entre Chile y Ecuador se redujeron reducción de barreras arancelarias y no arancelarias, además se establecieron reglas y normas que deben cumplir las dos partes para obtener beneficios mutuos y mantener un flujo de las inversiones. Para la diversificación del mercado textil ecuatoriano es importante mencionar que mediante el acuerdo se obtiene un arancel 0% a diferencia de en otros países que varían hasta el 6%, esto no solo representa una oportunidad de comercialización si no de crecimiento productivo y la oportunidad de que cada empresa crezca sea más innovadora y puedan ser competitivas a nivel nacional e internacional, mediante beneficios que ofrece el acuerdo como son la creación de proyectos incentivos, la cooperación mutua mediante a los especialistas que brinda apoyo a las pequeñas y medianas empresas.

### **3.7.7. Aspectos desfavorables del acuerdo a las mipymes del sector manufacturero textil del Ecuador.**

A lo largo de los años los acuerdos comerciales han tenido aspectos desfavorables, para Ecuador y Chile existen pocas desventajas que perjudican al intercambio comercial las cuales pueden ser controladas o erradicadas.

**Tabla 8 Aspectos desfavorables Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador**

<b>Aspectos Desfavorables</b>	
Desigualdad por la competencia	Así como el acuerdo trae oportunidades para que las empresas mejoren y sean competitivas a nivel internacional, existen ciertos productos muy sensibles a la competencia por lo que pueden perder su importancia en los mercados exteriores. El sector textil de la provincia de Imbabura es muy variado lo que puede perjudicar a algunos productos.
Contrabando	Aunque dentro del acuerdo existen políticas de protección ante acciones ilegales como el contrabando, es importante mencionar que es complicado erradicar estas acciones corruptas, lo que puede perjudicar a las pequeñas y medianas empresas de la provincia de Imbabura a la hora de comercializar o comprar cierta materia prima internacional.
Inestabilidad política de los países integrantes	El acuerdo promueve la cooperación de las dos partes, pero por situaciones de interés políticos de un país puede afectar a las buenas prácticas de comercialización o a las decisiones que tome uno de los dos países, el sector manufacturero de Imbabura aporta de manera significativo al país por ende se puede ver afectado por cambios o ideologías políticas.
A proximidad geográfica	Chile y Ecuador son muy próximos geográficamente y en ocasiones pueden compartir los mismos cambios climáticos lo que puede genera poca demanda de productos textiles en Chile y por ende no exista exportaciones y poco nivel productivo dentro de Imbabura
Poco conocimiento del acuerdo	Existen muchas empresas textiles de Imbabura que tienen poco o nada de conocimiento sobre los beneficios que trae el acuerdo, lo que genera debilidades y poco crecimiento económico dentro del país.

Sin duda alguna, este acuerdo visto desde el punto de Ecuador hacia Chile; las ventajas que han traído consigo han superado a las desventajas, pero es importante mencionar que los aspectos mencionados anteriormente pueden ser erradicados mientras los dos países mantengan una comercialización justa y equilibrada cumpliendo con las normas y leyes que se han establecido dentro del acuerdo, para el sector manufacturero textil de Imbabura los aspectos negativos pueden perjudicar a ciertos productos mas no a toda la diversificar que elaboran las diferentes empresas.

### **3.7.8. Tabla comparativa de las manufacturas textiles y los textiles manufacturados.**

**Tabla 9** *Tabla comparativa manufacturas textiles-textiles manufacturados*

<b>Descripción</b>	<b>Manufacturas textiles</b>	<b>Textiles manufacturados</b>
Definición	Las manufacturas textiles consisten en la elaboración de un proceso de fabricación de textiles y esta industria es parte	Los textiles manufacturados es el resultado de la transformación de la materia prima (manufacturas textiles) en el producto final

	fundamental debido a que se basa en la transformación de fibra en hilo, tejido, transformados en telas.	como confecciones de prendas de vestir terminadas para su distribución y consumo.
Funcionalidad	Una vez obtenida la materia prima se procede a la realización de productos finales o terminados para la adquisición de las personas.	Los textiles manufacturados tienen la función de vestir a las personas de acuerdo a los diferentes gustos y preferencias de los demandantes, una vez que ya se elabora la prenda final, se busca que sea del agrado y acogida de los consumidores.
Como se obtiene	Los hilos provienen de la naturaleza, es decir de fuentes animales como la lana y seda, mientras que las telas y el algodón provienen de fuentes vegetales. El proceso de obtención de las manufacturas textiles consta de 3 etapas; convertir la fibra en hilo, crear la tela, y por último fabricarla para posteriormente ser utilizada en la fabricación de las prendas o diferentes productos textiles.	Las tareas fundamentales para obtener un textil manufacturado empiezan desde el trabajo de limpieza y preparación de la materia prima ya sea vegetales como animales (hilos, lana, seda, cuero, etc.) así como otros acabados que requieren las prendas como la tintorería y otros. Finalmente, si se prepara un vestido o alguna prenda en específico se necesitará de confección o innovación.
Capítulos del SA	41,42,43;50,51,52,5,3,54,55,56,57,58,59	60,61,62,63
Ejemplos	Hilos, Algodón, Lana, Seda y Poliéster.	Vestidos, camisas, camisetas, pantalones.

**Fuente:** Lara, 2022; Audaces, 2020; wikidat, 2022

Las manufacturas textiles son la materia prima que se utiliza en las fábricas textiles basada en la celulosa natural y sintética como: hilos, algodón, poliéster, entre otros. Las manufacturas textiles son productos de consumo masivo el mismo que es utilizado para de obtener productos terminados como las prendas de vestir, cabe mencionar que las manufacturas textiles se encuentran dentro del Sistema Armonizado en la sección VIII y XI en los capítulos 41,42,43;50,51,52,5,3,54,55,56,57,58,59.

Los textiles manufacturados consisten en la transformación de la materia prima en un producto final como las prendas de vestir para satisfacer las necesidades de los diferentes tipos de consumidores, es importante mencionar que en la elaboración de los textiles ya manufacturas se utilizan diferentes tipos de fibras además de ciertos procesos como lo es el lavado de la materia prima, la tintorería y la implementación de otros productos como los botones o cierres, lo que nos da como resultado ropa fundamental para la vestimenta o un producto de decoración para hogares como cortinas, alfombras. Los textiles manufacturados se encuentran dentro del Sistema Armonizado haciendo referencia a tejido de punto, prendas de vestir y complementos, prendería y trapos, en los capítulos 60, 51, 62, 63.

### **3.7.9. Normas de origen.**

Las normas de origen son herramientas fundamentales dentro del comercio internacional el cual permite determinar en donde se ha producido un bien con el fin de establecer el procedimiento arancelario el cual ingresará a un determinado país. Mise (2022) menciona que:

Las normas de origen son disposiciones específicas que se aplican para determinar el origen de las mercancías y los servicios producidos en un determinado territorio aduanero extranjero, de acuerdo con los principios y las normas jurídicas establecidas en la legislación nacional y convenios internacionales en que podrían ser preferenciales y no preferenciales. (p.1)

Dentro de los acuerdos comerciales es necesario utilizar las normas de origen debido a que permite identificar aquellos bienes y servicios que serán beneficiados del acceso preferencial determinado, cabe mencionar que esto se realiza a través de una base legal para la procedencia de un producto de acuerdo con la normativa establecida en dicho convenio o acuerdo. Las reglas o normas de origen se han utilizado como instrumentos de políticas proteccionistas el cual ha permitido incrementar la discrecionalidad gubernamental para interponerse en el comercio internacional.

#### **3.7.9.1. Valor Contenido Regional**

Este es un criterio que establece un valor añadido a unas mercancías mediante transformaciones que pueden determinar su origen es decir se incorpora un valor a las transformaciones de un producto final y se considera así el valor que se utiliza en la producción de un bien. One Core (2018) afirma que;

El valor de contenido regional es un porcentaje que indica en qué medida se produjo una mercancía en la región local del productor. En este porcentaje

influyen factores como el origen de los componentes o materiales que se utilizaron para crear la mercancía y la ubicación donde se produjo. (p.1)

Cabe mencionar que este valor es un porcentaje que se basa en las variaciones que perjudica el valor de las mercancías esto como consecuencia a las transformaciones que sufre dicha mercadería en distintos países esto haciendo que cada estado y región modifiquen los precios de producción y sus manufacturas, de tal manera que varía su costo final en los productos.

A continuación, se da a conocer la fórmula:

$$VCR = \frac{VT - VMN}{VT} * 100$$

**VCR:** valor de contenido regional expresado como porcentaje.

**VT:** es el valor de transacción de los materiales no originarios ajustados sobre una base CIF, salvo a lo dispuesto en el párrafo 5. En caso que no exista o no pueda determinarse dicho valor conforme a los principios del Artículo 1 del Acuerdo de Valoración Aduanera, el mismo será calculado de conformidad con dicho Acuerdo.

**VMN:** es el valor de transacción de la mercancía ajustado sobre una base FOB, salvo lo dispuesto en el párrafo 3. En caso de que no exista o no pueda determinarse dicho valor conforme a los principios del Artículo 1 del Acuerdo de Valoración Aduanera, el mismo será calculado de conformidad con dicho Acuerdo.

El valor de contenido regional se calcula con base en el método de costo neto cuando no exista valor de transacción, el productor ofrezca la mercancía a una persona relacionada y el volumen de ventas, por unidades de cantidad, de bienes idénticos o similares, durante un periodo de seis meses inmediatamente anterior al mes en que la mercancía en cuestión sea vendida, exceda 85% de sus ventas totales durante ese periodo y este se trate de un producto comprendido en ciertas partidas, subpartidas o fracciones arancelarias este requiera ajustar el valor de algún material utilizado en la producción de la mercancía. (One Core, 2018)

### **3.7.10.2. Operaciones que no confieren Origen**

No confieren origen a los procesos u operaciones combinados entre sí a los siguientes. (ALADI, 2022) menciona que:

No confiere origen a las mercancías que no se encuentren en un buen estado durante su transporte debido a que este debe contar con ventilación, refrigeración, y para las ventas de dicha mercadería se requiere de envase y embalaje el cual le permitirá diferenciar de los demás productos. (p.610)

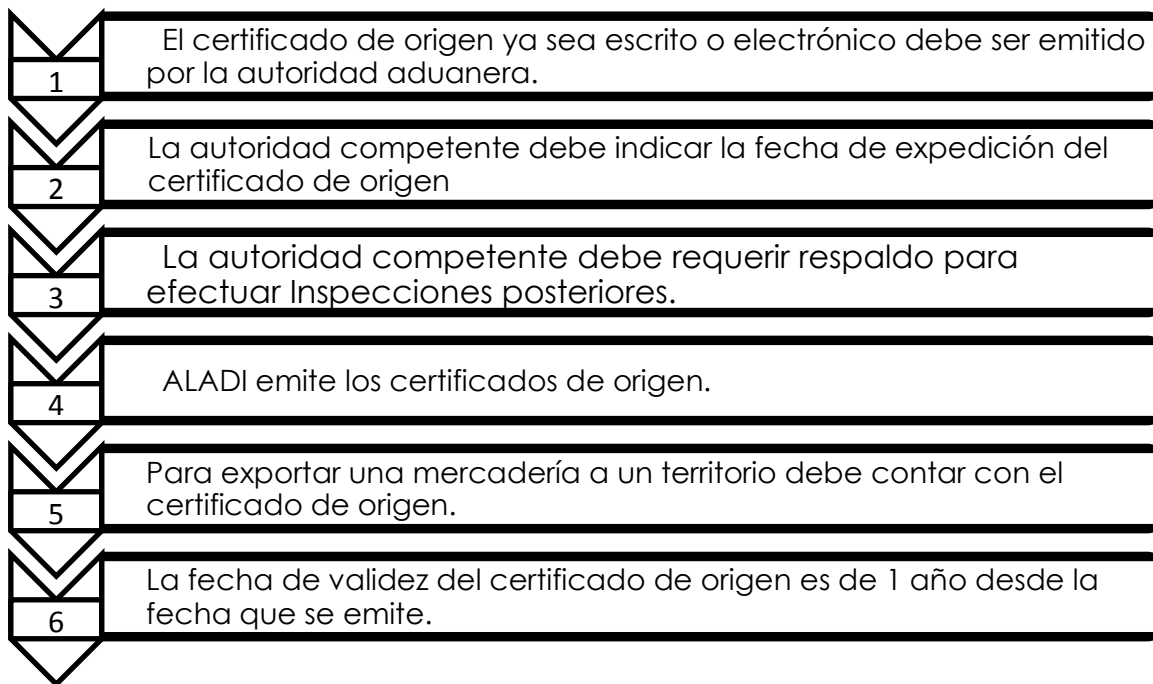
Con esto se pretende que las mercancías que se transporten a otro destino se lo hagan de la mejor manera utilizando las debidas medidas sanitarias ya que son productos de primera necesidad.

### **3.7.9.2. *Proceso de obtención para la certificación de Origen***

El certificado de origen es una herramienta que permite identificar en qué lugar ha sido fabricada la mercancía. Páez (2022) afirma que:

El certificado de origen es un documento legal donde se indica el país de fabricación o producción de un bien, en este documento se declara la nacionalidad de la mercancía objeto de comercio internacional. Por tanto, este es un requisito indispensable para la exportación e importación de bienes. (p.1)

Dicho certificado de origen es importante para las operaciones de exportación dirigidas a terceros países que gocen de acuerdos preferenciales el cual va a ser beneficioso.



**Figura 6** Certificación de Origen

**Fuente:** ALADI, 2022

#### **3.7.10.4. Obligaciones Relativas a las Importaciones**

La autoridad aduanera competente debe exigir al importador el respectivo tratamiento arancelario preferencial para la mercancía debe ser lo siguiente. ALADI (2022) estipula que:

Que se declare por escrito en el documento de importación de acuerdo al certificado de origen para el momento que se haga la declaración, mediante dicho documento se realice el pago del arancel correspondiente para evitar inconformidades y con esto el importador no podrá ser sancionado si tiene su documentación actual.

Esto se realiza con el fin de proveer la verificación y el control para evitar irregularidades en el comercio exterior que serán vigiladas por parte de la autoridad competente.

#### **3.7.10.5. Devolución de derechos**

La devolución de derechos es un beneficio que los diferentes tipos de acuerdos comerciales otorgan a los importadores de las dos partes con el fin de tener un comercio justo y equilibrado, la devolución de derechos. La devolución de derechos

es la devolución económica que se realiza inicialmente por un importador, esto se realiza cuando un producto es acogido por las normas de origen o se certifica que cumple con las normas que se requieren para ser considerado originario (Comisión Europea, 2020).

Dentro de las normas de origen del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador se hace referencia a que, si una mercancía es calificada como originaria y al momento de la importación esta mercancía no obtuvo los beneficios tributarios, el importador dispone de hasta un año desde la fecha de importación para solicitar la devolución de derechos arancelarios pagados. Este es una oportunidad que aporta el acuerdo a los dos integrantes ya que en muchas ocasiones los importadores no conocen de los beneficios que otorga el acuerdo y por ende no puedan acogerse a él, mediante el presente acuerdo se puede tener una devolución económica de lo que se ha pagado en exceso por la entrada de dicha mercancía que se considera como originaria.

Esto representa una gran oportunidad para el sector manufacturero textil de Imbabura ya que la provincia se caracteriza por tener diseños muy innovadores y propios que representan la cultura y tradición de las ciudades, donde por cualquier inconveniente los productores se puedan acoger a este beneficio de devolución de derechos siempre y cuando se presente que los productos a importar son cien por ciento originarios de Imbabura-Ecuador.

### **3.7.10.6. Sanciones**

Dentro de las sanciones que establece el acuerdo por el incumplimiento de alguna disposición que esté establecida. Así, menciona que las sanciones por incumplimiento a las normas de origen donde se menciona que cada uno de los países integrantes Chile-Ecuador podrá poner las sanciones ya sean penales, civiles o administrativas que se consideren necesarias con el objetivo de mantener un orden a las importaciones que se realicen con preferencias y a la protección de la industria nacional (ALADI, 2022) (p. 627). Para mantener un orden equilibrado de las exportaciones e importaciones de los dos países se establecen sanciones para

aquellos que incumplan las reglas establecidas en todo el acuerdo, con el fin de mantener un comercio justo.

A la hora de establecer sanciones se involucra y controla tanto a los exportadores como importadores ya que ellos deben de mantener en orden la documentación necesaria para que dicha mercancía sea beneficiada con las normas de origen, dentro del Acuerdo. Si el exportador otorgó documentación falsa o errónea que calificó a una mercancía como originaria y con esta se realizó la exportación, el exportador y el importador estarán sometidos a sanciones similares por afirmaciones falsas en la comercialización (ALADI, 2022) (p. 622-623).

Tanto para Ecuador como Chile es importante que se cuiden la originalidad de los productos que se fabrican en dichos territorios, por ende, se establece que las sanciones que cada uno de los integrantes considera para el acto de falsificar o presentar información errónea, sean dictadas por las autoridades competentes o entidades habilitadas.

#### **3.7.10.7. Procedimiento para verificación de origen**

Para realizar la verificación de un producto originario se necesita establecer ciertas pautas a seguir en el caso de ser necesario es importante mencionar que las autoridades aduaneras del país de importación podrán solicitar cualquier tipo de información que avale la originalidad de la mercancía a las autoridades aduaneras del país de exportación, para verificar si un producto es originario se lo permite realizarlo mediante dos pasos los cuales son:

1. Solicitar información al exportador o productor de la mercancía donde se especifique todas las cualidades del producto a examinar.

Para realizar la verificación uno mediante la solicitud de información o cuestionarios se debe contener; nombre y cargo de la autoridad aduanera que solicita la información, nombre del exportador o productor y describir la información o

documentos que se solicita. Esta solicitud deberá ser respondida hasta los treinta días desde que se recibió el informe (ALADI, 2022) (p. 625).

En el caso de que el exportador o productor no conteste y envíe la información requerida en los treinta días, las autoridades importadoras pueden negar la preferencia arancelaria por origen a la mercancía.

2. Visitar de manera presencial las instalaciones del exportador o productor con el fin de verificar la producción e inspeccionar las instalaciones y materiales de producción.

Para realizar la vista de verificación se deberá presentar una notificación en la cual contenga la siguiente información; nombre y cargo de la autoridad aduanera que realizará la visita, nombre del exportador o productor, fecha y lugar de la visita, el motivo y objetivo de la visita además de el fundamento legal de la inspección, es importante mencionar que se otorgara dos observadores por parte de las autoridades aduaneras del país de exportación, cuando se haya culminado la visita de verificación los inspectores tienen que realizar una acta de visita donde se especifique todo lo observado (ALADI, 2022) (p. 626).

En el caso de que el exportador o productor no permita la realización de la visita dentro de treinta días, las autoridades importadoras pueden negar la preferencia arancelaria por origen a la mercancía, además en el caso de que el exportador o productor otorgue información falsa o errónea las autoridades del país importador negara las preferencias arancelarias.

Una vez que se haya concluido con la verificación de origen se otorga un periodo de 90 días para que las autoridades aduaneras del país de importación puedan emitir la resolución de origen donde se establezca si la mercancía se acoge a las preferencias arancelarias o no.

### **3.7.10.8. Reglas específicas de origen**

Según (Ministerio de Economía República de El Salvador, 2020) menciona que "las reglas específicas de origen son especificaciones técnicas de elaboración o

transformación, establecidas en el Acuerdo, que deben aplicarse a los materiales no originarios para que un determinado producto pueda obtener el carácter originario dentro del Acuerdo." Mediante las reglas específicas de origen se busca darle una oportunidad más amplia a los materiales con los que se elabora un producto y que este se pueda considerar originarios y acogerse de los beneficios que otorga el acuerdo capítulo 3 normas de origen.

### 3.8. ANÁLISIS DE COOPERACIÓN ECUADOR-CHILE

#### 3.8.1. Perfil de los mercados

##### 3.8.1.1. Ecuador.

Ecuador está ubicado en la costa noroccidental de América del Sur, limita con Perú al sur y norte con Colombia, cuenta con tres regiones costa, sierra y oriente, además es reconocido a nivel mundial por las islas Galápagos. Presenta un clima variado entre lluvioso y seco que dependerá de sus regiones, siendo un país con alta demanda turística y diversificación de productos naturales. Los ecuatorianos destacan por ser personas trabajadoras y reservadas, al momento de realizar un negocio son precavidos, pues prefieren reflexionar sobre los riesgos y oportunidades (Lasio, Amaya, Zambrano y Ordeñana, 2020).

Por otro lado, el país es confiable para realizar inversiones como proyectos viales y aeroportuarias, gracias a su estabilidad política y dolarización, además de contar con una ubicación geográfica que le permite tener materias primas de alta calidad como: rosas, frutas, cacao, café, camarón, entre otros. En la siguiente tabla se da a conocer datos económicos y demográficos que influyen en la negociación con el Ecuador:

**Tabla 10** Perfil de Ecuador

PERFIL ECUADOR					
					
Descripción	2017	2018	2019	2020	2021
Desempleo	3,80%	3,50%	3,80%	6,10%	6,40%

Exportaciones	\$19.092.352	\$21.627.978	\$22.329.379	\$20.226.568	\$26.269.228
Importaciones	\$19.844.273	\$23.004.103	\$22.393.118	\$17.803.362	\$25.719.892
Inflación	0,40%	-0,20%	0,30%	-0,30%	0,10%
PEA	\$8.194.875	\$8.196.417	\$8.312.171	\$7.697.701	\$8.447.356
PIB	\$100.395.440,27	\$101.689.830,59	\$101.702.140,25	\$93.781.977,16	\$97.753.879,51
PIB Per cápita	\$3.862	\$4.207	\$4.137	\$3.757	\$5.934,90
SBU	\$375	\$386	\$394	\$400	\$400
Superficie	256.370 km2	256.370 km2	256.370 km2	256.370 km2	256.370 km2
Tasa de mortalidad (por cada mil habitantes)	5,10%	5,11%	5,12%	5,14%	5,16%
Tasa de natalidad (por cada mil habitantes)	19,97%	19,72%	19,46%	19,19%	19,12%
Tasa de población	16.785.356	8.196.417	8.312.171	7.687.701	8.447.356

**Fuente:** Banco Mundial, 2021; TradeMap, 2022; Datosmacro, 2021


Ecuador es un mercado rico en áreas agrícolas, al tener condiciones climáticas favorables. La emergencia sanitaria causada por el Covid-19 provocó una regresión económica y desequilibrios macroeconómicos, evidenciando con el aumento del desempleo donde al existir un mayor número de habitantes sin oportunidades de empleo no cuentan con los recursos económicos para adquirir nuevos productos. Por otro lado, se observa una recuperación de los indicadores analizados en el último periodo, incrementando el poder adquisitivo de la población, inversión extranjera, producción, relaciones comerciales y emprendimientos.

### 3.8.1.2. Chile

Chile es un país que se localiza en el margen suroccidental de América del Sur, limita al norte con Perú, sur con Polo Sur y este con Bolivia y Argentina. Cuenta con una variedad de climas entre lluviosos fríos al sur, cálido en el centro y al norte es una zona desértica, siendo reconocido por tener un clima polar e islas de Pascua.

La economía de Chile se basa en un modelo de libre mercado exportador de materias primas, siendo líder en la exportación de arándanos, cerezas, uvas, ciruelas, bacalao y algas. Banco Mundial (2022) menciona que: "Chile ha sido una de las economías de más rápido crecimiento de América Latina en las últimas décadas, lo que ha permitido al país reducir significativamente la pobreza". En la siguiente tabla se da a conocer datos económicos y demográficos que influyen en la negociación con el Chile:

**Tabla 11 Perfil de Chile**

<b>PERFIL CHILE</b>					
					
<b>Descripción</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Desempleo	7%	7,20%	7.30%	11,20%	9,10%
Exportaciones	\$66.552.208	\$75.826.997	\$72.779.576	\$69.964.786	\$92.887.987
Importaciones	\$59.939.373	\$69.212.583	\$72.827.713	\$61.395.860	\$95.168.456
Inflación	2,20%	2,40%	2,60%	3%	4,50%
PEA	\$8.846.878	\$8.993.608	\$9.090.403	\$8.537.487	\$8.500.843
PIB	\$250.097.792,36	\$260.076.767,99	\$262.080.762,44	\$246.412.987,24	\$275.165.008,28
PIB Per cápita	\$10.432.077	\$10.114.432	\$10.072.509	\$9.389.018	\$16.502,80
SBU	\$400,10	\$455,10	\$429,60	\$428,70	\$468,90
Superficie	756.950 km2	756.950 km2	756.950 km2	756.950 km2	756.950 km2
Tasa de mortalidad (por cada mil habitantes)	6,08%	6,16%	6,25%	6,35%	6,43%
Tasa natalidad (por cada mil habitantes)	12,71%	12,43%	12,19%	11,99%	11,87%
Tasa población	18.470.435	8.993.608	9.090.403	8.537.487	8.500.843

**Fuente:** Banco Mundial, 2021; TradeMap, 2022; Datosmacro, 2021

Chile se vio afectado por la crisis sanitaria Covid-19 aumentando su pobreza, en el último periodo presenta una recuperación rápida en sus indicadores económicos debido al apoyo fiscal y una vacunación rápida en su población. Sin embargo, existe una tasa de desempleo en el último periodo de 9,10% siendo la población económicamente vulnerable por la desigualdad de oportunidad e ingresos, perjudicando la adquisición de nuevos productos.

Al tener una tasa de natalidad mayor que la tasa de mortalidad se concluye que el número de posibles consumidores de los productos textiles irán aumentando gradualmente. Sus exportaciones son menores que las importaciones permitiendo que exista oportunidad de ingreso al mercado con nuevos productos ecuatorianos.

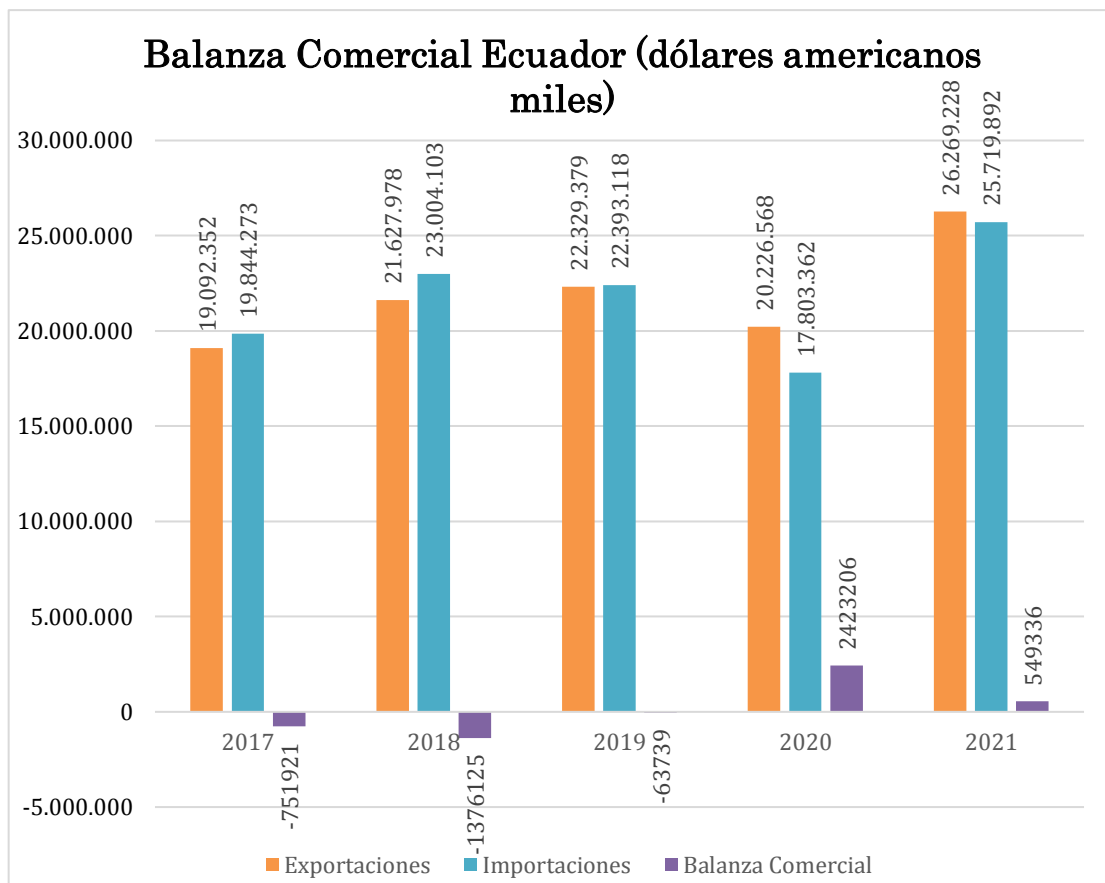
### 3.8.2. Balanza comercial.

#### 3.8.2.1. Balanza comercial Ecuador

**Tabla 12** Balanza comercial Ecuador

<b>Balanza Comercial Ecuador (dólares americanos miles)</b>					
<b>Descripción</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Exportaciones	19.092.352	21.627.978	22.329.379	20.226.568	26.269.228
Importaciones	19.844.273	23.004.103	22.393.118	17.803.362	25.719.892
Balanza Comercial	-751921	-1376125	-63739	2423206	549336

**Fuente:** TradeMap, 2022



**Figura 7** Balanza comercial Ecuador

Fuente: TradeMap, 2022

La balanza ecuatoriana en el periodo de 2017-2021 registra un superávit, el incremento en las exportaciones ecuatorianas en los últimos cinco años creció 9,25%, el año con mayor crecimiento fue el 2021 con un incremento promedio del 29,87%. Las importaciones del país se mantienen normales, estas registran un incremento promedio del 9,31% en los últimos cinco años, en 2021 registran un incremento del 44,46% en comparación al 2020.

### 3.8.2.2. Balanza comercial Chile

**Tabla 13** Balanza comercial Chile

Descripción	2017	2018	2019	2020	2021
Exportaciones	66.552.208	75.826.997	72.779.576	69.964.786	92.887.987

Importaciones	59.939.373	69.212.583	72.827.713	61.395.860	95.168.456
Balanza Comercial	6612835	6614414	-48137	8568926	-2280469

Fuente: TradeMap, 2022

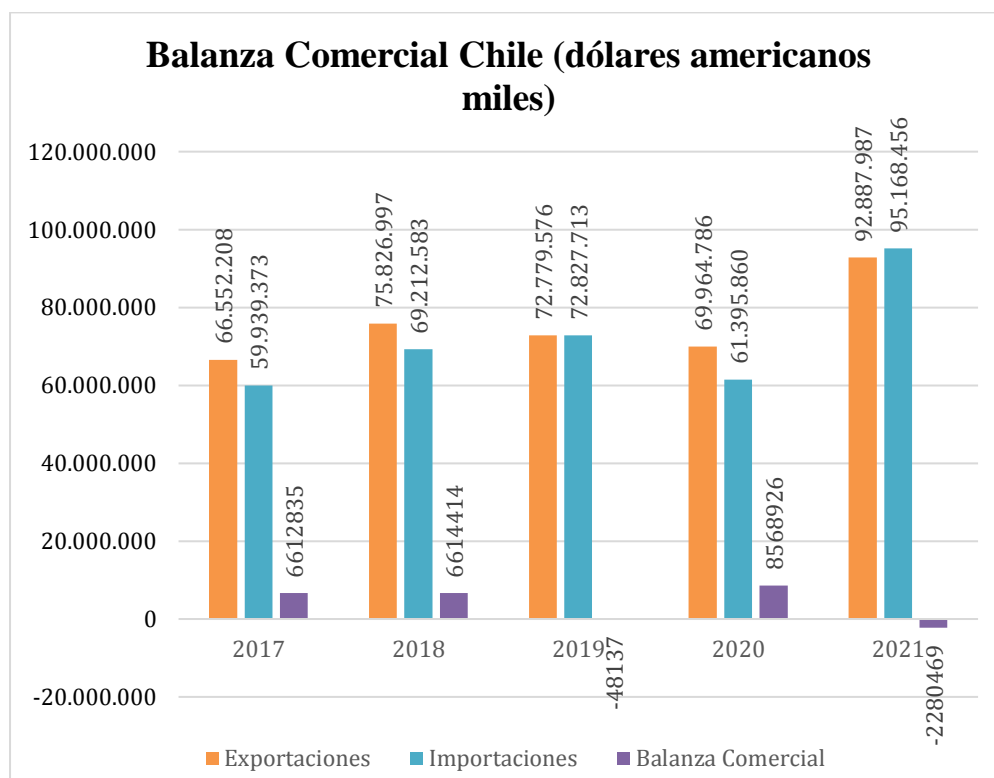


Figura 8 Balanza comercial Chile

Fuente: TradeMap, 2022

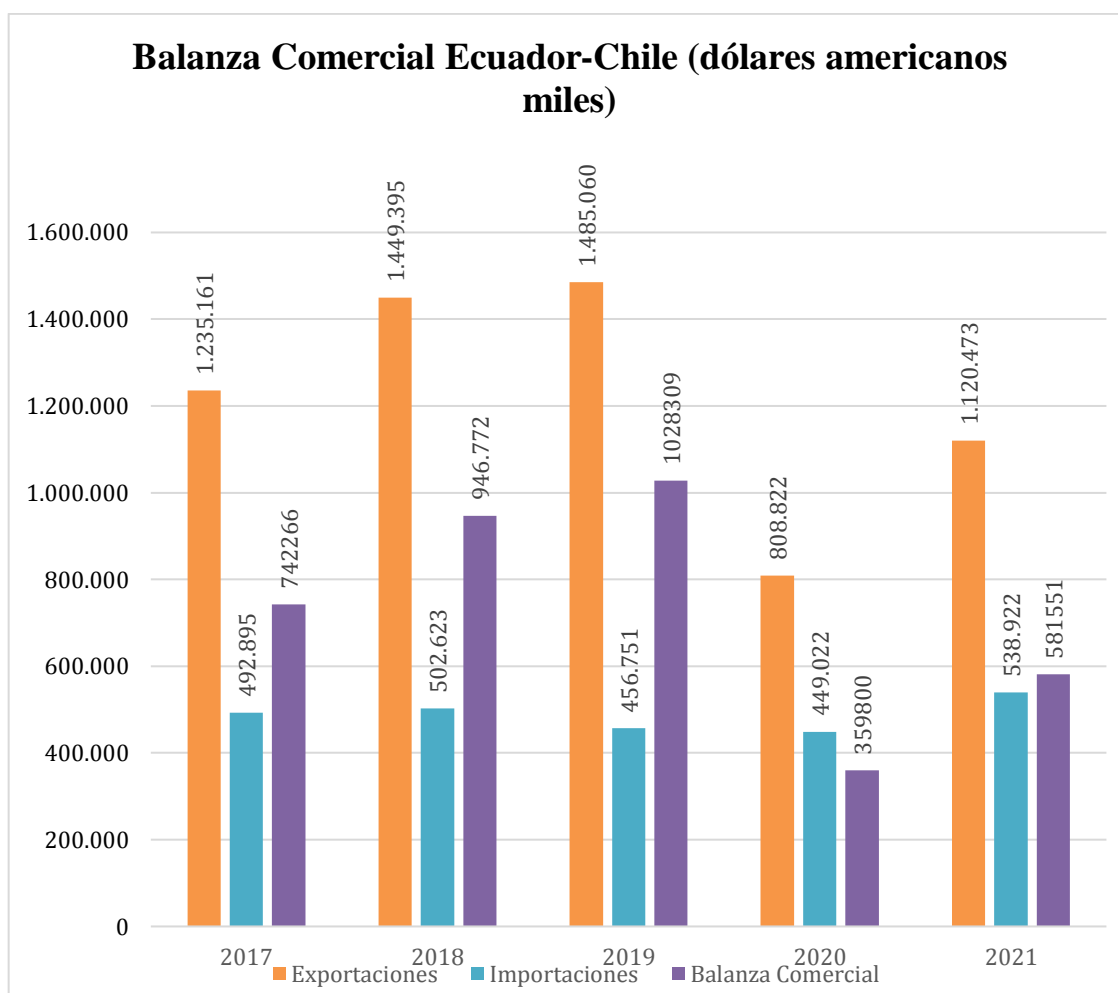
Chile el país con mayor libertad económica de la región en sus exportaciones de los últimos cinco años registra un incremento promedio de 9,70% en el año 2021 registró un incremento de 32,76%. Las importaciones chilenas registran un incremento promedio de 15% en los últimos cinco años, en el año 2021 registraron un incremento promedio de 55%. La balanza comercial chilena registra un superávit de 19.467.569 millones de dólares.

### 3.8.2.3. Balanza comercial entre Ecuador-Chile

**Tabla 14** Balanza comercial Ecuador-Chile

Balanza Comercial Ecuador-Chile (dólares americanos miles)					
Descripción	2017	2018	2019	2020	2021
Exportaciones	1.235.161	1.449.395	1.485.060	808.822	1.120.473
Importaciones	492.895	502.623	456.751	449.022	538.922
Balanza Comercial	742266	946.772	1028309	359800	581551

**Fuente:** TradeMap, 2022



**Figura 9** Balanza comercial Ecuador-Chile

**Fuente:** TradeMap, 2022

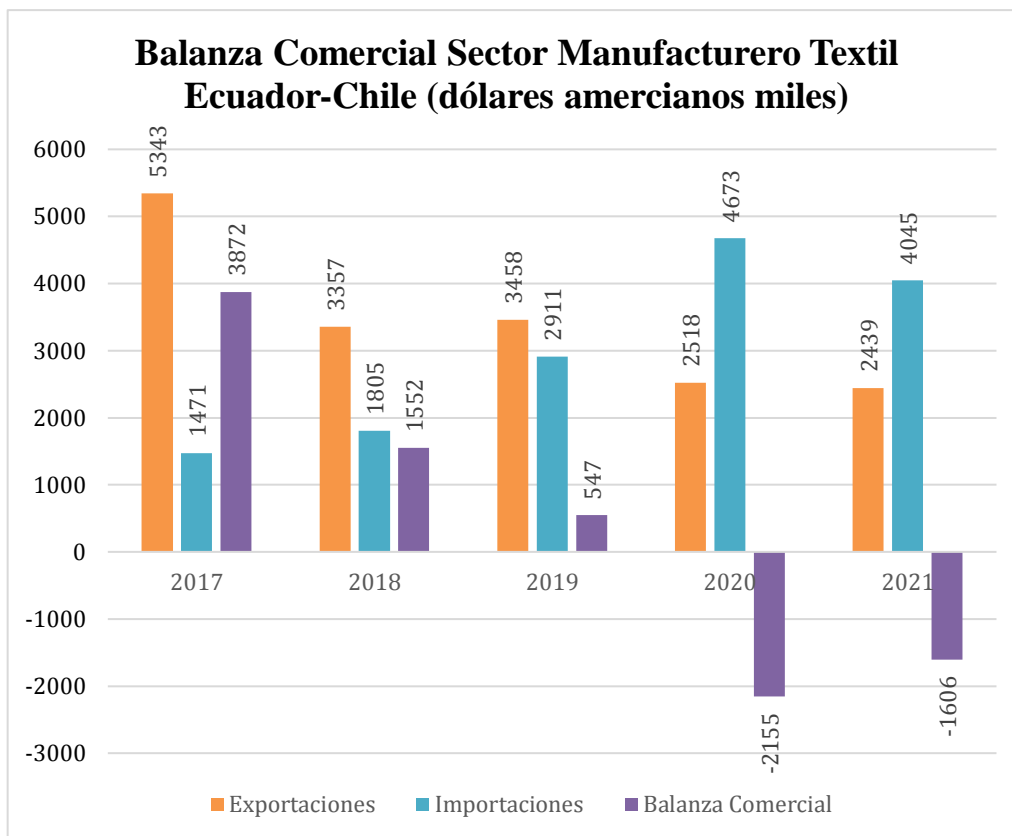
Ecuador y Chile son socios comerciales desde la entrada en vigor del acuerdo de cooperación entre los dos países, las exportaciones ecuatorianas a Chile en los últimos cinco años crecieron en 3,20% siendo el año 2021 el más importante ya que registra un incremento promedio de 38,53%. Las importaciones provenientes de Chile registran un incremento promedio de 2,79%, en el 2021 registraron un incremento promedio de 20,02%. La balanza comercial entre los dos países registra un superávit de 6.098.911 millones de dólares, el año con mayor incidencia es 2021, se espera que para el 2022 las importaciones y exportaciones crezcan en un 30%.

#### 3.8.2.4. Balanza comercial entre Ecuador-Chile sector manufacturero textiles

**Tabla 15** Balanza comercial sector manufacturero textil Ecuador-Chile

<b>Balanza Comercial Sección VIII-XI Ecuador-Chile (dólares americanos miles)</b>					
<b>Descripción</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Exportaciones	5343	3357	3458	2518	2439
Importaciones	1471	1805	2911	4673	4045
Balanza Comercial	3872	1552	547	-2155	-1606

**Fuente:** TradeMap, 2022



**Figura 10** Balanza comercial sector manufacturero textil Ecuador-Chile

**Fuente:** TradeMap, 2022

Al entrar en vigor el Acuerdo de Integración Comercial entre Ecuador y Chile se ha fortalecido la cooperación e intercambio comercial entre estos dos países aumentando la cantidad de exportaciones como importaciones. En la presente tabla se identifica un superávit en los tres primeros periodos mientras que en los dos últimos periodos existe un déficit, por tal razón se debe fomentar las exportaciones del sector manufacturero textil pues los productos en el mercado chileno son cotizados por su calidad e innovación.

### 3.8.3. Índice de competitividad.

El índice de competitividad es una herramienta utilizada para medir el desempeño a nivel mundial subdividido en 12 pilares. Según World Economic Forum (2022) establece que los pilares analizados son: institución, salud, capacidad de innovación, educación y formación superior, mercado laboral, mercado financiero, tamaño de mercado, infraestructura, dinamismo de negocios, estabilidad macroeconómica,

mercado de bienes y adopción TIC. Es así que desde el año 2005 el Foro Económico Mundial ha medido los fundamentos tanto macroeconómicos como microeconómicos.

A partir de la crisis sanitaria Covid-19 suscitada en diciembre de 2019 en Wuhan-China perjudicó a nivel mundial los recursos, prosperidad y productividad de los países. El 2020, al ser un año difícil donde surgió crisis a nivel mundial por consecuencia de la pandemia aumentando la pobreza y disminución de sus indicadores, el Foro Económico Mundial decidió no elaborar un ranking del índice de competitividad y cambio el contenido de su informe anual sobre la competitividad global donde se analizaron tres categorías: revivir la economía, transformar la economía y análisis de tendencia (Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible, 2022). Por tal motivo, para la presente investigación se analiza los periodos antes de la pandemia donde existía una comparación de los pilares de competitividad.

### 3.8.3.1. Índice de competitividad Ecuador

**Tabla 16** Índice de competitividad Ecuador

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD		
Año	Ecuador	
	Puntaje	Puesto
2015	3,93	93
2016	3,96	91
2017	3,91	91
2018	55,8	86
2019	55,74	90

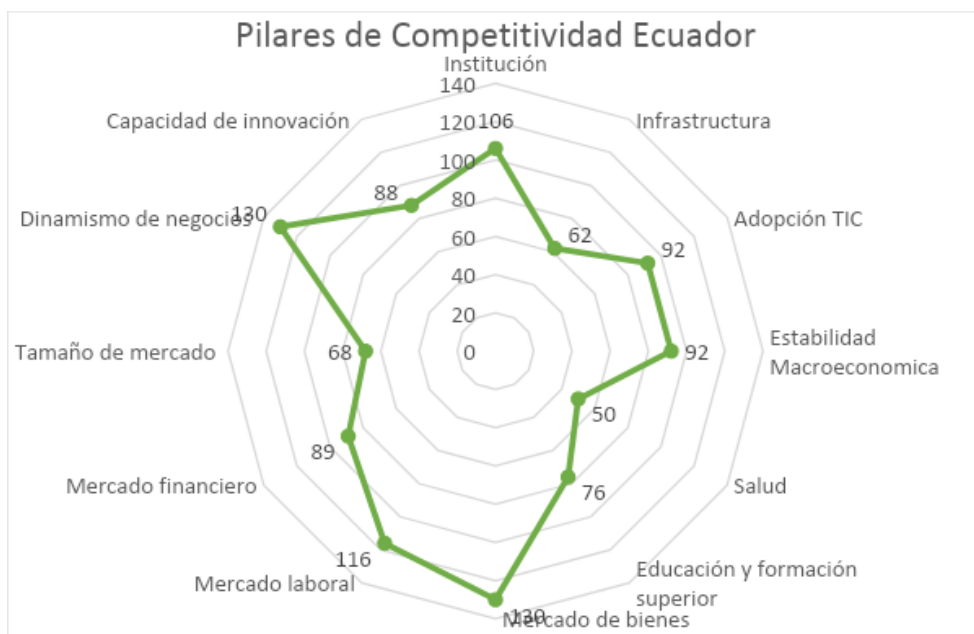
**Fuente:** World Economic Forum, 2019



**Figura 11** Índice de competitividad Ecuador

**Fuente:** World Economic Forum, 2019

Ecuador desde el año 2015 al año 2019 presenta una reducción gradual de su ubicación en el índice de competitividad, teniendo una productividad a nivel mundial medio según el análisis de los 12 pilares estudiados por el Foro Económico Mundial donde la utilización de sus recursos y el nivel de prosperidad de los habitantes es baja en el 2018 siendo el periodo con menor índice de competitividad.



**Figura 12** Pilares de competitividad Ecuador

**Fuente:** World Economic Forum, 2019

De los 141 país analizados por el Foro Económico Mundial en el 2019 Ecuador se ubica en el puesto 90, los pilares con menor puntaje al ubicarse en el puesto 130 el pilar siete denominado mercado de bienes con una competencia nacional menor a 43,3 puntos y una apertura comercial menor a 44,5 puntos, además el dinamismo de negocios que es el pilar once se localiza en el puesto 130 debido a tener un valor por debajo de los 48 puntos en los requerimientos administrativos y cultura emprendedora. Mientras que la posición más alta se encuentra en el pilar cinco denominado salud al posicionarse en el puesto 50 con una puntuación de 85 puntos.

### 3.8.3.2. Índice de competitividad de Chile.

**Tabla 17** Índice de competitividad Chile

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD		
Año	Chile	
	Puntaje	Puesto
2015	4,6	33
2016	4,64	33
2017	4,71	33
2018	70,3	33
2019	70,5	33

**Fuente:** World Economic Forum, 2019



**Figura 13** Índice de competitividad Chile

**Fuente:** World Economic Forum, 2019

Chile desde el año 2015 al año 2019 ha mantenido su ubicación en el ranking de índice de competitividad a nivel mundial establecido por el Foro Económico Mundial mismo que mide los 12 pilares, donde destaca por utilizar sus recursos de una manera aceptable y promover un nivel próspero a sus habitantes. Respecto a informes de años anteriores ha mejorado terminando con un puntaje de 70,50.



**Figura 14** Pilares de competitividad Chile

**Fuente:** World Economic Forum, 2019

De los 141 países analizados por el Foro Económico Mundial en el 2019 Chile se ubica en el puesto 33 manteniendo un desempeño constante y ser líder en la región de Latinoamérica. Gracias a tener un puntaje alto y estabilidad en el pilar cuatro sobre la estabilidad macroeconómica el país se posicionó como líder en este pilar debido a tener una inflación de 2,25% y deuda pública baja, menor a 25,56%, además de ser un mercado competitivo posicionándose en el puesto 21 en el pilar nueve denominados sistemas financieros al tener una estabilidad y base económica fuerte a la de otros mercados de la región. Los factores de competitividad que el país puede ir mejorando mediante el apoyo de su gobierno se centra en aumentar la seguridad y disminuir la tasa de homicidios, pues sigue siendo alta a los otros países. Además, el pilar tres de la adopción de TIC debe de ir mejorando mediante el aumento de la difusión y uso de las TIC.

#### **3.8.4. Indicadores que miden la incidencia del Acuerdo de Integración Comercial en el sector manufacturero textil**

Para medir la incidencia del Acuerdo de Integración Comercial Chile y Ecuador en el sector manufacturero textil de Imbabura se aplicaron seis indicadores mismos que se han relacionado con la competitividad de las mipymes que participaron en el presente estudio. A continuación, se describe cada uno de ellos:

**Tecnología:** al representar este instrumento como una forma de medición de la rentabilidad tecnológica internacional, permite realizar mejoras continuas para lograr mejorar la productividad, desempeño empresarial y procesos de información y comunicación.

**Proceso productivo:** mide el desempeño de los procesos productivos de la región para asegurar que las mipymes logren posicionarse en el mercado y cumplir con los requisitos para acogerse al acuerdo permitiendo su internacionalización de una manera efectiva. Además de medir el grado para responder a los procesos de cambio logrando generar valor agregado, obtener certificaciones, diversificar sus productos y mercados, aplicar innovación y lograr estándares de calidad, siendo el

indicador que cumple con las reglas de origen para acogerse a los acuerdos internacionales y tratamientos arancelarios preferenciales.

**Organización:** al ser un indicador de gestión permite a la empresa planificar, organizar, direccionar y controlar la ruta empresarial para lograr cumplir sus propósitos. Esto permitirá que las empresas lleven una estructura organizacional y manejo de los sistemas generando una rentabilidad empresarial. Las empresas deben de tener compromiso para cumplir con lo estipulado en el Acuerdo de Integración Comercial Chile y Ecuador, es decir los países aplican operaciones de intercambio comercial de una forma uniforme, previsible y transparente.

**Sostenibilidad:** se utiliza al ser una herramienta que permite medir la incidencia de los procesos empresariales sobre el ecosistema, mediante el cual se analiza el grado de sostenibilidad y responsabilidad con la comunidad, en otras palabras, se garantiza que las actividades de las empresas no tengan un impacto negativo. Haciendo énfasis en las condiciones para exportar sin afectar al medio ambiente y el compromiso para proteger los recursos naturales, cumpliendo con una comercialización entre los países miembros equilibrada.

**Marketing:** permite medir la progresión estratégica que se aplica en las empresas evaluadas además de lograr realizar una gestión para generar mejoras en las mipymes. Actualmente, el comercio electrónico es utilizado por mayor número de ofertantes y demandantes, también al ser una herramienta que aumenta el acercamiento de los productos a un mayor número de consumidores. Promoviendo el desarrollo del comercio electrónico impulsando el apoyo de los entes gubernamentales de Chile y Ecuador que permita facilitar el desarrollo del comercio.

**Comercialización:** es el indicador que tiene mayor impacto en el proyecto, pues se determinan los procesos de comercialización internacional de los productos textiles disminuyendo los riesgos y obstáculos comerciales al momento de exportar los productos textiles hacia Chile. Ya que en el acuerdo se estipula la identificación, prevención y eliminación de obstáculos técnicos y arancelarios, garantizando el

acceso a los nuevos mercados con los cuales el país cuenta con acuerdos comerciales que generan un trato nacional preferencial en los productos textiles.

### 3.8.5. Intercambio comercial.

#### 3.8.5.1. Exportaciones del sector textil a nivel de capítulo

La siguiente tabla corresponde a los capítulos de las secciones que forman parte del sector textil manufacturero, analizando la sección VIII y XI con su participación en las exportaciones, se ha tomado en cuenta la lista de mercancías que se establecen en el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador.

**Tabla 18:** Exportaciones del sector manufacturero textil (Ecuador-Chile)

		Valor FOB					Total	Participación %	
Sección	Capítulo	Descripción	2018	2019	2020	2021			2022
	41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	0	96.384,85	0	0	0	96.384,85	0,49
VIII	42	Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa	39.332,72	38.335,38	25.658,85	66.601,76	133.677,08	303.605,79	1,55
	43	Peletería y confecciones de peletería; peletería facticia o artificial	0	0	0	0	2.284,80	2.284,80	0,01
	50	Seda	0	0	0	0	67.851,00	67.851,00	0,35
XI	51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	5.538,50	5.539,00	3.500,00	1.550,00	4.028,00	20.155,50	0,10
	52	Algodón	1084319,5	1.446.421,63	1.289.867,38	33.655,91	386.657,08	4.240.921,50	21,65

53	Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de papel	0	0	0	0	0	0	0,0 0
54	Filamentos sintéticos o artificiales; tiras y formas similares de materia textil sintética o artificial	204.993,4 2	152.469, 55	276.024, 52	322.208, 57	268.391, 00	1.224.087, 06	6,2 5
55	Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	56.911,24	26.934,7 1	29.589,7 0	62.066,5 4	204.349, 81	379.852,0 0	1,9 4
56	Guata, fieltro y tela sin tejer; hilados especiales; cordales, cuerdas y cordajes; artículos	3.712,99	6.765,76	122.297, 64	0	113.434, 70	246.211,0 9	1,2 6
57	Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil	0	0	1.904,00	4.591,07	1.794,00	8.289,07	0,0 4
58	Tejidos especiales; superficies textiles con mechón insertado; encajes; tapicería; pasamanería; bordados	0	19,60	31.508,4 4	560,00	1.204,00	33.292,04	0,1 7
59	Telas impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas; artículos técnicos de materia textil	1.000,28	47.719,0 8	148.650, 78	322.404, 32	455.122, 42	974.896,8 8	4,9 8
60	Tejidos de punto	0	0	24.748,5 0	27.828,7 1	456.326, 42	508.903,6 3	2,6 0
61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	577.277,1 5	791.797, 47	316.946, 60	291.880, 25	310.114, 53	2.288.016, 00	11, 68
62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	464.759,6 6	431.327, 30	422.083, 12	1.518.39 6,98	1.416.33 7,43	4.252.904, 49	21, 72
63	Los demás artículos textiles confeccionados;	736.749,9 6	649.440, 87	794.938, 59	1.611.03 8,40	1.145.05 1,24	4.937.219, 06	25, 21

juegos; prendería y trapos



<b>TOTAL</b>	3174595,42	3.693.155,20	3.487.718,12	4.262.782,51	4.966.623,51	19.584.874,76	100
<b>PARTICIPACIÓN %</b>	16,21	18,86	17,81	21,77	25,36	100,00	

**Fuente:** DataSur, 2022

La información obtenida de data sur 2023 detalla que el total de exportaciones del sector manufacturero textil entre Chile y Ecuador desde año 2018 hasta el 2022 abarca un total de 19.584.874,76 representado en el 100 %: con el 25,21% el capítulo 63 los demás artículos textiles confeccionados ;juegos ;prendería y trapos representa en dólares 4.937.219,06 , con el 21,72 % en el capítulo 62 prendas y complementos (accesorios ), de vestir ,excepto los de punto haciendo mención en dólares 4.252.904,49 , seguido de 21,65 % indica que el capítulo 52 que es el algodón indica un total de 4.240.921,50 dólares, con el 11, 68 % es el capítulo 61 son las prendas y complementos (accesorios ), de vestir , de punto representa en dólares el 2.288.016,00 , esto seguido del 6,25 % haciendo énfasis al capítulo 54 filamentos sintéticos o artificiales ;tiras y formas similares de materia textil sintética o artificial y otros capítulos.

### 3.8.5.2. Participación de las exportaciones del sector manufacturero textil de Imbabura

La siguiente tabla hace referencia a las exportaciones del sector manufacturero textil desde la provincia de Imbabura hacia el mercado chileno registrado en los últimos cinco años. A continuación, se establece el valor FOB de cada año con su participación en el intercambio comercial entre los dos países.

