

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

Trabajo Final

Tema: “Perspectivas de las normas de origen de ALADI para los productos textiles manufacturados de la Zona 1 y el fomento a las exportaciones”

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

AUTORA: Muñoz Romero María Gema

TUTOR: Caza Guevara José Edison Msc.

Tulcán, 2021

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Muñoz Romero María Gema con el número de cédula 1726689878 ha elaborado el trabajo de titulación: “Perspectivas de las normas de origen de ALADI para los productos textiles manufacturados de la Zona 1 y el fomento a las exportaciones”

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

f.....

Msc. Edison Caza Guevara

TUTOR

f.....

Msc. Beatriz Realpe

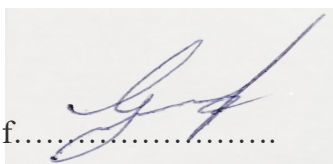
LECTORA

Tulcán, marzo de 2021

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Licenciada en la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Muñoz Romero María Gema con cédula de identidad número 1726689878 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink. The signature is stylized and appears to be 'Gema'. Below the signature, there is a dotted line starting with the letter 'f'.

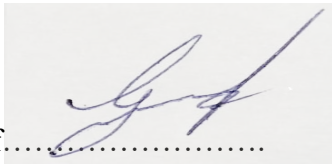
Muñoz Romero María Gema

AUTORA

Tulcán, marzo de 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Muñoz Romero María Gema declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Perspectivas de las normas de origen de ALADI para los productos textiles manufacturados de la Zona 1 y el fomento a las exportaciones” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Muñoz Romero María Gema

AUTORA

Tulcán, marzo de 2021

AGRADECIMIENTOS

Al concluir con mi trabajo de investigación deseo expresar mis más sinceros agradecimientos a Dios por tomarme de la mano y guiar mis pasos durante todos estos años, por acompañarme y cuidar de mi en cada momento, por iluminar mi cerebro cuando sentía que no entendía lo que me enseñaban los profes.

A mi amada madre Rosa Romero, por ser mi ejemplo, mi lugar seguro y por tener ese carácter fuerte capaz de convertir a una niña en toda una mujer de bien, que a pesar de las dificultades jamás dejo de estar ahí cuando necesitaba un abrazo que me hiciera olvidar lo difícil que estaba el examen final que rendiría el día siguiente.

A mi amado esposo, por su apoyo y compañía en mis días de foránea, a mi querido equipo de trabajo por su paciencia cuando Gema era insoportable en las reuniones de grupo.

A mi querida Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por ser el lugar que me dotó no solo de conocimientos sino también de una visión de cambio, a mi estimado Ing. Caza, asesor de mi investigación por su paciencia, guía y confianza en que haríamos un buen trabajo.

Y a todos mis docentes, por sembrar una semillita en mí, por compartir sus conocimientos conmigo y por creer en que algún día llegaremos a contribuir en la solución de problemas de la sociedad.

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de investigación al pequeño bebé que en estos momentos llevo en mi vientre,
como prueba de que siempre haré lo mejor y siempre buscaré la superación personal y
profesional a fin de ser un buen ejemplo en la vida de él.

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR.....	2
AUTORÍA DE TRABAJO.....	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	4
AGRADECIMIENTOS.....	5
DEDICATORIA.....	6
RESUMEN.....	14
ABSTRACT.....	15
INTRODUCCIÓN.....	16
I. PROBLEMA.....	19
1.1. Planteamiento del Problema.....	19
1.2. Formulación del Problema.....	22
1.3. Justificación.....	22
1.4. Objetivos y Preguntas de Investigación.....	23
1.4.1. Objetivo General.....	23
1.4.2. Objetivos Específicos.....	23
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	24
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	26
2.1. Antecedentes Investigativos.....	26
2.2. Marco Teórico.....	36
2.3. Fundamentación Legal.....	39
2.4. Fundamentación Conceptual.....	43
III. METODOLOGÍA.....	48
3.1 Enfoque Metodológico.....	48
3.2 Idea a Defender.....	51
3.3 Definición y Operacionalización de variables.....	52
3.4 Métodos Utilizados.....	57
3.5.5 Análisis anual de la industria textil manufacturera de Carchi e Imbabura con respecto a la exportación cuyos destinos hayan sido países miembros de ALADI.....	97
3.5.5 Correlación de Nomenclatura de las subpartidas textiles manufacturadas más exportadas entre los años 2015-2020.....	155
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	159
4.1 Resultados.....	159

4.1.1 Resultados de base de datos Cobus en el período 2015-2020	159
4.1.2 Resultados de las herramientas de las Normas de Origen para los empresarios del sector.....	168
4.1.3 Resultados de entrevistas a expertos del sector	170
4.1.4 Interpretación de resultados de entrevistas a expertos.....	182
4.2 Discusión	184
4.2.1 Normas de origen de ALADI	185
4.2.2 Fomento a las exportaciones.....	187
4.2.3 Sector textil y confección en cifras.....	189
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	193
5.1 Conclusiones.....	193
5.2 Recomendaciones	194
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	196
7.1 Anexo 1 Matriz de empresas exportadoras de productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura.	199
7.2 Anexo 2 entrevista Cámara de la Pequeña Industria del Carchi.....	203
7.3 Anexo 3 entrevista Proecuador- Plataforma Gubernamental Financiera	206
7.4 Anexo 4 entrevista Witex S.A.S.....	209
7.5 Anexo 5 entrevista Gartex	212
7.6 Anexo 6 entrevista RIZZOCOLOR.....	215
7.7 Anexo 7 entrevista Ministerio de Producción Comercio Exterior, Inversiones y Pesca ...	218
7.8 Anexo 8 entrevista empresa Lema Gramal.....	221
7.9 Anexo 9 entrevista empresa Carlex	224
7.10 Anexo 10 entrevista Gobernador del Carchi-	227
7.11 Anexo 11 entrevista Asociación de Industriales Textiles del Ecuador “AITE”	229
7.12 Evidencia fotográfica de aplicación de encuestas	232
7.13 Anexo 13 Certificado del Abstract por parte del CIDEN.....	235
7.14 Anexo 14 Acta de sustentación de Predefensa	237

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Exportaciones de manufacturas textiles de la Zona 1 de 2015-2019	21
--	----

Tabla 2 Antecedente: “Las normas de origen para las mercancías en el sistema GATT-OMC” ..	26
Tabla 3 Antecedente: “Nuevas implicaciones de las reglas de origen”	27
Tabla 4 Antecedente: “Normas de origen y facilitación del comercio en América Latina”	28
Tabla 5 Antecedente: “Las reglas de origen y el aprovechamiento de las preferencias arancelarias en el marco de los acuerdos de la ALADI”	29
Tabla 6 Antecedente: “El impacto de las reglas de origen y el análisis en la facilitación de la política de los acuerdos de libre comercio por sus siglas en ingles FTAs”	30
Tabla 7 Antecedente: “Influencia de la promoción de exportaciones en el proceso del desarrollo exportador de las Pymes”	31
Tabla 8 Antecedente: “El rol de las exportaciones en el crecimiento: una comparación entre países primario-exportadores y manufacturero-exportadores”	32
Tabla 9 Antecedente: Sector externo, restricciones y crecimiento económico en Ecuador.	33
Tabla 10 Antecedente: “El análisis de la competitividad de la industria manufacturera de exportación en México”	34
Tabla 11 Antecedente: “Análisis del sector textil ecuatoriano 2009-2013”	35
Tabla 12 Fundamentación Legal	39
Tabla 13 Matriz de definición de Variables	52
Tabla 14 Matriz de operacionalización variable dependiente	53
Tabla 15 Matriz de operacionalización variable independiente	55
Tabla 16 Matriz de expertos entrevistados	59
Tabla 17 Información de Argentina.....	70
Tabla 18 Información de Bolivia.....	71
Tabla 19 Información de Brasil	72
Tabla 20 Información de Chile.....	73
Tabla 21 Información de Colombia.....	74
Tabla 22 Información de Cuba	75
Tabla 23 Información de Ecuador	76
Tabla 24 Información de México	77
Tabla 25 Información de Panamá.....	78
Tabla 26 Información de Paraguay.....	79
Tabla 27 Información de Perú	80
Tabla 28 Información de Uruguay.....	81
Tabla 29 Información de Venezuela.....	82
Tabla 30 Criterios de origen Tratado Binacional Argentina - Ecuador.....	83
Tabla 31 Criterios de origen Tratado Binacional Brasil - Ecuador	84
Tabla 32 Criterios de origen Tratado Binacional Bolivia - Ecuador	85
Tabla 33 Criterios de origen Tratado Binacional Colombia - Ecuador.....	86
Tabla 34 Criterios de origen Tratado Binacional Uruguay- Ecuador.....	87
Tabla 35 Criterios de origen Tratado Binacional Paraguay - Ecuador.....	88
Tabla 36 Criterios de origen Tratado Binacional Perú - Ecuador	89
Tabla 37 Criterios de origen Tratado Binacional Cuba - Ecuador	90
Tabla 38 Criterios de origen Tratado Binacional México- Ecuador	91
Tabla 39 Criterios de origen Tratado Binacional Guatemala- Ecuador	92

Tabla 40 Criterios de origen Tratado Binacional Panamá- Ecuador	93
Tabla 41 Criterios de origen Tratado Binacional Nicaragua- Ecuador	94
Tabla 42 Criterios de origen Tratado Binacional El Salvador - Ecuador	95
Tabla 43 Criterios de origen Tratado Binacional Chile - Ecuador	96
Tabla 44 Principales empresas que exportaron productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura en el año 2015 hacia países miembros de ALADI	98
Tabla 45 Principales destinos para las exportaciones de productos textiles manufacturados en 2015	101
Tabla 46 Principales productos textiles manufacturados exportados en 2015 y la aduana de salida	102
Tabla 47 Productos textiles manufacturados exportados a Colombia y sus aduanas de despacho en 2015	104
Tabla 48 Productos textiles manufacturados exportados a Chile y sus aduanas de despacho en 2015	105
Tabla 49 Productos textiles manufacturados exportados a México y sus aduanas de despacho en 2015	106
Tabla 50 Principales empresas que exportaron productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura en el año 2016 hacia países miembros de ALADI	108
Tabla 51 Principales destinos para las exportaciones de productos textiles manufacturados en 2016	111
Tabla 52 Principales productos textiles manufacturados exportados en 2016 y la aduana de salida	112
Tabla 53 Productos textiles manufacturados exportados a Colombia y sus aduanas de despacho en 2016	114
Tabla 54 Productos textiles manufacturados exportados a Chile y sus aduanas de despacho en 2016	115
Tabla 55 Productos textiles manufacturados exportados a Panamá y sus aduanas de despacho en 2016	116
Tabla 56 Principales empresas que exportaron productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura en el año 2017 hacia países miembros de ALADI	118
Tabla 57 Principales destinos para las exportaciones de productos textiles manufacturados en 2017	121
Tabla 58 Principales productos textiles manufacturados exportados en 2017 y la aduana de salida	122
Tabla 59 Productos textiles manufacturados exportados a Colombia y sus aduanas de despacho en 2017	123
Tabla 60 Productos textiles manufacturados exportados a Chile y sus aduanas de despacho en 2017	125
Tabla 61 Productos textiles manufacturados exportados a México y sus aduanas de despacho en 2017	126
Tabla 62 Principales empresas que exportaron productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura en el año 2018 hacia países miembros de ALADI	128

Tabla 63 Principales destinos para las exportaciones de productos textiles manufacturados en 2018	131
Tabla 64 Principales productos textiles manufacturados exportados en 2018 y la aduana de salida	132
Tabla 65 Productos textiles manufacturados exportados a Colombia y sus aduanas de despacho en 2018	134
Tabla 66 Productos textiles manufacturados exportados a Chile y sus aduanas de despacho en 2018	135
Tabla 67 Productos textiles manufacturados exportados a México y sus aduanas de despacho en 2018	136
Tabla 68 Principales empresas que exportaron productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura en el año 2019 hacia países miembros de ALADI	137
Tabla 69 Principales destinos para las exportaciones de productos textiles manufacturados en 2019	140
Tabla 70 Principales productos textiles manufacturados exportados en 2018 y la aduana de salida	141
Tabla 71 Productos textiles manufacturados exportados a Colombia y sus aduanas de despacho en 2019	143
Tabla 72 Productos textiles manufacturados exportados a Chile y sus aduanas de despacho en 2019	144
Tabla 73 Productos textiles manufacturados exportados a México y sus aduanas de despacho en 2019	145
Tabla 74 Principales empresas que exportaron productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura en el año 2020 hacia países miembros de ALADI	147
Tabla 75 Principales destinos para las exportaciones de productos textiles manufacturados en 2020	150
Tabla 76 Principales productos textiles manufacturados exportados en 2020 y la aduana de salida	151
Tabla 77 Productos textiles manufacturados exportados a Colombia y sus aduanas de despacho en 2020	152
Tabla 78 Productos textiles manufacturados exportados a Panamá y sus aduanas de despacho en 2020	153
Tabla 79 Productos textiles manufacturados exportados a Chile y sus aduanas de despacho en 2020	154
Tabla 80 Subpartidas más exportadas de 2015-2020 y su correlación entre nomenclatura NANDINA y NALADISA	157
Tabla 81 Comparación de exportaciones de manufacturas textiles de Carchi e Imbabura en el periodo 2015-2020.....	159
Tabla 82 Herramientas de las Normas de Origen.....	168
Tabla 83 Resultados Entrevista de criterios cualitativos	170
Tabla 84 Grupo de empresas e instituciones entrevistadas	182

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia del Carchi en 2015	99
Gráfico 2 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia de Imbabura en 2015	100
Gráfico 3 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia del Carchi en 2016	109
Gráfico 4 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia de Imbabura en 2016	110
Gráfico 5 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia del Carchi en 2017	119
Gráfico 6 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia de Imbabura en 2017	120
Gráfico 7 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia del Carchi en 2018	129
Gráfico 8 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia de Imbabura en 2018	130
Gráfico 9 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia del Carchi en 2019	138
Gráfico 10 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia de Imbabura en 2019	139
Gráfico 11 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia del Carchi en 2020	148
Gráfico 12 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia de Imbabura en 2020	149
Gráfico 13 Participación Anual de las exportaciones de manufacturas textiles en el periodo 2015-2020	161
Gráfico 14 Participación anual de las principales empresas exportadoras en el periodo 2015-2020	162

Gráfico 15 Participación anual de las principales subpartidas exportadoras en el periodo 2015-2020	164
Gráfico 16 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia de Imbabura en 2020	166

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Fundamentación conceptual.....	43
Figura 2 Normas de Origen	60
Figura 3 Exportaciones de textiles por bloque económico.....	190
Figura 4 Exportaciones de textiles por bloque económico.....	191
Figura 5 Evolución de exportaciones por subpartida Zona 1	192

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general analizar la contribución de las normas de origen de ALADI en el fomento a las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1, con la utilización de la metodología cuantitativa y cualitativa que permitieron la recolección de datos favorables para la indagación. El análisis estuvo direccionado en un periodo de seis años comprendidos entre 2015-2020, en cual se obtuvieron datos respecto de las exportaciones de la industria textil y confección de Carchi e Imbabura, de las subpartidas de los capítulos 61,62 y 63 del Arancel de Importaciones Ecuador y cuyos destinos hayan sido países de ALADI.

Los principales hallazgos obtenidos de la investigación, se pueden denotar la verificación de la idea a defender, la cual sostenía que las normas de origen contribuyen en el fomento de las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1, así mismo, las normas de origen están dadas en dos perspectivas, en función de la apreciación de los empresarios del sector, una de ellas hace referencia a una oportunidad en cuanto a la competitividad en mercados internacionales y la otra desde un enfoque de debilidad para aquellos que apenas inician en la industria que desconocen los procesos y normativa para la acreditación de origen.

Como resultado de la investigación, se tiene un sector con productos de calidad y precios competitivos con clara aceptación en mercados internacionales, no obstante, empresarios y emprendedores con debilidades en función del desaprovechamiento a causa del desconocimiento de herramientas que ofrece el entorno en favor de fomentar la exportación de sus productos.

Palabras claves: Normas de origen, fomento a las exportaciones, industria textil manufacturera.

ABSTRACT

Theme: "Perspectives of ALADI's rules of origin for manufactured textile products in Zone 1 and export promotion"

The main objective of this research is to analyze ALADI's rules of origin contribution in promoting manufactured textile products exports from Zone 1. Quantitative and qualitative methodology allowed to collect satisfactory data to inquiry into the subject. This analysis was focused on a period of six years between 2015-2020, in which data was obtained based on textile and clothing industries and its exports in Carchi and Imbabura provinces having as point of reference chapters 61, 62 and 63 subheadings of Imports Duties Ecuador, which destinations have been ALADI countries.

The central findings obtained from the investigation uphold the idea to be defended, same that supports that the rules of origin contribute to the exports of manufactured textile products promotion from Zone 1. Indeed, the rules of origin have two perspectives from local businessmen's assessment: opportunity of competitiveness in international markets and the other one, which seems to be weaker, for those who are starting in the industry. Considering the lack of knowledge about processes and regulations for origin accreditation.

Therefore, there is a sector which has quality products and competitive prices with high acceptance in international markets. However, businessmen and entrepreneurs with weaknesses based on wastage due to unawareness about tools offered by the environment in favor of promoting their products export.

Key words: Rules of origin, export promotion, textile manufacturing industry.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación está orientada en función de dos variables, las normas de origen y el fomento a las exportaciones de productos textiles manufacturados, en este sentido la problemática de la indagación estuvo enmarcada en el desconocimiento por parte de los empresarios del sector respecto de los beneficios que se pueden obtener al aplicar una certificación de origen en un intercambio comercial, para lo cual, el objeto de estudio estuvo centrado en el análisis de un periodo de seis años comprendidos entre 2015-2020 respecto de las exportaciones de manufacturas textiles de Carchi e Imbabura de las subpartidas de los capítulos 61, 62 y 63 del arancel , cuyos destinos hayan sido países miembros de ALADI.

Así mismo, el interés académico de la investigación estuvo enmarcado en estudiar una problemática de carácter económico- social y a la vez se trató de generar sugerencias que puedan aplicar aquellos emprendedores que apenas inician en la industria textil del país, en este punto es importante desatacar que el sector pertenece a las exportaciones no tradicionales del Ecuador, razón por la cual la motivación fue mayor, pues es indispensable impulsar políticas de fomento a las exportaciones para aquellos productos que a pesar de no tener mayor participación en el total de exportaciones generales, contribuyen directamente con el desarrollo económico para toda una sociedad.

Dicho lo anterior, estudiar un sector con estándares de calidad, la capacidad para atender pedidos internacionales de forma constante y la especialización de procesos ha permitido el posicionamiento del producto ecuatoriano en mercados internacionales, y a la vez llevaron directamente la investigación a plantearse el objetivo general de analizar como contribuyen las

normas de origen en el fomento de las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1. Así pues, en un inicio se empezó con la fundamentación teórica de las variables, se realizó un diagnóstico del sector y se determinaron las herramientas que ofrecen las normas de origen en función de las exportaciones.

Por consiguiente, en el capítulo II de fundamentación teórica se tomaron en cuenta antecedentes orientados a ampliar el panorama respecto de las normas de origen, el fomento a las exportaciones y la industria textil, a la vez se trabajó bajo el amparo de dos teorías del comercio internacional y una en función de la integración regional. Así mismo, la fundamentación legal estuvo dada por acuerdos y leyes que soportan lo planteado en el análisis.

Con respecto del capítulo III referente a la metodología utilizada, la información y datos obtenidos se trabajaron mediante una metodología cuantitativa y cualitativa, así mismo se basó en un muestreo no probabilístico y por conveniencia, donde se seleccionaron a expertos del sector para la aplicación de la entrevista. La matriz de operacionalización de variables fue parte medular de la investigación puesto que a partir de ella se pudo ensamblar toda la investigación. Por consiguiente, las bases de datos para el análisis estadístico son referentes a las fluctuaciones de las exportaciones de productos textiles manufacturados, la participación de las empresas de Carchi e Imbabura y los destinos con mayor afluencia.

A fin de analizar las normas de origen, se realizó un estudio de todos los acuerdos de preferencias arancelarias que mantiene el Ecuador en relación con los países miembros de ALADI, lo que permitió en gran manera determinar que la preferencia no es la misma para todos los países y que se debe contar con información previo a una negociación internacional, es importante destacar que se realizó la correlación entre la nomenclatura de NALADISA y NANDINA con el fin de determinar el porcentaje de variabilidad entre las subpartidas.

A continuación, se presentaron los resultados y la discusión referente a los principales hallazgos obtenidos en la investigación para lo que se trabajó mediante cada una de las variables y el análisis del sector textil manufacturero, además se presentaron los resultados obtenidos de las entrevistas aplicadas a los expertos del sector lo permitió dar respuesta a algunas de las preguntas de investigación planteadas en un inicio que no fueron solventadas con la información de las bases de datos.

Finalmente, se presentan las conclusiones a las cuales se llegó después de realizar la investigación, mismas que están dadas por las perspectivas de las normas de origen en función de la apreciación de los empresarios, el evidente desconocimiento de herramientas que ofrece el entorno y que benefician los procesos de exportación, debilidad en las políticas públicas de promoción para los sectores de exportaciones no tradicionales. Adicionalmente, las recomendaciones que surgieron con la investigación para los empresarios del sector y las instituciones públicas relacionadas con la industria.

I. PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

Desde la perspectiva internacional con referencia a la globalización en función del intercambio comercial a favor de un comercio sin discriminaciones se han creado dos postulados, entre ellos, el principio de la Cláusula de la Nación más Favorecida (NMF) instrumentada en el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), el cual establece que si existe alguna preferencia a un país, ésta se debe replicar con los demás miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC), sin embargo, este principio tiene algunas excepciones como la cláusula de habilitación en las que, por ejemplo, se otorga ciertas ventajas a un grupo de países según las alianzas que realicen y no necesariamente se deben replicar al resto, es aquí donde entra a jugar un rol muy importante las Normas de Origen que instaura los criterios necesarios para determinar la procedencia de un producto y otorgar ciertos beneficios en función de dos conceptos, el primero hace referencia a un carácter no preferencial y el segundo, netamente preferencial.

Desde esta premisa la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), en calidad de organismo internacional regional, establece preferencias para los productos originarios de los países miembros (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela), anteponiendo la certificación de origen como una herramienta de desarrollo económico capaz de contribuir como incentivo para los empresarios y sus productos en mercados internacionales.

Pese a ello, por tema cultural, los empresarios del país dejan de lado el continuo aprendizaje y actualización de temas que van de la mano con la dinámica del comercio internacional; por ello resulta complejo que puedan tener presente las tendencias a la aplicación de Normas de Origen y los nuevos conceptos e instrumentos que estas reglas contienen, a fin de gozar de los beneficios

arancelarios conferidos en los acuerdos comerciales y abrir nuevos mercados para los productos textiles manufacturados de la Zona 1.

De la mano con lo anteriormente expuesto, está el fomento a las exportaciones, que por estos últimos meses se ha visto afectado por la situación actual que atraviesa la economía global por temas de la pandemia en relación con el Covid-19, la cual ha alterado bruscamente el dinamismo de las exportaciones en todas las industrias sin lugar a duda y claramente los productos textiles manufacturados de la Zona 1 ya que es evidente que la cotidianidad ha cambiado y las formas de vivirla también.

Si bien, el sector textil es de gran importancia para el país porque aporta una amplia cantidad de plazas laborales y dinamiza la economía del país en relación de las exportaciones no petroleras, aunque, la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), manifiesta que la problemática del sector textil se centra en la baja producción nacional tanto de insumos textiles como de productos terminados, las causas principales son:

- Insuficiente desarrollo de la industria petroquímica
- Escasa tecnificación en procesos.
- Altos valores de inversión de capital.
- Elevados costos de producción que encarecen el producto final.

Es conveniente destacar que las exportaciones de manufacturas textiles en la Zona 1 (Carchi, Esmeraldas, Imbabura y Sucumbíos), según la base de datos de ProEcuador representa el 27,60% de las exportaciones totales de la Zona 1 en el periodo 2015 – 2019. En este orden de ideas, es importante presentar tablas que contienen valores en miles de Free On Board (FOB), debido a las exportaciones de manufacturas textiles de la Zona 1 en el periodo de 2015 a 2019 tomando en cuenta las subpartidas del capítulo 61,62 y 63 del arancel general,

Tabla 1 Exportaciones de manufacturas textiles de la Zona 1 de 2015-2019

EXPORTACIONES MANUFACTURAS TEXTILES ZONA 1 2015-2019			
AÑOS	CARCHI	IMBABURA	TOTAL GENERAL
2015	305,3221977	7112,022331	7417,344529
2016	9,5	5256,715691	5266,215691
2017	6,744	4736,248734	4742,992734
2018	30,37539998	6069,178162	6099,553562
2019	86,0795	3561,255638	3647,335138
TOTAL GENERAL	438,0210976	26735,42056	27173,44166

Fuente: Base de datos Proecuador 2015-2019

Como se evidencia en la Tabla 1, las exportaciones de manufacturas textiles de la Zona 1 recaen exclusivamente en dos provincias, Carchi e Imbabura, evidenciando un mayor porcentaje en esta última, cabe mencionar que las provincias de Sucumbíos y Esmeraldas no registran valores por concepto de exportación de las subpartidas en cuestión.

1.2. Formulación del Problema

¿Cómo contribuyen las normas de origen de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) en el fomento de las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1?

1.3. Justificación

La presente investigación parte del incremento de las tendencias de un comercio equilibrado que brinde las posibilidades de facilitación y de paso a un sistema comercial alterno que beneficie ambas partes de la negociación en el cual las reglas de origen podrían ser necesarias para fomentar las exportaciones de los productos textiles manufacturados de la Zona 1 y a la vez asegurar que estas no generen por sí mismas obstáculos innecesarios al comercio.

Su importancia apunta a diseñar estrategias para aprovechar los beneficios de las normas de origen de la Asociación Latinoamericana de Integración y fortalecer el fomento a las exportaciones de los productos textiles manufacturados de la Zona 1 , agregar el valor requerido en cuanto a competitividad que a su vez permita encontrar nuevos nichos de mercado a fin de responder a las demandas de los consumidores que valorizan los atributos de estos productos, por ello se pretende aprovechar en su mayoría las preferencias arancelarias que se desprenden al aplicar normas de origen en un marco de integración regional.

La presente investigación prevé aportar con información óptima para que los empresarios del país puedan conocer los beneficios que otorgan los bloques económicos regionales al ser considerado Ecuador un Estado de menor desarrollo económico relativo para el cual se otorga un mayor porcentaje de preferencias arancelarias a sus productos.

El trabajo es pertinente con las líneas de investigación de la carrera al enfatizar el estudio de la aplicación de las normas de origen porque es un tema que en varias ocasiones se deja de lado y se desaprovecha el aporte que estas pueden tener a la hora de negociar, además de ello el campo de sus regímenes es muy amplio por tanto cobija a varios productos así no sean producidos en su totalidad en un solo territorio.

El comercio exterior es la expresión más dinámica de una economía, cada vez sus productos y reglas sufren cambios que demandan mayor atención por parte de los empresarios, por tanto a fin de cumplir con lo que establece la misión de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi enfocado a formar profesionales capaces de aportar al desarrollo del país se pone énfasis en la aplicación de las reglas de origen ya que representa una gran oportunidad para contribuir con lo que realmente necesitan los empresarios del sector industrial de productos textil manufacturados del Ecuador para garantizar su posición estratégica en la región y el mundo.

1.4. Objetivos y Preguntas de Investigación

1.4.1. Objetivo General

Analizar cómo contribuyen las normas de origen de ALADI en el fomento a las exportaciones de productos textiles manufacturados de la zona 1

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar Bibliográficamente las normas de origen de la Asociación Latinoamericana de Integración y el fomento de las exportaciones de los productos textiles manufacturados de la Zona 1.
- Diagnosticar la situación de las normas de origen de la Asociación Latinoamericana de Integración y el fomento a las exportaciones de los productos textiles manufacturados de la Zona 1.

- Determinar las herramientas que proporcionan las normas de origen para los empresarios del sector textil manufacturero de la Zona 1 y el fomento a las exportaciones.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Qué son las Normas de Origen?
- ¿Qué es y para qué sirve el Certificado de Origen?
- ¿Cuáles son los criterios para establecer el origen de las mercancías?
- ¿Cuáles son las consecuencias de que en una verificación de Origen se determine que los bienes no son originarios?
- ¿Cuántos enfoques tiene las normas de origen y cómo funciona cada uno de ellos?
- ¿Cuál es la política económica de comercio exterior del Ecuador en fomento a las exportaciones?
- ¿Cuáles son las políticas comerciales que fortalecen el fomento de las exportaciones de los productos textiles manufacturados?
- ¿Cuáles son los productos textiles manufacturados de la ZONA 1?
- ¿Qué empresas producen textiles manufacturados en la ZONA 1?
- ¿Qué estrategias se podrían aplicar para fomentar las exportaciones de los productos textiles manufacturados de la zona 1 con el aprovechamiento de las normas de origen?
- ¿Cuán importante es la industria de productos textiles manufacturados para la economía del Ecuador?
- ¿Cuál es el producto estrella de las manufacturas de la zona 1 que más se exporta a mercados internacionales?

- ¿A qué mercados se puede exportar los productos textiles manufacturados aprovechando las normas de origen de ALADI?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Antecedentes Investigativos

Tabla 2 Antecedente: “Las normas de origen para las mercancías en el sistema GATT-OMC”

Título	“Las normas de origen para las mercancías en el sistema GATT-OMC”
Principales Hallazgos	<p>El artículo científico habla sobre la descripción de los conceptos básicos, así como de los principales impactos que generan las normas de origen en la reglamentación y funcionamiento del comercio internacional. La investigación de López fue desarrollada con una metodología exploratoria que le permitió llegar a concluir que las discusiones y resultados en el ámbito multilateral son utilizadas para mejorar los regímenes preferenciales y, a su vez, la experiencia en la aplicación de las normas preferenciales recae directamente en el manejo de acuerdos comerciales.</p>
Aporte	<p>Dentro de sus hallazgos menciona que, en un mundo globalizado, caracterizado por la diversidad de creación y la premura de los intercambios, la determinación del origen puede parecer un tema poco proactivo. Sin embargo, la configuración actual del comercio internacional hace necesaria la determinación del origen aduanero de las mercancías para ejecutar los principales instrumentos de política comercial y fijar con ello el régimen jurídico aplicable a la mercancía</p> <p>El presente artículo tiene un aporte significativo para la investigación desde el punto de vista de que la información posee bibliografía referente a la forma en que impactan las normas de origen frente a los reglamentos y funcionamiento del comercio internacional, tomando en consideración que la parte de integración internacional es el centro de la investigación implícitamente y que la aplicación de los regímenes de origen es una actividad compleja, que requiere conocimiento e información, tanto de las autoridades encargadas de ejecutarlos, como de los agentes económicos</p>

Fuente: López, J. (2008). Las normas de origen para las mercancías en el sistema GATT-OMC. *Información Comercial Española*, 842, pp. 163-180.

Tabla 3 Antecedente: “Nuevas implicaciones de las reglas de origen”

Título	“Nuevas implicaciones de las reglas de origen”
Principales Hallazgos	<p>Gitli sugiere añadir varias reflexiones sobre qué es lo que se está negociando y hacia donde se está conduciendo los nuevos esquemas que permanecen emergiendo, en los hallazgos de la averiguación se menciona que las naciones latinoamericanas han aprovechado los beneficios unilaterales otorgadas por territorios industrializados, las normas de procedencia son un grupo de reglas que determinan dónde se ha producido un bien. En condiciones tradicionales de negocio entre naciones esta información tendría escasa trascendencia, o la tendría únicamente para objetivos estadísticos, no obstante, en varios casos los flujos de negocio de bienes permanecen sujetos a tratamientos en frontera diferentes de acuerdo con el producto y según su procedencia.</p>
Aportes	<p>En el que se ha podido concluir que podría ser más relevante laborar sobre un criterio de asimetría que permitiera entender que más allá de un problema de niveles de desarrollo está además el del tamaño relativo de las naciones, que se expone en profundas diferencias en la articulación de los eslabonamientos productivos, las normas de procedencia conforman uno de los nuevos temas de la concentración de negociaciones comerciales que se han iniciado o profundizado en el conjunto de naciones americano</p> <p>Esta investigación aporta a la presente investigación con información primaria realmente interesante en el marco de como las normas de origen contribuyen en el mundo actual de las negociaciones internacionales, como es de conocimiento general el comercio es dinámico y las herramientas existentes tienen nuevas aplicaciones que benefician la comercialización de bienes y sobre todo como estas oportunidades están siendo empleadas por países latinoamericanos.</p>

Fuente: Gitli, E., (2008). Nuevas implicaciones de las reglas de origen. *Revista de la CEPAL*,56, pp.111-124.

Tabla 4 Antecedente: “Normas de origen y facilitación del comercio en América Latina”

Título	“Normas de origen y facilitación del comercio en América Latina”
Principales Hallazgos	<p>Iziam centró sus esfuerzos en los métodos asociados al cumplimiento de las reglas de procedencia y la perspectiva de la facilitación del negocio, en sus hallazgos más relevantes se puede resaltar que todas las naciones aceptan que la armonización de las reglas de procedencia, o sea, el establecimiento de reglas de procedencia que apliquen las naciones y que sean las mismas sea cual fuere el propósito de su aplicación facilitaría las corrientes de negocio mundial. Por cierto, una mala implementación de las reglas de procedencia puede convertirlas en una herramienta de política comercial siendo este un sencilla mecanismo auxiliar de una herramienta de política comercial.</p>
Aporte	<p>Por consiguiente, Iziam concluye sugiriendo, que en temas de origen aún no se dispone de normas multilaterales vinculantes en la Organización Mundial del Negocio si bien hay ciertos adelantos al respecto, ello trata sobre el negocio universal no favorito.</p> <p>La publicación antes expuesta es de un organismo regional de algunos países de Latinoamérica entre ellos Ecuador se puede recatar que este serviría como una guía referente a las facilitaciones que se podrían generar al implementar las normas de origen en los procesos de exportación de los productos textiles manufacturados y a la vez da un amplio panorama de cómo evitar llevar el origen desde un aspecto no preferencial.</p>

Fuente: Iziam, M. (2004). Normas de origen y facilitación del comercio en América Latina. *Comercio Exterior*, 54(5), pp.444-455.

Tabla 5 Antecedente: “Las reglas de origen y el aprovechamiento de las preferencias arancelarias en el marco de los acuerdos de la ALADI”

Título	“Las reglas de origen y el aprovechamiento de las preferencias arancelarias en el marco de los acuerdos de la ALADI”
Principales Hallazgos	<p>El presente análisis desprende varias derivaciones bastante interesantes, de esta forma, el nivel de exigencia de las normas de procedencia que instituye un pacto tiene efectos directos en el aprovechamiento de las preferencias arancelarias previstas en el mismo. En impacto, el trato diferenciado que se hace en temas de normas de procedencia en el ámbito de los convenios de la ALADI resulta efectivo, es decir, tiene efectos positivos en el negocio para el territorio que obtiene un trato más conveniente. Por lo tanto, las normas de origen establecidas en un convenio inciden, no sólo en la colaboración del negocio total bilateral, sino además en el volumen total de negocio que un territorio signatario de un pacto canaliza hacia su copartícipe.</p>
Aporte	<p>Con interacción a la iniciativa anterior tanto la preferencia arancelaria como las normas de origen están afectando las condiciones de competitividad de la producción procedente de un territorio en el mercado, disminuyendo el costo en el primer caso y elevando los precios en el segundo, en relación a los productos que se canalizan por fuera del consenso. Este doble impacto puede ser en que la producción procedente resulte competitiva, o no, en relación a terceros dependiendo del nivel de exigencia de los criterios de origen que se establezcan.</p> <p>Para la presente ofrecen las normas de origen desde el enfoque preferencial y como se puede convertir en dinamismo para el mercado en cuestión, este estudio muestra que el efecto de las reglas de origen es significativo en la mayoría de los casos, estaría determinando las condiciones de competitividad de la producción originaria y, por tanto, el volumen total de comercio entre los socios de un Acuerdo</p>

Fuente: Correa, F., y Correa, A. (2016). *Las reglas de origen y el aprovechamiento de las preferencias arancelarias en el marco de los acuerdos de la ALADI*. Montevideo, Uruguay.

Tabla 6 Antecedente: “El impacto de las reglas de origen y el análisis en la facilitación de la política de los acuerdos de libre comercio por sus siglas en ingles FTAs”

Título	“El impacto de las reglas de origen y el análisis en la facilitación de la política de los acuerdos de libre comercio por sus siglas en ingles FTAs”
Principales Hallazgos	<p>Duttagupta y Panagariya misma que tuvo como resultado que aplicar las normas de origen a un determinado producto en ocasiones resulta costoso y demanda una serie de requisitos que demuestren la originalidad de los productos.</p> <p>Las normas de procedencia juegan un papel importante en el desarrollo comercial y beneficioso de un territorio en el proceso de adhesión, y posibilita la unificación de políticas que contribuyan con este proceso de tipo económico más profundo y cooperación en varios campos como por ejemplo financiero, fiscal o tecnológicos industriales.</p> <p>En este sentido, las ventajas derivadas de las normas de procedencia se prolongan al plano donde el exportador debería facilitar el acceso de sus productos en el territorio de las naciones aliadas asegurando un mercado más seguro para que el importador obtenga las mercancías que deseaba liberadas de la aduana, disminuyendo costes relacionadas con productos semejantes de terceros territorios.</p> <p>En este artículo científico se muestra el escenario negativo de las normas de origen como barrera no arancelaria, en el escenario latinoamericano, la principal herramienta para acabar con la anomalía negociadora con los países desarrollados se encuentra en la negociación en bloque, potencializando todos los intereses en común de la región. Solo de esta forma se conseguirá balancear con mayor equidad las negociaciones relacionadas con el libre comercio.</p>
Aporte	

Fuente: Duttagupta, R. & Panagariya A. (2007). El impacto de las reglas de origen y el análisis en la facilitación de la política de los acuerdos de libre comercio por sus siglas en ingles FTAs. *Economics and Politics*, 19(2), pp.169-190.

Tabla 7 Antecedente: “Influencia de la promoción de exportaciones en el proceso del desarrollo exportador de las Pymes”

Título	“Influencia de la promoción de exportaciones en el proceso del desarrollo exportador de las Pymes”
Principales hallazgos	<p>Martínez tuvo como objetivos Asistir a las empresas en la planeación y preparación para involucrarse en mercados externos, brindar herramientas a las empresas en la adquisición de la experiencia y el conocimiento necesarios para entrar y desarrollar exitosamente los mercados externos.</p> <p>En sus primordiales hallazgos esta que hay organismos cuyos programas y servicios ejercen un efecto indirecto en las Pymes que necesitan mejorar ciertos recursos y habilidades necesarios para empezar el proceso del desarrollo exportado. El sistema de promoción de exportaciones del Caribe de Colombia carece de un modelo adaptable a las necesidades y barreras para la exportación que encaran las Pymes y a su grado de desarrollo exportador, por medio del cual se diseñen los diversos programas y servicios, y que se encuentre enfocado a las necesidades de las Pymes, no en forma generalizada, que permita la articulación de los diversos organismos que son parte del sistema, la utilización eficiente de los recursos y las habilidades con que cuentan éstos.</p>
Aporte	<p>Por tal fundamento para la presente indagación, tomar en consideración la promoción de exportaciones que nace como una contestación extensa a las necesidades de la Pyme, a raíz de la dificultad para exportar y de su carencia de recursos, habilidades, vivencia y conocimientos que tienen la posibilidad de situarla en desventaja competitiva en los mercados de todo el mundo. De esta forma, la promoción de exportaciones se convirtió en una política prioritaria de los gobiernos de las naciones desarrollados, recién industrializados y, en especial, en vías de desarrollo, al tener en cuenta las fuertes repercusiones que tiene la exportación en la política económica de un país.</p>

Fuente: Martínez, P. (2007). Influencia de la promoción de exportaciones en el proceso del desarrollo exportador de las Pymes. *División de ciencias administrativas de la universidad del Norte*, pp.1-57.

Tabla 8 Antecedente: “El rol de las exportaciones en el crecimiento: una comparación entre países primario-exportadores y manufacturero-exportadores”

Título	“El rol de las exportaciones en el crecimiento: una comparación entre países primario-exportadores y manufacturero-exportadores”
Principales Hallazgos	<p>Armijos planteó examinar la relación existente entre las exportaciones y el crecimiento económico para Alemania, México y Ecuador, respectivamente. Utilizando datos de series de tiempo para el periodo 1980 – 2014 de la base de datos del Banco Mundial (2016) en general los resultados sugieren que tanto en los países primario-exportadores y manufacturero-exportadores el efecto de las exportaciones en la producción es positivo, pero el efecto es mayor en los países manufactureros.</p> <p>En los hallazgos se concluyó que en Ecuador el ahorro no es estadísticamente relevante dato que se puede evidenciar por el caso que atraviesa el territorio actualmente, por no disponer de reservas o una caja de ahorros, al añadir la variable gasto público en Ecuador se observa una alteración destacable en el incremento económico esto como consecuencia que la variable refleja la dotación y mejoramiento de la composición física y el gasto en enseñanza, ciencia y tecnología la que se traduce en el mejoramiento de la producción y por ende un más grande aumento.</p>
Aporte	<p>Por tanto para la presente investigación es adecuado tener presente que las exportaciones fomentan el crecimiento a nivel mundial y mejoran la economía tanto de países desarrollados como subdesarrollados, sin embargo es prudente tener presente las variables que pueden alterar este crecimiento que básicamente están dentro de las políticas públicas emitidas por los gobiernos, cabe recalcar que los países desarrollados son los más beneficiados por la diversificación de sus productos, que son importados de economías básicas en el sector primario - exportador como Ecuador.</p>

Fuente: Armijos, Y., Ludeña, X., y Ramos, A. (2017). El rol de las exportaciones en el crecimiento: una comparación entre países primario-exportadores y manufacturero-exportadores. *Económica*, 2(1), pp.66-74.

Tabla 9 Antecedente: Sector externo, restricciones y crecimiento económico en Ecuador.

Título	Sector externo, restricciones y crecimiento económico en Ecuador.
Principales hallazgos	<p>Alvarado e Iglesias analizaron las restricciones que de cierta manera impone el sector externo frente al crecimiento del Ecuador tomando como rango de 1980 a 2015, lo cual permitió detectar en el periodo analizado Ecuador tiene una elevada propensión marginal a importar, cuando el ingreso nacional aumenta en 1% las importaciones crecen en 1.57%.</p> <p>El coeficiente de la funcionalidad ingreso de demanda de las importaciones muestra que la propensión marginal a importar es alta (1.98%), lo que dificulta la generación de ahorro para la inversión nacional. Además, se concluyó en esta serie de años un déficit, la economía genera 1.00 USD e importa 1.98 USD. Esta realidad representa un serio reto para la economía nacional ya que las importaciones se orientan primordialmente a bienes de consumo, una vez que una economía en desarrollo debe importar bienes de capital y tecnología para crear costo añadido.</p> <p>El fortalecimiento de la demanda interna y la diversificación del destino de las exportaciones son mecanismos para fortalecer el crecimiento económico de países en desarrollo. Este resultado se refuerza en una economía dolarizada, donde la principal fuente de divisas son las exportaciones. La concentración de las exportaciones en pocos mercados pone en riesgo al país cuando éstas se reducen.</p>
Aporte	<p>Por tanto, esta investigación es de gran importancia ya que refleja una problemática desde afuera de como el hecho de que el sector externo mediante las importaciones y exportaciones sea competitivo y dinámico puede frenar el crecimiento de un país. De ahí surge la necesidad de ahondar esfuerzos para la diversificación de destinos de las exportaciones y al mismo tiempo reducir la dependencia de los socios comerciales habituales.</p>

Fuente: Alvarado, A., e Iglesias, S. (2017). Sector externo, restricciones y crecimiento económico en Ecuador. *Problemas del Desarrollo*, 191(48), 83-102.

Tabla 10 Antecedente: “El análisis de la competitividad de la industria manufacturera de exportación en México”

Título	“El análisis de la competitividad de la industria manufacturera de exportación en México”
Principales Hallazgos	<p>Palacios y Saavedra evaluaron la competitividad de la industria manufacturera de exportación en México para ello emplearon una metodología documental de tipo cuantitativo, donde se recopilaron los datos estadísticos de 2007 al 2014 y se aplicó una regresión lineal para determinar el crecimiento de la productividad por tipo de rama manufacturera.</p> <p>Por tanto, dentro de investigación se pudo llegar a la conclusión de que la existencia de una dualidad industrial de México por un lado las industrias que están mayormente integradas a las economías globales, por el contrario, no tienen un encadenamiento productivo con la industria local significativo. En contraste, aquellas industrias que dependen del crecimiento del país existen una propensión mayor a su encadenamiento productivo.</p> <p>La investigación de Palacios y Saavedra muestran que las industrias manufactureras y maquiladoras de exportación poseen un alto grado de dependencia por sus ingresos provenientes del extranjero, recurren en gran medida al mercado nacional como fuente de su proveeduría.</p>
Aporte	<p>Con lo antes mencionado se puede tener un panorama de la industria textil manufacturera en México a fin de estudiar las debilidades y diseñar estrategias que permitan la aceptación y el ingreso de los productos textiles manufacturados de la Zona 1 del Ecuador al mercado mexicano.</p>

Fuente: Palacios., y Saavedra, M. (2017). El análisis de la competitividad de la industria manufacturera de exportación en México. *Tendencias*. XVII (2), pp.13-26.

Tabla 11 Antecedente: “Análisis del sector textil ecuatoriano 2009-2013”

Titulo	“Análisis del sector textil ecuatoriano 2009-2013”
Principales Hallazgos	<p>Espinoza y Sorhegui mencionan que las importaciones de la industria textil durante los años 2009 al 2013 superaron a las exportaciones y este porcentaje aumentó significativamente año a año, a pesar de las sobretasas arancelarias impuestas desde el año 2009, se reflejó en el año 2013 un déficit en la balanza comercial de \$668 millones de dólares, debido a que se instalaron en el país las siguientes marcas extranjeras de prendas de vestir: Zara, Oysho, Bershka, Stradivarius, Pull & Bear, BCBG Max Azria, entre otras.</p> <p>Con lo cual concluye que los resultados en gran medida concuerdan con lo manifestado por la AITE (2010) la protección arancelaria en el sector textil fue ineficiente al proteger a las empresas o mercados internos debido a que solo consiguió una menor competitividad, productos menos atractivos y más caros, afectando al consumidor.</p>
Aporte	<p>Por tanto el artículo científico antes expuesto permite establecer la situación de la industria textil en Ecuador constituye una fuente sustancial generadora de empleo, lo cual ayuda con el crecimiento del sector manufacturero según estimaciones de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), la industria genera 50.000 plazas de empleo directas y más de 200.000 indirectas, constituyéndose como el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea luego del sector de alimentos, bebidas y tabaco (Maldonado & Proaño, 2015). Aunque su presencia en el comercio internacional es limitada, el gobierno ecuatoriano ha respaldado la industria textil protegiendo la producción nacional por medio de aranceles que lamentablemente lo que hizo fue que la industria baje su calidad y no sea tan competitiva en el mercado nacional y aun con las trabas existió déficit en la balanza comercial, por tanto, se debe enfocar y replantar estrategias para impulsa el desarrollo de tan importante industria en el país.</p>

Fuente: Espinoza, C., y Sorhegui, R. (2016). Análisis del sector textil ecuatoriano 2009-2013. *Ecociencia*, 3(4), pp.1-28.

2.2. Marco Teórico

Las teorías aplicadas para la presente investigación serán la teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo, la Teoría de la Ventaja Competitiva de Michael E. Porter y la Teoría de la Integración Económica, mismas que son de igual corriente apoyando al Libre Comercio.

A fin de acentuar teóricamente la propuesta a investigar es importante tener presente lo que se establece en la teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo, la cual estuvo enfocada en perfeccionar lo que estableció Adam Smith.

Por tanto, poco tiempo después de Smith, a principios del siglo XIX, David Ricardo perfeccionó la teoría de la ventaja absoluta, desarrolló nuevas propuestas orientadas a la teoría del comercio internacional para demostrar que todos los países pueden beneficiarse con el comercio si se especializan en producir aquellos bienes en los que son más eficientes. (Buendía, 2013, p.58)

Con esta teoría lo que se busca demostrar es que existe una mayor ventaja al especializarse en la producción y exportación de aquellos productos que poseen un valor relativamente más bajo respecto del resto del mundo.

Es importante tener presente este análisis teórico ya que mediante él se permitirá tener una visión más amplia a la hora de que la industria manufacturera del sector textil de la Zona 1 empiece a focalizar los esfuerzos en aquellos productos que poseen estas características que son de bajos costos, pero altas retribuciones monetarias para los empresarios y sobre todo que les podría dar un reconocimiento mundial.

Por otro lado, la teoría de Michael Porter de la ventaja competitiva es fundamental para el enfoque que posee la presente investigación ya que busca enseñar como una estrategia puede determinar la buena marcha de una empresa o una organización y como esta puede permitir que una idea se mantenga en el tiempo siendo autentica y diferente de la competencia.

Porter identifica cuatro clases de atributos de país (que él llama el Diamante Nacional) que proporcionan las condiciones subyacentes la plataforma para la determinación nacional ventaja competitiva de una nación. Estas son condiciones de factores, condiciones de demanda, industrias relacionadas y de apoyo, y estrategia, estructura y rivalidad de la compañía. Él también propone otros dos factores, a saber, la política del gobierno y la posibilidad (exógena choques), que apoyan y complementan el sistema de competitividad nacional, pero lo hacen No crear ventajas competitivas duraderas. (Smit, 2020, p.108)

Esta teoría a diferencia de las otras proporciona una base fundamental para los empresarios del sector textil del país, se pone énfasis en el talento humano y los recursos físicos que posee una empresa, es importante tener presente el conocimiento con el que cuentan las empresas, el capital y la infraestructura que posee la empresa para saber cómo explotar estas ventajas y transformarlas en el pilar fundamental del desarrollo y buena marcha de la industria. Por otro lado, se centra en explicar que existen diferencias respecto de la demanda de los países por tanto es importante tener presente que se debe estudiar el mercado al cual se desea enviar lo producido a fin de gustarle más al cliente y generar mayor afinidad con el mismo.

La teoría de la Integración Económica desde los primeros trabajos de Viner propone que la integración trae consigo beneficios para los mercados y a su vez exige costos que se deben asumir por el beneficio otorgado.

Por tanto, según Viner, la Teoría de la Integración Económica trata de conocer y comprender los cambios que se producen como consecuencia de la unificación de los mercados de diversos países en sus distintas fases o grados. Todo proceso de integración económica implica un sistema de discriminación aduanera entre naciones ya que las importaciones de un mismo producto están sujetas a distintos aranceles y barreras dependiendo de que el país de origen pertenezca o no al grupo que se integra. (Petit, 2014, p.149)

Por otro lado, para hacer referencia a lo que representa ALADI como bloque económico dentro del presente trabajo es necesario tomar en consideración lo que propone Bela Balassa quien califica a la integración económica en varios aspectos, para fines pertinentes se hace énfasis en mercado común el cual lo describe como, “Anulación de las restricciones al comercio y las correspondientes al movimiento de los factores productivos”.

Al trabajar con el bloque económico de ALADI es importante tener presente que la integración económica produce cambios en la eficiencia global es decir, en la capacidad de generar bienes y servicios que puedan llegar a su mayor expresión o conseguir la satisfacción de sus clientes mediante la obtención de ventajas que se adquieren al adherirse a algún bloque económico y obtener las preferencias arancelarias que allí existen, sin embargo esto no es todo lo que sucede a la hora de aplicar esta teoría debido a que se presentan circunstancias en las que solo se puede beneficiar un país a costa de que otros pierdan pero, como no es posible comparar

los beneficios de unos con los perjuicios de otros, y es por ello que se debe estar muy atento a lo que implica la integración.

2.3. Fundamentación Legal

Tabla 12 Fundamentación Legal

NORMA	DESCRIPCIÓN	ANÁLISIS
Constitución política del Ecuador año (2008)	Art. 276.- Objetivos del régimen de desarrollo, numeral 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	Se han tomado artículos de la constitución política del Ecuador que se enfocan en fomentar y promover el desarrollo de las exportaciones con el fin de impulsar la competitividad en cuanto a integración y distribución regional y mundial.
	Art. 304.- Objetivos de la política comercial, numeral 5: impulsar el desarrollo de las economías de escala y del Comercio Justo.	Enmarcado en construir un país que goce de comercio justo y desarrollo para todas las personas que habitan en él y asegurando la generación de
	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.	empleo digno y con los beneficios de ley a fin de promover el desarrollo sostenible en todo el Estado ecuatoriano.

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

La OMC y los objetivos de desarrollo del milenio.

Objetivo 8: Fomentar una alianza mundial para el desarrollo: Meta 8b: Atender las necesidades especiales de los países menos adelantados

Este objetivo apunta directamente a lo que se busca lograr con la presente investigación desde la perspectiva de alianzas mundiales como estrategia para mejorar las negociaciones de los países en desventajas frente a las grandes potencias.

Acuerdo de Integración Subregional Andino (CAN)

Artículo 100.- La Comisión, a propuesta de la Secretaría General, adoptará las normas especiales que sean necesarias para la calificación del origen de las mercaderías. Dichas normas deberán constituir un instrumento dinámico para el desarrollo de la Subregión y ser adecuadas para facilitar la consecución de los objetivos del Acuerdo.

Los acuerdos que tenemos con la CAN, especialmente el acuerdo de Cartagena es provechoso para el Ecuador ya que se establecen convenios que dan preferencias con los países miembros.

En los artículos que se han tomado en cuenta se presenta compromisos para generar un mejor aprovechamiento de las

<p>Tratado de Montevideo 1980 (ALADI)</p>	<p>Art. 13.-</p> <p>Los acuerdos de promoción del comercio estarán referidos a materias no arancelarias y tenderán a promover las corrientes de comercio intrarregionales. Se sujetarán a las normas específicas que se establezcan al efecto.</p> <p>Art. 47.- En el caso de productos incluidos en la preferencia arancelaria regional o en acuerdos de alcance regional o parcial, que no sean producidos o no se produzcan en cantidades sustanciales en su territorio.</p>	<p>facilidades que se presentan al obtener certificación de origen.</p> <p>El tratado de Montevideo de 1980 da la apertura para que actualmente los países miembros gocen de las ventajas que ofrece la integración regional específicamente en el bloque de ALADI.</p> <p>Como lo especifica dentro de su acuerdo el objetivo principal de su creación es tener un mercado común latinoamericano que tenga las facilidades al comercio exterior para que las personas que así lo deseen puedan ingresar sus productos y aumentar la calidad de vida de los habitantes de los países miembros.</p>
<p>Resolución 252 “Régimen General de Origen de ALADI”</p>	<p>PRIMERO. - Son originarias de los países participantes de un acuerdo concertado de conformidad con el Tratado de Montevideo 1980.</p>	<p>La resolución 252 de ALADI brinda la normativa que se debe aplicar en cada caso donde exista negociación de productos que acrediten origen dentro de los países miembros, cuáles son los puntos importantes para tener presente, cómo influyen</p>

Código **Art. 84.-** Normas de Origen. - Se
orgánico de la entenderán por normas de origen los
producción parámetros técnicos establecidos
comercio e con el objeto de determinar el
inversiones territorio aduanero o región de
(COPCI). origen de un producto.

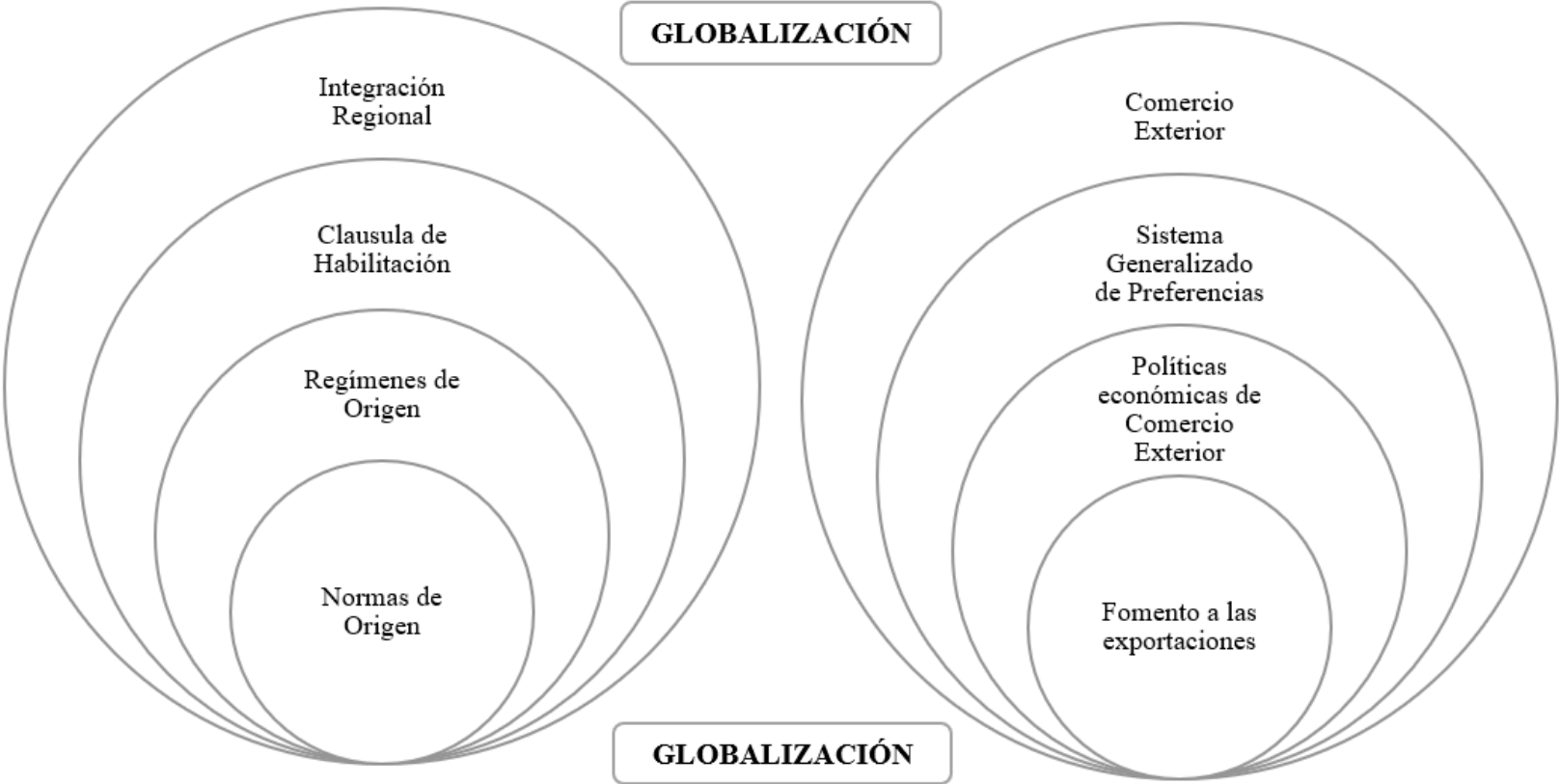
los porcentajes para determinar
el origen y por defecto conocer
el porcentaje de preferencia
arancelaria que tendrá dicho
producto.

En el Código Orgánico de la
producción comercio e
inversiones existen artículos que
clarifican varios escenarios que
se pueden presentar con respecto
al origen d las mercancías.

Fuente: Organización Mundial del Comercio, Constitución Política del Ecuador (2008), Acuerdo de Integración Subregional Andino, Tratado de Montevideo, Resolución 252 ALADI, Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI)

2.4. Fundamentación Conceptual

Figura 1 Fundamentación conceptual



El aumento de importaciones y exportaciones en los diferentes países tiene también un diverso impacto, es por ello por lo que en aras de brindar mejores oportunidades a los países en desarrollo se han propuesto tratados y acuerdos que dan un beneficio a las naciones para que aumenten las exportaciones entre ellos con el fin de lograr un equilibrio en cuanto a costes y beneficios, es por ello por lo que la Cláusula de Habilitación que rige desde el 28 de noviembre de 1979 en donde se afirma que:

La Cláusula de Habilitación fue concebida con la finalidad de aumentar las oportunidades comerciales de los países en desarrollo Miembros, a través de la flexibilización de las disposiciones del artículo I del Acuerdo General (GATT); del trato arancelario preferencial concedido por las partes contratantes desarrolladas a productos originarios de países en desarrollo, de conformidad con el Sistema Generalizado de Preferencias. (Organización Mundial Del Comercio, 2015, p. 3)

En concordancia con lo antes expuesto, la integración representa una de las formas más dinámicas de realizar operaciones en distintos ámbitos que generen diversos beneficios para los participantes de tal manera La CEPAL (2014) afirma: “La integración regional es un proceso multidimensional cuyas expresiones incluyen iniciativas de coordinación, cooperación, convergencia e integración profunda, y cuyo alcance abarca no solo las temáticas económicas y comerciales, sino también las políticas, sociales, culturales y ambientales” (p.7). Desde este contexto se denota la importancia de que los países conformen alianzas estrategias con otros Estados para mejorar sus posibilidades de desarrollo en distintos ámbitos.

Desde este sentido uno de los aspectos que se encuentra inmerso dentro de los acuerdos de Integración son precisamente las normas de Origen, que la Organización Mundial del Comercio (OMC,2010), establece que, son los criterios necesarios para determinar la procedencia nacional de un producto, debido a que los derechos y las restricciones

aplicados a la importación pueden variar según el origen de los productos importados, dentro del marco de las Normas de Origen se establecen dos tipos que a la vez podrían ser considerados dos enfoques orientados a convertirse en aspectos preferenciales o de cierta manera en barreras comerciales.

Así, los criterios aplicados para la determinación del carácter originario de un bien en los acuerdos de Libre Comercio diferencian, en primera instancia, los bienes obtenidos totalmente en territorio de los países miembros; los bienes totalmente producidos en el territorio de los países miembros y los bienes sujetos a procesos productivos en los que se utilizaron materiales no originarios de los países miembros. (Silveira, 2006, p.6)

A fin de continuar con la exposición de la otra variable del estudio es necesario partir desde el análisis de las fronteras territoriales las cuales son sobrepasadas por las comercializaciones que se logran con la globalización, en donde diferentes empresas logran una interdependencia económica y logran un alcance mundial, la globalización no es un término nuevo, data desde la década de los ochentas en donde la demanda creció y se hizo necesaria el apoyo entre territorios, en donde el flujo económico y comercial se vio afectado positivamente, sin embargo, se resalta una preocupación debido a que la alta demanda de productos deja por fuera a los países que no tiene la capacidad de fabricación a un alto ritmo, sumado a ello sin existir fronteras comerciales entre naciones, cada producto pasa a competir con todos los demás países en el mundo, esto sin duda trae consigo algunos riesgos, según Quiroga (2014) afirma que:

Las empresas compiten con todos los productores del mundo debido a la desregulación y fácil acceso a los diferentes mercados del mundo. Eso obliga a ser más competitivas, puesto que se compete con todo tipo de empresas. Debido a las mejoras observadas en los procesos de comunicación, los consumidores se encuentran mejor informados y esto hace que pidan cada vez mayores valores agregados en la entrega de las propuestas del

mercado. A mayor competencia, más se reduce la diferencia entre el costo de producción y el precio de venta del producto. Por lo que las empresas pueden ver reducido su margen de ganancias. La innovación es un requerimiento de prioridad en los mercados actuales, porque la empresa que no innova desaparece del mercado. Sus productos se vuelven obsoletos rápidamente, frente a las mejoras de valor agregado que presenta la competencia.

Con el incremento por las tendencias de globalización es evidente el aumento de los acuerdos internacionales que básicamente son un contrato que provee un conjunto de reglas aplicables a sus miembros que entregan estabilidad y credibilidad a las políticas internas. Reducen los costos de transacción propios de las relaciones económicas internacionales, que a la vez se pueden llamar mecanismos de apoyo de procesos de reformas internas. (Saez, 2015)

La política de comercio exterior puede otorgar poderosos incentivos o desincentivos a la producción, por medio de su influencia en los precios y las cantidades de los productos competidores que se importan en el país y a través de sus efectos sobre los precios internos recibidos por las exportaciones. Se dice que las políticas que encarecen los precios de las importaciones en el mercado interno proporcionan protección económica. Los instrumentos principales de la política comercial son los aranceles y las cuotas por el lado de las importaciones, y varios tipos de incentivos cuando se trata de las exportaciones. Existen motivos económicos y políticos de los gobiernos de todos los países para intervenir en el comercio internacional. La intervención gubernamental consiste generalmente, en restringir la importación de determinados bienes y servicios, al mismo tiempo, que adoptar medidas que promuevan las exportaciones; el objetivo final es la protección de los productores nacionales y los puestos de trabajo de la competencia foránea.

En consecuencia, lo antes mencionado debe estar encaminado al objetivo de la política de comercio exterior que sin lugar a duda es el fomento a las exportaciones que se entiende como estrategia nacional de exportación consiste en la elaboración de un proyecto encaminado a fomentar la competitividad y el desarrollo del sector de exportación de un país. En primer lugar, se realiza un análisis exhaustivo a nivel nacional e institucional para establecer las prioridades en lo que se refiere a mejorar la actuación. El proyecto se fundamenta en la solidez del diálogo entre el sector público y el sector privado, y refuerza la vinculación que existe entre el fomento de las exportaciones y el crecimiento socioeconómico.

III. METODOLOGÍA

3.1 Enfoque Metodológico

3.1.1 Enfoque

3.1.1.1 Cualitativo

Tomando en consideración que lo que se pretende realizar con el presente trabajo es mostrar las perspectivas de las normas de origen y como estas fomentan las exportaciones, el enfoque que se aplicará será cualitativo el cual se basa en, “Utilizar la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.4).

Para lo cual se utilizará la lógica inductiva que va de lo particular a lo general lo que se aplicará a la hora de tener hallazgos específicos con los cuales se dará una proyección amplia para el fomento a las exportaciones de los productos textiles manufacturados de la zona 1. Con la cual se tendrá la apertura para encontrar información mediante la revisión de literatura que este enfocada en lo que se propone con las dos variables, desde este sentido se emplearan informes, artículos científicos y documentos que le den el realce y la valides necesaria a la investigación y bajo la cual se apoyará la recolección de la información.

3.1.1.2 Cuantitativo

Adicionalmente se cree necesario incrementar el enfoque cuantitativo, el cual se lo puede definir como, “Enfoque que utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández, et al., 2014, p. 4). Por tal motivo este enfoque posee características que permitirán que la investigación este sustentada con

datos estadísticos con las cuales se podrá medir y estimar las exportaciones los de los productos en estudio.

En este sentido, el empleo de bases de datos obtenidas del software con el que cuenta la universidad en la actualidad, Cobus Group, será el soporte fundamental para responder algunas de las interrogantes planteadas en un principio, y ayudará al desarrollo de resultados del presente trabajo.

además de ello irá coaligado con el método deductivo que se establece de lo general a lo particular cuando se realice el estudio de la normativa internacional que rige las normas de origen y como estas se están aplicando para el caso específico de los productos exportados en cuestión.

3.1.2 Tipo de Investigación

Para el tema de normas de origen a pesar de que existe la normativa respectiva muy pocas veces se ha estudiado a profundidad su funcionamiento y la importancia que denota a la hora de hablar de negociaciones internacionales y su influencia en el fomento a las exportaciones. Por ello se va a utilizar la investigación exploratoria, descriptiva e histórica.

3.1.2.1 Exploratorio

“Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández, et al., 2014, p.91).

Como se menciona anteriormente trabajar con la investigación exploratoria permite abordar las normas de origen y darles a las empresas de la industria textil manufacturera de la Zona 1 las perspectivas y los enfoques que estas tienen.

3.1.2.2 Descriptiva

Para este tipo de investigación se toma el siguiente concepto, “muestran, narran, reseñan o identifican hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio, se realizan, diagnósticos, perfiles, o se diseñan productos, modelos, prototipos, guías, etc., pero no se dan explicaciones o razones de las situaciones, los hechos, los fenómenos” (Bernal, 2016, p.143).

En este orden de ideas, abordar este tipo de investigación, resultará provechoso para generar los hechos que ocurren al aplicar normas de Origen principalmente para los productos textiles manufacturados de la Zona 1, cuyos destinos principales sean, los países miembros de ALADI. Por lo que se espera que, al proyectar estas estadísticas, se pueda apreciar si en realidad la aplicación de estas normas está bajo un régimen de preferencia arancelaria o si en un momento dado se convierte en una barrera para los empresarios de Carchi e Imbabura.

3.1.2.3 Explicativa

Por otro lado, el trabajo se va a apoyar en la investigación explicativa, dado que de cierta manera esta es la finalidad, poner en contexto a los empresarios, sobre las bondades de esta herramienta a la hora de realizar sus negociaciones para llegar a ser más competitivo en los mercados internacionales. “su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables” (Hernández, et al., 2014, p.95).

En consecuencia, los tipos de investigación seleccionados apoyan los objetivos planteados y brindan una guía adecuada para su cumplimiento.

3.2 Idea a Defender

La aplicación de las normas de origen de la Asociación Latinoamericana de Integración fomenta las exportaciones de los productos textiles manufacturados de la Zona 1 del Ecuador.

3.3 Definición y Operacionalización de variables

3.3.1 Definición de variables

Tabla 13 Matriz de definición de Variables

DEFINICIÓN DE VARIABLES			
Tema	VARIABLES	Definición Conceptual	Definición Operacional
"Perspectivas de las normas de origen de ALADI para los productos textiles manufacturados de la Zona 1 y el fomento a las exportaciones"	Normas de Origen	"Por normas de origen se entiende todas aquellas disposiciones jurídicas de efecto general que vinculan a una mercancía con un determinado país o zona de integración" (López, 2008, p.165).	En este sentido la variable se enfoca principalmente en analizar disposiciones como leyes, reglamentos y decisiones administrativas aplicadas a un producto en su fabricación las cuales le dan el criterio de mercancía originaria de un país y que a su vez permite el otorgamiento de preferencias arancelarias o imposición de medidas de defensa comercial.
	Fomento a las Exportaciones	Según Huerta 2009, el fomento a las exportaciones está basado en incrementar iniciativas que estimulen la salida de productos de un país, para lo cual utiliza tres mecanismos claramente identificados; el sistema impositivo, los estímulos a la inversión nacional y extranjera y los programas de apoyo a las exportaciones.	Por tanto esta variable se vincula directamente con las medidas que toma el gobierno a fin de estimular la salida de productos en este caso en particular, los textiles manufacturados de la Zona 1, para lo cual según los expertos se logra con cuatro programas; " Empresas Altamente Exportadoras (Altex), Oferta Exportable de Pequeños Productores (Ecex), Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (Pitex) y Devolución de Impuestos para las Empresas que Exportan (Draw Back)" (Huerta, 2009, p. 127).

3.3.1.1 Matriz de operacionalización variable dependiente

Tabla 14 Matriz de operacionalización variable dependiente

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN: VARIABLE DEPENDIENTE						
Idea a defender: La aplicación de las normas de origen fomentan las exportaciones de los productos textiles manufacturados de la zona 1.						
Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumento	Fuente	
Fomento a las Exportaciones	Iniciativas	Número de empresas altamente exportadoras (ALTEX)	¿Cuáles son las principales empresas ecuatorianas de la Zona 1 que envían productos textiles manufacturados de la Zona 1?	Recolección de datos	Base de datos Cobus Group	
			Cuále es el porcentaje de participación de las empresas textiles manufactureras dentro de las exportaciones generales de la Zona 1?	Recolección de datos	Base de datos Cobus Group	
		Cantidad de oferta exportable de pequeños productores (ECEX)	¿Cuál es el porcentaje de importación de los países de ALADI respecto de los productos textiles manufacturados de la Zona 1?	Recolección de datos	Base de datos Cobus Group	
			¿Cuáles son las características que más destacan en los productos textiles manufacturados de la Zona 1?	Entrevista	Empresas textiles manufactureras Zona 1	
			¿Cuál es el porcentaje de participación de exportaciones de los productos textiles manufacturados de la Zona 1 destinados a países de ALADI?	Recolección de datos	Base de datos Cobus Group	

Políticas gubernamentales de apoyo	Cantidad de políticas de gobierno implementadas a favor de la industria manufacturera textil	¿Cuál es porcentaje de devolución de impuestos para las empresas del sector textil manufacturero de la Zona 1?	Entrevista	Empresas textiles manufactureras Zona 1
		¿Cuál es el porcentaje de intervención del gobierno en incentivos para aumentar las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1?	Entrevista	Empresas textiles manufactureras Zona 1
Inversión	Porcentaje del financiamiento de empresas del sector textil manufacturero de la Zona 1	¿Cuál es el porcentaje de capital financiamiento de las empresas exportadoras de productos textiles manufacturados de la Zona 1?	Entrevista	Empresas textiles manufactureras Zona 1

3.3.1.2 Matriz de operacionalización variable independiente

Tabla 15 Matriz de operacionalización variable independiente

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN: VARIABLE INDEPENDIENTE						
Idea a defender: La aplicación de las normas de origen fomentan las exportaciones de los productos textiles manufacturados de la zona 1.						
Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumento	Fuente	
Normas de origen	Legal	Porcentajes necesarios para acreditación de origen de un producto.	¿Cuál es el porcentaje que se requiere para que una mercancía sea considerada íntegramente producida?	Documental	Internet: archivos, sitios web	
			¿Cuál es el porcentaje para que una mercancía sea considerada elaborada en su totalidad con materiales originarios del territorio de los países miembros?	Documental	Internet: archivos, sitios web	
			¿Cuál es el porcentaje para que los bienes sean sujetos a procesos productivos en los que se utilizaron materiales no originarios de los países miembros?	Documental	Internet: archivos, sitios web	
	Comercial	Porcentaje de pertinencia de las normas de origen con relación a la exportación de productos textiles manufacturados de la Zona 1	¿Cuán beneficioso es que los productos textiles manufacturados de la Zona 1 acrediten origen para los mercados internacionales?	Entrevista	Investigación de campo/ Empresas del sector textil manufacturero de la Zona 1	
			¿Qué herramientas aplican los empresarios del sector de productos textiles manufacturados de la zona 1 del Ecuador en pro de sus exportaciones?	Entrevista	Investigación de campo/ Empresas del sector textil	

				manufacturero de la Zona 1
		¿Cuál es el porcentaje de relevancia económica de las normas de origen en los procesos de exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1?	Entrevista	Investigación de campo/ Empresas del sector textil manufacturero de la Zona 1
Preferencias Arancelarias	Porcentaje de preferencia arancelaria para países de ALADI	¿Cuáles son los porcentajes de preferencia arancelaria que otorgan los países miembros de ALADI a Ecuador?	Documental	Internet: archivos, sitios web

3.4 Métodos Utilizados

Para el levantamiento de información que permitirá establecer la relación entre las variables de normas de origen de ALADI y el fomento a las exportaciones, es necesario definir la muestra que se seleccionará para identificar estos criterios, “la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (Hernández, et al., 2014, p.173).

Después de tener presente el concepto de muestra es necesario aclarar, que, para el presente trabajo de investigación se tomará en cuenta el muestreo no probabilístico, “Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación” (Hernández, et al., 2014, p.176).

3.5 ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Al hablar del análisis estadístico, para el trabajo en estudio se tienen que considerar las externalidades que se han presentado en el último año en el país y el mundo, de esta manera el tema de las entrevistas a expertos del sector textil no se podrá llevar a cabo, motivo por el cual la recolección de datos para el análisis estadístico está orientado a la recolección de datos secundarios.

En este sentido se tendrá en cuenta la utilización de datos secundarios para este caso en particular, las bases de datos obtenidos del sistema informático Cobus con el que cuenta la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por cuanto se estudiarán las exportaciones de la Zona 1 específicamente de las sub partidas del capítulo 61, 62 y 63 del arancel general para efectos de estudios en función de los productos textiles manufacturados, mismos que hacen referencia particularmente a las prendas de vestir y ropa de cama, a fin de analizar los datos y convertirlos en información relevante para el estudio de las normas de origen de ALADI y establecer como intervienen en el fomento a las exportaciones.

3.5.1 Población y muestra

3.5.1.1 Población

Para la presente investigación la población está constituida por las empresas del sector textil de las provincias de Carchi e Imbabura que exporten productos textiles manufacturados de los capítulos 61,62 y 63 del Arancel General, cuyos destinos hayan sido los países miembros de ALADI en el periodo de 2015-2020. Por tal motivo, las bases de datos de Cobus Group bajo las cuales se va a trabajar deberán contener los filtros antes mencionados.

3.5.1.2 Muestra

Para la presente investigación se va a utilizar el muestreo no probabilístico, según Tamayo (2010), este tipo de muestreo tiene su aplicación en investigaciones exploratorias, además de ello se empleará el muestreo por conveniencia, que se utiliza sobre todo por el tema de accesibilidad en cuanto a los entrevistados.

Como se mencionó anteriormente, el tema de información cuantitativa se va a trabajar bajo la población antes expuesta, sin embargo para el análisis de la información cualitativa es necesario recurrir a expertos que poseen información valiosa de primera mano, razón por la cual se va a trabajar bajo una selección por conveniencia en el que constarán los gerentes de las empresas más fuertes de la industria de Carchi e Imbabura, entidades gubernamentales, empresas proveedoras de insumos, entre otros.

En relación con lo antes expuesto, se presenta tabla cuyo contenido menciona la muestra que se ha tomado para dar contestación a las preguntas planteadas en la operacionalización de variables que han requerido información detallada por los expertos relacionados al tema de investigación planteado.

Tabla 16 Matriz de expertos entrevistados

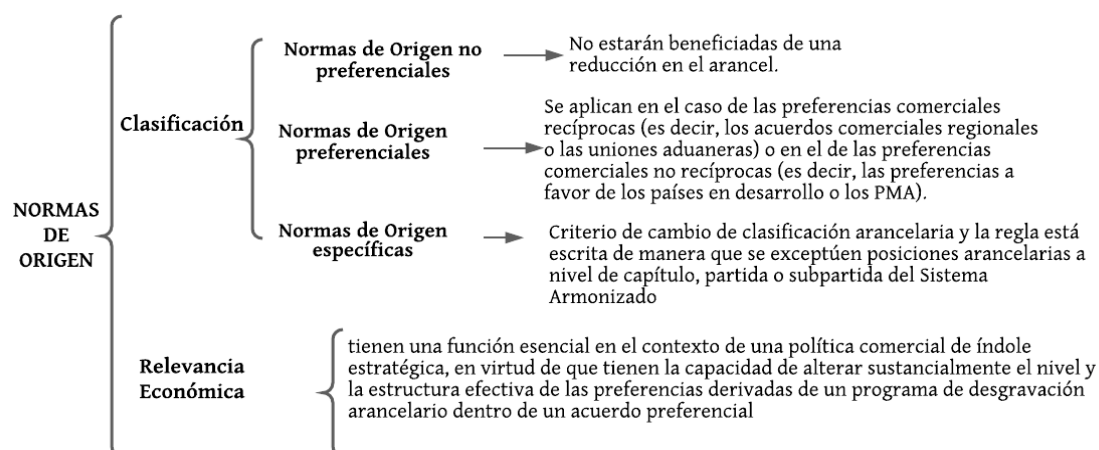
Lista de entrevistados		
Empresa/ Institución	Nombre	Cargo
Ministerio de Producción Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.	Hiriana Hernández	Técnica de la Dirección de Origen.
Proecuador-Plataforma gubernamental	Narcisa Farinango	Especialista de capacitaciones y asesoría al exportador
Cámara de la Pequeña Industria del Carchi	Jorge Clavijo	Secretario Ejecutivo
Recalde Andrade María Gardenia (Gartex)	Gardenia Aguirre	Gerente
Pozo Ordoñez William (WITEX)	William Pozo	Gerente propietario
Carlex	Ing. Carlos Espinoza	Gerente

Moreta Campo Lourdes Sofía	Lourdes Moreta	Propietaria
Insumos RIZZOCOLOR	Dolores García	Asistente Comercial
Lema Gramal Danny Tomas Humberto	Blanca Velásquez	Propietaria
Asociación de Industriales Textiles del Ecuador	Javier Diaz	Presidente Ejecutivo

3.5.2 Evaluación de Variables

3.5.2.1 NORMAS DE ORIGEN

Figura 2 Normas de Origen



Fuente: Investigación propia

Para la presente investigación, las normas de origen representan la variable independiente del estudio razón por la cual, es pertinente realizar una evaluación de las características que engloban el concepto antes mencionado.