**Tabla 19:** Exportaciones del sector manufacturero textil Imbabura-Ecuador hacia Chile

EXPORTACIONES DE IMBABURA HACIA EL MERCADO CHILENO (FOB DÓLARES AMERICANOS MILES)								
Subpartida	Descripción	2018	2019	2020	2021	2022	Total	Participación %
5101110000	Lana esquilada	4,58	2,96	3,54	0,78	2,18	<b>14,04</b>	<b>0,37</b>
6108190000	De las demás materias textiles	0,00	0,00	0,00	0,64	0,00	<b>0,64</b>	<b>0,02</b>
6104330000	De fibras sintéticas	0,00	0,00	0,00	1,84	0,00	<b>1,84</b>	<b>0,05</b>
6203320000	De algodón	0,00	0,00	0,00	20,04	0,00	<b>20,04</b>	<b>0,53</b>
6306909000	De las demás materias textiles	0,31	0,24	0,00	0,43	0,81	<b>1,80</b>	<b>0,05</b>
6202910000	Demás abrigos, chaquetas y similares para mujeres o niñas de lana o pelo fino	0,00	0,72	8,45	0,00	0,00	<b>9,17</b>	<b>0,24</b>
6202130000	Abrigos, impermeables, chaquetones, capas - abrigos, chaquetones, capas, anoraks, - de fibras sintéticas o artificiales	58,90	31,12	27,53	235,55	180,51	<b>533,60</b>	<b>14,15</b>
6214900000	Chales, pañuelos de cuello, - de las demás materias textiles	1,58	6,77	6,62	0,65	5,30	<b>20,92</b>	<b>0,55</b>

6301400000	Mantas de fibras sintéticas (excepto las eléctricas)	8,71	7,67	6,00	14,90	16,91	<b>54,19</b>	<b>1,44</b>
6302401000	Ropa de cama, mesa, - de fibras sintéticas o artificiales	0,47	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>0,47</b>	<b>0,01</b>
6302510000	Las demás ropas de - ropa de cama, mesa, - de algodón	0,78	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>0,78</b>	<b>0,02</b>
6306120000	"Toldos de cualquier clase: - toldos de cualquier clase; - de fibras sintéticas"	0,25	0,16	0,00	3,13	0,56	<b>4,10</b>	<b>0,11</b>
6104420000	Vestidos de algodón	5,63	0,00	0,00	0,00	0,63	<b>6,25</b>	<b>0,17</b>
6203330000	Chaquetas de fibras sintéticas, para hombres o niños	9,32	22,14	3,03	83,30	50,33	<b>168,11</b>	<b>4,46</b>
6206300000	Camisas, blusas y blusas camiseras, de algodón, para mujer o niña	1,80	0,00	4,06	9,14	0,76	<b>15,75</b>	<b>0,42</b>
6206400000	Camisas, blusas y blusas - de fibras sintéticas o artificiales	0,00	0,00	0,00	4,48	0,00	<b>4,48</b>	<b>0,12</b>
6110111000	Suéteres (jerseys) de lana	0,00	0,00	0,00	1,56	0,00	<b>1,56</b>	<b>0,04</b>
4203300000	Prendas y complementos (accesorios), - cintos, cinturones y bandoleras	0,00	0,00	0,00	0,65	0,00	<b>0,65</b>	<b>0,02</b>
4202220000	Bolsos de mano (carteras), - baúles, maletas (valijas), maletines, - con la superficie exterior de hojas de plástico o materia textil	0,29	0,64	0,04	1,04	0,00	<b>2,00</b>	<b>0,05</b>
6304190000	Los demás artículos de tapicería, excepto los de la partida 94.04	0,08	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>0,08</b>	<b>0,00</b>
5105100000	Lana cardada	0,02	2,35	0,00	0,00	0,00	<b>2,37</b>	<b>0,06</b>
6214200000	Chales, pañuelos de cuello y bufandas de lana o pelo fino	0,97	0,74	0,17	0,00	0,00	<b>1,88</b>	<b>0,05</b>
6214300000	Chales, pañuelos de cuello y bufandas de fibras sintéticas	20,73	26,05	5,89	1,55	1,00	<b>55,21</b>	<b>1,46</b>
6217100000	Complementos (accesorios) de vestir - complementos (accesorios) de vestir	0,00	0,00	0,00	0,11	0,10	<b>0,21</b>	<b>0,01</b>

6202930000	Demás abrigos, chaquetones y capas; de fibras sintéticas o artificiales, para mujer o niña	0,00	8,83	38,96	234,87	238,67	<b>521,33</b>	<b>13,82</b>
6301201000	Mantas. - de lana	2,49	0,00	0,40	0,02	0,00	<b>2,91</b>	<b>0,08</b>
6303990000	"Los demás: - visillos y cortinas; guardamalletas - de las demás materias textiles"	0,00	0,00	0,17	0,00	0,00	<b>0,17</b>	<b>0,00</b>
6302530000	Las demás ropas de - ropa de cama, mesa, - de fibras sintéticas o artificiales	0,00	0,06	0,00	0,00	0,00	<b>0,06</b>	<b>0,00</b>
6203310000	Chaquetas (sacos) de lana o pelo fino, para hombres o niños	114,27	72,60	20,87	82,30	102,43	<b>392,46</b>	<b>10,41</b>
6205200000	Camisas para hombres o niños, de algodón	11,85	8,60	1,37	18,29	1,82	<b>41,94</b>	<b>1,11</b>
6204420000	Vestidos de algodón	0,00	0,18	0,00	0,00	0,00	<b>0,18</b>	<b>0,00</b>
6204620000	Pantalones largos, pantalones con - trajes sastre, conjuntos, chaquetas - de algodón	0,33	6,08	1,23	41,20	0,31	<b>49,15</b>	<b>1,30</b>
6104620000	Pantalones largos, pantalones con - trajes sastre, conjuntos, chaquetas - de algodón	16,32	44,83	10,88	39,05	10,50	<b>121,59</b>	<b>3,22</b>
6104630000	Pantalones largos, con peto o cortos, de fibras sintéticas	0,00	0,00	0,00	0,00	8,00	<b>8,00</b>	<b>0,21</b>
6106100000	Camisas, blusas y blusas - de algodón	0,85	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>0,85</b>	<b>0,02</b>
6108320000	Camisones y pijamas: - combinaciones, enaguas, bragas (bombachas, - de fibras sintéticas o artificiales	0,00	0,59	0,00	5,05	0,00	<b>5,63</b>	<b>0,15</b>
6109100000	"Camisetas y t-shirts de punto, de algodón	0,00	0,00	0,00	27,57	0,00	<b>27,57</b>	<b>0,73</b>
6110301000	Suéteres, cardiganes, chalecos y artículos similares de fibras acrílicas o modacrílicas	42,30	23,09	6,51	50,94	17,62	<b>140,46</b>	<b>3,72</b>
6110900000	Suéteres (jerseys), «pullovers», cardiganes, - de las demás materias textiles	0,00	0,00	0,00	3,23	0,00	<b>3,23</b>	<b>0,09</b>

6116910000	Los demás: - guantes, mitones y manoplas, - de lana o pelo fino	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	<b>0,01</b>	<b>0,00</b>
6117909000	Los demás complementos (accesorios) - las demás	0,00	0,00	0,23	0,00	0,00	<b>0,23</b>	<b>0,01</b>
6116990000	Los demás: - guantes, mitones y manoplas, - de las demás materias textiles	0,00	0,00	0,00	0,29	0,00	<b>0,29</b>	<b>0,01</b>
6101909000	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, - los demás	0,00	0,00	0,00	5,84	0,00	<b>5,84</b>	<b>0,15</b>
6201990000	Los demás: - abrigos, chaquetones, capas, anoraks, - de las demás materias textiles	0,00	0,00	0,00	21,90	0,00	<b>21,90</b>	<b>0,58</b>
6202110000	Abrigos, chaquetones, capas de lana o pelo fino para mujeres o niñas	169,36	178,27	164,40	538,29	317,95	<b>1368,28</b>	<b>36,28</b>
5105210000	Lana peinada: - lana y pelo fino - «lana peinada a granel»	0,77	0,41	0,14	0,77	0,96	<b>3,04</b>	<b>0,08</b>
4202119000	Baúles, maletas (valijas) y - baúles, maletas (valijas), maletines, - los demás	2,72	0,00	0,00	0,80	0,28	<b>3,81</b>	<b>0,10</b>
4201000000	Artículos de talabartería o - artículos de talabartería o guarnicionería para todos los animales (incluidos lo	0,00	0,00	0,00	0,23	0,00	<b>0,23</b>	<b>0,01</b>
4202999000	Los demás: - baúles, maletas (valijas), maletines, - los demás	0,62	3,13	1,55	1,88	0,78	<b>7,96</b>	<b>0,21</b>
4203100000	Prendas y complementos (accesorios), - prendas de vestir	7,91	0,00	0,00	2,32	0,00	<b>10,23</b>	<b>0,27</b>
4202290000	Bolsos de mano (carteras), - baúles, maletas (valijas), maletines, - los demás	0,00	0,00	0,00	0,87	0,07	<b>0,94</b>	<b>0,02</b>
4203400000	Prendas y complementos (accesorios), - los demás complementos (accesorios) de vestir	17,80	5,19	4,84	27,78	56,96	<b>112,56</b>	<b>2,99</b>
<b>TOTAL</b>		<b>501,96</b>	<b>453,40</b>	<b>316,85</b>	<b>1483,29</b>	<b>1015,46</b>	<b>3770,96</b>	<b>100,00</b>

Fuente: SENAE, 2022

Entre los productos del sector manufacturero textil registrados en la base de datos del SENA, la provincia de Imbabura a exportado hacia el mercado chileno en los últimos cinco años cincuenta y dos subpartidas, que se están estudiando en la presente investigación. Se refleja que la subpartida 6202.11.00.00 denominada abrigos, chaquetones, capas de lana o pelo fino para mujeres o niñas tiene una participación de 36,28% del total de exportaciones, siendo uno de los más comercializados hacia Chile y se debe fomentar las exportaciones de las mipymes de Imbabura que se dediquen a la producción y comercialización de dicho producto.

Seguidamente por las subpartidas 6202.13.00.00 y 6202.93.00.00, sin embargo, para la presente investigación no se toman en cuenta por no ser productos que tienen preferencia arancelaria en el acuerdo de integración comercial entre Chile y Ecuador. Con una participación de 10,41% y 4,46% respectivamente a las subpartidas 6203.33.10.00.00. sobre las chaquetas de lana o pelo fino para hombres o niños y 6203.33.30.00.00. con la denominación chaquetas de fibras sintéticas para hombres o niños.

### **3.8.5.3. Registro de exportaciones del producto del sector manufacturero textil seleccionados**

La siguiente tabla corresponde a las exportaciones que ha realizado el Ecuador hacia el mercado chileno, cuyos datos han sido obtenidos de la plataforma DataSur. Las subpartidas analizadas corresponden a los productos de Imbabura con mayor acogida y posicionamiento entre los consumidores de Chile.

**Tabla 20:** Exportaciones de las subpartidas seleccionadas

EXPORTACIONES DE LAS SUBPARTIDAS SELECCIONADAS (VALOR FOB MILES DÓLARES AMERICANOS)								
Subpartida	Producto	2018	2019	2020	2021	2022	Total	Participación %
6202930000	Ponchos acrílicos	745,00	25.927,2	30.626,30	263.972,9	308.324,1	629.595,5	50,14
6203310000	Sacos de lana	109.412,65	72.597,0	26.226	113.840,1	119.259,6	441.335,35	35,15
6203330000	Chalecos acrílicos	9.315,40	24.116,4	3.025,2	83.295,9	64.894,4	184.647,3	14,71

TOTAL	119473,05	122640,6	59877,5	461108,9	492478,1	1255578,2	100
-------	-----------	----------	---------	----------	----------	-----------	-----

Fuente: DataSur, 2022

La subpartida arancelaria 6202.93.00.00 tiene una participación del 50,14% del total de exportaciones de las subpartidas analizadas, siendo los productos con una alta participación y mayor potencial para entrar al mercado al contar con un reconocimiento de los productos ecuatorianos en el mercado meta, por otro lado, se debe recalcar que el producto cuenta con un arancel del 0%. Se debe mencionar que existe un registró gradual de exportación en los últimos cinco años, para aumentar la demanda del producto se ve la necesidad de establecer estrategias e incentivar a las mipymes de Imbabura de aumentar su comercialización, calidad, diferenciación y valor agregado.

#### 3.8.5.4. Empresas exportadoras del sector textil en Imbabura en relación con la base de datos DataSur

La siguiente tabla corresponde a un listado de las empresas imbabureñas que más se han destacado con exportaciones hacia Chile, por el valor FOB y su respectiva participación en cuanto al año 2022.

**Tabla 21:** Empresas exportadoras del sector textil manufacturero en Imbabura

EMPRESAS EXPORTADORAS DE IMBABURA 2022			
NOMBRE	RUC	VALOR FOB	PATICIPACIÓN %
CABASCANGO GUAJAN JOSE RAFAEL	1002016994001	601610,1	37,32
LEMA AMAGUAÑA JOSE FRANKLIN	1002635561001	278252,5	17,26
SEGOVIA CHIZA JOSE RAFAEL	1001820065001	194589,6	12,07
GUAJAN MALES JULIO ENRIQUE	1002131058001	187353,7	11,62
ARIAS ASCANTA MARIA ESTELA	1001952447001	103122,2	6,40
COTACACHI MALES LUZMILA	1001179413001	39224	2,43
GUERRERO MOSQUERA WILO ALFREDO	1001447315001	33217	2,06
GRIJALVA ANDRAMUNIO EDWIN PATRICIO	1002992384001	26000	1,61
CHANCOSI RAMOS ELSA FERNANDA	1003706171001	25090	1,56

EQUA GARDEN CIA LTDA EQUAGARDENVALLEJO CIA.LTDA.	1091771078001	25000	1,55
ECUAFLORES S.A.	1091790552001	20000	1,24
FARINANGO QUIMBIAMBA JOAQUIN	1000656023001	15360	0,95
FLORES DEL AMAZONAS S.A. AMAFLOR	1090073830001	11060	0,69
REVELO GANDARA ANA DEL ROCIO	1001882339001	7425	0,46
ORTEGA BENALCAZAR LUIS CARLOS	1003051669001	5620	0,35
FLORES HERRERA PABLO RENAN	1002137550001	5090	0,32
STAMPSYBOX CIA LTDA	1091742132001	5030	0,31
FLORICOLA ALTASCUMBRES C.L.	1091771167001	5030	0,31
FARINANGO CHANCOSI NORMA ADRIANA	1003369848001	5000	0,31
KAMYLAS FLOWERS C.L.	1091792989001	5000	0,31
COBACANGO ANA MARISOL	1004024707001	5000	0,31
GUAJAN MORAN LUISA MIRIAM	1002389110001	2857,7	0,18
DIAZ NAGUAÑA RAFAEL SANTIAGO	1003174560001	2000	0,12
GUACHAMIN RODRIGUEZ SARA BELEN	1003311410001	1230	0,08
ROBALINO CUALCHI JAIME RODRIGO	1002440202001	620	0,04
DAZA PACHECO GABRIELA JANETH	1003224902001	500	0,03
CONLAGO FARINANGO BRAULIO MAURICIO	1003908249001	500	0,03
POZO DIAZ RICHART PATRICIO	1002241204001	340	0,02
TARAPUES CUASQUER OLGA ELIZABETH	1003310909001	300	0,02
TORRES SUBIA LUIS MIGUEL	1002993788001	280	0,02
ULCUANGO CONLAGO GLORIA KARINA	1004031876001	60	0,00
ROSES INFINITY SCC	1091792830001	60	0,00
DIAZ NAGUANA RAFAEL SANTIAGO	1003174560001	30	0,00
TOTAL		1611851,8	100

**Fuente:** DataSur, 2022

Para el desarrollo de la presente investigación se tomó en cuenta las empresas con más participación comercial establecidas por la plataforma de datos estadísticos

sobre comercio Data Sur, donde se hace referencia al propietario de una empresa comercial llamado Cabascango Guajan Jose Rafael con actividad comercial activa bajo el RUC 1002016994001 donde se ha destacado por exportar prendas y materia prima del sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura cantón Otavalo, se destaca por su participación 37,32 y valor FOB 601610,1 en dólares americanos para el año 2022. El acuerdo comercial representa una gran oportunidad para la empresa destacada y para todo el sector textil de la provincia de Imbabura ya que es una oportunidad de negociación comercial y posible expansión de mercados y economía.

### **3.9. Análisis situacional Imbabura**

#### **3.9.1. Perfil de Imbabura**

Imbabura se localiza al norte y es la décima octava provincia del Ecuador su capital es Ibarra, tiene una extensión territorial de 4.611 km<sup>2</sup>, la provincia limita al norte con el Carchi, sur con Pichincha, este con Sucumbíos y oeste con Esmeraldas, cuenta con seis cantones (Antonio Ante, Ibarra, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y San Miguel de Urcuquí). La provincia destaca por su clima y lugares turísticos muy demandados por ecuatorianos y extranjeros, entre los lugares turísticos que se destacan se encuentra: laguna de Cuicocha, laguna de Peguche, volcán Cotacachi, laguna de San Pablo, plaza de ponchos, parque Cóndor y laguna de Yahuarcocha. El desarrollo económico está concentrado en mipymes que se dedican a la producción y comercialización nacional e internacional de artesanías, productos de cuero y prendas de vestir (EcuRed, 2021).

Entre las actividades económicas que destaca es la compra y venta de artículos o servicios, la zona se caracteriza por la producción textil concentrada en los cantones como Otavalo o Antonio Ante; las actividades económicas se destacan por las manufacturas donde el 46% corresponde a la fabricación de cemento, cal y yeso, 11% producción de productos textiles, 8% sector lácteo y 8% fabricación de azúcar (INEC, 2021). En la siguiente tabla se describe los factores económicos de la provincia:

**Tabla 22:** Datos estadísticos Imbabura

DATOS ESTADÍSTICOS IMBABURA	
Descripción	Valor
Población	476.267
Número de natalidad	6.674
Tasa de mortalidad (muertes por cada 1000 habitantes)	4,39%
Superficie	4587,51 km <sup>2</sup>
PIB	915147040,5
PIB Per cápita	1921,5

**Fuente:** Knoema, 2021

Imbabura se caracteriza por ser una zona de costumbres, emprendedora y conservadora, siendo la zona con mayor concentración de producción textil misma que permitirá satisfacer la demanda internacional. En los datos estadísticos de Imbabura existe un PIB estable mismo que permite que los imbabureños puedan satisfacer sus necesidades y deseos sin ningún problema.

### 3.9.2. Índice de competitividad Imbabura.

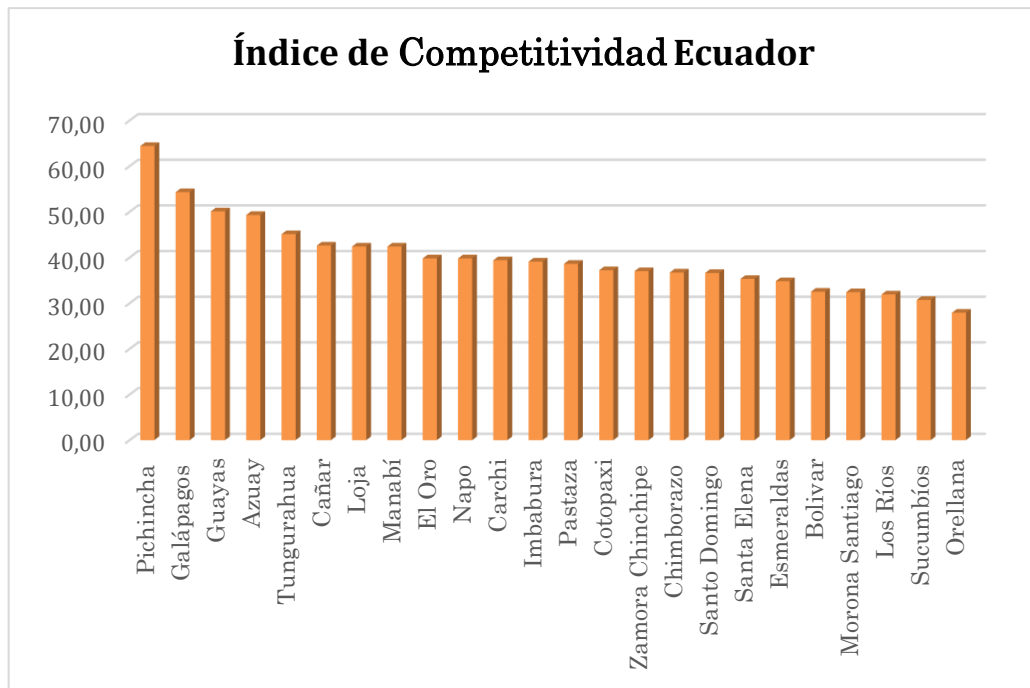
El índice de competitividad del Ecuador fue realizado por la Coordinación General de Mercados Empresas y Alianzas Estratégicas propuesto por el Foro Económico Mundial, siendo un medidor de la productividad de la región. Los pilares que se analizan son: Seguridad ciudadana, adopción TIC's, habilidades educativas, mercado laboral, infraestructura, estabilidad macroeconómica, internacionalización, salud, recursos naturales, sistema financiero, habilidades de innovación, gestión empresarial y dinamismo de negocio.

**Tabla 23:** Índice de competitividad Ecuador

Índice de competitividad Ecuador				
Ranking	Provincia	2017	2018	2019
1	Pichincha	66,10	65,80	64,40
2	Galápagos	49,80	53,90	54,30
3	Guayas	53,10	52,10	50,10

4	Azuay	45,00	44,90	49,30
5	Tungurahua	41,00	44,20	45,10
6	Cañar	36,10	37,30	42,60
7	Loja	43,30	40,60	42,40
8	Manabí	39,00	42,10	42,40
9	El Oro	38,90	39,40	39,80
10	Napo	34,80	32,40	39,80
11	Carchi	37,50	35,90	39,40
12	Imbabura	39,90	40,00	39,10
13	Pastaza	35,00	36,80	38,60
14	Cotopaxi	33,90	34,70	37,20
15	Zamora Chinchipe	33,90	33,60	37,00
16	Chimborazo	36,20	38,30	36,70
17	Santo Domingo	33,50	33,80	36,60
18	Santa Elena	33,60	34,60	35,30
19	Esmeraldas	32,80	33,00	34,80
20	Bolívar	29,10	30,50	32,50
21	Morona Santiago	28,60	31,40	32,40
22	Los Ríos	31,20	30,50	31,90
23	Sucumbíos	30,20	31,90	30,70
24	Orellana	29,80	31,10	27,90
	<b>Total</b>	<b>912,30</b>	<b>928,80</b>	<b>960,30</b>
	<b>Promedio</b>	<b>38,01</b>	<b>38,70</b>	<b>40,01</b>

**Fuente:** Coordinación General de Mercados Empresas y Alianzas Estratégicas, 2019



**Figura 15** Índice de competitividad Ecuador

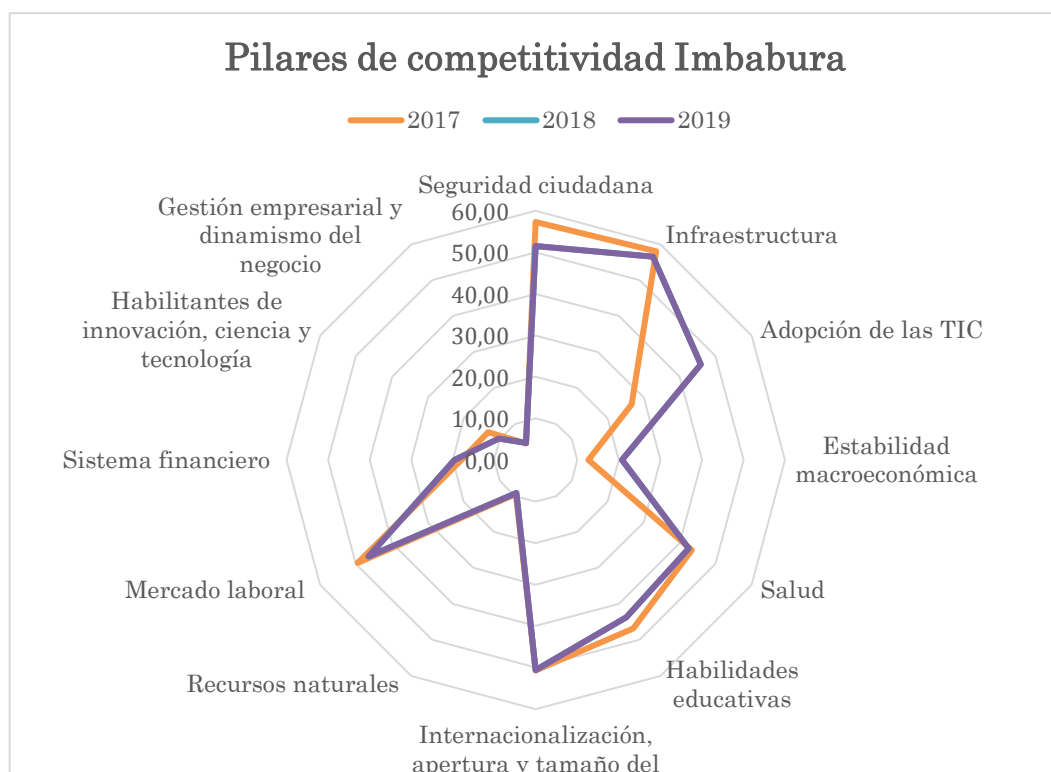
**Fuente:** Coordinación General de Mercados Empresas y Alianzas Estratégicas, 2019

El índice de competitividad provincial es analizado por medio de 12 pilares y 64 indicadores. Cuyos resultados se evidencia que en el último periodo de análisis Pichincha sobresale en el pilar de gestión empresarial y dinamismo de negocios, sistema financiero y adopción de las TIC's, Galápagos destaca en la infraestructura, mercado laboral, habilidades educativas salud y seguridad ciudadana, mientras que Guayas es la provincia con mayor competitividad en infraestructura, gestión empresarial y dinamismo del negocio, recursos naturales y habilidades educativas, siendo las tres provincias que lideran como las provincias con mayor competitividad y productividad del Ecuador, debido a que destacan.

**Tabla 24:** Índice de competitividad Imbabura

<b>Índice de competitividad Imbabura</b>				
<b>Pilares</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	
Seguridad ciudadana	57,30	51,50	51,50	
Infraestructura	58,00	56,50	56,50	
Adopción de las TIC	26,70	45,90	45,90	
Estabilidad macroeconómica	12,70	20,80	20,80	
Salud	43,40	42,60	42,60	
Habilidades educativas	46,90	43,70	43,70	
Internacionalización, apertura y tamaño del mercado	50,70	50,60	50,60	
Recursos naturales	9,50	9,20	9,20	
Mercado laboral	49,50	46,50	46,50	
Sistema financiero	17,90	19,50	19,50	
Habilitantes de innovación, ciencia y tecnología	13,30	10,20	10,20	
Gestión empresarial y dinamismo del negocio	4,60	4,80	4,80	
<b>Total</b>	<b>390,50</b>	<b>401,80</b>	<b>401,80</b>	
<b>Promedio</b>	<b>32,54</b>	<b>33,48</b>	<b>33,48</b>	

**Fuente:** Coordinación General de Mercados Empresas y Alianzas Estratégicas, 2019



**Figura 16** Pilares de competitividad Imbabura

**Fuente:** Coordinación General de Mercados Empresas y Alianzas Estratégicas, 2019

En los últimos tres periodos Imbabura tiene una calificación de 39,1 puntos, siendo una de las provincias que destaca por tener un alto índice de competitividad. Los pilares en los que sobresale son: pilar de infraestructura con 56,5 puntos donde destaca el hecho que sus habitantes tienen acceso a vías ferroviarias, bajo índice de estafadas, alto consumo de gas, cuentan con servicio eléctrico, teléfono fijo, cobertura de servicio de internet, agua potable y acceso a vías pavimentadas lo que ha permitido que la población cuenta con alta calidad vida; en los pilares de internacionalización, apertura y tamaño de mercado registra 50,6 puntos al incrementar su índice en ventas e intercambio comercial entre las empresas registradas de la provincia, aumento de las importaciones de bienes y materia prima, crecimiento en el comercio de cada cantones de Imbabura; en el pilar de seguridad ciudadana tiene 51,5 puntos, debido a que registra un alto servicio en asistencia policial, confianza con las fuerza armadas y policía nacional quienes elaboran estrategias para proteger a la ciudadanía de la delincuencia en el Ecuador.

Por último, registra un alto índice en el pilar de mercado laboral con 46,5 puntos, cuyo puntaje destaca por la alta fuerza laboral, tasa de empleo adecuado, bajo trabajo

infantil y estabilidad en la participación de mercado por género. Finalmente, la provincia de Imbabura cuenta con una zona de alta comercialización de bienes y productos tanto de productos importados como fabricados en la provincia, los sectores que destacan en esta zona son los textiles y cuero, también el turismo por sus lagunas, parques, costumbres, gastronomía y artesanías.

### 3.9.2. Competitividad de los cantones de Imbabura en el sector manufacturero textil.

La siguiente tabla corresponde al índice de competitividad evaluada en las mipymes del sector manufacturero textil de los cantones de Imbabura, donde se analizaron seis indicadores (tecnología, proceso productivo, organización, sostenibilidad, marketing y tecnología) tomado en cuenta la incidencia del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador en el sector. Los datos recolectados son de 47 empresas participantes en la presente investigación, para las cuales se obtuvo el total de respuestas con su calificación total y posteriormente se calculó el promedio tomando en cuenta el total de calificación y el número de empresas de cada cantón. Para la calificación aplicó la escala de calificación Likert permitiendo medir el grado de cada indicador, los parámetros de la escala son: 1 (malo), 2 (regular), 3 (buena), 4 (muy buena) y 5 (excelente).

**Tabla 25:** Competitividad de los cantones de Imbabura

1. Tecnología	IBARRA (7)					COTACACHI (9)					OTAVALO (8)					ATUNTAQUI (23)				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
La empresa cuenta con maquinaria		1	1		5			1	1	7				7	1			3	2	18
Cuenta con internet.					7			1		8			1	6	1			1	7	15
Utilización de correo, redes sociales y teléfono para comunicarse con clientes o proveedores.					7			1	2	6				6	2			2	5	16
Realiza mantenimiento a su maquinaria.		1	1		5				2	7			1	4	3				3	20
Estado de la maquinaria.		2			5				5	4				4	4			2	7	14
Proceso artesanal.	1		1		5				1	8				5	3	2			6	15
Proceso automatizado.			1		6			1	6	2			1	4	3			1	3	19

Con sus equipos podría aumentar su producción,	1	1		5				4	5			1	2	5			4	19		
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>225</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>84</b>	<b>235</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>152</b>	<b>110</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>27</b>	<b>148</b>	<b>680</b>
<b>SUMA</b>	<b>251</b>					<b>331</b>					<b>274</b>					<b>859</b>				
<b>PROMEDIO</b>	<b>35,86</b>					<b>36,78</b>					<b>34,25</b>					<b>37,35</b>				

### 2. Proceso productivo

	IBARRA					COTACACHI					OTAVALO					ATUNTAQUI						
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
La innovación de su producto.				3	4				6	3				7	1				7	16		
Tiene un proceso con estándares de calidad.				1	6				2	7				2	5	1				1	12	10
El personal está capacitado.			2	1	4				3	6				3	5				6	17		
Valor agregado en sus productos.				4	3	1				2	6				3	5				12	11	
Cuenta con certificaciones.		2			5				2	7				2	5	1				3	3	17
Diversificación de producción.				4	3				5	4					8				1	11	11	
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>52</b>	<b>125</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>80</b>	<b>165</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>92</b>	<b>105</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>204</b>	<b>410</b>		
<b>SUMA</b>	<b>187</b>					<b>246</b>					<b>209</b>					<b>629</b>						
<b>PROMEDIO</b>	<b>26,71</b>					<b>27,33</b>					<b>26,13</b>					<b>27,35</b>						

### 3. Organización

	IBARRA					COTACACHI					OTAVALO					ATUNTAQUI							
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
Cuenta con un manual de proceso.			2		5				2	4	3				3	4	1				2	5	16

Realiza inventario de materia prima, insumos y productos.	1	6	1	1	7	2	5	1	9	14										
Tiene designada tareas en su empresa.	3	4		2	7	2	6		4	19										
Lleva un control financiero.	1	6		1	1	7	2	5	1	7	16									
Tiene estructura organizacional.	1	5	1	1	3	5	2	5	1	1	1	5	16							
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>40</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>40</b>	<b>145</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>33</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>120</b>	<b>405</b>
<b>SUMA</b>	<b>158</b>					<b>201</b>					<b>153</b>					<b>536</b>				
<b>PROMEDIO</b>	<b>22,57</b>					<b>22,33</b>					<b>19,13</b>					<b>23,30</b>				

#### 4. Sostenibilidad

	IBARRA					COTACACHI					OTAVALO					ATUNTAQUI					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
En los procesos maneja normas de seguridad.		2			5					9	1	1	5		1					3	20
Manejo de los residuos.		2			5					9		4	3		1					9	14
Cuenta con reciclaje de residuos.		2			5					9	1	1	5		1					9	14
Ambiente laboral.				2	5				2	7					8					9	14
Apoyo a la comunidad.	1	3	1	2		1	5	2	1			2	5		1		8			8	7
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>175</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>24</b>	<b>104</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>152</b>	<b>34</b>	
<b>SUMA</b>	<b>142</b>					<b>208</b>					<b>152</b>					<b>513</b>					
<b>PROMEDIO</b>	<b>20,29</b>					<b>23,11</b>					<b>19,00</b>					<b>22,30</b>					

#### 5. Marketing

IBARRA COTACACHI OTAVALO ATUNTAQUI

	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Cuenta con marca.					7					9				2	6			1	1	21
Maneja e-commerce.	1	5	1			1		1	3	4			5	3			3	7	9	4
Cuenta con catálogos.			6	1		2			5	2		1		4	3		5	4	10	4
Maneja plataformas digitales.	1	1	4	1		1			5	3			3	3	2		2	4	12	5
Aplicación de proceso post-ventas.	2		5						5	4		5	2	1			5	11	7	
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>48</b>	<b>8</b>	<b>35</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>72</b>	<b>110</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>30</b>	<b>52</b>	<b>55</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>81</b>	<b>156</b>	<b>170</b>
<b>SUMA</b>			<b>107</b>						<b>189</b>					<b>149</b>					<b>437</b>	
<b>PROMEDIO</b>			<b>15,29</b>						<b>21,00</b>					<b>18,63</b>					<b>19,00</b>	

## 6. Comercialización

	IBARRA					COTACACHI					OTAVALO					ATUNTAQUI				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Comercialización nacional.					7	1			1	7		1			7		1		1	21
Comercialización internacional.	3	4						4	3	2	3	1	3		1	4	4	6	2	7
Comercio justo.			2		5	1			1	7			5	3			1	3	9	10
Apoyo de instituciones públicas y privada.	7					4	2		2	1	8					13	4	3	2	1
Cuenta con un departamento de ventas.			2	1	4			2	3	4				7	1		1	5		17
Conocimiento en comercio exterior.	2	5				1		2	5	1	1	3	2		2	1	5	6	2	9
Planificación de comercialización.		5	2					2	4	3			2	4	2		4	5	10	4

Diversificación de mercados.	3	4			1		3	3	2		2	5	1		4	7	8	4		
Conocimiento de los acuerdos internacionales aplicado a los productos textiles.	2	1	4		2	2	2	1	2		3	5			4	11	5	3		
Certificaciones internacionales.	7				3	1	3	1	1	6			1	1	10	9	3	1		
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>36</b>	<b>42</b>	<b>4</b>	<b>80</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>54</b>	<b>96</b>	<b>150</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>57</b>	<b>80</b>	<b>75</b>	<b>28</b>	<b>74</b>	<b>147</b>	<b>160</b>	<b>380</b>
<b>SUMA</b>	<b>183</b>				<b>323</b>				<b>246</b>				<b>789</b>							
<b>PROMEDIO</b>	<b>26,14</b>				<b>35,89</b>				<b>30,75</b>				<b>34,30</b>							
<b>SUMA TOTAL CANTONES</b>	<b>146,86</b>				<b>166,44</b>				<b>147,88</b>				<b>163,61</b>							

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD IMBABURA				
INDICADOR	IBARRA	COTACACHI	OTAVALO	ATUNTAQUI
Tecnología	35,86	36,78	34,25	37,35
Proceso productivo	26,71	27,33	26,13	27,35
Organización	22,57	22,33	19,13	23,30
Sostenibilidad	20,29	23,11	19,00	22,30
Marketing	15,29	21,00	18,63	19,00
Comercialización	26,14	35,89	30,75	34,30
<b>TOTAL</b>	<b>146,86</b>	<b>166,44</b>	<b>147,88</b>	<b>163,61</b>



**Figura 17** Índice de competitividad de Imbabura

Para poder identificar el grado de competitividad que presenta cada cantón de la provincia de Imbabura, se evalúa mediante una encuesta estructurada de seis preguntas de: tecnología, producción, organización, sostenibilidad, marketing y comercialización, a las 47 empresas constituidas en la provincia: 7 ubicadas en Ibarra, 9 en Cotacachi, 8 en Otavalo y 23 en Atuntaqui. Ibarra registró el índice de competitividad más bajo con un total de 146,86, su valor más bajo obtenido es en

marketing y niveles de sostenibilidad, haciendo que el cantón sea el menos competitivo de la provincia, siguiendo con el cantón Otavalo, este registra un índice de competitividad de 147,88 dado que no cuenta con los medios tecnológicos, productivos y de organización requeridos para sostener una competitividad en el ámbito internacional.

Por su parte el cantón Atuntaqui es uno de los más competitivos, con un índice de competitividad de 163,61 manteniendo un balance positivo en temas tecnológicos, productivos, organización, sostenibilidad y comercialización, se busca fortalecer los temas de publicidad y marketing para mantener a largo plazo una competitividad internacional. El cantón más competitivo según el índice de competitividad es Cotacachi, con un total de 166,44 es el cantón que tiene las características necesarias para desarrollar estrategias de internacionalización e incursionar en el mercado internacional.

### 3.9.3. Competitividad de las empresas de Imbabura en el sector manufacturero textil

La siguiente tabla corresponde al ranking de las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura, donde se analizaron seis indicadores (tecnología, proceso productivo, organización, sostenibilidad, marketing y tecnología) tomado en cuenta la incidencia del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador en el sector. Los datos recolectados son de 47 empresas participantes en la presente investigación, para las cuales se obtuvo el total de calificación sobre los 195 puntos evaluados en cada empresa. Para la calificación se aplicó la escala de calificación Likert permitiendo medir el grado de cada indicador, los parámetros de la escala son: 1 (malo), 2 (regular), 3 (buena), 4 (muy buena) y 5 (excelente).

**Tabla 26:** Competitividad de las empresas de Imbabura

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD EMPRESAS SECTOR MANUFACTURERO TEXTIL IMBABURA										
Puntaje total evaluado 195=100%										
Número	Empresas	Cantón	Tecnología	Proceso productivo	Organización	Sostenibilidad	Marketing	Comercialización	Total	Puntaje %
1	Carlex INSPIREFASHION CIA. LTDA.	Atuntaqui	40	30	25	25	18	47	185	94,87
2	Angel Baby	Atuntaqui	37	30	24	24	23	44	182	93,33
3	Indutexma	Otavalo	40	30	24	24	23	40	181	92,82
4	FERNANDO'S	Cotacachi	40	27	24	23	22	44	180	92,31
5	CARLEX	Atuntaqui	40	30	25	24	22	36	177	90,77

6	JIRETH CREACIONES	Cotacachi	39	28	24	24	22	40	177	90,77
7	Tejidos Markos	Atuntaqui	37	28	25	22	24	39	175	89,74
8	EMANUELL'S	Cotacachi	35	28	24	24	19	44	174	89,23
9	CREACIONES FER	Cotacachi	39	30	19	25	25	32	170	87,18
10	VERSA	Cotacachi	36	28	23	23	21	39	170	87,18
11	WILTEX FABRICA DE MEDIAS	Atuntaqui	40	27	19	22	20	41	169	86,67
12	FABRICA SANDOVAL	Cotacachi	37	27	24	21	21	39	169	86,67
13	Tejidos Dore	Atuntaqui	40	25	22	23	21	36	167	85,64
14	Karman	Atuntaqui	34	29	25	21	19	39	167	85,64
15	DISMOTEX	Atuntaqui	38	23	24	22	22	36	165	84,62
16	Tejidos Gabytex	Atuntaqui	37	25	25	21	20	36	164	84,10
17	CREACIONES M&J	Cotacachi	38	26	23	23	22	31	163	83,59
18	Tejidos Lizbeth	Atuntaqui	34	28	25	23	20	32	162	83,08
19	Witerline	Atuntaqui	36	28	24	22	19	32	161	82,56
20	Facheritos	Atuntaqui	36	30	24	21	19	31	161	82,56
21	MONNYCREACIONES CIA .LTDA	Atuntaqui	40	27	25	22	16	31	161	82,56
22	TEJIDOS ROSY	Atuntaqui	40	25	24	24	15	33	161	82,56
23	ESPINOVERDE CIA.LTDA	Ibarra	40	29	24	24	16	27	160	82,05

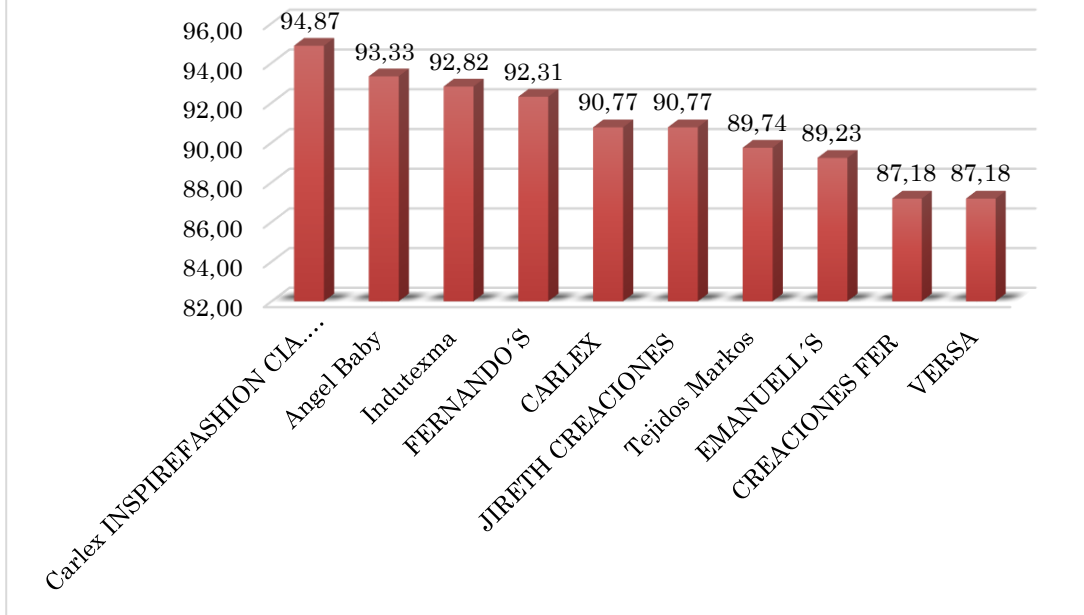
24	MASTERPRINT S.A	Ibarra	40	28	24	22	17	29	160	82,05
25	ELECTROFIBRAS	Ibarra	40	30	25	21	15	29	160	82,05
26	Shatex	Otavalo	36	27	20	20	20	37	160	82,05
27	TRAMA	Atuntaqui	40	27	23	21	19	29	159	81,54
28	TEXTIRODAL	Atuntaqui	40	25	21	22	20	31	159	81,54
29	TEJIDOS ANAHI	Atuntaqui	40	25	22	22	18	31	158	81,03
30	Karytex	Atuntaqui	32	29	24	20	17	35	157	80,51
31	Tejidos Criss	Atuntaqui	32	29	23	23	18	31	156	80,00
32	Confecciones Maricela	Atuntaqui	33	28	24	24	20	27	156	80,00
33	MBM INDUSTRIES CIA.LTDA	Ibarra	40	27	23	22	17	26	155	79,49
34	BaytexHilos	Otavalo	37	27	20	20	19	32	155	79,49
35	INDUTEXA	Ibarra	40	26	23	21	16	28	154	78,97
36	FASHION CLUB CIA.LTDA	Atuntaqui	37	25	22	24	18	28	154	78,97
37	VICTORIA	Cotacachi	37	30	23	23	13	24	150	76,92
38	ELTEX	Atuntaqui	40	28	19	21	14	27	149	76,41
39	TENERIA SAN MARCOS JR	Cotacachi	30	22	17	22	24	30	145	74,36
40	Fabrica Neltex	Otavalo	30	27	20	20	19	29	145	74,36
41	Tejidos Waska	Atuntaqui	35	28	17	17	15	31	143	73,33

42	Textiles Inty Raymi	Otavallo	32	25	20	19	16	31	143	73,33
43	El Bazar Todo Para Tu Costura	Otavallo	34	27	19	19	15	25	139	71,28
44	Fabricao	Otavallo	31	23	15	14	21	27	131	67,18
45	Runa Causay	Otavallo	31	23	15	16	16	25	126	64,62
46	Confecciones Rigortex CIA.LTDA	Ibarra	27	22	21	16	13	21	120	61,54
47	Mercantil Garzon	Ibarra	24	24	20	15	13	21	117	60,00

---

3.9.4.

## RANKING 10 DE LAS EMPRESAS COMPETITIVAS IMBABURA %



**Figura 18** Ranking de empresas competitivas de Imbabura


Para evaluar la competitividad de las 47 empresas encuestadas se tomaron en consideración las variables de: tecnología, procesos productivos, organización, sostenibilidad marketing y comercialización, dando un total de 195 puntos posibles. Se obtuvo un top 10 de las empresas más competitivas de la provincia de Imbabura, en la primera posición con 94,87% se encuentra la empresa Calcx Inspiefashion ubicada en Atuntaqui, Angel Baby con 93,33% ubicada en Atuntaqui, en el tercer puesto se ubica Indultexma ubicada en Otavalo con 92,82% de competitividad, seguida de la empresa Fernandos con 92,31% en Cotacachi, la siguiente en el top es la empresa Carlex ubicada en Atuntaqui con 90,77% de competitividad igualada con la empresa Jireth creaciones ubicada en Cotacachi. Encontramos a la empresa Tejidos Markos, con 89,74% ubicada en Atuntaqui, seguido de Emanuells ubicada en Cotacachi con 89,23%, por último, en los dos últimos puestos, se encuentra la empresa Creaciones Fer y Versa que se ubican en Cotacachi con 87,18%.

### 3.10. Propuesta

#### 3.10.1. Ficha técnica

En las presentes tablas se presenta las fichas técnicas de los principales productos que son cotizados en el mercado chileno por ser innovadores y diferentes a los que ya se ofrecen en los diferentes puntos de ventas de productos textiles tanto nacionales como internacionales.

**Tabla 27:** Ficha técnica del producto

N°00-01	<b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO</b> <b>Mipymes de la provincia de Imbabura</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTOS:</b>		
	<b>Nombre comercial:</b> Saco de lana	
	<b>Nombre técnico:</b> Sacos de lana para caballero o niño	
	<b>Nombre científico:</b> Prendas de vestir tejidas de lana	
	<b>Posición arancelaria:</b> 6202.33.10.00.00 (De lana o pelo fino)	
<b>Clase de producto:</b>	Carga general	
<b>Tamaño:</b>	Mix (pequeño, mediano, grande y extra grande)	
<b>Peso:</b>	700 gr	
<b>Unidad comercial:</b>	Unidades	
<b>Cantidad por caja:</b>	12 unidades por caja	
<b>Vida útil:</b>	Tres años	
<b>Recomendación.</b>	Mantener en un ambiente fresco.	
<b>COMPOSICIÓN DEL PRODUCTO:</b>		
<b>Materia prima:</b>	Lana o pelo fino	


<b>Formulación composición:</b>	100% lana o pelo fino
<b>PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO:</b>	
<b>Envase:</b>	Fundas plásticas transparentes con el sello que distinga la talla y color.
<b>Embalaje:</b>	Cajas resistentes de cartón corrugado
<b>Etiquetado:</b>	El etiquetado está ubicado en el interior de la chompa con sus descripciones (talla, color, características, símbolos de cuidado, utilidad, composición, fabricante e importador).
<b>Contenedor:</b>	Estándar 20 pies
<b>DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL:</b>	
<b>País de origen:</b>	Ecuador
<b>País de destino:</b>	Chile
<b>Almacenamiento:</b>	Ambiente seco
<b>Tipo de transporte:</b>	Marítimo
<b>Consumidores potenciales:</b>	Personas que les guste las prendas de vestir de lana.
<b>Tipo de moneda:</b>	Peso chileno

**Tabla 28:** Ficha técnica del producto

N°00-02	<b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO</b>	
	<b>Mipymes de la provincia de Imbabura</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTOS:</b>		
	<b>Nombre comercial:</b> Poncho acrílico	
	<b>Nombre técnico:</b> Pocho acrílico para niños	
	<b>Nombre científico:</b> Ruanas acrílico para niños	
	<b>Posición arancelaria:</b> 6202.93.00.00 (De fibras sintéticas o artificiales).	
<b>Clase de producto:</b>	Carga general	

<b>Tamaño:</b>	Mix (pequeño, mediano, grande y extra grande)
<b>Peso:</b>	250 gr
<b>Unidad comercial:</b>	Unidad
<b>Cantidad por caja:</b>	12 unidades por caja
<b>Vida útil:</b>	Dos años
<b>Recomendación.</b>	Mantener en un ambiente fresco.
<b>COMPOSICIÓN DEL PRODUCTO:</b>	
<b>Materia prima:</b>	Tela sintética o artificial
<b>Formulación composición:</b>	90% fibras sintéticas y 10% hilos de polyester
<b>PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO:</b>	
<b>Envase:</b>	Fundas plásticas transparentes con el sello que distinga la talla y color.
<b>Embalaje:</b>	Cajas resistentes de cartón corrugado.
<b>Etiquetado:</b>	El etiquetado está ubicado en el interior de la chompa con sus descripciones ( talla, color, características, símbolos de cuidado, utilidad, composición, fabricante e importador).
<b>Contenedor:</b>	Estándar 20 pies
<b>DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL:</b>	
<b>País de origen:</b>	Ecuador
<b>País de destino:</b>	Chile
<b>Almacenamiento:</b>	Ambiente seco
<b>Requisitos y normativa:</b>	Marítimo
<b>Consumidores potenciales:</b>	Personas que les guste las prendas de vestir de tela sintética
<b>Tipo de moneda:</b>	Peso chileno

Tabla 29: Ficha técnica del producto

N°00-03	<b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO</b> <b>Mipymes de la provincia de Imbabura</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTOS:</b>		
	<b>Nombre comercial:</b> Chaqueta de cuero	
	<b>Nombre técnico:</b> Chaqueta de cuero para caballero	
	<b>Nombre científico:</b> Cazadora de corium	
	<b>Posición arancelaria:</b> 4203.10.00.00 (Prendas de vestir-prendas y complementos (accesorios), de vestir, de cuero natural o cuero regenerado).	
<b>Clase de producto:</b>	Carga general	
<b>Tamaño:</b>	Mix (pequeño, mediano, grande y extra grande)	
<b>Peso:</b>	900 gr	
<b>Unidad comercial:</b>	Unidad	
<b>Cantidad por caja:</b>	12 unidades por caja	
<b>Vida útil:</b>	20 años	
<b>Recomendación.</b>	Mantener en un ambiente fresco.	
<b>COMPOSICIÓN DEL PRODUCTO:</b>		
<b>Materia prima:</b>	Cuero de animal bovino	
<b>Formulación composición:</b>	90% cuero y 10% polyester	
<b>PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO:</b>		
<b>Envase:</b>	Fundas plásticas transparentes con el sello que distinga la talla y color.	
<b>Embalaje:</b>	Cajas resistentes de cartón corrugado.	
<b>Etiquetado:</b>	El etiquetado está ubicado en el interior de la chompa con sus descripciones (talla, color,	

	características, símbolos de cuidado, utilidad, composición, fabricante e importador).
<b>Contenedor:</b>	Estándar 20 pies
<b>DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL:</b>	
<b>País de origen:</b>	Ecuador
<b>País de destino:</b>	Chile
<b>Almacenamiento:</b>	Ambiente seco
<b>Requisitos y normativa:</b>	Marítimo
<b>Consumidores potenciales:</b>	Hombres que les gusta las prendas de vestir de cuero animal.
<b>Tipo de moneda:</b>	Peso chileno

**Tabla 30:** Ficha técnica del producto

<b>N°00-04</b>	<b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO</b> <b>Mipymes de la provincia de Imbabura</b>
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTOS:</b>	
	<b>Nombre comercial:</b> Chaleco de lana
	<b>Nombre técnico:</b> Chaleco de lana para niño
	<b>Nombre científico:</b> Prendas de vestir de fibra sintética o chalecas
	<b>Posición arancelaria:</b> 6203.33.30.00.00 (De fibra sintética)
<b>Clase de producto:</b>	Carga general
<b>Tamaño:</b>	Mix (pequeño, mediano, grande y extra grande)
<b>Peso:</b>	450 gr
<b>Unidad comercial:</b>	Unidades
<b>Cantidad por caja:</b>	12 unidades por caja

<b>Vida útil:</b>	Tres años
<b>Recomendación.</b>	Mantener en un ambiente fresco.
<b>COMPOSICIÓN DEL PRODUCTO:</b>	
<b>Materia prima:</b>	Fibras sintéticas
<b>Formulación composición:</b>	100% fibra sintética
<b>PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO:</b>	
<b>Envase:</b>	Fundas plásticas transparentes con el sello que distinga la talla y color.
<b>Embalaje:</b>	Cajas resistentes de cartón corrugado
<b>Etiquetado:</b>	El etiquetado está ubicado en el interior de la chompa con sus descripciones (talla, color, características, símbolos de cuidado, utilidad, composición, fabricante e importador).
<b>Contenedor:</b>	Estándar 20 pies
<b>DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL:</b>	
<b>País de origen:</b>	Ecuador
<b>País de destino:</b>	Chile
<b>Almacenamiento:</b>	Ambiente seco
<b>Tipo de transporte:</b>	Marítimo
<b>Consumidores potenciales:</b>	Personas que les guste los chalecos como prenda de vestir
<b>Tipo de moneda:</b>	Peso chileno

### 3.10.2. Procesos.

**Tabla 31:** Mapa de procesos

MAPA DE PROCESOS							
NECESIDADES DEL CLIENTE	ENTRADAS	PROCESOS ESTRATÉGICOS				SALIDAS	
	-Proveedores  -Rapidez y control de procesos logísticos y de exportación.  -Preferencias del cliente	<b>Presidencia</b>	<b>Gerencia</b>	<b>Talento humano</b>			-Textiles de calidad.  -Cumplir con las expectativas.  -Creación de confianza
		<b>PROCESOS CLAVES</b>					
		<b>Comercial</b>	<b>Producción</b>	<b>Logística</b>			
		Ventas	Tratamiento	Exportación			
		Compras	Tejido	Almacenamiento			
				Distribución			
		<b>PROCESOS DE APOYO</b>					
Gestión de calidad		Control de procesos	Control contable	Control de tiempos	Gestión seguridad		
					SATISFACCIÓN DEL CLIENTE		

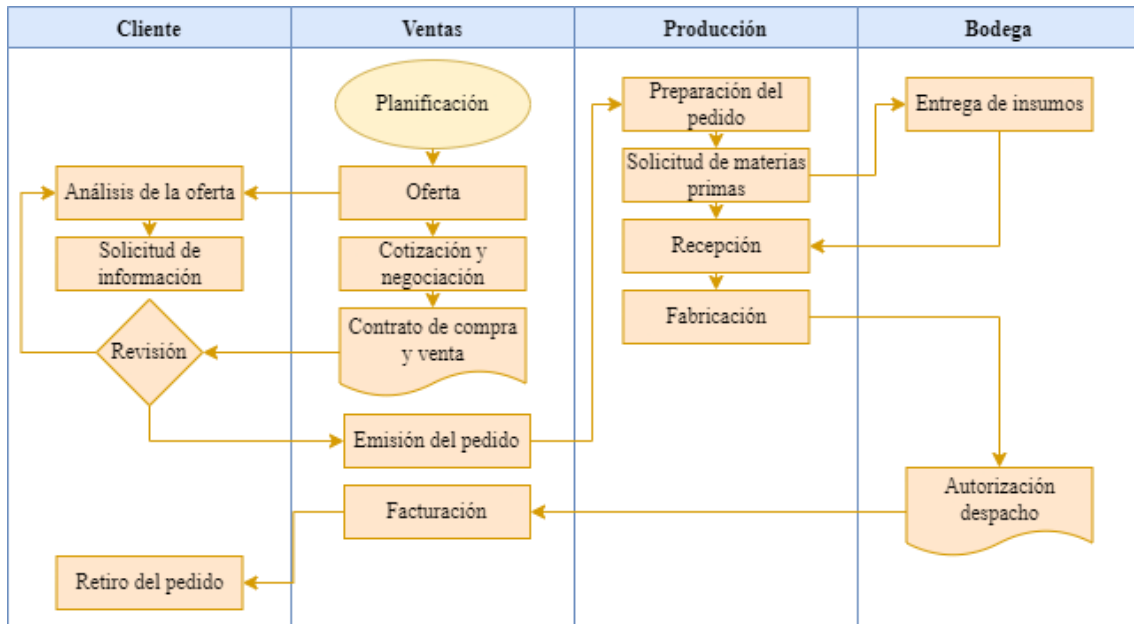
El mapa de procesos propuesto se enfoca en buscar la satisfacción del cliente, el control de los procesos comerciales, productivos y logísticos que garantizan el cumplimiento de los objetivos a largo plazo de los productores textiles. Se consideran los procesos claves como la toma de decisiones y guías para la aplicación de las operaciones de las empresas, tienen tres ejes principales: comercial, producción y logística. Los procesos de apoyo ayudan al cumplimiento de los objetivos estratégicos y procesos clave para que el producto final cumpla con las expectativas.

### 3.10.2.1. Fichas de procesos

#### 3.10.2.1.1. Proceso de ventas

**Tabla 32:** Proceso de ventas

		<b>P-V-01</b>
<b>PROCESO:</b> Ventas		<b>RESPONSABLE:</b> jefe de ventas
<b>MISIÓN:</b> Conseguir clientes potenciales y controlar el proceso de ventas para generar lealtad y confianza a todos los consumidores.		<b>DOCUMENTACIÓN</b> -Cartera de clientes -Proceso de ventas -Registró de clientes
<b>ALCANCE</b>	<b>Empieza:</b> Planificación de las estrategias de ventas, ofertas, promociones e incentivos. <b>Incluye:</b> Negociaciones, recepción de pedido, realización de facturas de venta, coordinar el despacho. <b>Termina:</b> Entrega de las órdenes al cliente.	
<b>INSPECCIÓN:</b> Satisfacción del cliente, estudio de la demanda, perfil del cliente, negociación, precios.		<b>REGISTRÓ:</b> Cartera de clientes, sugerencias, quejas, pedidos cumplidos, pedidos con novedades.
<b>VARIABLE DE CONTROL:</b> -Calidad -Demanda -Fecha de entrega -Quejas y sugerencias recibidas		<b>INDICADORES:</b> -Ventas realizadas -Crecimiento de la demanda -Clientes satisfechos

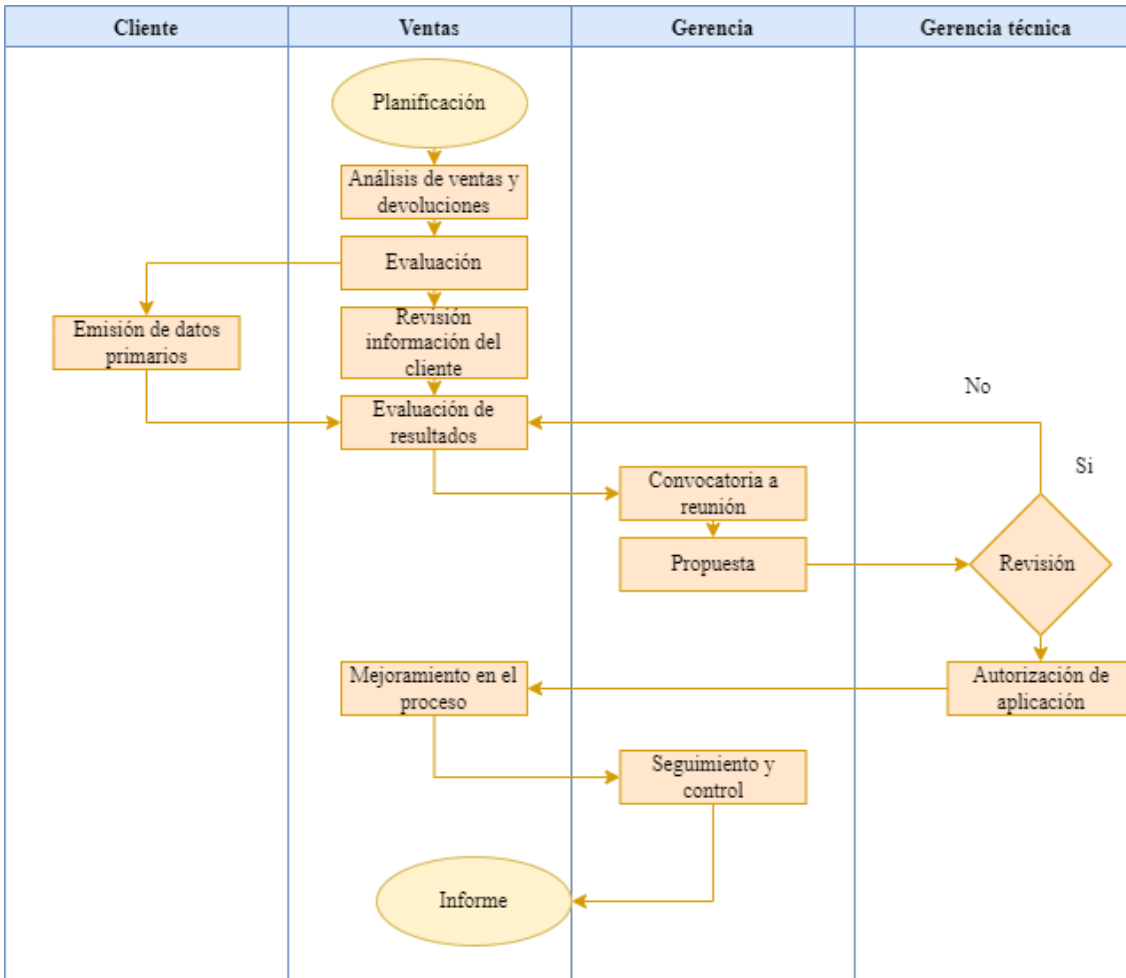


**Figura 19** Flujograma ventas

3.10.2.1.2. *Proceso de post venta.*

		<b>P-PV-01</b>
<b>PROCESO:</b> Gestión post-venta		<b>RESPONSABLE:</b> jefe de ventas
<b>MISIÓN:</b> Evaluar el nivel de satisfacción del cliente al adquirir un producto que ha salido de fábrica, con el propósito de buscar mejoras y fidelizar al cliente.		<b>DOCUMENTACIÓN</b> -Cartera de clientes -Ficha de evaluación -Registró de clientes
<b>ALCANCE</b>	<b>Empieza:</b> Planificación de evaluación de satisfacción de clientes. <b>Incluye:</b> Identificación de problemas frecuentes, aplicación y evaluación de sugerencias, seguimiento en proceso de venta, búsqueda de soluciones. <b>Termina:</b> Incremento en la satisfacción.	
<b>INSPECCIÓN:</b> Satisfacción del cliente, solución de problemas, comportamiento de la demanda, quejas, reclamos y soluciones.		<b>REGISTRÓ:</b> Información de cada cliente, ventas mensuales, devoluciones, fallos, inconvenientes en la realización del pedido.