2.4.1.1 Clasificación de las Normas de Origen

2.4.1.1.1 Normas de Origen no preferenciales

Esta clasificación se la hace válida en las mercancías importadas, así como también en las de exportación en países que no se encuentran dentro de los acuerdos arancelarios. Por ello se hace necesario determinar el origen de las mercancías en las operaciones de régimen no preferencial, ya que, aunque no estarán beneficiadas de una reducción en el arancel, el régimen jurídico al que queda sometida la operación puede variar en función del país de origen. Además, según Rodríguez (2017) afirma que las normas no preferenciales se encuentran en el Código Aduanero Comunitario, estas se denominan cuando los intercambios comerciales se realizan según en régimen de la nación más favorecida, cabe resaltar que no todos los países aplican una legislación específica relativa a las normas de origen no preferenciales, no obstante, para aplicar determinadas medidas de política comercial como los contingentes, las medidas antidumping o las etiquetas “hecho en”, puede ser necesaria la determinación del origen y, por consiguiente, la aplicación de normas no preferenciales. (p. 12)

Según la Organización Mundial del Comercio (2014) afirma que:

En el Acuerdo sobre Normas de Origen de la OMC, los Miembros de la OMC acordaron negociar normas de origen no preferenciales armonizadas. Una vez completado este “programa de trabajo de armonización”, todos los Miembros de la OMC aplicarían normas de origen idénticas para todos los fines no preferenciales (las normas de origen aplicadas en acuerdos comerciales regionales y preferenciales no se armonizarían). Dichas negociaciones todavía no se han concluido y, en la actualidad, aproximadamente 40 Miembros de la OMC aplican normas de origen con fines no preferenciales. (p. 14)

2.4.1.1.2 Normas de Origen preferenciales

Las normas de origen preferenciales son aquellas que se aplican en el caso de las preferencias comerciales recíprocas (es decir, los acuerdos comerciales regionales o las uniones aduaneras) o en el de las preferencias comerciales no recíprocas (es decir, las preferencias a favor de los países en desarrollo o los PMA). Las normas preferenciales se aplican en los diferentes intercambios con los países que la Unión Europea mantiene aún acuerdos comerciales, se tiene en cuenta que la calificación de un producto como originario determina su acceso en condiciones preferenciales, y esto hace que las normas en esta categoría sean más estrictas que la anterior clasificación. (Secretaría de Economía, 2016)

Las normas que se aplican en el marco de las preferencias comerciales recíprocas o de los acuerdos comerciales regionales deben estar en conformidad con las disciplinas generales del Anexo II del Acuerdo sobre Normas de Origen.

2.4.1.1.3 Normas de Origen específicas

En las normas específicas según el Sistema de Información sobre el Comercio Exterior (2018) la define con el criterio de cambio de clasificación arancelaria y la regla está escrita de manera que se exceptúen posiciones arancelarias a nivel de capítulo, partida o subpartida del Sistema Armonizado, con base en ello la interpretación se dará en que la regla de origen requiere que los materiales clasificados en las posiciones arancelarias excluidas sean originarios para que la mercancía califique como una mercancía originaria; además, cuando una partida o subpartida esté sujeta a reglas de origen específicas alternativas,

Según el sistema de información comercial (2015) afirma que:

Cuando una regla de origen sea aplicable a un grupo de partidas o subpartidas y esa regla de origen especifique un cambio de la misma, por ello se deberá interpretar que el cambio en la partida o subpartida puede ocurrir dentro de una única partida o subpartida o entre partidas o subpartidas del mismo grupo. No obstante, cuando una regla se refiera a un cambio de partida o subpartida “fuera de ese grupo”, esto se deberá interpretar como que la regla requiere que el cambio de partida o subpartida debe ocurrir desde una partida o subpartida que esté fuera del grupo de partidas o subpartidas establecidas en la regla; y la referencia al peso en las reglas para mercancías de los Capítulos 1 al 24 del Sistema Armonizado, significa peso seco a menos que se especifique lo contrario en el Sistema Armonizado (p.15).

2.4.1.2 Relevancia Económica de las normas de origen

En la actualidad y debido al cambio en la fabricación de productos y la tecnificación de las empresas son pocos los productos manufacturados en un mismo país desde el comienzo hasta el fin, esto se puede ilustrar en una multinacional en donde se trabaja con insumos de diferentes lugares de origen que luego se transforman en otro territorio para terminar ensamblados y terminados en un lugar diferente.

Según la Organización Mundial del Comercio afirman que:

Las normas de origen tienen una función esencial en el contexto de una política comercial de índole estratégica, en virtud de que tienen la capacidad de alterar sustancialmente el nivel y la estructura efectiva de las preferencias derivadas de un programa de desgravación arancelario dentro de un acuerdo preferencial, en este caso, las normas de origen son ideales para una reorientación selectiva de los recursos

productivos, algo muy útil a los fines de una determinada política industrial que pretenda ofrecer incentivos para el desarrollo de ciertos sectores industriales. Justamente, en el proceso de conformación de un área de libre comercio, su papel tiende a ser tanto más importante cuantos mayores sean la selectividad y el énfasis estratégico de la desgravación preferencial.

2.4.1.3 Desventajas de las normas de origen

Según Solano y Pedraza (2018) el método que se utilice para la aplicación de las normas de origen pueden darse diferentes ventajas y desventajas, por ejemplo en el salto de la clasificación Arancelaria cuando la mercancía importada se clasifica en una posición arancelaria diferentes a la de los insumos, esto por ende debe especificarse según la norma, algunos casos puede darse una ausencia de elementos suficientes e incapacidad técnica (se requiere conocimientos sobre nomenclatura arancelaria) para la determinación de cambios específicos de clasificación arancelaria que permitan garantizar que ha habido un cambio sustancial (p. 5).

El valor de contenido presenta una serie de desventajas puesto que requiere el registro contable de costos por parte de las empresas y la definición del porcentaje que deben cumplir las mercancías, lo cual tiende a penalizar el uso de técnicas más eficientes para ahorrar costos. El criterio de aplicación de este método es sensible a cambios en los factores determinados del costo de producción entre países como, por ejemplo: tasas de interés, tipo de cambio, etc. Además, es un método inconveniente para países con salarios bajos; por tanto, para las industrias con salarios bajos (Solano y Pedraza, 2018).

2.4.1.4 Elementos de las normas de origen

2.4.1.4.1 Criterios de origen

Según Jiménez (2017) en las operaciones importación y exportación es básico tener presente el origen de la mercancía que se importa o exporta porque determina el origen de las mercancías, esto permite identificar mercancías que son susceptibles de recibir trato arancelario preferencial en el marco de un acuerdo o tratado comercial y asegura que las preferencias de un tratado comercial se otorguen sólo a bienes producidos en los países miembros y no a los elaborados en otros países. La regla de origen aplicable a un producto se identifica a través de su clasificación arancelaria y para ello se deben consultar los anexos de los TLC's sobre Regla de Origen específica para conocer cuál será aplicable (p.83).

2.4.1.4.1.1 Mercancías obtenidas totalmente o producidas enteramente en el territorio de un Estado miembro

Esto quiere decir que el bien que se obtenga en su totalidad o se produzca enteramente en el territorio de uno o más de los países partes del tratado , sin alguna intervención de un país por fuera del acuerdo, es decir aplica para ensamblaje, obtención de insumos, transporte y demás, por ejemplo: minerales extraídos, vegetales cosechados, animales vivos, nacidos y criados, bienes obtenidos de la caza o pesca en territorio de uno o países suscriptores de un TLC, o bien, productos elaborados a partir de materias primas nacionales o de otro país miembro del mismo tratado) de acuerdo a García (2014).

2.4.1.4.1.2 Mercancías producidas a partir de productos originarios de un Estado miembro

Según Sandoval (2017) afirma que el bien se obtenga en su totalidad o se produzca enteramente en el territorio de uno o más de los países partes del tratado esto significa que ningún elemento o acción que interfiera en la elaboración de un producto puede proceder o pasar por un país que este fuera del tratado o convenio. (Por ejemplo: minerales extraídos, vegetales cosechados, animales vivos, nacidos y criados, bienes obtenidos de la caza o pesca en territorio de uno o países suscriptores de un TLC).

2.4.1.4.1.3 Transformación o elaboración sustancial o suficiente

Esta clasificación según Ron (2015) afirma que:

Este criterio se emplea cuando los materiales con los que se fabrica un bien hayan sido importados de otro país no miembro del mismo tratado, y tienen una clasificación arancelaria distinta de la del producto que se va a exportar. El cambio o salto arancelario significa que el insumo o producto ha sufrido una transformación tal, que su naturaleza arancelaria cambia, adquiriendo por este hecho su origen regional. TLC País “A” y País “B” 2009.11 a 2009.39 Un cambio a la Subpartida 2009.11 a 2009.30 de cualquier otro capítulo, Por ejemplo: un empresario del país “A” importa naranjas frescas de país “B” (0805.10), los transforma en jugo de naranja (2009.11), los envasa y exporta al país “C”; el producto se considera como originaria, ya que el insumo cumple con el salto arancelario señalado en la regla de origen correspondiente (p.84).

3.5.2.2 FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

El envío de mercancía o productos a otros países es un campo que amplía de manera exponencial la economía de un territorio al convertirse en fabricante o productor de diferentes materiales como insumos o también servicios, a continuación, se nombran los diferentes

programas y proyectos que se realizan para impulsar las exportaciones en el país. (Organización Mundial del Comercio, 2020)

Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX): Exportadora, mejor conocida como ALTEX por sus siglas, pertenece a uno de los programas de fomento al comercio exterior que tienen por fin el desarrollar una industria más competitiva para lograr llegar al mercado externo e incrementar su presencia en el mercado interno. (Cañarte, 2017, p. 49)

Debido a la necesidad de apoyar la vinculación entre las diferentes escalas de las cadenas productivas, la Secretaría de Economía, con el apoyo de otras dependencias del Gobierno, ha implementado una variedad de apoyos destinados a fortalecer y desarrollar la productividad del país, entre el que destaca ALTEX. Los beneficios de este programa incluyen: un acceso gratuito al Sistema de Información Comercial administrado por la Secretaría de Economía; se está exento de una segunda revisión de la mercancía de exportación en la aduana de salida cuando éstas ya hayan sido despachadas por la aduana interior; además da la facilidad para nombrar a un apoderado aduanal para más de una aduana y varios productos. Incluye también una devolución de saldos a favor del IVA (el cual es en cinco días aproximadamente. (Ministerio de Comercio, 2014, p. 2)

La creación de estos programas se realiza para que los pequeños y medianos productores tengan mayor facilidad de exportar los productos y que, además, obtenga mayores beneficios en los diferentes trámites y procesos que requieren la producción y comercio de los productos. (Mulder, 2017, p. 37)

Oferta Exportable de Pequeños Productores (ECEX):

Según afirma Arias (2020) el registro de Empresas de Comercio Exterior (ECEX) es un instrumento de promoción a las exportaciones, mediante el cual las empresas comercializadoras

podrán acceder a los mercados internacionales con facilidades administrativas y apoyos financieros de la banca de desarrollo (p. 41).

Como beneficiarios de estos programas se considera a las empresas que se dediquen únicamente a la comercialización de productos en el exterior, que cumplan con los requisitos previstos en el Decreto para el establecimiento de Empresas de Comercio Exterior, la creación y articulación de estos programas trae consigo diferentes beneficios para las empresas como la devolución inmediata de sus saldos a favor de impuesto al valor agregado (IVA), además de una autorización de un Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX) en su modalidad de proyecto específico; y también una asistencia y apoyo financiero por parte de Nacional Financiera para la consecución de sus proyectos, así como servicios especializados de capacitación y asistencia técnica. Este beneficio se otorgará tanto a las empresas ECEX como a sus proveedores (Mafla y Bernate, 2015, p. 14).

Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX): Con la intención de apoyar el esfuerzo de las empresas productoras por alcanzar los mercados internacionales ofreciendo calidad, servicio y precio competitivos en un contexto global, , el cual otorga facilidades para promover el crecimiento de la industria nacional, fomentar la capacitación y desarrollo de tecnología, incrementar las fuentes de trabajo y lograr mayor participación de inversión, tanto nacional, como extranjera. (Cañarte, 2017, p. 53)

De esta manera, el apoyo a estas empresas por parte del gobierno consiste en brindar estímulos para que puedan importar temporalmente de cualquier parte del mundo y sin el pago de los impuestos de importación, impuesto al valor agregado y, en su caso, cuotas compensatorias, según corresponda, las materias primas, maquinaria y equipo con las características necesarias para la fabricación de sus productos de exportación, que permita así el incremento y

fortalecimiento de la actividad exportadora, la cual es uno de los motores de la economía nacional. (Domínguez, 2018, p. 74)

Según Müller (2014) el Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX) es un instrumento de fomento a las exportaciones, mediante el cual se permite a los productores de mercancías destinadas a la exportación, importar temporalmente diversos bienes para ser utilizados en la elaboración de productos de exportación, sin cubrir el pago del impuesto general de importación del impuesto al valor agregado y de las cuotas compensatorias, si fueren aplicables (p. 97).

Devolución de Impuestos para las Empresas que Exportan (Draw Back): Este proceso permite obtener como consecuencia de la exportación, la devolución de un porcentaje del valor FOB del bien exportado, en razón a que el costo de producción se ha visto incrementado por los derechos arancelarios que gravan la importación de insumos incorporados o consumidos en la producción del bien exportado. (Gonzales, 2016, p. 26)

Además, bajo este proceso se tiene diferentes beneficios según lo afirma Arévalo (2014):

Pueden acogerse a la Restitución las empresas productoras – exportadoras, los insumos que van a ser incorporados o consumidos en el bien exportado pueden ser materias primas, productos intermedios, partes y piezas, estos pueden ser adquiridos por importación directa por el beneficiario, importación por terceros, o insumos importados adquiridos de proveedores locales. Cabe resaltar que el porcentaje de restitución actual es de 3% del FOB exportado, con el tope del 50% de su costo de producción y se mantiene momentáneamente hasta que el estado disponga una resolución de cambio del Drawback en estos últimos meses (p. 19).

3.5.2 Países miembros de ALADI

Tabla 17 Información de Argentina

Datos relevantes de Argentina	
Capital	Buenos Aires
Superficie	2.766.889 kilómetros cuadrados
Presidente	Alberto Fernández
Moneda	Peso Argentino
Forma de Gobierno	República Federal con dos cámaras legislativas
Lengua	Español

Fuente: ALADI. Recuperado de: ALADI Argentina

La tabla anteriormente expuesta muestra un pequeño relato referente a Argentina, país que hace parte de ALADI, y que es uno de los más grandes en cuanto a territorio se refiere, este país está liderado por Alberto Fernández, y cuya forma de gobierno se alinea a una república federal, con dos cámaras legislativas. Además de ello es importante destacar que la moneda oficial de este país es el peso argentino que según la tasa cambiaria al 2020 con respecto a un dólar equivale a 86.21. Una de las ventajas que se puede apreciar de este país, es la diversidad de su población por lo mismo de su superficie territorial, y además el lenguaje es el mismo de Ecuador, por cuanto resulta menos complejo entablar una negociación entre ambas naciones.

Tabla 18 Información de Bolivia

Datos relevantes de Bolivia	
Capital	La Paz
Superficie	1.098.581 kilómetros cuadrados
Presidente	Luis Arce
Moneda	Boliviano
Forma de Gobierno	Democracia Representativa con tres poderes
Lengua	Castellano, Aimara, Quechua

Fuente: ALADI. Recuperado de: ALADI Bolivia

La tabla muestra un pequeño relato referente a Bolivia, país que hace parte de ALADI, y está dentro de la Comunidad Andina de Naciones, por cuanto supone mayor cantidad de acuerdos comerciales en favor de la facilitación al comercio exterior para los productos ecuatorianos, este país está liderado por Luis Arce, y cuya forma de gobierno está alineada a una república democrática representativa con tres poderes. Además de ello es importante destacar que la moneda oficial de este país es el boliviano que según la tasa cambiaria al 2020 con respecto a un dólar equivale a 6.81. Una de las ventajas que se puede apreciar es el lenguaje es el mismo de Ecuador y en cuanto a cultura andina una conexión estrecha, por cuanto resulta menos complejo entablar una negociación entre ambas naciones.

Tabla 19 Información de Brasil

Datos relevantes de Brasil	
Capital	Brasilia
Superficie	8.511.965 kilómetros cuadrados
Presidente	Jair Messias Bolsonaro
Moneda	Real
Forma de Gobierno	República Federal Multipartidista con dos Cámaras Legislativas
Lengua	Portugués

Fuente: ALADI. Recuperado de: ALADI Brasil

La tabla anteriormente expuesta muestra un pequeño relato referente a Brasil, país que hace parte de ALADI, y que es uno de los más grandes en cuanto a territorio se refiere, este país está liderado por Jair Bolsonaro, cuya forma de gobierno está alineada a una república federal multipartidista con dos cámaras legislativas. Además de ello es importante destacar que la moneda oficial de este país es el real que según la tasa cambiaria al 2020 con respecto a un dólar equivale a 5.27. Una de las ventajas que se puede apreciar de este país, es la diversidad de su población por lo mismo de su superficie territorial, sin embargo, puede que existan algunas preocupaciones a lo hora de entablar negociaciones pues el idioma podría dificultar el flujo de información entre los empresarios de estas naciones.

Tabla 20 Información de Chile

Datos relevantes de Chile	
Capital	Santiago
Superficie	756.626 kilómetros cuadrados
Presidente	Sebastián Piñera
Moneda	Peso Chileno
Forma de Gobierno	República democrática presidencialista, con congreso bicameral y separación de los tres poderes
Lengua	Español

Fuente: ALADI. Recuperado de: ALADI Chile

La tabla anteriormente expuesta muestra un pequeño relato referente a Chile, país que hace parte de ALADI, y está liderado por Sebastián Piñera, cuya forma de gobierno está alineada a una república democrática presidencialista, con congreso bicameral y separación de los tres poderes. Además de ello es importante destacar que la moneda oficial de este país es el peso chileno que según la tasa cambiaria al 2020 con respecto a un dólar equivale a 19.73. Una de las ventajas que se puede apreciar de este país, es la diversidad de su población en cuanto a cultura se refiere, y además el lenguaje es el mismo de Ecuador, por cuanto resulta menos complejo entablar una negociación entre ambas naciones.

Tabla 21 Información de Colombia

Datos relevantes de Colombia	
Capital	Bogotá
Superficie	1.141.748 kilómetros cuadrados
Presidente	Iván Duque Márquez
Moneda	Peso colombiano
Forma de Gobierno	República Unitaria, descentralizada con autonomía de sus autoridades territoriales
Lengua	Castellano

Fuente: ALADI. Recuperado de: ALADI Colombia

La tabla muestra un pequeño relato referente a Colombia, país que hace parte de ALADI, y está dentro de la Comunidad Andina de Naciones, por cuanto supone mayor cantidad de acuerdos comerciales en favor de la facilitación al comercio exterior para los productos ecuatorianos, este país está liderado por Iván Duque, y cuya forma de gobierno está alineada a una república unitaria, descentralizada con autonomía de sus autoridades territoriales. Además de ello es importante destacar que la moneda oficial de este país es el peso colombiano que según la tasa cambiaria al 2020 con respecto a un dólar equivale a 3400. Una de las ventajas que se puede apreciar es el lenguaje que es el mismo de Ecuador y en cuanto a cultura andina una conexión estrecha, por cuanto resulta menos complejo entablar una negociación entre ambas naciones.

Tabla 22 Información de Cuba

Datos relevantes de Cuba	
Capital	La Habana
Superficie	110.860 kilómetros cuadrados
Presidente	Miguel Díaz Canel
Moneda	Peso cubano
Forma de Gobierno	República Socialista
Lengua	Español

Fuente: ALADI. Recuperado de: ALADI Cuba

La tabla anteriormente expuesta muestra un pequeño relato referente a Cuba, país que hace parte de ALADI, y está liderado por Miguel Diaz, cuya forma de gobierno está alineada a una república socialista. Además de ello es importante destacar que la moneda oficial de este país es el peso cubano que según la tasa cambiaria al 2020 con respecto a un dólar equivale a 24 CUP. Una de las ventajas que se puede apreciar de este país, es la diversidad de su población en cuanto a cultura se refiere, y además el lenguaje es el mismo de Ecuador, por cuanto resulta menos complejo entablar una negociación entre ambas naciones. A pesar de ello es importante tener en cuenta el proteccionismo que impone este país para proteger la industria interna, esto con el fin de buscar herramientas que faciliten el libre acceso a la comercialización.

Tabla 23 Información de Ecuador

Datos relevantes de Ecuador	
Capital	Quito
Superficie	110.860 kilómetros cuadrados
Presidente	Lenin Moreno Garcés
Moneda	Dólar americano
Forma de Gobierno	Republicano, presidencial, electivo, representativo, responsable, alternativo, participativo y administración descentralizada
Lengua	Español

Fuente: ALADI. Recuperado de: ALADI Ecuador

La tabla contiene información de la organización de Ecuador, donde el presidente actual es el Lic. Lenin Moreno, cuya forma de gobierno es republicano, presidencial, electivo, representativo, responsable, alternativo, participativo y administración descentralizada, en el cual recaen los poderes del estado, que están separadas de la función ejecutiva. Ecuador tiene adoptada como moneda oficial el dólar americano, que actualmente es la que más se utiliza a la hora de realizar alguna negociación internacional.

Tabla 24 Información de México

Datos relevantes de México	
Capital	Ciudad de México
Superficie	1.964.375 kilómetros cuadrados
Presidente	Andrés Manuel López Obrador
Moneda	Peso mexicano
Forma de Gobierno	República Federal con dos Cámaras Legislativas
Lengua	Español

Fuente: ALADI. Recuperado de: ALADI México

La tabla anteriormente expuesta muestra un pequeño relato referente a México, país que hace parte de ALADI, y que es uno de los más grandes en cuanto a territorio se refiere de los países miembros, este país está liderado por Andrés Obrador, cuya forma de gobierno está alineada a una república federal con dos cámaras legislativas. Además de ello es importante destacar que la moneda oficial de este país es el peso mexicano que según la tasa cambiaria al 2020 con respecto a un dólar equivale a 19.71. Una de las ventajas que se puede apreciar de este país, es la diversidad de su población por lo mismo de su superficie territorial, y el idioma está en favor de los empresarios de Ecuador al ser mismo de México.

Tabla 25 Información de Panamá

Datos relevantes de Panamá	
Capital	Ciudad de Panamá
Superficie	75.517 kilómetros cuadrados
Presidente	Laurentino Cortizo
Moneda	Dólar americano
Forma de Gobierno	Democracia constitucional. República centralizada
Lengua	Español

Fuente: ALADI. Recuperado de: ALADI Panamá

La tabla anteriormente expuesta muestra un pequeño relato referente a Panamá, país que hace parte de ALADI, y está liderado por Laurentino Cortizo, cuya forma de gobierno está alineada a la democracia constitucional y república centralizada. Además de ello es importante destacar que la moneda oficial de este país es el dólar americano. Una de las ventajas que se puede apreciar de este país, es la diversidad de su población por lo mismo de ser un país de tránsito de infinitas mercancías por su ubicación geográfica y el canal de Panamá, por lo que representa un ventaja clara para el Ecuador, se podría tomar a este país como un intermediario que compre productos ecuatorianos y luego los envíe a otros mercados por sus facilidades logísticas.

Tabla 26 Información de Paraguay

Datos relevantes de Paraguay	
Capital	Asunción
Superficie	406.752 kilómetros cuadrados
Presidente	Mario Abdo Benítez
Moneda	Guaraní
Forma de Gobierno	República Multipartidista con 2 Cámaras Legislativas
Lengua	Español, Guaraní

Fuente: ALADI. Recuperado de: ALADI Paraguay

La tabla anteriormente expuesta muestra un pequeño relato referente a Paraguay, país que hace parte de ALADI, y está liderado por Mario Abdo Benítez, cuya forma de gobierno está alineada a República Multipartidista con dos Cámaras Legislativas. Además de ello es importante destacar que la moneda oficial de este país es el guaraní que según la tasa cambiaria al 2020 con respecto a un dólar equivale a 6860. Una de las ventajas que se puede apreciar de este país, es la diversidad de su población por lo mismo de ser un país que emplea el mismo idioma de Ecuador lo que beneficia la fluctuación de la información a la hora realizar negociaciones internacionales.

Tabla 27 Información de Perú

Datos relevantes de Perú	
Capital	Lima
Superficie	1.285.216 kilómetros cuadrados
Presidente	Francisco Sagasti Hochhausler
Moneda	Nuevo Sol
Forma de Gobierno	República Democrática, Social, Independiente y Soberana
Lengua	Castellano, Quechua, Aimara y las demás lenguas

Fuente: ALADI. Recuperado de: ALADI Perú

La tabla muestra un pequeño relato referente a Perú, país que hace parte de ALADI, y está dentro de la Comunidad Andina de Naciones, por cuanto supone mayor cantidad de acuerdos comerciales en favor de la facilitación al comercio exterior para los productos ecuatorianos, este país está liderado por Francisco Sagasti Hochhausler y cuya forma de gobierno está alineada a una república democrática, social, independiente y soberana. Además de ello es importante destacar que la moneda oficial de este país es el nuevo sol que según la tasa cambiaria al 2020 con respecto a un dólar equivale a 3.61. Una de las ventajas que se puede apreciar es el lenguaje que es el mismo de Ecuador y en cuanto a cultura andina una conexión estrecha, por cuanto resulta menos complejo entablar negociaciones entre ambas naciones.

Tabla 28 Información de Uruguay

Datos relevantes de Uruguay	
Capital	Montevideo
Superficie	176.215 kilómetros cuadrados
Presidente	Luis Alberto Lacalle Pou
Moneda	Peso uruguayo
Forma de Gobierno	Democrática Republicana basada en la división de poder.
Lengua	Español

Fuente: ALADI. Recuperado de: ALADI Uruguay

La tabla anteriormente expuesta muestra un pequeño relato referente a Uruguay, país que hace parte de ALADI, y está liderado por Luis Lacalle, cuya forma de gobierno está alineada a democracia republicana basada en la división de poder. Además de ello es importante destacar que la moneda oficial de este país es el peso uruguayo que según la tasa cambiaria al 2020 con respecto a un dólar equivale a 4233. Una de las ventajas que se puede apreciar de este país, es la diversidad de su población por lo mismo de ser un país que emplea el mismo idioma de Ecuador lo que beneficia la fluctuación de la información a la hora realizar negociaciones internacionales.

Tabla 29 Información de Venezuela

Datos relevantes de Venezuela	
Capital	Caracas
Superficie	916.445 kilómetros cuadrados
Presidente	Nicolás Maduro Moros
Moneda	Bolívar
Forma de Gobierno	Estado federal descentralizado
Lengua	Español

Fuente: ALADI. Recuperado de: ALADI Venezuela

La tabla anteriormente expuesta muestra un pequeño relato referente a Venezuela, país que hace parte de ALADI, y está liderado por Nicolás Maduro, cuya forma de gobierno está alineada a un Estado Federal descentralizado. Sin embargo, la situación de este país es crítica. Es importante destacar que la moneda oficial de este país es el Bolívar que según la tasa cambiaria al 2020 con respecto a un dólar equivale a 1554. Ciertamente

3.5.4 Análisis de los criterios de origen Ecuador con países miembros de ALADI

Tabla 30 Criterios de origen Tratado Binacional Argentina - Ecuador

Acuerdo regional de apertura de mercados en favor de Ecuador (Acuerdo N°2)		
Partida	Descripción	Porcentaje de eliminación arancelaria
62	62.02 Abrigos, chaquetones, capas...	100%

Fuente: ALADI (1993,30 de marzo). *Acuerdo regional de apertura de mercados en favor de Ecuador (Acuerdo N°2)*. Recuperado de: AR_AM_002_Protocolo_Adecuacion_Argentina_Rectificado.pdf (aladi.org)

La tabla anteriormente presentada contiene información referente al acuerdo celebrado entre Argentina y Ecuador, el cual específicamente contiene las preferencias que otorga Argentina al país, en la lista se encuentra algunas subpartidas del capítulo 62 del Arancel General, para lo que en observaciones se detalla claramente que estas prendas debe ser con diseños bordados a mano o a máquina de tipo artesanal, por cuanto esto supone ventajas para los productos que se fabrican directamente en la provincia de Imbabura, aquí claramente se muestra una oportunidad de mercado, pues Argentina valora lo artesanal y elaborado por pequeños empresarios.

Tabla 31 Criterios de origen Tratado Binacional Brasil - Ecuador

Acuerdo regional de apertura de mercados en favor de Ecuador (Acuerdo N°2)		
Partida	Descripción	Porcentaje de eliminación arancelaria
61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	100%
62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	100%
63	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos	100%

Fuente: ALADI (1993,24 de junio). AR_AM_002_Protocolo_Adecuacion_Brasil.pdf (aladi.org). Recuperado de: AR_AM_002_Protocolo_Adecuacion_Brasil.pdf (aladi.org)

La tabla anterior, muestra parte de los productos que componen la nómina de Brasil para la apertura de mercados en favor del Ecuador, que para fines de la presente investigación son las subpartidas de los capítulos 61 y 62 del Arancel General, dentro de las observaciones del acuerdo, Brasil expone que las prendas deben estar sin cauchutar y además que sean de punto y no elásticos. Aparte de lo anteriormente expuesto, dentro del acuerdo hay algo que llama mucho la atención y es el tema de las restricciones que existen para la aplicación de las preferencias arancelarias, pues estos están limitados por un cupo asignado a cada subpartida, es decir las empresas no podrán superar estos montos establecidos y en caso de que esto se dé, los

productos que ingresen ya no tendrán la liberación total o parcial de tributos al momento de nacionalizar estos bienes.

Tabla 32 Criterios de origen Tratado Binacional Bolivia - Ecuador

Acuerdo regional de apertura de mercados en favor de Ecuador (Acuerdo N°2)		
Partida	Descripción	Porcentaje de
Arancelaria		eliminación
		arancelaria
61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	100%
62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	100%

Fuente: ALADI (1993,09 de septiembre). *Acuerdo regional de apertura de mercados en favor de Ecuador (Acuerdo N°2)*. Recuperado de: AR_AM_002_Protocolo_Adecuacion_Bolivia.pdf (aladi.org)

La tabla anterior, muestra parte de los productos que componen la nómina de Bolivia de apertura de mercados en favor del Ecuador, que para fines de la presente investigación son sin duda los que se presentan en las subpartidas de los capítulos 61 y 62 del Arancel General, aunque se pensaría que por la concepción en cuanto a la similitud de los productos andinos presentes en ambos países Bolivia y Ecuador, se otorgan preferencias arancelarias, y existe mercado que apetece estos productos por la diferencia en cuanto a bordados y técnicas de confección. Dentro de las observaciones del acuerdo, el vecino país expone que las prendas deben estar sin cauchutar es decir que no contengan una capa de caucho y además que sean de punto y no elásticos.

Tabla 33 Criterios de origen Tratado Binacional Colombia - Ecuador

Acuerdo regional de apertura de mercados en favor de Ecuador (Acuerdo N°2)

Partida	Descripción	Porcentaje de eliminación arancelaria
Arancelaria		
61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	100%
62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	100%

Fuente: ALADI (1993,15 de diciembre). AR_AM_002_Protocolo_Adecuacion_Brasil.pdf (aladi.org). Recuperado de: AR_AM_002_Protocolo_Adecuacion_Colombia.pdf (aladi.org)

La tabla anterior muestra, en resumen que las subpartidas correspondientes a los capítulos 61 y 62 están dentro de la lista de apertura de mercado que otorga Colombia a Ecuador, es importante denotar la importancia de este país pues es uno de los principales socios comerciales de Ecuador y aparte de ello, hace parte de la Comunidad Andina de Naciones, en el cual también están establecidas preferencias arancelarias para la mayoría de productos del Arancel General, sin embargo dentro de esta lista no se encuentran los artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos correspondientes al capítulo 63.

Tabla 34 Criterios de origen Tratado Binacional Uruguay- Ecuador

Acuerdo regional de apertura de mercados en favor de Ecuador	
Total de subpartidas con preferencia arancelaria	35
Subpartida de capítulo 61,62 y 63 con preferencia arancelaria	0

Fuente: ALADI (1994,14 de marzo). AR_AM_002_Protocolo_Adecuacion_Brasil.pdf (aladi.org). Recuperado de: AR_AM_002_Protocolo_Adecuacion_Uruguay_Rectificado.pdf (aladi.org)

La tabla en cuestión hace referencia al acuerdo de apertura de mercados entre Uruguay y la República del Ecuador en el cual se observa que este tratado fue elaborado a fin de otorgar preferencias arancelarias y eliminar ciertas barreras comerciales para mejorar el libre comercio entre ambos países. Sin embargo, en dicho acuerdo no se evidencian subpartidas de interés para la presente investigación, por lo que se debería estudiar y analizar medidas políticas que permitan la adhesión de subpartidas de productos textiles manufacturas pues los porcentajes de para preferencias suponen competitividad en el mercado.

Tabla 35 Criterios de origen Tratado Binacional Paraguay - Ecuador

Acuerdo regional de apertura de mercados en favor de Ecuador (Acuerdo N°2)

Partida	Descripción	Porcentaje de
Arancelaria		eliminación
		arancelaria
62	62.12 Sostenes, fajas, corsés, tirantes, ligas, y artículos similares	100%

Fuente: ALADI (1994,22 de agosto). *Acuerdo regional de apertura de mercados en favor de Ecuador (Acuerdo N°2)*. Recuperado de: AR_AM_002_Protocolo_Adecuacion_Paraguay.pdf (aladi.org)

La tabla anterior, contiene información referente a la lista de productos que componen la nómina de Paraguay en favor en Ecuador, en el que se encuentran subpartidas del capítulo 62 del Arancel General, específicamente referente a ropa interior de dama, bienes que poseen preferencias arancelarias por defecto, liberación económica que les permite entrar a este mercado con ventajas competitivas.

Tabla 36 Criterios de origen Tratado Binacional Perú - Ecuador

Acuerdo regional de apertura de mercados en favor de Ecuador (Acuerdo N°2)		
Partida	Descripción	Porcentaje de eliminación arancelaria
61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	100%
62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	100%

Fuente: ALADI (1995,15 de febrero). AR_AM_002_Protocolo_Adecuacion_Brasil.pdf (aladi.org). Recuperado de: AR_AM_002_Protocolo_Adecuacion_Peru.pdf (aladi.org)

La tabla anterior muestra, en resumen que las subpartidas correspondientes a los capítulos 61 y 62 están dentro de la lista de apertura de mercado que otorga Perú a Ecuador, es importante denotar la importancia de este país pues hace parte de la Comunidad Andina de Naciones, en el cual también están establecidas preferencias arancelarias para la mayoría de productos del Arancel General, sin embargo dentro de esta lista no se encuentran los artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos correspondientes al capítulo 63. Por lo antes mencionado, se deberían empezar a crear políticas que permitan la inserción de estos bienes, a fin de otorgar mayor diversificación de mercados para los empresarios de la industria textil manufacturera del país.

Tabla 37 Criterios de origen Tratado Binacional Cuba - Ecuador

Anexo 1 Preferencias otorgadas por Cuba a Ecuador		
Partida	Descripción	Porcentaje promedio de preferencia arancelaria otorgada
Arancelaria		
61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	57.69%
63	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos	62.5%

Fuente: ALADI (2000,10 de mayo). *Anexo 1 Preferencias otorgadas por Cuba a Ecuador*. Recuperado de: ACE_046_Anexo_01.pdf (aladi.org)

Con respecto a esta tabla, se presenta las preferencias arancelarias otorgadas por Cuba a Ecuador, en el documento constan algunas subpartidas, debido a lo propuesto en los objetivos de la investigación se consideran importantes las 36 subpartidas inmersas en el Anexo las cuales corresponden, a los capítulos 61 y 63 del estudio. Para clarificar, dentro de las observaciones del régimen de acuerdo se presenta que estos productos hacen referencia a pantalones y calzones, manufacturas textiles artesanales, camisetas y blusas y sacos de polipropileno, a estas el acuerdo les otorga en promedio un 60% de preferencia arancelaria.

Tabla 38 Criterios de origen Tratado Binacional México- Ecuador

**Acuerdo de alcance parcial de renegociación N°29, celebrado entre la República
del Ecuador y los Estados Unidos Mexicanos**

Partida	Descripción	Porcentaje de eliminación arancelaria
61	61.06 Mantones, Chales, pañuelos, bufandas, mantillas.	100%
62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	100%

Fuente: ALADI (2002,05 de septiembre). *Acuerdo de alcance parcial de renegociación N°29, celebrado entre la República del Ecuador y los Estados Unidos Mexicanos*. Recuperado de: ASUNTO (aladi.org)

Lo que presenta la tabla anteriormente expuesta, son las preferencias arancelarias otorgadas por los Estados Unidos Mexicanos a los productos que sean originarios del Ecuador, pese a ello este acuerdo suscrito en 2002, apenas consta con siete subpartidas que gozaran de esta liberación, de las cuales ninguna corresponde a la categoría de manufacturas textiles, por cuanto se evidencia el mercado competitivo mexicano, el cual se caracteriza por la industria manufacturera y de maquila, razón por la cual resulta complejo que empresas ecuatorianas logren insertar sus productos en este mercado, pero a pesar de ello es necesario revisar las estadísticas para evaluar la participación de las exportaciones ecuatorianas de productos textiles.

En este sentido, es necesario acotar que con los Estados Unidos Mexicanos, existen varias enmiendas anteriores a la anteriormente expuesta, donde se observa que existen preferencias

arancelaria para algunas subpartidas del capítulo 61 y 62, las mismas que constan con un 100% de liberación de tributos, esto principalmente para las bufandas elaboradas por la pequeña artesanía y accesorios para ropa interior femenina, con ello se deja claro que las pequeñas empresas de Carchi e Imbabura deben aprovechar estas ventajas otorgadas e incrementar su proyección de exportaciones hacia este destino.

Tabla 39 Criterios de origen Tratado Binacional Guatemala- Ecuador

Anexo 3-B Preferencias arancelarias que la República de Guatemala otorga a la República del Ecuador		
Partida	Descripción	Porcentaje promedio de preferencia arancelaria otorgada
61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	41.92%
62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	49.17%
63	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos	48.57%

Fuente: ALADI (2011,15 de abril). *Anexo 3-B Preferencias arancelarias que la República de Guatemala otorga a la República del Ecuador*. Recuperado de: Anexo_3_B.pdf (aladi.org)

La tabla anterior muestra un pequeño resumen respecto del tratado Binacional entre la República de Guatemala y la República del Ecuador, suscrito en el año 2011 pero puesto en vigor el 19 de Febrero de 2013 el cual tiene un carácter netamente de Preferencias Arancelarias en virtud del origen de productos manufacturados en Ecuador, en el cual constan 614

subpartidas del Arancel General que gozarán de porcentajes de descuento al momento de realizar la nacionalización de los mismos, de las subpartidas en cuestión se han encontrado 45 subpartidas de los capítulos 61,62 y 63 correspondientes al interés de la presente investigación, por cuanto se muestra un promedio general por cada capítulo los cuales están sobre el 40% de preferencias arancelarias para manufacturas textiles.

Tabla 40 Criterios de origen Tratado Binacional Panamá- Ecuador

Acuerdo regional de apertura de mercados en favor de Ecuador	
Total de subpartidas con preferencia arancelaria	32
Subpartida de capítulo 61,62 y 63 con preferencia arancelaria	0

Fuente: ALADI (2012,03 de febrero). AR_AM_002_Protocolo_Adecuacion_Brasil.pdf (aladi.org). Recuperado de: ASUNTO (aladi.org)

La tabla en cuestión hace referencia al acuerdo de apertura de mercados entre Panamá y la República del Ecuador en el cual se observa que este tratado fue elaborado a fin de otorgar preferencias arancelarias y eliminar ciertas barreras comerciales para mejorar el libre comercio entre ambos países. Sin embargo, en dicho acuerdo no se evidencian subpartidas de interés para la presente investigación, por lo que se debería estudiar y analizar medidas políticas que permitan la adhesión de subpartidas de productos textiles manufacturas pues los porcentajes de para preferencias suponen competitividad en el mercado.

Tabla 41 Criterios de origen Tratado Binacional Nicaragua- Ecuador

Acuerdo de alcance parcial de complementación económica N°45, suscrito al amparo del artículo 25 del tratado de Montevideo 1980, entre la República de Nicaragua y la República de Ecuador

Total de subpartidas con preferencia arancelaria	96
Subpartida de capítulo 61,62 y 63 con preferencia arancelaria	0

Fuente: ALADI (2016, 05 de Julio). *Acuerdo de alcance parcial de complementación económica N°45, suscrito al amparo del artículo 25 del tratado de Montevideo 1980, entre la República de Nicaragua y la República de Ecuador*. Recuperado de: Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N.º 45, suscrito al amparo del Artículo 25 del Tratado de Montevideo 1980, entre la República de Ecuador y la República de Nicaragua (aladi.org)

La tabla en cuestión hace referencia al acuerdo de alcance entre la República de Nicaragua y la República del Ecuador en el cual se observa que este tratado fue elaborado a fin de otorgar preferencias arancelarias y eliminar ciertas barreras comerciales para mejorar el libre comercio entre ambos países. Sin embargo, en dicho acuerdo no se evidencian subpartidas de interés para la presente investigación, por lo que se debería estudiar y analizar medidas políticas que permitan la adhesión de subpartidas de productos textiles manufacturas pues los porcentajes de para preferencias suponen competitividad en el mercado.

Tabla 42 Criterios de origen Tratado Binacional El Salvador - Ecuador

**Acuerdo de alcance parcial de complementación económica N°46, suscrito al
amparo del artículo 25 del tratado de Montevideo 1980, entre la República de
Ecuador y la República de El Salvador**

Total de subpartidas con preferencia	208
--------------------------------------	-----

arancelaria

Subpartida de capítulo 61,62 y 63 con	3
---------------------------------------	---

preferencia arancelaria

Fuente: ALADI (2018, 09 de febrero). *Acuerdo de alcance parcial de complementación económica N°46, suscrito al amparo del artículo 25 del tratado de Montevideo 1980, entre la República de Ecuador y la República de El Salvador*. Recuperado de: ACUERDO DE ALCANCE PARCIAL DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA N°46, SUSCRITO AL AMPARO DEL ARTÍCULO 25 DEL TRATADO DE MONTEVIDEO 1980, ENTRE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR Y LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR (aladi.org)

La presente tabla hace referencia al acuerdo de alcance suscrito entre la República del Ecuador y la República de El Salvador en el que constan algunos objetivos entre los cuales destacan la eliminación de aranceles y el otorgamiento de preferencias arancelarias para algunas subpartidas, de entre las cuales para efectos de la investigación se destacan únicamente tres correspondientes al capítulo 61 del arancel general, en este caso prendas y accesorios de algodón, para los que se establece el 50% de preferencia, lo que deja claro que El Salvador es un país que produce manufacturas textiles, razón válida para en cierto modo proteger su industria nacional.

Tabla 43 Criterios de origen Tratado Binacional Chile - Ecuador

**Acuerdo de Complementación Económica N°75 entre la República de Chile y la
República de Ecuador**

Partida	Descripción	Porcentaje de eliminación arancelaria
61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	0%
62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	0%
63	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos	0%

Fuente: ALADI (2020,09 de octubre *Acuerdo de Complementación Económica N°75 entre la República de Chile y la República de Ecuador*. Recuperado de: ASUNTO (aladi.org)

La tabla anteriormente presentada, contiene información referente a uno de los Acuerdos Binacionales más recientes entre la República de Chile y la República del Ecuador, en la que ambas partes decidieron presentar una lista con las subpartidas de los productos a los cuales se le eliminarían los aranceles, cuando estos acrediten origen. Este acuerdo resulta interesante para la industria textil manufacturera del país puesto que constan 378 subpartidas de los capítulos 61,62 y 63 del arancel General, lo que claramente refleja ventaja para los empresarios que hacen parte de esta industria y Chile se vuelve un mercado ventajas obvias.

3.5.5 Análisis anual de la industria textil manufacturera de Carchi e Imbabura con respecto a la exportación cuyos destinos hayan sido países miembros de ALADI

3.5.5.1 Análisis año 2015

Para realizar el análisis anual de las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1 del año 2015, se ha utilizado la herramienta del portal estadístico Cobus Group, desde el cual se obtuvo bases de información pertinente para desarrollar datos que permitan responder las preguntas planteadas en la operacionalización de variables de la presente investigación. Conviene subrayar que se abordará temas referentes con las principales empresas exportadoras, cuáles fueron los principales destinos referente a países miembros de ALADI, cuáles fueron los productos más exportados de los capítulos del arancel general en estudio.

Principales empresas exportadoras de productos textiles manufacturados hacia países miembros de ALADI en 2015

Tabla 44 Principales empresas que exportaron productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura en el año 2015 hacia países miembros de ALADI

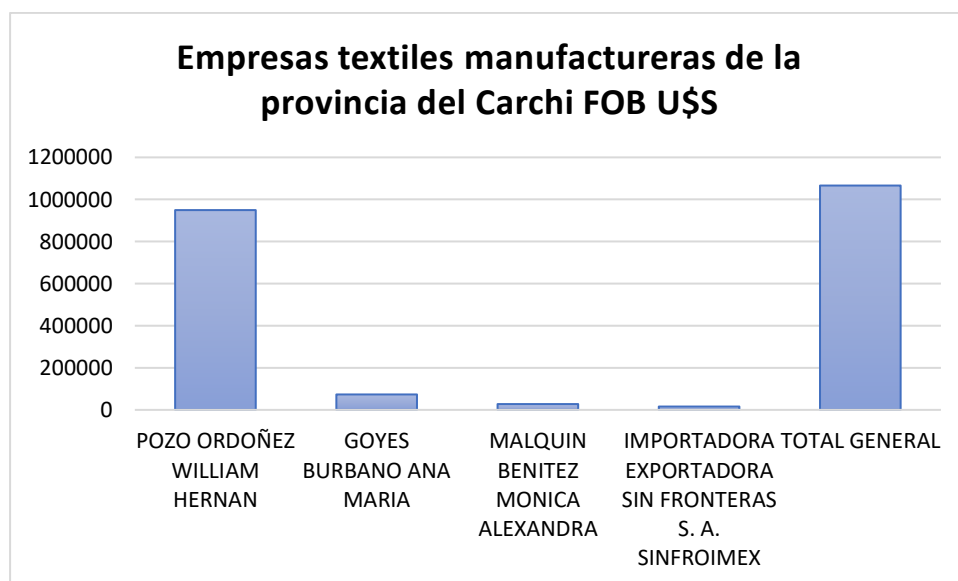
Top 10 Principales Empresas	
EMPRESAS	FOB U\$S
Recalde Andrade María Gardenia	1262035,25
Pozo Ordoñez William Hernán	949399,9
Dávila Cevallos Wilson Patricio	349879,4
Lema Amaguaña José Franklin	188181,2
Santellan Morales Luis Roberto	147846
Cabascango Guajan José Rafael	137957,2
Males Lema José	78050,3
Goyes Burbano Ana María	73292,7
Guajan Males Julio Enrique	56520,3
Arias Ascanta María Estela	55014,1
TOTAL GENERAL	4161782,88

Fuente: Base de datos Cobus Group 2015

Acorde con la información presentada en la tabla anterior, esta ilustra el top ten de las principales empresas que han exportado durante el año 2015 productos de las subpartidas estudiadas. Dentro de los datos que se presentan, el total general corresponde a el valor FOB anual que para este caso fue de 4.161.782,88 dólares, por tanto, la participación de estas 10 empresas representa gran parte del monto anteriormente mencionado, la empresa Recalde aportó con el 30.32% del total general, mientras tanto la empresa Pozo contribuyó con el 22.81% seguido por la empresa Dávila la cual facturó el 8.41%.

Dicho lo anterior, se examinará brevemente las provincias a las que pertenecen las empresas que se manifestaron en el apartado preliminar.

Gráfico 1 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia del Carchi en 2015



Fuente: Base de datos Cobus Group 2015

Como se observa en el gráfico, las empresas de la provincial del Carchi que registraron exportaciones de productos textiles manufacturados de los capítulos 61, 62 y 63 del arancel general fueron únicamente cuatro, Pozo, Goyes, Malquin y SINFROIMEX, en concreto estas representan el 26% de los 4.161.782,88 dólares del total general aportando en si con 1.066.075,4 dólares.

Gráfico 2 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia de Imbabura en 2015



Fuente: Base de datos Cobus Group 2015

Como se observa en el gráfico, las empresas de la provincia de Imbabura que registraron exportaciones de productos textiles manufacturados de los capítulos 61, 62 y 63 del arancel general fueron 68, número considerable teniendo en cuenta que esta provincia destaca en la industria, es necesario precisar que dentro de las principales empresas por los montos facturados fueron; Recalde, Dávila, Lema, Santellan, Cabascango y Males, cuyo aporte fue del 41%, 11%, 6%, 5%, 4% respectivamente hablando del total exportado en la provincia de Imbabura, en concreto estas representan el 74% de los 4.161.782,88 dólares del total general aportando en si con 3.095.707,48 dólares.

Principales productos textiles manufacturados exportados a países miembros de ALADI en 2015

Tabla 45 Principales destinos para las exportaciones de productos textiles manufacturados en 2015

PAIS	FOB U\$S	PARTICIPACIÓN
Colombia	\$2.475.798,51	59,49%
Chile	\$724.089,42	17,40%
México	\$480.163,50	11,54%
Panamá	\$374.661,40	9,00%
Perú	\$49.455,40	1,19%
Argentina	\$28.004,65	0,67%
Uruguay	\$10.291,00	0,25%
Bolivia	\$6.400,00	0,15%
Brasil	\$5.750,00	0,14%
Cuba	\$3.150,50	0,08%
Venezuela	\$3.069,00	0,07%
Paraguay	\$949,50	0,02%
Total general	\$4.161.782,88	100,00%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2015

En el año 2015, como se observa en la en la tabla anterior los destinos con mayor afluencia para los productos textiles manufacturados de la Zona 1, aclarando que la base de datos ha sido filtrada por destinos que sean países miembro de ALADI, con este antecedente se precisa que el el país con mayor participación es este año, es el vecino país de Colombia con un 59.49% del total general, seguido por Chile, México y Panamá, con porcentajes de participación de; 17.40%, 11.54%, 9% respectivamente.

Tabla 46 Principales productos textiles manufacturados exportados en 2015 y la aduana de salida

Top 10 principales subpartidas del capítulo 61,62 y 63 del Arancel General exportadas en 2015					
SUBPARTIDAS	GUAYAQUIL MARITIMO	HUAQUILLAS	QUITO	TULCAN	Total general
6115.96.00.00				\$975.806,25	\$975.806,25
6301.40.00.00	\$1.800,00		\$933,00	\$950.299,90	\$953.032,90
6115.95.00.00				\$330.026,00	\$330.026,00
6110.30.10.00	\$62.594,30	\$800,00	\$124.232,20	\$76.815,60	\$264.442,10
6306.90.90.00	\$1.093,50	\$1.920,00	\$216.091,88		\$219.105,38
6203.31.00.00	\$197.018,05		\$6.182,15		\$203.200,20
6202.11.00.00	\$146.172,25		\$10.380,86		\$156.553,11
6214.30.00.00	\$135.175,00	\$1.104,00	\$14.230,47	\$1.640,00	\$152.149,47
6110.30.90.00	\$45.544,00		\$104.328,00		\$149.872,00
6102.30.00.00	\$36.416,00		\$95.224,50	\$9.335,50	\$140.976,00
Total	\$625.813,10	\$3.824,00	\$571.603,06	\$2.343.923,25	\$3.545.163,41
Total general	\$914.464,35	\$31.510,50	\$776.061,72	\$2.439.746,31	\$4.161.782,88
Porcentaje de Participación	21,97%	0,76%	18,65%	58,62%	100%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2015

La tabla anterior contiene información en referencia a las principales subpartidas de los capítulos en estudio, para lo que se ha establecido una tabla dinámica, que permita realizar el cruce de variables entre; subpartidas, aduanas de despacho, FOB y países de destino, esta última como filtro, que será presentada más adelante. En este sentido, es prudente denotar que las

aduanas por las que se despacharon las exportaciones de las manufacturas textiles en el año 2015 fueron; Guayaquil Marítimo, Huaquillas, Quito y Tulcán, habría que decir también, que la participación de estas aduanas es, 21.97%, 0.76%, 18.56% y 58.62% respectivamente.

Con respecto a la afirmación planteada, la aduana de despacho por la que salieron la mayoría de los productos fue el Distrito de Aduana Tulcán, esto en concordancia con los datos de la tabla que sitúa a Colombia como el mayor comprador de estas mercancías, con los filtros establecidos para el año 2015. Ahora bien, la subpartida que mayor monto monetario registra es la 6115.96 que, según el Arancel General, corresponde a “Calzas, panty-medias, leotardos, medias, calcetines y demás artículos de calcetería”, de manera puntal, la participación de esta subpartida corresponde al 23% del total general.

Dicho lo anterior, se presentará información de los tres destinos principales de las exportaciones para el año 2015, de manera que se pueda ampliar el análisis de los productos más exportados, cuáles fueron las aduanas de despacho y como está la participación de cada uno de ellos.

Tabla 47 Productos textiles manufacturados exportados a Colombia y sus aduanas de despacho en 2015

COLOMBIA			
SUBPARTIDAS	QUITO	TULCAN	Total general
6115.96.00.00		\$975.806,25	\$975.806,25
6301.40.00.00		\$950.299,90	\$950.299,90
6115.95.00.00		\$330.026,00	\$330.026,00
6110.30.10.00	\$23.324,90	\$76.815,60	\$100.140,50
6302.22.00.00		\$26.470,00	\$26.470,00
6202.13.00.00	\$6.230,00	\$14.243,00	\$20.473,00
6214.40.00.00		\$18.996,00	\$18.996,00
6203.43.00.00		\$16.498,20	\$16.498,20
6102.30.00.00		\$9.335,50	\$9.335,50
6206.30.00.00	\$6.497,30		\$6.497,30
Total	\$36.052,20	\$2.418.490,45	\$2.454.542,65
Total general	\$36.052,20	\$2.439.746,31	\$2.475.798,51

Fuente: Base de datos Cobus Group 2015

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Colombia de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6115.96 y 6301.40 correspondientes a medias y mantas de fibra sintética respectivamente, estas mercancías fueron despachadas por las Aduana del Distrito Tulcán, indiscutiblemente esto se da por la ubicación geográfica de la aduna, pues es frontera con el vecino país.

Tabla 48 Productos textiles manufacturados exportados a Chile y sus aduanas de despacho en 2015

CHILE			
SUBPARTIDAS	GUAYAQUIL MARITIMO	QUITO	Total general
6203.31.00.00	\$197.018,05		\$197.018,05
6202.11.00.00	\$146.172,25	\$2.242,10	\$148.414,35
6110.30.10.00	\$62.594,30	\$47.977,90	\$110.572,20
6104.62.00.00	\$67.695,20		\$67.695,20
6205.20.00.00	\$47.898,65	\$1.402,30	\$49.300,95
6202.13.00.00	\$44.722,20	\$1.440,00	\$46.162,20
6204.62.00.00	\$37.169,40	\$2.411,00	\$39.580,40
6104.42.00.00	\$21.731,70		\$21.731,70
6110.11.10.00	\$19.330,00		\$19.330,00
6204.42.00.00	\$8.234,00	\$1.430,00	\$9.664,00
Total	\$652.565,75	\$56.903,30	\$709.469,05
Total general	\$666.552,60	\$57.536,82	\$724.089,42

Fuente: Base de datos Cobus Group 2015

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Chile de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, que como se presentó anteriormente ocupa el segundo lugar de los principales países de ALADI en adquirir mercancías de este tipo, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6203.31 y 6202.11 correspondientes a trajes, conjunto, chaquetas de lana o pelo fino y abrigos,

chaquetas de lana respectivamente, estas mercancías fueron despachadas por las aduanas Guayaquil Marítimo y Quito.

Tabla 49 Productos textiles manufacturados exportados a México y sus aduanas de despacho en 2015

MÉXICO			
SUBPARTIDAS	GUAYAQUIL MARITIMO	QUITO	Total general
6110.30.90.00	\$45.544,00	\$104.328,00	\$149.872,00
6102.30.00.00	\$36.416,00	\$95.224,50	\$131.640,50
6110.30.10.00		\$50.805,00	\$50.805,00
6204.62.00.00	\$1.680,00		\$1.680,00
6206.30.00.00	\$434,00		\$434,00
6214.30.00.00	\$134.680,00		\$134.680,00
6110.11.10.00	\$1.512,00		\$1.512,00
6202.13.00.00	\$9.540,00		\$9.540,00
Total general	\$229.806,00	\$250.357,50	\$480.163,50

Fuente: Base de datos Cobus Group 2015

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó México de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, que como se presentó anteriormente ocupa el tercer lugar de los principales países de ALADI en adquirir mercancías de este tipo, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6110.30 y 6202.30 correspondientes a cardiganes de punto y chaquetas respectivamente, estas mercancías fueron despachadas por las aduanas Guayaquil Marítimo y Quito.

3.5.5.2 Análisis año 2016

Para realizar el análisis anual de las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1 del año 2016, se ha utilizado la herramienta del portal estadístico Cobus Group, desde el cual se obtuvo bases de información pertinente para desarrollar datos que permitan responder las preguntas planteadas en la operacionalización de variables de la presente investigación. Conviene subrayar que se abordará temas referentes con las principales empresas exportadoras, cuáles fueron los principales destinos referente a países miembros de ALADI y cuáles fueron los productos más exportados de los capítulos del arancel general en estudio.

Principales empresas exportadoras de productos textiles manufacturados hacia países miembros de ALADI en 2016

Tabla 50 Principales empresas que exportaron productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura en el año 2016 hacia países miembros de ALADI

Top 10 Principales Empresas		
Empresas	FOB U\$S	Participación
Recalde Andrade María Gardenia	\$1.188.165,25	51%
Lema Amaguaña José Franklin	\$ 141.414,25	6%
Cabascango Guajan José Rafael	\$ 127.322,20	5%
Goyes Burbano Ana María	\$ 88.428,00	4%
Santellan Morales Luis Roberto	\$ 81.272,00	3%
Guevara Calderón Rosa Matilde	\$ 80.980,60	3%
Arias Ascanta María Estela	\$ 57.253,60	2%
Conejo Arias María Luzmila	\$ 54.146,20	2%
Potosí Males Luis Tarquino	\$ 51.479,45	2%
Castañeda Cachiguango Cesar	\$ 41.719,40	2%
Total general	\$2.326.933,23	82%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2015

Acorde con la información presentada en la tabla anterior, esta ilustra el top ten de las principales empresas que han exportado durante el año 2016 productos de las subpartidas estudiadas. Dentro de los datos que se presentan, el total general corresponde a el valor FOB anual que para este caso fue de \$2.326.933,23 dólares, por tanto, la participación de estas 10 empresas representa gran parte del monto anteriormente mencionado, en concreto estas diez empresas aportan con el 82% del total general. En este sentido la empresa Recalde aportó con

el 51% del total general, mientras tanto la empresa Lema contribuyó con el 6% seguido por la empresa Cabascango la cual facturó el 5%.

Dicho lo anterior, se examinará brevemente las provincias a las que pertenecen las empresas que se manifestaron en el apartado preliminar.

Gráfico 3 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia del Carchi en 2016



Fuente: Base de datos Cobus Group 2016

Como se observa en el gráfico, las empresas de la provincial del Carchi que registraron exportaciones de productos textiles manufacturados de los capítulos 61, 62 y 63 del arancel general fueron únicamente cinco Vallejo, Malquin, Narvárez, SINFROIMEX y Goyes en concreto estas representan el 4% de los \$2.326.933,23 dólares del total general aportando en si con 99.856 dólares.

Gráfico 4 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia de Imbabura en 2016



Fuente: Base de datos Cobus Group 2016

Como se observa en el gráfico, las empresas de la provincial de Imbabura que registraron exportaciones de productos textiles manufacturados de los capítulos 61, 62 y 63 del arancel general fueron 41, número considerable teniendo en cuenta que esta provincia destaca en la industria, es necesario precisar que dentro de las principales empresas por los montos facturados fueron; Recalde, Lema, Cabascango, Santellan y Guevara, cuyos aportes fueron del 56%, 6%, 6%, 4%,4% respectivamente hablando del total exportado en la provincia de Imbabura, en concreto estas representan el 96% de los \$2.326.933,23 dólares del total general aportando en si con 2.227.077,23 dólares.

Principales productos textiles manufacturados exportados a países miembros de ALADI en 2016

Tabla 51 Principales destinos para las exportaciones de productos textiles manufacturados en 2016

Países	FOB U\$S	Participación
COLOMBIA	\$1.305.134,25	56%
CHILE	\$ 518.067,55	22%
PANAMA	\$ 381.459,32	16%
MEXICO	\$ 103.195,00	4%
URUGUAY	\$ 9.839,00	0%
ARGENTINA	\$ 6.638,10	0%
BOLIVIA	\$ 2.600,01	0%
Total general	\$2.326.933,23	100%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2016

En el año 2016, como se observa en la en la tabla anterior los destinos con mayor afluencia para los productos textiles manufacturados de la Zona 1, aclarando que la base de datos ha sido filtrada por destinos que sean países miembro de ALADI, con este antecedente se precisa que el el país con mayor participación es este año, es el vecino país de Colombia con un 56% del total general, seguido por Chile, Panamá y Mexico, con porcentajes de participación del; 22%, 16%, 4% respectivamente.

A pesar de que en la tabla constan los países de Uruguay, Argentina y Bolivia, estos importaron rubros bajos en comparación con los países que lideran la tabla, por ello al momento de revisar el porcentaje de participación estos marcan el 0% puesto que los anteriores han subido al inmediato superior por sus decimales.

Tabla 52 Principales productos textiles manufacturados exportados en 2016 y la aduana de salida

Top 10 principales subpartidas del capítulo 61,62 y 63 del Arancel General exportadas en 2016				
Subpartidas	GUAYAQUIL	QUITO	TULCAN	Total general
	MARITIMO			
6115.96.00.00			\$1.046.279,25	\$ 1.046.279,25
6306.90.90.00	\$ 657,10	\$218.013,80		\$ 218.670,90
6115.95.00.00			\$ 189.269,00	\$ 189.269,00
6110.30.10.00	\$ 36.384,00	\$103.979,60	\$ 41.695,00	\$ 182.058,60
6202.11.00.00	\$140.277,15	\$ 10.844,15		\$ 151.121,30
6203.31.00.00	\$101.682,90	\$ 1.268,90		\$ 102.951,80
6214.30.00.00	\$ 66.739,00	\$ 3.550,10		\$ 70.289,10
6205.20.00.00	\$ 38.462,00	\$ 29.557,85		\$ 68.019,85
6104.62.00.00	\$ 33.063,80	\$ 7.977,50		\$ 41.041,30
6202.13.00.00	\$ 28.878,00		\$ 3.000,00	\$ 31.878,00
Total	\$446.143,95	\$375.191,90	\$1.280.243,25	\$ 2.101.579,10
Total general	\$516.391,95	\$505.412,03	\$1.305.129,25	\$ 2.326.933,23
% de Participación	86%	74%	98%	90%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2016

La tabla anterior contiene información en referencia a las principales subpartidas de los capítulos en estudio, para lo que se ha establecido una tabla dinámica, que permita realizar el cruce de variables entre; subpartidas, aduanas de despacho, FOB y países de destino, esta última como filtro, que será presentada más adelante. En este sentido, es prudente denotar que las aduanas por las que se despacharon las exportaciones de las manufacturas textiles en el año

2016 fueron; Guayaquil Marítimo, Quito y Tulcán, habría que decir también, que la participación de estas aduanas es, 86%, 74% y 98% respectivamente.

Con respecto a la afirmación planteada, la aduana de despacho por la que salieron la mayoría de los productos fue el Distrito de Aduana Tulcán, esto en concordancia con los datos de la tabla anterior que sitúa a Colombia como el mayor comprador de estas mercancías, con los filtros establecidos para el año 2016. Ahora bien, la subpartida que mayor monto monetario registra es la 6115.96 que, según el Arancel General, corresponde a “Calzas, panty-medias, leotardos, medias, calcetines y demás artículos de calcetería”, de manera puntal, la participación de esta subpartida corresponde al 45% del total general.

Dicho lo anterior, se presentará información de los tres destinos principales de las exportaciones para el año 2016, de manera que se pueda ampliar el análisis de los productos más exportados, cuáles fueron las aduanas de despacho y como está la participación de cada uno de ellos.

Tabla 53 Productos textiles manufacturados exportados a Colombia y sus aduanas de despacho en 2016

COLOMBIA		
Subpartidas	Tulcán	Participación
6115.96.00.00	\$1.046.279,25	80%
6115.95.00.00	\$ 189.269,00	15%
6110.30.10.00	\$ 41.695,00	3%
6302.32.00.00	\$ 8.220,00	1%
6102.30.00.00	\$ 4.176,00	1%
6111.30.00.00	\$ 4.000,00	
6302.22.00.00	\$ 3.600,00	
6202.13.00.00	\$ 3.000,00	
6115.30.10.00	\$ 2.430,00	
6116.93.00.00	\$ 1.020,00	
Total	\$1.303.689,25	
Total	\$1.305.129,25	100%
General		

Fuente: Base de datos Cobus Group 2016

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Colombia de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6115.96 y 6115.95 correspondientes a medias de fibra sintética y medias de algodón respectivamente, entre las dos subpartidas se registra un aporte del 95%, estas mercancías fueron despachadas por las Aduana del Distrito Tulcán, indiscutiblemente esto se da por la ubicación geográfica de la aduna, pues es frontera con el vecino país.

Tabla 54 Productos textiles manufacturados exportados a Chile y sus aduanas de despacho en 2016

CHILE			
Subpartidas	GUAYAQUIL	QUITO	Total general
MARITIMO			
6202.11.00.00	\$ 140.277,15	\$ 228,00	\$ 140.505,15
6110.30.10.00	\$ 34.326,00	\$ 80.980,60	\$ 115.306,60
6203.31.00.00	\$ 101.682,90		\$ 101.682,90
6205.20.00.00	\$ 38.462,00	\$ 2.450,00	\$ 40.912,00
6104.62.00.00	\$ 33.063,80		\$ 33.063,80
6202.13.00.00	\$ 18.378,00		\$ 18.378,00
6110.11.10.00	\$ 16.572,00		\$ 16.572,00
6104.42.00.00	\$ 10.000,20		\$ 10.000,20
6204.62.00.00	\$ 3.925,00	\$ 5.700,00	\$ 9.625,00
6104.63.00.00	\$ 9.309,00		\$ 9.309,00
Total	\$ 405.996,05	\$ 89.358,60	\$ 495.354,65
Total	\$ 428.108,95	\$ 89.958,60	\$ 518.067,55
General			

Fuente: Base de datos Cobus Group 2016

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Chile de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, que como se presentó anteriormente ocupa el segundo lugar de los principales países de ALADI en adquirir mercancías de este tipo, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6202.11 y 6110.30 correspondientes a chaquetas de lana respectivamente y suéteres de fibras

sintéticas o artificiales, estas mercancías fueron despachadas por las aduanas Guayaquil Marítimo y Quito.

Tabla 55 Productos textiles manufacturados exportados a Panamá y sus aduanas de despacho en 2016

PANAMÁ			
Subpartidas	GUAYAQUIL	QUITO	Total general
	MARITIMO		
6306.90.90.00		\$ 218.013,80	\$ 218.013,80
6205.20.00.00		\$ 25.920,25	\$ 25.920,25
6106.10.00.00		\$ 22.662,35	\$ 22.662,35
6117.90.90.00	\$ 2.538,00	\$ 10.019,60	\$ 12.557,60
6206.30.00.00		\$ 11.953,74	\$ 11.953,74
6204.42.00.00		\$ 11.797,00	\$ 11.797,00
6306.12.00.00	\$ 2.457,00	\$ 8.453,80	\$ 10.910,80
6202.11.00.00		\$ 10.562,15	\$ 10.562,15
6104.42.00.00		\$ 10.394,54	\$ 10.394,54
6203.33.00.00		\$ 7.284,60	\$ 7.284,60
Total	\$ 4.995,00	\$ 337.061,83	\$ 342.056,83
Total general	\$ 7.011,00	\$ 374.448,32	\$ 381.459,32

Fuente: Base de datos Cobus Group 2016

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Panamá de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, que como se presentó anteriormente ocupa el tercer lugar de los principales países de ALADI en adquirir mercancías de este tipo, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas

6306.90 y 6205.20 correspondientes a sacos acrílicos, hamacas y camisetas de algodón respectivamente, estas mercancías fueron despachadas por las aduanas Guayaquil Marítimo y Quito.

3.5.5.3 Análisis año 2017

Para realizar el análisis anual de las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1 del año 2017, se ha utilizado la herramienta del portal estadístico Cobus Group, desde el cual se obtuvo bases de información pertinente para desarrollar datos que permitan responder las preguntas planteadas en la operacionalización de variables de la presente investigación. Conviene subrayar que se abordará temas referentes con las principales empresas exportadoras, cuáles fueron los principales destinos referente a países miembros de ALADI, cuáles fueron los productos más exportados de los capítulos del arancel general en estudio.

Tabla 56 Principales empresas que exportaron productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura en el año 2017 hacia países miembros de ALADI

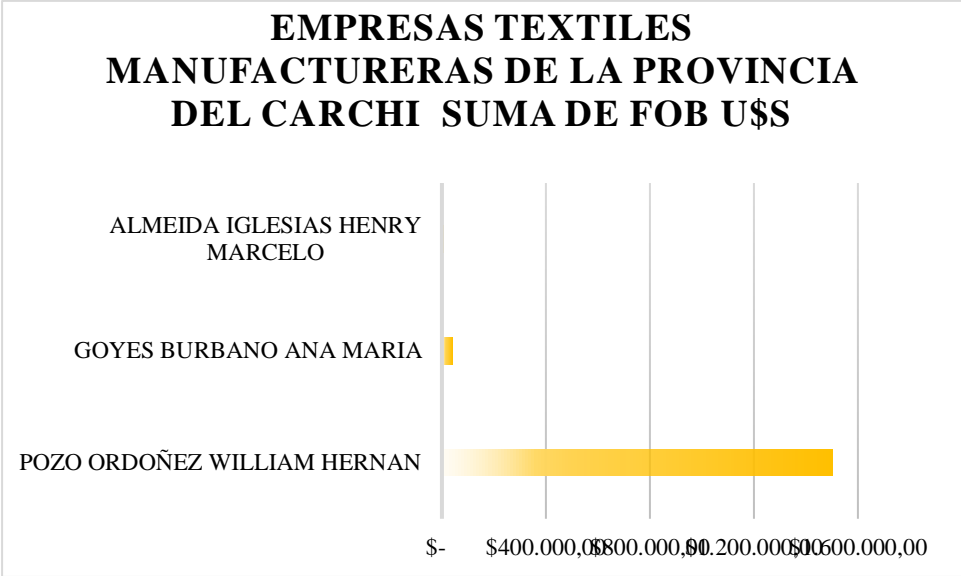
Top 10 Principales Empresas	
Empresas	FOB U\$S
Pozo Ordoñez William Hernán	\$ 1.504.126,61
Recalde Andrade María Gardenia	\$ 913.478,20
Lema Amaguaña José Franklin	\$ 108.300,05
Cabascango Guajan José Rafael	\$ 64.265,80
Potosí Males Luis Tarquino	\$ 56.387,90
Cotacachi Males Luzmila	\$ 54.737,80
Guevara Calderón Rosa Matilde	\$ 52.573,60
Guajan Males Julio Enrique	\$ 43.171,70
Arias Ascanta María Estela	\$ 39.181,25
Goyes Burbano Ana María	\$ 38.803,00
Total	\$ 2.875.025,91
Total general	\$ 3.237.392,98

Fuente: Base de datos Cobus Group 2017

Acorde con la información presentada en la tabla anterior, esta ilustra el top ten de las principales empresas que han exportado durante el año 2016 productos de las subpartidas estudiadas. Dentro de los datos que se presentan, el total general corresponde a el valor FOB anual que para este caso fue de \$3.237.392,98 dólares, por tanto, la participación de estas 10 empresas representa gran parte del monto anteriormente mencionado, la empresa Pozo aportó con el 46% del total general, mientras tanto la empresa Recalde contribuyó con el 28% seguido por la empresa Lema la cual facturó el 3%.

Dicho lo anterior, se examinará brevemente las provincias a las que pertenecen las empresas que se manifestaron en el apartado preliminar.

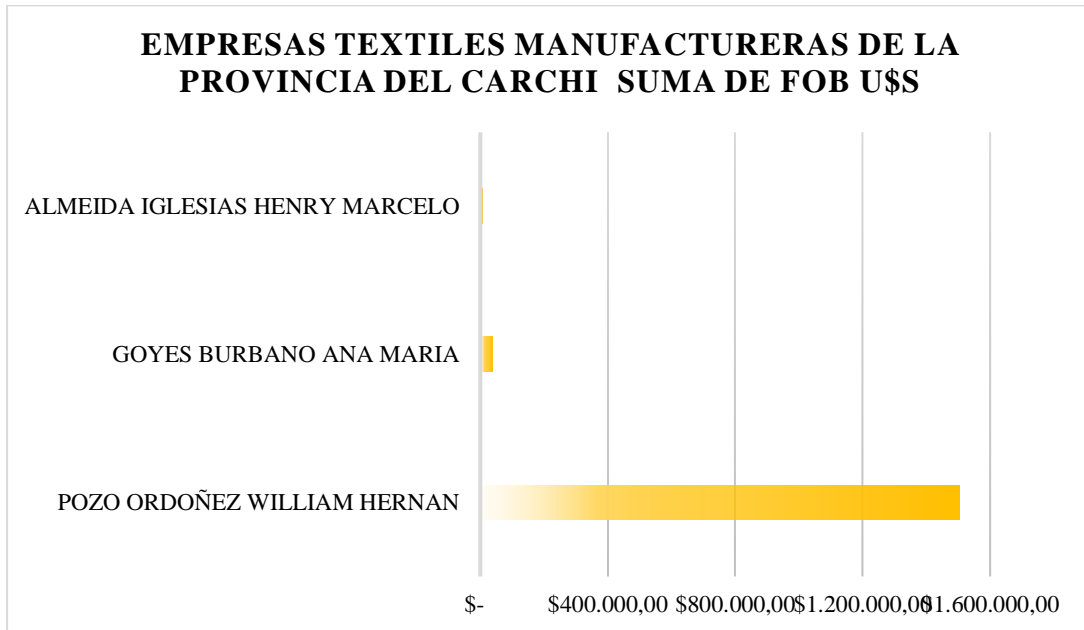
Gráfico 5 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia del Carchi en 2017



Fuente: Base de datos Cobus Group 2017

Como se observa en el gráfico, las empresas de la provincial del Carchi que registraron exportaciones de productos textiles manufacturados de los capítulos 61, 62 y 63 del arancel general fueron únicamente tres, Almeida, Goyes y Pozo, en concreto estas representan el 48% de los 3.237.392,98 dólares del total general aportando en si con 1.549.673,61 dólares.

Gráfico 6 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia de Imbabura en 2017



Fuente: Base de datos Cobus Group 2017

Como se observa en el gráfico, las empresas de la provincial de Imbabura que registraron exportaciones de productos textiles manufacturados de los capítulos 61, 62 y 63 del arancel general fueron 43, número considerable teniendo en cuenta que esta provincia destaca en la industria, es necesario precisar que dentro de las principales empresas por los montos facturados fueron; Recalde, Lema, Cabascango, Potosí y Cotacachi cuyo aporte fue del 54%, 6%, 4%, 3%,3% respectivamente hablando del total exportado en la provincia de Imbabura, en concreto estas representan el 52% de los 3.237.392,98 dólares del total general aportando en si con 1.687.719,37dólares.

Principales productos textiles manufacturados exportados a países miembros de ALADI en 2017

Tabla 57 Principales destinos para las exportaciones de productos textiles manufacturados en 2017

Países	FOB U\$S	Participación
Colombia	\$2.471.338,41	76%
Chile	\$ 377.315,60	12%
Panamá	\$ 315.925,87	10%
México	\$ 55.495,50	2%
Uruguay	\$ 7.849,00	1%
Argentina	\$ 5.989,00	
Bolivia	\$ 3.246,30	
Paraguay	\$ 233,30	
Total general	\$3.237.392,98	100%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2017

En el año 2017, como se observa en la en la tabla anterior los destinos con mayor afluencia para los productos textiles manufacturados de la Zona 1, aclarando que la base de datos ha sido filtrada por destinos que sean países miembro de ALADI, con este antecedente se precisa que el el país con mayor participación es este año, es el vecino país de Colombia con un 76% del total general, seguido por Chile, Panamá, México con porcentajes de participación de; 12%, 10%, 2% respectivamente.

Tabla 58 Principales productos textiles manufacturados exportados en 2017 y la aduana de salida

Top 10 principales subpartidas del capítulo 61,62 y 63 del Arancel General exportadas en 2017				
Subpartidas	GUAYAQUIL	QUITO	TULCAN	Total general
MARITIMO				
6301.40.00.00	\$ 5.602,10	\$ 1.118,70	\$1.504.990,61	\$ 1.511.711,41
6115.96.00.00			\$ 762.078,80	\$ 762.078,80
6306.90.90.00	\$ 939,60	\$170.475,26		\$ 171.414,86
6115.95.00.00			\$ 155.944,40	\$ 155.944,40
6110.30.10.00	\$ 26.446,50	\$ 67.578,20	\$ 22.738,00	\$ 116.762,70
6202.11.00.00	\$ 104.339,90	\$ 7.954,90		\$ 112.294,80
6203.31.00.00	\$ 99.241,80	\$ 3.735,30		\$ 102.977,10
6214.30.00.00	\$ 41.319,25	\$ 18.588,10	\$ 5.610,00	\$ 65.517,35
6205.20.00.00	\$ 16.887,00	\$ 21.671,70		\$ 38.558,70
6104.62.00.00	\$ 23.782,25	\$ 12.463,70		\$ 36.245,95
Total	\$ 318.558,40	\$303.585,86	\$2.451.361,81	\$ 3.073.506,07
Total General	\$ 354.310,60	\$414.762,57	\$2.468.319,81	\$ 3.237.392,98
% de Participación	11%	13%	76%	100%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2017

La tabla anterior contiene información en referencia a las principales subpartidas de los capítulos en estudio, para lo que se ha establecido una tabla dinámica, que permita realizar el cruce de variables entre; subpartidas, aduanas de despacho, FOB y países de destino, esta última como filtro, que será presentada más adelante. En este sentido, es prudente denotar que las aduanas por las que se despacharon las exportaciones de las manufacturas textiles en el año

2017 fueron; Guayaquil Marítimo, Quito y Tulcán, habría que decir también, que la participación de estas aduanas es, 11%, 13% y 76% respectivamente.

Con respecto a la afirmación planteada, la aduana de despacho por la que salieron la mayoría de los productos fue el Distrito de Aduana Tulcán, esto en concordancia con los datos de la tabla anterior que sitúa a Colombia como el mayor comprador de estas mercancías, con los filtros establecidos para el año 2017. Ahora bien, la subpartida que mayor monto monetario registra es la 6301.40 que, según el Arancel General, corresponde a “Mantas de fibra sintética”, de manera puntal, la participación de esta subpartida corresponde al 47% del total general.

Dicho lo anterior, se presentará información de los tres destinos principales de las exportaciones para el año 2015, de manera que se pueda ampliar el análisis de los productos más exportados, cuáles fueron las aduanas de despacho y como está la participación de cada uno de ellos.

Tabla 59 Productos textiles manufacturados exportados a Colombia y sus aduanas de despacho en 2017

COLOMBIA			
Subpartidas	QUITO	TULCAN	Total general
6301.40.00.00		\$1.504.990,61	\$1.504.990,61
6115.96.00.00		\$ 762.078,80	\$ 762.078,80
6115.95.00.00		\$ 155.944,40	\$ 155.944,40
6110.30.10.00	\$ 3.018,60	\$ 22.738,00	\$ 25.756,60
6302.32.00.00		\$ 7.440,00	\$ 7.440,00
6302.22.00.00		\$ 6.540,00	\$ 6.540,00
6214.30.00.00		\$ 5.610,00	\$ 5.610,00
6208.22.00.00		\$ 1.368,00	\$ 1.368,00
6102.30.00.00		\$ 1.130,00	\$ 1.130,00

6116.93.00.00		\$ 200,00	\$ 200,00
Total	\$ 3.018,60	\$2.468.039,81	\$2.471.058,41
Total general	\$ 3.018,60	\$2.468.319,81	\$2.471.338,41

Fuente: Base de datos Cobus Group 2017

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Colombia de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6301.40 y 6115.96 correspondientes a mantas de fibra sintética y medias de fibras sintéticas respectivamente, estas mercancías fueron despachadas por las Aduana del Distrito Tulcán, indiscutiblemente esto se da por la ubicación geográfica de la aduna, pues es frontera con el vecino país.

Tabla 60 Productos textiles manufacturados exportados a Chile y sus aduanas de despacho en 2017

CHILE			
Subpartidas	GUAYAQUIL	QUITO	Total general
	MARITIMO		
6202.11.00.00	\$ 104.339,90		\$ 104.339,90
6203.31.00.00	\$ 99.241,80		\$ 99.241,80
6110.30.10.00	\$ 26.446,50	\$ 49.555,00	\$ 76.001,50
6202.13.00.00	\$ 26.582,50		\$ 26.582,50
6104.62.00.00	\$ 23.782,25		\$ 23.782,25
6205.20.00.00	\$ 16.887,00		\$ 16.887,00
6214.30.00.00	\$ 14.769,25		\$ 14.769,25
6301.40.00.00	\$ 5.602,10		\$ 5.602,10
6301.20.10.00	\$ 3.249,90		\$ 3.249,90
6101.20.00.00	\$ 3.176,00		\$ 3.176,00
Total general	\$ 327.760,60	\$ 49.555,00	\$ 377.315,60

Fuente: Base de datos Cobus Group 2017

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Chile de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, que como se presentó anteriormente ocupa el segundo lugar de los principales países de ALADI en adquirir mercancías de este tipo, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6202.11 y 6203.31 correspondientes a abrigos, chaquetas de lana y trajes, conjunto, chaquetas de lana o pelo fino respectivamente, estas mercancías fueron despachadas por las aduanas Guayaquil Marítimo y Quito.