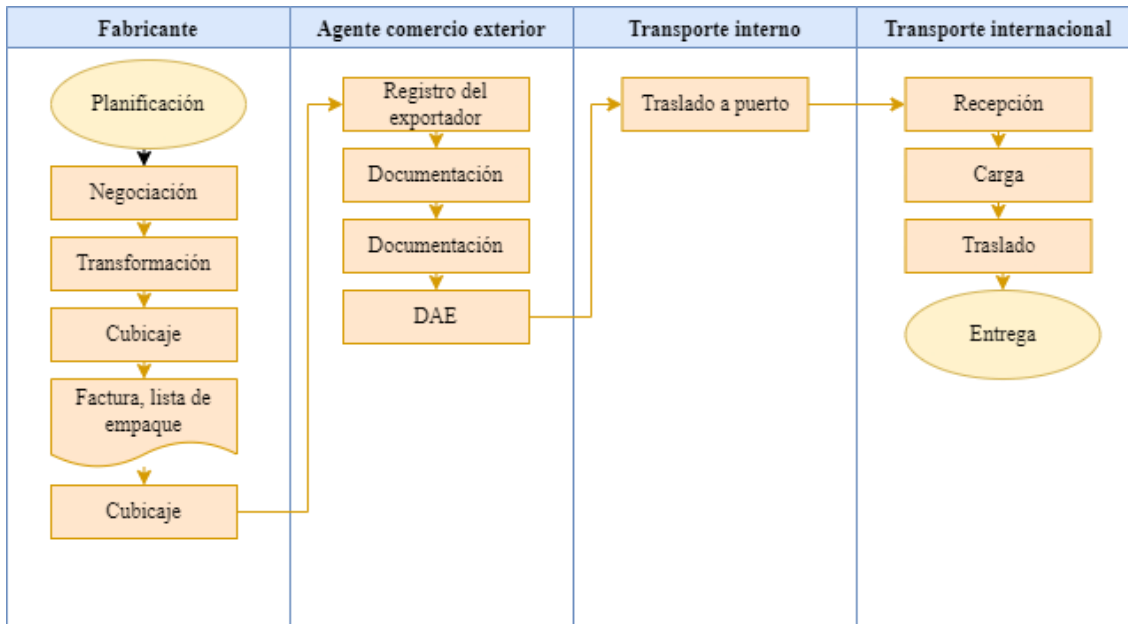
<p><b>VARIABLE DE CONTROL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Nivel de satisfacción</li> <li>-Fallas en ventas</li> <li>-Quejas y reclamos</li> <li>-Devoluciones</li> </ul>	<p><b>INDICADORES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Nivel de satisfacción</li> <li>-Cantidad de devoluciones</li> <li>-Número de novedades y reclamos</li> </ul>
---	---



**Figura 20** Flujograma Post Venta

### 3.10.2.1.3. Proceso de exportación.

		<b>P-E-01</b>
<b>PROCESO:</b> Gestión exportación		<b>RESPONSABLE:</b> jefe de comercio exterior
<b>MISIÓN:</b> Cumplir de forma adecuada con el proceso de exportación al mercado internacional según la normativa nacional e internacional.		<b>DOCUMENTACIÓN</b> -Agentes de carga -Declaración de exportación -Registró de producción
<b>ALCANCE</b>	<p><b>Empieza:</b> Búsqueda de nuevos clientes internacionales.</p> <p><b>Incluye:</b> Negociación internacional, comparación de precios, inspección, acondicionamiento, transporte y logística.</p> <p><b>Termina:</b> Entrega del producto en destino.</p>	
<b>INSPECCIÓN:</b> Control del proceso preembarque y post embarque de la carga para cumplir con los requisitos del mercado internacional.		<b>REGISTRÓ:</b> DAE abierta, costos de exportación, ficha del producto, cantidad exportada.
<b>VARIABLE DE CONTROL:</b> -Demanda del producto -Tiempo estimado -Daños -Nuevos clientes		<b>INDICADORES:</b> -Crecimiento de la demanda -Exportaciones realizadas -Satisfacción del cliente



**Figura 21** Flujograma Exportación

### 3.10.3. Proyección del proyecto.

Para la determinación de las proyecciones de la oferta, importaciones, exportaciones y producción de los productos textil perteneciente a las secciones VIII y XI. En la obtención de datos históricos se recolectó información de Trade Mape Instituto Nacional de Estadísticas y Censo de los últimos cinco años. En la obtención de las estadísticas se ha utilizado las siguientes fórmulas:

$$\begin{aligned} & \text{variable dependiente} \\ & = \text{constante} + \text{constante}(\text{variable independiente}) \\ & + \text{constante}(\text{variable independiente})^2 \end{aligned}$$

$$y = a + bx + cx^2$$

$$\Sigma y = an + b\Sigma x + c\Sigma x^2$$

$$\Sigma xy = a\Sigma x + b\Sigma x^2 + c\Sigma x^3$$

$$\Sigma x^2 y = a\Sigma x^2 + b\Sigma x^3 + c\Sigma x^4$$

El Consumo Nacional Aparente, fue calculado mediante la diferente de las exportaciones con la producción e importación. Cuyos datos proyectados con el método de mínimos cuadrados con ajuste parabólico fueron los utilizados para la obtención del número de clientes potenciales en Chile como también la cantidad del producto que debe de ofertar Imbabura. La fórmula que se usó fue la siguiente:

$$\text{Consumo Nacional Aparente} = (\text{Producción} + \text{Importaciones}) - \text{Exportaciones}$$

$$CNA = (P + I) - E$$

La Demanda Insatisfecha se obtuvo mediante la diferencia entre las importaciones y exportaciones registradas en Chile, cuyos datos estadísticos no pudieron ser cubiertos por sus proveedores tanto nacionales como internacionales. Los resultados fueron obtenidos mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Importaciones} - \text{Exportaciones}$$

$$DI = I - E$$

### 3.10.4. Proyecciones de Imbabura

#### Datos históricos de la producción de Ecuador en relación con Imbabura

**Producto:** sector manufacturero textil

**Tabla 33:** Datos históricos de la producción de Imbabura

AÑO	ECUADOR		IMBABURA	
	FOB	PRODUCCIÓN TONELADAS	FOB	PRODUCCIÓN
2011	1.092.541.885,00	573.188,82	415.165.916,30	217.811,75
2012	957.155.681,00	535.487,21	363.719.158,78	203.485,14
2013	1.052.748.284,00	535.487,21	284.242.036,68	144.581,55
2014	1.011.461.253,00	547.894,17	303.438.375,90	164.368,25
2015	905.168.309,00	489.367,07	343.963.957,42	185.959,49

**Fuente:** INEC, 2015

**Análisis:** Los datos estadísticos de la producción del sector manufacturero textil en los últimos años se determinó mediante la relación de la regla de tres entre Ecuador e Imbabura. Posteriormente se utilizó el método de mínimos cuadrados para obtener los datos históricos que se utilizaran en el proyecto. Los datos en los últimos tres periodos van creciendo gradualmente, por tal razón la cobertura del proyecto irá creciendo en cada año.

## Datos históricos de la producción de Imbabura en toneladas

**Producto:** productos del sector manufacturero textil pertenecientes a la sección VIII y XI

**Tabla 34:** Datos históricos de la oferta Imbabura productos textiles

OFERTA PRODUCTOS TEXTILES IMBABURA (Toneladas)								
Años	Tiempo (X)	Oferta (y)	x <sup>2</sup>	x <sup>3</sup>	x <sup>4</sup>	xy	x <sup>2</sup> y	y-parábola
2011	1	217.812	1	1	1	217.812	217.812	225.309
2012	2	203.485	4	8	16	406.970	813.941	182.772
2013	3	144.582	9	27	81	433.745	1.301.234	161.738
2014	4	164.368	16	64	256	657.473	2.629.892	162.207
2015	5	185.959	25	125	625	929.797	4.648.987	184.181
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>916.206</b>	<b>55</b>	<b>225</b>	<b>979</b>	<b>2.645.797</b>	<b>9.611.865</b>	<b>916.206</b>

**Análisis:** Los datos históricos que se presentan en la oferta del sector textil de Imbabura en los últimos cinco años ha tenido bajas y crecimientos significativos lo que genera una alta oportunidad de ingreso en el mercado chileno, pues al existir una alta producción la calidad e innovación de los productos será mayor a la de otros países, presentando una ventaja comparativa.

Recta parábola de mínimos cuadrados:

$$y = a + bx + cx^2$$

$$y = 28.350,66 - 74.793,28x + 10.751,86x^2$$

Sistema lineal:

$$\Sigma y = an + b\Sigma x + c\Sigma x^2$$

$$916.206 = 5a + 15b + 55c$$

$$\Sigma xy = a\Sigma x + b\Sigma x^2 + c\Sigma x^3$$

$$2.645.797 = 15x + 55b + 225c$$

$$\Sigma x^2 y = a\Sigma x^2 + b\Sigma x^3 + c\Sigma x^4$$

$$9.611.865 = 55a + 225b + 979c$$

Valores constantes:

$$a = 289.350,66$$

$$b = -74.793,28$$

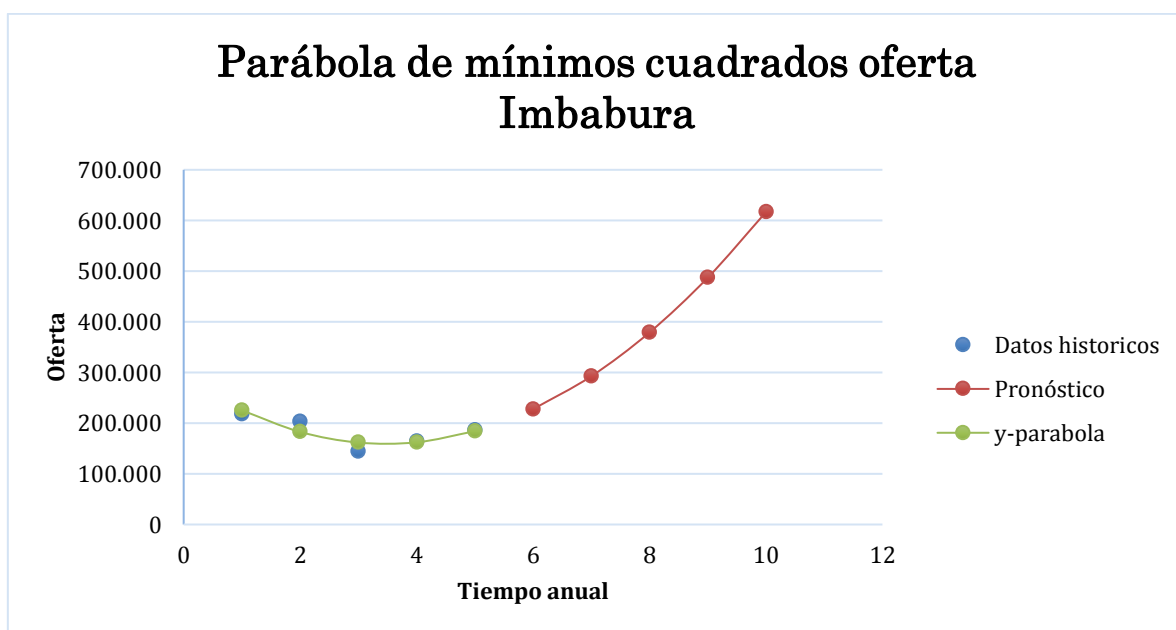
$$c = 107.751,86$$

### Proyección oferta de Imbabura

**Producto:** productos del sector manufacturero textil pertenecientes a la sección VIII y XI

**Tabla 35:** Pronóstico oferta sector textil Imbabura

PRONÓSTICO OFERTA SECTOR TEXTIL IMBABURA			
Años	Tiempo	Oferta	Tasa crecimiento %
2022	12	940.098,64	22,47
2023	13	1.134.101,78	20,64
2024	14	1.349.608,63	19,00
2025	15	1.586.619,20	17,56
2026	16	1.845.133,48	16,29



**Figura 22** Parábola de mínimos cuadrados de la oferta del sector textil Imbabura

**Análisis:** En la presente tabla se presentan datos de la oferta en los próximos cinco periodos que producirán las mipymes del sector manufacturero textil en Imbabura, misma que se usará para satisfacer la demanda del mercado chileno. Los valores tienen un crecimiento gradual, siendo la producción satisfactoria para posicionarse en los mercados internacionales mediante la aplicación de estrategias que hagan de Imbabura una provincia competitiva en la comercialización de productos textiles.

### 3.10.4.1. **Proyecciones de Chile**

#### 3.10.4.1.1. *Importaciones*

#### **Datos históricos para un producto importado por Chile en toneladas**

**Producto:** productos del sector manufacturero textil pertenecientes a la sección VIII y XI

**Tabla 36:** Datos históricos de las importaciones del sector textil Chile

IMPORTACIONES PRODUCTOS TEXTILES CHILE (Toneladas)								
Años	Tiempo (X)	Importaciones (y)	x <sup>2</sup>	x <sup>3</sup>	x <sup>4</sup>	xy	x <sup>2</sup> y	y-parábola
2017	1	762.192	1	1	1	762.192	762.192	737.935,94
2018	2	738.249	4	8	16	1.476.499	2.952.997	842.817,21
2019	3	1.088.292	9	27	81	3.264.876	9.794.628	920.126,68
2020	4	850.212	16	64	256	3.400.848	13.603.390	969.864,33
2021	5	1.023.829	25	125	625	5.119.144	25.595.721	992.030,16
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>4.462.774</b>	<b>55</b>	<b>225</b>	<b>979</b>	<b>14.023.558</b>	<b>52.708.928</b>	<b>4.462.774</b>

**Fuente:** TradeMap, 2022

**Análisis:** Las importaciones históricas de los últimos cinco años de la sección VIII y XI del sistema armonizado de mercancías donde se ubica los productos del sector manufacturero textil. Chile tiene un crecimiento irregular en la adquisición de nuevos productos del sector textil, dado que la producción nacional no logra satisfacer sus necesidades.

Recta parábola de mínimos cuadrados:

$$y = 605.482,85 + 146.239x - 13.785,91x^2$$

Sistema lineal:

$$\Sigma y = an + b\Sigma x + c\Sigma x^2$$

$$4.462.774 = 5a + 15b + 55c$$

$$\Sigma xy = a\Sigma x + b\Sigma x^2 + c\Sigma x^3$$

$$14.023.558 = 15a + 55b + 225c$$

$$\Sigma x^2y = a\Sigma x^2 + b\Sigma x^3 + c\Sigma x^4$$

$$52.708.928 = 55a + 225b + 979c$$

Valores constantes:

$$a = 605.482,85$$

$$b = 146.239$$

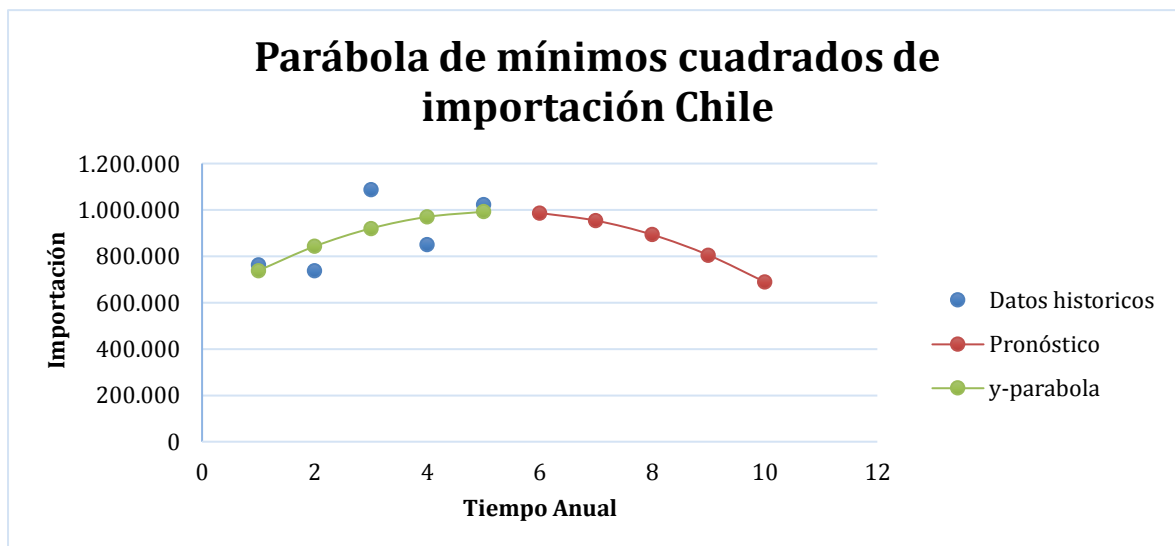
$$c = -13.785,91$$

### Proyección para un producto importado por Chile

**Producto:** productos del sector manufacturero textil pertenecientes a la sección VIII y XI

**Tabla 37:** Pronóstico importaciones del sector textil Chile

PRONÓSTICO IMPORTACIONES SECTOR TEXTIL CHILE (Toneladas)			
Años	Tiempo	Importación	Tasa crecimiento %
2022	6	986.624,18	-3,63
2023	7	953.646,39	-3,34
2024	8	893.096,78	-6,35
2025	9	804.975,36	-9,87
2026	10	689.282,12	-14,37



**Figura 23** Parábola de mínimos cuadrados de las importaciones del sector textil Chile

**Análisis:** Las importaciones en un mediano y largo plazo son satisfactorias para que las mipymes de Imbabura se posicionan en el mercado chileno, siendo necesario ir aumentando la mejora continua en cada uno de los procesos para obtener productos con una alta competitividad e innovación, además que los productos se diferencien de otros países para lograr un posicionamiento en Chile.

### 3.10.4.1.2. Exportaciones

#### Datos históricos para un producto exportado por Chile en toneladas

**Producto:** productos del sector manufacturero textil pertenecientes a la sección VIII y XI

**Tabla 38:** Datos históricos de las exportaciones del sector textil Chile

EXPORTACIONES PRODUCTOS TEXTILES CHILE (Toneladas)								
Años	Tiempo (X)	Exportaciones (y)	x <sup>2</sup>	x <sup>3</sup>	x <sup>4</sup>	xy	x <sup>2</sup> y	y-parábola
2017	1	30.986	1	1	1	30.986	30.986	32.467,06
2018	2	32.527	4	8	16	65.054	130.109	29.720,26
2019	3	29.258	9	27	81	87.775	263.325	28.792,54
2020	4	26.256	16	64	256	105.024	420.096	29.683,91
2021	5	34.031	25	125	625	170.154	850.768	32.394,37

<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>153.058</b>	<b>55</b>	<b>225</b>	<b>979</b>	<b>458.993</b>	<b>1.695.283</b>	<b>153.058</b>
--------------	-----------	----------------	-----------	------------	------------	----------------	------------------	----------------

**Fuente:** TradeMap, 2022

**Análisis:** En los últimos tres años Chile presenta una recuperación en sus exportaciones del sector manufacturero textil, siendo una oportunidad para las mipymes de Imbabura entrar a Chile para satisfacer sus necesidades, además la competencia chilena es baja por lo tanto al existir estrategias de exportación los productos serán adquiridos por la demanda insatisfecha.

Recta parábola de mínimos cuadrados:

$$y = 37.032,94 - 5.475,43x + 909,54x^2$$

Sistema lineal:

$$\Sigma y = an + b\Sigma x + c\Sigma x^2$$

$$153.058 = 5a + 15b + 55c$$

$$\Sigma xy = a\Sigma x + b\Sigma x^2 + c\Sigma x^3$$

$$458.993 = 15a + 55b + 225c$$

$$\Sigma x^2y = a\Sigma x^2 + b\Sigma x^3 + c\Sigma x^4$$

$$1.695.283 = 55a + 225b + 979c$$

Valores constantes:

$$a = 37.032,94$$

$$b = -5.475,43$$

$$c = 909,54$$

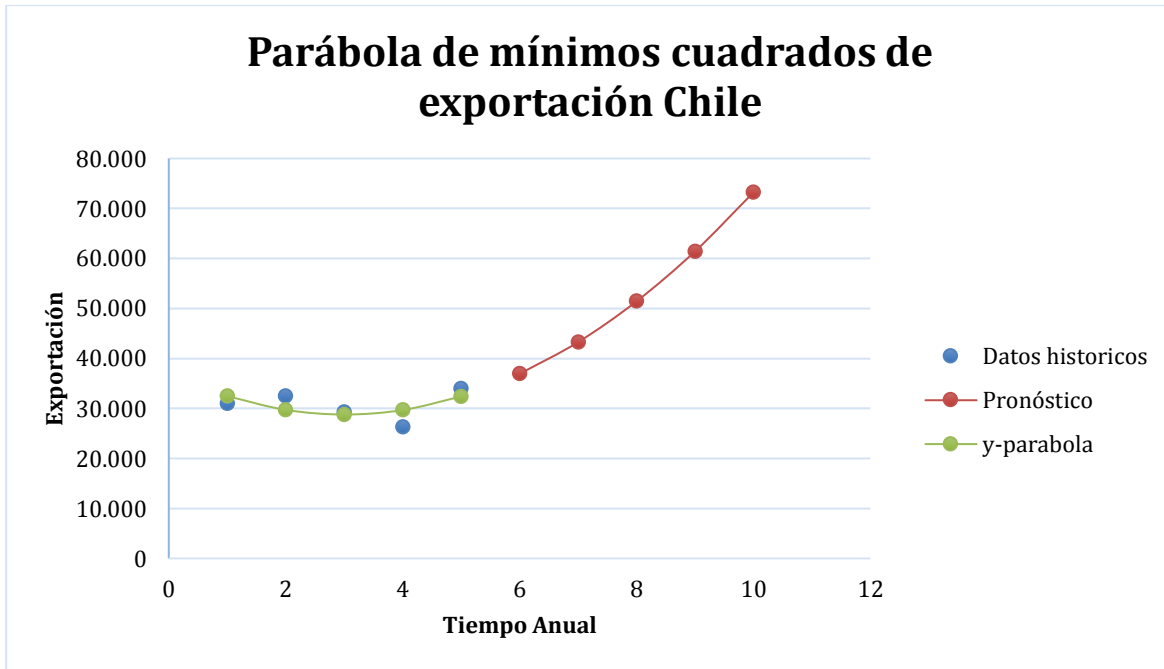
### Proyección para un producto exportado por Chile

**Producto:** productos del sector manufacturero textil pertenecientes a la sección VIII y XI

**Tabla 39:** Pronóstico exportaciones del sector textil Chile

PRONÓSTICO EXPORTACIONES SECTOR TEXTIL CHILE (Toneladas)			
Años	Tiempo	Exportación	Tasa crecimiento %
2022	6	36.923,91	8,50
2023	7	43.272,53	17,19

2024	8	51.440,24	18,88
2025	9	61.427,03	19,41
2026	10	73.232,91	19,22



**Figura 24** Parábola de mínimos cuadrados de la exportación del sector textil Chile

**Análisis:** Las exportaciones de Chile en los productos ubicados en la sección VIII y XI va aumentando gradualmente para aumentar los ingresos del país, pero es un país que se enfoca en la producción y comercialización de los productos del capítulo 41 denominado pieles (excepto la peletería) y cueros. Por otro lado, los productos son realizados para satisfacer la demanda de los países internacionales, mientras que la demanda nacional es cubierta por medio de importaciones.

### 3.10.4.1.3. Producción

#### Datos históricos para un producto producido por Chile en toneladas

**Producto:** productos del sector manufacturero textil pertenecientes a la sección VIII y XI

**Tabla 40:** Datos históricos de la producción del sector textil Chile

PRODUCCIÓN PRODUCTOS TEXTILES CHILE (Toneladas)								
Años	Tiempo (X)	Producción (y)	x <sup>2</sup>	x <sup>3</sup>	x <sup>4</sup>	xy	x <sup>2</sup> y	y-parábola
2017	1	998.400	1	1	1	998.400	998.400	1.006.431,43
2018	2	1.026.800	4	8	16	2.053.600	4.107.200	1.014.214,29
2019	3	1.035.200	9	27	81	3.105.600	9.316.800	1.024.768,57
2020	4	1.011.600	16	64	256	4.046.400	16.185.600	1.038.094,29
2021	5	1.065.700	25	125	625	5.328.500	26.642.500	1.054.191,43
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>5.137.700</b>	<b>55</b>	<b>225</b>	<b>979</b>	<b>15.532.500</b>	<b>57.250.500</b>	<b>5.137.700</b>

**Fuente:** Banco Central Chile, 2022

**Análisis:** En el periodo cuarto la producción del país a presentado una baja, pues su materia prima e insumos las utilizan para la elaboración de otros productos que son apetecidos en mercados internacionales y el país cuenta con los recursos para tener una ventaja competitiva. Al no tener productos apetecidos del sector textil los posibles clientes buscarán sus productos en las distribuidoras que importan sus productos, seleccionando su compra según sus gustos y preferencias.

Recta parábola de mínimos cuadrados:

$$y = a + bx + cx^2$$

$$y = 1.001.420 + 3.625,71x + 1.385,71x^2$$

Sistema lineal:

$$\Sigma y = an + b\Sigma x + c\Sigma x^2$$

$$5.137.700 = 5a + 15b + 55c$$

$$\Sigma xy = a\Sigma x + b\Sigma x^2 + c\Sigma x^3$$

$$15.532.500 = 15a + 55b + 225c$$

$$\Sigma x^2 y = a\Sigma x^2 + b\Sigma x^3 + c\Sigma x^4$$

$$57.250.500 = 55a + 225b + 979c$$

Valores constantes:

$$a = 1.001.420$$

$$b = 3.625,71$$

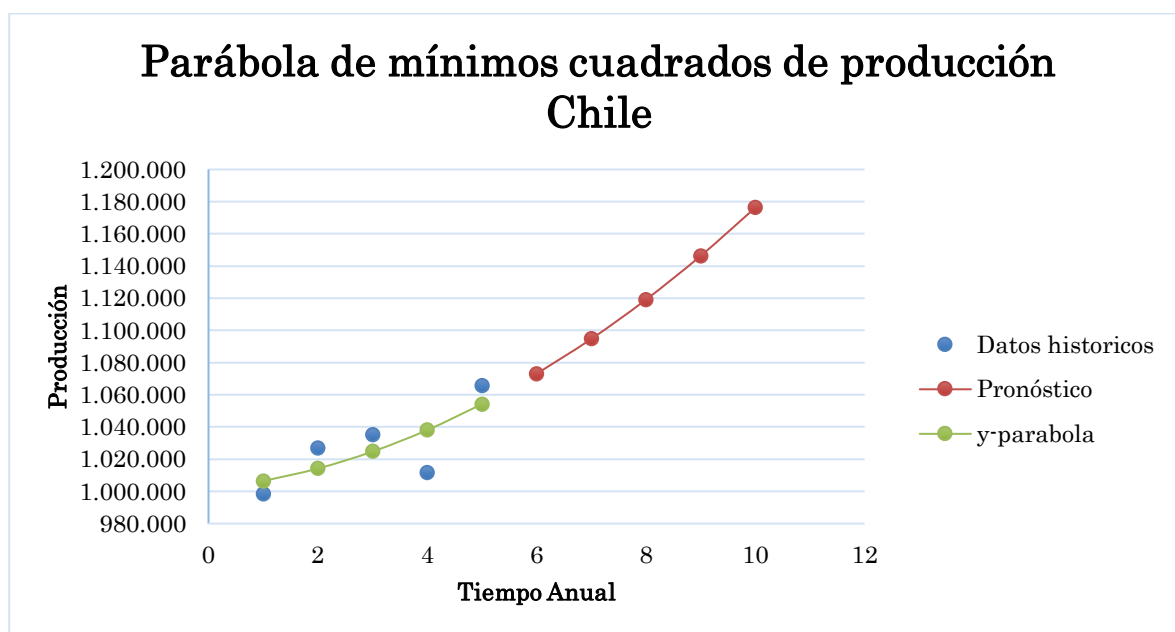
$$c = 1.385,71$$

### Proyección para un producto producido por Chile

**Producto:** productos del sector manufacturero textil pertenecientes a la sección VIII y XI

**Tabla 41:** Pronóstico producción sector textil Chile

PRONÓSTICO PRODUCCIÓN SECTOR TEXTIL CHILE			
Años	Tiempo	Producción	Tasa crecimiento %
2022	6	1.073.060,00	0,69
2023	7	1.094.700,00	2,02
2024	8	1.119.111,43	2,23
2025	9	1.146.294,29	2,43
2026	10	1.176.248,57	2,61



**Figura 25** Parábola de mínimos cuadrados de la producción del sector textil Chile

**Análisis:** El crecimiento constante de la producción del sector textil afectará la entrada de los productos de Imbabura, siendo importante ir mejorando su calidad, precio, oferta y diferenciación, disminuyendo el impacto de la competencia nacional.

#### 3.10.4.1.4. Población económicamente activa

### Datos históricos población económicamente activa de Chile

**Tabla 42:** Datos históricos de la población económicamente activa Chile

PEA CHILE								
Años	Tiempo (X)	PEA (y)	x <sup>2</sup>	x <sup>3</sup>	x <sup>4</sup>	xy	x <sup>2</sup> y	y-parábola
2017	1	8.846.878	1	1	1	8.846.878	8.846.878	8.878.274
2018	2	8.993.608	4	8	16	17.987.216	35.974.432	8.981.267
2019	3	9.090.403	9	27	81	27.271.209	81.813.627	8.939.052
2020	4	8.537.487	16	64	256	34.149.948	136.599.792	8.751.629
2021	5	8.500.843	25	125	625	42.504.215	212.521.075	8.418.997
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>43.969.219</b>	<b>55</b>	<b>225</b>	<b>979</b>	<b>130.759.466</b>	<b>475.755.804</b>	<b>43.969.219</b>

**Fuente:** Banco Mundial, 2022

**Análisis:** Desde el año 2019 la PEA de Chile a presentado un declive esto debido a la emergencia sanitaria del Covid-19, pues al bajar las fuentes de trabajo en el país muchos habitantes no tienen el poder adquisitivo para satisfacer sus necesidades y gustos teniendo que inclinarse por la adquisición de producto sustitutos, por tal razón se considera que al tener una producción alta y exportación a gran escala el precio del producto tiende a bajar siendo accesible entre los habitantes de Chile.

Recta parábola de mínimos cuadrados:

$$y = 8.630.071,60 + 320.806,19x - 72.604,21x^2$$

Sistema lineal:

$$\Sigma y = an + b\Sigma x + c\Sigma x^2$$

$$43.969.219 = 5a + 15b + 55c$$

$$\Sigma xy = a\Sigma x + b\Sigma x^2 + c\Sigma x^3$$

$$130.759.466 = 15a + 55b + 225c$$

$$\Sigma x^2 y = a \Sigma x^2 + b \Sigma x^3 + c \Sigma x^4$$

$$475.755.804 = 55a + 225b + 979c$$

Valores constantes:

$$a = 8.630.071,60$$

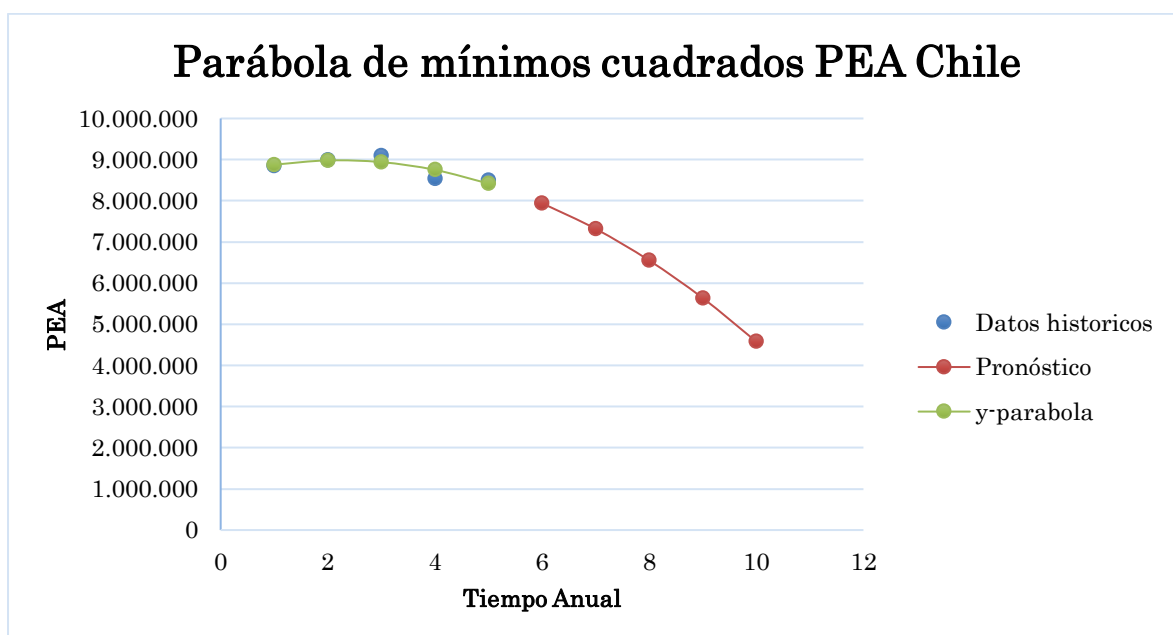
$$b = 320.806,19$$

$$c = -72.604,21$$

### Proyección población económicamente activa de Chile

**Tabla 43:** Pronóstico PEA Chile

PRONOSTICO PEA CHILE			
Años	Tiempo	PEA	Tasa crecimiento %
2022	6	7.941.157	-6,58
2023	7	7.318.108	-7,85
2024	8	6.549.851	-10,50
2025	9	5.636.385	-13,95
2026	10	4.577.712	-18,78



**Figura 26** Parábola de mínimos cuadrados de la PEA del sector textil Chile

**Análisis:** El país al presentar una baja en la PEA es importante que los productos que se pretende exportar tengan un precio accesible para que puedan ser comprados por la población de Chile. A raíz de la emergencia sanitaria del 2019 a nivel mundial, los países se han visto perjudicados teniendo que optar por otras opciones para cubrir sus necesidades. Además, el valor nos indica la cantidad de posibles clientes que posiblemente adquirirían el producto en los diferentes puntos de venta.

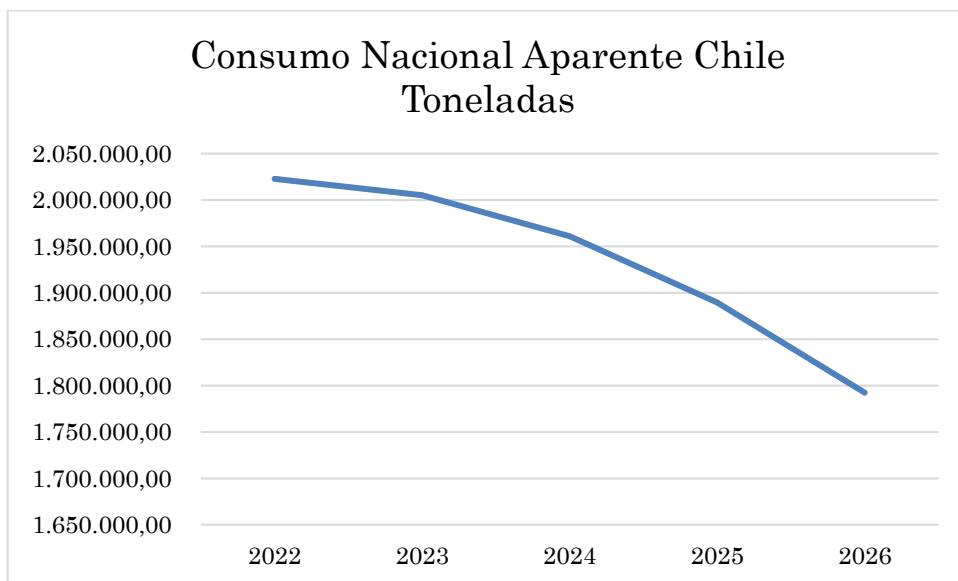
3.10.4.1.5. Consumo Nacional Aparente

**Consumo Nacional Aparente de Chile**

**Producto:** productos del sector manufacturero textil pertenecientes a la sección VIII y XI

**Tabla 44:** Consumo Nacional Aparente productos textiles Chile

<b>CONSUMO NACIONAL APARENTE PRODUCTOS TEXTILES CHILE</b>					
<b>Años</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Producción</b>	<b>Importación</b>	<b>Exportación</b>	<b>C.N.A. Toneladas</b>
2022	6	1.073.060,00	986.624	36.924	2.022.760,27
2023	7	1.094.700,00	953.646	43.273	2.005.073,86
2024	8	1.119.111,43	893.097	51.440	1.960.767,97
2025	9	1.146.294,29	804.975	61.427	1.889.842,61
2026	10	1.176.248,57	689.282	73.233	1.792.297,78



**Figura 27** Consumo Nacional Aparente sector textil Chile

**Análisis:** El cálculo del consumo nacional aparente del sector manufacturero textil en Chile se ha calculado mediante la fórmula de CAN aplicado en los valores obtenidos de Trade Mapy Banco Central de Chile, tomando en cuenta los datos históricos y resultados de las proyecciones por medio del método de pronóstico de mínimos cuadrados con ajuste parabólico. Identificando el potencial de consumo nacional de Chile sobre los productos ubicados en la sección VIII y XI del sistema armonizado. Al tener valores positivos el potencial de compra de los productos de Imbabura no tendrá un declive a mediano o largo plazo por la falta de compradores.

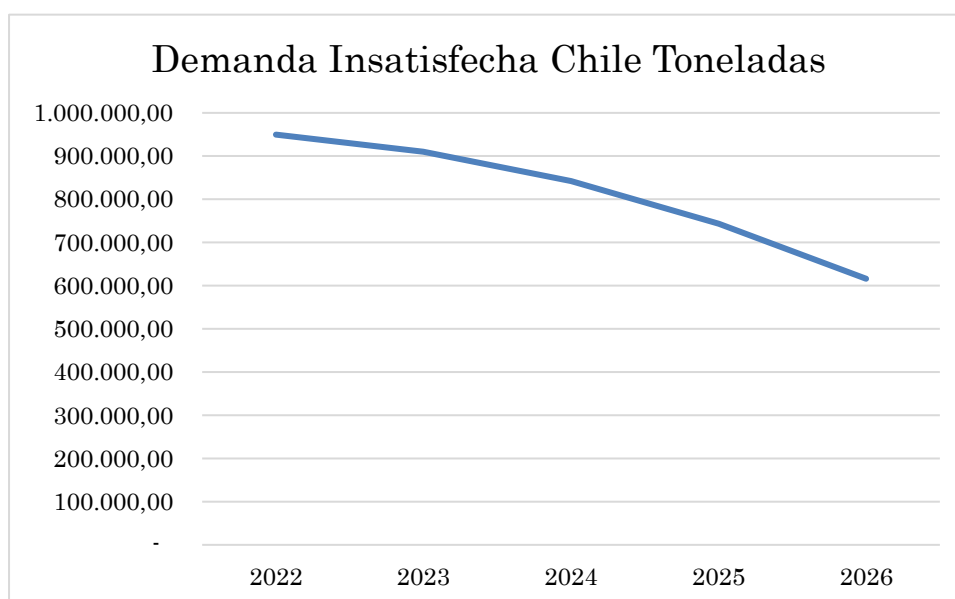
### 3.10.4.1.6. Demanda Insatisfecha

#### **Demanda Insatisfecha de Chile**

**Producto:** productos del sector manufacturero textil pertenecientes a la sección VIII y XI

**Tabla 45:** Demanda Insatisfecha sector textil Chile

<b>DEMANDA INSATISFECHA CHILE PRODUCTOS TEXTILES</b>				
<b>Años</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Importaciones</b>	<b>Exportaciones</b>	<b>D.I. Toneladas</b>
2022	6	986.624,18	36.923,91	949.700,27
2023	7	953.646,39	43.272,53	910.373,86
2024	8	893.096,78	51.440,24	841.656,54
2025	9	804.975,36	61.427,03	743.548,32
2026	10	689.282,12	73.232,91	616.049,21



**Figura 28** Demanda insatisfecha del sector textil de Chile

**Análisis:** La demanda insatisfecha de Chile se estableció mediante la aplicación de la diferencia entre las importaciones y exportaciones, permitiendo conocer la cantidad de producto que Imbabura debe de producir para cubrir el mayor porcentaje de la demanda insatisfecha. Se establece que el consumo del sector manufacturero textil tiene un potencial crecimiento, las importaciones son mayores que las exportaciones.

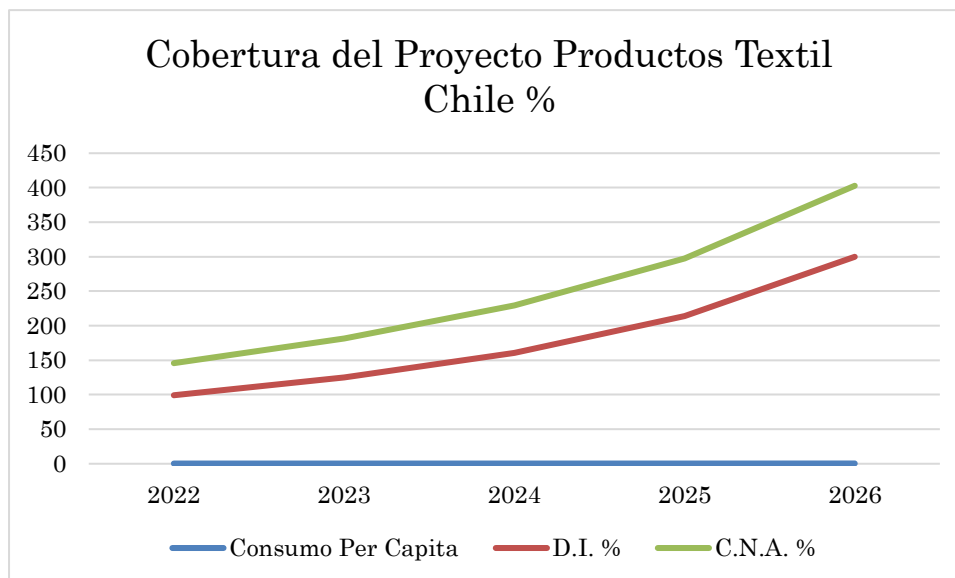
#### 3.10.4.1.7. Planificación de Cobertura del Proyecto

##### **Cobertura del proyecto de la provincia de Imbabura en Chile**

**Producto:** productos del sector manufacturero textil pertenecientes a la sección VIII y XI

**Tabla 46:** Cobertura del proyecto sector textil Chile

<b>COBERTURA DEL PROYECTO PRODUCTOS TEXTILES CHILE (Toneladas)</b>							
<b>Años</b>	<b>Oferta Imbabura</b>	<b>PEA</b>	<b>Consumo Per Cápita</b>	<b>D.I.</b>	<b>C.N.A.</b>	<b>D.I. %</b>	<b>C.N.A. %</b>
<b>2022</b>	940.099	7.941.157	0,3	949.700	2.022.760	98,99	46,48
<b>2023</b>	1.134.102	7.318.108	0,3	910.374	2.005.074	124,58	56,56
<b>2024</b>	1.349.609	6.549.851	0,3	841.657	1.960.768	160,35	68,83
<b>2025</b>	1.586.619	5.636.385	0,3	743.548	1.889.843	213,38	83,96
<b>2026</b>	1.845.133	4.577.712	0,4	616.049	1.792.298	299,51	102,95



**Figura 29** Cobertura del proyecto sector textil Chile

**Análisis:** Por medio la aplicación de las proyecciones se obtuvo resultado del consumo per cápita, demanda insatisfecha y consumo nacional aparente, cuyos resultados se utilizaron para conocer la cobertura total que se presenta en la presente investigación sobre los productos del sector manufacturero textil producido en Imbabura para ser exportador a Chile. La cobertura del proyecto irá aumentando puesto que la producción del sector aumentará constantemente, siendo importante ampliar la oferta de los productos para aumentar las ventas en el país, se debe de agregar que la provincia es una zona de alta producción del sector textil caracterizándose por su calidad y diseños muy apetecidos por los extranjeros.

### 3.10.4.2. Proyecciones de la subpartida 6202.93.00.00 entre Ecuador y Chile

#### 3.10.4.2.1. Importaciones partida subpartida 6202.93.00.00

**Datos históricos de la subpartida 6202.93.00.00 importada por Chile desde el Ecuador (unidades)**

**Tabla 47:** Datos históricos de las importaciones de la subpartida 6202.93.00.00 por Chile desde el Ecuador

IMPORTACIONES 6202.93.00.00. (unidades)								
Años	Tiempo (X)	Importaciones (y)	x2	x3	x4	xy	x2y	y-parábola
2018	1	149	1	1	1	149	149	-1.675,49
2019	2	6.309	4	8	16	12.618	25.236	5.091,34

2020	3	7.305	9 27 81	21.915	65.745	21.904,89
2021	4	67.014	16 64 256	268.056	1.072.224	48.765,14
2022	5	78.981	25 125 625	394.905	1.974.525	85.672,11
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>159.758</b>	<b>55 225 979</b>	<b>697.643</b>	<b>3.137.879</b>	<b>159.758</b>

**Fuente:** DataSur, 2022

**Análisis:** Las importaciones históricas de las subpartidas seleccionadas que se acogen al acuerdo y registran una alta participación en el mercado chileno, tienen un crecimiento gradual dado que la producción nacional no logra satisfacer sus necesidades.

Recta parábola de mínimos cuadrados:

$$y = 1.604,40 - 8.303,24x + 5.023,36x^2$$

Sistema lineal:

$$\Sigma y = an + b\Sigma x + c\Sigma x^2$$

$$159.758 = 5a + 15b + 55c$$

$$\Sigma xy = a\Sigma x + b\Sigma x^2 + c\Sigma x^3$$

$$697.643 = 15a + 55b + 225c$$

$$\Sigma x^2 y = a\Sigma x^2 + b\Sigma x^3 + c\Sigma x^4$$

$$3.137.879 = 55a + 225b + 979c$$

Valores constantes:

$$a = 1.604,40$$

$$b = -8.303,24$$

$$c = 5.023,36$$

### **Proyección para la subpartida 6202.93.00.00 importada por Chile desde el Ecuador**

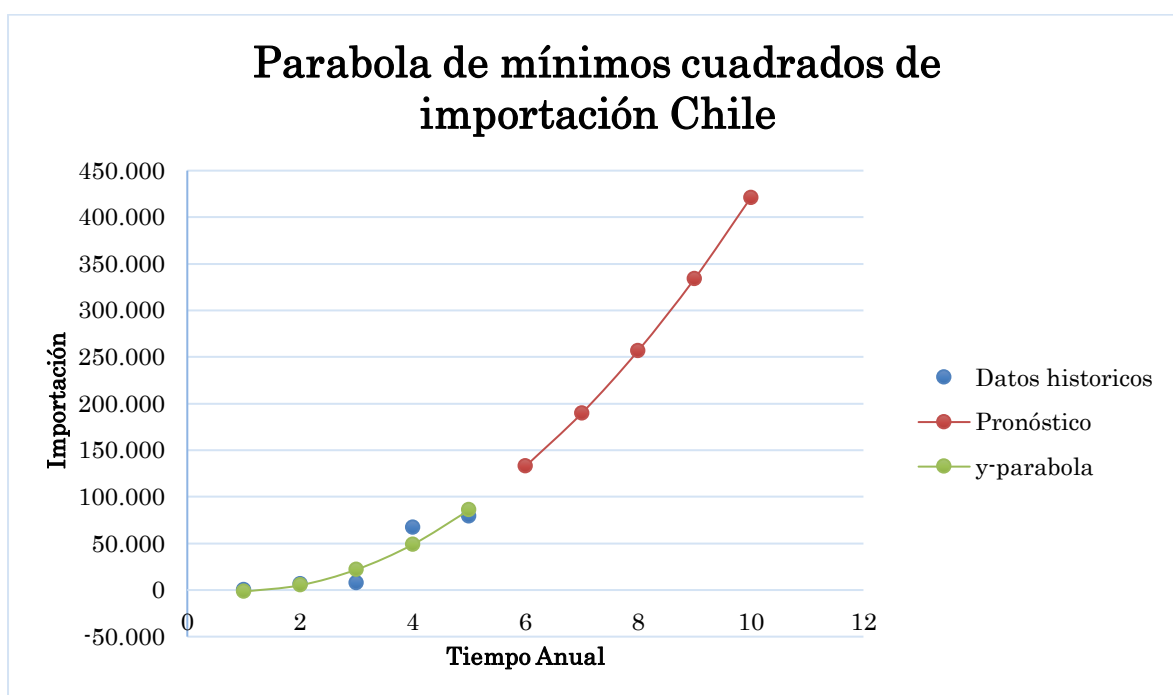
**(unidades)**

**Producto:** productos del sector manufacturero textil pertenecientes a la subpartida 6202.93.00.00

**Tabla 48:** Pronóstico importaciones de la subpartida 6202.93.00.00 del sector textil Chile y Ecuador

**PRONÓSTICO IMPORTACIONES CHILE DE LA SUBPARTIDA 6202.93.00.00 SECTOR  
TEXTIL IMBABURA (unidades)**

Años	Tiempo	Importación	Tasa crecimiento %
2023	6	132.625,80	67,92
2024	7	189.626,20	42,98
2025	8	256.673,31	35,36
2026	9	333.767,14	30,04
2027	10	420.907,69	26,11



**Figura 30** Parábola de mínimos cuadrados de las importaciones de la subpartida 6202.93.00.00 entre Chile y Ecuador

**Análisis:** Las importaciones en un mediano y largo plazo son satisfactorias para que las mipymes de Imbabura se posicionan en el mercado chileno, siendo necesario ir aumentando la mejora continua en cada uno de los procesos para obtener productos con una alta competitividad e innovación, además que el producto seleccionado ya cuenta con un posicionamiento en el mercado chileno facilitando la internacionalización de nuevas mipymes.

### 3.10.4.2.2. Exportaciones subpartida 6202.93.00.00

#### Datos históricos de la subpartida 6202.93.00.00 exportada por Chile hacia el Ecuador (unidades)

**Tabla 49:** Datos históricos de las exportaciones de la subpartida 6202.93.00.00 por Chile desde el Ecuador

EXPORTACIONES 6202.93.00.00 (unidades)								
Años	Tiempo (X)	Exportaciones (y)	x2	x3	x4	xy	x2y	y-parábola
2018	1	0	1	1	1	-	-	-
2019	2	0	4	8	16	-	-	-
2020	3	0	9	27	81	-	-	-
2021	4	0	16	64	256	-	-	-
2022	5	0	25	125	625	-	-	-
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>55</b>	<b>225</b>	<b>979</b>	-	-	-

**Fuente:** DataSur, 2022

**Análisis:** Chile no registra exportaciones de las subpartidas 6202.93.00.00, ocasionando una baja competencia para las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura. Por tal razón la población chilena busca satisfacer sus necesidades de estos tipos de productos con empresas internacionales que se acoplen a sus preferencias.

### 3.10.4.2.3. Demanda Insatisfecha subpartida 6202.93.00.00

#### **Demanda Insatisfecha**

**Producto:** subpartida 6202.93.00.00 (Demás abrigos, chaquetones y capas; de fibras sintéticas o artificiales, para mujer o niña)

**Tabla 50:** Demanda Insatisfecha de los productos de la subpartida 6202.93.00.00

DEMANDA INSATISFECHA 6202.93.00.00 (unidades)				
Años	Tiempo	Importaciones	Exportaciones	D.I. Unidades
2023	6	132.626	0	132.625,80
2024	7	189.626	0	189.626,20
2025	8	256.673	0	256.673,31
2026	9	333.767	0	333.767,14

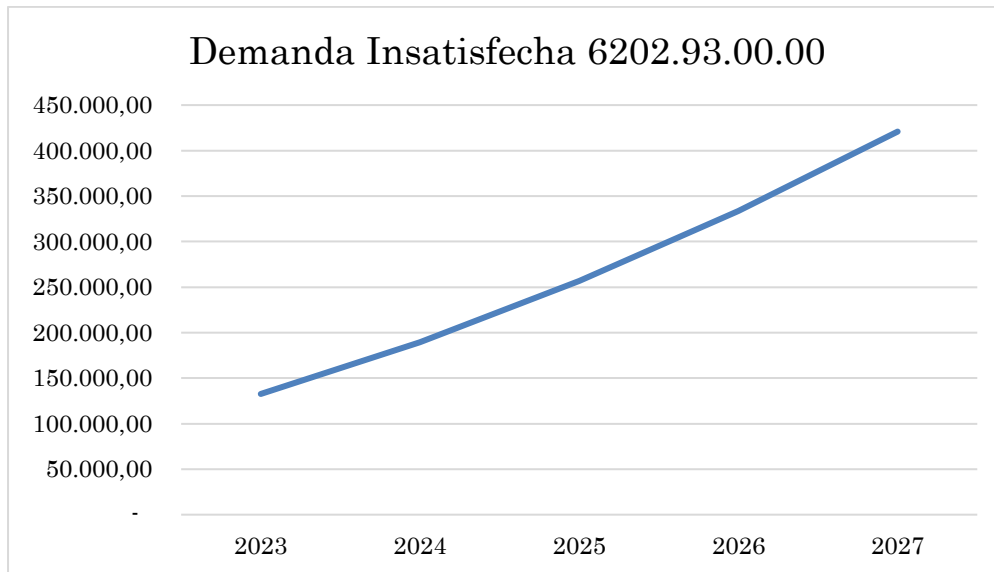
2027

10

420.908

0

420.907,69



**Figura 31** Demanda Insatisfecha de la subpartida 6202.93.00.00

**Análisis:** La demanda insatisfecha de la subpartida 6202.93.00.00 de Chile y Ecuador se estableció mediante la aplicación de la diferencia entre las importaciones y exportaciones, permitiendo conocer la cantidad de producto que Imbabura debe de producir para cubrir el mayor porcentaje de la demanda insatisfecha. Se establece que el consumo del sector manufacturero textil tiene un potencial crecimiento, las importaciones son mayores que las exportaciones.

### 3.10.4.3. **Proyecciones de la subpartida 6203.31.00.00 entre Ecuador y Chile**

#### 3.10.4.3.1. *Importaciones partida subpartida 6203.31.00.00*

#### **Datos históricos de la subpartida 6203.31.00.00 importada por Chile desde el Ecuador (unidades)**

**Tabla 51:** Datos históricos de las importaciones de la subpartida 6203.31.00.00 por Chile desde el Ecuador

IMPORTACIONES 6203.31.00.00 (unidades)								
AñosTiempo (X)	Importaciones (y)	x2	x3	x4	xy	x2y	y-parábola	
2018	1	30.157	1	1	1	30.157	30.157	29.727,89

2019	2	19.970	4	8	16	39.940	79.880	18.112,06
2020	3	6.925	9	27	81	20.775	62.325	15.073,51
2021	4	29.619	16	64	256	118.476	473.904	20.612,26
2022	5	31.583	25	125	625	157.915	789.575	34.728,29
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>118.254</b>	<b>55</b>	<b>225</b>	<b>979</b>	<b>367.263</b>	<b>1.435.841</b>	<b>118.254</b>

**Fuente:** DataSur, 2022

**Análisis:** En la presente tabla se presenta los valores de las importaciones históricas de la subpartida seleccionada por ser uno de los productos con una alta participación en el mercado chileno, presentando un crecimiento gradual. Por lo cual se establece que el producto tendrá una aceptación positiva en el mercado chileno al fortalecer su índice de comercialización y marketing.

Recta parábola de mínimos cuadrados:

$$y = 49.921 - 24.481,76x + 4.288,64x^2$$

Sistema lineal:

$$\Sigma y = an + b\Sigma x + c\Sigma x^2$$

$$118.254 = 5a + 15b + 55c$$

$$\Sigma xy = a\Sigma x + b\Sigma x^2 + c\Sigma x^3$$

$$367.263 = 15a + 55b + 225c$$

$$\Sigma x^2 y = a\Sigma x^2 + b\Sigma x^3 + c\Sigma x^4$$

$$1.435.841 = 55a + 225b + 979c$$

Valores constantes:

$$a = 49.921$$

$$b = -24.481,76$$

$$c = 4.288,64$$

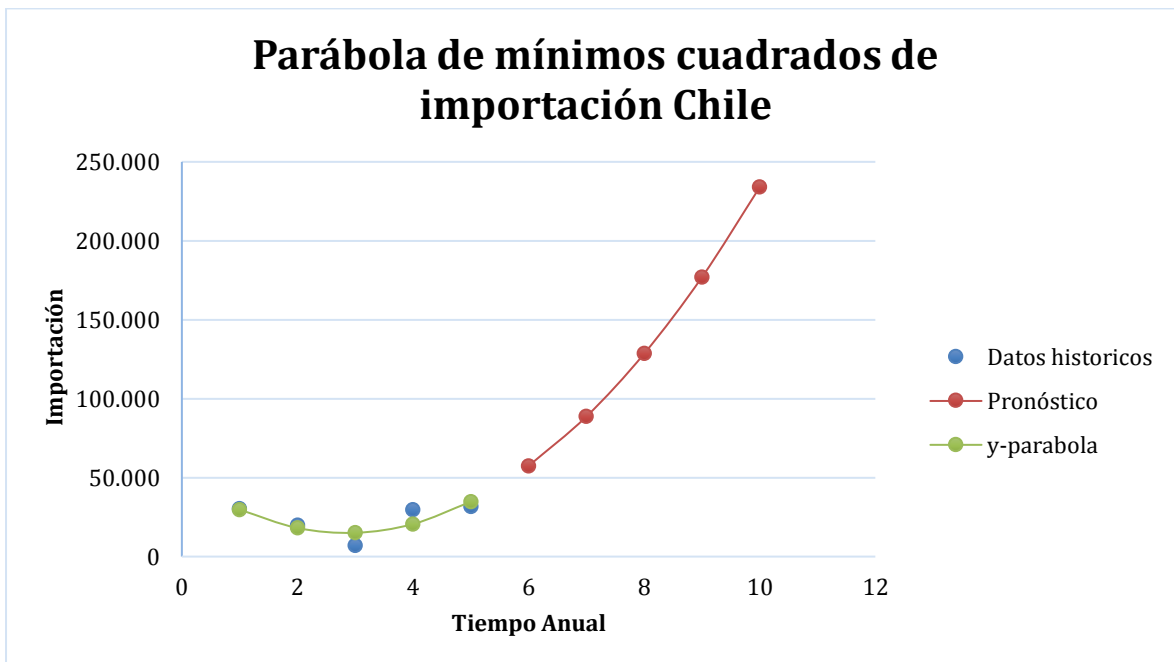
**Proyección para la subpartida 6203.31.00.00 importada por Chile desde el Ecuador**

**(unidades)**

**Producto:** productos del sector manufacturero textil pertenecientes a la subpartida 6203.31.00.00

**Tabla 52:** Pronóstico importaciones de la subpartida 6203.31.00.00 del sector textil Chile y Ecuador

PRONÓSTICO IMPORTACIONES DE LA SUBPARTIDA 6203.31.00.00 SECTOR TEXTIL CHILE (unidades)			
Años	Tiempo	Importación	Tasa crecimiento %
2023	6	57.421,60	81,81
2024	7	88.692,20	54,46
2025	8	128.540,09	44,93
2026	9	176.965,26	37,67
2027	10	233.967,71	32,21



**Figura 32** Parábola de mínimos cuadrados de las importaciones de la subpartida 6203.31.00.00 entre Chile y Ecuador

**Análisis:** Las importaciones van creciendo gradualmente a mediano y largo plazo, lo que demuestra que las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura pueden ingresar al mercado chileno, facilitando el ingreso a dicho país mediante la aplicación del acuerdo de integración comercio entre Chile y Ecuador.