Tabla 61 Productos textiles manufacturados exportados a México y sus aduanas de despacho en 2017

PANAMÁ		
Subpartidas	QUITO	Participación
6306.90.90.00	\$ 170.195,16	54%
6106.10.00.00	\$ 31.978,45	10%
6205.20.00.00	\$ 21.100,70	7%
6203.33.00.00	\$ 16.928,95	5%
6104.42.00.00	\$ 12.966,30	4%
6202.11.00.00	\$ 7.596,90	2%
6202.93.00.00	\$ 7.412,70	2%
6117.90.90.00	\$ 5.317,44	2%
6214.30.00.00	\$ 4.678,10	1%
6301.20.10.00	\$ 4.335,60	1%
Total	\$ 282.510,30	
Total General	\$ 315.925,87	89%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2017

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Panamá de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, que como se presentó anteriormente ocupa el tercer lugar de los principales países de ALADI en adquirir mercancías de este tipo, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6306.90 y 6106.10 correspondientes a hamacas y blusas de algodón, estas mercancías fueron despachadas por la aduana de Quito. Es importante mencionar que la información de la tabla corresponde al 89% del total importado por este país.

3.5.4.4 Análisis año 2018

Para realizar el análisis anual de las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1 del año 2018, se ha utilizado la herramienta del portal estadístico Cobus Group, desde el cual se obtuvo bases de información pertinente para desarrollar datos que permitan responder las preguntas planteadas en la operacionalización de variables de la presente investigación. Conviene subrayar que se abordará temas referentes con las principales empresas exportadoras, cuáles fueron los principales destinos referente a países miembros de ALADI, cuáles fueron los productos más exportados de los capítulos del arancel general en estudio.

Principales empresas exportadoras de productos textiles manufacturados hacia países miembros de ALADI en 2018

Tabla 62 Principales empresas que exportaron productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura en el año 2018 hacia países miembros de ALADI

Top 10 Principales Empresas

Empresas	FOB U\$S
Pozo Ordoñez William Hernán	\$1.531.836,40
Recalde Andrade María Gardenia	\$ 856.765,33
Cabascango Guajan José Rafael	\$ 127.758,20
Goyes Burbano Ana María	\$ 101.164,20
Lema Amaguaña José Franklin	\$ 99.584,65
Arias Ascanta María Estela	\$ 85.266,50
Guajan Males Julio Enrique	\$ 72.009,40
Castañeda Cachiguango Cesar	\$ 51.612,05
Segovia Chiza José Rafael	\$ 48.831,50
Cotacachi Males Luzmila	\$ 46.996,50
Total	\$3.021.824,73
Total general	\$3.524.853,77

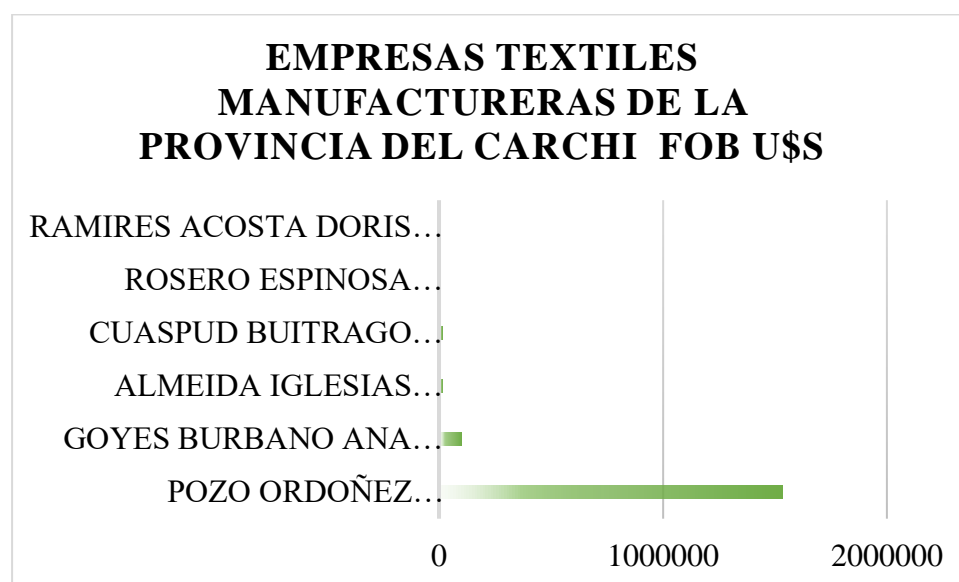
Fuente: Base de datos Cobus Group 2018

Acorde con la información presentada en la tabla anterior, esta ilustra el top ten de las principales empresas que han exportado durante el año 2018 productos de las subpartidas estudiadas. Dentro de los datos que se presentan, el total general corresponde a el valor FOB anual que para este caso fue de \$3.524.853,77 dólares, por tanto, la participación de estas 10 empresas representa gran parte del monto anteriormente mencionado, la empresa Pozo aportó

con el 43% del total general, mientras tanto la empresa Recalde contribuyó con el 24% seguido por la empresa Cabascango la cual facturó el 4%.

Dicho lo anterior, se examinará brevemente las provincias a las que pertenecen las empresas que se manifestaron en el apartado preliminar.

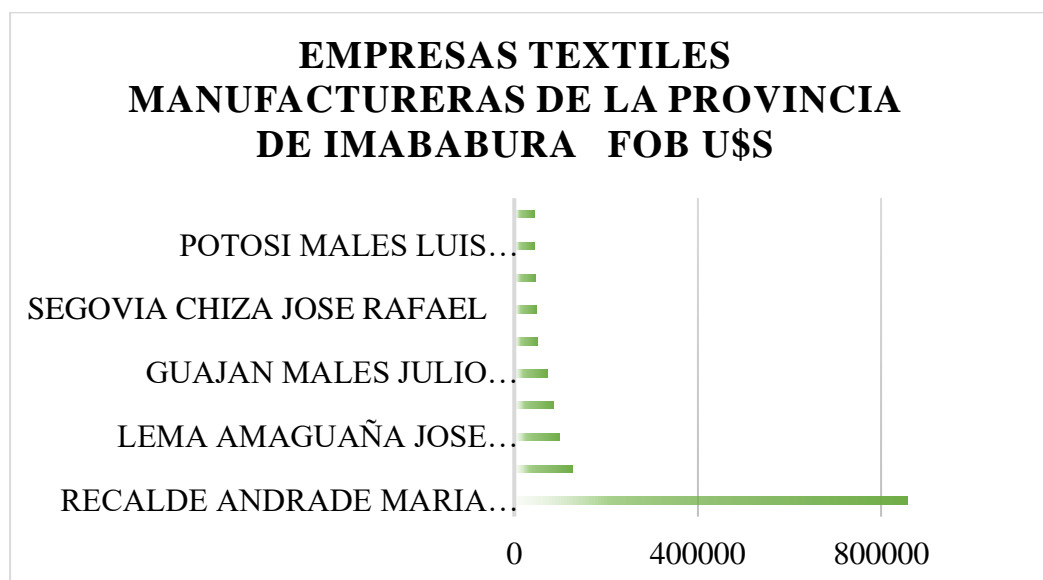
Gráfico 7 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia del Carchi en 2018



Fuente: Base de datos Cobus Group 2018

Como se observa en el gráfico, las empresas de la provincial del Carchi que registraron exportaciones de productos textiles manufacturados de los capítulos 61, 62 y 63 del arancel general fueron únicamente seis, Pozo, Goyes, Almeida, Cuaspud, Rosero, Ramírez en concreto estas representan el 48% de los \$3.524.853,77 dólares del total general aportando en si con 1.675.376,2dólares.

Gráfico 8 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia de Imbabura en 2018



Fuente: Base de datos Cobus Group 2018

Como se observa en el gráfico, las empresas de la provincial de Imbabura que registraron exportaciones de productos textiles manufacturados de los capítulos 61, 62 y 63 del arancel general fueron 48, número considerable teniendo en cuenta que esta provincia destaca en la industria, es necesario precisar que dentro de las principales empresas por los montos facturados fueron; Recalde, Lema, Guajan, Segovia y Potosí, cuyos aportes fueron del 4%, 7%, 5%, 5%,4% respectivamente hablando del total exportado en la provincia de Imbabura, en concreto estas representan el 52% de los \$3.524.853,77 dólares del total general aportando en si con 1.849.477,57dólares.

Principales productos textiles manufacturados exportados a países miembros de ALADI en 2018

Tabla 63 Principales destinos para las exportaciones de productos textiles manufacturados en 2018

Países	FOB U\$S	Partición
Colombia	\$2.533.275,53	72%
Chile	\$ 524.224,75	15%
Panamá	\$ 403.298,75	11%
México	\$ 40.126,00	1%
Uruguay	\$ 16.941,00	1%
Bolivia	\$ 3.352,14	
Argentina	\$ 1.687,10	
Perú	\$ 1.165,90	
Paraguay	\$ 782,60	
Total general	\$3.524.853,77	100%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2018

En el año 2018, como se observa en la en la tabla anterior los destinos con mayor afluencia para los productos textiles manufacturados de la Zona 1, aclarando que la base de datos ha sido filtrada por destinos que sean países miembro de ALADI, con este antecedente se precisa que el el país con mayor participación es este año, es el vecino país de Colombia con un 72% del total general, seguido por Chile, Panamá y México, con porcentajes de participación de; 15%, 11%, 1% respectivamente.

Tabla 64 Principales productos textiles manufacturados exportados en 2018 y la aduana de salida

Top 10 principales subpartidas del capítulo 61,62 y 63 del Arancel General exportadas en 2018				
Subpartidas	GUAYAQUIL	QUITO	TULCAN	Total general
	MARITIMO			
6301.40.00.00	\$ 8.610,30	\$ 3.995,30	\$1.531.836,40	\$1.544.442,00
6115.96.00.00			\$ 711.440,73	\$ 711.440,73
6306.90.90.00	\$ 307,50	\$ 221.253,85		\$ 221.561,35
6115.95.00.00			\$ 207.478,80	\$ 207.478,80
6202.11.00.00	\$159.167,50	\$ 3.612,35		\$ 162.779,85
6110.30.10.00	\$ 45.655,00	\$ 56.274,00	\$ 35.816,00	\$ 137.745,00
6203.31.00.00	\$119.821,15	\$ 708,80		\$ 120.529,95
6202.13.00.00	\$ 67.383,50	\$ 934,00		\$ 68.317,50
6214.30.00.00	\$ 49.415,20	\$ 6.061,50	\$ 7.215,00	\$ 62.691,70
6205.20.00.00	\$ 12.948,00	\$ 30.759,70	\$ 885,60	\$ 44.593,30
Total	\$463.308,15	\$ 323.599,50	\$2.494.672,53	\$3.281.580,18
Total general	\$506.997,75	\$ 483.914,59	\$2.532.141,53	\$3.524.853,77
% de	13%	9%	71%	93%
Participación				

Fuente: Base de datos Cobus Group 2018

La tabla anterior contiene información en referencia a las principales subpartidas de los capítulos en estudio, para lo que se ha establecido una tabla dinámica, que permita realizar el cruce de variables entre; subpartidas, aduanas de despacho, FOB y países de destino, esta última como filtro, que será presentada más adelante. En este sentido, es prudente denotar que las aduanas por las que se despacharon las exportaciones de las manufacturas textiles en el año 2018 fueron; Guayaquil Marítimo, Quito y Tulcán, habría que decir también, que la

participación de estas aduanas es, 13, 9% y 71% % respectivamente. Sin embargo, es prudente aclarar que en este año también se registran despachos por las aduanas de Guayaquil Aéreo y Huaquillas.

Con respecto a la afirmación planteada, la aduana de despacho por la que salieron la mayoría de los productos fue el Distrito de Aduana Tulcán, esto en concordancia con los datos de la tabla que sitúa a Colombia como el mayor comprador de estas mercancías, con los filtros establecidos para el año 2018. Ahora bien, la subpartida que mayor monto monetario registra es la 6301.40 que, según el Arancel General, corresponde a “Mantas de fibra sintética”, de manera puntal, la participación de esta subpartida corresponde al 44% del total general.

Dicho lo anterior, se presentará información de los tres destinos principales de las exportaciones para el año 2018, de manera que se pueda ampliar el análisis de los productos más exportados, cuáles fueron las aduanas de despacho y como está la participación de cada uno de ellos.

Tabla 65 Productos textiles manufacturados exportados a Colombia y sus aduanas de despacho en 2018

COLOMBIA		
Subpartidas	TULCAN	Participación
6301.40.00.00	\$ 1.531.836,40	60%
6115.96.00.00	\$ 711.440,73	28%
6115.95.00.00	\$ 207.478,80	8%
6110.30.10.00	\$ 35.816,00	1%
6302.22.00.00	\$ 11.004,00	2%
6302.32.00.00	\$ 9.360,00	
6214.30.00.00	\$ 7.215,00	
6206.90.00.00	\$ 3.918,20	
6102.30.00.00	\$ 3.847,00	
6115.30.10.00	\$ 2.400,00	
Total	\$ 2.524.316,13	
Total general	\$ 2.532.141,53	100%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2018

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Colombia de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6301.40 y 6115.96 correspondientes a mantas de fibra sintética y medias respectivamente, estas mercancías fueron despachadas por las Aduana del Distrito Tulcán, indiscutiblemente esto se da por la ubicación geográfica de la aduna, pues es frontera con el vecino país.

Tabla 66 Productos textiles manufacturados exportados a Chile y sus aduanas de despacho en 2018

CHILE			
Subpartidas	GUAYAQUIL	QUITO	Total general
MARITIMO			
6202.11.00.00	\$ 159.167,50		\$ 159.167,50
6203.31.00.00	\$ 119.821,15		\$ 119.821,15
6110.30.10.00	\$ 45.655,00	\$ 43.458,00	\$ 89.113,00
6202.13.00.00	\$ 67.383,50	\$ 534,00	\$ 67.917,50
6214.30.00.00	\$ 22.505,20	\$ 250,00	\$ 22.755,20
6104.62.00.00	\$ 16.322,10		\$ 16.322,10
6205.20.00.00	\$ 12.948,00		\$ 12.948,00
6203.33.00.00	\$ 9.315,40		\$ 9.315,40
6301.40.00.00	\$ 8.610,30	\$ 45,00	\$ 8.655,30
6204.62.00.00	\$ 4.330,00		\$ 4.330,00
Total	\$ 466.058,15	\$ 44.287,00	\$ 510.345,15
Total general	\$ 479.587,75	\$ 44.637,00	\$ 524.224,75

Fuente: Base de datos Cobus Group 2018

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Chile de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, que como se presentó anteriormente ocupa el segundo lugar de los principales países de ALADI en adquirir mercancías de este tipo, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6202.11 y 6203.31 correspondientes a abrigos, chaquetas de lana y trajes, conjunto, chaquetas de lana o pelo fino respectivamente, estas mercancías fueron despachadas por las aduanas Guayaquil Marítimo y Quito.

Tabla 67 Productos textiles manufacturados exportados a México y sus aduanas de despacho en 2018

PANAMÁ		
Subpartidas	QUITO	Participación
6306.90.90.00	\$ 220.574,95	55%
6106.10.00.00	\$ 30.551,90	8%
6205.20.00.00	\$ 30.035,90	7%
6203.33.00.00	\$ 26.629,00	7%
6202.93.00.00	\$ 15.657,40	4%
6104.42.00.00	\$ 14.233,60	4%
6106.90.00.00	\$ 5.789,00	1%
6214.30.00.00	\$ 5.786,50	1%
6117.90.90.00	\$ 4.595,60	1%
6301.20.10.00	\$ 4.214,70	1%
Total	\$ 358.068,55	89%
Total general	\$ 403.298,75	100%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2018

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Panamá de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, que como se presentó anteriormente ocupa el tercer lugar de los principales países de ALADI en adquirir mercancías de este tipo, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6306.90 y 6106.10 correspondientes a hamacas y blusas de algodón respectivamente, estas mercancías fueron despachadas por las aduanas Quito.

3.5.4.5 Análisis año 2019

Para realizar el análisis anual de las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1 del año 2019, se ha utilizado la herramienta del portal estadístico Cobus Group, desde el cual se obtuvo bases de información pertinente para desarrollar datos que permitan responder las preguntas planteadas en la operacionalización de variables de la presente investigación. Conviene subrayar que se abordará temas referentes con las principales empresas exportadoras, cuáles fueron los principales destinos referente a países miembros de ALADI, cuáles fueron los productos más exportados de los capítulos del arancel general en estudio.

Principales empresas exportadoras de productos textiles manufacturados hacia países miembros de ALADI en 2019

Tabla 68 Principales empresas que exportaron productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura en el año 2019 hacia países miembros de ALADI

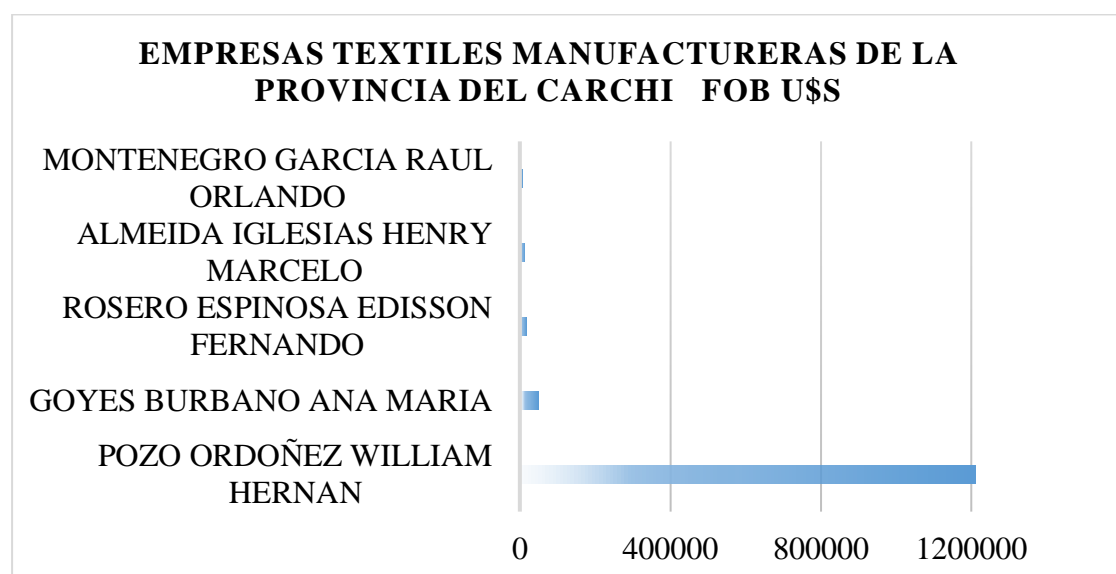
Empresas	FOB U\$S
Pozo Ordoñez William Hernán	\$1.212.095,40
Recalde Andrade María Gardenia	\$ 811.319,49
Cabascango Guajan José Rafael	\$ 194.907,60
Lema Amaguaña José Franklin	\$ 117.075,70
Potosí Males Luis Tarquino	\$ 58.658,50
Arias Ascanta María Estela	\$ 51.450,00
Goyes Burbano Ana María	\$ 48.791,50
Guajan Males Julio Enrique	\$ 44.217,80
Castañeda Cachiguango Cesar	\$ 39.626,00
Santellan Morales Luis Roberto	\$ 36.486,50
Total	\$2.614.628,49
Total general	\$3.076.261,51

Fuente: Base de datos Cobus Group 2019

Acorde con la información presentada en la tabla anterior, esta ilustra el top ten de las principales empresas que han exportado durante el año 2019 productos de las subpartidas estudiadas. Dentro de los datos que se presentan, el total general corresponde a el valor FOB anual que para este caso fue de \$3.076.261,51 dólares, por tanto, la participación de estas 10 empresas representa gran parte del monto anteriormente mencionado, la empresa Pozo aportó con el 39% del total general, mientras tanto la empresa Recalde contribuyó con el 26% seguido por la empresa Cabascango la cual facturó el 6%.

Dicho lo anterior, se examinará brevemente las provincias a las que pertenecen las empresas que se manifestaron en el apartado preliminar.

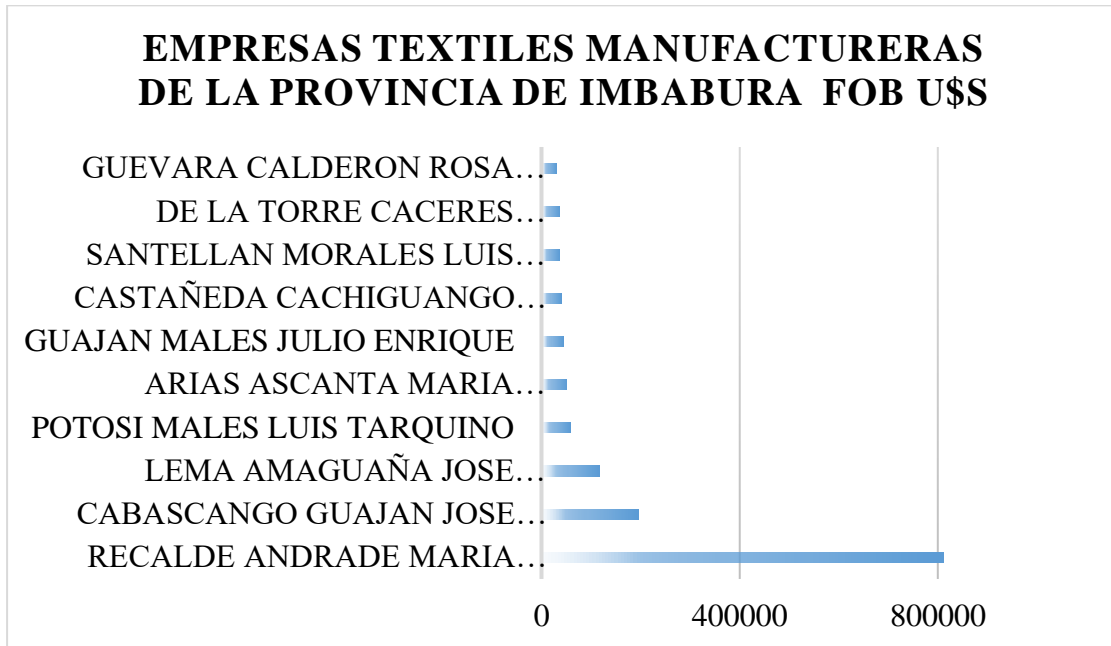
Gráfico 9 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia del Carchi en 2019



Fuente: Base de datos Cobus Group 2019

Como se observa en el gráfico, las empresas de la provincial del Carchi que registraron exportaciones de productos textiles manufacturados de los capítulos 61, 62 y 63 del arancel general fueron únicamente cinco, Pozo, Goyes, Rosero, Almeida y Montenegro en concreto estas representan el 48% de los \$3.076.261,51 dólares del total general aportando en si con 1.297.653,9 dólares.

Gráfico 10 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia de Imbabura en 2019



Fuente: Base de datos Cobus Group 2019

Como se observa en el gráfico, las empresas de la provincial de Imbabura que registraron exportaciones de productos textiles manufacturados de los capítulos 61, 62 y 63 del arancel general fueron 48, número considerable teniendo en cuenta que esta provincia destaca en la industria, es necesario precisar que dentro de las principales empresas por los montos facturados fueron; Recalde, Lema, Guajan, Segovia y Potosí, cuyos aportes fueron del 46%, 11%, 7%, 3%, 3% respectivamente hablando del total exportado en la provincia de Imbabura, en concreto estas representan el 58% de los \$3.076.261,51 dólares del total general aportando en si con 1.778.607,61 dólares.

Principales productos textiles manufacturados exportados a países miembros de ALADI en 2019

Tabla 69 Principales destinos para las exportaciones de productos textiles manufacturados en 2019

Países	FOB U\$S	Participación
Colombia	\$2.115.273,39	69%
Chile	\$ 450.905,60	15%
Panamá	\$ 398.221,40	13%
México	\$ 44.669,62	1%
Uruguay	\$ 24.660,00	1%
Perú	\$ 20.995,50	1%
Bolivia	\$ 16.164,00	
Brasil	\$ 4.800,00	
Argentina	\$ 572,00	
Total general	\$3.076.261,51	100%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2019

En el año 2019, como se observa en la en la tabla anterior los destinos con mayor afluencia para los productos textiles manufacturados de la Zona 1, aclarando que la base de datos ha sido filtrada por destinos que sean países miembro de ALADI, con este antecedente se precisa que el el país con mayor participación es este año, es el vecino país de Colombia con un 69% del total general, seguido por Chile, Panamá y México, con porcentajes de participación de; 15%, 13%, 1% respectivamente.

Tabla 70 Principales productos textiles manufacturados exportados en 2018 y la aduana de salida

Top 10 principales subpartidas del capítulo 61,62 y 63 del Arancel General exportadas en 2019					
Subpartidas	GUAYAQUIL	HUAQUILLAS	QUITO	TULCAN	Total general
MARITIMO					
6301.40.00.00	\$ 6.861,30		\$ 4.666,75	\$1.212.095,40	\$ 1.223.623,45
6115.96.00.00				\$ 646.530,24	\$ 646.530,24
6306.90.90.00	\$ 242,00		\$227.313,15		\$ 227.555,15
6115.95.00.00	\$ 704,00			\$ 190.784,25	\$ 191.488,25
6202.11.00.00	\$ 159.741,30		\$ 3.629,50		\$ 163.370,80
6110.30.10.00	\$ 50.074,00	\$ 13.808,00	\$ 17.797,50	\$ 17.587,00	\$ 99.266,50
6104.62.00.00	\$ 49.510,00		\$ 24.411,50		\$ 73.921,50
6203.31.00.00	\$ 72.234,00		\$ 107,10		\$ 72.341,10
6214.30.00.00	\$ 44.529,80		\$ 5.565,90	\$ 1.600,00	\$ 51.695,70
6202.13.00.00	\$ 39.166,50		\$ 2.700,00	\$ 3.516,00	\$ 45.382,50
Total general	\$ 423.062,90	\$ 13.808,00	\$286.191,40	\$2.072.112,89	\$ 2.795.175,19
Total general	\$ 493.056,60	\$ 13.808,00	\$454.103,52	\$2.115.273,39	\$ 3.076.261,51

Fuente: Base de datos Cobus Group 2019

La tabla anterior contiene información en referencia a las principales subpartidas de los capítulos en estudio, para lo que se ha establecido una tabla dinámica, que permita realizar el cruce de variables entre; subpartidas, aduanas de despacho, FOB y países de destino, esta última como filtro, que será presentada más adelante. En este sentido, es prudente denotar que las aduanas por las que se despacharon las exportaciones de las manufacturas textiles en el año 2019 fueron; Guayaquil Marítimo, Huaquillas, Quito y Tulcán, habría que decir también, que la participación de estas aduanas es del, 16, 0.004%, 15% y 69% respectivamente. Sin embargo,

es prudente aclarar que en este año también se registran despachos por la aduana de Guayaquil Aéreo.

Con respecto a la afirmación planteada, la aduana de despacho por la que salieron la mayoría de los productos fue el Distrito de Aduana Tulcán, esto en concordancia con los datos de la tabla que sitúa a Colombia como el mayor comprador de estas mercancías, con los filtros establecidos para el año 2019. Ahora bien, la subpartida que mayor monto monetario registra es la 6301.40 que, según el Arancel General, corresponde a “Mantas de fibra sintética”, de manera puntal, la participación de esta subpartida corresponde al 40% del total general.

Dicho lo anterior, se presentará información de los tres destinos principales de las exportaciones para el año 2019, de manera que se pueda ampliar el análisis de los productos más exportados, cuáles fueron las aduanas de despacho y como está la participación de cada uno de ellos.

Tabla 71 Productos textiles manufacturados exportados a Colombia y sus aduanas de despacho en 2019

COLOMBIA		
Subpartidas	TULCAN	Participación
6301.40.00.00	\$ 1.212.095,40	57%
6115.96.00.00	\$ 646.530,24	31%
6115.95.00.00	\$ 190.784,25	9%
6302.22.00.00	\$ 18.630,00	1%
6110.30.10.00	\$ 17.587,00	1%
6302.32.00.00	\$ 7.200,00	
6204.62.00.00	\$ 4.790,00	
6115.30.10.00	\$ 4.200,00	
6202.13.00.00	\$ 3.516,00	
6102.30.00.00	\$ 2.250,00	
Total	\$ 2.107.582,89	
Total general	\$ 2.115.273,39	99%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2019

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Colombia de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6301.40 y 6115.96 correspondientes a mantas de fibra sintética y medias respectivamente, estas mercancías fueron despachadas por las Aduana del Distrito Tulcán, indiscutiblemente esto se da por la ubicación geográfica de la aduna, pues es frontera con el vecino país.

Tabla 72 Productos textiles manufacturados exportados a Chile y sus aduanas de despacho en 2019

CHILE			
Subpartidas	GUAYAQUIL	QUITO	Total general
MARITIMO			
6202.11.00.00	\$ 159.741,30		\$159.741,30
6203.31.00.00	\$ 72.234,00		\$ 72.234,00
6110.30.10.00	\$ 49.174,00	\$ 936,00	\$ 50.110,00
6104.62.00.00	\$ 49.510,00		\$ 49.510,00
6202.93.00.00	\$ 25.592,20		\$ 25.592,20
6203.33.00.00	\$ 24.116,40		\$ 24.116,40
6214.30.00.00	\$ 22.446,30		\$ 22.446,30
6202.13.00.00	\$ 22.100,00		\$ 22.100,00
6205.20.00.00	\$ 7.582,00		\$ 7.582,00
6301.40.00.00	\$ 6.521,30		\$ 6.521,30
Total	\$ 439.017,50	\$ 936,00	\$439.953,50
Total general	\$ 449.382,60	\$ 1.523,00	\$450.905,60

Fuente: Base de datos Cobus Group 2019

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Chile de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, que como se presentó anteriormente ocupa el segundo lugar de los principales países de ALADI en adquirir mercancías de este tipo, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6202.11 y 6203.31 correspondientes a abrigos, chaquetas de lana y trajes, conjunto, chaquetas

de lana o pelo fino respectivamente, estas mercancías fueron despachadas por las aduanas Guayaquil Marítimo y Quito.

Tabla 73 Productos textiles manufacturados exportados a México y sus aduanas de despacho en 2019

PANAMÁ		
Subpartidas	QUITO	Participación
6306.90.90.00	\$ 227.313,15	57%
6205.20.00.00	\$ 34.614,20	9%
6203.33.00.00	\$ 20.977,20	5%
6202.93.00.00	\$ 17.988,35	5%
6106.10.00.00	\$ 15.053,00	4%
6104.42.00.00	\$ 13.116,12	3%
6306.12.00.00	\$ 5.610,00	1%
6116.99.00.00	\$ 5.063,75	1%
6214.30.00.00	\$ 4.834,40	1%
6301.40.00.00	\$ 4.666,75	1%
Total	\$ 349.236,92	88%
Total general	\$ 398.221,40	100%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2019

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Panamá de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, que como se presentó anteriormente ocupa el tercer lugar de los principales países de ALADI en adquirir mercancías de este tipo, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas

6306.90 y 6205.20 correspondientes a hamacas y camisas de niño de algodón respectivamente, estas mercancías fueron despachadas por las aduanas Quito.

3.5.5.6 Análisis año 2020

Para realizar el análisis anual de las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1 del año 2020, se ha utilizado la herramienta del portal estadístico Cobus Group, desde el cual se obtuvo bases de información pertinente para desarrollar datos que permitan responder las preguntas planteadas en la operacionalización de variables de la presente investigación. Conviene subrayar que se abordará temas referentes con las principales empresas exportadoras, cuáles fueron los principales destinos referente a países miembros de ALADI, cuáles fueron los productos más exportados de los capítulos del arancel general en estudio.

Principales empresas exportadoras de productos textiles manufacturados hacia países miembros de ALADI en 2020

Tabla 74 Principales empresas que exportaron productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura en el año 2020 hacia países miembros de ALADI

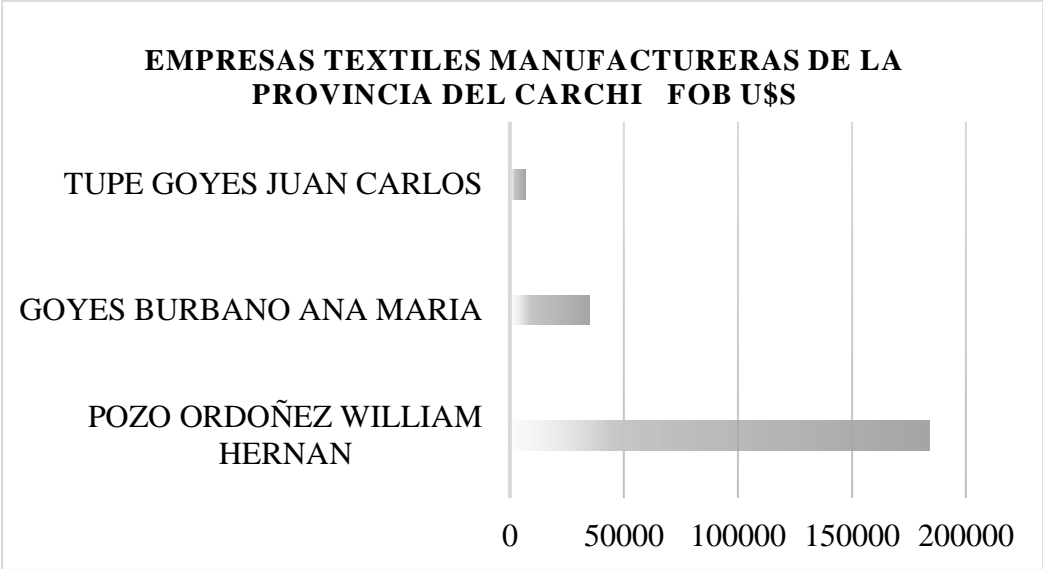
Empresas	FOB U\$\$
Recalde Andrade María Gardenia	\$ 358.049,25
Pozo Ordoñez William Hernán	\$ 184.200,00
Lema Amaguaña José Franklin	\$ 130.355,55
Potosí Males Luis Tarquino	\$ 98.822,50
Cabascango Guajan José Rafael	\$ 81.097,20
Yamberla De La Torre Miryan Rocio	\$ 46.230,20
Guajan Males Julio Enrique	\$ 45.171,35
Castañeda Cachiguango Cesar	\$ 40.275,05
Conejo Arias Luis Alfonso	\$ 39.381,00
Arias Ascanta María Estela	\$ 38.785,00
Total	\$1.062.367,10
Total general	\$1.417.328,81

Fuente: Base de datos Cobus Group 2020

Acorde con la información presentada en la tabla anterior, esta ilustra el top ten de las principales empresas que han exportado durante el año 2020 productos de las subpartidas estudiadas. Dentro de los datos que se presentan, el total general corresponde a el valor FOB anual que para este caso fue de \$1.417.328,81 dólares, por tanto, la participación de estas 10 empresas representa gran parte del monto anteriormente mencionado, la empresa Recalde aportó con el 25% del total general, mientras tanto la empresa Pozo contribuyó con el 13% seguido por la empresa Lema la cual facturó el 9%.

Dicho lo anterior, se examinará brevemente las provincias a las que pertenecen las empresas que se manifestaron en el apartado preliminar.

Gráfico 11 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia del Carchi en 2020



Fuente: Base de datos Cobus Group 2020

Como se observa en el gráfico, las empresas de la provincial del Carchi que registraron exportaciones de productos textiles manufacturados de los capítulos 61, 62 y 63 del arancel general fueron únicamente tres, Pozo, Goyes y Tupe en concreto estas representan el 16% de los \$1.417.328,81 dólares del total general aportando en si con 225.970 dólares.

Gráfico 12 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia de Imbabura en 2020



Fuente: Base de datos Cobus Group 2020

Como se observa en el gráfico, las empresas de la provincial de Imbabura que registraron exportaciones de productos textiles manufacturados de los capítulos 61, 62 y 63 del arancel general fueron 40, número considerable teniendo en cuenta que esta provincia destaca en la industria, es necesario precisar que dentro de las principales empresas por los montos facturados fueron; Recalde, Lema, Potosí, Cabascango y Yamberla cuyos aportes fueron del 30%, 11%, 8%, 7% y 4% respectivamente hablando del total exportado en la provincia de Imbabura, en concreto estas representan el 84% de los \$1.417.328,81 dólares del total general aportando en si con 1.191.358,81 dólares.

Principales productos textiles manufacturados exportados a países miembros de ALADI en 2020

Tabla 75 Principales destinos para las exportaciones de productos textiles manufacturados en 2020

Países	FOB U\$S	Participación
COLOMBIA	584019,25	41%
PANAMA	405925,66	29%
CHILE	381949,3	27%
MEXICO	15079	1%
URUGUAY	13083,6	1%
BOLIVIA	9872	1%
BRAZIL	7400	1%
Total general	1417328,81	100%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2020

En el año 2020, como se observa en la en la tabla anterior los destinos con mayor afluencia para los productos textiles manufacturados de la Zona 1, aclarando que la base de datos ha sido filtrada por destinos que sean países miembro de ALADI, con este antecedente se precisa que el el país con mayor participación es este año, es el vecino país de Colombia con un 41% del total general, seguido por Panamá, Chile y México, con porcentajes de participación de; 29%, 27%, 1% respectivamente.

Tabla 76 Principales productos textiles manufacturados exportados en 2020 y la aduana de salida

Top 10 principales subpartidas del capítulo 61,62 y 63 del Arancel General exportadas en 2018				
Subpartidas	GUAYAQUIL	QUITO	TULCAN	Total general
	MARITIMO			
6306.90.90.00		\$316.190,06		\$ 316.190,06
6301.40.00.00	\$ 6.510,40	\$ 8.165,15	\$184.200,00	\$ 198.875,55
6115.96.00.00			\$192.794,75	\$ 192.794,75
6202.11.00.00	\$186.120,40	\$ 3.101,25		\$ 189.221,65
6115.95.00.00			\$172.754,50	\$ 172.754,50
6110.30.10.00	\$ 16.896,20	\$ 16.282,00	\$ 25.950,00	\$ 59.128,20
6202.13.00.00	\$ 40.030,00	\$ 6.581,00		\$ 46.611,00
6104.62.00.00	\$ 35.370,40	\$ 10.000,00		\$ 45.370,40
6202.93.00.00	\$ 29.696,30	\$ 6.621,55		\$ 36.317,85
6203.31.00.00	\$ 28.026,00			\$ 28.026,00
Total	\$342.649,70	\$366.941,01	\$575.699,25	\$ 1.285.289,96
Total general	\$381.949,30	\$451.360,26	\$584.019,25	\$ 1.417.328,81
% de Participación	27%	32%	41%	100%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2020

La tabla anterior contiene información en referencia a las principales subpartidas de los capítulos en estudio, para lo que se ha establecido una tabla dinámica, que permita realizar el cruce de variables entre; subpartidas, aduanas de despacho, FOB y países de destino, esta última como filtro, que será presentada más adelante. En este sentido, es prudente denotar que las aduanas por las que se despacharon las exportaciones de las manufacturas textiles en el año

2020 fueron; Guayaquil Marítimo, Quito y Tulcán, habría que decir también, que la participación de estas aduanas es del, 27%, 32% y 41% respectivamente.

Con respecto a la afirmación planteada, la aduana de despacho por la que salieron la mayoría de los productos fue el Distrito de Aduana Tulcán, esto en concordancia con los datos de la tabla que sitúa a Colombia como el mayor comprador de estas mercancías, con los filtros establecidos para el año 2020. Ahora bien, la subpartida que mayor monto monetario registra es la 6306.90 que según la descripción en base de datos corresponde a Hamacas, de manera puntal, la participación de esta subpartida corresponde al 22% del total general.

Dicho lo anterior, se presentará información de los tres destinos principales de las exportaciones para el año 2020, de manera que se pueda ampliar el análisis de los productos más exportados, cuáles fueron las aduanas de despacho y como está la participación de cada uno de ellos.

Tabla 77 Productos textiles manufacturados exportados a Colombia y sus aduanas de despacho en 2020

COLOMBIA		
Subpartidas	TULCAN	Participación
6115.96.00.00	\$192.794,75	33%
6301.40.00.00	\$184.200,00	32%
6115.95.00.00	\$172.754,50	30%
6110.30.10.00	\$ 25.950,00	4%
6302.22.00.00	\$ 6.720,00	1%
6214.30.00.00	\$ 1.600,00	0%
Total general	\$584.019,25	100%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2020

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Colombia de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6115.96 y 6301.40 correspondientes a medias y mantas de fibra sintética respectivamente, estas mercancías fueron despachadas por las Aduana del Distrito Tulcán, indiscutiblemente esto se da por la ubicación geográfica de la aduna, pues es frontera con el vecino país.

Tabla 78 Productos textiles manufacturados exportados a Panamá y sus aduanas de despacho en 2020

PANAMÁ		
Subpartidas	QUITO	Participación
6306.90.90.00	\$316.190,06	78%
6203.33.00.00	\$ 16.945,55	4%
6106.10.00.00	\$ 10.613,50	3%
6205.20.00.00	\$ 8.840,00	2%
6301.40.00.00	\$ 7.265,15	2%
6306.12.00.00	\$ 6.660,00	2%
6202.93.00.00	\$ 6.141,55	2%
6104.42.00.00	\$ 4.595,00	1%
6302.53.00.00	\$ 3.640,00	1%
6202.11.00.00	\$ 3.101,25	1%
Total	\$383.992,06	95%
Total general	\$405.925,66	100%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2020

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Panamá de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, que como se presentó anteriormente ocupa el segundo lugar de los principales países de ALADI en adquirir mercancías de este tipo, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6306.90 y 6203.33 correspondientes a hamacas y sacos acrílicos de fibras sintéticas, estas mercancías fueron despachadas por la aduana de Quito.

Tabla 79 Productos textiles manufacturados exportados a Chile y sus aduanas de despacho en 2020

CHILE		
Subpartidas	GUAYAQUIL	Participación
MARITIMO		
6202.11.00.00	\$186.120,40	49%
6202.13.00.00	\$ 40.030,00	10%
6104.62.00.00	\$ 35.370,40	9%
6202.93.00.00	\$ 29.696,30	8%
6203.31.00.00	\$ 28.026,00	7%
6110.30.10.00	\$ 16.896,20	4%
6214.30.00.00	\$ 11.878,40	3%
6206.30.00.00	\$ 11.400,00	3%
6301.40.00.00	\$ 6.510,40	2%
6214.90.00.00	\$ 5.738,70	2%
Total	\$371.666,80	97%
Total general	\$381.949,30	100%

Fuente: Base de datos Cobus Group 2020

Con respecto a la información presentada en la tabla anteriormente expuesta, se puede detallar que corresponde a las importaciones que realizó Chile de productos textiles manufacturados de las provincias de Carchi e Imbabura, que como se presentó anteriormente ocupa el tercer lugar de los principales países de ALADI en adquirir mercancías de este tipo, en este orden de ideas, la tabla muestra que los productos más adquiridos por este país son de las subpartidas 6202.11 y 6202.13 correspondientes a ponchos de lana y ponchos pequeños respectivamente, estas mercancías fueron despachadas por la aduana de Guayaquil Marítimo.

3.5.5 Correlación de Nomenclatura de las subpartidas textiles manufacturadas más exportadas entre los años 2015-2020

Dentro de la presente investigación es importante, considerar algunos aspectos que pueden ocasionar problemas legales a la hora de efectuar procesos de Comercio Exterior, uno de ellos hace referencia a la correlación entre nomenclaturas, puesto que como es de conocimiento general cada producto que desea ser vendido o comprado en mercados internacionales tiene asignado una codificación a la cual la Organización Mundial de Aduanas, denominó partidas arancelarias mediante el Sistema Armonizado, esto a fin de facilitar el intercambio comercial y disminuir las barreras de idioma.

A demás de lo anteriormente expuesto, se debe considerar la importancia de que los empresarios del sector textil tengan presente esto, pues al hablar de normas de origen y pretender que las mercancías acrediten preferencias arancelarias se debe solicitar los certificados de origen con la nomenclatura acorde al destino de estas y así evitar caer en un error por desconocimiento que supondrá un incremento en los gastos de exportación proyectados.

De manera que, al tratar el tema investigado, es pertinente realizar la correlación entre la Nomenclatura de la Asociación Latinoamericana de Integración basada en el Sistema Armonizado de designación y Codificación de mercancías, la cual por sus siglas se denomina NALADISA Y la Nomenclatura Común NANDINA. Dicho lo anterior, es necesario aclarar

que para este análisis se tomaran en cuenta las subpartidas del top 10 presentado anteriormente por cada año, considerando los productos más exportadas en el periodo 2015-2020 hacia destinos de los países miembros de ALADI.

Tabla 80 Subpartidas más exportadas de 2015-2020 y su correlación entre nomenclatura NANDINA y NALADISA

Correlación Nomenclaturas			
NANDINA		NALADISA 2017	
Subpartidas	Descripción	Subpartidas	Descripción
6102.30.00	De fibras sintéticas o artificiales	6102.30.00	De fibras sintéticas o artificiales
6104.62.00	De algodón	6104.62.00	De algodón
6110.30.10	De fibras acrílicas o modacrílicas	6110.30.00	De fibras sintéticas o artificiales
6110.30.90	Las demás	6110.30.00	De fibras sintéticas o artificiales
6115.95.00	De algodón	6115.95.00	De algodón
6115.96.00	De fibras sintéticas	6115.96.00	De fibras sintéticas
6202.11.00	De lana o pelo fino	6202.11.00	De lana o pelo fino
6202.13.00	De fibras sintéticas o artificiales	6202.13.00	De fibras sintéticas o artificiales
6202.93.00	De fibras sintéticas o artificiales	6202.93.00	De fibras sintéticas o artificiales
6203.31.00	De lana o pelo fino	6203.31.00	De lana o pelo fino
6205.20.00	De algodón	6205.20.00	De algodón
6214.30.00	De fibras sintéticas	6214.30.00	De fibras sintéticas
6301.40.00	Mantas de fibras sintéticas	6301.40.00	Mantas de fibras sintéticas
6306.90.90	Las demás materias textiles	6306.90.90	Las demás materias textiles

Fuente: ALADI, Sistema de información de Comercio Exterior.

En efecto, según la información presentada en la tabla anterior, se observa que dentro de las subpartidas arancelarias más exportadas en el periodo de análisis seleccionado y después de realizar la correlación de nomenclatura, el cambio en este sentido es del 14,29% en relación

con las catorce subpartidas propuestas, sin embargo es pertinente resaltar la importancia de realizar este procedimiento previo a la solicitud de un certificado de origen, si bien es cierto, el cambio porcentual para los datos seleccionados fue mínimo, esto no asegura que no haya cambios entre nomenclaturas, por tanto es necesario que los empresarios y sus asesores en los procesos de exportación tengan estos detalles claros.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

4.1.1 Resultados de base de datos Cobus en el período 2015-2020

Tabla 81 Comparación de exportaciones de manufacturas textiles de Carchi e Imbabura en el periodo 2015-2020

Exportaciones de Productos Textiles de Carchi e Imbabura y su Participación			
	Cifras		
Año	Total FOB	Top 10	Part. Anual
Año 2015	\$4.161.782,88	79,25%	23%
	Cifras		
Año 2016	\$ 2.326.933,23	82%	13%
	Cifras		
Año 2017	\$3.237.392,98	89%	18%
	Cifras		
Año 2018	\$ 3.524.853,77	86%	20%
	Cifras		
Año 2019	\$ 3.076.261,51	85%	17%
	Cifras		
Año 2020	\$1.417.328,81	75%	8%
TOTAL GENERAL	\$ 17.744.553,18	83%	100%

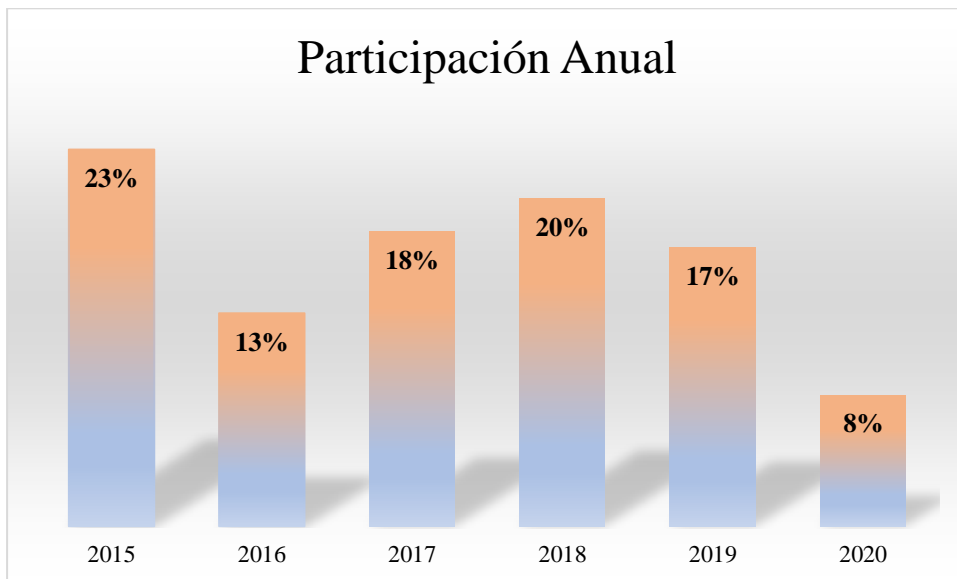
Fuente: Base de Datos Cobus Group 2015-2020

El siguiente punto a tratar, va directamente relacionado con los datos que se aprecian en la tabla presentada anteriormente, misma que está compuesta por la exportación de productos textiles manufacturados de las provincias Carchi e Imbabura pertenecientes a la Zona de Planificación 1- Norte, participación del top 10 de las principales empresas que llevaron productos de los capítulos 61,62 y 63 del Arancel General a mercados de ALADI y finalmente una comparación entre la participación anual registrada con respecto al total general facturado por las características antes mencionadas, a fin de analizar como estuvieron estos movimientos en el periodo de 2015 a 2020.

Como se afirmó arriba, se analizarán los montos exportados referente a manufacturas textiles, sin embargo, en este punto es importante resaltar que la Zona 1, según la Agenda Zonal de 2019, tiene un modelo económico basado en la producción agrícola y pecuaria para las provincias de Carchi e Imbabura, actividades portuarias para Esmeraldas y actividades hidrocarburificas para Sucumbíos. Así pues, claramente se da a denotar que según las estadísticas generales la industria textil tiene un porcentaje de participación bajo en esta área. De ahí que, al momento de trabajar con las bases de datos de Cobus Group, las únicas provincias que registran exportaciones de las que se analizaron en la presente investigación son Carchi e Imbabura, registrando en el periodo de 2015-2020 un total FOB de \$ 17.744.553,18.

Así mismo, dentro del análisis estadístico se presentó un top 10 con las principales empresas exportadoras de manufacturas textiles por año, las que acaparaban los montos más altos exportados por año, estando siempre sobre el 80% del total vendido. Por ello, la participación de estas es muy representativa para la investigación, dicho lo anterior es importante denotar que en el año 2020 se reflejó una baja porcentual de cinco puntos en promedio, habría que asociar esta disminución con los estragos ocasionados por la pandemia del Covid-19.

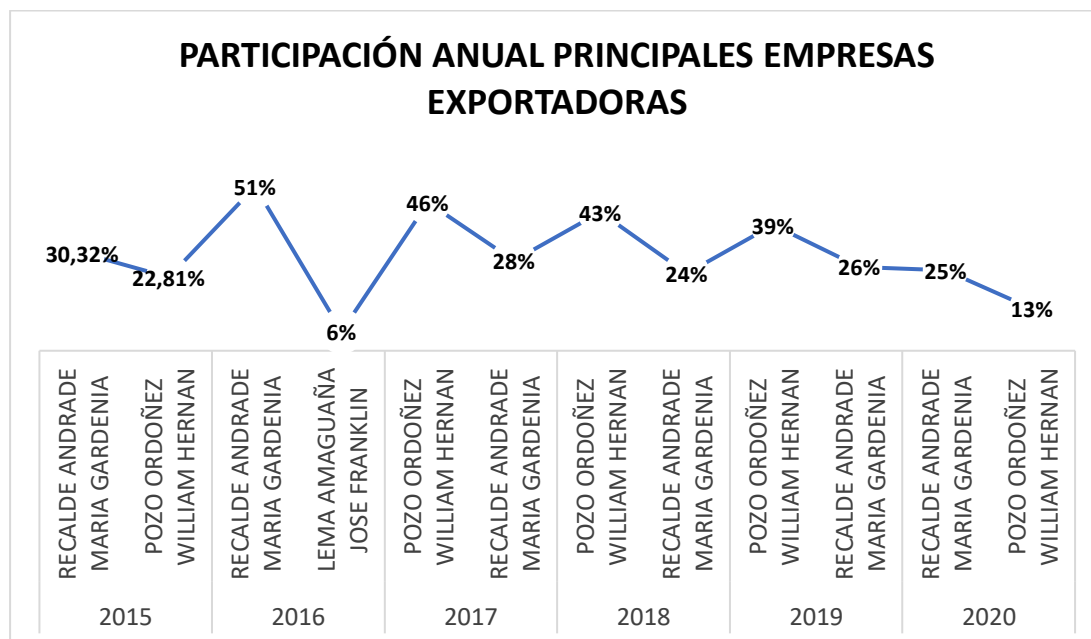
Gráfico 13 Participación Anual de las exportaciones de manufacturas textiles en el periodo 2015-2020



Fuente: Base de datos Cobus Group 2015-2020

Prosiguiendo el análisis, se muestra el gráfico anterior, el cual permite tener una apreciación visual más clara referente a la participación anual de las exportaciones de manufacturas textiles, así pues, se observa que del periodo estudiando el año 2015 es el que más porcentaje de contribución registra, seguido del 2018 y 2017 los que registran un 20% y 18% respectivamente. No obstante, en 2020 algo sucedió, pues las exportaciones por este concepto bajaron notablemente, así para la industria textil el primer semestre del año contó con una externalidad negativa por la pandemia del Covid-19 que obligó a las industrias a parar la producción y claramente los mercados frenaron sus compras de bienes que no estaban asociados con los de primera necesidad.

Gráfico 14 Participación anual de las principales empresas exportadoras en el periodo 2015-2020



Fuente: Base de datos Cobus Group 2015-2020

En el gráfico anterior, se muestra la participación de las empresas exportadoras de productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura en el periodo de 2015 a 2020, para lo cual se han tomado en consideración únicamente dos empresas por año, que lógicamente corresponden a las que mayor contribución registran, además el gráfico proporciona los porcentajes de participación y las fluctuaciones que existen en cada año. Adicionalmente se evidencia como en este periodo de análisis las empresas que aparecen en todos los años son, Recalde, Pozo y Lema.

Antes de examinar, la participación de cada empresa es necesario poner en contexto la actividad de las organizaciones antes mencionadas, así pues, Recalde Andrade María Gardenia es la razón social bajo la cual trabaja la empresa que más exportaciones registra en el periodo de análisis y cuyos destinos hayan sido países de ALADI, esta unidad económica se encuentra en la ciudad de Atuntaqui, en el Barrio La Merced, Calle Bolívar y basa sus operaciones de comercio en la

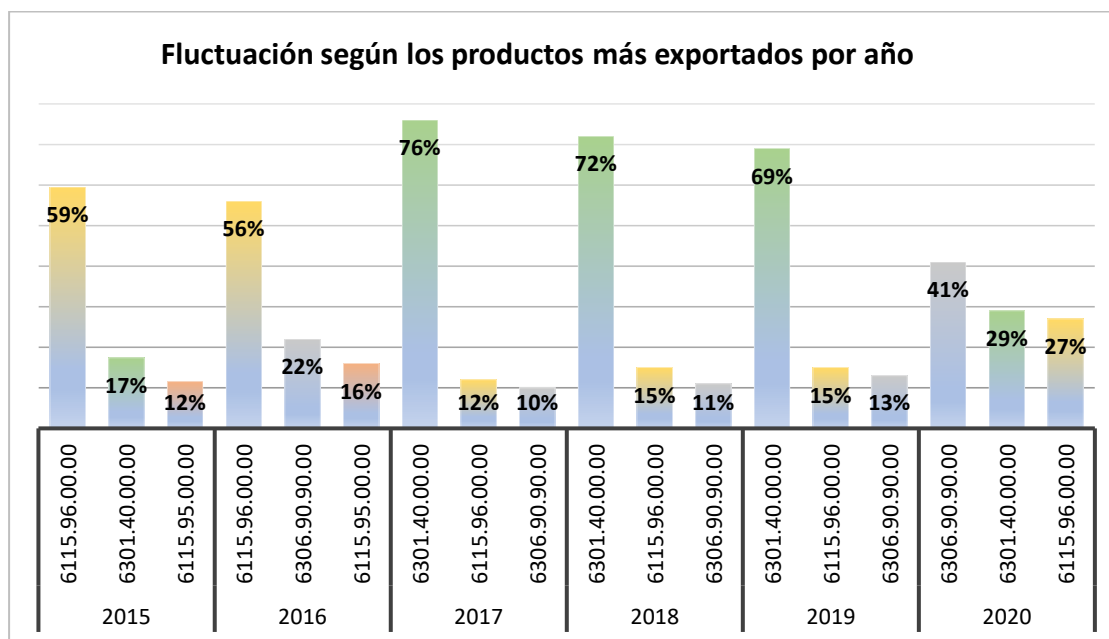
comercialización de medias de algodón y fibras sintéticas hacia Colombia según base de datos de Cobus Group.

Posterior, está la razón social de Pozo Ordoñez William Hernán, empresa líder de la industria textil en la provincia del Carchi, ubicada en la Av. Tulcanaza, Calles Israel y Portugal de la ciudad de Tulcán, misma que se dedica a la comercialización internacional de mantas de fibras sintéticas y cuyo destino principal es Colombia según la información presentada en las bases de datos de Cobus Group en el periodo de 2015-2020.

Seguido de ello, está la empresa Lema Amaguaña José Franklin, de la ciudad de Otavalo, en las calles Pedro Hernández 720-310 y Carvajal, dedicada a la exportación principalmente de ponchos, sacos, pantalones, cobijas, productos cuyo destino final es el mercado de Chile.

En definitiva, como se observa en el gráfico, las empresas Recalde y Pozo, son las más fuertes de la industria textil manufacturera de Carchi e Imbabura, para la comercialización a destinos de ALADI, manteniendo siempre su participación en el mercado con puntos porcentuales en promedio del 30% según los datos obtenidos en el periodo 2015-2020.

Gráfico 15 Participación anual de las principales subpartidas exportadoras en el periodo 2015-2020



Fuente: Base de datos Cobus Group 2015-2020

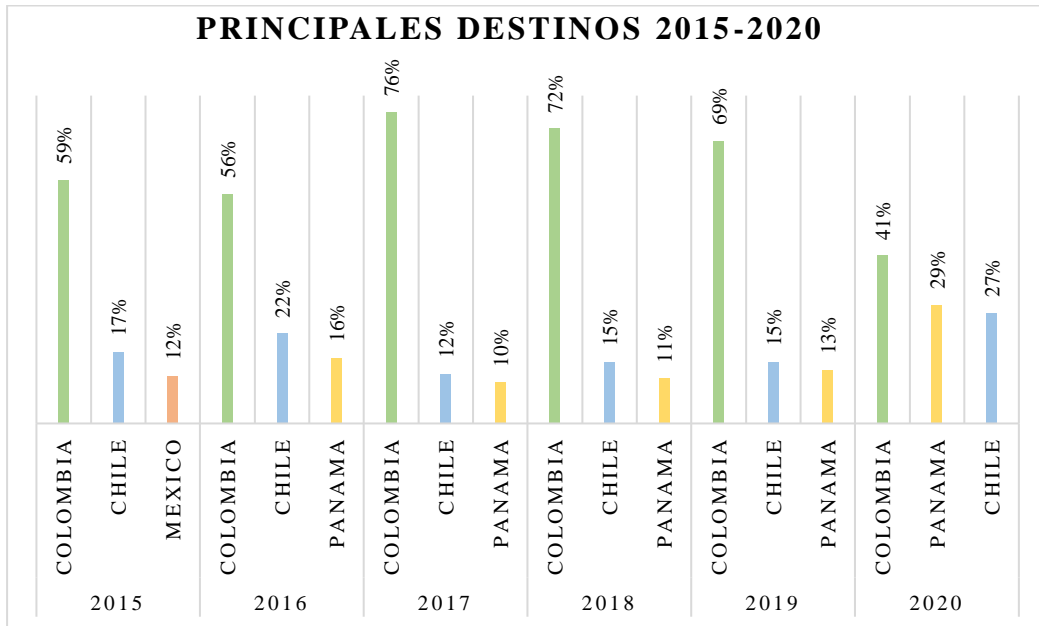
En concordancia con lo expuesto en tablas anteriores, se identificaba que las empresas más fuertes en el ámbito de la presente investigación son la de Pozo William y Recalde Gardenia de las provincias de Carchi e Imbabura respectivamente, en este sentido es importante precisar que la información propuesta en la tabla contiene las fluctuaciones según los productos más exportados por año en el que se evidencia la participación de las subpartidas 6115.96, 6301.40, 6306.90.90.

Dicho lo anterior, partiendo del análisis de la subpartida 6115.96.00, cuya descripción corresponde a medias de fibras sintéticas, se evidencia que en el periodo de análisis de la presente investigación, hay una tendencia a la baja considerable a partir del año 2017, puesto que a diferencia de 2015 y 2016 en los demás años en promedio se evidencian 45 puntos porcentuales de disminución en función de la exportación de estos productos, razón por la cual será necesario indagar el porqué de esta situación tan compleja.

Luego, según la tabla, se encuentra la subpartida 6301.40.00, misma que hace referencia a mantas de fibras sintéticas, que a diferencia del caso anterior, según la gráfica, se aprecia una tendencia que toma más participación en el mercado de las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona, así a pesar de que en 2015 se empieza con el 12% para los siguientes tres años se aprecia un aumento porcentual promedio del 70%, cabe destacar que en 2020 por motivos de la pandemia las exportaciones disminuyeron notablemente.

Por consiguiente, para el tercer lugar con respecto a la participación, se presentan dos subpartidas, que dependiendo el año han tenido su aparición, en este caso son las medias de algodón, y hamacas de las demás materias textiles, que a pesar de tener un porcentaje bajo, han estado presentes en el periodo de análisis, así la subpartida 6115.96 que hace referencia a las medias de algodón tuvo participación en los años 2015 y 2016, mientras que la subpartida 6306.90.90 de hamacas empieza a tener repunte en los años 2017,2018, 2019 y para el año 2020 se puede apreciar un incremento, notable, que se debe claramente a una externalidad positiva causada por la pandemia, puesto que este artículo aumentó su demanda porque las personas empezaron a pasar más tiempo en casa y recurrieron a la compra de productos que generen comodidad en los ambientes de hogar.

Gráfico 16 Empresas textiles manufactureras que exportaron de la provincia de Imbabura en 2020



Fuente: Base de datos Cobus Group 2015-2020

El gráfico anteriormente expuesto, contiene información referente a los principales destinos de las exportaciones de productos textiles manufacturados de los capítulos 61,62 y 63 del arancel general, que sean de empresas textiles de Carchi e Imbabura, es así, es importante destacar que los destinos han sido filtrados únicamente por países miembros de ALADI a fin de cumplir con la delimitación propuesta para el presente estudio.

Según el análisis del período 2015-2020, el destino con mayor participación es Colombia, el cual ha tenido un escenario constante en los primeros cuatro años del estudio, por razones de la pandemia en el último año se identifica una disminución, es importante destacar que esto se debe en su gran mayoría a que este mercado limita con Ecuador, por lo que en cuanto a costes de exportación se hablaría de valores no muy elevados y también en su gran mayoría por el tema de los acuerdos que mantienen ambos países, que dan apertura a una negociación más

fluida y enmarcada en preferencias arancelarias de ida y vuelta que generan el escenario propicio para mantener intercambio comercial constante.

Seguido, se encuentra Chile, país que, a pesar de no estar dentro de la CAN, también mantiene acuerdos de Integración regional, que, como se dijo antes dan apertura al dinamismo en función del intercambio comercial, hay que mencionar, además, destinos poco frecuentes como Panamá y México que, a pesar de no sonar comunes a la hora de exportar, dentro de las estadísticas están presentes y permiten que los empresarios diversifiquen su portafolio de mercados.

4.1.2 Resultados de las herramientas de las Normas de Origen para los empresarios del sector

Tabla 82 Herramientas de las Normas de Origen

Herramientas de las Normas de Origen para los empresarios de la Industria Textil		
Instrumento	Aplicación	Observaciones
Preferencias Arancelarias	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos Comerciales vigentes con cada país destino. • Acuerdos Regionales Complementarios. • Subpartidas beneficiadas. 	<p>Los empresarios del sector pueden acceder al otorgamiento de preferencias arancelarias en función del mercado al cual deseen llevar sus productos, mediante algún acuerdo comercial vigente que los ampare, lo que a su vez les da la posibilidad de conocer el porcentaje de la preferencia y los productos a los cuales aplica el beneficio.</p>
Originalidad en productos	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de materias primas nacionales. • Insumos de calidad. 	<p>Los proveedores de materias primas del sector se benefician en cierto modo de la aplicación de normas de origen puesto que al ser una exigencia de la acreditación de origen el cumplimiento de porcentajes de insumos nacionales o contenido neto regional beneficia la industria del país.</p>
Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> • Precios competitivos en mercados internacionales. 	<p>Las normas de origen son una herramienta que puede ser aplicada como parte de una estrategia competitiva, si bien se creería que no beneficia mayormente a los exportadores esta</p>

Estandarización

- Gestión de la administración de procesos.
- Optimización de recursos.

es una visión cerrada al dinamismo comercial, pues al aplicarlas les da el beneficio a los empresarios de llevar sus productos a mercados internacionales con precios finales competitivos en función de la reducción del pago de tributos que se ha ahorrado el importador a la hora de nacionalizar las mercancías textiles manufacturadas provenientes de Carchi e Imbabura. Lo que, a su vez, les da la posibilidad de tener precios, aunque más altos que los asiáticos, idóneos con la calidad del producto.

Al tener la necesidad de demostrar la proveniencia de los materiales utilizados en la elaboración de sus productos para la acreditación de origen por defecto les corresponde manejar procesos de administración más ordenados y esto los lleva a mantener una estandarización sistemática en sus actividades, garantizando una mayor eficiencia en la utilización de recursos económicos.

4.1.3 Resultados de entrevistas a expertos del sector

Tabla 83 Resultados Entrevista de criterios cualitativos

Resultados de Entrevista				
Pregunta 1. ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de los productos textiles manufacturados de su empresa en mercados internacionales?				
Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Calificación	Observaciones
Definitivamente el mejoramiento de las buenas prácticas manufactureras , competitividad y calidad del producto.	El tema del sector confección textil, uno de los factores más importantes es la calidad y la tendencia cultural con respecto al diseño.	Sin lugar a duda la calidad del producto ecuatoriano y la competitividad en cuanto a precios , a pesar de que exista dificultades a la hora de negociar por la diferencia del dólar frente a otras monedas.	El 100% de los entrevistados concuerdan que la característica que más resalta en los textiles manufacturados de la zona es la calidad del producto terminado, lo que les ha permitido llegar a mercados internacionales y que los vuelvan a elegir una y otra vez.	Algunos de los entrevistados sobre todo los empresarios manifestaban que sus productos aparte de tener buena calidad manejan precios relativamente bajos, por cuanto estas variables están directamente relacionadas. Sin embargo desde AITE se menciona que es muy difícil tener precios bajos cuando la industria compite con productos asiáticos.
Entrevistado 4 La calidad de la confección , la priorización de gastos, búsqueda de precios competitivo, todo ello ha hecho que nuestros productos sean acogidos en otros mercados.	Entrevistado 5 La mejor característica que resalta en nuestro producto es la calidad y el precio .	Entrevistado 6 La calidad del producto ha permitido que pueda ser apetecido en el mercado nacional, aunque exista la competencia de materia primas chinas.		
Entrevistado 7 La calidad con la que cuentan los productos y los estilos de la confección es lo que más destaca.	Entrevistado 8 La calidad de los productos.	Entrevistado 9 Indudablemente el precio y la calidad que posee el producto ecuatoriano.		

Entrevistado 10

La **capacidad** que tiene el sector para **atender pedidos** que no sean de gran volumen en tiempos adecuados. **Especialización** en ciertos productos como medias, cobijas, telas. Cumplir **estándares de procesos** acorde a las exigencias de mercados internacionales.

Pregunta 2. ¿Cuáles son las marcas más comercializadas de su empresa en mercados internacionales?

Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Calificación	Observaciones
Ropa de Cama, medias, prendas de vestir y sombreros.	Esto dependerá de la Zona, sin embargo, se reconoce el nivel de participación de los productos de la provincia de Imbabura .	Con referencia a Zona 1, únicamente se centran en las provincias de Carchi e Imbabura y en estas provincias algunas de las empresas fuertes son Witex, Carlex y Mecrisga.		Cuando se hablaba de marcas más comercializadas, los empresarios entrevistados, daban respuestas un tanto inseguras pues en ocasiones, los productos incluso se exportan sin ellas y en el país de destino toman las marcas de las industrias reconocidas allá, esto como parte de una estrategia comercialización, por lo que desde AITE se explica que es muy costoso posicionar una marca por lo que la industria ecuatoriana provee simplemente un servicio a las grandes marcas internacionales.
Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6	Con respecto a las marcas más comercializadas, el 75% de los empresarios entrevistados mencionaron que sus productos se exportan bajo el nombre comercial que maneja cada una de las empresas.	
La marca con la que se comercializan los productos es WITEX , aclarando que exportamos un solo ítem.	No manejamos una marca como tal , pero nuestros productos salen con el nombre comercial de Gardenia , que esta patentada.	Al vender materia prima, lo hacemos bajo la marca de Rizzocolor y fabricamos telas directamente que son distribuidas a nivel nacional.		
Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9		
A nivel nacional la marca Carlex es muy conocida y tiene valor para los consumidores y al exportar sale bajo la misma marca.	Nuestro producto sale sin marca únicamente se coloca que el producto es elaborado en Ecuador.	Con respecto a marcas, son las que figura en el nombre comercial de cada empresa.		
	Entrevistado 10			

El comercio Internacional se mueve por marcas, de ahí que el sector es un **proveedor de servicio** para las marcas internacionales como parte de la estrategia de comercialización internacional.

Pregunta 3. ¿Ha realizado o solicitado tramites de devolución de tributos por concepto de exportaciones a los organismos correspondientes en favor de su empresa?

Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Calificación	Observaciones
Cada empresa está en la potestad de realizar sus propios trámites para acogerse a la devolución de sus tributos y obtener beneficios legales.	Se han dado solicitudes de devolución de tributos siempre y cuando sea bajo el régimen 21 , para la devolución de tributos cuando se traen insumos para la confección de los productos a ser exportados.	Realmente es muy difícil que las empresas realicen solicitudes de devolución de tributos pues por lo general prefieren evitar	El 100% de los empresarios respondió que han hecho solicitud de este trámite, pero en pocas ocasiones han tenido devolución, en este sentido según la AITE el sector a logrado máximo la devolución del 3%.	Al hablar de devolución de tributos, se evidenció claramente una contraposición en cuanto a las posturas, pues si bien es cierto el proceso para la solicitud de devolución de tributos es de conocimiento público, las empresas manifestaron que los trámites siempre son engorrosos y prefieren evitar las demoras en este trámite, así es rara la vez que ellos se benefician de este incentivo.
Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6		
En este sentido nuestra empresa no aplica para la devolución de tributos por estar en situación de maquila.	Si, hemos solicitamos devolución de tributos, sin embargo, siempre es un tema complicado y demanda mucho tiempo por lo que preferimos no pedir la devolución.	No, porque al importar insumos para la venta nacional, no podemos acogernos a la devolución de tributos.	Sin embargo, las instituciones públicas encuestadas coincidían en que los procesos son de fácil acceso y hay la información requerida en los portales de	
Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9		
Hemos solicitado pero los procesos son engorrosos y en ocasiones dejamos de lado	No hemos solicitado, cuando hemos intentado hacerlo nos ponen trabas y no contamos con personal	La normativa da la apertura para la solicitud de devolución de tributos, la información es de libre acceso para cualquier		

estas solicitudes al tener que cumplir con tantos requisitos. **capacitado** interno que lleve a cabo estos procesos. persona que requiera solicitar este trámite. información ciudadana.

Entrevistado 10

La devolución de tributos más que un incentivo es lógico, no se debe exportar tributos, por tanto, el Drawback para todo el sector ha sido máximo del 3%.

Pregunta 4. ¿Cuáles son los incentivos que aplica el gobierno para fomentar las exportaciones de productos textiles manufacturados de su empresa?

Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Calificación	Observaciones
Muy poco ha fomentado el gobierno, únicamente se basan en los acuerdos ya existentes.	Por el momento el único incentivo que hay, es la devolución del IVA siempre y cuando el empresario realice la solicitud.	El gobierno aporta directamente en los incentivos, ya que desde el Estado y sus ministerios se crean los acuerdos comerciales que contienen preferencias arancelarias para la exportación de productos. Además, existen algunos	Con respecto a incentivos por parte del gobierno, los empresarios entrevistados coincidían en un 100% que no hay como tal, que lo que han conseguido es fuerza netamente de la empresa privada y que el gobierno lo que hace es beneficiarse cuando logran llegar a un mercado potencial.	Hablar de incentivos es enfrentarse a que estos existen, pero no son tan promocionados y obviamente los empresarios desconocen cuáles son y cuando los pueden solicitar, por tanto, en este sentido, juega mucho la capacidad de conocimiento que posea el empresario.
Entrevistado 4 Si bien es cierto en la normativa hay ciertas ventajas bajo el régimen de admisión temporal , que permiten la importación de telas de China y se exceptúa el pago de tributos al ser insumos para la fabricación.	Entrevistado 5 No, definitivamente es esfuerzo propio de cada empresa, no hay apoyo del Gobierno, por ejemplo, siempre hemos sugerido que a los que importamos materia prima para luego exportar los productos no se cobre el impuesto del 5% a la salida de divisas. Pues si	Entrevistado 6 Para nosotros como compradores de materia primas, los incentivos son mínimos o mejor dicho inexistentes.		

queremos competir con el producto chino es necesario que reduzcamos costos.

Entrevistado 7

No hay mayores incentivos para las exportaciones, están en papeles, pero a la hora de solicitarlas los **procedimientos son burocráticos.**

Entrevistado 8

Si hay incentivos para las pequeñas empresas, pero muchas veces **no sabemos a quién recurrir** para solicitar asesoría.

Entrevistado 9

Dentro de los incentivos, está la **información de fácil acceso** para cualquier empresario y las instituciones que brindan **asesorías especializadas gratuitas** en cuanto a la apertura de mercados y los requisitos previos a la exportación.

Entrevistado 10

Los sectores de productos no tradicionales **no existimos** en el radar de la política pública de promoción para las exportaciones.

Pregunta 5. ¿Cuántas veces ha recurrido al endeudamiento para el cumplimiento de cupos a fin de exportar sus productos textiles manufacturados?

Entrevistado 1

Las empresas han tenido que endeudarse con **financieras privadas ya que las públicas** poco o nada han realizado sus prestaciones.

Entrevistado 2

En su mayoría, las micro y medianas empresas recurren al endeudamiento para mejorar su capacidad instalada. La línea a la que **acuden en su mayoría es el sector privado**, por temas de rapidez.

Entrevistado 3

Las empresas **constantemente** necesitan recurrir al endeudamiento, pues dentro de los acuerdos de pago siempre se manejan tiempos y estos tienden a demorar los cobros, para lo que los empresarios

Calificación

El endeudamiento es una opción para el 100% de los empresarios entrevistados, puesto que todos mencionaron que frecuentemente

Observaciones

Como se mencionó antes, todos los empresarios han recurrido al endeudamiento, puesto que se les hace necesario para cumplir con sus actividades, sin embargo aquí juegan dos aspectos,

<p>Entrevistado 4</p> <p>Como emprendedores siempre hemos recurrido a buscar recursos y capitales frescos que inyecten a la economía de nuestra empresa, principalmente el financiamiento ha provenido de entidades públicas debido a las tasas de interés que son más bajas.</p>	<p>Entrevistado 5</p> <p>Permanentemente estamos solicitando créditos en el Banco del Pacífico y a la Corporación Financiera.</p>	<p>necesitan capital para cubrir los gastos de comercialización.</p> <p>Entrevistado 6</p> <p>Esto dependerá exclusivamente de los requerimientos de cada empresa.</p>	<p>recurren a la inyección de capital para el cumplimiento en sus procesos productivos.</p>	<p>recurren a instituciones públicas aquellas empresas que ya tienen consolidado su modelo de negocio y cumplen con los proyectos y proyecciones que exigen estas instituciones y es así que se benefician de las tasas de interés bajas, pero, por otro lado está el escenario de empresas que no pueden cumplir con los requisitos y no les queda más que acudir a financieras privadas.</p>
<p>Entrevistado 7</p> <p>Si, constantemente tenemos que recurrir a la solicitud de capital para cumplir con nuestros procesos productivos.</p>	<p>Entrevistado 8</p> <p>Si hemos solicitado créditos de las instituciones privadas, porque cuando hemos querido capital de bancos públicos nos piden proyectos y proyecciones con las que no contamos.</p>	<p>Entrevistado 9</p> <p>Las instituciones públicas siempre están prestas a dar financiamiento productivo para cualquier industria siempre y cuando cumplan con los requisitos establecidos y este capital se justifique para el mejoramiento de la industria.</p>		
<p>Entrevistado 10</p> <p>El acceso para obtener créditos en el sector es limitado ya sea por la línea pública o privada.</p>				

Pregunta 6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de aplicar las normas de origen en la comercialización internacional de los productos textiles manufacturados de su empresa?

Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Calificación	Observaciones
<p>Es necesario considerar que, aunque existan acuerdos en ellos hay restricciones para algunos productos.</p>	<p>Las ventajas son obvias enmarcadas en relación de las preferencias arancelarias.</p> <p>Más que desventaja es una debilidad por desconocimiento de los empresarios, pues llevan un control empírico con respecto a la procedencia de insumos o materia primas sobre todo en el sector textil.</p>	<p>Las normas de origen son de gran ventaja para los empresarios, otorgan preferencias arancelarias y dan exclusividad a los productos sin embargo la desventaja radica en que la mayoría de los empresarios desconocen de esta normativa y no aprovechan de sus beneficios.</p>	<p>Lamentablemente al hacer esta pregunta el 100% de los empresarios desconocían la respuesta pues todos tenían su agente que se encargaba de realizar este proceso.</p>	<p>Se evidencia claramente un desconocimiento por parte de los empresarios, lo único que resaltaban era que les servía si importaban insumos de algún país que este dentro de acuerdos regionales porque se evitaban el pago parcial de tributos de la importación.</p>
<p>Entrevistado 4</p>	<p>Entrevistado 5</p>	<p>Entrevistado 6</p>		
<p>Aplicar origen resulta conveniente pues permite adquirir insumos provenientes de la CAN sin necesidad del pago de impuestos.</p> <p>Esta normativa es un punto de apoyo, por tanto, no identifico ninguna desventaja.</p>	<p>Desconocemos la normativa para normas de origen, pero sabemos que sirve para tener certificados de origen, como empresarios no sabemos de sus ventajas. Lo aplicamos solo para Colombia, pero con los demás países no tenemos.</p>	<p>El certificado de origen permite que no se cobren impuestos a la hora de importar insumos o materias primas de otros países. Aunque por lo general estos insumos son de China y el porcentaje no es tan alto.</p>		
<p>Entrevistado 7</p>	<p>Entrevistado 8</p>	<p>Entrevistado 9</p>		
<p>Las normas de origen reducen los tributos cuando importamos materias primas de otros países.</p>	<p>No hemos escuchado normas de origen, pero el certificado de origen nos ha pedido los importadores</p>	<p>Los beneficios que tiene la certificación de origen para todos los productos, es que el consignatario final se evita</p>		

cuando exportamos nuestros productos **de pagar aranceles**, no hay desventajas en este caso.

Entrevistado 10

Las normas de origen **son necesarias**, garantiza que el producto es originario y tener la capacidad de complementar el producto de un tercero. Es un beneficio para aprovechar al máximo la **integración regional** y las preferencias arancelarias.

Pregunta 7. ¿Qué estrategias comerciales aplica para la exportación de productos textiles manufacturados de su empresa?

Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Calificación	Observaciones
Esto dependerá de cada empresa para que sus productos sean acogidos.	La estrategia está enfocada en el tema de tendencia y diseño .	Las estrategias estarán orientadas a las necesidades de cada empresa y deberán ser aplicadas con ingenio por parte de los empresarios.		
Entrevistado 4 Es necesario ser muy hábiles, aprovechar la tecnología en redes, la publicidad y siempre cumplir acuerdos pactados con el importador.	Entrevistado 5 Lo que hacemos es siempre ventas directas con los importadores fuertes de Colombia.	Entrevistado 6 Nosotros no exportamos, pero dentro de las estrategias que aplicamos al mercado interno es vender insumos de calidad y por eso siempre nos buscan.	En esta pregunta no hubo un alto porcentaje de coincidencia pues cada empresa hablaba desde experiencia.	Las estrategias estarán asociadas siempre con el tipo de producto y el mercado al cual se va a exportar, por lo tanto, las que aplique una empresa no necesariamente podrán ser aplicadas por otra así estén dentro de la misma industria.
Entrevistado 7 Aprovechar la reputación de nuestra marca y mantener nuestras tiendas con buen aspecto para los clientes.	Entrevistado 8 Vender productos de calidad es lo que nos caracteriza.	Entrevistado 9 Las estrategias dependerán de las empresas y los productos que oferte cada una de ellas.		
	Entrevistado 10			

Esto **dependerá** exclusivamente de los **mercados** a los cuales se desee llegar con los productos.