### 3.10.4.3.2. Exportaciones subpartida 6203.31.00.00

#### **Datos históricos de la subpartida 6203.31.00.00 exportada por Chile hacia el Ecuador (unidades)**

**Tabla 53:** Datos históricos de las exportaciones de la subpartida 6203.31.00.00 por Chile hacia el Ecuador

EXPORTACIONES 6203.31.00.00 (unidades)									
Años	Tiempo (X)	Exportaciones (y)	x2	x3	x4	xy	x2y	y-parábola	
2018	1	0	1	1	1	-	-	-	
2019	2	0	4	8	16	-	-	-	
2020	3	0	9	27	81	-	-	-	
2021	4	0	16	64	256	-	-	-	
2022	5	0	25	125	625	-	-	-	
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>55</b>	<b>225</b>	<b>979</b>	-	-	-	

**Fuente:** DataSur, 2022

**Análisis:** Chile no registra exportaciones de las subpartidas 6203.31.00.00, ocasionando una baja competencia para las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura. Por tal razón la población chilena busca satisfacer sus necesidades de estos tipos de productos con empresas internacionales que se acoplen a sus preferencias.

### 3.10.3.4.3. Demanda Insatisfecha subpartida 6203.31.00.00

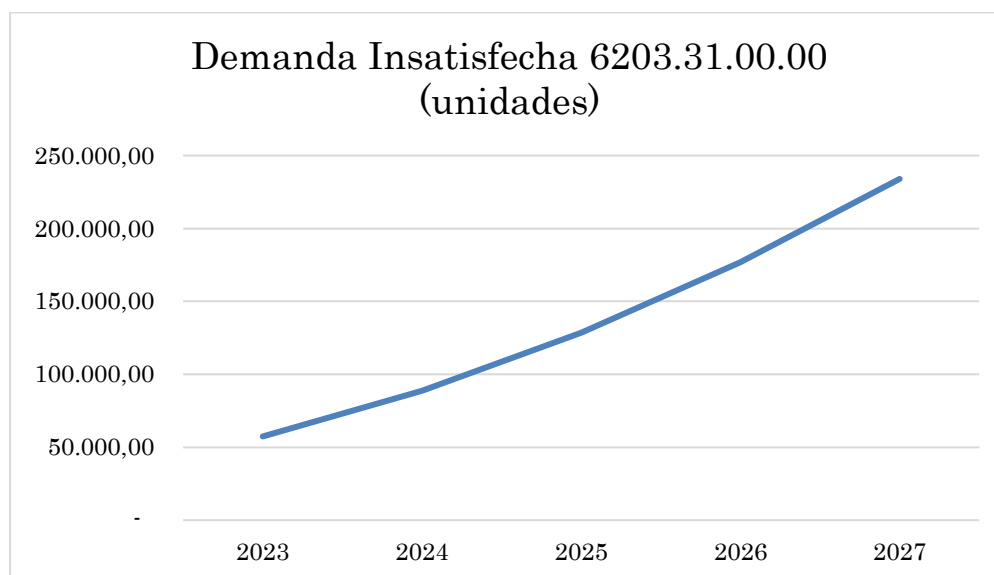
#### **Demanda Insatisfecha**

**Producto:** subpartida 6203.31.00.00 (Chaquetas (sacos) de lana o pelo fino, para hombres o niños)

**Tabla 54:** Demanda Insatisfecha de los productos de la subpartida 6203.31.00.00

#### DEMANDA INSATISFECHA 6203.31.00.00 (unidades)

Años	Tiempo	Importaciones	Exportaciones	D.I. Unidades
2023	6	57.422	0	57.421,60
2024	7	88.692	0	88.692,20
2025	8	128.540	0	128.540,09
2026	9	176.965	0	176.965,26
2027	10	233.968	0	233.967,71



**Figura 33** Demanda Insatisfecha de la subpartida 6203.31.00.00

**Análisis:** La demanda insatisfecha de la subpartida 62.03.31.00.00 entre Chile y Ecuador, se identifica un alto consumo del producto selecciona al ser un producto que cuenta con la innovación, calidad y precio accesible. Es por ellos, la necesidad de impulsar las exportaciones de las empresas de Imbabura vinculándose a las especificaciones del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador.

#### **3.10.4.4. Proyecciones de la subpartida 6203.33.00.00 entre Ecuador y Chile**

##### **3.10.4.4.1. Importaciones partida subpartida 6203.33.00.00**

#### **Datos históricos de la subpartida 6203.33.00.00 importada por Chile hacia el Ecuador**

**(unidades)**

**Tabla 55:** Datos históricos de las importaciones de la subpartida 6203.33.00.00 por Chile hacia el Ecuador

IMPORTACIONES 6203.33.00.00 (unidades)								
Años	Tiempo (X)	Importaciones (y)	x2	x3	x4	xy	x2y	y-parábola
2018	1	2.624	1	1	1	2.624	2.624	2.139,17
2019	2	6.699	4	8	16	13.398	26.796	4.981,31
2020	3	902	9	27	81	2.706	8.118	8.964,03
2021	4	23.119	16	64	256	92.476	369.904	14.087,31
2022	5	17.179	25	125	625	85.895	429.475	20.351,17
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>50.523</b>	<b>55</b>	<b>225</b>	<b>979</b>	<b>197.099</b>	<b>836.917</b>	<b>50.523</b>

**Fuente:** DataSur, 2022

**Análisis:** Los valores de las importaciones registradas en DataSur presenta una participación alta en el mercado chileno, pero no cuenta con un crecimiento gradual pues existen altas y bajas en los valores en los últimos cinco periodos.

Recta parábola de mínimos cuadrados:

$$y = 437,60 + 1.131,29x + 570,29x^2$$

Sistema lineal:

$$\Sigma y = an + b\Sigma x + c\Sigma x^2$$

$$50.523 = 5a + 15b + 55c$$

$$\Sigma xy = a\Sigma x + b\Sigma x^2 + c\Sigma x^3$$

$$197.099 = 15a + 55b + 225c$$

$$\Sigma x^2y = a\Sigma x^2 + b\Sigma x^3 + c\Sigma x^4$$

$$836.917 = 55a + 225b + 979c$$

Valores constantes:

$$a = 437,60$$

$$b = 1.131,29$$

$$c = 570,29$$

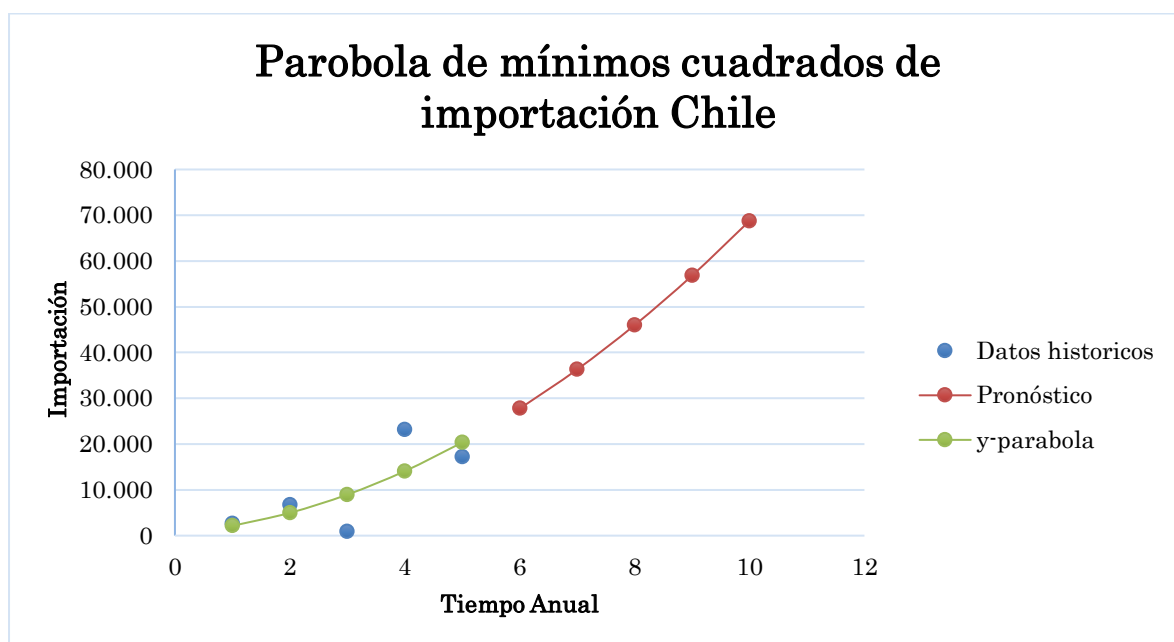
**Proyección para la subpartida 6203.33.00.00 importada por Chile desde el Ecuador**

(unidades)

**Producto:** productos del sector manufacturero textil pertenecientes a la subpartida 6203.33.00.00

**Tabla 56:** Pronóstico importaciones de la subpartida 6203.33.00.00 del sector textil Chile y Ecuador

PRONÓSTICO IMPORTACIONES DE LA SUBPARTIDA 6203.33.00.00 SECTOR TEXTIL CHILE (unidades)			
Años	Tiempo	Importación	Tasa crecimiento %
2023	6	27.755,60	61,57
2024	7	36.300,60	30,79
2025	8	45.986,17	26,68
2026	9	56.812,31	23,54
2027	10	68.779,03	21,06



**Figura 34** Parábola de mínimos cuadrados de las importaciones de la subpartida 6203.33.00.00 entre Chile y Ecuador

**Análisis:** Las importaciones van creciendo gradualmente a mediano y largo plazo, por lo cual es esencial que las mipymes del sector manufacturero textil apliquen un mejoramiento continuo en sus procesos de marketing y comercialización.

#### 3.10.4.4.2. Exportaciones subpartida 6203.33.00.00

**Datos históricos de la subpartida 6203.33.00.00 exportada por Chile hacia el Ecuador**

(unidades)

**Tabla 57:** Datos históricos de las exportaciones de la subpartida 6203.33.00.00 por Chile hacia el Ecuador

EXPORTACIONES 6203.33.00.00 (unidades)								
Años	Tiempo (X)	Exportaciones (y)	x2	x3	x4	xy	x2y	y-parábola
2018	1	0	1	1	1	-	-	-
2019	2	0	4	8	16	-	-	-
2020	3	0	9	27	81	-	-	-
2021	4	0	16	64	256	-	-	-
2022	5	0	25	125	625	-	-	-
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>55</b>	<b>225</b>	<b>979</b>	-	-	-

**Fuente:** DataSur, 2022

**Análisis:** Chile no registra exportaciones de las subpartidas 6203.33.00.00, ocasionando una baja competencia para las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura. Por tal razón la población chilena busca satisfacer sus necesidades de estos tipos de productos con empresas internacionales que se acoplen a sus preferencias.

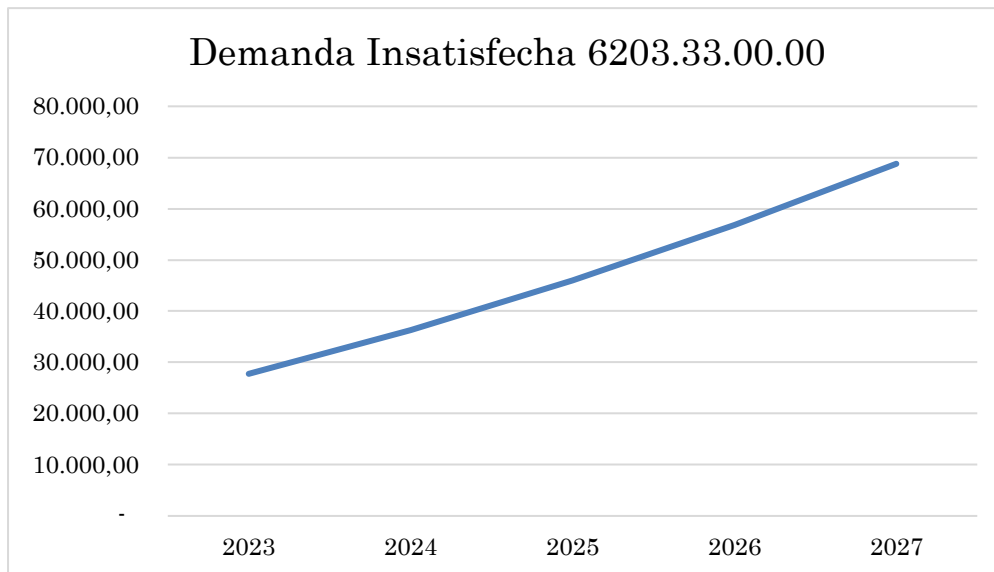
#### 3.10.3.5.3. Demanda Insatisfecha subpartida 6203.33.00.00

#### **Demanda Insatisfecha**

**Producto:** subpartida 6203.33.00.00 (Chaquetas de fibras sintéticas, para hombres o niños)

**Tabla 58:** Demanda Insatisfecha de los productos de la subpartida 6203.33.00.00

DEMANDA INSATISFECHA 6203.33.00.00 (unidades)				
Años	Tiempo	Importaciones	Exportaciones	D.I. Unidades
2023	6	27.756	0	27.755,60
2024	7	36.301	0	36.300,60
2025	8	45.986	0	45.986,17
2026	9	56.812	0	56.812,31
2027	10	68.779	0	68.779,03



**Figura 35** Demanda Insatisfecha de la subpartida 6203.33.00.00

**Análisis:** La demanda insatisfecha de la subpartida 6203.33.00.00 tiene un posicionamiento creciente en el mercado chileno, evidenciando una demanda insatisfecha que no ha podido ser cubierta por los proveedores nacionales e internacionales. Siendo uno de los productos muy cotizados por su innovación y diferenciación, las mipymes del sector manufacturero textil deben de impulsar la producción y comercialización de productos que tienen reconocimiento en el mercado para facilitar y aumentar sus ventas.

#### **3.1.4. Proceso de exportación en relación con el Acuerdo Comercial entre Ecuador-Chile.**

La exportación definitiva es la acción de sacar la mercancía fuera del país por medio de una venta se realiza para que permanecer en el mercado extranjero de manera definitiva ya sea por su comercialización o por su uso. El (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2010) en la legislación vigente menciona que:

La Exportación definitiva perteneciente al (Régimen 40) Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legislación vigente.

La exportación definitiva que se representa por el régimen 40 en el Código Orgánico de Producción Comercio e Inversión es una herramienta que facilita el comercio permitiendo que las mercancías nacionales salgan del territorio ecuatoriano para posteriormente ingresar en un territorio internacional y que esta cumpla con su función en el exterior. La exportación definitiva sin duda trae muchos beneficios al país ya que representa un ingreso financiero en la balanza comercial mejorando la economía e incrementando empleos, de la misma manera el sector manufacturero textil de Imbabura se ve impulsado favorablemente al utilizar la exportación definitiva con el mercado Chileno ya que permite la dinamización comercial entre los dos países y el intercambio cultural que representa por medio de los múltiples beneficios que aporta el acuerdo de integración comercial.

#### **3.1.4.3. Registró como OCE'S**

Los operadores de comercio exterior pueden ser cualquier persona ya sea natural o jurídica que tengan la nacionalidad extranjera o no, siempre y cuando tengan su residencia en el Ecuador. Así es importante mencionar que los OCE'S antes de realizar cualquier tipo de comercialización deben registrarse en el sistema informático de la aduana ECUAPASS para ser considerados como importadores o exportadores el cual es aprobado por la SENA E (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2022).

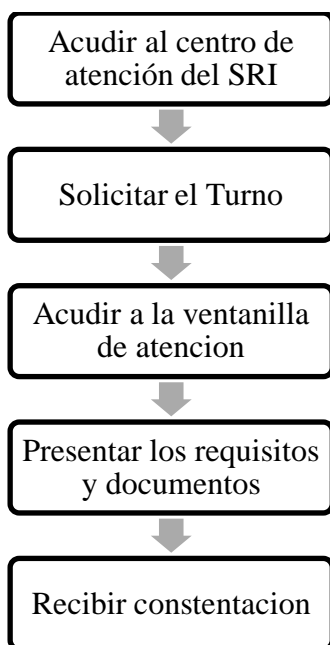
Ciertas empresas del sector manufacturero textil de Imbabura son entidades jurídicas, para ser exportadores deberá cumplir con los siguientes requisitos o formalidades aduaneras:

1. **Ruc:** el registro único de contribuyente es individual para la persona que lo solicita, está compuesto por trece dígitos. (Páez, 2022) menciona que "Para las personas naturales, el número de RUC es igual a su número de cédula, seguido de la secuencia 001. Para las personas jurídicas, es un número aleatorio dependiendo de la provincia en la cual se encuentren constituidas". El Ruc es un instrumento tributario y es obligatorio para las personas que realizan actividades económicas en el país.

Proceso de Obtención a través del canal presencial

(Servicio Nacional de Rentas Internas, 2022) menciona que para obtener el Ruc a través del canal virtual es necesario tener la siguiente información:

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente



**Figura 36** Proceso presencial para la obtención del RUC

**Fuente:** Servicio Nacional de Rentas Internas, 2022

Proceso de Obtención a través del canal virtual

Servicio Nacional de Rentas Internas (2022) menciona que para obtener el Ruc a través del canal virtual es necesario tener la siguiente información:

- Número de identificación del contribuyente
- Clave de acceso a servicios en línea (una vez ya inscrito)
- Solicitud de inscripción de RUC naturales
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente

Proceso virtual para la obtención de RUC

- Ingresar a la página web: [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)
- Seleccionar "Iniciar sesión"
- Ingresar número de identificación
- Aceptar términos y condiciones
- Seleccionar en el menú "Trámites y notificaciones"

- Escoger y cargar los requisitos y anexos solicitados
- Ingresar los datos para la notificación
- Seleccionar la opción finalizar y aceptar

**Fuente:** Servicio Nacional de Rentas Internas, 2022

El Registro Único de Contribuyente se puede obtener por el Servicio Nacional de Rentas Internas y el costo es gratuito una vez entregado los requisitos se obtiene el RUC en los 5 minutos posteriores.

2. **Obtención de Token:** es la forma electrónica en un dispositivo físico como USB, sirve para cuando se desee firmar un documento de manera electrónica, el token es solicitado para trámites aduaneros. Las entidades autorizadas para la emisión del certificado de firma digital o token según El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (2022) son:

- Banco Central del Ecuador a través del registro civil
- Security Data

Los requisitos para solicitar el certificado electrónico o token según Banco Central del Ecuador (2020) son:

- Número de RUC de la empresa.
- Cédula o pasaporte.
- Papeleta de votación.
- Solicitud de Emisión o Renovación de Certificado de Firma Electrónica aprobada.
- Comprobante de pago.

A continuación, se presenta el proceso y costos para la obtención del token con tiempo de ejecución del trámite 3 días laborables en el Banco Central del Ecuador:

- Ingresar en el link <https://www.eci.bce.ec>
- Escoger en el menú de firma electrónica la opción "Solicitud de certificado" o "renovar Certificado"
- Llenar el formulario en línea correspondiente adjuntando los requisitos digitalizados en formato PDF
- Registró de solicitud y de aprobación de la solicitud.
- Realizar el pago respectivo en efectivo en las ventanillas de la Dirección General de Registró Civil, Identificación y Cedulación.

- Acudir a la oficina de la Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación, que registró en su solicitud para retirar el certificado de firma electrónica.

**Fuente:** Banco Central del Ecuador (2020)

**Tabla 59:** Precios Token en BCE

Producto	Vida Útil	Precio sin IVA
Emisión de Certificado Digital (Token, Archivo, Roaming HSM)	2 años	\$ 27,00
Renovación Certificado Digital (Token, Archivo, Roaming HSM)	2 años	\$ 18,00
Dispositivo TOKEN	10 años	\$ 22,00

**Fuente:** Banco Central del Ecuador, 2020

La obtención de la firma electrónica o Token se lo puede obtener mediante el Portal web de la Entidad de Certificación de Información y Servicios Relacionados del Banco Central del Ecuador (ECIBCE), el pago y retiro de dicho certificado es en la Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación.

Otro de los métodos muy eficaces para la obtención de la firma digital token es a través de la empresa Security Data la cual se puede realizar de manera virtual y los requisitos tienen que ser enviados en formato PDF:

- Copia a color digitalizada de la cédula o pasaporte en caso de extranjeros.
- RUC es obligatorio solo para importadores o exportadores

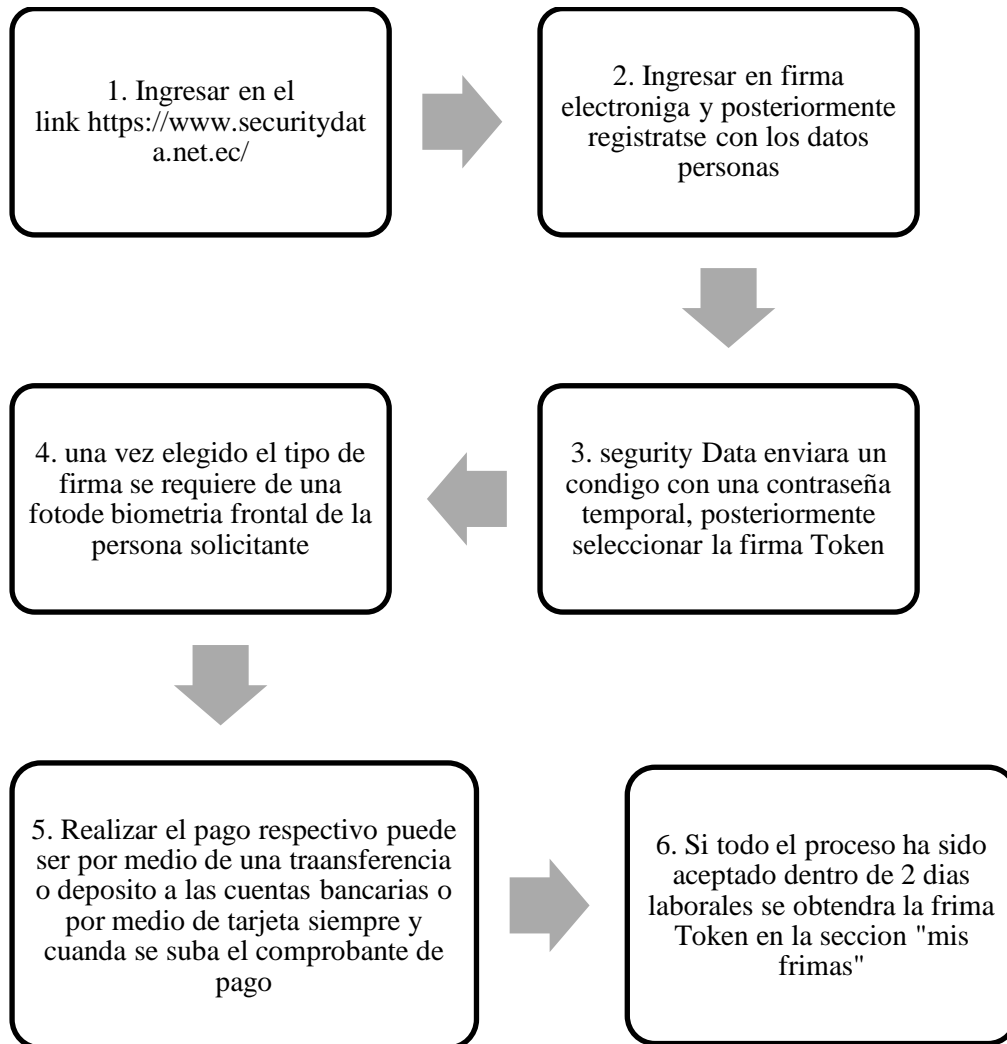
A continuación, se presenta el proceso y costos para la obtención del token con tiempo de ejecución del trámite 3 días laborables en Security Data:

**Tabla 60:** Costos obtención token Security Data

Firma Electrónica Token	
Vida Útil	Costo
1 año	\$47.01

2 años	\$60,48
3 años	\$75,71

**Fuente:** Security Data



**Figura 37** Proceso obtención token Security Data

**Fuente:** Security Data, 2022

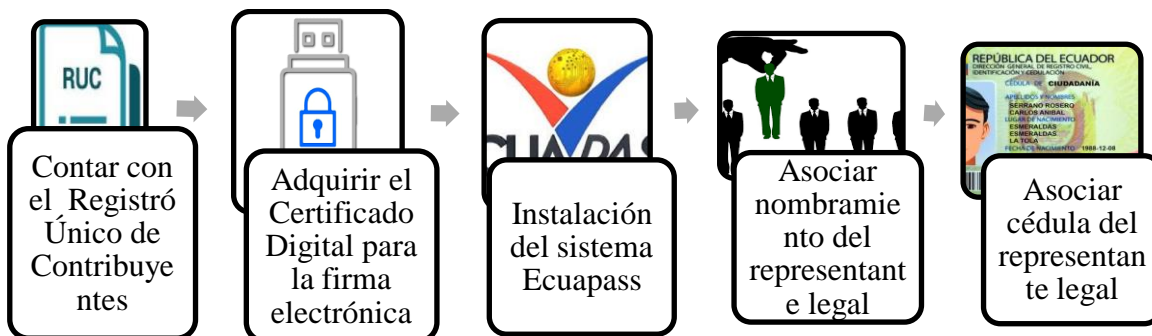
Es fundamental para el proceso de comercialización obtener la firma electrónica Token, el interesado tendrá que elegir sus preferencias de obtención tomando en cuenta el tiempo, costo y seguridad tanto el banco central del Ecuador como Security Data ofrecen un servicio garantizado del cual ofrecen como resultado el mismo producto.

3. Registró ECUAPASS:

Todas las personas ya sean naturales o jurídicas que radiquen en Ecuador y deseen realizar importaciones o exportaciones es importante que se registren en el sistema informático del SENA ECUAPASS ya que mediante este pueden realizar sus operaciones de comercio exterior, es importante mencionar que el registró se debe aprobar por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE, 2022).

Para el trámite necesario la exportación de los productos textiles de la provincia de Imbabura. las empresas deben de obtener el código OCE'S emitido por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador de realizar el siguiente proceso según SENA (2022):

#### Requisitos Obligatorios



**Figura 38** Requisitos obligatorios ECUAPASS

**Fuente:** Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2022

#### Pasos para el registró

1. Para empezar con el registró es importante que el usuario ingrese al ECUAPASS (<https://ecuapass.aduana.gob.ec>) y se descargue el sistema informático, posteriormente dar clic en la opción "Nuevo Registró"



La lucha contra la corrupción ¡es tarea de Todos!



Envíe sus denuncias sobre actos ilícitos cometidos en el SENAE al correo: [hazlocorrecto@aduana.gob.ec](mailto:hazlocorrecto@aduana.gob.ec) o mediante el siguiente enlace:

[Denuncie aquí](#)

Se garantiza absoluta confidencialidad

**TRÁMITES OPERATIVOS**

- 1.3 Integración de estados d
- 1.6 e-Documentos
- 1.11 Solicitud de facilidad
- 1.10 Solicitud de Remisión d
- Solicitud de Exoneración de

**SERVICIOS INFORMATIVOS**

- 2.6 Catálogos
- 2.7 Consulta de Verificación
- 2.15 Anexo de la resolución
- 3.2.8 Resultado de registro
- Consulta Solicitud de Exoner

**VENTANILLA ÚNICA**

- 2.1.1 Consulta de arancel
- Para Importar
- Para Exportar
- Requerimientos importación/e
- Autorización de operadores
- Biblioteca aduanera
- Servicios Vue
- Consultar validez de Certifi
- Consultar información de Cer

LLAMA AL **1800 ADUANA**

#LaAduanaSeTransforma

Figura 39 Ventana ECUAPASS

Fuente: Servicio de Capacitación y Consultoría en Comercio Exterior, 2022

2. Para registrar el usuario Seleccionar la opción "Solicitud de Registro de Usuario de Representante de Comercio Exterior"

**Registro de usuario**



Gracias por visitar al Portal del SENAE. En el Portal del SENAE podrá realizar todas las operaciones de despacho en una vez. El portal les ofrece un servicio limpio y transparente.

Se clasifica el registro de usuario por **usuarios del despacho** y **usuario de servicio adicional**. Por favor, registre según el tipo de usuario que corresponde. Una vez que se registra, el usuario podrá utilizar los diversos servicios del portal



**1 Solicitud de registro de usuario de Representante de Comercio Exterior**

Permite el registro de la información de la empresa al igual que la del representante legal o persona natural para poder acceder a todas las opciones que le permitan administrar tanto a los empleados que se registren, como las funciones y perfiles que estos tendrían en el sistema informático Ecuapass. El sistema permite el registro de más de un representante legal. Este registro requiere aprobación de Senae.



**2 Solicitud de registro de usuario de Empleado**

Permite el registro de la información del empleado de la empresa en la cual labora. El mismo podrá acceder a todas las opciones que el representante legal le otorgue. El sistema permite el registro de más de un empleado. Este registro requiere aprobación de su representante legal.



**3 Solicitud de registro para Usuario General**

Permite el registro de un ciudadano para que pueda acceder a opciones que contienen información pública relacionada al comercio exterior tales como: Consulta del Arancel, Mi página, entre otras.



**4 Solicitud de registro de usuario para Representantes de Entidades Públicas**

Permite el registro de la información de la Entidad Pública al igual que la del representante legal (máxima autoridad) o de un funcionario previamente delegado por el representante, quien actuará ante el SENAE como la máxima autoridad, para poder acceder a todas las opciones que tiene el sistema informático ECUAPASS. El sistema permite el registro de más de un representante de la entidad. Este registro requiere aprobación del Senae.



**5 Solicitud de registro de usuario para Funcionarios de Entidades Públicas**

Permite el registro de la información del Funcionario Público de la entidad. El mismo podrá acceder a todas las opciones que el representante legal (máxima autoridad) o su delegado le otorgue previo aprobación de este. El sistema permite el registro de más de un funcionario público. Este registro requiere de la aprobación de su representante legal.



**6 Solicitud de registro de usuario para ORGANISMOS INTERNACIONALES**

Permite el registro de la información de Organismos Internacionales al igual que del funcionario delegado por el representante, quien actuará ante el Senae como la máxima autoridad, para poder acceder a todas las opciones que tiene el sistema informático Ecuapass. El sistema permite el registro de más de un representante.



**7 Registro de Usuario Persona con Discapacidad**

**Figura 40** Ventana ECUAPASS

**Fuente:** Servicio de Capacitación y Consultoría en Comercio Exterior, 2022

En esta sección se registra la información del usuario, la empresa y representante legal en cuanto a los contactos, dirección e información más detallada.

- **Datos del Representante Legal en el SRI:** en esta sección se registran datos obligatorios de contacto como es el ruc, dirección, número de teléfono y correo electrónico.

**Solicitud de registro de usuario de Representante de Comercio Exterior**

**Información de empresa**

* RUC empresa	0705175966001	Consultar
* Razón Social		
* Dirección de empresa		
* Teléfono empresa		
Nombre Comercial		
* Actividad económica		
Correo Electrónico de empresa		

**Figura 41** Datos en el ECUAPASS

**Fuente:** Servicio de Capacitación y Consultoría en Comercio Exterior, 2022

- **Información de Representante de Comercio Exterior:** en esta sección es importante registrar la dirección de domicilio del representante legal de la empresa de igual manera sus contactos personales.

**Información de representante de Comercio Exterior**

* ID.usuario	DBUSTAMANTE	Comprobar disponibilidad	
* Doc. Identificación	CEDULA DE IDENTIDAD	0705175966	Comprobar disponibilidad
* Nombre Usuario	BUSTAMANTE CAJAMARCA DARIO ANDRES		
* Contraseña	*****	* Confirmación de Contraseña	*****
* Provincia	PICHINCHA	* Ciudad	QUITO
* Dirección	CALDERON (CARAPUNGO) / RUMICUCHO S/N Y PASEO 41		
* Teléfono1	999999999999999	Teléfono2	
* Numero de Celular	CLARO	099999999999999	
* Correo Electrónico	DARIO_ANDRES2509@HOTMAIL.COM		
* Confirmación de correo electrónico	DARIO_ANDRES2509@HOTMAIL.COM	Comprobar disponibilidad	
* Ingrese código de seguridad		Solicitar código de seguridad	
Posición	REPRESENTANTES	SENAE Correo Electrónico	DBUSTAMANTE@CORREO.ADUANA.GOB.EC

**Figura 42** Datos ECUAPASS

**Fuente:** Servicio de Capacitación y Consultoría en Comercio Exterior, 2022

- **Información de Operación:** seleccionar la opción "Importador/Exportador": en esta sección se registra que operación va a realizar ya sea la de importar o exportar.

Información de Operación

Tipo de Operador  Agregar Eliminar

No	Código de Operador	Clasificación	Estado	Fecha de inicio	Fecha de fin
1		IMP/EXPORTADOR	REQUISITOS		

**Figura 43** Datos ECUAPASS

**Fuente:** (Servicio de Capacitación y Consultoría en Comercio Exterior, 2022)

- **Información de Certificado Digital:** en esta sección se adjunta información necesaria mencionada anteriormente como lo es el RUC, cédula del usuario y el nombramiento del representante legal de la empresa.

Información de Certificado Digital

Identificación única de certificado digital

<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre del archivo	Tamaño del archivo	Adjuntar archivo	
<input checked="" type="checkbox"/>	RUC EN PDF	KByte	<input type="button" value="Cargar"/>	<input type="button" value="Descargar"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	CEDULA A COLOR EN PDF	KByte	<input type="button" value="Cargar"/>	<input type="button" value="Descargar"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	NOMBRAMIENTO DEL REPRESENTANTE LEGAL (EMPRESAS)	KByte	<input type="button" value="Cargar"/>	<input type="button" value="Descargar"/>

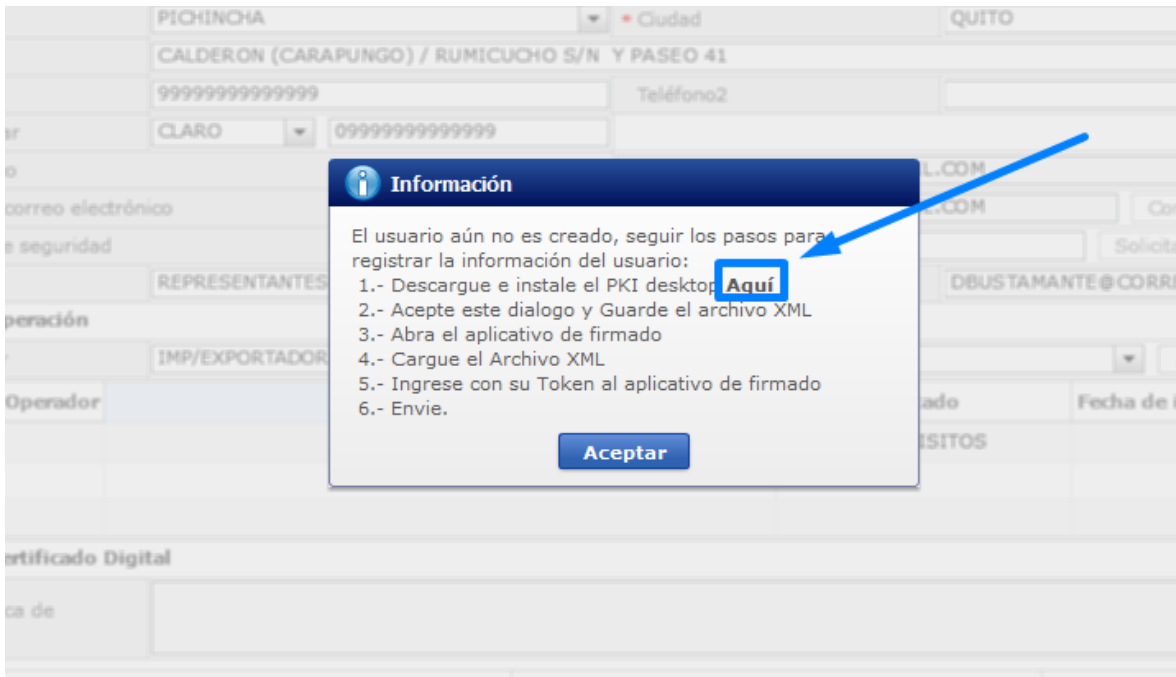
Tamaño total de archivo :

Agregar Eliminar **Registrar**

**Figura 44** ECUAPASS

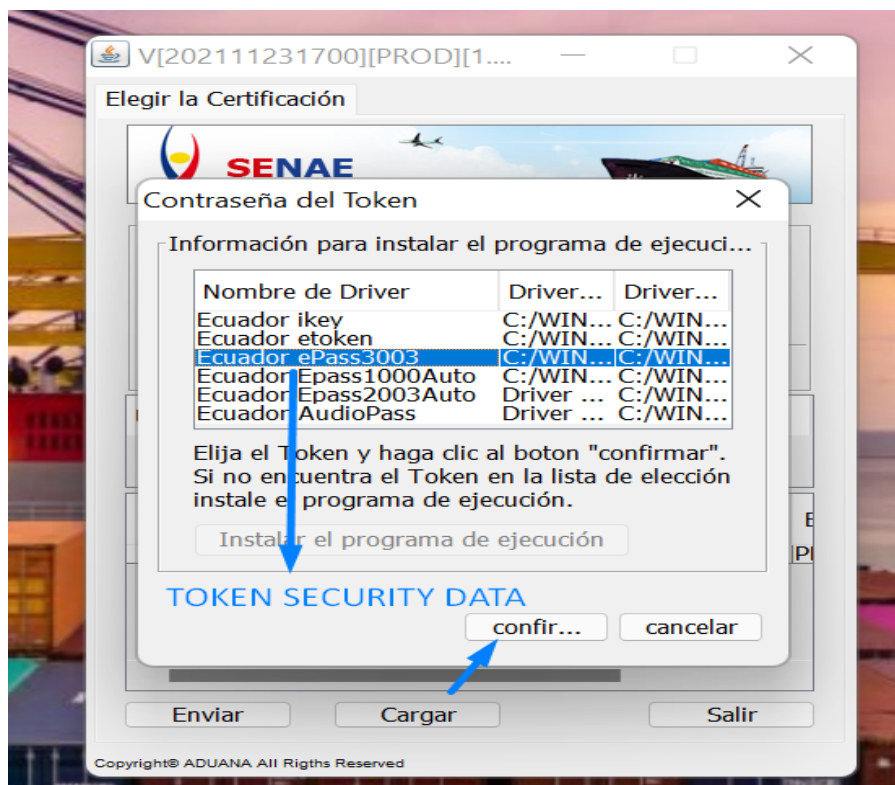
**Fuente:** Servicio de Capacitación y Consultoría en Comercio Exterior, 2022

- **Registró de la solicitud de usuario de comercio exterior:** se procede a descargar la solicitud de registro de operador de comercio y se firma con el token del representante legal.



**Figura 45** Registró de solicitud ECUAPASS

**Fuente:** Servicio de Capacitación y Consultoría en Comercio Exterior, 2022



**Figura 46** Verificación Token

**Fuente:** Servicio de Capacitación y Consultoría en Comercio Exterior, 2022

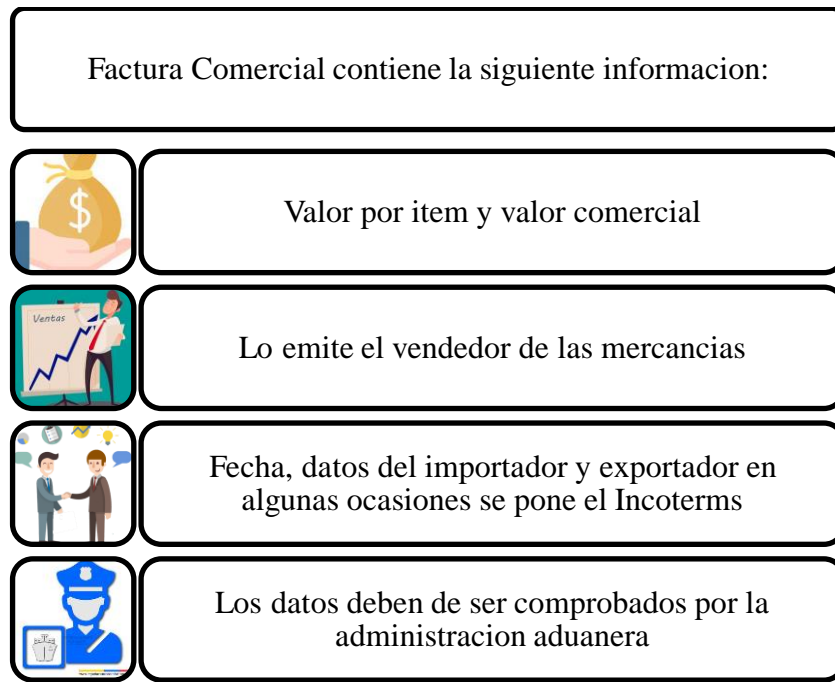
El precio del registró como importador o exportador en el sistema Ecuapass es totalmente gratuito si se utiliza un agente de aduana este puede variar su costo dependiendo a la calificación de evaluación de desempeño que tenga.

#### *3.10.4.2. Documentos de soporte*

Son aquellos documentos necesarios para realizar importación o exportación, en general los documentos de soporte están a cargo del exportador. (Serrano, 2020) menciona que "Los documentos de soporte son la fuente de información para el comercio y el transporte además de que construyen la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos pueden ser físicos o electrónicos". Los documentos de soporte son de gran utilidad para los trámites aduaneros a la hora de elaborar la DA e identificar a cuál régimen se va acoger la mercancía, el cual será de mucho beneficio para que el intercambio comercial se dé exitosamente.

Para realizar el trámite de exportación según el artículo 3 del Reglamento al COPCI (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones) es necesario que el exportador tenga los siguientes documentos de soporte.

1. Factura comercial: la factura comercial se emite al momento de vender la mercancía esta se elabora con el fin de dar un valor monetario a la venta. Así la factura comercial acredita la transacción comercial de compra y venta ya sea a nivel nacional e internacional, la factura comercial contiene la siguiente información (Serrano, 2020). Por lo general la factura comercial no tiene precio ya que es un documento que certifica una compra sin esto no se puede realizar el intercambio comercial.



**Figura 47** Contenido factura comercial

La factura comercial puede ser emitida de manera física y electrónica, pero es fundamental para asignar el primer método de valoración en el caso de que no se presente la factura deberá ser valorada por alguno de los otros cinco métodos.

**Tabla 61:** Comparación factura física y electrónica

Factura Física	Factura Electrónica
Impacto negativo ante el medio ambiente	Es un impacto positivo para el medio ambiente
Mayor posibilidad de pérdida	Ante la aduana se presenta en formato PDF
Mayor seguridad a la hora de existir modificaciones	Puede existir modificaciones que cambien que invalidan a la misma
Genera más horas de trabajo	Es más rápida ya que optimiza los procesos
Pueden existir errores provocados por el "Factor Humano"	Proporciona un mayor orden y facilidad de búsqueda

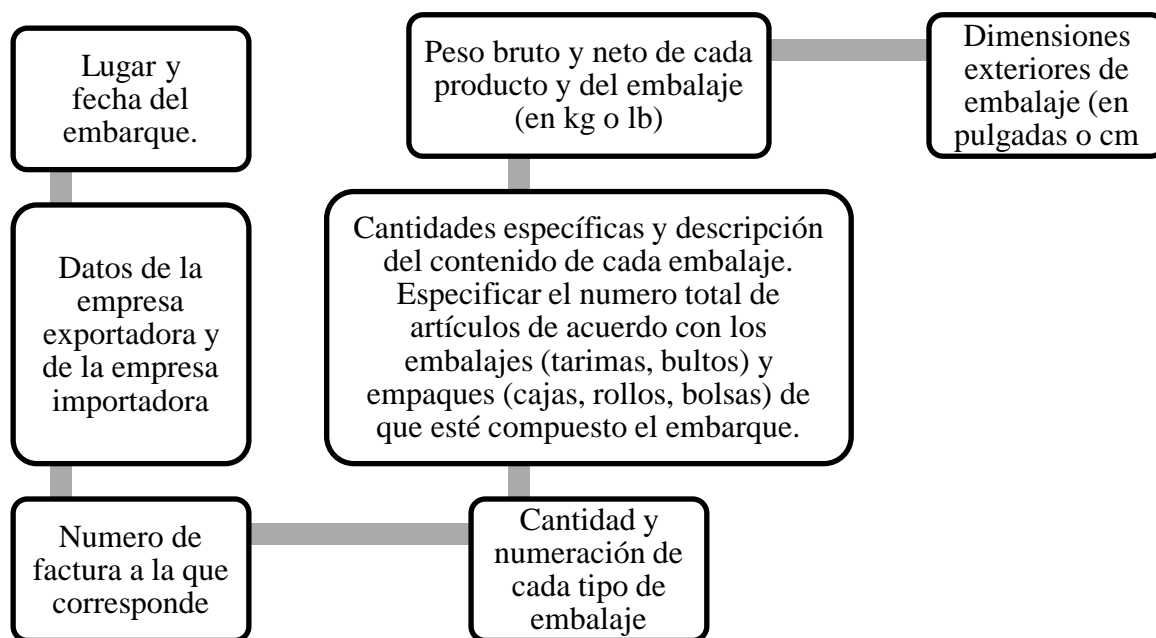
**Fuente:** Cabello, 2020

La factura electrónica tiene muchas más ventajas que la factura física ya que por medio de esta existe un mayor ahorro para las empresas, además de que generan

un trabajo en menos tiempo optimizando el proceso de digitalización de las empresas, hoy en día la tecnología ha avanzado lo suficiente como para manejar facturas electrónicas ya que muchas empresas tienen sistemas informáticos que facilitan la creación de estas y sobre todo brindan seguridad. A la hora de presentar los diferentes tipos de documentos para la exportación, en aduana se solicita que la factura comercial esté en formato pdf lo que significa que si el vendedor proporcionó una factura electrónica genera un ahorro de tiempo al exportador a la hora de validar su documentación en aduana.

2. Lista de empaque: en el proceso de verificación de la aduana existe el reconocimiento individual de la mercancía donde se verifica el producto, la condición y cantidad. Para eso existe el packing list o lista de empaque, este es un documento que lo elabora el exportador y cuyo principal objetivo es facilitar el reconocimiento selectivo de la mercancía dentro de un lote la lista de empaque es entregada a los inspectores de aduanas, el cual realiza la verificación (Logycom, 2022).

Información que contiene la lista de empaque



**Figura 48** Información de la lista de empaque

**Fuente:** Logycom, 2022

La lista de empaque es un documento donde se plasma toda la información de la mercancía que se va a exportar este se realiza con el fin de facilitar la verificación por parte de la aduana y por el importador ya que a la hora de realizar el manipuleo del desembarque es importante verificar si toda la mercancía llegó en las condiciones y cantidad que se especificó al principio de la negociación además es de mucha ayuda para el transportista y la compañía de seguros por ende es recomendable que se maneje 3 copias de la lista de empaque.

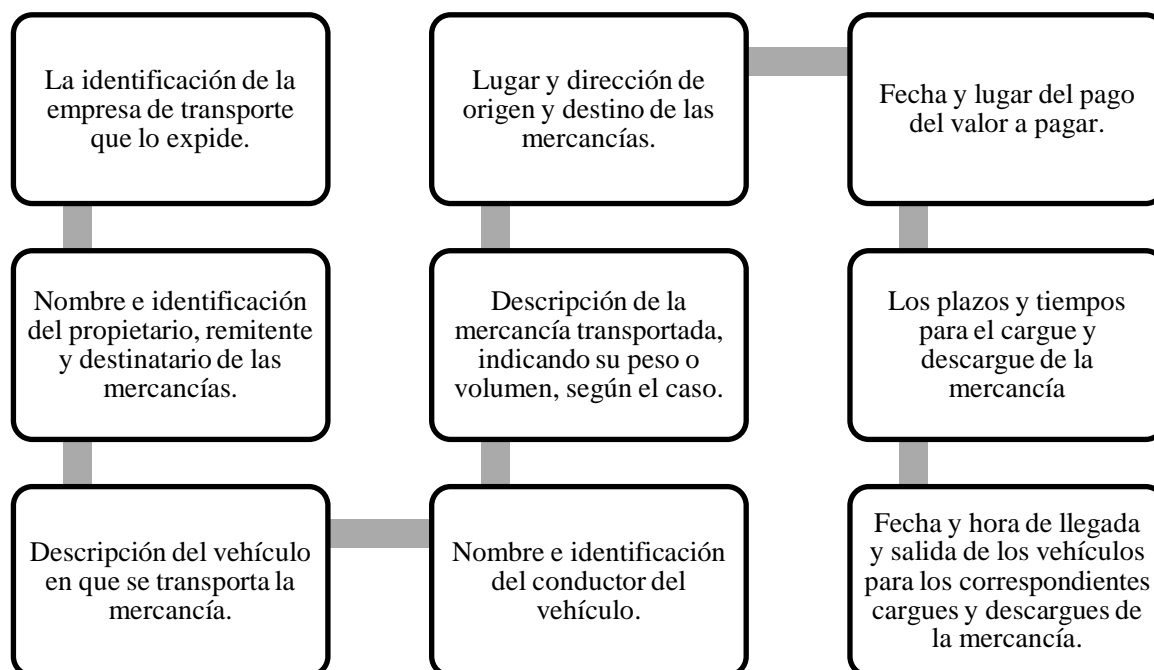
3. Documentos de transporte: a la hora de comercializar de manera internacional se necesita de un medio de transporte que sea intermediario entre el vendedor y comprador. (Mise, 2022) menciona que "todos los documentos de transporte actúan como un recibo de que las mercancías están en orden y buen estado y son evidencia de un contrato entre el propietario de la carga y el transportista". Los documentos de transporte son emitidos por la naviera que se contrata para él envió además son fundamentales para la desaduanamiento de las mercancías en el mercado de llegada.
4. Manifiesto de carga: es un documento que tiene información general sobre la mercancía que lleva el transportista es necesario presentarlo en la aduana de salida y en la aduana de entrada el manifiesto de carga puede ser físico o electrónico depende de la naviera quien se encarga de emitir (Mise, 2022).

Al momento de presentar este documento es importante que se lo realice adecuadamente (mise, 2022) menciona que:

- Manifiesto de carga para transporte marítimo se realiza antes del arribo del buque con un mínimo de 6 horas para los puestos cercanos y de 48 horas para los demás.
- Manifiesto de carga para transporte aéreo se realiza antes del arribo del medio de transporte al aeropuerto, si el vuelo dura 4 horas la transmisión se debe realizar antes de dos horas del arribo y en el caso de la salida del medio de transporte deberá realizarse después de las 12 horas de salida.

- Manifiesto de carga para transporte terrestre: se entrega a la autoridad aduanera en el momento que se realiza el cruce de frontera.

La empresa de servicios logísticos INSEROCA, (2021) menciona que Información que contiene el manifiesto de carga es:



**Figura 49** Contenido del manifiesto de carga

**Fuente:** INSEROCA, 2021

Para la obtención del manifiesto de carga es importante otorgar a la naviera toda la información necesaria sobre el exportador e importador, la mercancía, así como la lista de empaque para que de tal manera se elabore el manifiesto de carga sin errores y se pueda facilitar la comercialización internacional.

Dependiendo del exportador e importador como se haya realizado la negociación la mercancía se puede enviar por tres medios de transporte considerando dando los costos, tiempo, seguridad y cantidad.

A continuación, se dan a conocer la documentación obligatoria para el comercio internacional según el medio de transporte:

**Tabla 62:** Tipos de transporte

<b>Tipo de Transporte</b>	<b>Documento</b>
Aéreo	Guía aérea o Air Waybill AWB
Marítimo	Bill of Lading
Terrestre	Carta Porte

- Guía aérea o Air Waybill: es el documento que acredita el contrato de transporte aéreo donde se especifica que el transportista aéreo ha aceptado llevar la lista de mercancías a su destino de conformidad con lo establecido en el contrato, la guía aérea es emitida por la aerolínea y su costo está dentro del monto de envío además puede variar dependiendo de la aerolínea que se utilice (Diario del Exportador, 2022)
- Bill of Lading: es uno de los documentos más importantes de la cadena logística del transporte internacional, este se utiliza como contrato comercial de transporte en un buque. Así, este documento certifica las condiciones en las que está el producto transportado y por ende la naviera y el transportista se comprometen a transportar dicha mercancía hasta el puerto de destino. Los datos que aparecen en este documento son generales sobre el transportista la naviera, el destinatario y características de las mercancías, los encargados de emitir este documento son; la naviera, el transportista o el capitán del buque el valor del Bill of Lading se incluye dentro del valor total, este puede variar dependiendo de la naviera (Partida Logistics, 2021).
- Carta Porte: es utilizada como contrato para el transporte terrestre donde se especifica información sobre el transportista, la mercancía y de la persona o empresa contratante del servicio, la importancia de dicho documento radica en que es fundamental para el paso fronterizo ya que aquí la carta porte es evaluada y utilizada por los agentes de aduana encargados de la inspección, como los otros tipos de documentos mencionados anteriormente la carta porte se emite por la empresa transportista y su valor está incluido dentro del valor total por el transporte el que puede variar dependiendo de la empresa que se contrate (EAE Business School, 2022).

## **Incoterm**

Según (Incoterms, 2020) “el crecimiento de la economía mundial ha dado la mayoría de las empresas un mayor acceso a los mercados de todo el mundo”. Las manufacturas textiles se venden hoy en día en más países, en grandes cantidades, dentro de la región, el mercado chileno es uno de los principales consumidores de textiles ecuatorianos y para facilitar el intercambio comercial de estos productos el vendedor y comprador eligen el termino de negociación que más le beneficie. Como resultado el uso de los términos comerciales internacionales Incoterms facilitan el desarrollo del comercio mundial, siendo estas un contrato de negociación para facilitar la compra-venta de bienes con obligaciones y responsabilidades a las dos partes involucradas, con respecto a temas tales como: el riesgo, costo, disposición de transporte, despacho de aduanas, lo que reduce la posibilidad de complicaciones legales (Incoterms, 2020) (Pg.5).

Según (DATASUR., 2023) “los Incoterms con mayor aplicación en el año 2022 para exportar desde el mercado ecuatoriano al mercado chileno son FOB y CIF, su selección dependerá de la experiencia, cantidad de exportación y requerimientos de importación”. Para las empresas del sector manufacturero textil de Imbabura utilizar los términos Incoterms representa una estrategia a la hora de ingresar al mercado chileno ya que estos ayudan a disminuir los riesgos y mejoran el desarrollo comercial entre los dos países.

### **Termino de negociación vinculado a las estrategias de comercialización**

Para la distribución de los productos textiles de la provincia de Imbabura hacia el mercado chileno, se aplicarán varias estrategias de comercialización, las cuales van a permitir planear y organizar de mejor manera el posicionamiento de estos productos en dicho mercado.

Es importante señalar que las MiPymes para que sus productos salgan de una manera fácil hacia el mercado chileno, deben respaldar sus operaciones aplicando correctamente los Incoterms, los cuáles permiten llegar a un acuerdo entre vendedor y comprador con el fin de limitar responsabilidades y riesgos en cada uno de los

procesos y así evitar incumplimientos afectando así la posible llegada de mayor cantidad de productos a este mercado, para lo cual partimos del siguiente análisis:

El impacto se lo mide con la escala de likert siendo 1 malo, 2 regular, 3 bueno, 4 muy bueno

**Tabla 63:** Incoterms

Modo de Transporte	Incoterms	Estrategia	Impacto
<b>Marítimo</b>	FOB (Franco a Bordo)	Gestionar una ruta de transporte y un plan de exportación entre vendedor - comprador optimizando costos, rutas, y puertos más convenientes	4
	FAS (Al costado del buque)	Establecer de manera equitativa los riesgos tarifas y costos de trámites como la importación, carga y descarga	3
	CIF (Seguro, Costo y Flete)	Gestionar la cadena logística por parte del vendedor y obtener tarifas y condiciones de transporte más ventajosas.	3
<b>Terrestre</b>	EXW (En Fabrica)	Establecer el punto de entrega de las mercancías entre estos dos países Chile - Ecuador.	3
	FCA (Libre Transporte)	Permite utilizar el medio de pago acordado entre las partes en documentario (crédito o remesa documentarios).	2
<b>Aéreo</b>	DDP	Gestionar un correcto estudio financiero por parte del vendedor donde se detalle los costos y riesgos del transporte hasta el país de destino	2
	CIP (Transporte y Seguro pagados hasta)	Generalizar y/o establecer de una manera eficaz el contrato de transporte para que los productos de la provincia de Imbabura lleguen sin ningún inconveniente hacia el lugar de destino	2

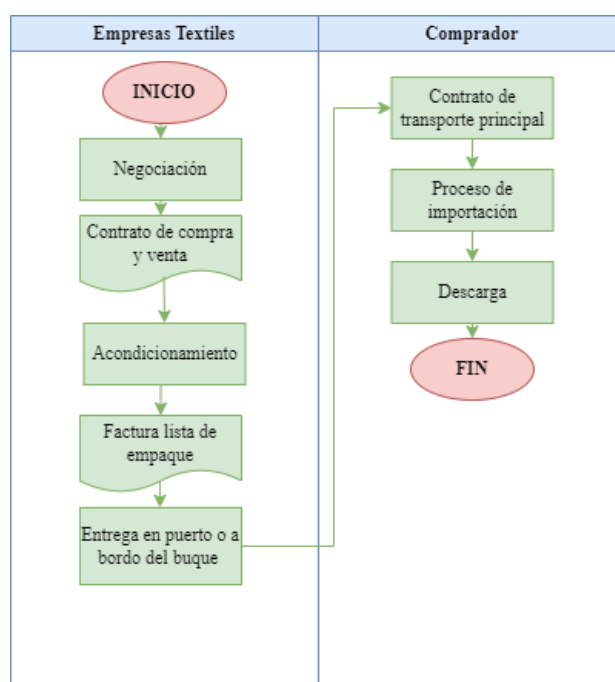
Si bien es cierto el medio de transporte es fundamental para el intercambio de mercancías, en este caso la exportación de los productos textiles de la provincia de Imbabura y su ingreso a territorio chileno, permiten dinamizar las economías entre los dos países, por cuanto al estar cercanos geográficamente se puede utilizar el modo aéreo, marítimo y terrestre, el costo, tiempo, y seguridad, deberá de ser tomado en cuenta con el fin de obtener ventajas competitivas con relación a esta operación.

Como se ha establecido en la tabla, el incoterm apropiado para la comercialización de los productos textiles producidos en la provincia de Imbabura es el incoterm FOB “Franco a Bordo”, este incoterm permite determinar que el vendedor debe cumplir con su obligación y responsabilidades de entrega de la mercancía en el puerto de embarque convenido. En este incoterm las funciones son repartidas tanto para el vendedor como el comprador facilitando las operaciones comerciales para las dos partes en cuanto a empresas emergentes.

Como parte del tema de investigación, es oportuno aplicar el incoterm FOB, el cual permite gestionar una correcta ruta de transporte y un plan de exportación, con el fin de que las dos partes involucradas sientan seguridad a la hora de comercializar internacionalmente, además de poder elegir el puerto más cercano para las partes, esta estrategia no solo facilita la acción de exportar e importar si no que ayuda a que el intercambio comercial entre empresas emergentes o ya a las grandes Mipymes sea más fácil y segura.

**Incoterm FOB**

El Incoterm FOB es usado para el transporte marítimo, el vendedor deberá entregar la mercancía en puerto o sobre el buque contratado por el comprador, el seguro no es obligatorio para ambas partes. La transmisión de los riesgos y costos sucede



cuando el vendedor coloca las mercancías a bordo del buque contratado por el comprador.

**Figura 50** Flujograma con relación al Incoterm FOB

### Medio de transporte marítimo

Las empresas textiles de Imbabura deberán contratar una agencia de transporte para trasladar la mercancía hacia Chile al comprador en las condiciones que estipule el contrato de compra y venta. Las manufacturas textiles son un producto no perecedero, pueden ser transportadas por vía marítima para reducir costos y tiempos. A continuación, se da a conocer los principales puertos de Chile:

**Tabla 64:** Principales puertos de Chile

Puerto destino	Tiempo estimado	Distancia estimada	Compañías de transporte
<b>San Antonio</b>	2 días y 18 horas	4.779,8 km	-HAPAG-LLOYD -MAERSK LINE -SEALAND
<b>San Vicente</b>	2 días y 22 horas	5.260,5 km	-HAMBURG SUD -HAPAG LLOYD CHILE SPA -HAMBURG SUD LINE
<b>Valparaíso</b>	2 días y 18 horas	4.719,2 km	-SEALAND -MAERSK SEALAND -MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY
<b>Arica</b>	1 día y 20 horas	2.725,0 km	-SEALAND CHILE S.A. -HAPAG LLOYD -COSCO
<b>Coronel</b>	2 días y 23 horas	5.291,5 km	-HAPAG LLOYD -OCEAN NETWORK EXPRESS CHILE SPA -MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY S.A.
<b>Puerto Angamos</b>	2 días y 4 horas	3.386,0 km	-HAPAG LLOYD -MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY
<b>Iquique</b>	2 días	3.034,7 km	-HAPAG LLOYD -EVERGREEN -CMA CGM

<b>Chacalluta</b>	1 día y 19 horas	2.706,0 km	- TRANSP. SAN CRISTOBAL INT. EIRL
<b>Lirquen</b>	2 días y 22 horas	5.25.5 km	- HAPAG LLOYD CHILE SPA
<b>Tocopilla</b>	2 días y 2 horas	3.259,0 km	- B Y M AGENCIA MARITIMA

**Fuente:** DataSur, 2022; Google Map, 2023

Para elegir la compañía de transporte se toma en cuenta el puerto más cercano a Chile y de la ciudad que se pretende exportar. La empresa de transporte debe de realizar las actividades como generar la cotización de los costos y guiar en el proceso de transporte, proporcionar toda información requerida, reservar el viaje y espacio, tramitar los documentos de transporte, inspeccionar la mercadería y almacenamiento de la carga en las instalaciones del puerto. La mercancía se traslada por vía terrestre hacia el puerto de Guayaquil con una estimación de tiempo de 20 horas, posteriormente se pondrá en disposición del comprador al bordo del buque. Para finalizar la carga es trasladada al puerto destino, asumiendo los costos del transporte internacional el comprador.

### **Certificado de origen**

Este es un documento que sirve para obtener determinar el país de origen de las mercancías que hay se describen, este acredita el lugar de donde ha sido fabricada la mercancía. "El certificado de origen consiste en un documento formal cuya función es determinar el país en el cual ha sido fabricada la mercancía" (Gómez, 2017). El documento de origen debe de ser presentado para acceder a los beneficios del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador, pues es el único documento que demuestra que el producto es originario del país miembro y no es un producto de una triangulación.

### **Pasos para la obtención del certificado de origen, se los detalla a continuación:**

**Paso 1.- Registró en el Ecuapass**, una vez ingresado hay coloca la opción, Solicitud de Usó, es importante mencionar que para poder registrarse en el Ecuapass debe contar con una firma electrónica o Token los mismos que se obtienen mediante el Registró Civil.

**Paso 2.-Generación en el Ecuapass de la Declaración Juramentada de Origen (DJO)**, el usuario elegirá a la entidad certificadora que se encuentre habilitada por el Ministerio de Producción Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.

**Paso 3.-Generación del Certificado de Origen**, el exportador debe llenar un formulario vía online y lo retira de manera física en el Mipro. (Exporta Fácil, 2022)

### **Póliza de Seguro**

Según Diario del Exportador (2020)

La póliza de seguro es aquella que establece derechos y obligaciones por medio del cual cubre los riesgos que se presentan al momento de su traslado de las mercancías. Dicho en otras palabras, la póliza de seguro es un contrato que el asegurador asume la responsabilidad absoluta por los daños o pérdidas que se presenten durante el traslado de la carga por cualquier medio de transporte esto durante su manipulación en los puntos de transbordos. (prr.1)

### **Tipos de Póliza de Seguro**

Mise (2022) menciona los siguientes tipos de póliza de seguro:

- 1.- **Única por viajes:** esta cubre cierta parte del envío o transporte de las mercancías que se hayan hecho de extensivo a buques o vagones y aeronaves.
- 2.-**Póliza abierta:** es aquella que cubre dicha cantidad establecida correspondiente al valor de dichas mercancías a transportar.
- 3.-**Póliza flotante:** es la ofrece al asegurado una ventaja al momento en que entren en riesgo la mercancía.
- 4.-**Póliza término:** es aquella que cubre un cierto límite de valor de todos los despachos que se realizan mediante cualquier usó de transporte señalado. (prr.2)

### **Documentos de Acompañamiento**

Estos documentos de acompañamiento son de control previo para su debida importación o exportación. Así, son documentos que se constituyen para tramitar y dar verificación antes del embarque de la mercancía. (Mendoza, 2020). Dichos documentos se obtienen mediante la otorgación de la administración aduanera esto con el fin de determinar ciertas mercancías que ingresen a un territorio. (prr.2)

## Declaración Aduanera de Exportación (DAE)

Este es un documento único mediante el cual se registra la exportación y verifica la exportación de las mercancías. Así, es una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones que se debe cumplir conjuntamente con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador esto por parte del exportador o declarante. (Paredes ,2018). Dicha declaración de validez la SENAE a las exportaciones.

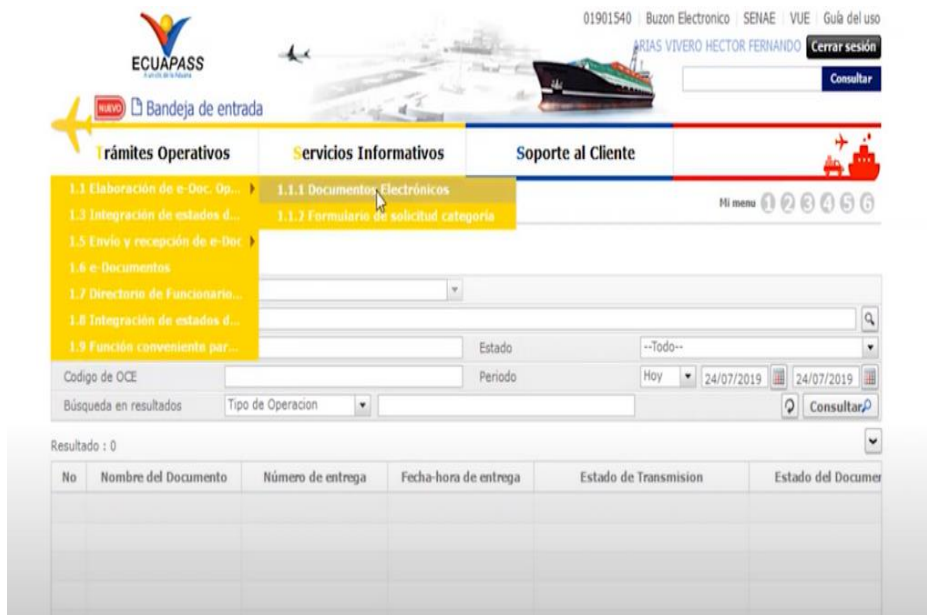
A continuación, se detalla los pasos que se tiene que realizar para obtener la DAE mediante el Sistema ECUAPASS:

1.-Ingresar al Sistema ECUAPASS utilizando el usuario y la contraseña correspondiente



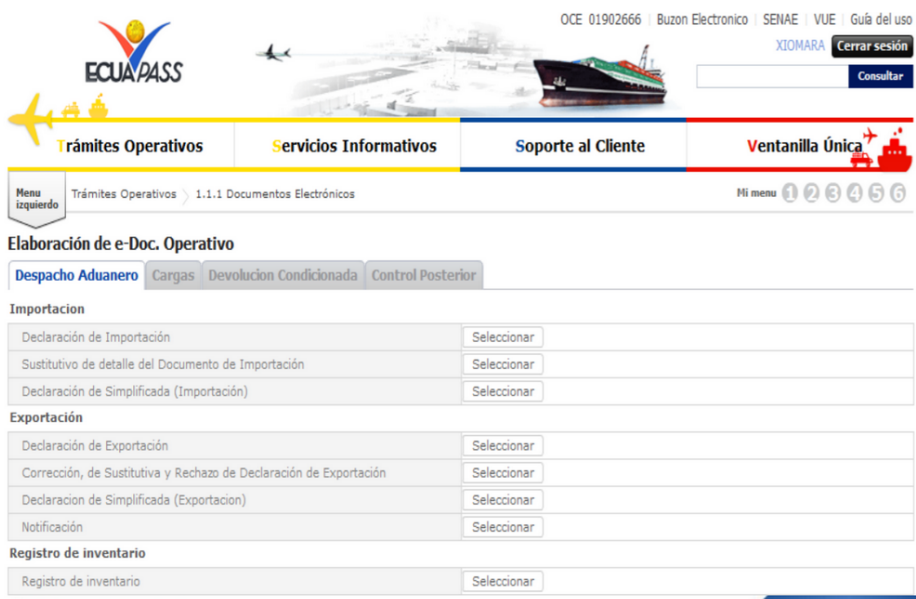
Figura 51 ECUAPASS

2.- Dar clic en Trámites Operativos y seleccionar “Documentos Electrónicos”



**Figura 52** ECUAPASS

3.-En elaboración de E -Doc operativo dar clic y “Seleccionar Declaración de Exportación”



**Figura 53** ECUAPASS

4.- Después de esto se llena el formulario que se ilustra a continuación:

**Declaración de Exportación**

<b>Información de General</b>			
A05.Código del declarante	01902666	A01.Código del distrito	[019] GUAYAQUIL - AEREO
A03.Código de Régimen	[61] REEXPORTACION DE MERCANCIAS QUE	A04.Tipo de despacho	[0] DESPACHO NORMAL
<b>Información de exportador</b>			
B04.Código de tipo de identificación del exportador	[001] RUC	B01.Nombre del exportador	AGENCIA DE VAPORES INTERNACIONALES S.A
B02.Dirección del exportador	[0992603143001]	B03.Teléfono del exportador	
B06.Ciudad de residencia del exportador	GUAYAQUIL	B07.CIIU	[2109] FABRICACION DE OTROS ARTICULO
<b>INFORMACION DE AGENTE</b>			
B08.Código de tipo de identificación del declarante	[001] RUC	B10.Nombre del declarante	MACIAS VEGA YAMEL XIONARA
B11.Dirección del declarante	AV. LAS AMERICAS JUNTO AL AEROPUETO		
<b>Común</b>			
ITEM		Documentos	
B19.Nombre del consignatario	OBC	B20.Dirección del consignatario	CALLE 7 Y CIRCUNVALACION SUR 705
B25.Código de país de destino final	[AR] ARGENTINA	B21.Ciudad del consignatario	BUENOS AIRES
B12.Valor FOB	\$ 15,000.000	B13.Código de forma de pago de la transacción comercial	[01] GIRO DIRECTO
<b>Totales</b>			
C04.Cantidad total de ítem		C06.Peso bruto total	10,000.00
C05.Peso neto total	200.000	C08.Cantidad de contenedores comerciales	0
C07.Cantidad total de bultos físicos	20	C10.Cantidad total de unidades comerciales	230
C09.Cantidad total de unidades físicas	230	C12.Código de solicitud de aforo	--Selección--
C11.Código de la mercancía de despacho urgente	[N] NO		

Guardar temporal    Traer    Enviar certificado

**Figura 54** Declaración de Exportación

Finalmente, el proceso culmina en el momento que se envía la declaración aduanera de exportación.

### 3.10.5. Propuesta de estrategias.

La situación actual de las Mipymes, en la provincia de Imbabura presentan inconvenientes a la hora de posicionarse en el mercado nacional e internacional, es evidente que no cuenta con nuevas estrategias que les permitan ser más competitivas, por ende, se produce deficiencia en la competitividad y poca eficiencia a la hora de buscar alternativas para este problema estos inconvenientes no solo que afectan a la empresa, también a los clientes. Así, un plan estratégico es una guía que contiene pautas para desarrollarse en un determinado tiempo ya sea corto, mediano y largo, este plan se basa en determinar proyecciones cualitativas y cuantitativas con el fin de lograr los objetivos y aumentar la rentabilidad de cada una de las empresas, mediante recursos, procedimientos y acciones que permiten tomar las decisiones correctas para el desarrollo de las empresas (Torres, 2022).

En el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura existen diversos factores que afectan al desarrollo de cada una de las empresas estos es evidente que no se pueden controlar, de tal manera mediante un plan estratégicos dichas empresas pueden llegar a adaptarse a las exigencias del mercado y poder ser más competitivas a nivel nacional e internacional. Si bien es cierto el plan estratégico tiene que ser aprobado por los directivos de cada empresa, en la presente investigación se establecen directrices como referencias las cuales son estrategias para la mejora

continúa de cada empresa imbabureña y se vean impulsadas a realizar exportaciones al mercado chileno.

### 3.10.5.1. Matriz de estrategias

La presente tabla hace referencia a las estrategias y plan de acción, mismas que han elaborado a partir del análisis de los indicadores en donde la provincia de Imbabura presenta inconvenientes, esta matriz representa las estrategias que van a generar valor agregado en las mipymes para su internacionalización por medio del Acuerdo de Integración Comercial Chile y Ecuador.

**Tabla 65:** Matriz evaluación de estrategias

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE ESTRATEGÍAS PARA LAS MIPYMES DEL SECTOR MANUFACTURERO TEXTIL DE IMBABURA									
Objetivo	Estrategia	Indicador	Encargado	Impacto	Frecuencia	Puntaje	Mes de ejecución	Duración	Plan de acción
Mejorar la competitividad de las mipymes del sector manufacturero textil para	Mantenimiento de maquinaria	Tecnología, proceso productivo, organización, sostenibilidad, marketing y comercialización.		1.Muy bajo 2. Bajo 3. Medio 4. Alto 5.Muy alto	1. Muy bajo 2. Bajo 3. Medio 4. Alto 5. Muy alto				
		Tecnología de	Departamento de operaciones de mantenimiento	4	3	12	Abril	Una vez al año	-Realizar un inventario de la disponibilidad de los recursos. -Contratar personas capacitadas. -Capacitar a las personas para la utilización de equipos de dicha maquinaria.
		Tecnología	Departamento de TIC'S	5	4	20	Marzo	Durante todo año	-Mantener alianzas con otras elempresas.

Tecnología y Software dentro de la empresa									<ul style="list-style-type: none"> <li>-Inventario del uso de los recursos disponibles.</li> <li>-Capacitar a las personas sobre las innovaciones tecnológicas realizadas.</li> </ul>
Gestión de Calidad	Proceso productivo	Departamento de calidad	4	3	15	Marzo	Anualmente	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Mantener una gestión integral dentro de la empresa.</li> <li>-Realizar con frecuencia los controles de calidad.</li> <li>-Potenciar la productividad.</li> <li>-Realizar pruebas de gestión de calidad: resistentes, de colores y para procesos químicos.</li> </ul>	
Estructura Administrativa	Organización	Recursos Humanos	4	4	16	Marzo	Constante	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Clasificar las actividades que se tienen que realizar en cada empresa.</li> <li>-Tener personal capacitado a fin de que se cumplan los objetivos establecidos en dicha empresa.</li> <li>-Diseñar mecanismos necesarios para establecer una coordinación y mejora en el ambiente laboral.</li> </ul>	
Elaborar un manual de procesos.	Organización	Departamento de talento humano	4	5	20	Mayo	Dos veces al año	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar un cronograma de actividades.</li> <li>- Elaborar fichas de procesos.</li> <li>-Aplicar los procesos en cada empresa.</li> </ul>	
Desarrollar un abono con los residuos.	Sostenibilidad	Departamento de producción	2	3	6	Febrero	Una vez al mes	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Contratar un capacitador de manejo de residuos.</li> </ul>	

Diseñar una marca etiquetado y envase con diseños culturales de Imbabura.	Marketing	Departamento de ventas	5	3	15	Enero	Una vez al año	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Recolectar los residuos orgánicos.</li> <li>-Mezclar en la compostera.</li> <li>-Contactar con un grupo para el diseño gráfico.</li> <li>-Investigar la normativa de ALADI.</li> <li>-Escoger, evaluar y aplicar el diseño.</li> </ul>
Participar en ferias internacionales.	Marketing	Departamento de ventas	5	2	10	Enero-diciembre	Dos veces al año	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Registrarse en Pro Ecuador.</li> <li>-Inscribirse en una feria internacional.</li> <li>-Cumplir con los requisitos para participar.</li> <li>- Preparar los recursos económicos y talento humano para participar.</li> </ul>
Monitorear las opiniones de los clientes mediante encuestas Post-Venta	Marketing	Departamento de ventas	4	4	16	Febrero	Todo el año- constante	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Aplicar un software con código y link de encuestas donde permita obtener un retroalimentación de los clientes y así poder establecer soluciones a las fallencias encontradas por el consumidor</li> </ul>
Implementar asociación estratégica Venture	Comercialización Joint	Departamento administrativo	5	4	20	Abril	6 meses	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Crear una alianza entre empresas de Imbabura para exportar hacia Chile o unirse a la Red de asociaciones REDATEPSI</li> </ul>
Crear una tienda virtual o Marketplace	Comercialización	Departamento de ventas	5	4	20	Febrero	Todo el año constante	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tienda virtual recomendar productos complementarios al que ha comprado o muestra interés.</li> </ul>

Implementar capacitaciones continuas sobre comercio exterior y facilidades al comercio	Comercialización	Recursos Humanos	4	3	12	marzo Octubre	2 meses en el año	<p>-Marketplace establecer los textiles en listas de productos estrella para que así aparezca al cliente como sugerencias relacionadas.</p> <p>-Contratar especialista en comercio exterior.</p> <p>-Utilizar talleres o seminarios Webinars.</p> <p>-Solicitar capacitaciones a Cámara de comercio, Pro-Ecuador o Universidades.</p>
--	------------------	------------------	---	---	----	------------------	-------------------	---

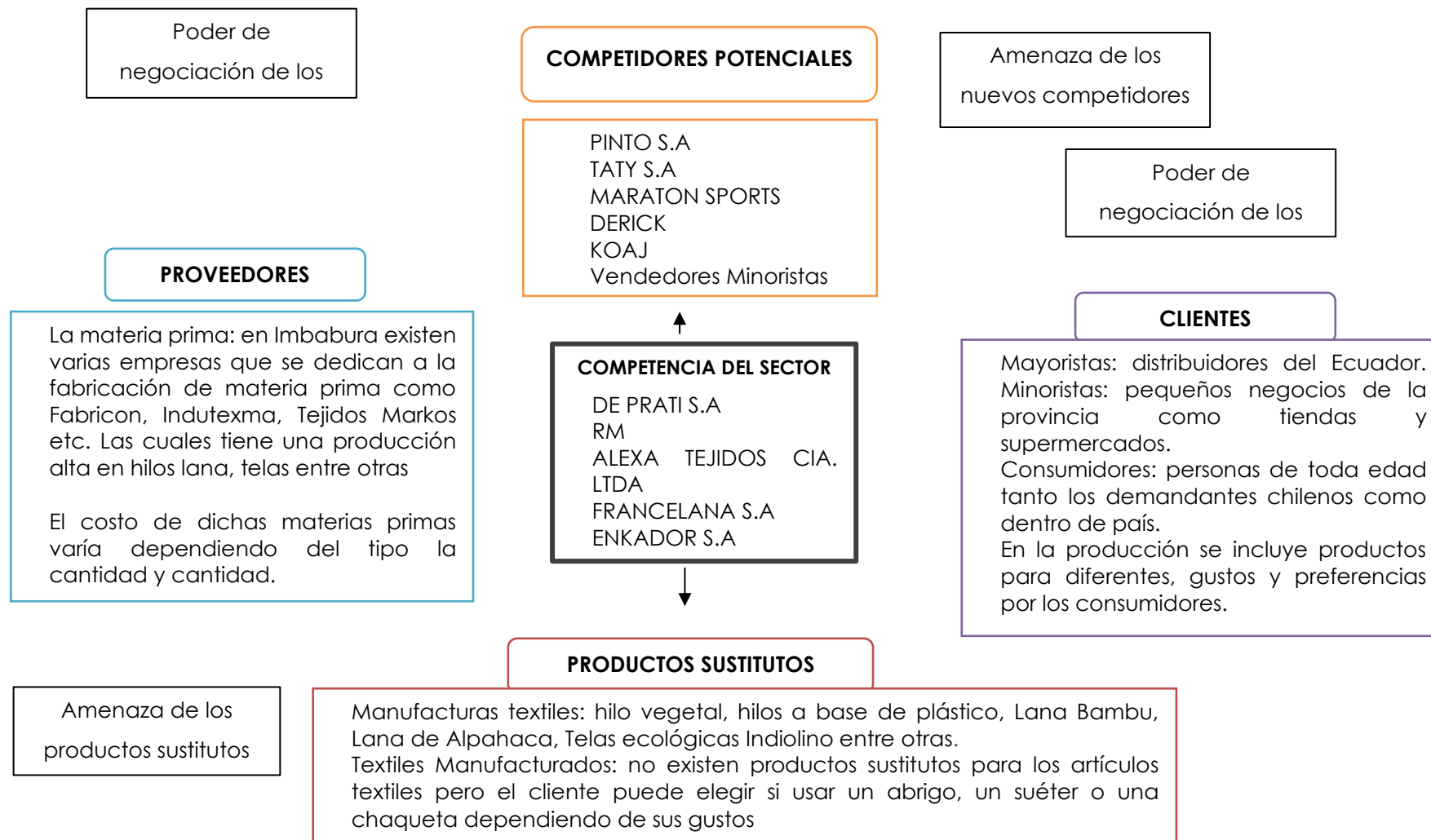
---

### **3.10.5.2. Análisis de las cinco fuerzas de PORTER**

Las cinco fuerzas de Porter es una teoría que analiza a las empresas mediante cinco aspectos los cuales definen a la competitividad, producción, proveedores, consumidores y la rivalidad entre competidores, estas fuerzas las estableció Michael Porter a finales de los años setenta, dicha teoría se establece con el fin de ser una herramienta para crear estrategias. Así las cinco fuerzas de Porter determinan la capacidad de proveedores y producción además de analizar a los demandantes mediante esta teoría se puede lograr posicionar a una empresa en un mercado internacional de una manera más segura y sencilla para obtener mejores oportunidades (Bello, 2022).

La rentabilidad de las empresas textiles de la provincia de Imbabura se viene definido por las cinco fuerzas de Porter ya que representa una herramienta muy útil para posicionarse en un mercado desafiante como lo es Chile, logrando ser más competitivos y cumplir con las exigencias de los demandantes atreves de conocer sus gustos y preferencias.

Las 5 fuerzas de Porter dentro del sector textil de la provincia de Imbabura incluyen:



**Figura 55** Fuerzas de Porter

La concentración de poder radica en la negociación con los proveedores de la materia prima, si bien es cierto Imbabura es una provincia pequeña pero con un gran potencial productivo en el sector textil los proveedores ubicados en Otavalo y Atuntaqui como la empresa Fabricon, Indutexma, Pinto, Ditexco, Tejidos Markos, Tejidos Dore entre otras son grandes productores de materia prima como: hilos, lanas, telas etc de tal manera pueden mantener una relación estable con empresas textiles de Imbabura que se dedican a la confección de prendas de vestir en satisfacer la demanda nacional como internacional. Se infiere que es posible aumentar la oferta de prendas textiles que cada día están más a la vanguardia de la moda.

El poder de negociación de los clientes es un factor clave para el éxito de las empresas textiles de Imbabura ya que existen varias formas de llegar a ellos a través de redes sociales, catálogos, páginas web, intermediarios entre otros, de tal manera es necesario diversificar las ventas hacia Chile a través de nuevas estrategias que permitan ser más competitivos y cumplir con las exigencias de nuevos mercados. Es importante tener un estudio constante de los productos sustitutos ya que estos pueden causar un gran impacto no solo a los consumidores si no a los fabricantes, vivimos en un mundo con cambios constantes en los que cada día buscamos más proteger al medio ambiente por ende se busca siempre reciclar o utilizar materiales biodegradables siendo estos el principal sustituto de las manufacturas textiles o ya bien conocidos como materias primas textiles, es importante que las empresas textiles de la provincia se mantengan siempre competitivos e innovadores teniendo en cuenta a los nuevos competidores y competidores potenciales.

La internalización de las empresas textiles de la provincia representa un gran crecimiento empresarial y aumenta la demanda del producto tanto en el mercado nacional como internacional, actualmente mediante el Acuerdo de Integración comercial entre Chile y Ecuador se ofrecen muchas oportunidades que facilitan la comercialización entre los dos países, permitiendo establecer una planificación para lograr importaciones y exportaciones.

### 3.10.5.3. Marketing MIX (producto, plaza, precio y promoción)

El marketing MIX es una herramienta estratégica que permite analizar el comportamiento de los consumidores a través de 4 aspectos muy importantes que se toman en cuenta a la hora de comprar algún producto. Como menciona (Olivera, 2021) "El marketing mix tiene como objetivo analizar el comportamiento de los mercados y de los consumidores, para generar acciones que busquen retener y fidelizar a los clientes mediante la satisfacción de sus necesidades". Dicha herramienta analiza los gustos tan cambiantes que tienen los consumidores respecto a la moda y prendas de vestir, las empresas de Imbabura se han caracterizado por siempre estar a la vanguardia de las necesidades de los clientes por ende a través del marketing mix podrán mejorar y ser más innovadores para competir en el mercado meta.

Esta herramienta estrategia se enfoca en las "4P" precio, producto, promoción y plaza:

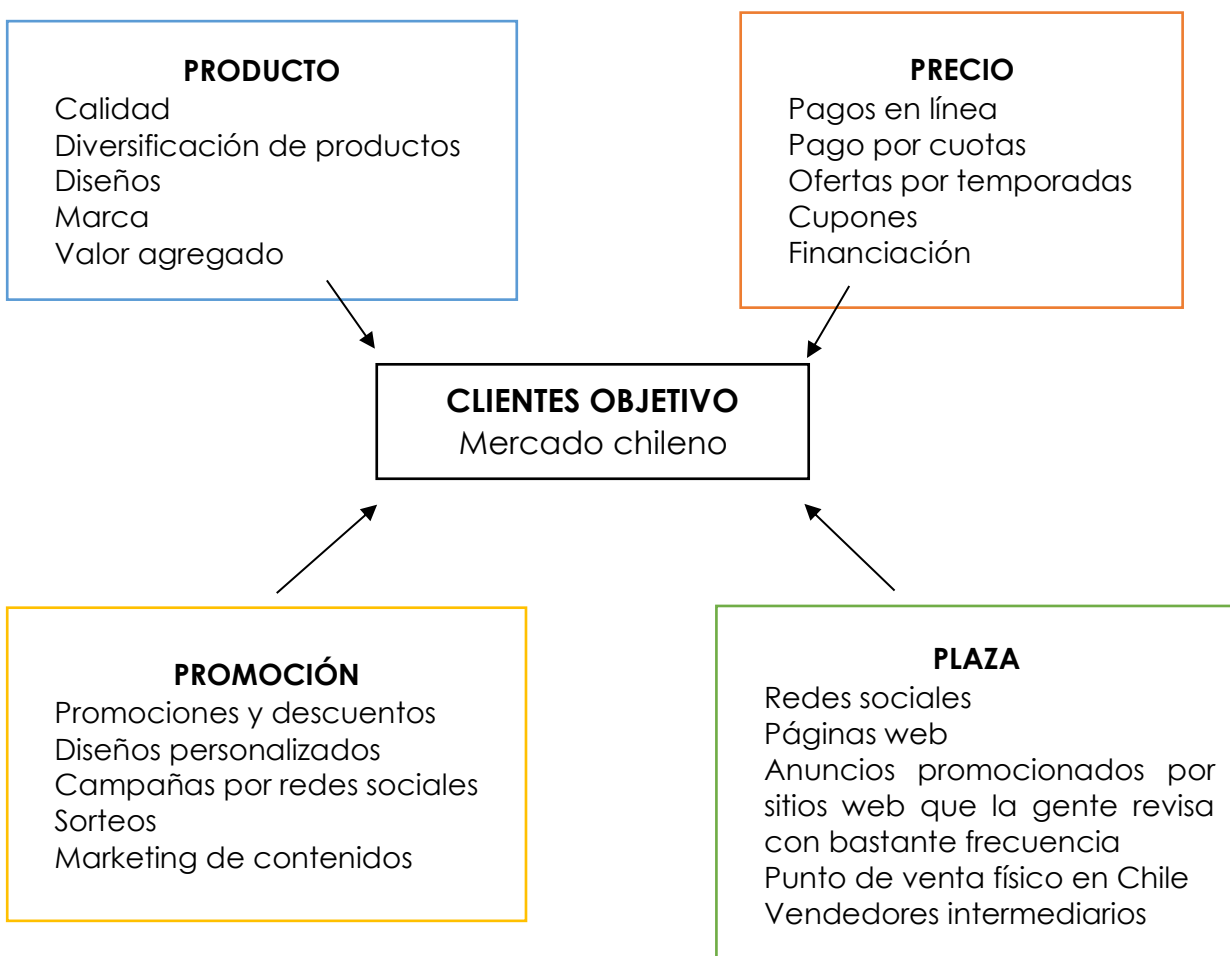


Figura 56 4P

**Producto:**

Se considera que el mercado chileno es destacado por consumir productos muy innovadores y de calidad, por tal motivo las empresas del sector textil de la provincia de Imbabura ofrecen productos con altos estándares de calidad que siempre están direccionados a las grandes tendencias del mundo, con marcas reconocidas a nivel nacional, la durabilidad de las prendas en estado perfecto es de 2 a 3 años lo que permite ser resistentes a los cambios de temperatura y cuidadosos lavados.

La producción depende del nivel de ventas que se tenga ya que de esto depende la publicidad, promociones y ofertas que se adapten a los gustos de los consumidores, para mantener una comunicación constante con los clientes se realizara la aplicación de la Post-Venta donde se conoce las opiniones de cada demandante para que la prendas de vestir y demás productos no puedan ser reemplazados con facilidad y mantengan la imposición de su marca en el mercado chileno.

Entre las estrategias para aplicar según la etapa del producto se establecen:

- Desarrollar publicidad por redes sociales o sitios de moda que se visiten con más frecuencia en el mercado chileno.
- Crear o mejorar la aplicación del E-Commerce mediante publicidad, ofertas, promociones, descuentos, crear contenido atractivo y diferente a otras empresas.
- Aumentar la diversificación de productos acorde a los gustos de los consumidores chilenos
- Crear etiquetados didácticos y claros con la información del producto
- Promocionar los productos como únicos a través del marketing de contenidos
- Crear una línea de ropa con diseños folklóricos que transmita la cultura de la provincia y el país
- Crear diseños culturales con tendencias de Chile
- Elaborar una línea de ropa con tela reciclada

**Precio:**

Ajustar el precio adecuado tiene un gran impacto en todo el marketing que realicen las empresas ya que de este depende la producción, ventas y demanda del producto, si bien es cierto las empresas textiles de Imbabura son nuevas en el mercado chileno, aunque tienen imposición de marca dentro del mercado nacional no significa que este sea igual en el mercado regional. Así, es poco probable que los consumidores de este mercado estén dispuestos a pagar un precio muy alto por la adquisición de las prendas, pero el precio bajo tampoco es señal buena ya que este da la formación de percepción de la calidad del producto (Oliviera, 2021).

De tal manera es muy importante conocer y establecer el precio adecuado sin perjudicar a la empresa ni a los consumidores para mantener una relación constante de venta en el mercado chileno.

Entre las estrategias aplicar según la etapa del precio se establecen:

- Conocer el valor percibido y precio que los clientes están dispuestos a pagar, a través de encuestas aplicadas a consumidores chilenos se obtuvo que el valor a pagar por una prenda imbabureña sería más de veinte dólares.
- Determinar el precio bajo una negociación por el vendedor y comprador o a través de Incoterms 2020.
- Conocer y dar a conocer los beneficios que se obtendrán por cada compra y venta de los productos.

**Plaza:**

La estrategia de plaza va enfocada con la distribución de los productos que se desea que ingresen a dicho mercado esto mediante intermediarios para la entrega. Para las mipymes del sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura deben utilizar un canal de distribución esto con la participación de un canal con el fin de llegar a los consumidores chilenos de modo que esta distribución permitirá hacer la promoción de los productos que realizan los imbabureños mediante publicidad , catálogos virtuales , catalogo físicos, obteniendo el reconocimiento internacional el cual fomentará el comercio de las mipymes de esta zona y ayudará a crecer en sus ventas .

A continuación, se detallan algunas estrategias:

- Utilizar una estrategia de ventas con demostraciones esto trata de resaltar los aspectos y cualidades del producto que van a cumplir con las expectativas de los consumidores en el cual se fijará una venta eficaz y válida.
- Realizar un Joint Venture de crecimiento de tal manera que es una estrategia para las mipymes porque crean alianzas que les permitirán impulsar en los negocios de modo que ayuda a consolidar sus posiciones en un mercado meta.

### **Promoción:**

La estrategia de promoción es un conjunto de técnicas que se utiliza con el objetivo de alcanzar las diferentes propuestas establecidas. Es decir que es muy importante dar a conocer la información de los productos manufactureros textiles en el mercado chileno para la obtención de los mismos se debe utilizar las redes sociales las mismas que permitirán promocionar sus productos a los consumidores chilenos que ya existe una aceptación de los productos textiles mediante la oferta de los mismos, de intercambio de bienes y servicios con la finalidad de generar mayores ingresos dentro de su localidad. Es así que es necesario incrementar estrategias que sean competitivas:

- Ofrecer promociones y descuentos para que los productos textiles sean adquiridos con mayor facilidad en el mercado chileno.
- Promocionar incentivos a los consumidores por cada compra ya que esta es una estrategia necesaria al momento de comprar.
- Otra estrategia que es importante es ofrecer los combos o paquetes que sería ofrecer dos o más productos con un valor combinado esto quiere decir ofrecer un valor menor cuando compren algún producto.
- Es así que para promocionar el producto serio utilizar la estrategia del envío su costo serio gratuito es decir ofrecer un envío gratis de compras superiores a \$150.

### **Estrategias de Internacionalización**

La estrategia de internacionalización consiste en brindar productos o servicios o otros mercados esto favorece a impulsar las mipymes, es así que es importante utilizar algunas estrategias de internacionalización esto con el fin de promover e incentivar

a que las mipymes mejoren su proceso de comercialización. A continuación, se detallan algunas estrategias para que se internacionalizan las mipymes:

### **Filial Comercial**

La filial de comercialización se trata en tener un mayor control y conocimiento fuera de un mercado internacional al tener una filial propia las mipymes pueden acceder a sectores manteniendo una alta rentabilidad y poder en un mercado meta. Es así que para las mipymes de Imbabura es necesario crear o planificar estrategias de promociones para la distribución de sus productos textiles hacia el mercado chileno.

### **Exportación Indirecta**

Esta se basa en realizar las operaciones por medio de la contratación de un intermediario internacional el cual se encarga de gestionar las fases de operación en el comercio internacional, de tal manera las mipymes deben utilizar estrategias tales como:

- ✓ Para las mipymes es necesario optar por proveedores de textiles para la compra de la materia prima e intermediarios para llegar al mercado establecido.
- ✓ Es decir que para las mipymes deben promocionar los productos que serán exportados esto se lo puede realizar mediante un servicio post -venta

### **Joint Venture**

Hace énfasis en que las mipymes deben de consolidarse para conseguir una estrategia en común con el propósito de obtener mayores ganancias mediante esta unión, haciendo que cada una mantenga su independencia, pero trabajar con las MiPymes de forma autónoma cuidando cada uno su imagen y marca con esta estrategia se apertura la entrada a nuevos mercados con el fin de ser reconocidos y aumentar sus ingresos.

Dentro de las MiPymes de la provincia de Imbabura hemos implementado esta estrategia de modo que va ayudar a disminuir sus costos y podrán obtener una

competencia más eficiente el cual les va a permitir abrir nuevos mercados de modo que así aumentarán su poder económico por medio de la producción además alcanzar economías de escala, para que estas MiPymes emergentes crezcan a través de estrategias que serán necesarias a la hora de comercializar sus productos.

Existen diversos tipos de alianzas estratégicas como es la de Joint Venture admite la libertad de tiempo y condiciones con las que se forma una alianza una de las ventajas al utilizar dicha estrategia es que no existe fusión de empresas en una nueva, solo se necesita de la colaboración temporal de empresas .Con esta estrategia les permitirá a las MiPymes a tener participación empresarial con la finalidad de buscar un bien para cada integrante, las mismas que les va a generar recursos como capital, tecnología ,entre otros.

**Tabla 66:** Ventajas y desventajas sobre la Alianza Estratégica Joint Venture

Ventajas	Desventajas
Mayor facilidad para el ingreso a nuevos mercados.	Se requiere de una alta inversión de capital por cada una las partes interesadas.
Aprovechamiento de consolidaciones de las empresas al compartir recursos y conocimientos para lograr obtener beneficios mutuos.	Es posible que con el pasar del tiempo surjan conflictos de interés entre las mipymes asociadas.
Les permitirá reducir el riesgo individual y les va a generar aumentar su competitividad ya que mantendrá un negocio más amplio.	Es importante que para cada una de las mipymes se fije la valoración de cada una de las partes involucradas para que a la hora del reparto de los beneficios no surja ningún inconveniente y cada parte reciba lo correspondiente.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. RESULTADOS

#### 4.1.1. Resultado entrevista aplicada a Pro Ecuador Zona 1

La entrevista que se realizó al Ing. Óscar Ruano de Pro -Ecuador zona 1 es el especialista zonal de Tulcán mencionó que el sector textil es competitivo pero el corazón industrial de la zona 1 es Atuntaqui este por el tema de producción, de tejido de punto, tejido llano y textil moda; Chile es un país en el tema de integración y hay otros productos sobresalientes como los sombreros de panamajad , lana y cuero para esto el sector textil debe contar con normas internacionales como etiquetado , el tallaje que son fundamentales a la hora de exportar .

Dentro de los últimos cinco años las exportaciones se han visto afectadas debido a que en el año 2019 afectó por un paro nacional, la pandemia que inicio desde el año 2019-2021 y prácticamente el año 2022 fue de recuperación y en el presente año se aspira tener un tema de crecimiento de tal manera las personas no adquirirían ningún tipo de productos eso hizo que se perdiera competitividad y de vender , cabe destacar que el sector textil de Imbabura tiene un alto perfil que cubre las demandas nacionales . Chile es un mercado demasiado exigente por diferentes características que son: etiquetado, tallaje, color, diseño, tendencia, el cual si habría oportunidad hacia este país antes mencionado se está trabajando en ello mediante una campaña fuerte con visión grande.

Los obstáculos que les impiden a las mipymes expandir su comercialización se debe a la tendencia , diseño uso de tecnología de punta que para los pequeños productores no implementan estas características mencionadas ,igualmente el tema de promoción , utilización de páginas web participación en ferias locales les permitirá superar estos obstáculos , al existir este Acuerdo de Integración es muy favorable porque siempre se realiza enfocándose a lo que el otro país necesita y se negocia de parte y parte eso hace que el país se fortalezca . dentro de las oportunidades de

internacionalización primero se debe considerar Ecuador, segundo la zona 1 y después viene el consumidor chileno y aquí hacer un paréntesis por que los chilenos no son personas de confiar al momento de acordar con dicho país se debe realizar un contrato para que los acuerdos se exterioricen aún más a los chilenos les favorece consumir un producto de su Acuerdo Comercial en este sentido sería Ecuador hay entra más fuerte los textiles.

Los requisitos para las mipymes que exportan deben contar con Token, registrarse en el Ecuapass, hacer las declaraciones juramentadas (ficha técnica del producto), esto pueden ser personas naturales o jurídicas los dos pueden exportar y los certificados de origen que aprueba la pequeña industria del Carchi. Las mipymes no se acogen a las virtudes de dichas instituciones debido al limitante que es la inversión y la promoción comercial es muy compleja debido al flujo económico. Para que las mipymes su proceso logístico debería manejarse a ciertas características como: costeo, procesos y el producto debe estarse escuchando en el mercado, los consumidores chilenos son muy exigentes y se manejan por el precio y la calidad.

Para que las mipymes salgan al mercado internacional Pro – Ecuador está realizando un plan de acción, controlando las entradas y salidas, pero cual es el principal problema está en la inversión es por eso que está brindando conocimientos a soluciones por medio de una acción crediticia para que las empresas perfeccionen sus productos y exteriorizarse por medio del marketing y publicidad interna y externa.

#### **4.1.2. Resultado entrevista aplicada a la Red de Asociaciones Textiles de Imbabura (REDATEPSI)**

La entrevista dirigida a la Sra. Noemí Morillo vicepresidenta de REDATEPSI menciona que la Red está constituida por 20 asociaciones las cuales cuentan con un mínimo de 10 empresas cada una y están ubicadas la mayoría en Atuntaqui, seguido de Cotacachi, Otavalo e Ibarra, mismos que se destacan por su gran producción, calidad y capacidad. La Red tiene como propósito la unión entre organizaciones para la producción y comercialización de textil de Imbabura, ofertando productos nacionales de calidad y promoviendo el comercio justo. El apoyo que brinda la Red a sus socios es en cuestión de materia prima, fabricación, distribución y comercialización a través de ferias o pequeños proyectos que se realizan con el fin

de expandir su mercado, menciona además que la provincia de Imbabura es totalmente competitiva a nivel nacional ya que tiene la capacidad de cumplir con la demanda y exigencias que existe en el sector textil del país ya que producen prendas para grandes industrias como lo son RM, ETAFASHION, DERICK entre otras.

Dentro de la zona 1 del Ecuador, el sector textil de Imbabura se destaca por su gran calidad en la producción además se mencionó que hasta el 2018 la provincia es una de las mayores productoras de textiles de la zona 1, argumenta que esta posición se lo logró gracias a los años de trabajo y superación de cada una de las empresas ya que tienen una producción continua y están a la vanguardia de las tendencias tanto nacionales como internacionales. En cuanto a las empresas que conforman toda la Red se mencionó que llevan años en el sector textil logrando tener experiencia y mejorar sus técnicas pues esto les ha servido para obtener ciertas certificaciones de calidad y reconocimiento nacional.

El entrevistado da a conocer que actualmente las empresas textiles se están recuperando de la paralización comercial producto de la pandemia mundial donde muchas empresas se vieron afectadas a tal punto que tuvieron que cerrar a diferencia de otras que tuvieron un gran impulso incrementando nuevos productos de acuerdo a las medidas de sanidad que se impusieron, además se mencionó que el principal impedimento para que las empresas puedan comercializar a nivel internacional, es el económico ya que no existe apoyo de instituciones tanto privados como públicas que fomenten este tipo de exportaciones, las entidades públicas no solo deben crear acuerdos que involucren a ciertos sectores sino que también deberían crear proyectos que faciliten e incluyan a las pequeñas empresas tanto en el aspecto comercial, logísticos y económicos, brindando información sobre cómo ganar un posicionamiento en el mercado internacional.

Entre las recomendaciones mencionadas se hizo énfasis en las posibles exportaciones de las empresas de Imbabura hacia el mercado chileno a través del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador ya que Imbabura tiene productos textiles altamente competitivo y cumple con los estándares de calidad requeridos en el mercado de Chile, tomando en cuanto aquellos beneficios que brinda el acuerdo

a las pequeñas y medianas empresas, además de establecer estrategias de mejora continua para poder cumplir con las exigencias de los demandantes chilenos y poder competir con los ofertantes del mundo y para finalizar la vicepresidenta de la red agregó que es una gran oportunidad el acuerdo y que fomentará las exportaciones de los productos textiles además de representar con un gran aporte económico a la provincia de Imbabura y al país.

#### **4.1.3. Resultado de encuesta aplicada para medir la competitividad en base a la incidencia de las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura.**

La siguiente tabla corresponde el índice de competitividad en base a la incidencia de las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura en el acuerdo, los indicadores que intervienen son: tecnología, proceso productivo, organización, sostenibilidad, marketing y tecnología mismos que se aplicaron al tomar en cuenta la incidencia del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador en la provincia. Los datos recolectados son de 47 empresas participantes en la presente investigación, para las cuales se obtuvo el total de respuestas con su puntuación, posteriormente se calculó el promedio tomando en cuenta el total de calificación con el número de empresas y finalmente se analiza el promedio considerando que 5 representa el 100%. Para la calificación aplicó la escala de calificación Likert permitiendo medir el grado de cada indicador, los parámetros de la escala son: 1 (malo), 2 (regular), 3 (buena), 4 (muy buena) y 5 (excelente).

**Tabla 67:** Resultados de encuesta aplicada de competitividad

<b>ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR MANUFACTURERO TEXTIL IMBABURA</b>			
<b>Puntaje total evaluado 195=100%</b>			
<b>Puntuación máxima 5</b>			
<b>1. Tecnología</b>	<b>Total puntuación</b>	<b>Promedio</b>	<b>Participación</b>
La empresa cuenta con maquinaria	212	4,51	90,21
Cuenta con internet.	216	4,60	91,91
Utilización de correo, redes sociales y teléfono para comunicarse con clientes o proveedores.	216	4,60	91,91
Realiza mantenimiento a su maquinaria.	219	4,66	93,19
Estado de la maquinaria.	209	4,45	88,94
Proceso artesanal.	211	4,49	89,79
Proceso automatizado.	214	4,55	91,06
Con sus equipos podría aumentar su producción,	218	4,64	92,77
<b>PROMEDIO</b>	<b>1715</b>	<b>4,56</b>	<b>91,22</b>
<b>2. Proceso productivo</b>	<b>Total puntuación</b>	<b>Promedio</b>	<b>Participación</b>
La innovación de su producto.	212	4,51	90,21
Tiene un proceso con estándares de calidad.	209	4,45	88,94

El personal está capacitado.	218	4,64	92,77
Valor agregado en sus productos.	210	4,47	89,36
Cuenta con certificaciones.	209	4,45	88,94
Diversificación de producción.	213	4,53	90,64
<b>PROMEDIO</b>	<b>1271</b>	<b>4,51</b>	<b>90,14</b>

### 3. Organización

	Total puntuación	Promedio	Participación
Cuenta con un manual de proceso.	204	4,34	86,81
Realiza inventario de materia prima, insumos y productos.	210	4,47	89,36
Tiene designada tareas en su empresa.	216	4,60	91,91
Lleva un control financiero.	215	4,57	91,49
Tiene estructura organizacional.	203	4,32	86,38
<b>PROMEDIO</b>	<b>1048</b>	<b>4,46</b>	<b>89,19</b>

### 4. Sostenibilidad

	Total puntuación	Promedio	Participación
En los procesos maneja normas de seguridad.	218	4,64	92,77
Manejo de los residuos.	209	4,45	88,94
Cuenta con reciclaje de residuos.	212	4,51	90,21
Ambiente laboral.	214	4,55	91,06

Apoyo a la comunidad.

162

3,45

68,94

**PROMEDIO**

**1015**

**4,32**

**86,38**

## 5. Marketing

**Total puntuación**

**Promedio**

**Participación**

Cuenta con marca.

230

4,89

97,87

Maneja e-commerce.

160

3,40

68,09

Cuenta con catálogos.

169

3,60

71,91

Maneja plataformas digitales.

175

3,72

74,47

Aplicación de proceso post-ventas.

148

3,15

62,98

**PROMEDIO**

**882**

**3,75**

**75,06**

## 6. Comercialización

**Total puntuación**

**Promedio**

**Participación**

Comercialización nacional.

223

4,74

94,89

Comercialización internacional.

137

2,91

58,30

Comercio justo.

195

4,15

82,98

Apoyo de instituciones públicas y privada.

79

1,68

33,62

Cuenta con un departamento de ventas.

203

4,32

86,38

Conocimiento en comercio exterior.

149

3,17

63,40

Planificación de comercialización.

168

3,57

71,49

Diversificación de mercados.	162	3,45	68,94
Conocimiento de los acuerdos internacionales aplicado a los productos textiles.	139	2,96	59,15
Certificaciones internacionales.	86	1,83	36,60
<b>PROMEDIO</b>	<b>1541</b>	<b>3,28</b>	<b>65,57</b>

---

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD IMBABURA	
INDICADOR	PROMEDIO
Tecnología	4,56
Proceso productivo	4,51
Organización	4,46
Sostenibilidad	4,32
Marketing	3,75
Comercialización	3,28
<b>TOTAL</b>	<b>4,15</b>



**Figura 57** Índice de competitividad Imbabura

La evaluación de la competitividad de la provincia de Imbabura a lo que respecta al sector manufacturero se evalúa los factores tecnológicos, productivos, organización, sostenibilidad, marketing y comercialización con un promedio máximo de 5/5. A lo que respecta a maquinaria se obtiene un promedio de 4,56/5 siendo bastante buena, se recomienda realizar un control del estado de la maquinaria operativa y cambiar el proceso artesanal por la automatización. En el apartado de los procesos productivos se alcanza un promedio de 4,51/5 debido a que se requiere de procesos orientados a estándares de calidad y obtención de certificaciones para aumentar la competitividad.

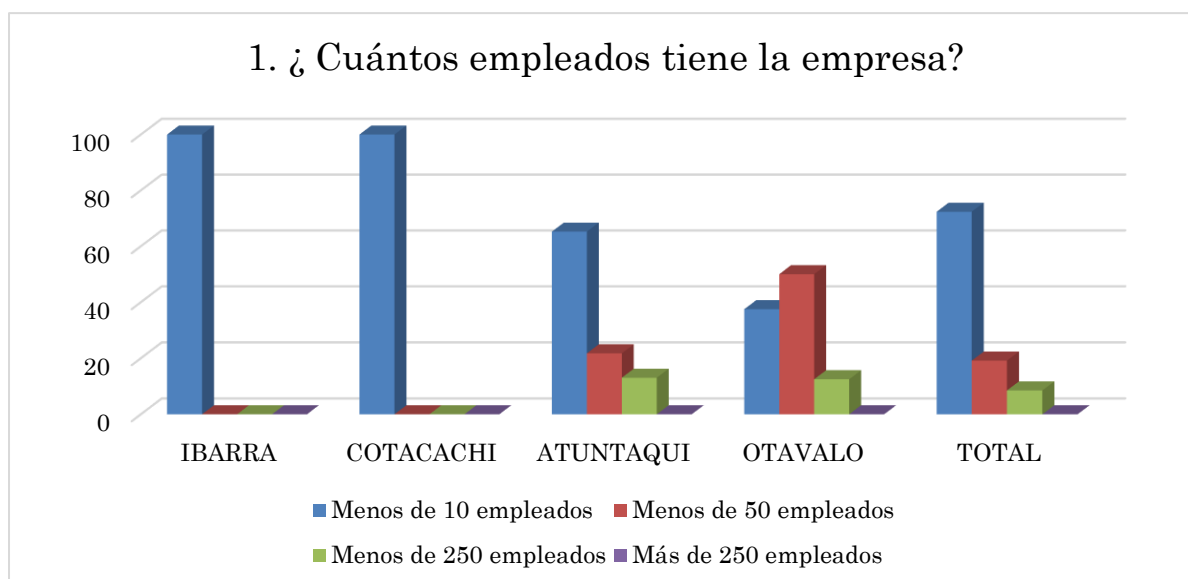
A lo que respecta a organización, la provincia obtiene un promedio de 4,46/5 las empresas imbabureñas necesitan estructurar un sistema organizativo fuerte para maximizar la comunicación y aplicación de estrategias en todas sus áreas. En sostenibilidad la provincia obtiene un promedio de 4,46/5 se requiere fortalecer el apoyo a la comunidad y participar de un ambiente socialmente responsable. A lo que respecta al marketing la provincia obtiene un promedio de 3,75/5 dado que se requiere aplicar métodos de servicios post venta a clientes nacionales e internacionales y promover el manejo de plataformas digitales y e-commerce. Por último, se evalúa la comercialización, se obtuvo un promedio de 3,28/5 por que se requiere la obtención de certificaciones internacionales y generar inversión por medio de instituciones públicas y privadas para continuar promoviendo la industria manufacturera textil de Imbabura a mercados internacionales.

#### 4.1.4. Resultado de encuesta de factores aplicada a las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura.

##### 1. ¿Cuántos empleados tiene la empresa?

Categoría	Respuesta	Ibarra		Cotacachi		Atuntaqui		Otavalo		Total	
		Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %
1	Menos de 10 empleados	7	100	9	100	15	65,2 2	3	37,5	34	72,3 4
2	Menos de 50 empleados	0	0	0	0	5	21,7 4	4	50	9	19,1 5
3	Menos de 250 empleados	0	0	0	0	3	13,0 4	1	12,5	4	8,51
4	Más de 250 empleados	0	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0,00
	<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>23</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>

## 1. ¿ Cuántos empleados tiene la empresa?

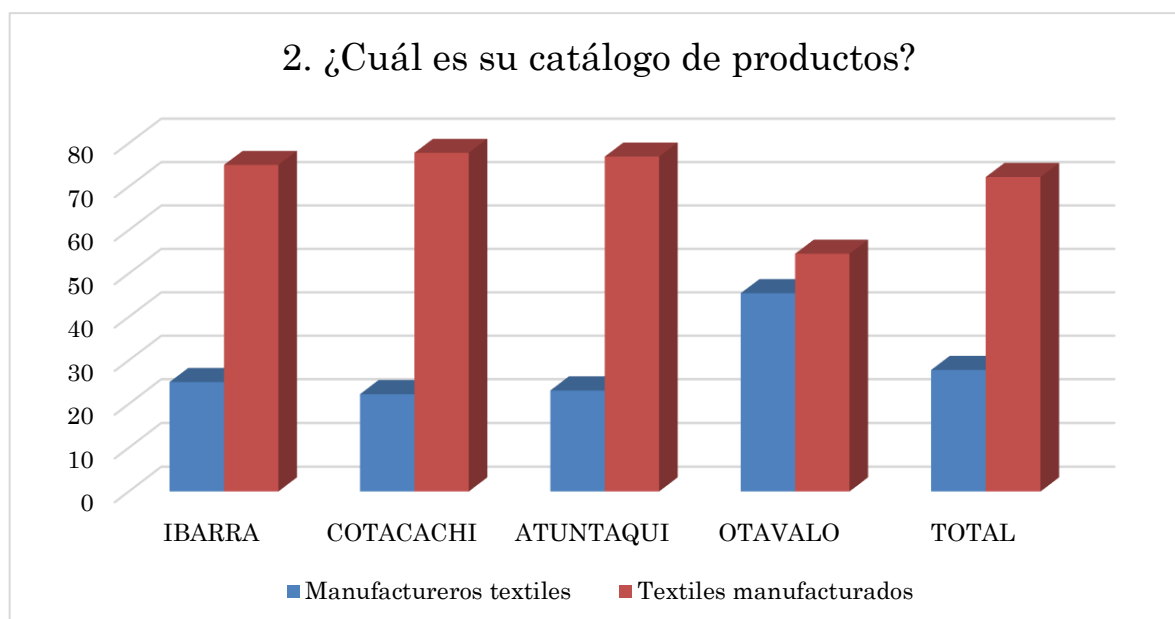


En la provincia de Imbabura el 72,34% pertenecen a las microempresas el 19,15% a las pequeñas empresas y las medianas empresas un 8,51%. En Ibarra y Cotacachi se encuentran gran parte de las microempresas de la provincia, mientras que Atuntaqui y Otavalo cuentan con empresas micro, pequeñas y medianas no supero al 60%.

## 2. ¿Cuál es su catálogo de productos?

Categoría	Respuesta	Ibarra		Cotacachi		Atuntaqui		Otavalo		Total	
		Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %
1	Manufactureros textiles	2	25	2	22,22	6	23,08	5	45,45	15	27,78
2	Textiles manufacturados	6	75	7	77,78	20	76,92	6	54,55	39	72,22
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>11</b>	<b>100</b>	<b>54</b>	<b>100</b>

## 2. ¿Cuál es su catálogo de productos?

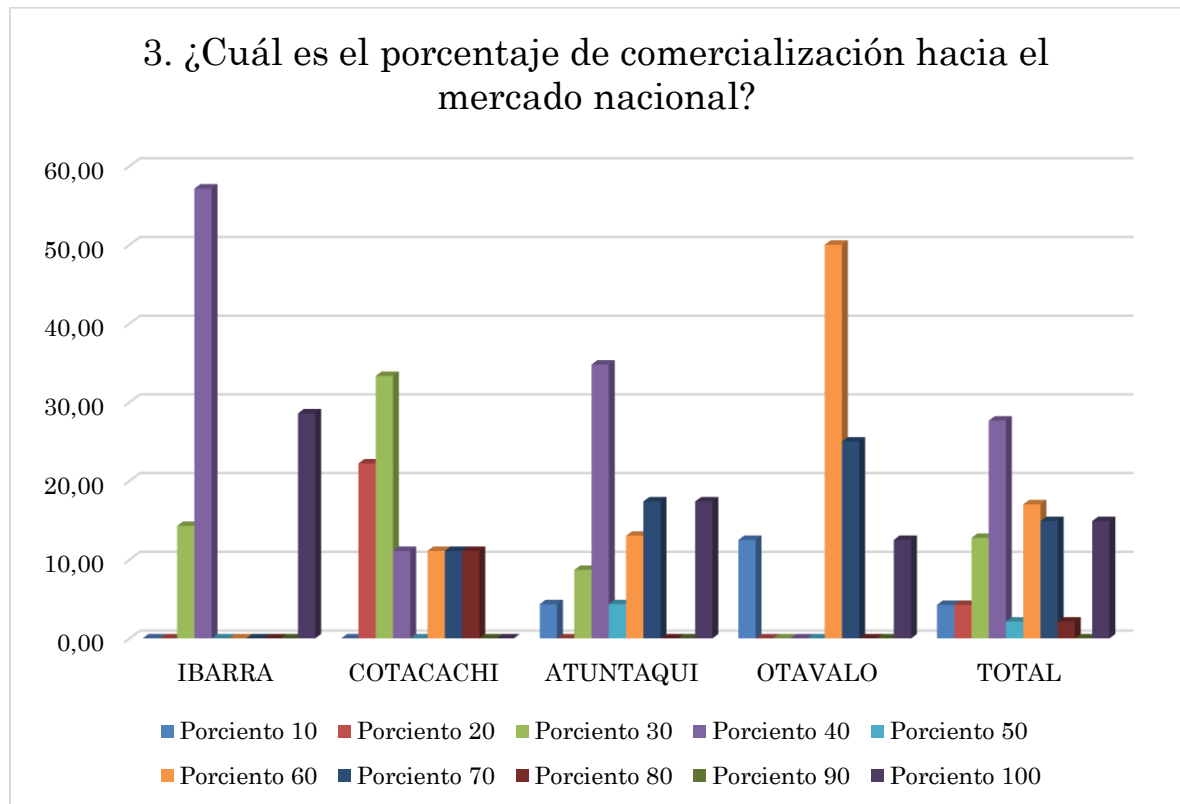


En total la provincia de Imbabura registra producción de productos manufactureros textiles en un 27,78% y de textiles manufacturados en 72,22% de los cuales Ibarra tiene en un 75% producción de textiles manufacturados, Cotacachi un 77,78%, Atuntaqui 76,92%, Otavalo con un 54,55%.

## 3. ¿Cuál es el porcentaje de comercialización hacia el mercado nacional?

Categoría	RESPUESTA	Ibarra		Cotacachi		Atuntaqui		Otavalo		Total	
		Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %
1	10%	0	0,00	0	0,00	1	4,35	1	12,50	2	4,26
2	20%	0	0,00	2	22,22	0	0,00	0	0,00	2	4,26
3	30%	1	14,29	3	33,33	2	8,70	0	0,00	6	12,77
4	40%	4	57,14	1	11,11	8	34,78	0	0,00	13	27,66
5	50%	0	0,00	0	0,00	1	4,35	0	0,00	1	2,13
6	60%	0	0,00	1	11,11	3	13,04	4	50,00	8	17,02
7	70%	0	0,00	1	11,11	4	17,39	2	25,00	7	14,89
8	80%	0	0,00	1	11,11	0	0,00	0	0,00	1	2,13
9	90%	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00

10	100%	2	28,57	0	0,00	4	17,39	1	12,50	7	14,89
<b>Total</b>		<b>7</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>23</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>



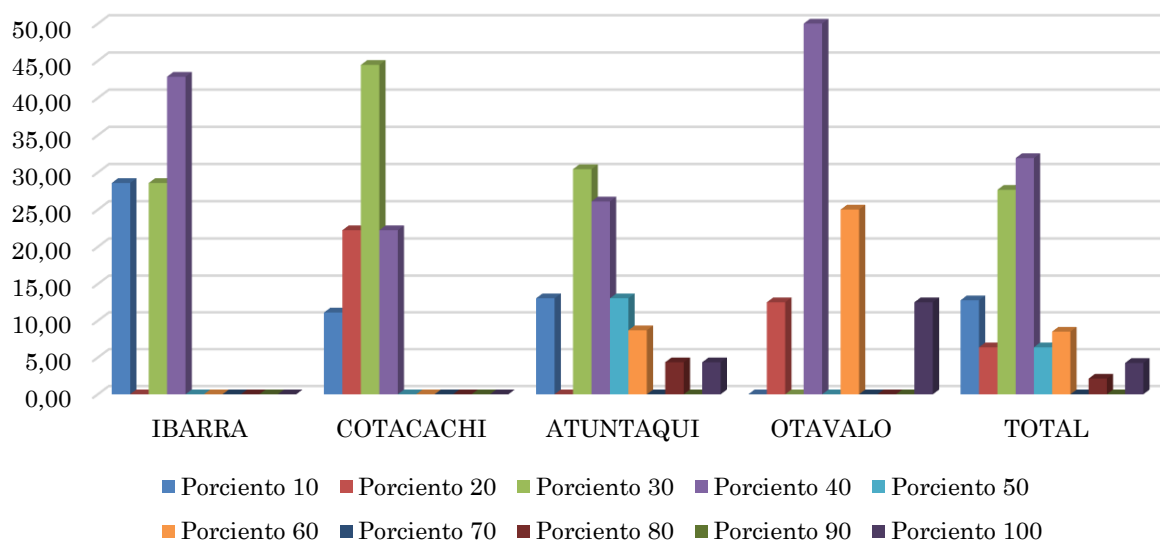
De toda la producción de la provincia de Imbabura el 27,66% es destinado al mercado nacional según los datos obtenidos, en cantones como Ibarra el 57,14% de la de su producción comercialización es nacional, en Cotacachi el 30% de su producción representa el 33,33% comercializando a nivel nacional, en Atuntaqui el 34,78% y en Otavalo cerca del 60% de su producción es destinada a la comercialización local.

#### 4. ¿Cuál es el porcentaje de comercialización hacia el mercado internacional?

Categoría	Respuesta	Ibarra		Cotacachi		Atuntaqui		Otavalo		Total	
		Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %
1	10%	2	28,57	1	11,11	3	13,04	0	0,00	6	12,77

<b>2</b>	20%	0	0,00	2	22,22	0	0,00	1	12,50	3	6,38
<b>3</b>	30%	2	28,57	4	44,44	7	30,43	0	0,00	13	27,66
<b>4</b>	40%	3	42,86	2	22,22	6	26,09	4	50,00	15	31,91
<b>5</b>	50%	0	0,00	0	0,00	3	13,04	0	0,00	3	6,38
<b>6</b>	60%	0	0,00	0	0,00	2	8,70	2	25,00	4	8,51
<b>7</b>	70%	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
<b>8</b>	80%	0	0,00	0	0,00	1	4,35	0	0,00	1	2,13
<b>9</b>	90%	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
<b>10</b>	100%	0	0,00	0	0,00	1	4,35	1	12,50	2	4,26
<b>Total</b>		<b>7</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>23</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>

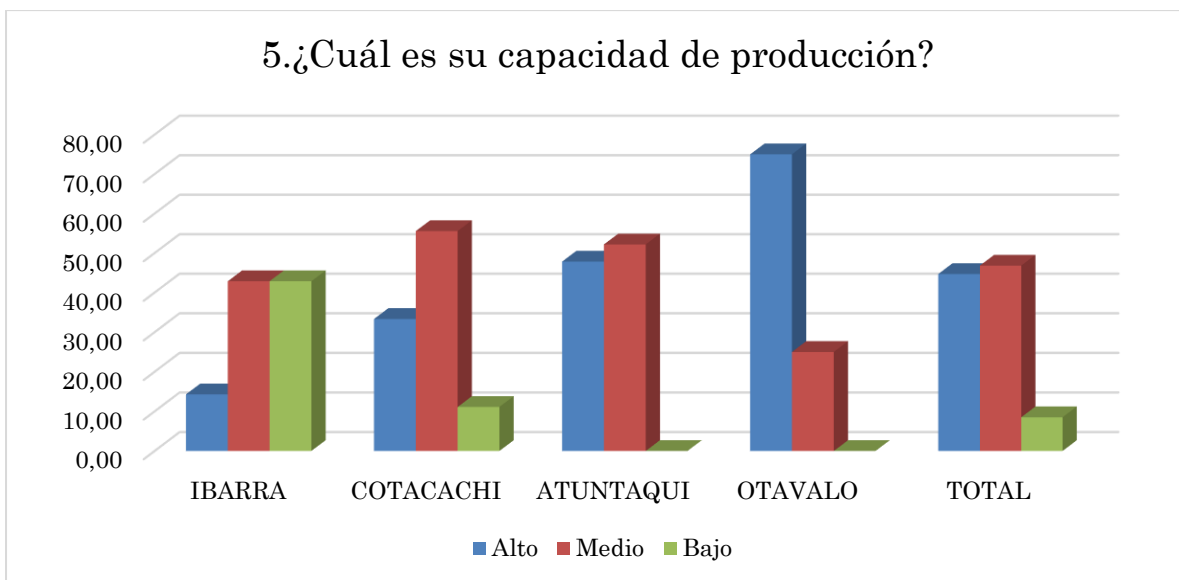
#### 4. ¿Cuál es el porcentaje de comercialización hacia el mercado internacional?



A lo que representa la producción destinada a mercados internacionales en Imbabura el 40% de su producción es destinada a mercados internacionales. Ibarra cerca del 42,86% se destina a mercados internacionales, Cotacachi 44,44%, Atuntaqui con 30,43% y Otavalo con el 50%.

#### 5. ¿Cuál es su capacidad de producción?

Categoría	Respuesta	Ibarra		Cotacachi		Atuntaqui		Otavalo		Total	
		Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %
1	Alto	1	14,29	3	33,33	11	47,83	6	75	21	44,68
2	Medio	3	42,86	5	55,56	12	52,17	2	25	22	46,81
3	Bajo	3	42,86	1	11,11	0	0,00	0	0	4	8,51
<b>Total</b>		<b>7</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>23</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100,00</b>

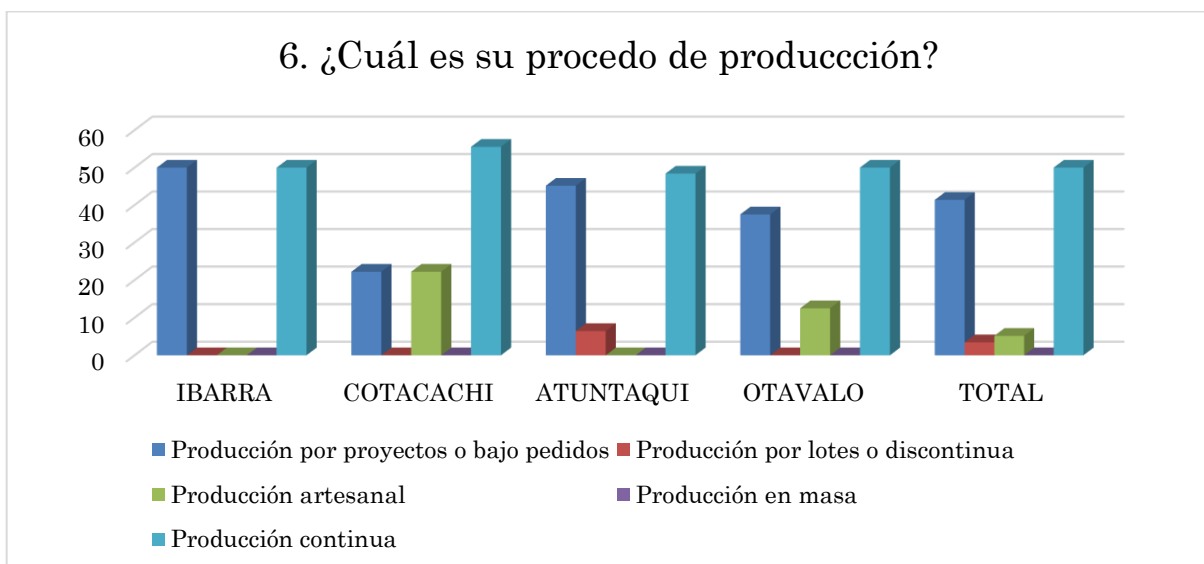


La capacidad de producción de Imbabura según los datos es media en un 46,81%, en Ibarra está entre media y baja con 42,86% respectivamente, Cotacachi media con 55,56%, Atuntaqui 52,17% y Otavalo alta con 75%.

#### 6. ¿Cuál es su proceso de producción?

Categoría	Respuesta	Ibarra		Cotacachi		Atuntaqui		Otavalo		Total	
		Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %

<b>1</b>	Producción por proyectos o bajo pedidos	5	50	2	22,22	14	45,16	3	37,50	24	41,38
<b>2</b>	Producción por lotes o discontinua	0	0	0	0,00	2	6,45	0	0,00	2	3,45
<b>3</b>	Producción artesanal	0	0	2	22,22	0	0,00	1	12,50	3	5,17
<b>4</b>	Producción en masa	0	0	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
<b>5</b>	Producción continua	5	50	5	55,56	15	48,39	4	50,00	29	50,00
<b>Total</b>		<b>10</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

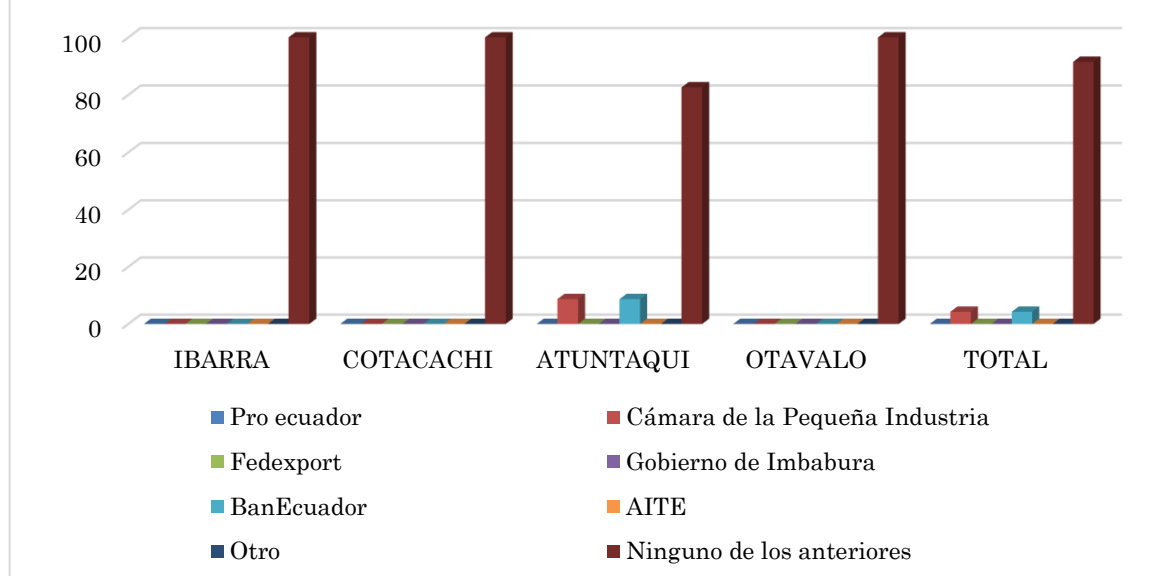


A lo que respecta a los procesos de producción en la provincia de Imbabura, el 41,38% se realiza bajo pedido, el 3,45% producción por lotes, 5,17% producción artesanal y el 50% la producción es continua. En Ibarra principalmente se trabaja mediante la producción por pedidos y producción continua registrando un 50% respectivamente, en Cotacachi el 22,22% producción bajo pedido, 22,22% producción artesanal y 55,56% una producción continua, por otro lado, en Atuntaqui se registra el 45,16% de producción bajo pedidos, el 6,45% producción por lotes y el 48,39% producción continua y en Otavalo el 37,50% producción bajo pedido, el 12,50% producción artesanal y 50% producción continua.

7. ¿Ha recibido algún tipo de apoyo o incentivo por parte del gobierno ecuatoriano?

Categoría	Respuesta	Ibarra		Cotacachi		Atuntaqui		Otavalo		Total	
		Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %
1	Pro Ecuador	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
2	Cámara de la Pequeña Industria	0	0	0	0	2	8,70	0	0	2	4,26
3	Fedexport	0	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0,00
4	Gobierno de Imbabura	0	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0,00
5	Banecuador	0	0	0	0	2	8,70	0	0	2	4,26
6	AITE	0	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0,00
7	Otro	0	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0,00
8	Ninguno de los anteriores	7	100	9	100	19	82,61	8	100	43	91,49
	<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>23</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>

### 7. ¿A recibido algún tipo de apoyo o incentivo por parte del gobierno ecuatoriano?

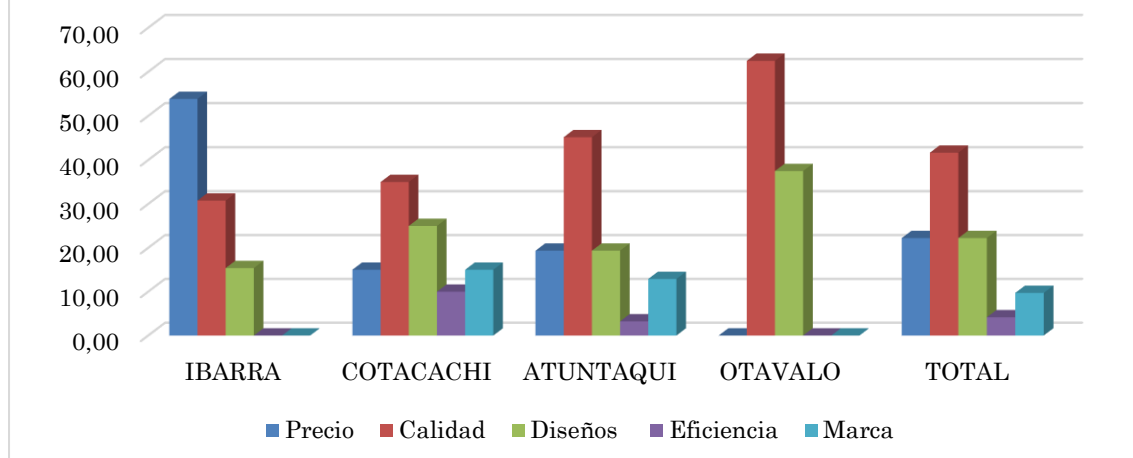


Del total de empresas encuestadas de la provincia de Imbabura, se registra un 91,49% de las empresas manifiestan que no recibieron ayuda de ningún tipo para fortalecer su industria. En Atuntaqui se registra un apoyo por parte de la cámara de la pequeña industria en un 8,70%.

### 8. ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de sus productos en el mercado nacional e internacional?

Categoría	Respuesta	Ibarra		Cotacachi		Atuntaqui		Otavalo		Total	
		Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %
1	Precio	7	53,85	3	15	6	19,35	0	0	16	22,22
2	Calidad	4	30,77	7	35	14	45,16	5	62,50	30	41,67
3	Diseños	2	15,38	5	25	6	19,35	3	37,50	16	22,22
4	Eficiencia	0	0,00	2	10	1	3,23	0	0,00	3	4,17
5	Marca	0	0,00	3	15	4	12,90	0	0,00	7	9,72
<b>Total</b>		<b>13</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>72</b>	<b>100</b>

### 8. ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de sus productos en el mercado nacional e internacional?

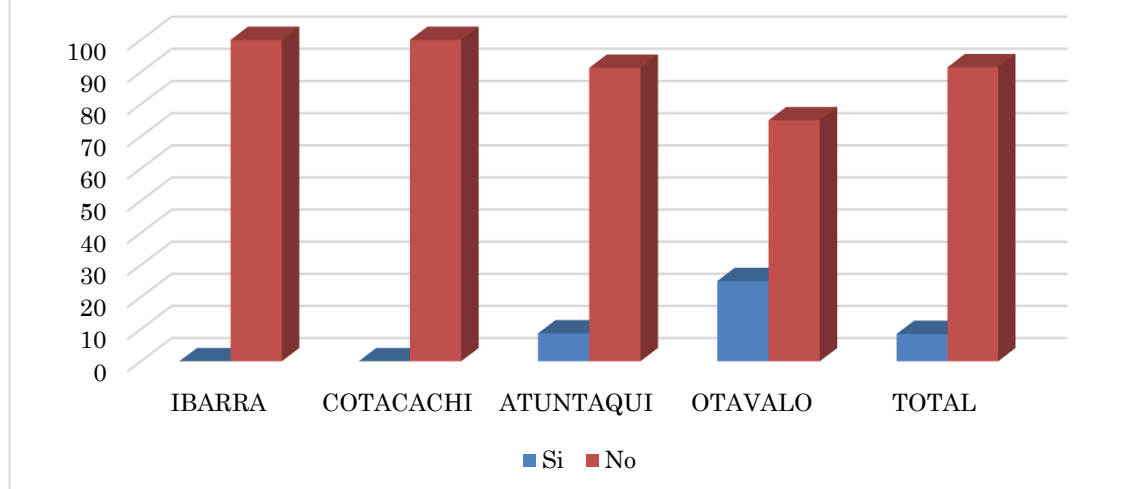


Las mipymes de Imbabura se caracterizan por ofrecer productos del sector textil de alta calidad al presentar una participación del 41,67%, precio competitivo con 22,22% y diseños únicos tradicionales con el 22,22%. Ibarra se destaca por vender en el mercado nacional como internacional productos con calidad, diseños únicos y precio accesibles, Otavalo vende productos de calidad y diseños innovadores representativos de la provincia, mientras que Cotacachi y Atuntaqui tienen productos con precio accesible, calidad, diseños únicos, eficiencia y marcas reconocidas.

### 9. ¿Usted tiene conocimiento sobre el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador?

Categoría	Respuesta	Ibarra		Cotacachi		Atuntaqui		Otavalo		Total	
		Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %
1	Si	0	0	0	0	2	8,70	2	25	4	8,51
2	No	7	100	9	100	21	91,30	6	75	43	91,49
<b>Total</b>		<b>7</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>23</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>

### 9. ¿Usted tiene conocimiento sobre el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador?

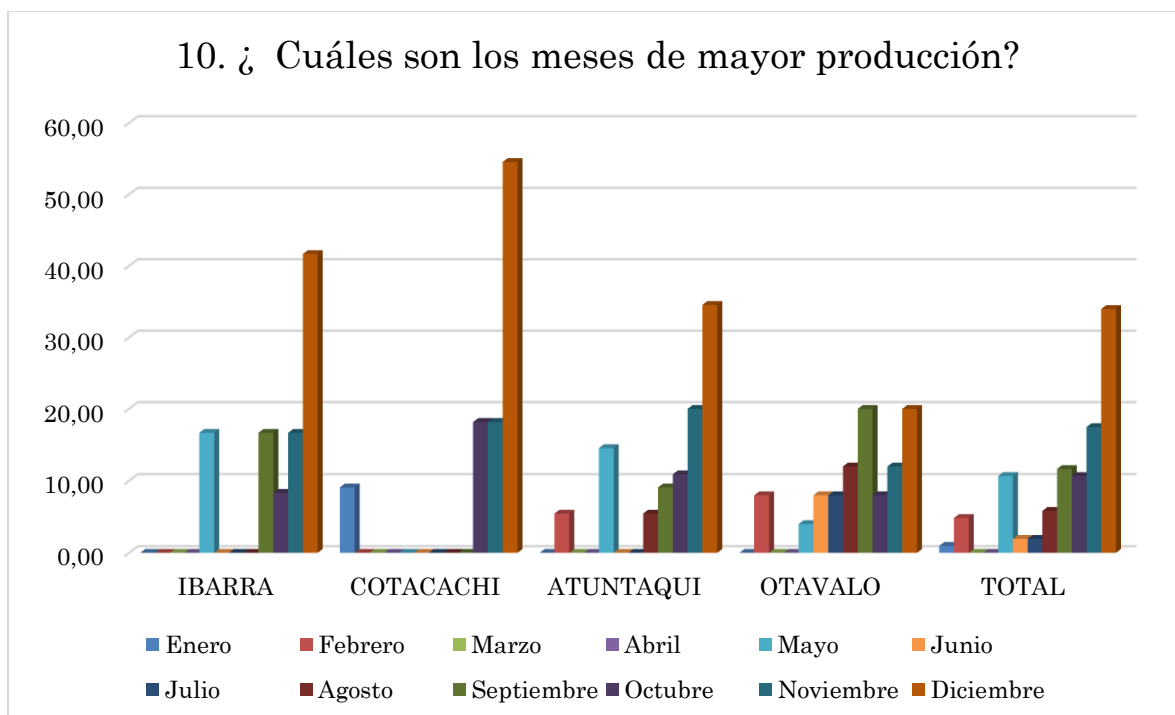


El 91,49% de las mipymes de Imbabura no tienen conocimiento sobre el Acuerdo Comercial entre Chile y Ecuador, mientras que el 8,51% ubicadas en Atuntaqui y Otavalo conocen los beneficios del presente acuerdo con los procesos para internacionalizar los productos del sector textil hacia el país de Chile.

### 10. ¿Cuáles son los meses de mayor producción?

Categoría	Respuesta	Ibarra		Cotacachi		Atuntaqui		Otavalo		Total	
		Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %
1	Enero	0	0,00	1	9,09	0	0	0	0,00	1	0,97
2	Febrero	0	0,00	0	0,00	3	5,45	2	8,00	5	4,85
3	Marzo	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
4	Abril	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
5	Mayo	2	16,67	0	0,00	8	14,55	1	4,00	11	10,68
6	Junio	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	8,00	2	1,94
7	Julio	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	8,00	2	1,94
8	Agosto	0	0,00	0	0,00	3	5,45	3	12,00	6	5,83

9	Septiembre	2	16,67	0	0,00	5	9,09	5	20,00	12	11,65
10	Octubre	1	8,33	2	18,18	6	10,91	2	8,00	11	10,68
11	Noviembre	2	16,67	2	18,18	11	20,00	3	12,00	18	17,48
12	Diciembre	5	41,67	6	54,55	19	34,55	5	20,00	35	33,98
<b>Total</b>		<b>12</b>	<b>100</b>	<b>11</b>	<b>100</b>	<b>55</b>	<b>100</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>103</b>	<b>100</b>

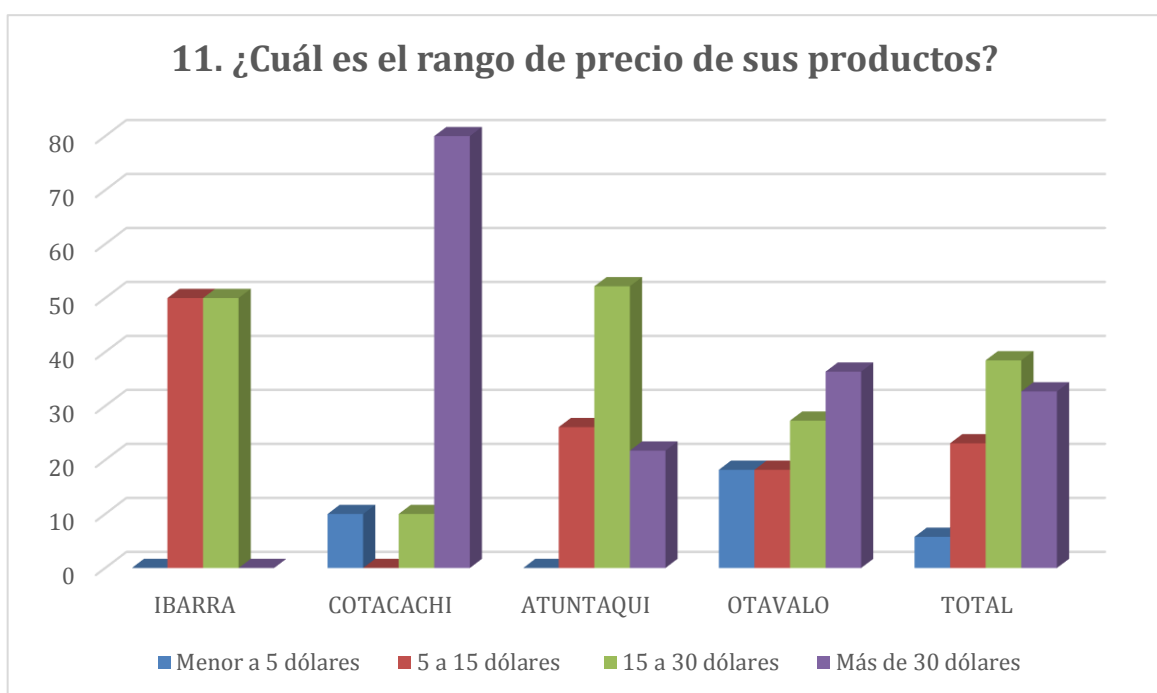


Los meses donde las mipymes de Imbabura del sector manufacturero textil tienen una alta producción por el crecimiento de la demanda están centradas en el mes de diciembre con un 33,98% debido a las celebraciones navideñas, noviembre tiene una participación de 17,48%, septiembre por el periodo académico en la región sierra representa el 11,65%, mayo y octubre cubren la demanda de un 10,68%.

### 11. ¿Cuál es el rango de precio de sus productos?

Categoría	Respuesta	Ibarra		Cotacachi		Atuntaqui		Otavalo		Total	
		Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %

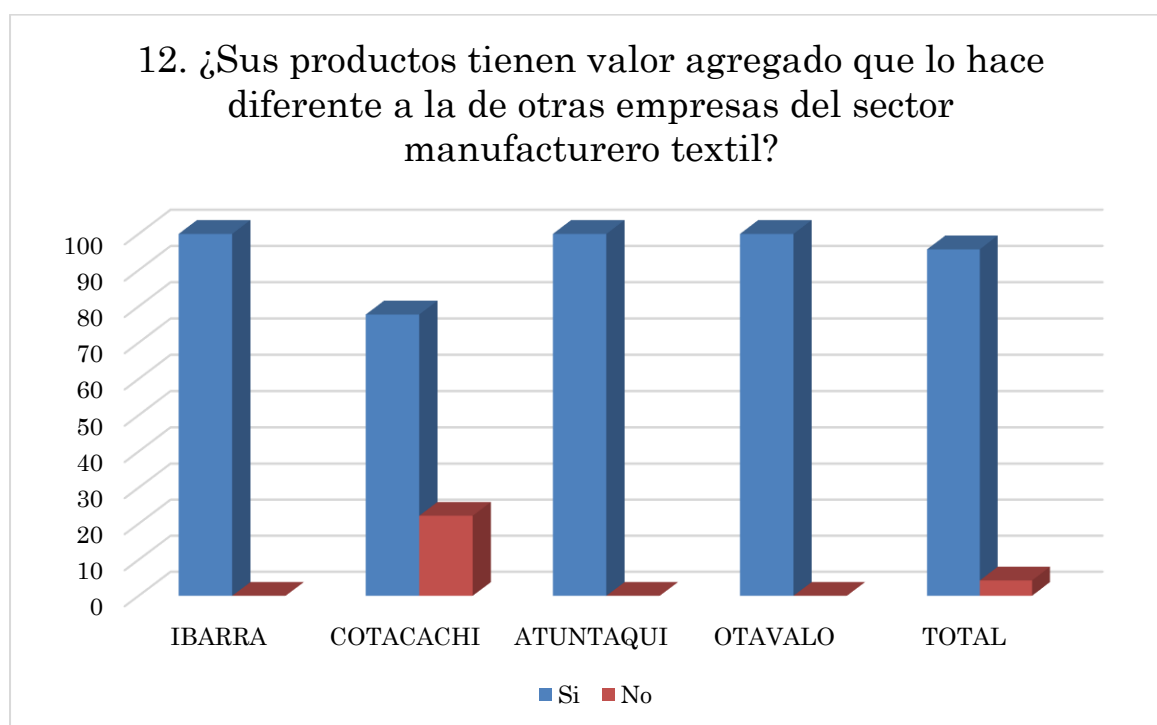
<b>1</b>	Menor a 5 dólares	0	0	1	10	0	0,00	2	18,18	3	5,77
<b>2</b>	5 a 15 dólares	4	50	0	0	6	26,09	2	18,18	12	23,08
<b>3</b>	15 a 30 dólares	4	50	1	10	12	52,17	3	27,27	20	38,46
<b>4</b>	Más de 30 dólares	0	0	8	80	5	21,74	4	36,36	17	32,69
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100</b>	<b>10</b>	<b>100</b>	<b>23</b>	<b>100</b>	<b>11</b>	<b>100</b>	<b>52</b>	<b>100</b>



El rango de precio de los productos manufactureros textiles que se venden en la provincia de Imbabura tiene un precio de 15 a 30 dólares con una participación del 38,46%, el 32,69% de las prendas textiles tienen un precio mayor a 30 dólares, los productos que tienen un valor de 5 a 15 dólares representan el 23,08% de las mipymes y en un porcentaje de 5,77% están los productos menores a 5 dólares. En Ibarra el 50% tienen un precio de 5 a 15 dólares el otro 50% se encuentran los productos con un precio mayor a 30 dólares, el 80% de mipymes de Cotacachi venden sus productos a un precio superior a 30 dólares, Atuntaqui ofrecen la mayoría de sus productos a un precio de 15 a 30 dólares representando el 52,17% mientras que el 36,36% de las empresas de Otavalo ofrecen sus productos a un precio mayor a 30 dólares.

**12. ¿Sus productos tienen valor agregado que lo hace diferente a la de otras empresas del sector manufacturero textil?**

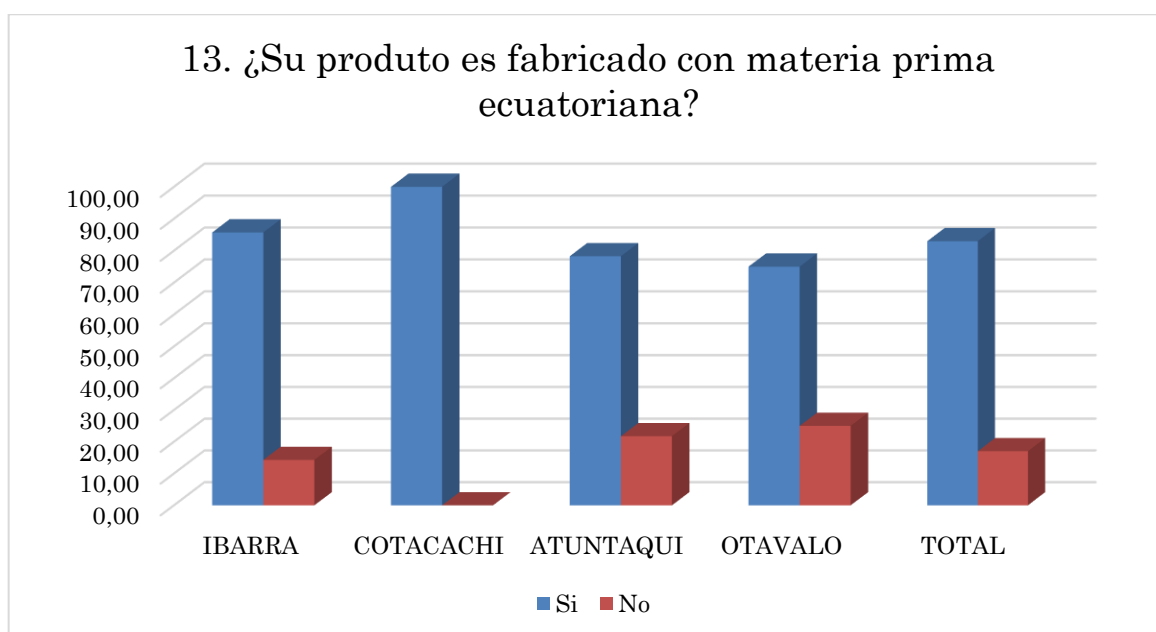
Categoría	Respuesta	Ibarra		Cotacachi		Atuntaqui		Otavalo		Total	
		Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %
1	Si	7	100	7	77,78	23	100	8	100	45	95,74
2	No	0	0	2	22,22	0	0	0	0	2	4,26
<b>Total</b>		<b>7</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>23</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>



El 95,74% de las mipymes de Imbabura producen y comercializan productos del sector textil con valor agregado y sólo el 4,26% no cuenta con un valor agregado que cause una percepción competitiva en el mercado internacionales, las mipymes se ubican en Cotacachi pues consideran que sus productos son similares a la de su competencia.

**13. ¿Su producto es fabricado con materia prima ecuatoriana?**

Categoría	Respuesta	Ibarra		Cotacachi		Atuntaqui		Otavalo		Total	
		Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %
1	Si	6	85,71	9	100	18	78,26	6	75	39	82,98
2	No	1	14,29	0	0	5	21,74	2	25	8	17,02
<b>Total</b>		<b>7</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>23</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>

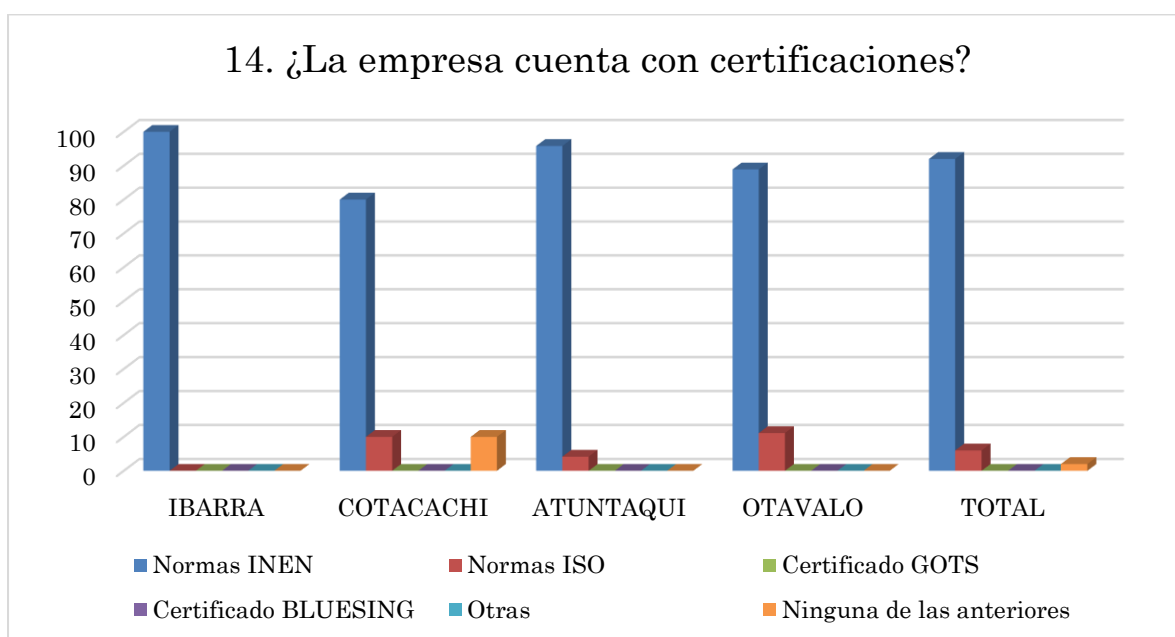


Los productos del sector textil de Imbabura elaboran sus productos con materia prima nacional representando la participación del 82,98% mientras que el 17,02 utilizan materia prima importada cuyas empresas se ubican en Ibarra, Atuntaqui y Otavalo.

#### 14. ¿La empresa cuenta con certificaciones?

Categoría	Respuesta	Ibarra		Cotacachi		Atuntaqui		Otavalo		Total	
		Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %

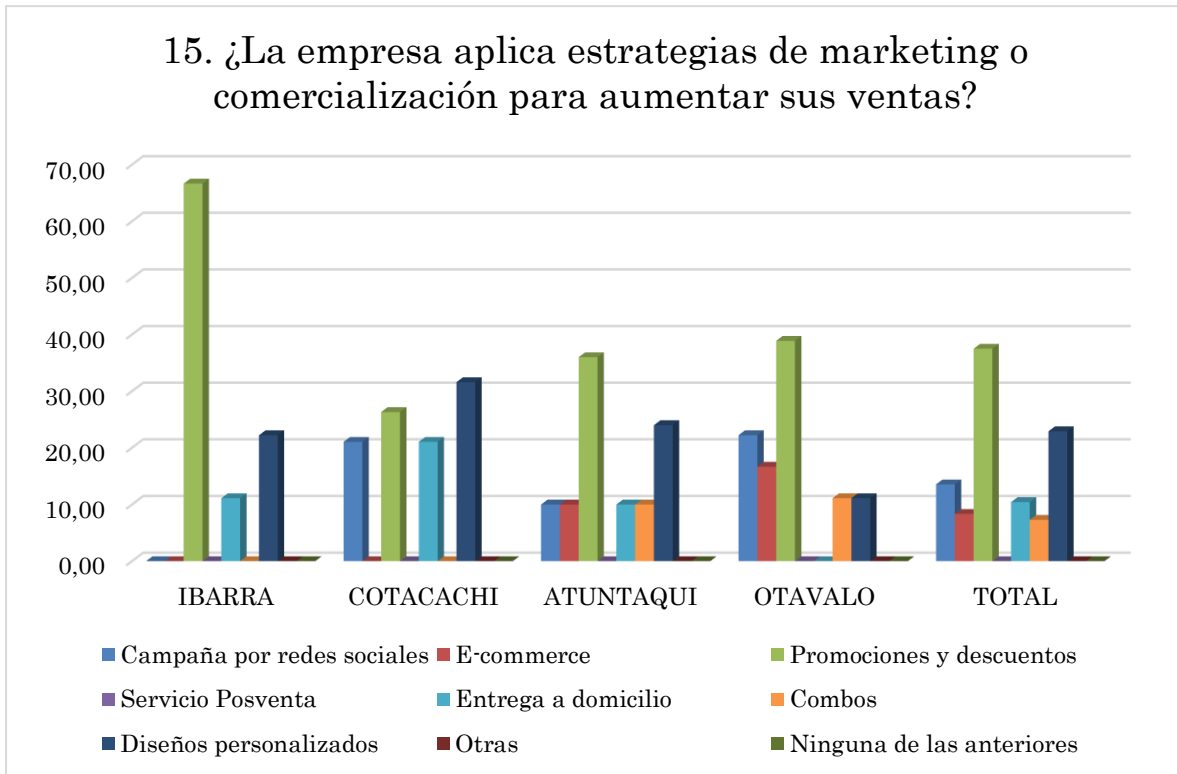
1	Normas INEN	7	100	8	80	23	95,83	8	88,89	46	92
2	Normas ISO	0	0	1	10	1	4,17	1	11,11	3	6
3	Certificado GOTS	0	0	0	0	0	0,00	0	0,00	0	0
4	Certificado BLUESING	0	0	0	0	0	0,00	0	0,00	0	0
5	Otras	0	0	0	0	0	0,00	0	0,00	0	0
6	Ninguna de las anteriores	0	0	1	10	0	0,00	0	0,00	1	2
<b>Total</b>		<b>7</b>	<b>100</b>	<b>10</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>



El 92% de las empresas cuentan con la certificación INEN, el 6% tienen la certificación ISO y el 2% no cuenta con ninguna certificación. En Atuntaqui la empresa Ángel Baby cuenta con la certificación INEN e ISO, en Otavalo la empresa Indutexma cuenta con la certificación INEN e ISO y en Cotacachi la empresa Teneria San Marco Jr cuenta con la certificación INEN e ISO.

#### 15. ¿La empresa aplica estrategias de marketing o comercialización para aumentar sus ventas?

Categoría	Respuesta	Ibarra		Cotacachi		Atuntaqui		Otavalo		Total	
		Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %	Puntos	Participación %
1	Campaña por redes sociales	0	0,00	4	21,05	5	10,00	4	22,22	13	13,54
2	E-commerce	0	0,00	0	0,00	5	10,00	3	16,67	8	8,33
3	Promociones y descuentos	6	66,67	5	26,32	18	36,00	7	38,89	36	37,50
4	Servicio Posventa	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
5	Entrega a domicilio	1	11,11	4	21,05	5	10,00	0	0,00	10	10,42
6	Combos	0	0,00	0	0,00	5	10,00	2	11,11	7	7,29
7	Diseños personalizados	2	22,22	6	31,58	12	24,00	2	11,11	22	22,92
8	Otras	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
9	Ninguna de las anteriores	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
	<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>18</b>	<b>100</b>	<b>96</b>	<b>100</b>



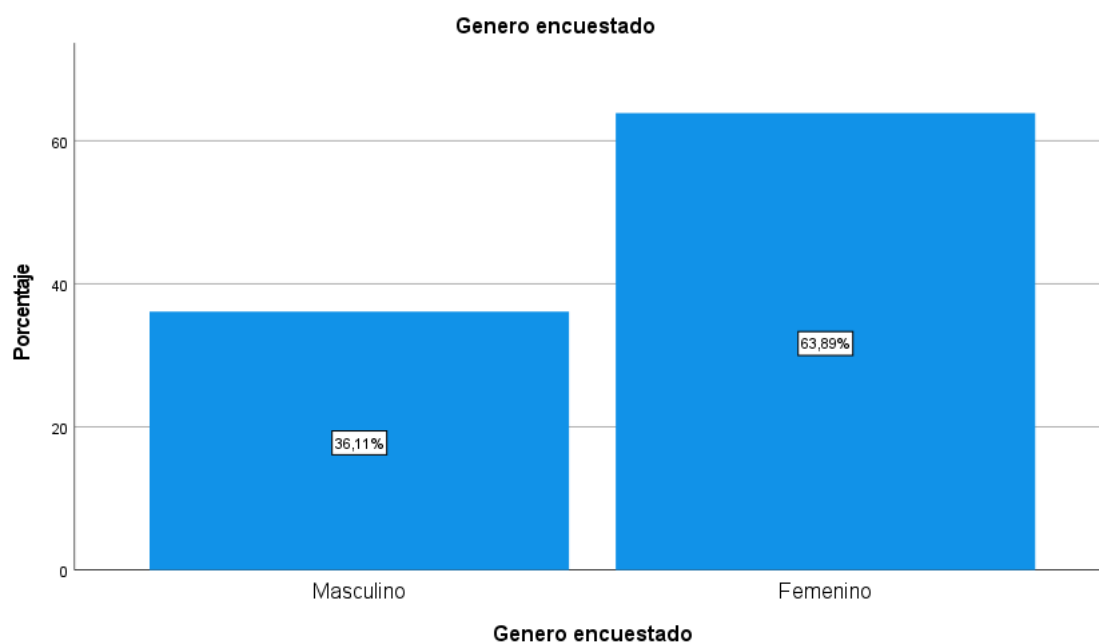
Entre las estrategias de marketing o comercialización para aumentar las ventas de las mipymes de Imbabura del sector textil que son mayormente utilizadas son las promociones y descuentos que representa en 37,50%, los diseños personalizados tienen una participación del 22,92%, campañas por redes son utilizadas en 13,54%, entrega a domicilio el 10,42%, utilización del e-commerce representa el 8,33% y los combos son aplicados por el 7,29% de las empresas.

#### **4.1.4. Resultado de encuesta aplicada a los consumidores de productos textiles en Chile.**

Las encuestas fueron dirigidas a los consumidores chilenos mediante la difusión de Facebook Adds, con la finalidad de obtener información sobre los gustos y tendencias de consumo de productos textiles ecuatorianos, en total fueron 72 encuestados obteniendo los siguientes resultados:

## Género

		Genero encuestado			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	26	35,6	36,1	36,1
	Femenino	46	63,0	63,9	100,0
	Total	72	98,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,4		
Total		73	100,0		

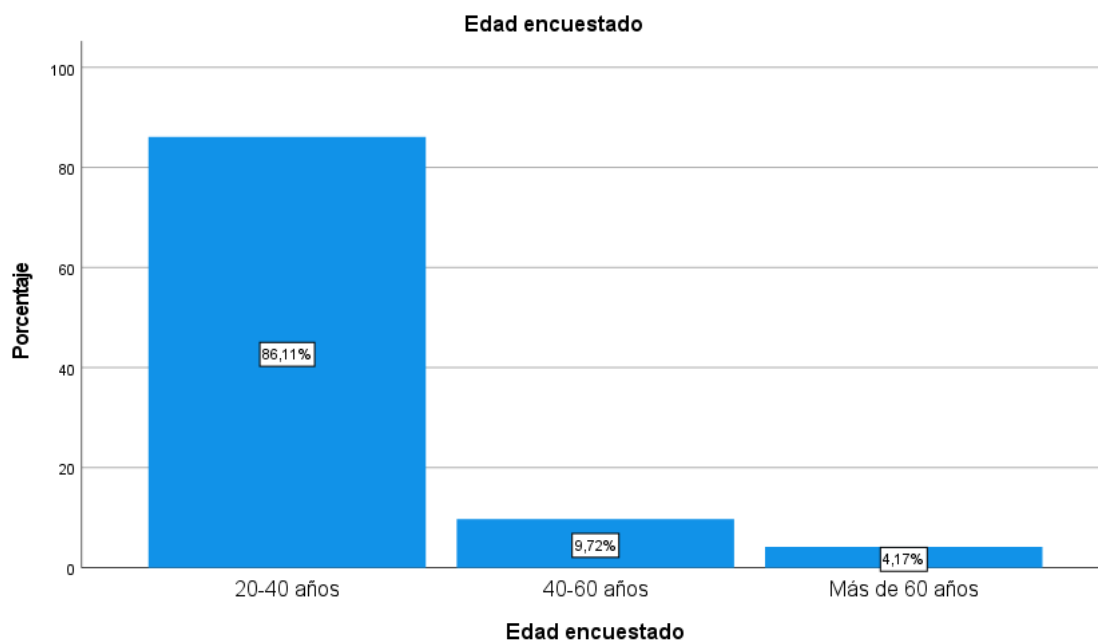


Los datos obtenidos muestran un total de 72 encuestados, 26 hombres con el 36,11% y 46 mujeres el 63,89%. Teniendo mayor afluencia de compra por parte del sexo femenino.

## Edad

Edad encuestado	
-----------------	--

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20-40 años	62	84,9	86,1	86,1
	40-60 años	7	9,6	9,7	95,8
	Más de 60 años	3	4,1	4,2	100,0
	<b>Total</b>	72	98,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,4		
<b>Total</b>		73	100,0		

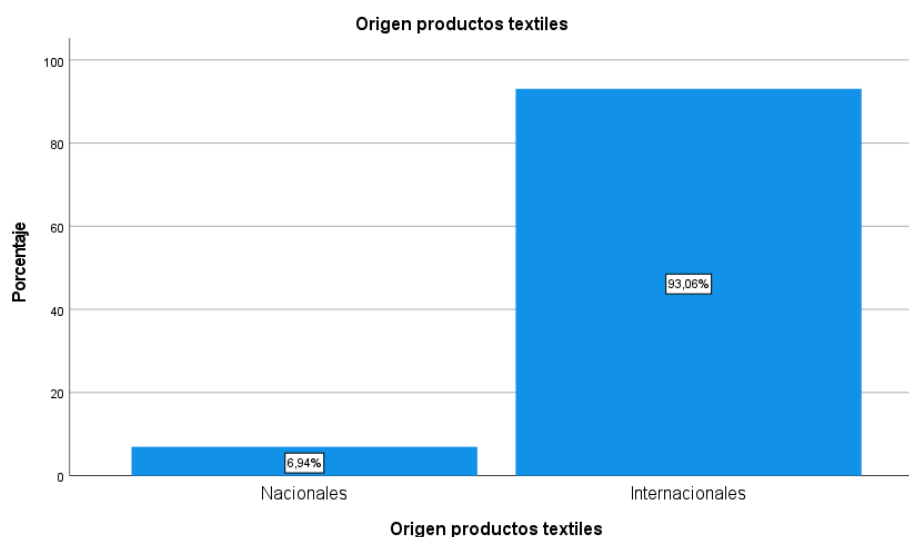


Los datos obtenidos muestran que del total de las 72 personas encuestadas el 86,11% tienen una edad entre los 20 a 40 años siendo la más significativa en comparación a los de 40 a 60 años con un 9,72% y los mayores de 60 años con un 4,17%.

**¿Los productos textiles que usted compra usualmente de qué lugar son?**

### Origen productos textiles

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nacionales	5	6,8	6,9	6,9
	Internacionales	67	91,8	93,1	100,0
	<b>Total</b>	72	98,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,4		
<b>Total</b>		73	100,0		



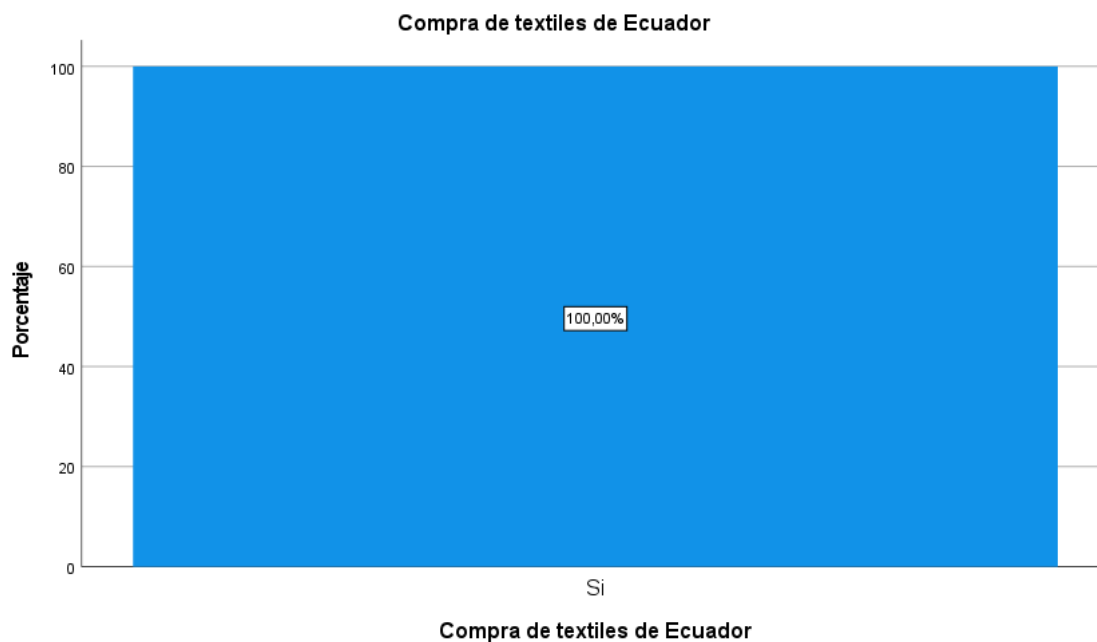
La población chilena encuestada manifestó que tiene preferencia por los productos textiles internacionales, un 93,06% siendo 67 personas totales, y 6.94% prefieren productos textiles de su localidad.

### ¿Ha comprado algún producto textil proveniente del Ecuador?

#### Compra de textiles de Ecuador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	72	98,6	100,0	100,0

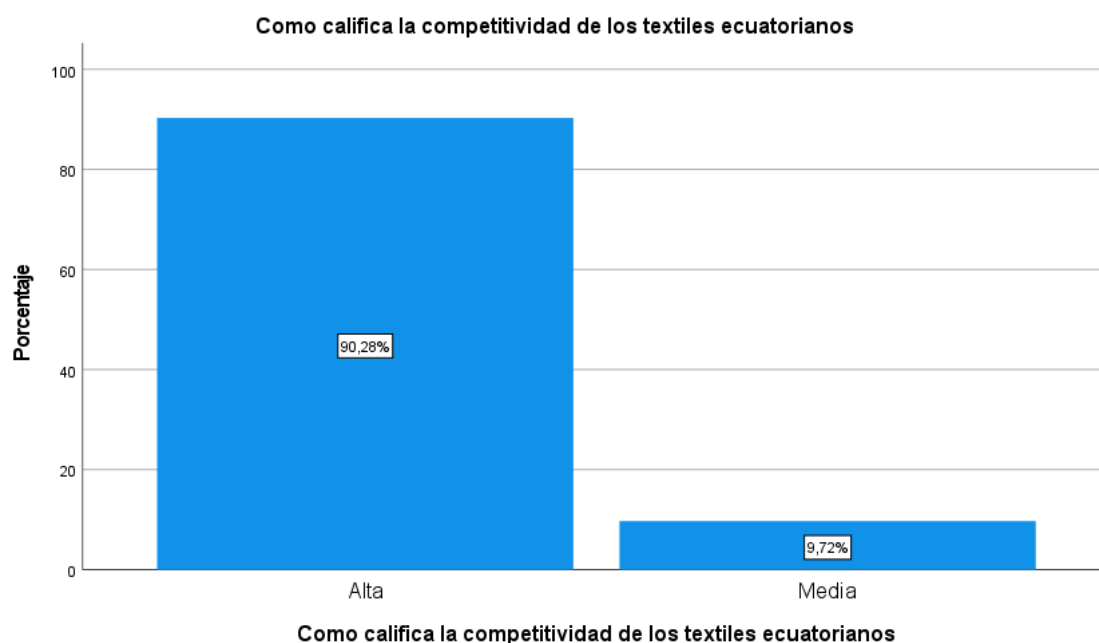
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	1	1,4
<b>Total</b>		73	100,0



Los datos obtenidos muestran que el 100% de las personas encuestadas han adquirido productos textiles provenientes de Ecuador.

### ¿Usted cómo califica la competitividad de los productos textiles ecuatorianos?

<b>Cómo califica la competitividad de los textiles ecuatorianos</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válido</b>	<b>Alta</b>	65	89,0	90,3	90,3
	<b>Media</b>	7	9,6	9,7	100,0
	<b>Total</b>	72	98,6	100,0	
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	1	1,4		
<b>Total</b>		73	100,0		



Conocer la percepción del producto por parte de los clientes es importante para generar confianza en el consumidor, según los resultados obtenidos, el 90,28% de los consumidores chilenos califican la competitividad de los productos textiles ecuatorianos como alta, lo que denota el gran potencial que tiene los textiles ecuatorianos.

### ¿Dónde usted ha visto que se venden productos textiles ecuatorianos?

<b>Donde venden productos textiles ecuatorianos</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válido</b>	<b>Tiendas de ropa</b>	15	20,5	20,8	20,8
	<b>Ferias</b>	5	6,8	6,9	27,8
	<b>Páginas web</b>	45	61,6	62,5	90,3
	<b>Catálogos</b>	7	9,6	9,7	100,0
	<b>Total</b>	72	98,6	100,0	
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	1	1,4		

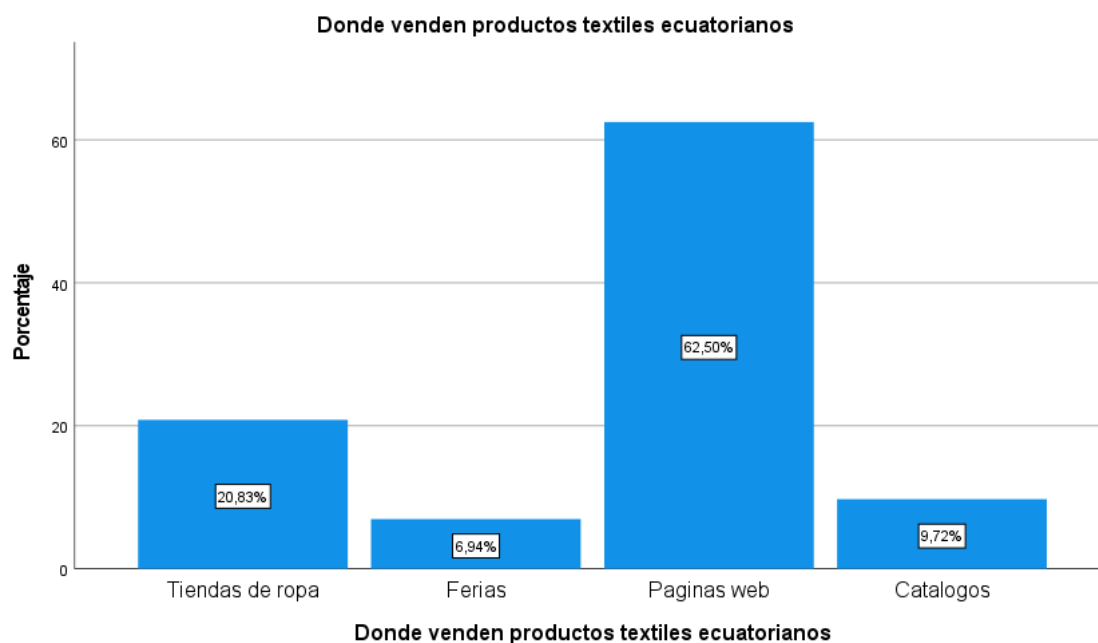
---

**Total**

73

100,0

---



El método de compra más utilizado por los clientes, son las páginas web con un 62,50% de los encuestados, también las tiendas de ropa físicas con 20,83% donde pueden vender productos textiles ecuatorianos.

### ¿Qué aspectos considera importante para la adquisición de un producto textil?

---

#### Que aspecto considera importante para la adquisición de un producto textil

---

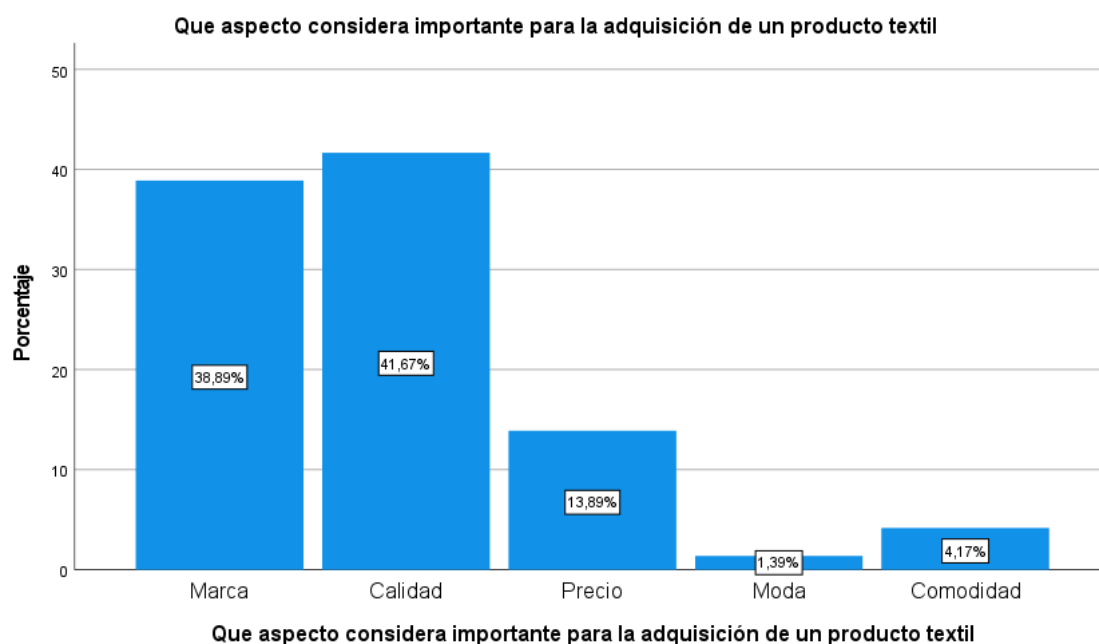
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Marca</b>	28	38,4	38,9	38,9
	<b>Calidad</b>	30	41,1	41,7	80,6
	<b>Precio</b>	10	13,7	13,9	94,4
	<b>Moda</b>	1	1,4	1,4	95,8
	<b>Comodidad</b>	3	4,1	4,2	100,0
	<b>Total</b>	72	98,6	100,0	
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	1	1,4		

---

---

**Total** 73 100,0

---



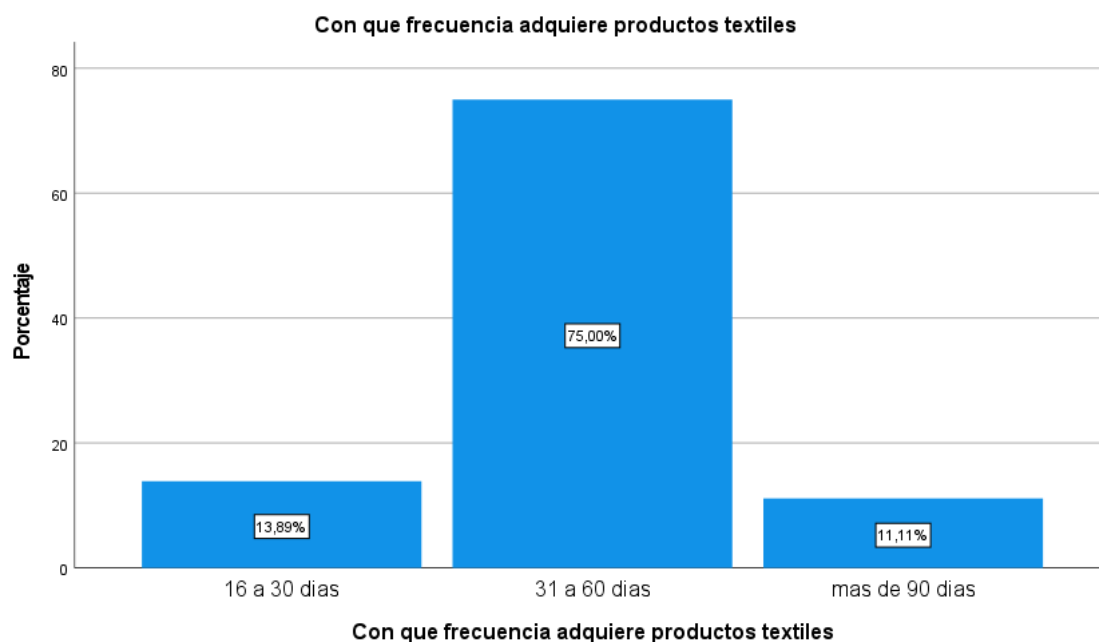
El aspecto a considerar según las afirmaciones de los consumidores, determinará la aceptación del producto en el mercado, por tanto, de los 72 encuestados el 41,67% afirman que la calidad es el aspecto más importante a considerar al momento de adquirir productos textiles, seguidos por la marca con un 38,89% y el precio con el 13,89%.

### ¿Con qué frecuencia adquiere productos textiles?

**Con qué frecuencia adquiere productos textiles**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>16 a 30 días</b>	10	13,7	13,9	13,9
	<b>31 a 60 días</b>	54	74,0	75,0	88,9
	<b>más de 90 días</b>	8	11,0	11,1	100,0
<b>Total</b>		72	98,6	100,0	
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	1	1,4		
<b>Total</b>		73	100,0		

---



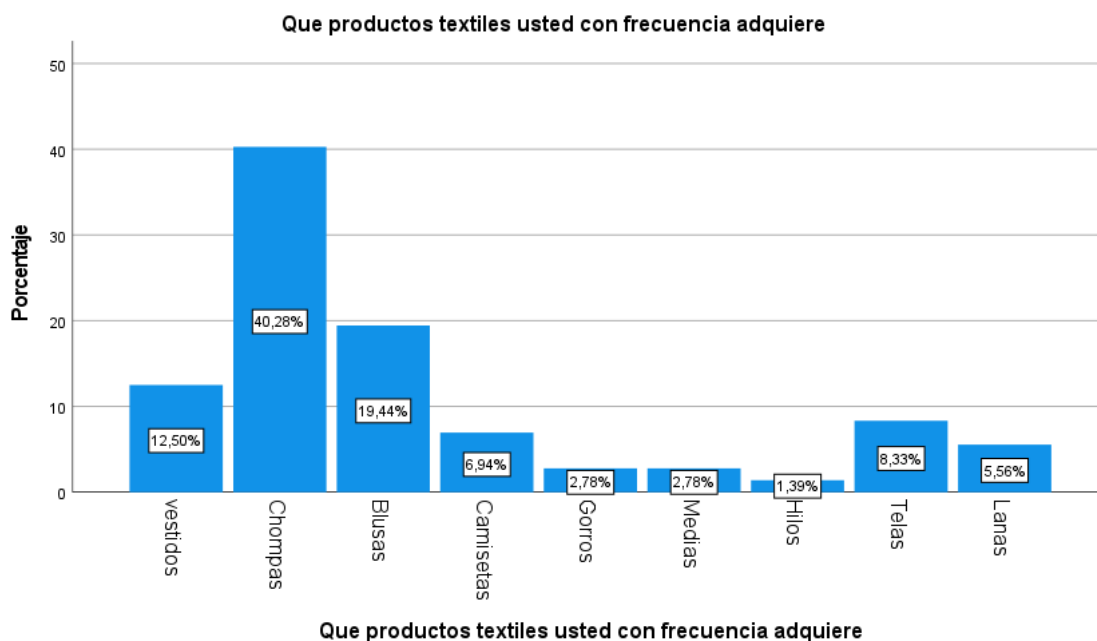
Según los datos obtenidos, de los 72 encuestados el 75% afirma que adquieren productos textiles de 31 a 60 días, el 13,89% de 16 a 30 días y el 11,11% más de 90 días.

### ¿Qué productos textiles usted con frecuencia adquiere?

#### Qué productos textiles usted con frecuencia adquiere

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	vestidos	9	12,3	12,5	12,5
	Chompas	29	39,7	40,3	52,8
	Blusas	14	19,2	19,4	72,2
	Camisetas	5	6,8	6,9	79,2
	Gorros	2	2,7	2,8	81,9
	Medias	2	2,7	2,8	84,7
	Hilos	1	1,4	1,4	86,1
	Telas	6	8,2	8,3	94,4
	Lanas	4	5,5	5,6	100,0

	<b>Total</b>	72	98,6	100,0
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	1	1,4	
<b>Total</b>		73	100,0	



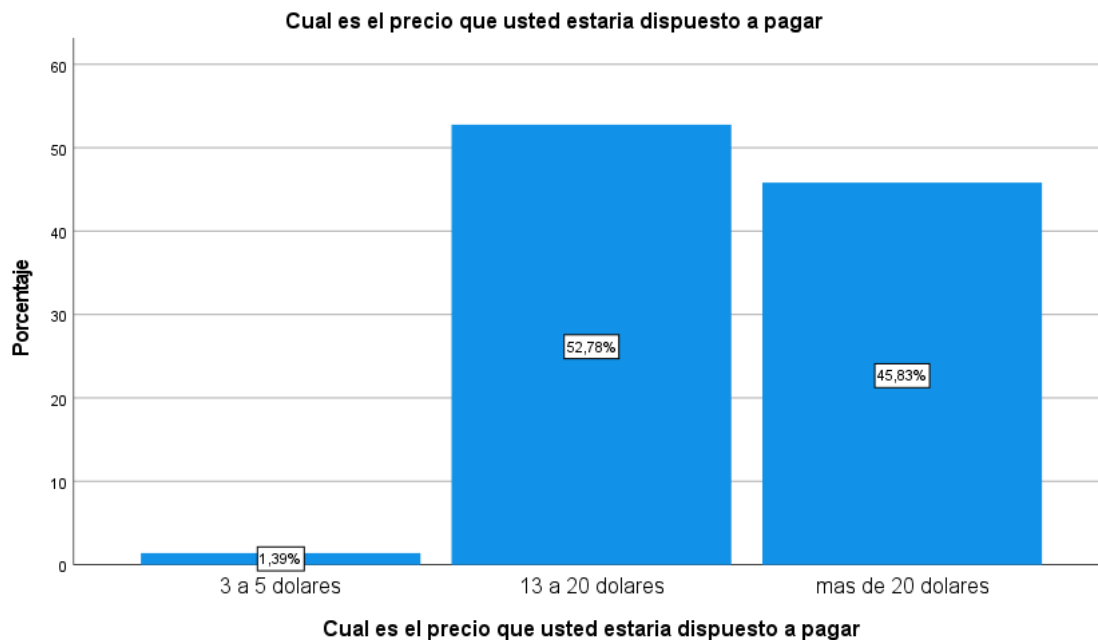
Según los datos obtenidos el 40,28% adquiere con más frecuencia chompas, el 19,44% blusas y el 12,50% vestidos, estos son los artículos más demandados por los consumidores chilenos.

**¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por un producto manufacturero textil ecuatoriano hecho por artesanos?**

**Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>3 a 5 dólares</b>	1	1,4	1,4	1,4
	<b>13 a 20 dólares</b>	38	52,1	52,8	54,2
	<b>más de 20 dólares</b>	33	45,2	45,8	100,0
	<b>Total</b>	72	98,6	100,0	

<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	1	1,4
<b>Total</b>		73	100,0

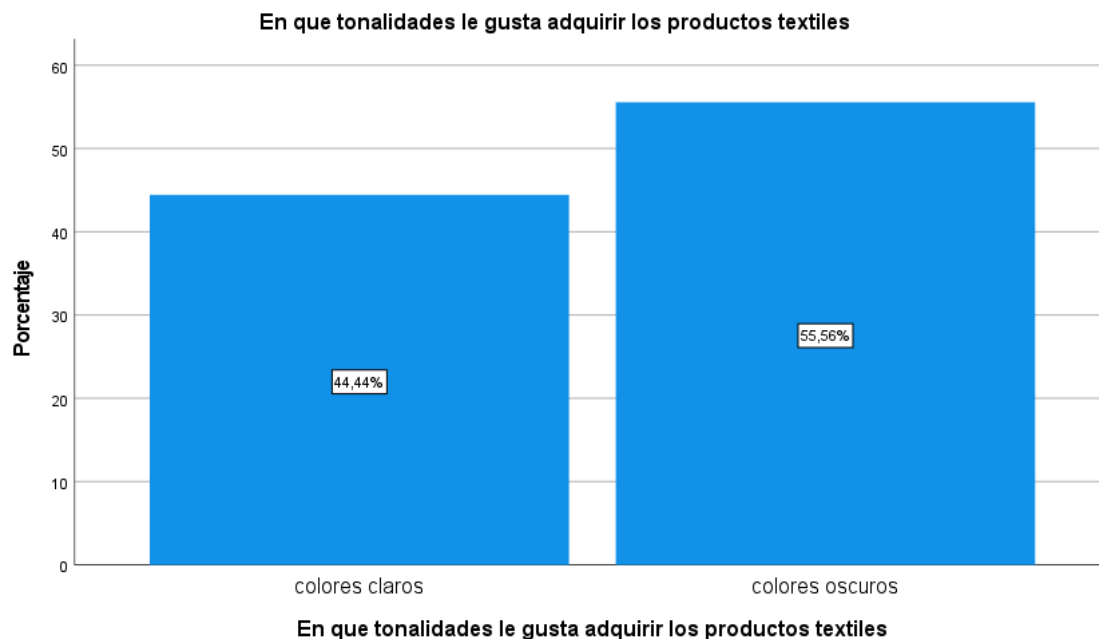


La encuesta realizada arrojo que los consumidores potenciales buscan precios de 13 a 20 dólares, esto representa el 52,78% de los encuestados y más de 20 dólares de 45,83%.

### ¿En qué tonalidades le gusta adquirir los productos textiles?

**En que tonalidades le gusta adquirir los productos textiles**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válido</b>	<b>colores claros</b>	32	43,8	44,4	44,4
	<b>colores oscuros</b>	40	54,8	55,6	100,0
	<b>Total</b>	72	98,6	100,0	
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	1	1,4		
<b>Total</b>		73	100,0		



Los datos obtenidos muestran que 40 personas que equivale al 55,56% prefieren tonalidades oscuras a los productos textiles que adquieren, y 32 personas que equivalen al 44,44% de los encuestados prefieren tonalidades claras, por tanto, para llegar a este mercado se sugiere la utilización de tonalidades oscuras en los productos textiles de exportación.

## 4.2. DISCUSIÓN

El desarrollo de la investigación tiene el objetivo general de analizar la incidencia que tendría el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura, se evidencia que la integración comercial entre dos países genera una cooperación mutua para aumentar el desarrollo de la actividad económica, social y política, además de incrementar el intercambio comercial, fomentar la competitividad y productividad de Chile y Ecuador. Se demuestra que más del 99,2% de los ítems arancelarios en Chile benefician a las mipymes ecuatorianas para ingresar al mercado chileno con preferencia arancelaria, causando una percepción de un precio justo.

El primer objetivo específico denominado “Fundamentar bibliográficamente el Acuerdo de Integración Comercial, y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura” se vincula con la recopilación, análisis e interpretación de información de datos primarios obtenidos por medio de la aplicación de técnicas de investigación y secundarios recolectados de información de plataformas o herramientas de comercio exterior.

El segundo objetivo específico sobre, “Realizar un diagnóstico del sector manufacturero textil frente al Acuerdo de Integración Comercial entre Ecuador-Chile”, se dio cumplimiento mediante el análisis del contenido del acuerdo identificando el sector manufacturero textil, siendo así, que es factible y viable la exportación de los productos del sector manufacturero textil de Imbabura pues obtienen una reducción arancelaria del 0%, con el propósito de facilitar el intercambio comercial, reducción de tiempo, costo y barreras técnicas.

El tercer objetivo “Identificar la competitividad del sector manufacturero textil en relación con el Acuerdo de Integración Comercial entre Ecuador y Chile”, evidenciando por medio de datos secundarios que Ecuador se ubica en el puesto 90 y Chile en el puesto 33 según la evaluación de los pilares de competitividad publicado por el Foro Económico Mundial, a pesar que el mercado chileno tiene una competitividad superior al de Ecuador, las mipymes de Imbabura tienen una alta

competitividad en los factores analizados por medio de la aplicación de técnicas de recolección de datos primarios, pues la provincia logra obtener un desarrollo económico por medio de la producción y comercialización de textiles y cueros.

A pesar de lo dicho anteriormente la provincia cuenta con un estancamiento en el desarrollo de marketing y procesos de comercialización. Es por ello que se ha formulado el cuarto objetivo denominado "Elaborar un plan estratégico que promueva la competitividad del sector textil de la provincia de Imbabura por medio del Acuerdo de Integración Comercial entre Ecuador y Chile", fortaleciendo el desarrollo de estrategias de internacionalización y rentabilidad de las empresas, a largo plazo tener un posicionamiento de las mipymes en el mercado internacional.

Dentro de la investigación las manufacturas textiles y textiles manufacturados que se encuentran clasificadas en la sección VIII y XI son beneficiadas por la firma del acuerdo, al poder expandir su demanda a nuevos mercados internacionales con sus productos altamente competitivos. Entre los productos ecuatorianos que son cotizados por los consumidores chilenos se ubica en la subpartida arancelaria 6202.11.00.00 obteniendo una participación del 36,28% del total de exportación de Imbabura hacia el mercado chileno, las empresas del sector destacan por su calidad, diseños e innovación para exportar sus productos.

En Ecuador la producción de productos del sector manufacturero textil ha tenido un alto crecimiento satisfactorio en los últimos períodos además se estima que para los próximos años la oferta incrementará gradualmente siendo satisfactorio para posicionarse en el mercado internacional y cubrir la demanda insatisfecha.

El desarrollo de la presente investigación da respuesta a la idea a defender "El acuerdo comercial entre Chile y Ecuador ha tenido una alta incidencia comercial en el sector textil de la provincia de Imbabura, incrementando el nivel de competitividad de este sector", pues aumentará el conocimiento del acuerdo comercial entre Chile y Ecuador, porque incide en el desarrollo comercial del sector manufacturero textil, mientras que las empresas se expanden su oferta globalmente. Cabe mencionar que

las mipymes del sector textil destacan por su alta tecnología, procesos productivos, organización y sostenibilidad, pero presentan un estancamiento en el marketing y comercialización, teniendo que impulsar los factores mencionados por medio de un plan estratégico de exportación para posicionarse en el mercado, dando cumplimiento a las exigencias y poder competitivo, entre las estrategias que se evidenciado que cuenta con las directrices para lograr la internacionalización y cumplir con el insights del consumidor son el análisis de las cinco fuerzas de Porter, marketing mix y estrategias de internacionalización.

Imbabura es conocida por ser productora y comercializadora de productos textiles, vinculándose con la teoría de la ventaja comparativa debido a que la provincia cuenta con la materia prima y sistema de producción a bajos costos sin perder la calidad de sus productos que les permite competir con su competencia nacional como internacional. El acuerdo genera una herramienta de alta relevancia para aumentar la productividad y obtener mayores beneficios, sus cuatro cantones destacan por sus manufacturas Cotacachi se especializa en la producción de productos textiles a base de cuero, Otavalo, Ibarra y Atuntaqui destacan por ser fabricantes de productos textiles tejidos.

Sin embargo, la nueva teoría del comercio desarrolla un modelo de comercio que se centra en la estructura de mercado originada por economías de escala, en otras palabras, se vincula con la ganancia monopólicas donde la producción aumenta mientras que los costos disminuyen. Motivo por el cual, las mipymes de Imbabura al enfocarse en ofrecer productos y cubrir la demanda insatisfecha podrá posicionarse en Chile.

Adicionalmente, los resultados evidencian que hay un bajo apoyo por parte de las entidades gubernamentales, pues sus proyectos dependen de sus propios recursos económicos y talento, además de no recibir capacitaciones sobre temas de exportación registrando un bajo conocimiento sobre el acuerdo del 91,49%. Por otra parte, el análisis y propuestas de la investigación mejorará la percepción de la exportación de los productos textiles hacia el mercado chileno.

El impacto del bajo posicionamiento de las empresas textiles ecuatorianas en el mercado internacional se reduce mediante la aplicación de la teoría de la venta competitiva, pues empresas como: Carlex Inspirefashion Cia. Ltda., Angel Baby, Indutexma Fernando's, Carletex y Jireth Creaciones presenta en los resultados positivo en el análisis de competitividad siendo mayor al 90% del valor total evaluado. Por otro lado, se identifica que el cantón de Cotacachi y Atuntaqui cuenta con una competitividad alta en los factores analizados y presentan procesos donde aplican una mejora continua que les permite renovarse y adaptarse a un nuevo entorno. Pues los consumidores buscan nuevos productos que tengan un alto valor, es así que las empresas de Imbabura transforman su materia prima en productos manufacturados textiles mediante procesos de producción innovadores que les permita obtener un catálogo de productos enfocados al mercado que se pretende exportar sin eliminar sus diseños únicos representativos de la región.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el 70% artículos científicos y 20% tesis de investigación mismas que se relacionan con las variables. Los trabajos de investigación que tuvieron mayor relación son:

En el año 2019 en la revista del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca, el autor Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales elaboró la investigación sobre el "Encadenamiento productivo entre Chile y Ecuador" el resultado se basa en identificar la cooperación entre la coordinación de los sistemas de producción y negocios de las empresas de los dos mercados. Mientras que en la siguiente investigación se analizó el acuerdo de integración comercial entre Chile y Ecuador aplicado en el sector manufacturero textil para incentivar la competitividad de las mipymes acoplando a un proceso estratégico de exportación, además de intensificar la diferenciación y la alta productividad de la provincia.

El artículo científico elaborado por Altamirano, Lara y Jiménez en el año 2020, cuya investigación se denominó "El emprendimiento del sector textil y confecciones en el desarrollo económico territorial" los investigadores concluyen que los

emprendimientos realizados de una forma asociativa presenta ventajas colectivas que promueven la solidaridad, cooperación, responsabilidad, reciprocidad y compromiso, generando una cultura empresarial y aprovechando las oportunidades de los factores internos y externos. En la investigación se busca una asociatividad de las mipymes de Imbabura para enfocar los procesos de exportación de una forma innovadora, creativa y diferente para el sector manufacturero textil logrando transformar socios productivos capaces de asumir riesgos para generar oportunidades en la provincia.

En el año 2017 en la Universidad Católica del Ecuador por el autor Mario Silva se publicó la tesis denominada "Estudio del Acuerdo de Complementación Económica ACE N°65 entre Ecuador-Chile y sus efectos comerciales para el Ecuador", considera que las empresas ecuatorianas exportan productos basado en los datos históricos y valor agregado de producto como: camarón, rosas, petróleo, rosas, cacao, banano, palmito y atún, impidiendo especializarse en otros productos y mercados, por otro lado menciona que el ACE 65 tiene un impacto en el acuerdo bilateral con el mercado chileno pues se estipula la adopción de políticas comerciales proteccionistas que dificultan el libre ingreso de nuevos productos. Mientras que en la presente investigación el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador fomenta y facilita el intercambio comercial por medio de la reducción o eliminación de las barreras arancelarias de productos tradicionales como no tradicionales.

En base a lo que se mencionó anteriormente la provincia de Imbabura tiene un gran potencial, pues cuenta con mipymes que cumplen con los requerimientos para ingresar a un mercado internacional, factores naturales para obtener la materia prima, procesos de producción para la obtención de productos de calidad, talento humano y tecnología para aumentar su producción, diferenciación e innovación. El nivel de productividad está por encima a la de otras provincias del país siendo los principales competidores de la región. Sin embargo, presentan obstaculización en los temas de marketing y comercialización internacional por la falta de incentivos y campañas por parte del gobierno ecuatoriano. A pesar de su bajo posicionamiento, los consumidores de productos textiles localizados en Chile están dispuestos en adquirir los productos textiles de Imbabura pues cumplen con sus gustos, precio accesible, tendencias del mercado y consideran que los productos tienen un alto valor.

## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. CONCLUSIONES

- Mediante el análisis del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador se estableció que más del 99,2% de los ítems arancelarios en Chile benefician a las mipymes ecuatorianas para ingresar al mercado chileno con preferencia arancelaria, entre estos ítems están materias primas y productos terminados de la sección VIII y XI del sistema armonizado causando una percepción de un precio justo para dichos textiles, por ende el presente acuerdo representa una gran incidencia comercial para el sector manufacturero de Imbabura ya que mediante este se estableció proyecciones de posibles exportaciones hasta el año 2026 las cuales dinamizaran la economía no solo de la provincia sino del país.
- Las mipymes textiles imbabureñas cuentan con oportunidades de exportaciones, mediante las encuestas se evidenció que en Imbabura el 40% de su producción es destinada a mercados internacionales. El 42,86% de la producción de Ibarra, Cotacachi 44,44%, Atuntaqui con 30,43% y Otavalo con el 50% se destina a mercados internacionales.
- Mediante el diagnóstico realizado al sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura se identificó que la capacidad de producción se centra en Cotacachi con un 55,56% y Atuntaqui con un 52,17%, de tal manera se posicionan como los cantones más competitivos dentro de la provincia cumpliendo con la demanda nacional y posible demanda internacional.
- Pese a que las mipymes de Imbabura tienen altas oportunidades para internacionalizarse presentan un estancamiento en la planificación, dirección y control en sus sistemas de marketing y comercialización. Evidenciando el poco apoyo por parte de instituciones públicas y privadas, el 91,49% de las empresas manifiestan que no recibieron ayuda de ningún tipo para fortalecer su industria, siendo esto un obstáculo para la posible expansión de mercado de las pequeñas y medianas empresas.

- La competitividad de Imbabura se destaca por brindar calidad, diseños únicos y precio accesibles, de manera que los posibles demandantes chilenos tienen una percepción de precio que varía entre 15 a 30 dólares en los productos manufactureros textiles que se venden en la provincia. Cada prenda es elaborada con materia prima nacional representando el 82,98% del total de empresas encuestadas, lo que representa altos niveles de productividad que le permite generar economías de escala, obteniendo producción prendas a un menor precio.
- Imbabura cuentan con empresas que tiene el certificado técnico INEC que rectifica la calidad de las prendas, se identificó 3 empresas que se destacan por su excelencia con la norma ISO de calidad 9001 las cuales son Angel Baby de Atuntaqui, Indutexma de Otavalo y Teneria San Marco Jr ubicadas de Cotacachi, en cuanto al e-commerce la provincia tiene deficiencias ya que su mayor estrategia de marketing radica en las promociones y descuentos que representa en 37,50% y la utilización del e-commerce representa el 8,33%, siendo esta una desventaja ya que por medio del comercio electrónico se puede llegar de una manera más fácil a los consumidores chilenos además conocer sus gustos y preferencias para la formulación de nuevas estrategias.
- Al determinar las deficiencias en cuanto a la producción, comercialización, y posicionamiento en el mercado chileno se desarrolló estrategias de mejora continua que promueven cambios en cuanto a los diseños, calidad, precios, marketing, mediante la encuesta realizada a la Red de Asociaciones Textiles de Imbabura se pudo evidenciar que existe una gran deficiencia en cuanto a la comercialización electrónica lo que provoca que no puedan darse a conocer alrededor del mundo por ende se desarrollaron estrategias que impulsen la aplicación del E-Commerce mediante publicidad, ofertas, promociones, descuentos, crear contenido atractivo y diferente a otras empresas.
- Mediante la recolección de datos primarios y secundarios se afirma que el trabajo de investigación es factible y viable, porque el acuerdo de integración comercial entre Chile y Ecuador ha tenido una alta incidencia comercial en el sector textil de la provincia de Imbabura, mediante este las empresas textiles de Imbabura pueden tener una orientación clara sobre el posicionamiento de una empresa en el mercado chileno, haciendo énfasis en el aseguramiento

de la calidad de las prendas con el fin de cumplir con las exigencias del mercado internacional, haciendo énfasis a que las empresas puedan tener una producción nivelada como mejoras continuas, tener capacitaciones continuas del personal y cuidados sobre el medio ambiente, lo que facilita que las empresas de Imbabura tengan un incremento en el nivel de competitividad de este sector.

- Mediante la investigación realizada a las empresas de los cantones de la provincia se concluyó que el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador tiene una alta incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura, ya que el análisis de tecnología, procesos productivos, organización, sostenibilidad, marketing, comercialización que son indicadores establecidos por el acuerdo, para medir la competitividad de las empresas, dio como resultado que el acuerdo influye de manera positiva a las empresas de la provincia en especial de empresas ubicadas en Cotacachi y Atuntaqui las cuales cumplen con excelencia los indicadores de competitividad para dichas empresas este acuerdo representa una gran oportunidad de desarrollo tanto comercial como económico y un crecimiento prolongado para toda la provincia.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

- Facilitar información adecuada sobre el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador, actualmente vigente, hacia las micro, pequeñas y grandes empresas enfocadas al sector textil e incentivarlas por medio de la participación en ferias y de tal manera conocer sus productos y que estos lleguen a tener posicionamiento internacional.
- Desarrollar estrategias de comercialización para promover el comercio de la provincia de Imbabura y del Ecuador con el fin de incrementar la balanza comercial de la nación.
- Se debe involucrar a los organismos competentes a incentivar e incitar al consumidor chileno adquiera los productos que se elaboran como las prendas de vestir hechas a base de cuero, lana, hilo, de tal manera que se enfoca en el sector textil implementando las estrategias de marketing mix que ayudaran a la salida al mercado internacional. a los productores que elaboran prendas hechas a base de cuero, lana, hilo, haciendo que esto

se enfoque en el sector textil y bajo este acuerdo comercial hagan uso de las preferencias arancelarias descritas en la presente alianza.

- Establecer condiciones óptimas para la inversión y desarrollo de nueva industria (textil, entre otros), con la intención de mejorar la competitividad y calidad de los productos ofertados en el exterior (caso Ecuador – Chile).
- Se recomienda al gobierno dé a conocer el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador en especial a las mipymes a conocer los beneficios que dicha alianza les brinda como es la eliminación de aranceles, esto se realizara con la participación de ferias locales e internacionales con el fin de dar a conocer los productos que ellos realizan que son de calidad e innovadores.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altamirano, A & Lara, A & Jiménez, F. (2020). El emprendimiento del sector textil y confecciones en el desarrollo económico territorial. *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8298241>
- Álvarez, C. A. (2018). Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa. (guía didáctica) Universidad subcolombiana. Obtenido de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Astullido, G. (2020). El acuerdo con Chile incorpora más posibilidades comerciales . *Líderes* , 2-4. Recuperado de El acuerdo con Chile incorpora más posibilidades comerciales | Revista Líderes ([revistalideres.ec](http://revistalideres.ec))
- Audaces, (2020). Las materias primas pueden ser naturales y químicas. Obtenido de: <https://audaces.com/es/industria-textil-las-materias-primas-pueden-ser-naturales-o-quimicas/#:~:text=Para%20empezar%2C%20en%20la%20industria,el%20ramio%20y%20el%20algod%C3%B3n.>
- Banco Central Chile. (2022). *Boletín estadístico producción productos del sector textil Chile*. Obtenido de <https://www.bcentral.cl/web/banco-central/buscador?categoria=Publicaciones/Estad%C3%ADsticas>
- Banco Mundial. (2021). *Datos estadísticos Chile*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/pais/chile>
- Banco Mundial. (2021). *Datos estadísticos Ecuador*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/pais/ecuador>
- Banco Mundial. (2022). *Población activa, total-Chile*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.TOTL.IN?locations=CL>
- BCE. (2020). TRÁMITES PERSONA NATURAL - EMISIÓN Y RENOVACIÓN DE CERTIFICADOS DIGITALES. *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/1226-tramites-persona-natural-emision-y-renovacion-de-certificados-digitales>

- Benítez, L. A. (2018). Análisis competitivo de la industria nacional automotriz con la aplicación del Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador - Unión Europea. (Tesis pre grado) Univerisdad Politecnica Estatal del Carchi
- Business School. (2018). *Normativa sobre transporte terrestre y la carta de porte por carretera*. Obtenido de: [https://retos-operaciones-logistica.eae.es/todo-lo-que-no-sabias-de-la-carta-de-  
porte/#La\\_Carta\\_de\\_porte\\_todo\\_lo\\_que\\_no\\_sabias](https://retos-operaciones-logistica.eae.es/todo-lo-que-no-sabias-de-la-carta-de-porte/#La_Carta_de_porte_todo_lo_que_no_sabias)
- Cabello, C. (2020). Adopción de la factura electrónica vs tradicional: la digitalización de las empresas. *Sage Group plc*. Obtenido de: <https://www.sage.com/es-es/blog/infografia-factura-tradicional-vs-factura-electronica-estas-son-las-principales-diferencias/>
- Cajal, A (2019). Investigación de Campo: Características, Tipos, Técnicas y Etapas. Obtenido de: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20de%20Campo%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20de%20Campo%20(1).pdf)
- Calderón, R. (2017) Evolución Tecnológica en la Industria Textil. Obtenido de <https://apttperu.com/evolucion-tecnologica-la-industria-textil/>
- Castaño, D. C. (2022). Ventaja Competitiva (Porter). *Studocu*, Obtenido de <https://www.studocu.com/co/document/universidad-del-tolima/mercadeo/eje-2-2-eje-1-de-mercadeo/13987003>
- Castro, G. (2019). *Análisis de la Oferta Exportable Ecuatoriana en el mercado de Chile en base al Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 65 y la Competitividad en la Comunidad Andina CAN*. Repositorio digital UPEC. Obtenido de
- Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible. (2022). *Informe Global de Competitividad 2020*. Obtenido de <https://www.incae.edu/es/clacds/proyectos/informe-global-de-competitividad-2020.html-0>
- Cevallos, B & Ponce, M & Noroña, P. (2022) Competitividad de las pymes textiles en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto pandemia. *Repositorio Universidad Central*. Obtenido de <https://yura.espe.edu.ec/wp->

content/uploads/2022/04/30.5-Competitividad-de-las-pymes-textiles-en-el-Distrito-Metropolitano-de-Quito-en-el-contexto-pandemia.pdf

Cobos, E. (2019). Ecuador y Chile intercambian petróleo crudo por frutas y otros alimentos. *Gestion Digital*. Obtenido de <https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/ecuador-y-chile-intercambian-petroleo-crudo-por-frutas-y-otros#:~:text=Los%20principales%20productos%20exportables%20hacia,esencialmente%20frutas%20y%20alimentos%20elaborados>.

Comisión E. (2020) *Devolución de derechos*. Comisión Europea. Obtenido de <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/content/devolucion-de-derechos-0#:~:text=La%20devoluci%C3%B3n%20de%20derechos%20es,las%20ventas%20u%20otras%20tasas>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2016). *Los desafíos del Ecuador para el cambio estructural con inclusión social*. Obtenido de

Cortés, L. & Escudero, S. (2018). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. *Repositorio digital Utmachala*. Recuperado de: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParainvestigacionCientifica.pdf>

DataSur. Aduana detallada Ecuador. Obtenido de <http://www.datasur.com/buscador/>

Datosmacro. (2021). *Chile: Economía y demografía*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/chile>

Datosmacro. (2021). *Ecuador: Economía y demografía*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/ecuador>

Diario del Exportador, (2017). *Póliza de Seguro de Transporte Internacional*. Obtenido de: <https://www.diariodelexportador.com/2017/04/que-es-la-poliza-de-seguro-de.html#>

Diario del Exportador. (2022). *La Guía Aérea: definición y funciones*. Obtenido de: <https://www.diariodelexportador.com/2016/11/la-guia-aerea-definicion-y-funciones.html#>

- Diario del Exportador. (2022). La Guía Aérea: definición y funciones. *Diario del Exportador*. Obtenido de: <https://www.diariodelexportador.com/2016/11/la-guia-aerea-definicion-y-funciones.html#>
- EAE Business School. (2022). ¿Qué es la Carta de Porte y para qué sirve?. *EAE Business School*. Obtenido de: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/todo-lo-que-no-sabias-de-la-carta-de-porte/>
- EcuRed. (2022). Provincia de Imbabura (Ecuador). Recuperado de [https://www.ecured.cu/Provincia\\_de\\_Imbabura\\_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Provincia_de_Imbabura_(Ecuador))
- El Comercio. (2020). Ecuador firmó nuevo acuerdo comercial con Chile; ¿qué beneficios trae?. *Elcomercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/beneficios-ecuador-acuerdo-comercial-chile.html>
- Elizabeth, M. (2018). *Medidas no Arancelarias que aplicado el Ecuador*. Obtenido de: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12647/1/ECUACE-2018-AE-CD00342.pdf>
- Embajada del Ecuador en Chile (2021). Relaciones Bilaterales Ecuador-hile. *Cancillería del Ecuador*. Obtenido de <https://www.cancilleria.gob.ec/chile/2021/03/22/relacion-bilateral-ecuador-chile/#:~:text=El%2013%20de%20agosto%20de,se%20impulsar%C3%A1n%20con%20el%20instrumento.>
- Encalada, S. (2017). El Acuerdo Multipartes entre la Unión Europea y Ecuador. *Universidad Internacional del Ecuador*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/1972>
- Exporta fácil, (2022). *Obtención del Certificado de Origen*. Recuperado de: [http://www.exportafacil.gob.ec/archivos\\_pdf/ObtenerCertificadoOrigen.pdf](http://www.exportafacil.gob.ec/archivos_pdf/ObtenerCertificadoOrigen.pdf)
- Galán, J (2019). Acuerdo Comercial. *Economipedia*. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/acuerdo-comercial.html>
- Gómez, C (2017). *Que es el certificado de origen*. Sertrans. Obtenido de: <https://www.sertrans.es/noticias/certificado-de-origen-comercio-internacional/>

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación (6 ed.). Distrito Federal, México: McGraw-Hill.  
<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/718/1/442%20An%C3%A1lisis%20de%20la%20oferta%20exportable%20ecuatoriana%20en%20el%20mercado%20de%20Chile%20en%20base%20al%20acuerdo%20de%20complementación%3%B3n.pdf>  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)
- Importaciones Ecuador, (2022). *Póliza de Seguro Internacional*. Despacho Aduanero. Obtenido de: <https://www.importacionesecuador.com.ec/despacho-aduanero/poliza-de-seguro-internacional/>
- INSEROCA. (2021). Manifiesto Internacional de Carga, ¿Qué es y cómo funciona?. *INSEROCA INTERNACIONAL*. Obtenido de: <https://inseroca.com/manifiesto-internacional-de-carga-que-es-y-como-funciona/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). *Encuesta de Manufactura y Minería*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/manufactura-y-mineria/>
- Javier, G. (2022). Acuerdo Comercial. *Ecomipedia*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/acuerdo-comercial.html>
- Krause, M. (2018). David Ricardo y las ventajas comparativas y la división del trabajo y la asignación del capital a nivel internacional. *El foro y el bazar*. Obtenido de <https://bazar.ufm.edu/david-ricardo-las-ventajas-comparativas-la-division-del-trabajo-la-asignacion-capital-nivel-internacional/>
- Lara, D (2022). *Manufactura textil*. Obtenido de: <https://es.scribd.com/document/409528527/Manufactura-Textil>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., y Ordeñana, X. (2020). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019-2020. *Revista ESPAE*. Obtenido de [https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM\\_Ecuador\\_2019.pdf](https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf)
- Logycom. (2022). ¿Qué es una lista de empaque y cómo se hace?. *Logycom*. Recuperado de: <https://www.logycom.mx/blog/lista-de-empaque-que-es-como-se-hace>

- López, L. (2004). Población muestra y muestreo. Obtenido de
- Manta, L (2020). La Entrevista en la Investigación Cualitativa. *Investigaliacr*. Obtenido de: <https://investigaliacr.com/investigacion/la-entrevista-en-la-investigacion-cualitativa/#:~:text=La%20entrevista%20es%20una%20t%C3%A9cnica,profunda%20y%20de%20car%C3%A1cter%20sustancial.>
- Mendoza, D. (2020). *Documentos de soporte y acompañamiento*. Obtenido de: <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/documentos-de-acompa-amiento-y-soporte-que-se-deben-adjuntar-a-la#>
- Ministerio de Producción Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2019). Índice de Competitividad Provincial. Obtenido de <http://www.inteligenciaproductiva.gob.ec/indice>
- Ministerio de Economía y Finanzas (2019). Gobierno invita a emprendedores a invertir por el país y a beneficiarse de los incentivos de la Ley de Fomento Productivo. *Ministerio de Economía y Finanzas*. Obtenido de <https://www.finanzas.gob.ec/gobierno-invita-a-emprendedores-a-invertir-por-el-pais-y-a-beneficiarse-de-los-incentivos-de-la-ley-de-fomento-productivo/>
- Mise, J. (2022). Documentos del Transporte Internacional. *Acavir*. Obtenido de: <https://www.acavir.com/comercio-exterior/documentos-de-transporte/>
- Mise, J. (2022). Manifiesto de Carga. *Acavir*. Obtenido de: <https://www.acavir.com/comercio-exterior/manifiesto-de-carga/>
- Mise, J. (2022). *Normas de Origen*. Obtenido de: <https://www.acavir.com/glosario/normas-de-origen/>
- Mogro, S., Barrezueta, M., Villamar, D., y Paredes C. (2018). *Industria Manufacturera en el Ecuador Periodo 2013-2017. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. Obtenido de <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2018/09/Panorama-de-la-Industria-Manufacturera-en-el-Ecuador-2013-2017.pdf>
- Mundi Exportación. (2022). *Quien emite la Guía Aérea*. Obtenido de: <https://mundi.io/exportacion/que-es-air-waybill/>
- Muñoz, G. (2021). *Perspectiva de las normas de origen de ALADI para los productos textiles manufacturados de la Zona 1 y el formato a las exportaciones* (Tesis de

pregrado). Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán, Ecuador. Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/477-%20MU%C3%91OZ%20ROMERO%20MAR%C3%8DA%20GEMA%20(3).pdf

Nicomedes, E. N. (2018). Tipos de Investigación. Core. Obtenido de: <https://core.ac.uk/download/pdf/250080756.pdf> Obtenido de: <https://blog.onecore.mx/conocer-valor-contenido-regional-comercio-internacional#:~:text=El%20valor%20de%20contenido%20regional%20es%20un%20porcentaje%20que%20indica,la%20ubicaci%C3%B3n%20donde%20se%20produjo.>

Orellana, P (2020). Método Analítico. *Economipedia*. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/metodo-analitico.html#:~:text=El%20m%C3%A9todo%20anal%C3%ADtico%20es%20un,de%20hip%C3%B3tesis%20que%20permiten%20resolverlos.>

Organización Mundial del Comercio. (2022). *Las Normas de Origen*. Obtenido de: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/roi\\_s/roi\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/roi_s/roi_s.htm)

Páez, G. (2022). *Certificado de Origen*. *Ecomipedia*. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/certificado-de-origen.html>

Páez, A. (2022). ¿Qué es el Registró Único de Contribuyentes?. *Pérez, Bustamante y Ponce*. Recuperado de: <https://www.pbplaw.com/es/que-es-el-ruc/>

Paredes, M (2018). *Que es la DAE*. Obtenido de: <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-la-dae>

Partida Logistics. (2021). Bill of Lading, ¿qué es? Todo lo que debes saber sobre este documento. *Partida Logistics Since 1923*. Obtenido de: <https://partidalogistics.com/bill-of-lading-que-es/>

Ramírez, A (2017). *Restricciones no arancelarias al mercado chileno*. Obtenido de: [https://www.redalyc.org/journal/5177/517752178009/html/#:~:text=Las%20barreras%20no%20arancelarias%20deben%20ser%20entendidas%20como%20toda%20medida,mercado%20\(Gonz%C3%A1lez%2C%202012\).](https://www.redalyc.org/journal/5177/517752178009/html/#:~:text=Las%20barreras%20no%20arancelarias%20deben%20ser%20entendidas%20como%20toda%20medida,mercado%20(Gonz%C3%A1lez%2C%202012).)

Ramírez, B, & Quintuña, J, & Cárdenas, R (2017). LA INDUSTRIA TEXTIL ECUATORIANA Y SU INCIDENCIA EN LA BALANZA COMERCIAL. *eumed.net*. Obtenido de:



SUBRE (2021). Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador es aprobado en la Cámara de Diputados y pasa al Senado. *Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales de Chile*. Obtenido de [http://www.sice.oas.org/TPD/CHL\\_ECU/Modernization/CHL\\_CoD\\_approval\\_s.pdf](http://www.sice.oas.org/TPD/CHL_ECU/Modernization/CHL_CoD_approval_s.pdf)

SUBREI (2021). Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador. *Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales de Chile*. Obtenido de [https://www.subrei.gob.cl/docs/default-source/estudios-y-documentos/otros-documentos/estudio-aic-chile-ecuador.pdf?sfvrsn=b8fdae9b\\_1#:~:text=De%20esta%20manera%2C%20se%20iniciaron,un%20total%20de%2024%20cap%C3%ADtulos.](https://www.subrei.gob.cl/docs/default-source/estudios-y-documentos/otros-documentos/estudio-aic-chile-ecuador.pdf?sfvrsn=b8fdae9b_1#:~:text=De%20esta%20manera%2C%20se%20iniciaron,un%20total%20de%2024%20cap%C3%ADtulos.)

SUBREI. (2020). Encadenamiento Productivo entre Chile y Ecuador. *Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales de Chile*. Obtenido de [https://www.subrei.gob.cl/docs/default-source/estudios-y-documentos/otros-documentos/estudio-potenciales-encadenamientos-productivos-chile-ecuador.pdf?sfvrsn=3d31bde2\\_1](https://www.subrei.gob.cl/docs/default-source/estudios-y-documentos/otros-documentos/estudio-potenciales-encadenamientos-productivos-chile-ecuador.pdf?sfvrsn=3d31bde2_1)

Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales. (2022). *Acuerdo de Integración Comercial Chile y Ecuador*. Obtenido de <https://www.subrei.gob.cl/acuerdos-comerciales/acuerdos-comerciales-vigentes/ecuador>

TradeMap. (2022). *Comercio bilateral entre Ecuador y Chile Producto: 52 Algodón*. Obtenido de [https://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx?nvpm=1%7c218%7c%7c152%7c%7c52%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7c218%7c%7c152%7c%7c52%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1)

TradeMap. (2022). *Comercio bilateral entre Ecuador y Chile*. Obtenido de [https://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx?nvpm=1%7c218%7c%7c152%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7c218%7c%7c152%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1)

TradeMap. (2022). *Lista de mercados importadores de un producto exportado por Ecuador*. Obtenido de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=1%7c218%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c218%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

TradeMap. (2022). *Lista de mercados importadores de un producto exportado por Chile*. Obtenido de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=1%7c152%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c152%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

TradeMap. (2022). *Lista de mercados proveedores de un producto importado por Ecuador*. Obtenido de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=1%7c218%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c218%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

TradeMap. (2022). *Lista de mercados proveedores de un producto importado por Chile*. Obtenido de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=1%7c152%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c152%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

Valencia, V (2020). *Revisión Documental en el Proceso de Investigación*. Univirtual. UTP. Obtenido de: <https://univirtual.utp.edu.co/pandora/recursos/1000/1771/1771.pdf>

Westreicher, G (2020). *Encuesta*. Economipedia. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

Westreicher, G (2020). *Método Deductivo*. Economipedia. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html#:~:text=El%20m%C3%A9todo%20deductivo%20consiste%20en,que%20se%20dan%20por%20ciertas.>

World Economic Forum. (2019). *Informes Índice de competitividad*. Obtenido de <https://es.weforum.org/reports/>

World Economic Forum. (2022). *Informes*. Obtenido de <https://es.weforum.org/reports/>

## 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 PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

ESTUDIANTE:	RODRIGUEZ FREIRE GINA BERENICE	CÉDULA DE IDENTIDAD:	401768742
PERIODO ACADÉMICO:	2022 B		
PRESIDENTE TRIBUNAL	MSC. JOSÉ ARAUZ	DOCENTE TUTOR:	MSC. MILENA GUTIÉRREZ
DOCENTE:	MSC. LILIANA MONTENEGRO		
TEMA DEL TIC:	"Análisis de las mercancías declaradas en abandono de la Dirección Distrital de Aduanas Tulcán y los procesos de adjudicación y subasta."		

No.	CATEGORÍA	Evaluación cualitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	I. PROBLEMA - OBJETIVOS	8,50	0
2	II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8,60	0
3	III. METODOLOGÍA	8,50	0
4	IV. RESULTADOS	8,50	Identificar el modo de transporte y término de negociación vinculado con las estrategias de comercialización; identificar
5	IV. DISCUSIÓN	8,50	0
6	V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	8,50	robustecer las conclusiones y recomendaciones
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	8,50	0
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	8,50	Revisar estilo, redacción, ortografía y normas APA en todo el documento

obteniendo una nota de 8,50 Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acotar 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 miércoles, 25 de enero de 2023

Activar Windows  
Se a Configuración para

MSC. JOSÉ ARAUZ  
PRESIDENTE TRIBUNAL

MSC. LILIANA MONTENEGRO  
DOCENTE

MSC. MILENA GUTIÉRREZ  
DOCENTE TUTOR



# 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 PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

ESTUDIANTE:	HURTADO CORNEJO GENESIS LUZMILA	CÉDULA DE IDENTIDAD:	401896303
PERIODO ACADÉMICO:	2022 B		
PRESIDENTE TRIBUNAL	MSC. JOSÉ ARAUZ	DOCENTE TUTOR:	MSC. MILENA GUTIÉRREZ
DOCENTE:	MSC. LILIANA MONTENEGRO		
TEMA DEL TIC:	"Análisis de las mercancías declaradas en abandono de la Dirección Distrital de Aduanas Tulcán y los procesos de adjudicación y subasta."		
No.	CATEGORÍA	Evaluación cualitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	I. PROBLEMA - OBJETIVOS	8,50	0
2	II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8,50	0
3	III. METODOLOGÍA	8,50	0
4	IV. RESULTADOS	8,50	Identificar el modo de transporte y término de negociación vinculado con las estrategias de comercialización; Identificar la
5	IV. DISCUSIÓN	8,50	0
6	V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	8,50	robustecer las conclusiones y recomendaciones
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	8,50	0
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	8,50	Revisar estilo, redacción, ortografía y normas APA en todo el documento

Obteniendo una nota de 8,50. 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 miércoles, 25 de enero de 2023

Activar Windows  
Ver a Configuración de

  
MSC. JOSÉ ARAUZ  
PRESIDENTE TRIBUNAL

  
MSC. MILENA GUTIÉRREZ  
DOCENTE TUTOR

  
MSC. LILIANA MONTENEGRO  
DOCENTE

**Anexo 2.** Certificado del abstract por parte e idiomas



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

<b>ABSTRACT- EVALUATION SHEET</b>				
<b>NAME:</b> Génesis Luzmila Hurtado Comejo y Gina Berenice Rodríguez Freire				
<b>DATE:</b> 2 de febrero de 2023				
<b>TOPIC:</b> "El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura"				
<b>MARKS AWARDED</b>		<b>QUANTITATIVE AND QUALITATIVE</b>		
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"/>
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		<b>TOTAL 9</b>	



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

**Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.**

**Autor:** Génesis Luzmila Hurtado Comejo y Gina Berenice Rodríguez Freire

**Fecha de recepción del abstract:** 2 de febrero de 2023

**Fecha de entrega del informe:** 2 de febrero 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




Firmado digitalmente por:  
EDISON BOANERGES  
PEÑAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc  
Coordinador del CIDEN

**Anexo 3.** Entrevista dirigida a Pro Ecuador Zona 1

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



**Objetivo:** Conocer la competitividad del sector textil de la provincia de Imbabura y las oportunidades que ofrece el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador.

Los datos obtenidos en la presente entrevista son utilizados con carácter académico para continuar con el desarrollo del trabajo curricular denominado: "El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura"

**Fecha:** 05/02/2023  
**Institución:** Pro Ecuador Zona 1  
**Entrevistado:** Oscar Raimundo Cevallos  
**Cargo:** Españolista Zonal

**1. ¿Qué tan competitivo considera al sector manufacturero textil de Imbabura frente al Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador?**

El corazón industrial de la zona 1 es Atuntaqui por el tema de la producción de tejido de punto, tejido plano y textil moda, Chile es un país muy importante por el tema de moda, Chile es un país muy importante en el tema de integración hay otras partes aparte del textil son las sabanas de paramoján, lana y cuero solo a Chile

**2. ¿Cuáles son los aspectos que debe contar el sector manufacturero textil de Imbabura para ingresar al mercado chileno?**

El principal tener normas internacionales de etiquetado, el talloje son cosas o elementos importantes que las empresas deben contar

**3. ¿Cómo califica el desempeño del sector manufacturero textil en los últimos 5 años en el mercado internacional?**

2019 un para nacional que afecto a las exportaciones, la pandemia en los años 2019, 2020, 2021, prácticamente 2022 fue de recuperación y 2023 se aspira tener un tema de crecimiento; hubo un estancamiento por que la gente no usa los textiles, sombiers, se perdió mucha competitividad y de vender; la artesanía y el textil de Imbabura tiene un alto perfil sobre los mercados nacionales.

**4. ¿Considera que los productos manufactureros textiles de Imbabura tienen oportunidad de ingresar a Chile?**

Chile es un mercado exigente por el etiquetado, tallas, color, diseño, tendencia, si habría oportunidad, Chile es un mercado bastante abierto a la alianza del pacífico y sobre todo Acuerdo con China; el comprador chileno le gusta las marcas Nike, Adidas, se ha hecho una campaña fuerte con visión a este país se podría activar.....

**5. ¿Cuáles son los obstáculos que les impiden a las mipymes manufactureras textiles de Imbabura expandir su comercialización hacia mercados internacionales?**

Esta en las tendencias, en el diseño, el uso de tecnología muchas veces las pequeñas productoras no manejan ciertas características tecnológicas..... es el tema de promoción, página web, llegar a Chile por medio de..... promocionar sus productos en ferias locales, la mayor dificultad son las tendencias y la promoción a nivel de todo el país.....

**6. ¿Qué aspectos considera favorables y desfavorables para las mipymes manufactureras textiles de Imbabura en relación al Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador?**

Temas de Acuerdo son favorables en su mayoría desfavorable no diferenciar el Tratado de Libre Comercio es abierto totalmente es partido total de ida y vuelta; un acuerdo se negocia mirando lo que se necesita de cada país para fortalecerse.....

7. ¿Cree usted que el Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador brinda oportunidades para la internacionalización de las mipymes de Imbabura dedicadas a la fabricación de productos textiles?

Primera... todo Ecuador, segundo, la zona y el consumidor chileno... es de...  
mucho cuidado... hay que saber negociar con ellos por medio de un...  
contrato, con los acuerdos se pueden extenderse más, aquí se está  
produciendo: avandanes, fimbresas. Chile puede consumir un producto...  
de su Acuerdo Comercial en ese sentido. Ecuador entra más fuerte con la textil.

8. ¿Cuál son los requisitos a cumplir del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador para que las mipymes de Imbabura puedan acogerse al acuerdo?

Los requisitos el exportador tiene que tener su Token, registrarse en el  
Ecuapasa, hacer las declaraciones juramentadas (Ficha técnica) si hay...  
esa complementariedad, los certificados de origen aprueba la pequeña...  
industria del Carchi

9. ¿Considera usted que hay asociatividad de las oportunidades que las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura pueden obtener al acogerse al Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador?

Los mipymes lo pueden hacer de alianzas entre los procesos y si es  
de volumen trabajar de forma asociativa

10. ¿Cuál es el proceso para obtener el certificado de origen de acuerdo a los productos textiles?

Tener el Token, registrarse en el Ecuapasa, RUC, pueden ser personas  
naturales o jurídicas los dos pueden exportar, la guía de transporte  
ya sea aérea, terrestre, marítima... eso depende de la metodología...  
lo más importante son los criterios de origen: A, B, C, D, E, si se está...  
aptos

11. ¿Considera usted que el sector manufacturero textil de Imbabura cuenta con apoyo de las instituciones del Ecuador para facilitar y fomentar las exportaciones?

La promoción comercial es muy compleja pocas empresas se ocupan de las vicitudes que tienen ciertas instituciones, PRO-Ecuador, Ministerio de Turismo que ayuda a exteriorizar el producto, son pocas las mipymes no acciden debido a la inversión.

12. ¿Cuál sería el proceso de exportación que las mipymes del sector manufacturero textil deben de realizar para llegar al mercado chileno y acogerse al Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador?

Alinearse a los procesos, sacar las certificaciones y llegar a exportar... tiene que prepararse jurídicamente, constitucionalmente, acciones para exportar.

13. ¿Cuáles son las estrategias que usted recomendaría a las mipymes del sector manufacturero textil para llegar a competir con las principales empresas internacionales que ya están posicionada en el mercado chileno?

El costo, producido, lo que se debería hacer es una ingeniería de procesos, en un consultoría con un experto de administración de empresas, un profesional es necesario, hacerse aliado de las instituciones públicas.

14. ¿Cuál sería el proceso logístico que las mipymes del sector manufacturero textil deben de aplicar para la exportación de su producto hacia Chile?

Costos, procesos, producto que está escuchado en el mercado, el mercado chileno es un país de precio y calidad son exigentes.

15. ¿Cuáles serían los principales obstáculos que impiden que mipymes del sector manufacturero textil salgan hacia un mercado internacional?

Se ha realizado un plan de acción, los entornos y las entidades, el primer problema está en la falta de conocimiento. La solución es una acción crediticia hacia las empresas para que coten perfeccionen sus productos, exteriorizarse por medio del marketing, publicidad interna y externa.

¡Gracias por la información brindada!



#### Anexo 4. Entrevista dirigida Red de Asociaciones Textiles de Imbabura (REDATEPSI)

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



**Objetivo:** Determinar la incidencia del Acuerdo de Integración Comercial en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura.

Los datos obtenidos en la presente entrevista son utilizados con carácter académicos para continuar con el desarrollo del trabajo curricular denominado: "El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura"

**Fecha:**

**Institución:** Red de Asociaciones Textiles de Imbabura (REDATEPSI)

**Entrevistado:** Doemí Morillo Huitado

**Cargo:** Vicepresidente

1. ¿El sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura tiene la capacidad para afrontar los retos y compromisos del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador?

El sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura si tiene la capacidad de cumplir con las exigencias del acuerdo y de la demanda chilena, la mayoría de los socios de la red son empresas ubicadas en Atuntaqui y Cotacachi las cuales fabrican prendas de alta calidad y para grandes empresas de la industria como sm, susifon.

2. ¿Qué tan competitivo es el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura?

El sector manufacturero textil es muy competitivo a nivel nacional incluso hasta el año 2018 Imbabura ocupa el puesto cuarta con más exportaciones económicas a diferencia de otros países la competitividad de la provincia en cuanto a los textiles es notable porque la mayoría de los empresarios tienen una producción continua todo el año para satisfacer la demanda tan alta que tiene.

3. ¿Cuáles son los aspectos favorables y desfavorables que inciden en la competitividad del sector manufacturero textil frente a la firma del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador?

Uno de los aspectos desfavorable es el comercio aunque el acuerdo de muchas facilidades, el factor monetario para realizar una exportación de tal nivel es algo que muchas empresas no tienen. En cuanto a un aspecto favorable es las muchas beneficios que ofrece a los pequeños productores como la creación de proyectos equitativos para posibles exportaciones.

4. A través del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador, ¿Cómo se ha logrado el fomento de las exportaciones del sector textil de Imbabura?

Las 20 asociaciones que conforman la red tiene como mínimo 10 empresas cada una y para ellas aun es difícil el poder expandirse internacionalmente, mediante el acuerdo se están creando proyectos a futuro para que las empresas puedan exportar de una manera más segura y fácil pero aun no se han realizado exportaciones mediante el acuerdo.

5. ¿Cuáles son las estrategias que tienen mayor peso para que las empresas del sector textil sean competitivas en el mercado chileno?

Una de las estrategias más favorables es a través el llamado Marketing Digital crear un comercio rápido a través de las redes sociales, además de contratar diseñadores que estén pendientes de las nuevas tendencias en Chile de esta manera pueden ser más competitivos.

6. ¿Cómo considera el desempeño del sector manufacturero textil en los últimos 5 años?

En los últimos 5 años las empresas empezaron a surgir a un nivel muy rápido pero con la llegada de

La pandemia en esta muchos empresarios se estaban en su día... algunos acuaron fue un golpe muy duro para el sector textil de... lo provincia... esos de... ya se está volviendo a recuperar... su posición en cuanto a la productividad y su comercio.

**7. ¿Cuáles son los requisitos que una mipymes necesita para exportar productos del sector manufacturero del sector textil y acogerse a los beneficios del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador?**

Como sea cualquier que dentro de Ecuador no exigen muchos requisitos para los productos textiles siempre y cuando se cumpla con la norma que la cual certifica que las empresas tienen calidad además de todos los documentos de comercio necesarios para realizar la salida de la mercancía del país.

**8. ¿Cuáles son las instituciones públicas y privadas que facilitan la exportación de productos del sector manufacturero textil y como es su ayuda?**

Las instituciones tanto públicas como privadas no facilitan los exportaciones de manera directa en los últimos 5 meses se ha visto en los por parte de la cámara de comercio de Ibarra la cual está creando pequeños proyectos para empresas que desean exportar a países como Colombia, Estados Unidos entre otros.

**9. ¿Cree usted que el sector manufacturero textil de Imbabura está preparado competitivamente para cumplir con los retos y compromisos del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador?**

Las empresas textiles de Imbabura si están preparadas para cumplir los retos y compromisos del acuerdo ya que están preparadas con estándares de calidad buenas prácticas de producción cuidamos mucho el medio ambiente mediante...

El reciclaje y los agua residuales

10. De las siguientes categorías cuales son los obstáculos que se evidencian en el sector manufacturero textil de Imbabura al momento de su internacionalización hacia el mercado chileno.

- **Económico:** Es uno de los principales problemas por que no tenemos apoyo por parte de entidades públicas ni privadas, además el país está pasando por una crisis severa la cual afecta a los fabricantes y proveedores

- **Político:**

- **Logístico:**

- **Cultural:**

- **Otros:**

11. ¿Cree usted que el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador genera oportunidades para ampliar el mercado de consumo del sector manufacturero textil?

El acuerdo es una gran oportunidad para que las empresas textiles de la provincia expandan su mercado

Y pueden dar a conocer en Chile la gran capacidad de producción de tal manera que se crea un beneficio general para aspectos como el económico, nuevos planes de empleo, generación de mano de obra, etc.

**12. ¿Qué porcentaje de mipymes que se dedican a la producción y comercialización del sector textil piensa usted que tienen conocimiento de la existencia y aplicación del Acuerdo de Integración Comercial Chile-Ecuador?**

Como el Acuerdo es nuevo y con la llegada de la pandemia, considero que conocen apenas el 10% de empresas de la zona ya que no se ha tenido proyectos de exportación internacional en los últimos 2 años.

**13. ¿Cuál es la capacidad de producción de las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura, registrado en los últimos 5 años?**

Considero que la capacidad de producción en los últimos 5 años ha sido variable pero siempre se ha mantenido en producción constante, llevando cada vez más para algunas empresas la llegada del covid-19 les dio un impulso para fabricar, tapas, impermeables, cubre bocas, algunos trajes especiales para doctores o enfermeras.

**¡Gracias por la información brindada!**

**Anexo 5.** Encuesta de competitividad dirigida a las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura

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



**Objetivo:** Conocer la competitividad del sector textil de la provincia de Imbabura para entrar al mercado chileno por medio del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador.

Los datos obtenidos en la presente encuesta son utilizados con carácter académicos para continuar con el desarrollo del trabajo curricular denominado: “El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura”

**Fecha:** Viernes 16 de noviembre del 2022  
**Encuestado:** Juan Gallego Diseñador  
**Empresa:** Tejidos CFS  
**Edad:** 31

**Indicación:** Señale según considere cada una de las preguntas, tomando en cuenta la siguiente escalada:

1	2	3	4	5
Malo	Regular	Buena	Muy buena	Excelente

**1. Tecnología**

Pregunta	1	2	3	4	5
La empresa cuenta con maquinaria.			X		
Cuenta con internet.				X	
Utilización de correo, redes sociales y teléfono para comunicarse con clientes o proveedores.				X	
Realiza mantenimiento a su maquinaria.					X
Estado de la maquinaria.				X	
Proceso artesanal.		X			
Proceso automatizado.					X
Con sus equipos podría aumentar su producción.					X

**2. Proceso productivo**

Pregunta	1	2	3	4	5
La innovación de su producto.					X
Tiene un proceso con estándares de calidad.					X
El personal está capacitado.					X
Valor agregado en sus productos.			X		

Cuenta con certificaciones.						X
Diversificación de producción.						X

### 3. Organización

Pregunta	1	2	3	4	5
Cuenta con un manual de proceso.					X
Realiza inventario de materia prima, insumos y productos.				X	
Tiene designada tareas en su empresa.					X
Lleva un control financiero.				X	
Tiene estructura organizacional.					X

### 4. Sostenibilidad

Pregunta	1	2	3	4	5
En los procesos maneja normas de seguridad.					X
Manejo de los residuos.				X	
Cuenta con reciclaje de residuos.				X	
Ambiente laboral.					X
Apoyo a la comunidad.					X

### 5. Marketing

Pregunta	1	2	3	4	5
Cuenta con marca.					X
Maneja e-commerce.		X			
Cuenta con catálogos.		X			
Maneja plataformas digitales.					X
Aplicación de proceso post-ventas.				X	

### 6. Comercialización

Pregunta	1	2	3	4	5
Comercialización nacional.					X
Comercialización internacional.	X				
Comercio justo.		X			
Apoyo de instituciones públicas y privada.	X				
Cuenta con un departamento de ventas.			X		
Conocimiento en comercio exterior.					X
Planificación de comercialización.				X	X
Diversificación de mercados.				X	
Conocimiento de los acuerdos internacionales aplicado a los productos textiles.				X	
Certificaciones internacionales.				X	

¡Gracias por la información brindada!

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



**Objetivo:** Conocer la competitividad del sector textil de la provincia de Imbabura para entrar al mercado chileno por medio del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador.

Los datos obtenidos en la presente encuesta son utilizados con carácter académicos para continuar con el desarrollo del trabajo curricular denominado: "El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura"

**Fecha:** Miércoles 14 de noviembre del 2022

**Encuestado:** Luis Yandun

**Empresa:** Mercantil Gaitan

**Edad:** 55

**Indicación:** Señale según considere cada una de las preguntas, tomando en cuenta la siguiente escalada:

1	2	3	4	5
Malo	Regular	Buena	Muy buena	Excelente

**1. Tecnología**

Pregunta	1	2	3	4	5
La empresa cuenta con maquinaria.		X			
Cuenta con internet.					X
Utilización de correo, redes sociales y teléfono para comunicarse con clientes o proveedores.					X
Realiza mantenimiento a su maquinaria.		X			
Estado de la maquinaria.		X			
Proceso artesanal.	X				
Proceso automatizado.					X
Con sus equipos podría aumentar su producción,		X			

**2. Proceso productivo**

Pregunta	1	2	3	4	5
La innovación de su producto.					X

Tiene un proceso con estándares de calidad.					✓
El personal está capacitado.			✓		
Valor agregado en sus productos.				✓	
Cuenta con certificaciones.		✓			
Diversificación de producción.					✓

### 3. Organización

Pregunta	1	2	3	4	5
Cuenta con un manual de proceso.					
Realiza inventario de materia prima, insumos y productos.					✓
Tiene designada tareas en su empresa.					✓
Lleva un control financiero.					✓
Tiene estructura organizacional.		✓			

### 4. Sostenibilidad

Pregunta	1	2	3	4	5
En los procesos maneja normas de seguridad.		✓			
Manejo de los residuos.	✓				
Cuenta con reciclaje de residuos.	✓				
Ambiente laboral.					✓
Apoyo a la comunidad.		✓			

### 5. Marketing

Pregunta	1	2	3	4	5
Cuenta con marca.					✓
Maneja e-commerce.			✓		
Cuenta con catálogos.	✓				
Maneja plataformas digitales.	✓				
Aplicación de proceso post-ventas.	✓				

### 6. Comercialización

Pregunta	1	2	3	4	5
Comercialización nacional.					✓
Comercialización internacional.	✓				
Comercio justo.			✓		
Apoyo de instituciones públicas y privada.	✓				
Cuenta con un departamento de ventas.	✓				
Conocimiento en comercio exterior.	✓				
Planificación de comercialización.	✓				

Diversificación de mercados.	<input checked="" type="checkbox"/>				
Conocimiento de los acuerdos internacionales aplicado a los productos textiles.	<input checked="" type="checkbox"/>				
Certificaciones internacionales.	<input checked="" type="checkbox"/>				

**¡Gracias por la información brindada!**

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



**Objetivo:** Conocer la competitividad del sector textil de la provincia de Imbabura para entrar al mercado chileno por medio del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador.

Los datos obtenidos en la presente encuesta son utilizados con carácter académicos para continuar con el desarrollo del trabajo curricular denominado: "El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura"

**Fecha:** Lunes 19 de noviembre del 2022  
**Encuestado:** Paola Jacome → Asistente Contable  
**Empresa:** Tejidos Marko's  
**Edad:** 32

**Indicación:** Señale según considere cada una de las preguntas, tomando en cuenta la siguiente escalada:

1	2	3	4	5
Malo	Regular	Buena	Muy buena	Excelente

**1. Tecnología**

Pregunta	1	2	3	4	5
La empresa cuenta con maquinaria.					X
Cuenta con internet.				X	
Utilización de correo, redes sociales y teléfono para comunicarse con clientes o proveedores.					X
Realiza mantenimiento a su maquinaria.					X
Estado de la maquinaria.				X	
Proceso artesanal.				X	
Proceso automatizado.					X
Con sus equipos podría aumentar su producción,					X

**2. Proceso productivo**

Pregunta	1	2	3	4	5
La innovación de su producto.					X
Tiene un proceso con estándares de calidad.				X	
El personal está capacitado.					X
Valor agregado en sus productos.				X	



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



**Objetivo:** Conocer la competitividad del sector textil de la provincia de Imbabura para entrar al mercado chileno por medio del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador.

Los datos obtenidos en la presente encuesta son utilizados con carácter académicos para continuar con el desarrollo del trabajo curricular denominado: "El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura"

**Fecha:** 17 de Noviembre del 2011  
**Encuestado:** Fernando Morales  
**Empresa:** Creaciones Fel  
**Edad:** 42

**Indicación:** Señale según considere cada una de las preguntas, tomando en cuenta la siguiente escalada:

1	2	3	4	5
Malo	Regular	Buena	Muy buena	Excelente

**1. Tecnología**

Pregunta	1	2	3	4	5
La empresa cuenta con maquinaria.					X
Cuenta con internet.					X
Utilización de correo, redes sociales y teléfono para comunicarse con clientes o proveedores.					X
Realiza mantenimiento a su maquinaria.					X
Estado de la maquinaria.				X	
Proceso artesanal.					X
Proceso automatizado.					X
Con sus equipos podría aumentar su producción,					X

## 2. Proceso productivo

Pregunta	1	2	3	4	5
La innovación de su producto.					X
Tiene un proceso con estándares de calidad.					X
El personal está capacitado.					X
Valor agregado en sus productos.					X
Cuenta con certificaciones.					X
Diversificación de producción.					X

## 3. Organización

Pregunta	1	2	3	4	5
Cuenta con un manual de proceso.					X
Realiza inventario de materia prima, insumos y productos.	X				
Tiene designada tareas en su empresa.					X
Lleva un control financiero.			X		
Tiene estructura organizacional.					X

## 4. Sostenibilidad

Pregunta	1	2	3	4	5
En los procesos maneja normas de seguridad.					X
Manejo de los residuos.					X
Cuenta con reciclaje de residuos.					X
Ambiente laboral.					X
Apoyo a la comunidad.					X

## 5. Marketing

Pregunta	1	2	3	4	5
Cuenta con marca.					X
Maneja e-commerce.					X
Cuenta con catálogos.					X
Maneja plataformas digitales.					X
Aplicación de proceso post-ventas.					X

## 6. Comercialización

Pregunta	1	2	3	4	5
Comercialización nacional.					X
Comercialización internacional.					X
Comercio justo.					X

Apoyo de instituciones públicas y privada.	X				
Cuenta con un departamento de ventas.					X
Conocimiento en comercio exterior.	X				
Planificación de comercialización.			X		
Diversificación de mercados.					X
Conocimiento de los acuerdos internacionales aplicado a los productos textiles.	X				
Certificaciones internacionales.	X				

**¡Gracias por la información brindada!**

**Anexo 6.** Encuesta de los factores dirigida a las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabura

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



**Objetivo:** Conocer la competitividad del sector textil de la provincia de Imbabura para entrar al mercado chileno por medio del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador.

Los datos obtenidos en la presente encuesta son utilizados con carácter académicos para continuar con el desarrollo del trabajo curricular denominado: "El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura"

**Fecha:** *Miércoles 14 de noviembre del 2022*

**Encuestado:** *Luis Yando*

**Empresa:** *Mercantel Gaiton*

**Edad:** *55*

**1. ¿Cuántos empleados tiene la empresa?**

1	Menos de 10 empleados	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Menos de 50 empleados	<input type="checkbox"/>
3	Menos de 250 empleados	<input type="checkbox"/>
4	Más de 250 empleados	<input type="checkbox"/>

**2. ¿Cuál es su catálogo de productos?**

1	Manufactureros textiles	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Textiles manufacturados	<input type="checkbox"/>

**3. ¿Cuál es el porcentaje de comercialización hacia el mercado nacional?**

1	<10%	<input checked="" type="checkbox"/>
2	20%	<input type="checkbox"/>
3	30%	<input type="checkbox"/>
4	40%	<input type="checkbox"/>
5	50%	<input type="checkbox"/>
6	60%	<input type="checkbox"/>
7	70%	<input type="checkbox"/>
8	80%	<input type="checkbox"/>

9	90%	
10	100%	

4. ¿Cuál es el porcentaje de comercialización hacia el mercado internacional?

1	<10%	X
2	20%	
3	30%	
4	40%	
5	50%	
6	60%	
7	70%	
8	80%	
9	90%	
10	100%	

5. ¿Cuál es su capacidad de producción?

capacidad de comercialización medio

6. ¿Cuál es su proceso de producción?

1	Producción por proyectos o bajo pedidos	X
2	Producción por lotes o discontinua	
3	Producción artesanal	
4	Producción en masa	
5	Producción continua	

7. ¿A recibido algún tipo de apoyo o incentivo por parte del gobierno ecuatoriano?

1	Pro Ecuador	
2	Cámara de la Pequeña Industria	
3	Fedexport	
4	Gobierno de Imbabura	
5	BanEcuador	
6	AITE	
7	Otro	
8	Ninguno de los anteriores	X

8. ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de sus productos en el mercado nacional e internacional?

1	Precio	
2	Calidad	
3	Diseños	<input checked="" type="checkbox"/>
4	Eficiencia	
5	Marca	<input checked="" type="checkbox"/>

9. ¿Usted tiene conocimiento sobre el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador?

1	Si	
2	No	<input checked="" type="checkbox"/>

10. ¿Cuáles son los meses de mayor producción?

1	Enero	
2	Febrero	
3	Marzo	
4	Abril	
5	Mayo	
6	Junio	
7	Julio	
8	Agosto	<input checked="" type="checkbox"/>
9	Septiembre	
10	Octubre	
11	Noviembre	
12	Diciembre	<input checked="" type="checkbox"/>

11. ¿Cuál es el rango de precio de sus productos?

1	Menor a 5 dólares	<input checked="" type="checkbox"/>
2	5 a 15 dólares	<input checked="" type="checkbox"/>
3	15 a 30 dólares	<input checked="" type="checkbox"/>
4	Más de 30 dólares	

12. ¿Sus productos tienen valor agregado que lo hace diferente a la de otras empresas del sector manufacturero textil?

1	Si	<input checked="" type="checkbox"/>
---	----	-------------------------------------

2	No	
---	----	--

13. ¿Su producto es fabricado con materia prima ecuatoriana?

1	Si	
2	No	<input checked="" type="checkbox"/>

14. ¿La empresa cuenta con certificaciones?

1	Normas INEN	
2	Normas ISO	
3	Certificado GOTS	
4	Certificado BLUESING	
5	Otras	
6	Ninguna de las anteriores	<input checked="" type="checkbox"/>

15. ¿La empresa aplica estrategias de marketing o comercialización para aumentar sus ventas?

1	Campaña por redes sociales	<input checked="" type="checkbox"/>
2	E-commerce	
3	Promociones y descuentos	<input checked="" type="checkbox"/>
4	Servicio Posventa	
5	Entrega a domicilio	
6	Combos	
7	Diseños personalizados	
8	Otras	
9	Ninguna de las anteriores	

¡Gracias por la información brindada!

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



**Objetivo:** Conocer la competitividad del sector textil de la provincia de Imbabura para entrar al mercado chileno por medio del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador.

Los datos obtenidos en la presente encuesta son utilizados con carácter académicos para continuar con el desarrollo del trabajo curricular denominado: “El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura”

**Fecha:** Lunes 19 de noviembre del 2022

**Encuestado:** Paola Jacome -> Asistente Contable

**Empresa:** Tejidos marinos

**Edad:** 32

**1. ¿Cuántos empleados tiene la empresa?**

1	Menos de 10 empleados	
2	Menos de 50 empleados	X
3	Menos de 250 empleados	
4	Más de 250 empleados	

**2. ¿Cuál es su catálogo de productos?**

1	Manufactureros textiles	X
2	Textiles manufacturados	X

**3. ¿Cuál es el porcentaje de comercialización hacia el mercado nacional?**

1	<10%	
2	20%	
3	30%	
4	40%	
5	50%	
6	60%	
7	70%	
8	80%	
9	90%	X
10	100%	

4. ¿Cuál es el porcentaje de comercialización hacia el mercado internacional?

1	<10%	<input checked="" type="checkbox"/>
2	20%	<input type="checkbox"/>
3	30%	<input type="checkbox"/>
4	40%	<input type="checkbox"/>
5	50%	<input type="checkbox"/>
6	60%	<input type="checkbox"/>
7	70%	<input type="checkbox"/>
8	80%	<input type="checkbox"/>
9	90%	<input type="checkbox"/>
10	100%	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cuál es su capacidad de producción?

Alta

.....

.....

6. ¿Cuál es su proceso de producción?

1	Producción por proyectos o bajo pedidos	<input type="checkbox"/>
2	Producción por lotes o discontinua	<input type="checkbox"/>
3	Producción artesanal	<input type="checkbox"/>
4	Producción en masa	<input type="checkbox"/>
5	Producción continua	<input checked="" type="checkbox"/>

7. ¿A recibido algún tipo de apoyo o incentivo por parte del gobierno ecuatoriano?

1	Pro Ecuador	<input type="checkbox"/>
2	Cámara de la Pequeña Industria	<input type="checkbox"/>
3	Fedexport	<input type="checkbox"/>
4	Gobierno de Imbabura	<input type="checkbox"/>
5	BanEcuador	<input type="checkbox"/>
6	AITE	<input type="checkbox"/>
7	Otro	<input type="checkbox"/>
8	Ninguno de los anteriores	<input checked="" type="checkbox"/>

8. ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de sus productos en el mercado nacional e internacional?

1	Precio	<input type="checkbox"/>
2	Calidad	<input checked="" type="checkbox"/>
3	Diseños	<input type="checkbox"/>

4	Eficiencia	
5	Marca	

9. ¿Usted tiene conocimiento sobre el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador?

1	Si	
2	No	<input checked="" type="checkbox"/>

10. ¿Cuáles son los meses de mayor producción?

1	Enero	
2	Febrero	
3	Marzo	
4	Abril	
5	Mayo	
6	Junio	
7	Julio	
8	Agosto	
9	Septiembre	<input checked="" type="checkbox"/>
10	Octubre	<input checked="" type="checkbox"/>
11	Noviembre	<input checked="" type="checkbox"/>
12	Diciembre	<input checked="" type="checkbox"/>

11. ¿Cuál es el rango de precio de sus productos?

1	Menor a 5 dólares	
2	5 a 15 dólares	
3	15 a 30 dólares	<input checked="" type="checkbox"/>
4	Más de 30 dólares	

12. ¿Sus productos tienen valor agregado que lo hace diferente a la de otras empresas del sector manufacturero textil?

1	Si	<input checked="" type="checkbox"/>
2	No	

13. ¿Su producto es fabricado con materia prima ecuatoriana?

1	Si	<input checked="" type="checkbox"/>
2	No	

**14. ¿La empresa cuenta con certificaciones?**

1	Normas INEN	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Normas ISO	<input type="checkbox"/>
3	Certificado GOTS	<input type="checkbox"/>
4	Certificado BLUESING	<input type="checkbox"/>
5	Otras	<input type="checkbox"/>
6	Ninguna de las anteriores	<input type="checkbox"/>

**15. ¿La empresa aplica estrategias de marketing o comercialización para aumentar sus ventas?**

1	Campaña por redes sociales	<input type="checkbox"/>
2	E-commerce	<input type="checkbox"/>
3	Promociones y descuentos	<input checked="" type="checkbox"/>
4	Servicio Posventa	<input type="checkbox"/>
5	Entrega a domicilio	<input type="checkbox"/>
6	Combos	<input type="checkbox"/>
7	Diseños personalizados	<input type="checkbox"/>
8	Otras	<input type="checkbox"/>
9	Ninguna de las anteriores	<input type="checkbox"/>

**¡Gracias por la información brindada!**

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



**Objetivo:** Conocer la competitividad del sector textil de la provincia de Imbabura para entrar al mercado chileno por medio del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador.

Los datos obtenidos en la presente encuesta son utilizados con carácter académicos para continuar con el desarrollo del trabajo curricular denominado: “El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura”

**Fecha:** Viernes 10 de noviembre del 2022

**Encuestado:** Juan Galarraga → Diseñador

**Empresa:** Tejidos CFS

**Edad:** 31

**1. ¿Cuántos empleados tiene la empresa?**

1	Menos de 10 empleados	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Menos de 50 empleados	<input type="checkbox"/>
3	Menos de 250 empleados	<input type="checkbox"/>
4	Más de 250 empleados	<input type="checkbox"/>

**2. ¿Cuál es su catálogo de productos?**

1	Manufactureros textiles	<input type="checkbox"/>
2	Textiles manufacturados	<input checked="" type="checkbox"/>

**3. ¿Cuál es el porcentaje de comercialización hacia el mercado nacional?**

1	<10%	<input type="checkbox"/>
2	20%	<input type="checkbox"/>
3	30%	<input type="checkbox"/>
4	40%	<input type="checkbox"/>
5	50%	<input type="checkbox"/>
6	60%	<input type="checkbox"/>
7	70%	<input type="checkbox"/>
8	80%	<input type="checkbox"/>
9	90%	<input type="checkbox"/>
10	100%	<input checked="" type="checkbox"/>

4. ¿Cuál es el porcentaje de comercialización hacia el mercado internacional?

1	<10%	<input checked="" type="checkbox"/>
2	20%	<input type="checkbox"/>
3	30%	<input type="checkbox"/>
4	40%	<input type="checkbox"/>
5	50%	<input type="checkbox"/>
6	60%	<input type="checkbox"/>
7	70%	<input type="checkbox"/>
8	80%	<input type="checkbox"/>
9	90%	<input type="checkbox"/>
10	100%	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cuál es su capacidad de producción?

mediana  
 .....  
 .....

6. ¿Cuál es su proceso de producción?

1	Producción por proyectos o bajo pedidos	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Producción por lotes o discontinua	<input type="checkbox"/>
3	Producción artesanal	<input type="checkbox"/>
4	Producción en masa	<input type="checkbox"/>
5	Producción continua	<input type="checkbox"/>

7. ¿A recibido algún tipo de apoyo o incentivo por parte del gobierno ecuatoriano?

1	Pro Ecuador	<input type="checkbox"/>
2	Cámara de la Pequeña Industria	<input type="checkbox"/>
3	Fedexport	<input type="checkbox"/>
4	Gobierno de Imbabura	<input type="checkbox"/>
5	BanEcuador	<input type="checkbox"/>
6	AITE	<input type="checkbox"/>
7	Otro	<input type="checkbox"/>
8	Ninguno de los anteriores	<input checked="" type="checkbox"/>

8. ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de sus productos en el mercado nacional e internacional?

1	Precio	<input type="checkbox"/>
2	Calidad	<input checked="" type="checkbox"/>
3	Diseños	<input type="checkbox"/>

4	Eficiencia	
5	Marca	

9. ¿Usted tiene conocimiento sobre el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador?

1	Si	
2	No	X

10. ¿Cuáles son los meses de mayor producción?

1	Enero	
2	Febrero	
3	Marzo	
4	Abril	
5	Mayo	X
6	Junio	
7	Julio	
8	Agosto	
9	Septiembre	
10	Octubre	
11	Noviembre	X
12	Diciembre	X

11. ¿Cuál es el rango de precio de sus productos?

1	Menor a 5 dólares	
2	5 a 15 dólares	
3	15 a 30 dólares	X
4	Más de 30 dólares	

12. ¿Sus productos tienen valor agregado que lo hace diferente a la de otras empresas del sector manufacturero textil?

1	Si	X
2	No	

13. ¿Su producto es fabricado con materia prima ecuatoriana?

1	Si	X
2	No	

**14. ¿La empresa cuenta con certificaciones?**

1	Normas INEN	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Normas ISO	<input type="checkbox"/>
3	Certificado GOTS	<input type="checkbox"/>
4	Certificado BLUESING	<input type="checkbox"/>
5	Otras	<input type="checkbox"/>
6	Ninguna de las anteriores	<input type="checkbox"/>

**15. ¿La empresa aplica estrategias de marketing o comercialización para aumentar sus ventas?**

1	Campaña por redes sociales	<input type="checkbox"/>
2	E-commerce	<input type="checkbox"/>
3	Promociones y descuentos	<input checked="" type="checkbox"/>
4	Servicio Posventa	<input type="checkbox"/>
5	Entrega a domicilio	<input type="checkbox"/>
6	Combos	<input type="checkbox"/>
7	Diseños personalizados	<input type="checkbox"/>
8	Otras	<input type="checkbox"/>
9	Ninguna de las anteriores	<input type="checkbox"/>

**¡Gracias por la información brindada!**

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



**Objetivo:** Conocer la competitividad del sector textil de la provincia de Imbabura para entrar al mercado chileno por medio del Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador.

Los datos obtenidos en la presente encuesta son utilizados con carácter académicos para continuar con el desarrollo del trabajo curricular denominado: "El Acuerdo de Integración Comercial entre Chile-Ecuador y la incidencia en el sector manufacturero textil de la provincia de Imbabura"

**Fecha:** 17 de Noviembre del 2022.....  
**Encuestado:** Fernando Morales.....  
**Empresa:** Creciones Fer.....  
**Edad:** 42.....

**1. ¿Cuántos empleados tiene la empresa?**

1	Menos de 10 empleados	X
2	Menos de 50 empleados	
3	Menos de 250 empleados	
4	Más de 250 empleados	

**2. ¿Cuál es su catálogo de productos?**

1	Manufactureros textiles	
2	Textiles manufacturados	X

**3. ¿Cuál es el porcentaje de comercialización hacia el mercado nacional?**

1	10%	
2	20%	
3	30%	X
4	40%	
5	50%	

6	60%	
7	70%	
8	80%	
9	90%	
10	100%	

4. ¿Cuál es el porcentaje de comercialización hacia el mercado internacional?

1	10%	
2	20%	X
3	30%	
4	40%	
5	50%	
6	60%	
7	70%	
8	80%	
9	90%	
10	100%	

5. ¿Cuál es su capacidad de producción?

Lo que el cliente requiere (Alto)

.....

.....

6. ¿Cuál es su proceso de producción?

1	Producción por proyectos o bajo pedidos	
2	Producción por lotes o discontinua	
3	Producción artesanal	
4	Producción en masa	
5	Producción continua	X

7. ¿Ha recibido algún tipo de apoyo o incentivo por parte del gobierno ecuatoriano?

1	Pro Ecuador	
2	Cámara de la Pequeña Industria	
3	Fedexport	
4	Gobierno de Imbabura	

5	BanEcuador	
6	AITE	
7	Otro	
8	Ninguno de los anteriores	x

8. ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de sus productos en el mercado nacional e internacional?

1	Precio	
2	Calidad	x
3	Diseños	x
4	Eficiencia	
5	Marca	

9. ¿Usted tiene conocimiento sobre el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador?

1	Si	
2	No	x

10. ¿Cuáles son los meses de mayor producción?

1	Enero	
2	Febrero	
3	Marzo	
4	Abril	
5	Mayo	
6	Junio	
7	Julio	
8	Agosto	
9	Septiembre	
10	Octubre	
11	Noviembre	
12	Diciembre	x

11. ¿Cuál es el rango de precio de sus productos?

1	Menor a 5 dólares	x
2	5 a 15 dólares	
3	15 a 30 dólares	
4	Más de 30 dólares	

12. ¿Sus productos tienen valor agregado que lo hace diferente a la de otras empresas del sector manufacturero textil?

1	Si	<input checked="" type="checkbox"/>
2	No	<input type="checkbox"/>

13. ¿Su producto es fabricado con materia prima ecuatoriana?

1	Si	<input checked="" type="checkbox"/>
2	No	<input type="checkbox"/>

14. ¿La empresa cuenta con certificaciones?

1	Normas INEN	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Normas ISO	<input type="checkbox"/>
3	Certificado GOTS	<input type="checkbox"/>
4	Certificado BLUESING	<input type="checkbox"/>
5	Otras	<input type="checkbox"/>
6	Ninguna de las anteriores	<input type="checkbox"/>

15. ¿La empresa aplica estrategias de marketing o comercialización para aumentar sus ventas?

1	Campaña por redes sociales	<input checked="" type="checkbox"/>
2	E-commerce	<input type="checkbox"/>
3	Promociones y descuentos	<input type="checkbox"/>
4	Servicio Posventa	<input type="checkbox"/>
5	Entrega a domicilio	<input type="checkbox"/>
6	Combos	<input type="checkbox"/>
7	Diseños personalizados	<input type="checkbox"/>
8	Otras	<input type="checkbox"/>
9	Ninguna de las anteriores	<input type="checkbox"/>

¡Gracias por la información brindada!

## Anexo 7. Encuesta dirigida a los consumidores de Chile

72 respuestas



No se aceptan más respuestas

### Mensaje para los encuestados

Ya no se aceptan respuestas en este formulario

Resumen

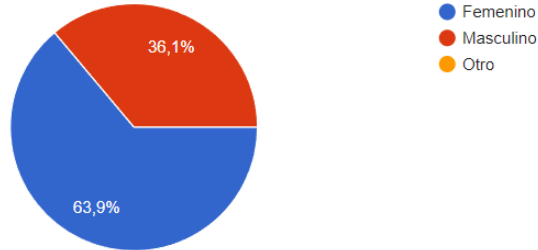
Pregunta

Individual

### Género:

72 respuestas

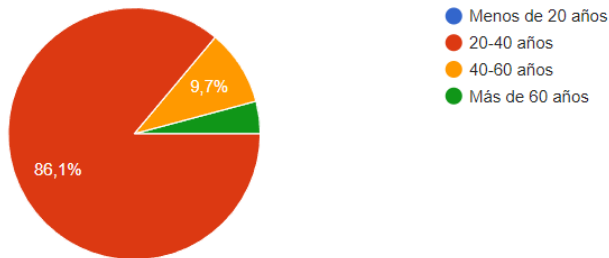
Copiar



### Edad:

72 respuestas

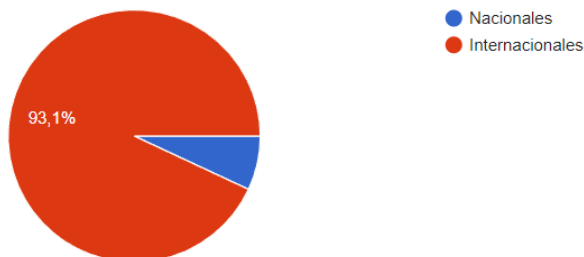
Copiar



### 1. ¿ Los productos textiles que usted compra usualmente de qué lugar son?

72 respuestas

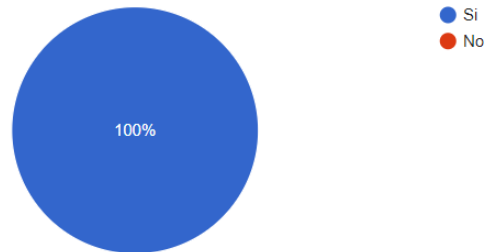
Copiar



2. ¿Ha comprado algún producto textil proveniente del Ecuador?

[Copiar](#)

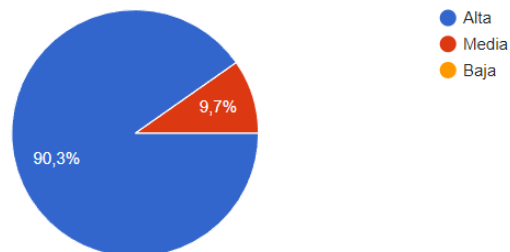
72 respuestas



3. ¿Usted cómo califica la competitividad de los productos textiles ecuatorianos?

[Copiar](#)

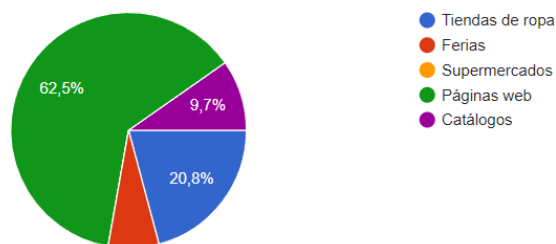
72 respuestas



4. ¿Dónde usted ha visto que se venden los productos textiles ecuatorianos?

[Copiar](#)

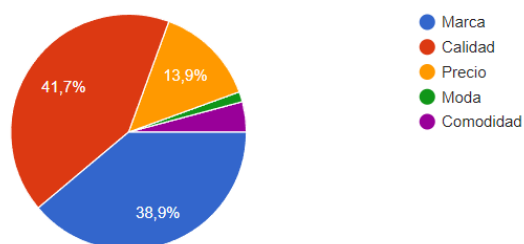
72 respuestas



5. ¿Qué aspecto considera importante para la adquisición de un producto textil?

[Copiar](#)

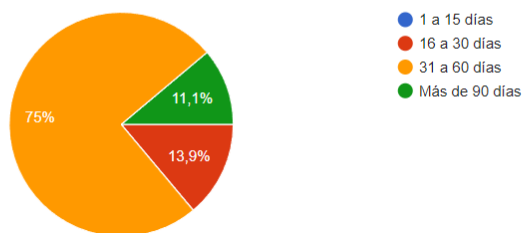
72 respuestas



### 6. ¿Con que frecuencia adquiere productos textiles?

 Copiar

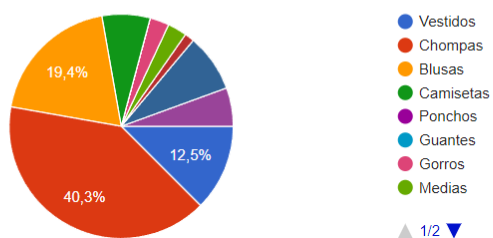
72 respuestas



### 7. ¿Qué productos textiles usted con frecuencia adquiere?

 Copiar

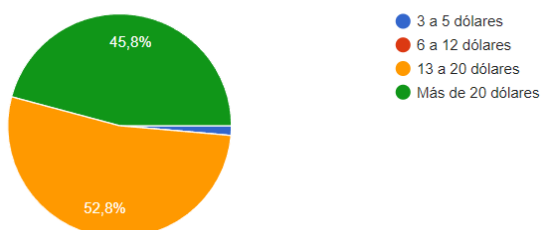
72 respuestas



### 8. ¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por un producto manufacturero textil ecuatoriano hecho por artesanos?

 Copiar

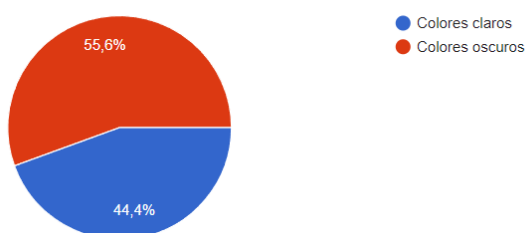
72 respuestas



### 9. ¿En qué tonalidades le gusta adquirir los productos textiles?

 Copiar

72 respuestas



**Anexo 8.** Encuesta dirigida a los consumidores de Chile



**Figura 58** Especialista Pro Ecuador Zona 1  
Ing. Oscar Ruano



**Figura 59** Especialista REDATEPSI  
Vicepresidenta. Noemi Morillo

**Anexo 9.** Evidencia encuestas aplicadas a las mipymes del sector manufacturero textil de Imbabubura



**Figura 60** Creaciones Fer-Gerente  
propietaria, Fernanda Morales



**Figura 61** Victoria- Supervisora de ventas,  
Julia Hidalgo



**Figura 62** Emanueall's -  
Supervisora de ventas,  
Manuel Torres



**Figura 63** Teneria San  
Marcos JR-Supervisora de  
ventas, Teresa Guamán



**Figura 64** Creaciones MJ-Gerente  
propietaria, Silvia Pillago



**Figura 65** Fernando's-  
Supervisora de ventas,  
Pamela Ortiz



**Figura 66** Versa-Supervisora de ventas,  
Gladys Moreno



**Figura 67** Jireth  
Creaciones- Gerente  
propietario, Carlos  
Rivera



**Figura 68** Carlex-  
Supervisora de ventas,  
Salome Rivera



**Figura 69** Eltex- Gerente  
propietario, Bryan  
Maigua



**Figura 70** Tejidos Criss-Diseñador, Juan Galarraga



**Figura 71** Tejidos Markos-Asistente contable, Paola Jácome



**Figura 72** Tejidos Waska-propietario, Washington Montalvo



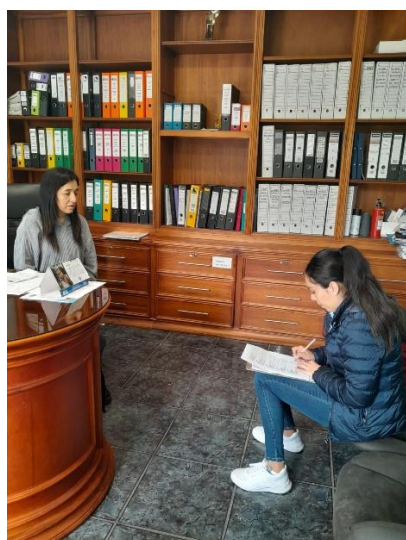
**Figura 73** Witerline-propietaria, Sara Freire



**Figura 74** Karytex-administrador, María Cabezar



**Figura 75** Carlex Inspire Fashion cia.ltda-departamento de ventas, Andrea Quistial



**Figura 76** Tejidos Gabytex-asistente contable, Vanesa Tamayo



**Figura 77** Ángel Baby-asistente contable, Katerin Concha



**Figura 78** Confecciones Maricela-administrador, Francisco Villegas



**Figura 79** Tejidos Dore-propietario, Joe Lima



**Figura 80** Karman-departamento de ventas, Maria Vallejos



**Figura 81** Facheritos-departamento de ventas, Tatiana Bastidas



**Figura 82** Tejidos Lizbeth-propietario, Simón Palacios



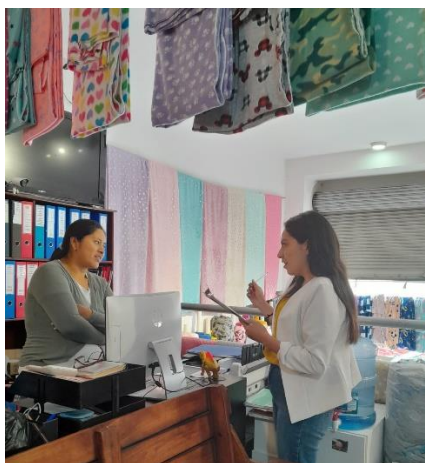
**Figura 83** Indutexma-operador, Francisco Morales



**Figura 84** Shatex-administrador-José Luis Gualon



**Figura 85** El bazar todo para tu costura-administrador, María Ajala



**Figura 86** Fabricon-administradora,  
Sandra Costeñega



**Figura 87** Runa Causay-propietario,  
Maurin Cochimuel



**Figura 88** Textiles Inty Raymi-administrador,  
Inty Noques



**Figura 89** Fabrica Neltex-propietario,  
Nelson Castaneda



**Figura 90** Baytex Hilos-asistente contable, Elena Yuquin



**Figura 91** Confecciones Rigortex Cia. Ltda. administrador, Manuel Errizaga



**Figura 92** Número de empresas en Imbabura

**Fuente:** (Dunsguide, 2022)

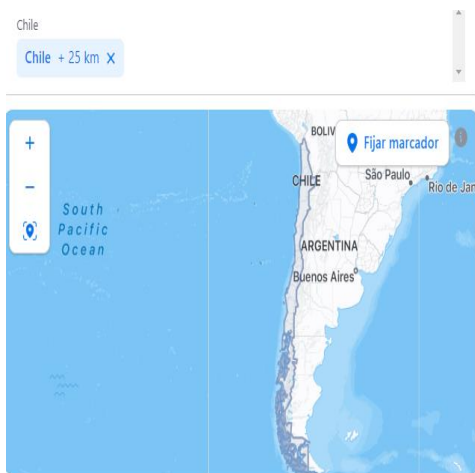
**Anexo 10.** Evidencia encuestas aplicadas a los consumidores de Chile



**Figura 94** Publicación de la encuesta en Facebook



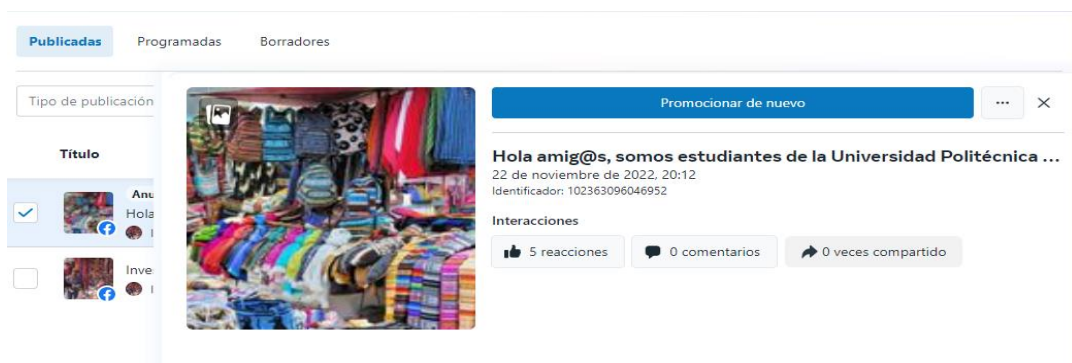
**Figura 93** Encuesta publicada en Facebook



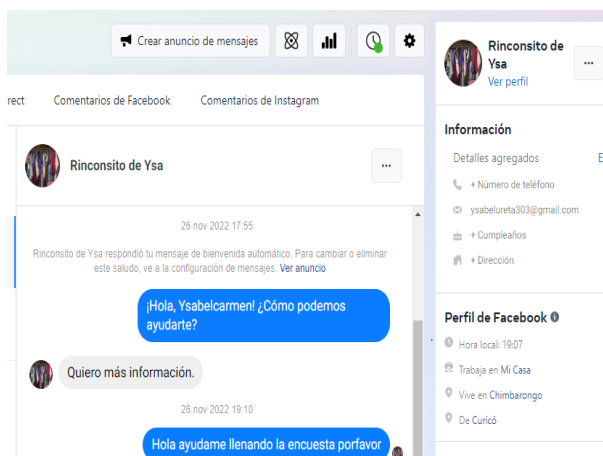
**Figura 96** Segmentación hacia chileno



**Figura 95** Promoción de la encuesta dirigida a Chile



**Figura 97** Publicación de la encuesta en Chile



**Figura 98** Respuesta de los consumidores Chile



**Figura 99** Alcance de la encuesta de Chile

### Anexo 11. Fichas bibliográficas

<b>Autor/a:</b> Asociación Latinoamericana de Integración  <b>Título:</b> Acuerdo de Complementación Económica N° 75 entre la República de Chile y la República del Ecuador  <b>Año:</b> 2020	<b>Ficha 0-001</b>
	<b>Editorial:</b>  <b>Ciudad, país:</b> Chile-Ecuador  <b>Traductor:</b> Español
<b>Resumen del contenido:</b> El documento del Acuerdo de Integración Comercial entre Ecuador y Chile está compuesto de 24 capítulos, cada apartado describe las actividades de cooperación entre los dos mercados involucrados para maximizar la participación de las mipymes y facilitar el intercambio comercial, además los países adoptan disminuir los impuestos a las importaciones con un arancel del 0% de varios productos. Por otro lado, el acuerdo busca resolver controversias de una forma eficiente y transparente.	
<b>Número de volumen:</b> ALADI/AAP.CE/75  <b>Número de edición o impresión:</b> ALADI/AAP.CE/75  <b>Número de páginas:</b> 994	

<b>Autor/a:</b> Pro Ecuador  <b>Título:</b> Guía del Exportador  <b>Año:</b> 2019	<b>Ficha 0-002</b>
	<b>Editorial:</b> Ministerio de Comercio Exterior  <b>Ciudad, país:</b> Quito, Ecuador  <b>Traductor:</b> Español

<p><b>Resumen del contenido:</b> El documento denominado “Guía del Exportador” tiene como finalidad direccionar las exportaciones de las mipymes ecuatorianas, en el documento se detalla una lista de aspectos para garantizar la transparencia y solidez del intercambio comercial, entre los temas que se detallan son: registró para ser exportador, forma de pagos, documentos de soporte y acompañamiento, Incoterms y ruta de Pro Ecuador.</p>
<p><b>Número de edición o impresión:</b> 17</p> <p><b>Número de páginas:</b> 27</p>

<p><b>Autor/a:</b> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales</p> <p><b>Título:</b> Encadenamiento productivo entre Chile y Ecuador.</p> <p><b>Año:</b> 2019</p>	<p><b>Ficha 0-003</b></p>
	<p><b>Editorial:</b> Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales de Chile y Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca de Ecuador.</p> <p><b>Ciudad, país:</b> Chile-Ecuador</p> <p><b>Traductor:</b> Español</p>
<p><b>Resumen del contenido:</b> El artículo científico sobre “Encadenamiento productivo entre Chile y Ecuador”, consta de seis secciones donde se describe temas como: cadenas globales, perfiles económicos, metodología, resultados, datos estadísticos y conclusiones con el propósito de identificar las oportunidades de integración productiva de bienes de mipymes chilenas y ecuatorianas, mismas que participan en un modelo de negocio basado en el proceso de encadenamiento.</p>	
<p><b>Número de volumen:</b> I</p> <p><b>Número de páginas:</b> 146</p>	

<p><b>Autor/a:</b> Gema Muñoz</p> <p><b>Título:</b> Perspectivas de las normas de origen de ALADI para los productos textiles manufacturados de la Zona 1 y el fomento a las exportaciones.</p> <p><b>Año:</b> 2021</p>	<p><b>Ficha 0-004</b></p>
	<p><b>Editorial:</b> Repositorio digital UPEC</p> <p><b>Ciudad, país:</b> Carchi, Ecuador</p> <p><b>Traductor:</b> Español</p>
<p><b>Resumen del contenido:</b> El informe de investigación da a conocer un estudio sistemático de los acuerdos preferenciales arancelarios que mantiene el Ecuador con ALADI. Mediante el estudio de las normas de origen en el periodo 2015-2020 aplicados a la industria textil de Imbabura y Carchi, las</p>	

investigaciones presentan datos estadísticos sobre el intercambio comercial con bases estadísticas obtenidas de Trade Mapy Cobus Group.

**Número de publicación:** 477

**Número de páginas:** 237

<b>Autor/a:</b> Danilo Altamirano, Alberto Lara y Wilson Jiménez	<b>Ficha 0-005</b>
<b>Título:</b> El emprendimiento del sector textil y confecciones en el desarrollo económico territorial.	<b>Editorial:</b> Uniandes EPISTEME
<b>Año:</b> 2020	<b>Ciudad, país:</b> Ambato, Ecuador
	<b>Revista:</b> Ciencia, Tecnología e Innovación
<b>Resumen del contenido:</b> La investigación se centra en un estudio del emprendimiento asociativo de la industria textil en el Ecuador y su dinamismo empresarial para promover la productividad económica. Además de impulsar oportunidades para las mipymes a través de la aplicación de estrategias. Para el desarrollo, los autores han utilizado un enfoque cualitativo y cuantitativo apoyado de una revisión bibliográfica.	
<b>Número de volumen:</b> VII	
<b>Número de edición o impresión:</b> 3	
<b>Número de páginas:</b> 306-320	

**Anexo 12.** Documentos de soporte y acompañamiento.

<b>EMPRESA EXPORTADORA</b> Dirección:.....Calle Sur e Intersección Teléfono/Fax:.....593-4-2597980 E-mail:..... <a href="mailto:exportadora@ecuador.com.ec">exportadora@ecuador.com.ec</a>		RUC: 120244753001 <b>FACTURA</b> Mercado Exportación		
Señores: EMPRESA IMPORTADORA:.. GLORI S.A. Dirección:.....VIII / SAN MARTIN Atención:.....SR. CÉSAR ZAMORA INVOICE (FACTURA COMERCIAL)N°.....001002004954		Nombre de Contacto:..... SR. CÉSAR ZAMORA Nuestra referencia:..... N° de cliente:..... 15160 N° Orden de pedido:..... P/O 720		
La mercancía ha sido enviada en: Dimensiones de Embalaje: Fecha:..... Enero / 2013 Peso Bruto: 1,618,25 KG Peso Neto: 1,520,35 KG Marcas: SIN MARCA Via: MARÍTIMO País de origen: ECUADOR				
			VALOR	
PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL
1604.14.00	ATÚN EN CONSERVAS	67.500 UNDS	US\$ 0.50	US\$ 33,750.00
INCOTERM: FOB			TOTAL FACTURADO:	US\$ 33,750.00

**Figura 98** Factura comercial

Fuente: (Pro Ecuador, 2022)

LOGO DE LA EMPRESA EXPORTADORA				
<b>EMPRESA EXPORTADORA</b>				
Dirección:.....Calle Sur e Intersección				
Teléfono/Fax:.....593-4-2597980				
E-mail:..... <a href="mailto:exportadora@ecuador.com.ec">exportadora@ecuador.com.ec</a>				
<b>COMPRADOR</b>				
Dirección:.....VIII / SAN MARTIN				
Teléfono/Fax:.....(11)123-45678				
E-mail:..... <a href="mailto:smartin@gloriosa.com">smartin@gloriosa.com</a>				
<b>DETALLE DEL EMBALAJE</b>				
N° DE BULTO	DESCRIPCIÓN DE LA MERCADERÍA	CANTIDAD	KILOS	
			NETO	BRUTO
001	MERCADERÍA CLASE A	100 UNIDADES	50	70
002	MERCADERÍA CLASE B	200 UNIDADES	100	120
003	MERCADERÍA CLASE C	300 UNIDADES	150	170
<b>TOTAL: 3 BULTOS</b>		<b>600 UNIDADES</b>	<b>300</b>	<b>360</b>
MARCAS:	SIN MARCAS			
EMBALAJE:	3 PALETAS			
VÍA:	MARÍTIMO			
FACTURA COMERCIAL:	001-002-00000XXXX			

**Figura 99** Lista de empaque

**Fuente:** (Pro Ecuador, 2022)

POLIZA 01-04-928751			
Producto	VEHICULOS PLAN OPTIMUS		
Fecha Inicio	11/09/2011 12:00	Fecha Término	11/09/2012 12:00
Prima Bruta Total	18,54	Moneda	UF
Propuesta	0104928751	Fecha de emisión	25/11/2016
Sucursal	Concepcion		
Esta póliza renueva a la póliza : 01-04-883816			

El asegurado se servirá leer las Condiciones, examinar la Póliza y confirmar si ella contiene lo expuesto en la propuesta debiendo devolverla inmediatamente a la Compañía para su rectificación si comprobare que adolece de un error o defecto.  
De conformidad con la propuesta presentada, la que forma parte integrante de la Póliza, la Compañía HDI Seguros S.A. (en adelante llamada "La Compañía Aseguradora"), asegura de acuerdo con los términos y condiciones de la presente Póliza, a la persona o entidad mencionada a continuación (en adelante llamada "El Asegurado"), contra los riesgos detallados y hasta las sumas consignadas en este instrumento. Rige Art.553 del Código de Comercio.

Datos del cliente asegurado-contratante	
Rut:	15175587-9
Nombre:	MUNOZ MONTESINO VALENTINA NATALIA - -
Dirección:	EDMUNDO LARENAS 129, Comuna : , Ciudad : , Región : .
Teléfono:	No posee telefono registrado
Email:	No posee email registrado

Datos del corredor	
Rut:	8581393-5
Nombre:	MARIA ENRIQUETA MONTESINO PARRA
Comisión:	10,5%

Datos del Item Asegurado N° 1			
Tipo Item:	VEHICULO	Prima Neta:	13,90
Inicio Vigencia:	11/09/2011 12:00	Término Vigencia:	11/09/2012 12:00
Estado del item:	Activo		
Patente:	BBFW19		
Rut Propietario:	14353639-4	Nombre:	Carola Ma Oz Montesino
Tipo Vehículo:	AUTOMOVIL	Marca:	CHEVROLET
Modelo Genérico:	CORSA PLUS	Modelo Especifico:	CORSA PLUS
Uso:	Particular (Vehículos de uso personal y/o familiar destinado al transporte sin fines de lucro)	Año:	2008
Nro. Puertas:	4	Color:	-
Nro. Motor:	L01GB100948	Chasis:	LSQSJ52N76Y107489

Detalle de las Coberturas del Item N° 1			
Cobertura	M.Aseg.	Deducible	P.Neta
Daños al vehículo liviano: daños materiales y robo, hurto o uso no autorizado	0,00	0,00	11,26
Responsabilidad civil base: subsección daño emergente	500,00	0,00	1,15
Responsabilidad civil base: subsección daño moral	500,00	0,00	0,21
Responsabilidad civil base: subsección lucro cesante	500,00	0,00	0,11
Robo o hurto de piezas, partes o accesorios	40,00	0,00	0,46
Daños materiales a consecuencia de huelga y terrorismo	0,00	2,00	0,03
Daños materiales a consecuencia de actos maliciosos	0,00	3,00	0,02
Daños materiales a consecuencia de riesgos de la naturaleza	0,00	0,00	0,02
Daños materiales a consecuencia de sismo	0,00	3,00	0,01

Folio de verificación :2730442

Av. Alonso de Córdova 5151, Of. 1801, Las Condes, Santiago, T. +56 2 2715 4800 Código Postal: 777 0685  
La autenticidad de este documento puede ser verificada en <http://www.hdi.cl>

**Figura 100** Póliza de seguro

Fuente : (StudyLib, 2022)

**Anexo 3.2  
CERTIFICADO DE ORIGEN**

<b>CERTIFICADO DE ORIGEN ACUERDO DE INTEGRACIÓN COMERCIAL ENTRE LA REPÚBLICA DE CHILE Y LA REPÚBLICA DEL ECUADOR</b>					
Certificado N° .....					
1. País de exportación:			2. País de importación:		
3. Nombre y domicilio del exportador: Teléfono:                      correo electrónico: Número de Registro Fiscal:			4. Nombre y domicilio del productor: Teléfono:                      correo electrónico: Número de Registro Fiscal:		
5. Nombre y domicilio del importador: Teléfono:                      correo electrónico: Número de Registro Fiscal:					
6. Número de Bienes	7. Clasificación arancelaria	8. Descripción de la(s) mercancía(s)	9. Criterio de origen	10. No. Factura(s) comercial(es)	11. Cantidad y unidad de medida
12. Observaciones:					
13. Declaración del exportador: El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la emisión de este certificado. Este Certificado se compone de _____ hojas, incluyendo todas sus hojas anexas. Nombre: _____ Firma: _____ Fecha:     /   /					

**Figura 101** Certificado de Origen  
Fuente:(ALADI, 2022)