Pregunta 8. ¿Los procesos para acreditar origen de sus productos textiles manufacturados son de fácil o difícil acceso?

Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Calificación	Observaciones
<p>En este sentido dependerá de las disposiciones del país importador.</p>	<p>Las empresas deben contar con conocimientos porque no es fácil, sobre todo para los micros y pequeños empresarios puesto que se les dificulta contratar profesionales que lleven estos productos adelante.</p>	<p>Los procesos para acreditar origen con frecuencia son difíciles de acreditar puesto que los productos textiles tienen algunos insumos y todos estos deben cumplir con los porcentajes que se establecen dependiendo el acuerdo comercial bajo el cual se pretenda negociar.</p>		
<p>Entrevistado 4</p> <p>Si se trabaja con insumos de la CAN, es fácil obtener la certificación, pero cuando los insumos provienen de la China se dificulta en cierta manera.</p>	<p>Entrevistado 5</p> <p>Tratamos de cumplir con los porcentajes para no perder la certificación de origen.</p>	<p>Entrevistado 6</p> <p>Nosotros únicamente solicitamos que el exportador nos envíe el certificado de origen para anexarlo a los documentos de la importación.</p>	<p>Con respecto a los procesos para acreditar origen, la mayoría de los empresarios contestó que este tipo de actividades las realiza exclusivamente los agentes de aduana que contrata independientemente cada empresa.</p>	<p>Debido al desconocimiento del proceso en si para acreditar origen los empresarios ignoran si es difícil obtener el certificado de origen, por esta razón las entidades aseguran que se evidencian debilidades en el sector textil porque a veces se les dificulta acreditar origen.</p>
<p>Entrevistado 7</p> <p>Nosotros no nos encargamos de ello, este proceso lo lleva a cabo nuestro agente de aduana.</p>	<p>Entrevistado 8</p> <p>El agente de aduana con el que hacemos la exportación es quien se encarga de estos procesos.</p>	<p>Entrevistado 9</p> <p>Los procesos para acreditar origen son relativamente fáciles, es necesario que adjunte la documentación requerida, únicamente al ser productos nuevos se realiza una visita técnica para</p>		

corroborar los criterios de origen.

Entrevistado 10

Es un proceso que en general funciona, hay que cumplir requisitos y obviamente para aquellos que inician se les puede dificultar al inicio.

Pregunta 9. ¿Qué instrumentos de política comercial dificultan el proceso de comercialización internacional de sus productos textiles manufacturados?

Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Calificación	Observaciones
Esto dependerá del país que según crea conveniente aplicará restricciones de ingreso.	Las barreras arancelarias que se encuentren en los mercados internacionales, la mayor parte enmarcados en la protección de la industria nacional.	Los procesos que dificultan la comercialización, por lo general están orientadas a las políticas que establece cada gobierno a fin de proteger la industria nacional.	Los instrumentos de política comercial que dificultan los procesos de comercialización, según las respuestas de los entrevistados, en un 100% radica en las políticas emitidas por los destinos de las mercancías, y estos por lo general se presentan por el afán de proteger la industria nacional.	Esta es una de las preguntas en las que tanto los empresarios del sector como las instituciones públicas coincidieron en una sola tendencia de respuesta, pues aseguran que los instrumentos que dificultan los procesos de comercialización están dados por el país de origen.
Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6		
El cambio constante de políticas provenientes desde el Estado , la inestabilidad política, establecimiento de trabas en cuanto a la documentación.	Las políticas que aplica Colombia al momento de hacer el control de las mercancías siempre son exigentes por lo que eso sería lo que dificulta los procesos a la hora de comercializar.	Al momento de la llegada de los productos suele demorarse en tener la salida autorizada por parte de la aduana.		
Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9		
Las trabas en cuanto al aspecto de exigencia de	Las dificultades aparecen en Colombia cuando llegan los productos y pasa algo por	Estos están asociados con las medidas que aplique cada		

documentación y así mismo algún documento que tenga **país** según el mercado al cual la exigencia en el **etiquetado**. un error así sea mínimo. se quiera llevar los productos.

Entrevistado 10

Políticas arancelarias, normas de etiquetado, licencias previas de importación, trabas de logística por elevación de costos.

Pregunta 10 ¿Que sugerencias les daría usted a pequeños emprendedores que inician en la industria textil manufacturera y desean comercializar en mercados internacionales?

Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Calificación	Observaciones
Fabricar productos de calidad con el fin fe que puedan competir con los que tiene el país importador.	Las estrategias dependerán del producto a exportar y la mayor recomendación es buscar asesoría , porque por lo general los artículos son buenos pero el desconocimiento da apertura al cometimiento de errores.	Buscar siempre asesoría de instituciones especializadas que permitan expandir la visión de negocio y apuntar siempre a la diversificación de mercados internacionales.	Las recomendaciones más frecuentes por parte de los entrevistados fueron que los que desean ingresar a la industria y llevar sus productos al extranjero no dejen de lado la calidad y que busquen constantemente la asesoría para la ejecución de procesos.	Para los pequeños empresarios que ingresan a la industria se les recomienda mantener la calidad del producto, estar abierto a asesorías por parte de las instituciones y ser constantes en la búsqueda de mercados para sus productos.
Entrevistado 4 El emprendedor siempre es gente luchadora, con ganas de salir adelante, les recomendaría que no dejen caer sus sueños, que busquen fuentes de inversión, de capitales frescos, asesoría y siempre tatar de sacar los	Entrevistado 5 Que los emprendedores siempre apliquen la calidad en sus productos, porque si no lo hacen se desprestigia toda la industria.	Entrevistado 6 Que prefieran las telas y otros insumos elaborados en Ecuador , porque nuestras telas son incluso mejores que las telas de China.		

productos a mercados internacionales.

Entrevistado 7

Que sean **constantes** porque la industria textil es muy competitiva y que no se desanimen en la primera ocasión que alguien les diga que su producto no va a gustar en otros mercados.

Entrevistado 8

Que busque **asesoría** y que se informen de aspectos que los pueden beneficiar cuando exporten, porque sin información es como tener una venda y no aprovechar lo positivo.

Entrevistado 9

Que **aplique** a los **beneficios que ofrece el gobierno**, que no tengan miedo de solicitar algún certificado, porque incluso se cuenta con manuales que dan el paso a paso para solicitar cada trámite.

Entrevistado 10

Conocer bien el mercado, buscar asesoría en función de la inteligencia de mercados, cumplir con estándares de producción estable, trabajar en equipo desde la asociatividad.

Fuente: Empresarios y funcionarios relacionados con el sector textil ecuatoriano.

4.1.4 Interpretación de resultados de entrevistas a expertos

Tabla 84 Grupo de empresas e instituciones entrevistadas

Entrevistados Sector Textil	
Empresas textiles manufactureras de Carchi e Imbabura	Instituciones Públicas
<ul style="list-style-type: none">• Empresa Recalde• Empresa Pozo• Empresa Carlex• Empresa Rizzocolor• Empresa Lema• Empresa Moreta	<ul style="list-style-type: none">• Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.• Proecuador-Plataforma Gubernamental.• Cámara de la Pequeña Industria del Carchi.

Fuente: Entrevistados

Prosiguiendo el análisis, es necesario establecer los resultados obtenidos después de la recolección de información a expertos del sector textil manufacturero, para lo cual se obtuvo entrevistas con las empresas de mayor participación de exportaciones de las provincias de Carchi e Imbabura e instituciones públicas, las cuales aportaron con información relevante para suplir datos cualitativos, que dentro del análisis de las bases de datos no se obtuvo. En este sentido, es importante destacar que los entrevistados pertenecen o están relacionados con el sector textil por cuanto son idóneos para aportar con la investigación en función de las variables de normas de origen y fomento a las exportaciones.

Con respecto a la primera pregunta, orientada a las características que han permitido la aceptación de los productos textiles manufacturados de la zona, los entrevistados en un 100% coincidieron en que está dada por la calidad que manejan los productos y relacionada directamente con el precio y las tendencias de diseño en mercancías confeccionadas. Razón por la cual, los empresarios exhortaron la necesidad de proteger esta característica, puesto que, el dejar de lado

este punto a favor, por temas de reducción de gastos le ha costado a la industria en general algunas pérdidas no solo monetarias sino también credibilidad en el mercado internacional.

El tema de marcas más comercializadas no consta con el realce necesario, que debería dar el sector a sus productos, esto según los empresarios entrevistados, se da por el tipo de negociación y estrategia que ellos aplican a la hora de realizar el intercambio comercial. Otro de los puntos analizados dentro de la variable fomento a las exportaciones, fue el tema de incentivos, el cual estaba asociado a la devolución de tributos y las solicitudes que se hayan realizado, en este orden de ideas, los entrevistados coincidieron en que la normativa existe, sin embargo, solicitar este trámite es desgastante y requiere algunos documentos que en ocasiones son difíciles de obtener, por lo que prefieren no utilizar este beneficio.

Así mismo, al consultarles respecto de otros incentivos, la postura fue clara, los beneficios obtenidos, están claramente asociados al esfuerzo de la empresa privada y las estrategias que ellos han implementado en sus procesos de comercialización internacional. Desde el lado de las instituciones, se dijo que hay normativa, no obstante, la debilidad radica en el desconocimiento de los empresarios a la hora aplicar estos beneficios que por ley podrían ser utilizados.

Un tema central, en el fomento de las exportaciones es la obtención de inversión o capital dado por las instituciones financieras, al indagar sobre el endeudamiento para dar cumplimiento con los procesos productivos de la industria, se identificó, dos postulados, las empresas con trayectoria en el mercado, acuden en su mayoría a financiera públicas, esto debido a que tienen sus proyectos de comercialización y cumplen con los requisitos necesarios para acceder a estos créditos productivos y gozar de tasas de interés bajas, por otro lado, las empresas que acaban de entrar a la industria, por temas de rapidez acuden a financieras privadas.

Al considerar la variable normas de origen, se realizó, dos preguntas, una orientada a las ventajas y desventajas de su aplicación y la otra sobre la dificultad de acceder a estos procesos,

como resultado, los empresarios del sector definitivamente desconocen la relevancia de este tema pues son los agentes de aduana que ellos contratan quienes llevan a cabo estos procesos.

Las estrategias aplicadas para la comercialización internacional, según las respuestas están dadas, por cada empresa y dependen exclusivamente de los destinos a los cuales se van a exportar los productos, así mismo está relacionado con los instrumentos de política comercial que dificultan el ingreso lo que cae en manos de las restricciones que considere cada país a fin de proteger la industria nacional.

Finalmente, se solicitaron sugerencias para los pequeños emprendedores que inician en la industria textil manufacturera y que están interesados en llevar sus productos a mercados internacionales, en este sentido, las respuestas coincidían en mantener la calidad del producto, buscar capitales frescos y no caer en la reducción de costos que conllevan a productos terminados de baja calidad y se reiteró la necesidad de buscar asesorías para disminuir los errores que se puedan presentar por desconocimiento de los empresarios.

4.2 Discusión

Mediante el análisis de las variables y bases de datos, es posible analizar las perspectivas de las normas de origen de ALADI y el fomento a las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1 en el periodo 2015-2020, para corroborar la idea a defender se cimentó en información primaria y secundaria, arrojando datos cuantitativos y cualitativos que llevaron a los resultados presentados en la investigación. Estos datos permitieron dar luz verde a la idea a defender planteada, la cual exponía que las normas de origen contribuyen al fomento de las exportaciones.

Dirigiendo el interés hacia la idea a defender, la investigación ha permitido identificar las perspectivas de las normas de ALADI y su contribución a la hora de exportar productos textiles manufacturados, razón por la cual, se plantea un análisis por cada variable y objeto de estudio que han sido analizadas en el desarrollo de la investigación.

Conforme a la matriz de operacionalización de variables, se interpretó el estudio de normas de origen bajo tres dimensiones, ámbito legal, comercial y preferencias arancelarias, para lo que se trabajó con información de tipo documental y entrevistas a expertos. Así mismo, se trabajó la variable del Fomento a las exportaciones desde una perspectiva de incentivos y la industria textil bajo el manejo de datos y estadísticas proyectadas a lo largo de la investigación.

4.2.1 Normas de origen de ALADI

El objetivo general de la presente investigación fue analizar como contribuyen las normas de origen en el fomento a las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1, para lo que en el contexto de la investigación, se tiene que, a partir de la Integración Regional se busca establecer un trato diferenciado en virtud de las preferencias arancelarias para los países en desarrollo, se crean regímenes de origen para llegar a determinar la procedencia de un producto y en cierto modo otorgar beneficios que dinamicen las exportaciones de los mismos, con precios más competitivos en mercados internacionales y que a la vez les dé la posibilidad de competir con industrias que han logrado el desarrollo de una producción a escala que por defecto supone precios bajos con mayor atracción para los compradores.

Con base al estudio del artículo científico sobre reglas de origen en los tratados de libre comercio de Colombia, se manifiesta que la capacidad de mejorar una negociación internacional apoyada en un acuerdo comercial dependerá de la habilidad que tengan los empresarios para negociarlos libremente y generar oportunidades mediante el aprovechamiento de las preferencias arancelarias obtenidas de la aplicación de normas de Origen, en este sentido, se apoya directamente con los resultados presentados en la investigación, mismos que convergen en la necesidad de que los empresarios y emprendedores conozcan las herramientas que ofrece el entorno en pro de sus exportaciones.

Sin embargo, para los empresarios del sector textil manufacturero de las provincias de Carchi e Imbabura de acuerdo con los resultados obtenidos en las entrevistas a expertos del sector, mostraron que estos procesos son en su mayoría tomados como poco relevantes puesto que son

llevados bajo la visión del cumplimiento de un requisito previo a la exportación de sus productos, por cuanto se deja de lado los beneficios que supone la acreditación de origen; además, Narcisa Farinango (2021) Especialista de capacitaciones y asesoría al exportador de Proecuador manifestó que “al momento de certificar origen, se presenta una debilidad para algunos productores, que no pueden justificar el origen de las materias primas, debido a procesos de control empíricos”, a pesar de ello Javier Diaz (2021) Presidente Ejecutivo de AITE mencionó que “si bien acreditar origen se puede complicar, esto siempre se dará para aquellos empresarios que apenas inician en la industria por un tema de poca familiaridad con los procesos, pero de ahí en adelante los procesos son de fácil acceso”.

Los esquemas sobre reglas de origen pueden variar según el acuerdo que se pretenda celebrar, el producto del que se desee comercializar y las condiciones bajo las cuales haya sido elaborado, en este sentido Maldonado (2014) sugiere que “los esfuerzos que ha realizado la OMC por establecer un criterio único respecto de las RO ha sido imposible lograr un consenso en este sentido, por lo que no existe seguridad jurídica o estabilidad para los distintos participantes” (p. 43). Además, Narcisa Farinango (2021) Especialista de capacitaciones y asesoría al exportador de Proecuador manifestó que “Las preferencias arancelarias, se encuentran en cada uno de los acuerdos comerciales y tanto los productos beneficiados como los porcentajes a aplicar pueden variar de un país a otro”, en este orden de ideas, se da conformidad con uno de los hallazgos de la investigación que está orientado a que la imposición de los criterios de origen va a depender exclusivamente del acuerdo bajo el cual se esté negociando, las preferencias arancelarias, derivadas por la acreditación de origen, según la investigación están relacionadas en un 100% con el acuerdo firmado de cada país, aun si este pertenece a un bloque económico donde se encuentren varios mercados, el trato no será el mismo, cada Estado se ha encargado de crear convenios binacionales, que favorecen únicamente a los contratantes.

Con respecto a la relevancia económica de las normas de origen en función de las exportaciones, se identificó, siempre que sea posible el importador solicitará que los productos tengan certificado de origen, aunque los empresarios del país en su mayoría desconozcan de estos procesos, en contraste, Maldonado (2014) advierte “Tratar de ajustar un producto para adecuarlo a una regla de origen cuya exigencia sea alta, puede significar un incremento en los costes de producción que sea demasiado oneroso en comparación con el beneficio” (p. 44). A pesar de que en la investigación se haya obtenido en su mayoría aspectos positivos de las normas de origen es necesario contar con la asesoría pertinente para proyectar la relación costo-beneficio de la implementación de estas puesto que lo anterior es una apreciación bastante válida que es necesario considerar.

4.2.2 Fomento a las exportaciones

Es importante denotar, que el fomento a las exportaciones para la presente investigación ha sido analizado desde la perspectiva de una variable dependiente, misma que según, Huerta (2006), “tiene tres mecanismos: el sistema impositivo, los estímulos a la inversión nacional y extranjera y los programas de apoyo a las exportaciones” (p. 127).

En consecuencia con los tres mecanismos mencionados, desde el criterio del sistema impositivo, la política fiscal del país bajo el sistema tributario ecuatoriano permite solventar el presupuesto general del estado en la manera de lo posible pues con las últimas políticas de austeridad implementadas por el gobierno nacional se deja notar que lo recaudado por el sistema impositivo no es suficiente para cumplir con las necesidades económicas del país, de modo que, las bases macroeconómicas son inestables y con ello se ha limitado la inversión, el empleo y el crecimiento económico a nivel de todos los sectores incluyendo el sector textil y confección que ha sido analizado en la presente investigación.

De acuerdo con el segundo mecanismo referente a los estímulos a la inversión nacional y extranjera, desde la concepción de los empresarios del sector, el ambiente macroeconómico inestable, los cambios tributarios frecuentes y la desactualización en el Código de Trabajo

limitan el acceso a la inversión extranjera en primer lugar, razón por la cual se dirige la visión a las financieras públicas en el mejor de los casos, Narcisa Farinango (2021) Especialista de capacitaciones y asesoría al exportador de Proecuador manifestó que “el acceso a créditos de la banca pública depende de la trayectoria en el mercado de las empresas y el talento humano capacitado para la elaboración de planes de negocio que sean aceptados por las instituciones”, en contraste, las pequeñas empresas que inician en el sector y no cuentan con la experiencia necesaria, tienen que recurrir a la banca privada y acceder a capitales con tasas de interés más altas a fin de cubrir sus gastos de exportaciones.

El fomento a las exportaciones está dado por los beneficios que oferta el gobierno para incentivar la comercialización internacional de productos textiles, que según la indagación están enfocados, en la devolución de tributos, lo que genera controversia entre los empresarios y las instituciones públicas, debido a que, desde el Estado se asegura que la información es de carácter pública y se encuentra disponible para todos los ciudadanos que deseen solicitar este trámite, además cuentan con manuales de procesos que especifican el paso a paso, no obstante, Javier Diaz (2021) Presidente Ejecutivo de AITE mencionó que “la devolución de origen no es un incentivo pues resultaría ilógico exportar tributos y exhortó al gobierno a poner en la agenda de política de promoción de exportaciones a la industria textil”, en este sentido los empresarios coinciden en que pedir esta devolución es muy tardado y prefieren abstenerse de este “beneficio”.

Los programas de apoyo a las exportaciones corresponden al tercer mecanismo para fomentarlas, Huerta (2009) sugiere que “entre los instrumentos de promoción se cuenta con los programas Altex, Ecex, Pitex y Draw Back” (p.127). Los cuales, después de analizar la información obtenida de las entrevistas específicamente de la pregunta 4, que sondea cuales son los incentivos que aplica el gobierno para fomentar las exportaciones de productos textiles manufacturados, las respuestas estuvieron enfocadas en la Importación temporal para

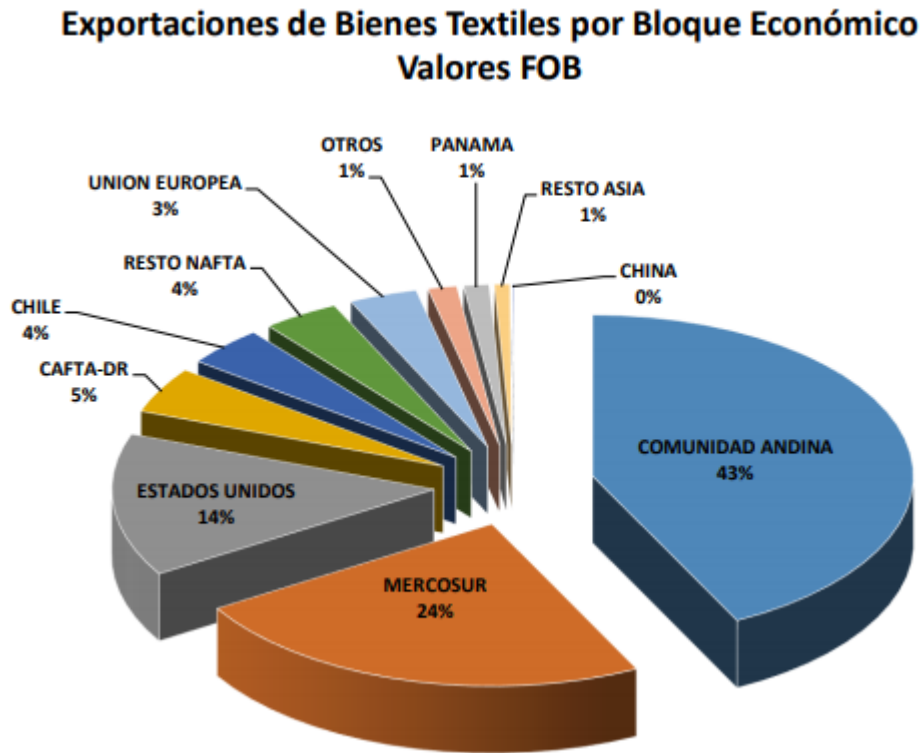
Producir Artículos de Exportación bajo el régimen 21 de Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo y Devolución de Impuestos para las Empresas que Exportan (Draw Back) bajo la devolución del IVA.

4.2.3 Sector textil y confección en cifras

Como parte del análisis el objeto de estudio estuvo direccionado a la industria textil manufacturera de la Zona 1, “El sector textil comprende la elaboración de hilos e hilazas y la elaboración de tejido plano y de punto a partir de fibras de origen animal, vegetal o mineral” (Gallego, Osorio, Lora, 2011, p.141). Después de revisar un periodo de seis años comprendido entre 2015-2020, se pudo determinar la participación respecto de las principales subpartidas exportadas, destinos potenciales de ALADI, empresas de Zona 1 con mayor relevancia en el mercado, de tal manera para contrastar la información obtenida se revisará estadísticas de los departamentos técnicos de AITE y Proecuador.

4.2.3.1 Exportaciones industria textil manufacturera de la Zona 1

Figura 3 Exportaciones de textiles por bloque económico



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Departamento técnico AITE, 10-05-2020.

La figura anterior es tomada del departamento técnico de AITE, y muestra las exportaciones de bienes textiles por bloque económico, este informe concuerda con los datos obtenidos de las Bases de Cobus Group, en las que los destinos con mayor participación para los productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura de los capítulos 61,62 y 63 del Arancel General en su mayoría son exportados hacia Colombia y también se reflejan los países de Mercosur, como Chile, Panamá y México. En este sentido, es pertinente aclarar que la figura muestra datos del 2018 y son de toda la industria textil ecuatoriana.

Figura 4 Exportaciones de textiles por bloque económico

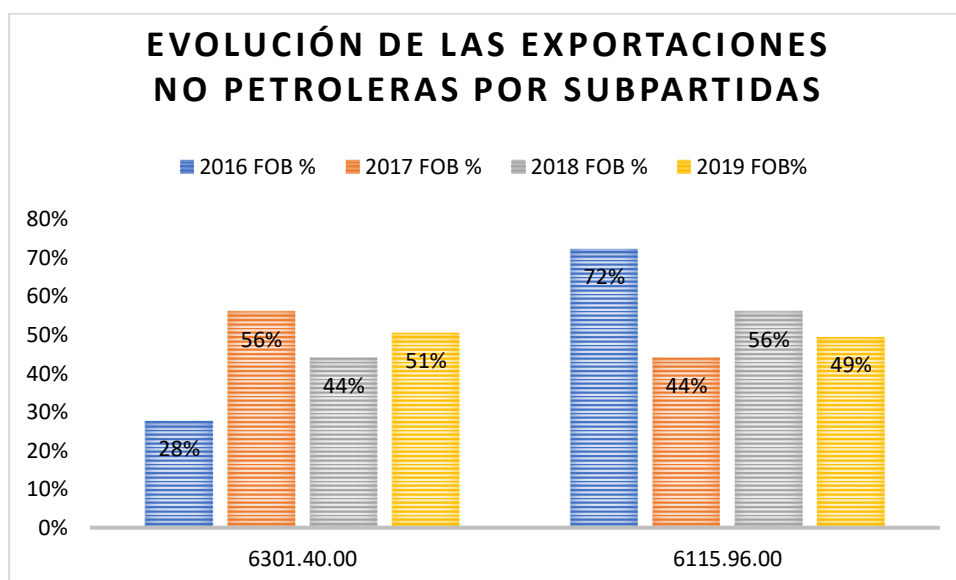


Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Departamento técnico AITE, 10-05-2020.

Así mismo, dentro de los datos obtenidos, para la provincia de Carchi el producto textil más exportado, corresponde a mantas de fibras sintéticas, que según los resultados de la figura 2, deja en evidencia que este tipo de producto tiene apenas el 1% de participación en la industria textil y confecciones del Ecuador, sin embargo, en función de la investigación, para la provincia es la mercancía con mayor acogida en el mercado internacional. Esto deja claro que, aunque de forma general las estadísticas arrojen datos mínimos, es necesario ponerles atención, ya que para algún lugar puede ser su producto estrella y lo único que haga falta es incentivar su comercialización en mayor proporción.

Figura 5 Evolución de exportaciones por subpartida Zona 1



Fuente: Banco Central del Ecuador

Las calzas, medias y calcetines de fibras sintéticas y las mantas de fibras sintéticas, son sin duda los productos estrella de la presente investigación, ubicadas geográficamente en Carchi e Imbabura, como se detalló en el apartado de resultados, en el periodo 2015-2020, las medias tuvieron tendencia a la baja, sobre todo por la competencia proveniente desde China, por el contrario, la comercialización de mantas ha tenido un incremento en sus puntos porcentuales, esta información es contrastada con las estadísticas de Banco Central del Ecuador, que como muestra el gráfico la propensión es la misma.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Las normas de origen tienen dos perspectivas, por un lado, el enfoque de ser una herramienta positiva para la comercialización internacional de productos en función de que el consignatario final se evite de pagar aranceles y por defecto que los exportadores tengan una ventaja competitiva por el solo hecho de acreditar origen. En contraste, ser una debilidad para las pequeñas y microempresas que están iniciando en la industria textil puesto que al llevar procesos de forma empírica se les dificulta obtener esta certificación.
- El desconocimiento de los empresarios junto con una visión cerrada al dinamismo del Comercio Internacional genera un desaprovechamiento de las herramientas que ofrece el entorno, por tanto, los procesos de comercialización son deficientes y han caído en el tradicionalismo, esta situación se convierte en una ineficiencia productiva para los exportadores al preferir el pago de tarifas arancelarias sin hacer uso de los beneficios conferidos en los acuerdos comerciales.
- Desde el punto de vista político económico los pequeños empresarios que apenas inician en la industria miran las normas de origen con un enfoque proteccionista por lo que para ellos significa la necesidad de incurrir en costes adicionales de exportación para dar cumplimiento con la acreditación de origen, sin embargo esto se da en su mayoría por el manejo de procesos desordenados y empíricos, lo que dificulta cumplir con los requisitos para solicitar y acreditar origen, y lleva a que se culpe a la normativa por una supuesta rigidez en los procesos.
- Se hace necesaria entonces la reingeniería en los procesos y la gestión productiva de las empresas, aunque estas apenas este iniciando, pues si se tiene la visión de expandir las negociaciones es imprescindible ajustarse a las exigencias de los mercados internacionales.

- Las preferencias arancelarias en función de los porcentajes de reducción de aranceles están dadas específicamente por los acuerdos comerciales firmados con cada país, independientemente de si estos están dentro de un mismo bloque comercial por lo que es necesario tener conocimiento de la normativa según el destino al cual se desee llegar.
- Conocer la correlación de la nomenclatura evita errores a la hora de obtener el certificado de origen y este es un factor que no es tomado en cuenta a la hora de realizar una negociación internacional.
- Es necesario entonces, solicitar talleres enfocados en la socialización de estas herramientas, que, a pesar de estar en el mercado, no son muy conocidas y por tanto la ciudadanía llega a pensar que no existen, los empresarios necesitan incentivos de fácil acceso e inversión para la industria e infraestructura nacional que impulsen sus procesos hacia el mejoramiento de la calidad continua.

5.2 Recomendaciones

- Buscar asesoría, debería ser la primera opción para tener en cuenta por parte de los empresarios del sector que deseen llevar sus productos a mercados internacionales, esto asegurará la disminución de errores en las primeras negociaciones, permitirá conocer las herramientas que pueden dar ventajas competitivas a sus productos y guiaran a los emprendedores hacia una diversificación de mercados.
- Las instituciones públicas, deberían incrementar políticas de socialización y transparencia con respecto a los incentivos que contribuyen al fomento de las exportaciones, porque no sirve de nada crear instrumentos que sean poco conocidos y que la ciudadanía crea no existen. Es importante recordar que las exportaciones benefician no sólo a las empresas, sino que permite el desarrollo de todo un país con lo que se mejora la calidad de vida de las personas y permite que el Ecuador sea reconocido a nivel internacional por vender productos de calidad.

- Los empresarios deben recordar que la información les da poder, que conocer el mercado al cual quieren llegar les permite aplicar estrategias direccionadas y acertadas, crear productos con tendencias culturales del lugar destino; y, sobre todo conocer la normativa y las formas de aprovecharlas no solo les disminuye el cometimiento de errores y la optimización de tiempo sino también les da la posibilidad de ahorrar recursos monetarios y competitividad, por lo que debería ser una prioridad estar a la vanguardia del dinamismo comercial y actualizar constantemente sus conocimientos.
- Es necesario que desde el Gobierno central se incrementen políticas de promoción para las exportaciones de sectores no tradicionales como es el caso de la industria textil, que a pesar de no tener una participación mayor en las cifras de las exportaciones generales, benefician y dinamizan la economía de todo un sector y aportan con el mejoramiento de la calidad de vida de las familias que integran la cadena productiva.
- Es importante recordar la relevancia de trabajar bajo un modelo productivo en función de la asociatividad, donde las empresas recurran a las instituciones de asesoría pública y permitan el acceso de la academia para trabajar en conjunto en la búsqueda de mercados nuevos y con el aprovechamiento de todas las herramientas que ofrece el entorno.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, A., e Iglesias, S. (2017). Sector externo, restricciones y crecimiento económico en Ecuador. *Problemas del Desarrollo*,191(48), 83-102.
- Arias, J. (2017) *Entidades de Apoyo para las exportaciones*. Recuperado de <http://entidadesdeapoyo.blogspot.com/2006/10/pitex.html#:~:text=la%20econom%C3%ADa%20nacional>.
- Armijos, Y., Ludeña, X., y Ramos, A. (2017). El rol de las exportaciones en el crecimiento: una comparación entre países primario-exportadores y manufacturero-exportadores. *Económica*,2(1), pp.66-74.
- Buendía Rice, Edgar Alejandro (2013). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. *Análisis Económico*, XXVIII (69),55-78. [fecha de Consulta 10 de septiembre de 2020]. ISSN: 0185-3937. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=413/41331033004>
- Bernal, C. (2016). Metodología de la investigación (cuarta edición). Colombia: Pearson Educación
- Cañarte, A., (2017). *Mejoras en las definiciones y aplicaciones de las reglas de origen dentro de los Acuerdos Comerciales suscritos por el Ecuador en el marco de la ALADI y la CAN*. (Revista Electrónica Universidad de Guayaquil) Universidad de Guayaquil. Ecuador, Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/21613>
- Centro de Comercio Internacional. (2009). *Centro de Comercio Internacional*. Obtenido de Centro de Comercio Internacional: <http://www.intracen.org/itc/apoyo-al-comercio/disenio-de-la-estrategia-de-exportacion/>
- CEPAL, L. (2014). Integración regional hacia una estrategia de cadenas de valor inclusivas. En L. CEPAL, *Integración regional hacia una estrategia de cadenas de valor inclusivas*. (pág. 7). Santiago de Chile : CEPAL.
- Correa, F., y Correa, A. (2016). *Las reglas de origen y el aprovechamiento de las preferencias arancelarias en el marco de los acuerdos de la ALADI*. Montevideo, Uruguay.
- Dirección Nacional de Aduanas. (2018). *Régimen de Origen*. Recuperado de <https://www.aduanas.gub.uy/innovaportal/v/2754/8/innova.front/regimen-de-origen.html>
- Domínguez, M., (2018). *Dialéctica del origen, despliegue y climaterio del régimen internacional de la ayuda*. (Revista de Economía Crítica). Universidad de Cantabria, España. Recuperado de <https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/15448>
- Espinoza, C., y Sorhegui, R. (2016). Análisis del sector textil ecuatoriano 2009-2013. *Ecociencia*,3(4), pp.1-28.
- Fanjul, E. (2017). *Iberglobal*. Obtenido de Iberglobal: <http://iberglobal.com>
- García, P. (2014). *Reglas de Origen*. Recuperado de http://www.sice.oas.org/Trade/ECU_GTM/Anexo_14_1_s.pdf
- Gonzales, S. (2016). *Programa de Empresas Altamente Exportadoras, ALTEX*. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/43194>

- Hernández, R. (2014). ¿Qué características posee el enfoque. En R. H. Sampieri, *Metodología de la Investigación* (pág. 4). México D.F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Iziam, M. (2004). Normas de origen y facilitación del comercio en América Latina. *Comercio Exterior*,54(5), pp.444-455.
- López, J. (2008). Las normas de origen para las mercancías en el sistema GATT-OMC. *Información Comercial Española*,842, pp. 163-180.
- Malamud, A. (2016) *Conceptos, teorías y debates sobre la integración regional*. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/namerica/v6n2/v6n2a8.pdf>
- Mafla y Bernate, M., (2015). *La acumulación de origen como flexibilización de las reglas de origen tradicionales*. Recuperado de http://www.icdt.co/publicaciones/revistas/revista74/Articulo15/PUB_ICDT_ART_M AFLAJoseFrancisco,BERNATEJuanCamilo_Laacumulaciondeorigencomoflexibilizaciondelasreglasdeorigentradicionales_RevistaICDT74_Bogota_16.pdf
- Maldonado, J., (2020). *Retrospectiva del impacto económico en las negociaciones internacionales del Ecuador y la Alianza del Pacífico*. Recuperado de <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/180>
- Ron, B., (2015). *Utilización de normas de contabilidad en el Ecuador*. (Observatorio de la Economía Latinoamericana, Servicios Académicos Intercontinentales SL). Recuperado de <https://ideas.repec.org/a/erv/observ/y2015i20714.html>
- Maldonado Narváez, Marlon Iván *Las reglas de origen en los tratados de libre comercio*. Revista de Derecho [en línea]. 2014, (41), 32-50[fecha de Consulta 17 de Febrero de 2021]. ISSN: 0121-8697. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85131029002>
- Martínez, P. (2007). Influencia de la promoción de exportaciones en el proceso del desarrollo exportador de las Pymes. *División de ciencias administrativas de la universidad del Norte*, pp.1-57.
- Menéndez, S. (2014) *Las reglas de origen, criterios para determinar el origen de un producto*. Recuperado de <https://www.diariodelexportador.com/2018/05/las-reglas-de-origen-criterios-para.html>
- Ministerio de Economía y Finanzas, E. (2018). *Régimen de Origen en Ecuador*. Recuperado de <https://www.gob.ec/mef>
- Mulder, A. (2017) *La Globalización*. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/43194>
- Organización Mundial del Comercio (OMC). (2014). *OMC*. Obtenido de www.wto.org
- Organización Mundial Del Comercio, (2015). *Información técnica sobre las normas de origen*. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/roi_s/roi_info_s.htm#:~:text=Las%20normas%20de%20origen%20son,origen%20de%20los%20productos%20importados.

- Palacios., y Saavedra, M. (2017). El análisis de la competitividad de la industria manufacturera de exportación en México. *Tendencias*. XVII (2), pp.13-26.
- Pomareda, J., (2019). *La Asociatividad Como Estrategia Para El Desarrollo De Una Oferta Exportable Para La Producción De Lechuga En La Cooperativa Boza Del Distrito De Aucallama En Huaral, Periodo 2018* (Revista Económica de Negocios internacionales). Escuela Profesional De Negocios Internacionales, Perú. Recuperado de http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5455/allende_rba.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quiroga, E. (2014) *Industria y Comercio* Recuperado de <http://www.2016-2020.economia.gob.ec/comunidad-negocios/industria-y-comercio/instrumentos-de-comercio-exterior/ecex#:~:text=Definici%C3%B3n%3A,de%20la%20banca%20de%20desarrollo.>
- Rodríguez, M. (2018) *La innovación exportadora en las pequeñas y medianas empresas: programas de apoyo y financiamiento en América Latina*. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/43194>
- Saez, S. (2015). El papel de los acuerdos comerciales en el comercio. *La CEPAL* .
- Sampieri, R. H. (2014). ¿Qué características posee el enfoque. En R. H. Sampieri, *Metodología de la Investigación* (pág. 4). México D.F: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Siveira, M. d. (2006). Las reglas de origen como herramientas estrategicas para el acceso a los mercados en los Acuerdos de Libre Comercio. *ALADI*, 7.
- Sistema De Información Sobre Comercio Exterior (2018). *Acuerdos comerciales en Vigor*. Recuperado de http://www.sice.oas.org/agreements_s.asp
- Solano F., Pedraza S., (2017). *Análisis De Ventajas Y Desventajas Del Operador Económico Autorizado*. (Revista Económica Universidad Nacional). Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ceconomia>

VII. ANEXOS

7.1 Anexo 1 Matriz de empresas exportadoras de productos textiles manufacturados de Carchi e Imbabura.

Razón Social	RUC	Provincia
Aldas Gavilanes Edgar Xavier	1001831856001	Imbabura
Almeida Iglesias Henry Marcelo	0400966339001	Carchi
Arias Ascanta María Estela	1001952447001	Imbabura
Burga Perugachi María Luisa	1002251062001	Imbabura
Cabascango Guajan José Rafael	1002016994001	Imbabura
Cáceres Maigua Joaquín	1002123683001	Imbabura
Cachiguango Chiza Ana Lucia	1002427134001	Imbabura
Campo Lema Blanca Marina	1002036760001	Imbabura
Campo Lema Luz María	1001484987001	Imbabura
Camuendo Camuendo Esthela María	1002273934001	Imbabura
Camuendo Morales Antonio	1001812450001	Imbabura
Cando Camuendo José Manuel	1000419273001	Imbabura
Cando Morales María	1002036828001	Imbabura
Carrera Guzmán Jeanine Genoveva	1002348652001	Imbabura
Castañeda Cachiguango Cesar	1002222816001	Imbabura
Castañeda Cachiguango Rosa Elena	1002401899001	Imbabura
Castañeda Camuendo José Antonio	1001087525001	Imbabura
Chávez Realpe María José	1003685201001	Imbabura
Checa Tamayo Sairi Andrés	1003783113001	Imbabura
Conejo Arias María Luzmila	1002341996001	Imbabura
Cornejo Salazar Andy Israel	1003615299001	Imbabura
Cortez Ramos Elvira	1002317236001	Imbabura
Cotacachi Males Luzmila	1001179413001	Imbabura
Cuaspud Buitrago Rosa Marlene	0400971214001	Carchi
Dávila Cevallos Wilson Patricio	1001596004001	Imbabura
De La Torre Cáceres Alberto	1001257573001	Imbabura
De La Torre Ipiates Luis Alberto	1000211308001	Imbabura
Espinosa Calderón Carlos Alfredo	1001266723001	Imbabura
Estévez Chandi Jacqueline Del Rocio	1002866950001	Imbabura

Flores Diaz Nelly Del Carmen	1002385407001	Imbabura
Flores Quinatoa Nina Mercedes	1002996153001	Imbabura
Goyes Burbano Ana María	0401316187001	Carchi
Guajan Males Julio Enrique	1002131058001	Imbabura
Gualsaqui Panamá Fredy Fernando	1002882346001	Imbabura
Gualsaqui Panamá Yesenia Maribel	1003674510001	Imbabura
Guevara Calderón Rosa Matilde	1001584257001	Imbabura
Importadora Exportadora Sin Fronteras S. A. Sinfroimex	0491506911001	Carchi
Lanchimba Almagor Cesar Elías	1002388666001	Imbabura
Lechon Camuendo Alfonso	1001568136001	Imbabura
Lema Amaguaña José Franklin	1002635561001	Imbabura
Lema Gramal Danny Tomas Humberto	1003128863001	Imbabura
Lema Lema Francisco Alegre	1000863066001	Imbabura
Lema Lema María Graciela	1002145868001	Imbabura
Lema Pineda José	1000855344001	Imbabura
Maigua Cachiguango Edwin Fernando	1002687281001	Imbabura
Maigua Muenala María Sebastiana	1001891652001	Imbabura
Males Lema José	1001673522001	Imbabura
Males Maldonado Lucila	1003345509001	Imbabura
Males Yamberla Blanca Mercedes	1003225230001	Imbabura
Malquin Benítez Mónica Alexandra	0401603311001	Carchi
Matango Guajan José Julián	1002948832001	Imbabura
Maygua Picuasi Rosa Elena	1001881141001	Imbabura
Montenegro García Raúl Orlando	0401199161001	Carchi
Morales Maldonado Luis Laurentino	1001000924001	Imbabura
Moreta Campo Lourdes Sofia	1003047899001	Imbabura
Moreta Maldonado José Francisco	1001858792001	Imbabura
Moreta Saransig Luis Fabian	1002565503001	Imbabura
Morocho Peñafiel Myrian Patricia	1001676723001	Imbabura
Narvárez Moreno Cristina Lisbeth	0401643796001	Carchi
Ortiz Cardona Patricia	1002622213001	Imbabura
Ortiz Pineda Jorge Patricio	1001691078001	Imbabura

Oyagata Tuquerres Cesar Manuel	1001977618001	Imbabura
Paillocho Martínez Wilmer Wladimir	1001823036001	Imbabura
Perugachi Perugachi Tarquino	1001638996001	Imbabura
Picuasi Conteron Luis Ernesto	1002391793001	Imbabura
Pineda Cordova José Manuel	1003266556001	Imbabura
Pinto Echeverria Mishelle Graciela	1003281571001	Imbabura
Potosí Casta??Eda José	1002035754001	Imbabura
Potosí Males Luis Tarquino	1002878336001	Imbabura
Pozo Ordoñez William Hernán	0400875878001	Carchi
Quilumbango Cumbal María Isabel	1001814761001	Imbabura
Quinchiguango Yamberla José	1001929502001	Imbabura
Ramírez Acosta Doris Yolanda	0401805205001	Carchi
Recalde Andrade María Gardenia	1000700276001	Imbabura
Revelo Gandara Ana Del Roció	1001882339001	Imbabura
Rodríguez Yépez Behty Marcela	1002834271001	Imbabura
Román Terreros Teresa Del Carmen	1002037891001	Imbabura
Rosero Almeida José Miguel	1002046157001	Imbabura
Rosero Espinosa Edison Fernando	0401051750001	Carchi
Ruiz Arrayan Bairo Alexander	1003539952001	Imbabura
Salazar Cabascango María Clementina	1001410214001	Imbabura
Santacruz Tamayo Juan Carlos	1003571286001	Imbabura
Santellan Morales Luis Roberto	1002366969001	Imbabura
Santillán Males Diego	1003367933001	Imbabura
Santillán Males Luis Alberto	1002102240001	Imbabura
Santillán Muenala Carlos Laurentino	1000586089001	Imbabura
Santillán Santillán Luis Humberto	1001079837001	Imbabura
Sarauz Anicete Maura Magdalena	1003270368001	Imbabura
Segovia Chiza José Rafael	1001820065001	Imbabura
Sichel González Jhon Fernando	1001646817001	Imbabura
Tamayo Tuquerres Edison David	1004099972001	Imbabura
Tapia Quinteros Christian Iván	1002537411001	Imbabura
Tituana Morales Rebeca	1002675377001	Imbabura

Torres Torres Clever Raúl	1001995164001	Imbabura
Vallejo Ayala Yolanda Elizabeth	0400878047001	Carchi
Vásconez Perugachi Patricio José	1002489746001	Imbabura
Velasco Viniachi Catherine Soledad	1004374730001	Imbabura
Velasco Yaselga Darwin Patricio	1002153359001	Imbabura
Vinueza Yamberla Jaime Oswaldo	1002664330001	Imbabura
Viñachi Leonardo Javier	1002730297001	Imbabura
Yamberla De La Torre Miryan Rocio	1003970785001	Imbabura
Yamberla Quinchiguango Luis Cesar	1003465778001	Imbabura

Fuente: Cobus Group, Base de Datos 2015, 2016, 2017, 2018, 2019.

La tabla que se presenta anteriormente contiene un directorio de las empresas que realizan exportaciones de productos textiles manufacturados de los capítulos 61,62 y 63 del arancel general y cuyos destinos hayan sido los países miembros de ALADI, (Argentina, Colombia, Chile, Cuba, México, Paraguay, Perú, Panamá, Uruguay, Venezuela). Las cuales representan la población bajo la que se trabajará la presente investigación, es prudente resaltar que dichas empresas pertenecen a las provincias de Carchi e Imbabura y se han seleccionado de un análisis histórico del periodo 2015- 2019.

7.2 Anexo 2 entrevista Cámara de la Pequeña Industria del Carchi



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



GUÍA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA	
Objetivo	Analizar la aplicación de las normas de origen de ALADI y su contribución en el fomento a las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona I.
Instrucciones	La presente entrevista pretende obtener información de primera mano por lo cual solicito muy comedidamente responder el siguiente cuestionario de manera objetiva, la información recabada tiene fines exclusivamente académicos, por lo tanto, se guardará absoluta confidencialidad y será compartida con los entrevistados al final del trabajo de investigación.
Entrevistador	María Gema Muñoz Romero

DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Jorge Clavijo.
Institución	Cámara Pequeña Industria.
Cargo	Secretario Ejecutivo.
Fecha	2021-02-01.

FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Subtema: Iniciativas

Indicador: Cantidad de oferta exportable de pequeños productores (ECEX)

- ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de los productos textiles manufacturados de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes

Las características para que los productos textiles hayan tenido gran aceptación en mercados internacionales es el mejoramiento de las buenas prácticas manufactureras BPM, competitividad, calidad del producto.

- ¿Cuáles son las marcas más comercializadas de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes

Las mercancías más comercializadas son:

- Ropa de Cama - Mantos, sábanas, edredones etc.
- Deportiva - Medias casuales de hombre, Mujer y niños en algodón, lana, acrílico etc.
- Prendas de vestir - Sacos - chaquetas, basos, etc.
- Sombreros de paja toquilla.

Subtema: Políticas gubernamentales de apoyo

Indicador: Políticas implementadas por el gobierno a favor de la industria manufacturera textil

3. ¿Ha realizado o solicitado tramites de devolución de tributos por concepto de exportaciones a los organismos correspondientes en favor de su empresa?

Apuntes

Cada empresa está en la potestad de realizar sus propios tramites de acogerse a la devolución de sus tributos y obtener los beneficios legales.

4. ¿Cuáles son los incentivos que aplica el gobierno para fomentar las exportaciones de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Muy poco ha fomentado el gobierno para que las empresas exporten sus productos manufacturados a otros países. Esto es por los acuerdos comerciales firmados.

Subtema: Inversión

Indicador: Porcentaje del financiamiento de empresas del sector textil manufacturero de la Zona 1

5. ¿Cuántas veces ha recurrido al endeudamiento para el cumplimiento de cupos a fin de exportar sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Cada empresa ha resistido económicamente por cuenta propia para producir sus productos, en otras ocasiones han tenido que endeudarse con financieros privados, ya que los Públicos poco o nada han realizado sus prestaciones.

NORMAS DE ORIGEN DE ALADI

Subtema: Comercial

Indicador: Porcentaje de pertinencia de las normas de origen con relación a la exportación de productos textiles manufacturados de la Zona 1

6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de aplicar las normas de origen en la comercialización internacional de los productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Todos los acuerdos comerciales suscritos presentan sus ventajas y desventajas, con productos que pueden ingresar a sus territorios, y otros que tienen restricciones para su importación, para eso se aplica las Normas de Origen.

7. ¿Qué estrategias comerciales aplica para la exportación de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Cada Empresa, cada productor realizará sus propias estrategias para que sus productos manufacturados puedan ser exportados y no puedan ser rechazados por el país importador.

8. ¿Los procesos para acreditar origen de sus productos textiles manufacturados son de fácil o difícil acceso?

Apuntes

Todos los productos que acrediten Origen están puytas a disposición del país importados y así puedan ingresar con facilidad.

9. ¿Qué instrumentos de política comercial dificultan el proceso de comercialización internacional de sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Cada país, al momento de suscribir el acuerdo Comercial impondrá si la creyere conveniente sus restricciones al ingreso de diversos productos a su territorio.

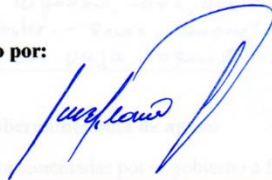
10. ¿Que sugerencias les daría usted a pequeños emprendedores que inician en la industria textil manufacturera y desean comercializar en mercados internacionales?

Apuntes

Que realizen productos de calidad con el fin de que puedan competir con los que tiene el país importador.

Muchas gracias por su gentil colaboración!

Instrumento Validado por:



Observaciones:

7.3 Anexo 3 entrevista Procuador- Plataforma Gubernamental Financiera



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



GUÍA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA	
Objetivo	Analizar la aplicación de las normas de origen de ALADI y su contribución en el fomento a las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1.
Instrucciones	La presente entrevista pretende obtener información de primera mano por lo cual solicito muy comedidamente responder el siguiente cuestionario de manera objetiva, la información recabada tiene fines exclusivamente académicos, por lo tanto, se guardará absoluta confidencialidad y será compartida con los entrevistados al final del trabajo de investigación.
Entrevistador	María Gema Muñoz Romero

DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Narcisca Farinango Zila
Institución	Procuador - Plataforma Gubernamental Financiera
Cargo	Especialista de capacitaciones y asesoría al exportador.
Fecha	08/02/2024

FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Subtema: Iniciativas

Indicador: Cantidad de oferta exportable de pequeños productores (ECEX)

1. ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de los productos textiles manufacturados de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes
El sector confección textil posee algunas ventajas que han permitido llevar sus productos a mercados internacionales, pero sin duda los que más destacan son la calidad y la tendencia cultural con respecto al diseño.

2. ¿Cuáles son las marcas más comercializadas de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes
Esta pregunta es directamente para los empresarios, pero aquí dependerá de la zona, aunque se reconoce la participación de la provincia de Sumbabura, con sus artesanos.

Subtema: Políticas gubernamentales de apoyo

Indicador: Políticas implementadas por el gobierno a favor de la industria manufacturera textil

3. ¿Ha realizado o solicitado tramites de devolución de tributos por concepto de exportaciones a los organismos correspondientes en favor de su empresa?

Apuntes

En este sentido la devolución de tributos se podría realizar únicamente bajo el régimen 21, cuando los empresarios traen insumos o materias primas para la confección de productos que luego van a ser exportados.

4. ¿Cuáles son los incentivos que aplica el gobierno para fomentar las exportaciones de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Por el momento el único incentivo que hay, es la devolución del IVA siempre que el empresario realice la solicitud.

Subtema: Inversión

Indicador: Porcentaje del financiamiento de empresas del sector textil manufacturero de la Zona 1

5. ¿Cuántas veces ha recurrido al endeudamiento para el cumplimiento de cupos a fin de exportar sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

En su mayoría las pequeñas empresas recurren al endeudamiento aquí se presenta una mayor acogida por parte de las financieras privadas, pues sus requisitos son más fáciles de cumplir y los tiempos para el desembolso del dinero tarda menos tiempo.

NORMAS DE ORIGEN DE ALADI

Subtema: Comercial

Indicador: Porcentaje de pertinencia de las normas de origen con relación a la exportación de productos textiles manufacturados de la Zona 1

6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de aplicar las normas de origen en la comercialización internacional de los productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Las ventajas están emmarcadas con la obtención de preferencias arancelarias, sin embargo una desventaja - debilidad es la dificultad de acreditar origen porque no se lleva un adecuado control de los componentes que contiene cada producto.

7. ¿Qué estrategias comerciales aplica para la exportación de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Tendencia y diseño.

8. ¿Los procesos para acreditar origen de sus productos textiles manufacturados son de fácil o difícil acceso?

Apuntes

Las empresas deben contar con conocimientos, porque no es fácil se necesita de procesos técnicos que muchas veces no pueden ser cumplidos.

9. ¿Qué instrumentos de política comercial dificultan el proceso de comercialización internacional de sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Las barreras comerciales están vinculadas con la protección de la industria nacional.

10. ¿Que sugerencias les daría usted a pequeños emprendedores que inician en la industria textil manufacturera y desean comercializar en mercados internacionales?

Apuntes

Estas van a depender del producto a exportar y la mayor recomendación será siempre buscar asesoría para reducir errores en los procesos de comercialización.

Muchas gracias por su gentil colaboración!

Instrumento Validado por:



Observaciones:

7.4 Anexo 4 entrevista Witex S.A.S



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



GUÍA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA	
Objetivo	Analizar la aplicación de las normas de origen de ALADI y su contribución en el fomento a las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1.
Instrucciones	La presente entrevista pretende obtener información de primera mano por lo cual solicito muy comedidamente responder el siguiente cuestionario de manera objetiva, la información recabada tiene fines exclusivamente académicos, por lo tanto, se guardará absoluta confidencialidad y será compartida con los entrevistados al final del trabajo de investigación.
Entrevistador	María Gema Muñoz Romero

DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	William Pozo
Institución	Pozo Ordóñez William Pozo / Witex S.A.S.
Cargo	Gerente Propietario
Fecha	02/02/2021

FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Subtema: Iniciativas

Indicador: Cantidad de oferta exportable de pequeños productores (ECEX)

1. ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de los productos textiles manufacturados de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes

La calidad de confección, priorización de gastos, búsqueda de precios competitivos.

2. ¿Cuáles son las marcas más comercializadas de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes

WITEX

Subtema: Políticas gubernamentales de apoyo

Indicador: Políticas implementadas por el gobierno a favor de la industria manufacturera textil

3. ¿Ha realizado o solicitado tramites de devolución de tributos por concepto de exportaciones a los organismos correspondientes en favor de su empresa?

Apuntes

Por esta empresa no aplica por estar en situación de maquila

4. ¿Cuáles son los incentivos que aplica el gobierno para fomentar las exportaciones de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Bajo el Régimen de admisión temporal se exceptúan el pago de tributos

Subtema: Inversión

Indicador: Porcentaje del financiamiento de empresas del sector textil manufacturero de la Zona 1

5. ¿Cuántas veces ha recurrido al endeudamiento para el cumplimiento de cupos a fin de exportar sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Siempre hemos recurrido a buscar capitales frescos, en su mayoría recurrimos a financieras públicas por las tasas de interés bajas.

NORMAS DE ORIGEN DE ALADI

Subtema: Comercial

Indicador: Porcentaje de pertinencia de las normas de origen con relación a la exportación de productos textiles manufacturados de la Zona 1

6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de aplicar las normas de origen en la comercialización internacional de los productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Resulta conveniente se puede hacer insumos de países CAN y no pagamos tributos.
No identifico desventajas.

7. ¿Qué estrategias comerciales aplica para la exportación de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Si se trabaja con insumos de CAN es fácil obtener certificado de origen, se complica cuando estos provienen de China, por los porcentajes que se deben cumplir.

8. ¿Los procesos para acreditar origen de sus productos textiles manufacturados son de fácil o difícil acceso?

Apuntes

Cambiar los modelos tradicionales, ser hábiles, aprovechar las herramientas tecnológicas y sobre todo cumplir con los acuerdos planteados.

9. ¿Qué instrumentos de política comercial dificultan el proceso de comercialización internacional de sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

El cambio constante de políticas provenientes desde el Estado, la inestabilidad política, trabas en la documentación.

10. ¿Que sugerencias les daría usted a pequeños emprendedores que inician en la industria textil manufacturera y desean comercializar en mercados internacionales?

Apuntes

No dejar caer sus sueños, buscar fuente de inversión de capitales frescos, asesoría y siempre buscar la forma de sacar los productos a mercados internacionales.

Muchas gracias por su gentil colaboración!

Instrumento Validado por:



Observaciones: _____

7.5 Anexo 5 entrevista Gartex



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



GUÍA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA	
Objetivo	Analizar la aplicación de las normas de origen de ALADI y su contribución en el fomento a las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1.
Instrucciones	La presente entrevista pretende obtener información de primera mano por lo cual solicito muy comedidamente responder el siguiente cuestionario de manera objetiva, la información recabada tiene fines exclusivamente académicos, por lo tanto, se guardará absoluta confidencialidad y será compartida con los entrevistados al final del trabajo de investigación.
Entrevistador	María Gema Muñoz Romero

DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Gardenia Fernanda Aguirre Recalde
Institución	Recalde Andrade Maria Gardenia / Gartex
Cargo	Gerente
Fecha	03/02/2021

FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Subtema: Iniciativas

Indicador: Cantidad de oferta exportable de pequeños productores (ECEX)

1. ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de los productos textiles manufacturados de su empresa en mercados internacionales?

<p>Apuntes</p> <p>Calidad y precio</p>

2. ¿Cuáles son las marcas más comercializadas de su empresa en mercados internacionales?

<p>Apuntes</p> <p>Con el nombre comercial Gardenia</p>

Subtema: Políticas gubernamentales de apoyo

Indicador: Políticas implementadas por el gobierno a favor de la industria manufacturera textil

3. ¿Ha realizado o solicitado tramites de devolución de tributos por concepto de exportaciones a los organismos correspondientes en favor de su empresa?

Apuntes

Si hemos solicitado pero siempre es complicado y demanda mucho tiempo por lo que preferimos no solicitar devolución.

4. ¿Cuáles son los incentivos que aplica el gobierno para fomentar las exportaciones de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

No hay incentivos es únicamente esfuerzo propio y de la empresa privada.

Subtema: Inversión

Indicador: Porcentaje del financiamiento de empresas del sector textil manufacturero de la Zona 1

5. ¿Cuántas veces ha recurrido al endeudamiento para el cumplimiento de cupos a fin de exportar sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Permanenteemente solicitamos créditos en el Banco del Pacífico y la Corporación Financiera Nacional.

NORMAS DE ORIGEN DE ALADI

Subtema: Comercial

Indicador: Porcentaje de pertinencia de las normas de origen con relación a la exportación de productos textiles manufacturados de la Zona 1

6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de aplicar las normas de origen en la comercialización internacional de los productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Desconocemos la normativa, pero sabemos que sirve para obtener el certificado de origen.

7. ¿Qué estrategias comerciales aplica para la exportación de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Ventas directas con importadores locales.

8. ¿Los procesos para acreditar origen de sus productos textiles manufacturados son de fácil o difícil acceso?

Apuntes

Tratamos de cumplir con los porcentajes para no perder la certificación.

9. ¿Qué instrumentos de política comercial dificultan el proceso de comercialización internacional de sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Políticas que aplica Colombia al hacer control de las mercancías.

10. ¿Que sugerencias le daría usted a pequeños emprendedores que inician en la industria textil manufacturera y desean comercializar en mercados internacionales?

Apuntes

Que los emprendedores apliquen siempre calidad en los procesos porque si no lo hacen se desprestigia toda la industria.

Muchas gracias por su gentil colaboración!

Instrumento Validado por:



Observaciones:

7.6 Anexo 6 entrevista RIZZOCOLOR



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



GUÍA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA

Objetivo	Analizar la aplicación de las normas de origen de ALADI y su contribución en el fomento a las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1.
Instrucciones	La presente entrevista pretende obtener información de primera mano por lo cual solicito muy comedidamente responder el siguiente cuestionario de manera objetiva, la información recabada tiene fines exclusivamente académicos, por lo tanto, se guardará absoluta confidencialidad y será compartida con los entrevistados al final del trabajo de investigación.
Entrevistador	María Gema Muñoz Romero

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre	Dolores Garcia.
Institución	Asistente Comercial / RIZZOCOLOR - Insuomos.
Cargo	Asistente Comercial
Fecha	03/02/2024

FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Subtema: Iniciativas

Indicador: Cantidad de oferta exportable de pequeños productores (ECEX)

1. ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de los productos textiles manufacturados de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes

La calidad del producto, aunque exista competencia china.

2. ¿Cuáles son las marcas más comercializadas de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes

RIZZOCOLOR → Materias Primas
 Insuomos.

Subtema: Políticas gubernamentales de apoyo

Indicador: Políticas implementadas por el gobierno a favor de la industria manufacturera textil

3. ¿Ha realizado o solicitado tramites de devolución de tributos por concepto de exportaciones a los organismos correspondientes en favor de su empresa?

Apuntes

No, porque somos vendedores de materia prima e insumos.

4. ¿Cuáles son los incentivos que aplica el gobierno para fomentar las exportaciones de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Para nuestro sector son inexistentes.

Subtema: Inversión

Indicador: Porcentaje del financiamiento de empresas del sector textil manufacturero de la Zona 1

5. ¿Cuántas veces ha recurrido al endeudamiento para el cumplimiento de cupos a fin de exportar sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Dependerá exclusivamente de los requerimientos de cada empresa.

NORMAS DE ORIGEN DE ALADI

Subtema: Comercial

Indicador: Porcentaje de pertinencia de las normas de origen con relación a la exportación de productos textiles manufacturados de la Zona 1

6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de aplicar las normas de origen en la comercialización internacional de los productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

El certificado de origen permite que se disminuyan el cobro de impuestos por la importación de insumos.

7. ¿Qué estrategias comerciales aplica para la exportación de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

La estrategia interna es con los insumos de calidad.

8. ¿Los procesos para acreditar origen de sus productos textiles manufacturados son de fácil o difícil acceso?

Apuntes

Solicitamos que el exportador nos envíe los el certificado de origen.

9. ¿Qué instrumentos de política comercial dificultan el proceso de comercialización internacional de sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

tener salida autorizada por parte de aduana.

10. ¿Que sugerencias les daría usted a pequeños emprendedores que inician en la industria textil manufacturera y desean comercializar en mercados internacionales?

Apuntes

Preferir telas e insumos producidos en el Ecuador.

Muchas gracias por su gentil colaboración!

Instrumento Validado por:

RIZZOCOLOR

Dolores P. de Jiménez

Observaciones:

7.7 Anexo 7 entrevista Ministerio de Producción Comercio Exterior, Inversiones y Pesca



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



GUÍA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA	
Objetivo	Analizar la aplicación de las normas de origen de ALADI y su contribución en el fomento a las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1.
Instrucciones	La presente entrevista pretende obtener información de primera mano por lo cual solicito muy comedidamente responder el siguiente cuestionario de manera objetiva, la información recabada tiene fines exclusivamente académicos, por lo tanto, se guardará absoluta confidencialidad y será compartida con los entrevistados al final del trabajo de investigación.
Entrevistador	María Gema Muñoz Romero

DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Hiviana Hernández
Institución	Ministerio de Producción Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.
Cargo	Técnica en Dirección de Origen.
Fecha	08/02/2021.

FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Subtema: Iniciativas

Indicador: Cantidad de oferta exportable de pequeños productores (ECEX)

1. ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de los productos textiles manufacturados de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes Precio y calidad del producto ecuatoriano.
--

2. ¿Cuáles son las marcas más comercializadas de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes Las que figuran en el nombre comercial de cada empresa.

Subtema: Políticas gubernamentales de apoyo

Indicador: Políticas implementadas por el gobierno a favor de la industria manufacturera textil

3. ¿Ha realizado o solicitado tramites de devolución de tributos por concepto de exportaciones a los organismos correspondientes en favor de su empresa?

Apuntes

La normativa da apertura para la solicitud de devolución de tributos; la información es de libre acceso.

4. ¿Cuáles son los incentivos que aplica el gobierno para fomentar las exportaciones de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Información de fácil acceso y asesoría de instituciones públicas sin costo alguno.

Subtema: Inversión

Indicador: Porcentaje del financiamiento de empresas del sector textil manufacturero de la Zona 1

5. ¿Cuántas veces ha recurrido al endeudamiento para el cumplimiento de cupos a fin de exportar sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Las financieras públicas siempre están prestas a dar financiamiento productivo siempre que se cumplan los requisitos y se justifique el uso del capital.

NORMAS DE ORIGEN DE ALADI

Subtema: Comercial

Indicador: Porcentaje de pertinencia de las normas de origen con relación a la exportación de productos textiles manufacturados de la Zona 1

6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de aplicar las normas de origen en la comercialización internacional de los productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Los beneficios es que el consignatario general se evita de pagar aranceles, no hay desventajas en este caso.

7. ¿Qué estrategias comerciales aplica para la exportación de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Las estrategias dependen de las empresas y los productos que ofrece cada una de ellas.

8. ¿Los procesos para acreditar origen de sus productos textiles manufacturados son de fácil o difícil acceso?

Apuntes

Son relativamente fácil, es necesario adjuntar la documentación requerida únicamente al ser productos nuevos se realiza una visita técnica para corroborar los criterios de origen.

9. ¿Qué instrumentos de política comercial dificultan el proceso de comercialización internacional de sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Están asociadas con las medidas que aplique cada país según el mercado al cual se quiera llevar los productos.

10. ¿Que sugerencias les daría usted a pequeños emprendedores que inician en la industria textil manufacturera y desean comercializar en mercados internacionales?

Apuntes

Aplicar a los beneficios que da el gobierno, que no tengan miedo de solicitar algún certificado porque incluso se cuenta con manuales que dan el paso a paso para solicitar cada trámite.

Muchas gracias por su gentil colaboración!

Instrumento Validado por:

Observaciones:

María Fernanda



7.8 Anexo 8 entrevista empresa Lema Gramal



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



GUÍA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA	
Objetivo	Analizar la aplicación de las normas de origen de ALADI y su contribución en el fomento a las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1.
Instrucciones	La presente entrevista pretende obtener información de primera mano por lo cual solicito muy comedidamente responder el siguiente cuestionario de manera objetiva, la información recabada tiene fines exclusivamente académicos, por lo tanto, se guardará absoluta confidencialidad y será compartida con los entrevistados al final del trabajo de investigación.
Entrevistador	María Gema Muñoz Romero

DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Blanca Velazquez
Institución	Lema Gramal Danny Tomas Humberto
Cargo	Gerente Propietario
Fecha	03/02/2021

FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Subtema: Iniciativas

Indicador: Cantidad de oferta exportable de pequeños productores (ECEX)

- ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de los productos textiles manufacturados de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes

La calidad de los productos

- ¿Cuáles son las marcas más comercializadas de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes

Producto sabe sin marca.

Subtema: Políticas gubernamentales de apoyo

Indicador: Políticas implementadas por el gobierno a favor de la industria manufacturera textil

3. ¿Ha realizado o solicitado tramites de devolución de tributos por concepto de exportaciones a los organismos correspondientes en favor de su empresa?

Apuntes

No hemos solicitado, no contamos con personal para que esté atrás de estos trámites.

4. ¿Cuáles son los incentivos que aplica el gobierno para fomentar las exportaciones de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Si hay, pero muchas veces no sabemos a quien recurrir para solicitar asesoría.

Subtema: Inversión

Indicador: Porcentaje del financiamiento de empresas del sector textil manufacturero de la Zona 1

5. ¿Cuántas veces ha recurrido al endeudamiento para el cumplimiento de cupos a fin de exportar sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Solicitamos créditos a empresas privadas.

NORMAS DE ORIGEN DE ALADI

Subtema: Comercial

Indicador: Porcentaje de pertinencia de las normas de origen con relación a la exportación de productos textiles manufacturados de la Zona 1

6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de aplicar las normas de origen en la comercialización internacional de los productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Normas de origen no pero el certificado de origen nos piden los importadores.

7. ¿Qué estrategias comerciales aplica para la exportación de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Vender productos de calidad es lo que nos caracteriza.

8. ¿Los procesos para acreditar origen de sus productos textiles manufacturados son de fácil o difícil acceso?

Apuntes

El agente de aduana se encarga de estos procesos.

9. ¿Qué instrumentos de política comercial dificultan el proceso de comercialización internacional de sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Aparecen en Colombia cuando los documentos que tenga un error así sea mínimo.

10. ¿Que sugerencias les daría usted a pequeños emprendedores que inician en la industria textil manufacturera y desean comercializar en mercados internacionales?

Apuntes

Buscar asesoría para no perder los beneficios.

Muchas gracias por su gentil colaboración!

Instrumento Validado por:



Observaciones:

7.9 Anexo 9 entrevista empresa Carlex



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



GUÍA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA	
Objetivo	Analizar la aplicación de las normas de origen de ALADI y su contribución en el fomento a las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1.
Instrucciones	La presente entrevista pretende obtener información de primera mano por lo cual solicito muy comedidamente responder el siguiente cuestionario de manera objetiva, la información recabada tiene fines exclusivamente académicos, por lo tanto, se guardará absoluta confidencialidad y será compartida con los entrevistados al final del trabajo de investigación.
Entrevistador	Maria Gema Muñoz Romero

DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Ing. Carlos Espinoza
Institución	Carlex
Cargo	Gerente
Fecha	03/02/2021

FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Subtema: Iniciativas

Indicador: Cantidad de oferta exportable de pequeños productores (ECEX)

- ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de los productos textiles manufacturados de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes

Calidad y estilos de confección.

- ¿Cuáles son las marcas más comercializadas de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes

CARLEX

Subtema: Políticas gubernamentales de apoyo

Indicador: Políticas implementadas por el gobierno a favor de la industria manufacturera textil

3. ¿Ha realizado o solicitado tramites de devolución de tributos por concepto de exportaciones a los organismos correspondientes en favor de su empresa?

Apuntes

Los procesos son engorrosos.

4. ¿Cuáles son los incentivos que aplica el gobierno para fomentar las exportaciones de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Los incentivos están en papeles al solicitar todo es burocracia.

Subtema: Inversión

Indicador: Porcentaje del financiamiento de empresas del sector textil manufacturero de la Zona 1

5. ¿Cuántas veces ha recurrido al endeudamiento para el cumplimiento de cupos a fin de exportar sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Constantemente recurrimos al endeudamiento para cumplir con nuestros procesos.

NORMAS DE ORIGEN DE ALADI

Subtema: Comercial

Indicador: Porcentaje de pertinencia de las normas de origen con relación a la exportación de productos textiles manufacturados de la Zona 1

6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de aplicar las normas de origen en la comercialización internacional de los productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Reducción de tributos al importar materia prima.

7. ¿Qué estrategias comerciales aplica para la exportación de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Aprovechar al máximo la reputación con la que cuenta nuestra marca comercial sobre todo en el mercado interno.

8. ¿Los procesos para acreditar origen de sus productos textiles manufacturados son de fácil o difícil acceso?

Apuntes

Estos procesos lo lleva nuestro agente de aduana.

9. ¿Qué instrumentos de política comercial dificultan el proceso de comercialización internacional de sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Exigencia en documentación y etiquetado.

10. ¿Que sugerencias les daría usted a pequeños emprendedores que inician en la industria textil manufacturera y desean comercializar en mercados internacionales?

Apuntes

Constancia porque la industria es muy competitiva.

Muchas gracias por su gentil colaboración!

Instrumento Validado por:

Observaciones:

7.10 Anexo 10 entrevista Gobernador del Carchi-



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



GUÍA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA	
Objetivo	Analizar la aplicación de las normas de origen de ALADI y su contribución en el fomento a las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1.
Instrucciones	La presente entrevista pretende obtener información de primera mano por lo cual solicito cortésmente responder el siguiente cuestionario de manera objetiva, la información recabada tiene fines exclusivamente académicos, por lo tanto, se guardará absoluta confidencialidad y será compartida con los entrevistados al final del trabajo de investigación.
Entrevistador	María Gema Muñoz Romero

DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Ing. Oscar Ruano
Institución	Gobernación del Carchi
Cargo	Gobernador
Fecha	26/ Enero / 2021

FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Subtema: Iniciativas

Indicador: Cantidad de oferta exportable de pequeños productores (ECEX)

- ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de los productos textiles manufacturados de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes
Calidad del Producto Ecuatoriano Competitividad de precios.

- ¿Cuáles son las marcas más comercializadas de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes
Carchi e Zimbabua { Wilex. Cariles. Mecrisge

Subtema: Políticas gubernamentales de apoyo

Indicador: Políticas implementadas por el gobierno a favor de la industria manufacturera textil

7. ¿Qué estrategias comerciales aplica para la exportación de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Orientados a la necesidad de cada empresa

8. ¿Los procesos para acreditar origen de sus productos textiles manufacturados son de fácil o difícil acceso?

Apuntes

Son difíciles por la característica de los productos de origen textil y todos deben cumplir con los porcentajes.

9. ¿Qué instrumentos de política comercial dificultan el proceso de comercialización internacional de sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Orientados a políticas que establece cada gobierno a fin de proteger la industria nacional.

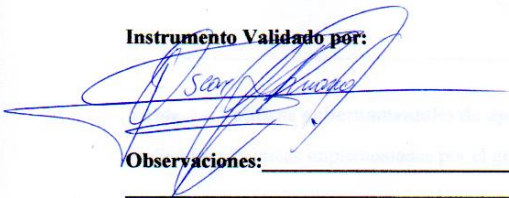
10. ¿Que sugerencias le daría usted a pequeños emprendedores que inician en la industria textil manufacturera y desean llevar sus productos a mercados internacionales?

Apuntes

Buscar asesoría especializada.

Muchas gracias por su gentil colaboración!

Instrumento Validado por:



 **PRO ECUADOR**
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIÓN
ZONA 1

Observaciones:

7.11 Anexo 11 entrevista Asociación de Industriales Textiles del Ecuador "AITE"



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



GUÍA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA	
Objetivo	Analizar la aplicación de las normas de origen de ALADI y su contribución en el fomento a las exportaciones de productos textiles manufacturados de la Zona 1.
Instrucciones	La presente entrevista pretende obtener información de primera mano por lo cual solicito muy comedidamente responder el siguiente cuestionario de manera objetiva, la información recabada tiene fines exclusivamente académicos, por lo tanto, se guardará absoluta confidencialidad y será compartida con los entrevistados al final del trabajo de investigación.
Entrevistador	María Gema Muñoz Romero

DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Javier Díaz Crespo
Institución	Asociación de Industriales Textiles del Ecuador AITE.
Cargo	Presidente ejecutivo de la AITE
Fecha	23/02/2021

FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Subtema: Iniciativas

Indicador: Cantidad de oferta exportable de pequeños productores (ECEX)

1. ¿Cuáles son las características que han permitido la aceptación de los productos textiles manufacturados de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad del sector para atender pedidos que no sean de gran volumen en un tiempo adecuado. • Especialización. • Cumplir estándares de procesos.

2. ¿Cuáles son las marcas más comercializadas de su empresa en mercados internacionales?

Apuntes
<ul style="list-style-type: none"> • Ecuador - industria textil es un proveedor de un servicio de marcas internacionales reconocidas.

Subtema: Políticas gubernamentales de apoyo

Indicador: Políticas implementadas por el gobierno a favor de la industria manufacturera textil

3. ¿Ha realizado o solicitado tramites de devolución de tributos por concepto de exportaciones a los organismos correspondientes en favor de su empresa?

Apuntes

Drawback del 31 máximo para todo el sector.

4. ¿Cuáles son los incentivos que aplica el gobierno para fomentar las exportaciones de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

No hay fomento a las exportaciones para el sector.

Subtema: Inversión

Indicador: Porcentaje del financiamiento de empresas del sector textil manufacturero de la Zona 1

5. ¿Cuántas veces ha recurrido al endeudamiento para el cumplimiento de cupos a fin de exportar sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Acceso limitado para el sector sea pública o privada.

NORMAS DE ORIGEN DE ALADI

Subtema: Comercial

Indicador: Porcentaje de pertinencia de las normas de origen con relación a la exportación de productos textiles manufacturados de la Zona 1

6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de aplicar las normas de origen en la comercialización internacional de los productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

- Acceso a las preferencias arancelarias.
- Aprochar la integración regional.

7. ¿Qué estrategias comerciales aplica para la exportación de productos textiles manufacturados de su empresa?

Apuntes

Depende de los mercados internacionales y el tipo de producto que se desea exportar.

8. ¿Los procesos para acreditar origen de sus productos textiles manufacturados son de fácil o difícil acceso?

Apuntes

Cumplir requisitos, hay una plataforma con servicio online, para exportadores nuevos se puede complicar.

9. ¿Qué instrumentos de política comercial dificultan el proceso de comercialización internacional de sus productos textiles manufacturados?

Apuntes

Políticas arancelarias, reglas de equitativo, lineas de precios de importación, dificultades logísticas.

10. ¿Que sugerencias les daría usted a pequeños emprendedores que inician en la industria textil manufacturera y desean comercializar en mercados internacionales?

Apuntes

Conocer bien el mercado.
Asesoría e inteligencia de mercados.
Estándares de producción.
Trabaja bajo la asociatividad.

Muchas gracias por su gentil colaboración!

Instrumento Validado por:



Suzuel

Observaciones:

7.12 Evidencia fotográfica de aplicación de encuestas



Foto 1 Entrevista RIZZOCOLOR



Foto 2 Entrevista Blanca Velásquez "Lema Gramal"



Foto 3 Entrevista Ministerio de Comercio Exterior "Dirección de Origen"

 **Gobernación del Carchi** ...
18 min · 

Con Gema Muñoz, egresada de la carrera de Comercio Exterior, de la #UPEC, validamos una entrevista sobre normas de origen a fin de fomentar exportaciones de textiles de la Zona Uno



 2 1 vez compartido

Foto 4 Entrevista Gobernador del Carchi

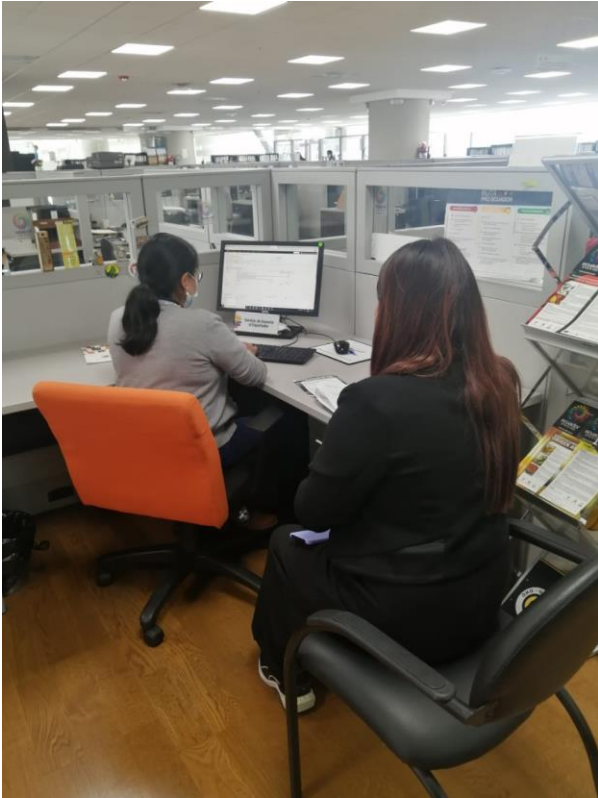


Foto 5 Entrevista Proecuator- Plataforma Gubernamental Financiera



Foto 6 Entrevista presidente ejecutivo de AITE vía zoom

7.13 Anexo 13 Certificado del Abstract por parte del CIDEN



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Muñoz Romero María Gema DATE: 1 de marzo de 2021				
TOPIC: "Perspectivas de las normas de origen de ALADI para los productos textiles manufacturados de la Zona 1 y el fomento a las exportaciones"				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		TOTAL 9	



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Muñoz Romero María Gema

Fecha de recepción del abstract: 1 de marzo de 2021

Fecha de entrega del informe: 1 de marzo de 2021

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 validó dicho trabajo.

Atentamente



Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

7.14 Anexo 14 Acta de sustentación de Predefensa



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

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: MUÑOZ ROMERO MARÍA GEMA
NIVEL/PARALELO: EGRESADA

CÉDULA DE IDENTIDAD: 1726689878
PERIODO ACADÉMICO: 2020B

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "Perspectivas de las normas de origen de ALADI para los productos textiles manufacturados de la Zona 1 y el fomento a las exportaciones"

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

PRESIDENTE: MSC. MONTENEGRO OBANDO BLANCA LILIANA
LECTOR: MSC. BEATRIZ REALPE
ASESOR: MSC. EDISON CAZA GUEVARA

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

EDIFICIO DE AULAS: 0 **AULA:** VIRTUAL

FECHA: martes, 16 de marzo de 2021

HORA: 08h30

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	6,75
2) Trabajo escrito	2,85
Nota final de PRE DEFENSA	9,60

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

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

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el martes, 16 de marzo de 2021



BLANCA LILIANA
MONTENEGRO
OBANDO

MSC. MONTENEGRO OBANDO BLANCA LILIANA

PRESIDENTE



JOSE EDISON
CAZA GUEVARA

MSC. EDISON CAZA GUEVARA

TUTOR



BEATRIZ REALPE
LECTOR

MSC. BEATRIZ REALPE

LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones