



**Análisis comparativo de las exportaciones de prendas de vestir a base de fibra de alpaca desde los países andinos hacia la Unión Europea durante el período 2010 – 2020**

Lincango Simbaña, Stefany Lorena y Toapanta Farinango, Katherine Abigail

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Comercio Exterior y Negociación Internacional

Trabajo de Titulación Previo a la obtención del Título de Licenciada en Comercio Exterior y Negociación Internacional

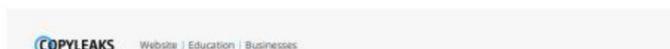
Ing. Legarda Riera, Ángel Ramiro MIB.

06 de febrero 2022

## Copyleaks Analysis Result



Identical Words	764
Words with Minor Changes	255
Paraphrased Words	761
Omitted Words	0



Firma:



.....  
Ing. Legarda Riera, Ángel Ramiro MIB.

Director

C.C: 1707211619



**Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio**

**Carrera de Comercio Exterior y Negociación Internacional**

**Certificación**

Certifico que el trabajo de titulación, “**Análisis comparativo de las exportaciones de prendas de vestir a base de fibra de alpaca desde los países andinos hacia la Unión Europea durante el período 2010 – 2020**” fue realizado por las señoritas **Lincango Simbaña, Stefany Lorena y Toapanta Farinango, Katherine Abigail** el mismo que ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto, cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 1 de febrero de 2022

Firma:



.....  
Ing. Legarda Riera, Ángel Ramiro MIB.

Director

C.C: 1707211619



**Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio**

**Carrera de Comercio Exterior y Negociación Internacional**

**Responsabilidad de Autoría**

Nosotras, **Lincango Simbaña, Stefany Lorena y Toapanta Farínango, Katherine Abigail**, con cédulas de ciudadanía No. 1725793705 y No. 1727294371, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **"Análisis comparativo de las exportaciones de prendas de vestir a base de fibra de alpaca desde los países andinos hacia la Unión Europea durante el periodo 2010 - 2020"** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 31 de enero de 2022

Firma:

Lincango Simbaña Stefany Lorena

C.C: :1725793705

Toapanta Farínango Katherine Abigail

C.C: :1727294371



**Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio**

**Carrera de Comercio Exterior y Negociación Internacional**

**Autorización de Publicación**

Nosotras, **Lincango Simbaña, Stefany Lorena y Toapanta Farinango, Katherine Abigail**, con cédulas de ciudadanía No. 1725793705 y No. 1727294371, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: "**Análisis comparativo de las exportaciones de prendas de vestir a base de fibra de alpaca desde los países andinos hacia la Unión Europea durante el periodo 2010 - 2020**" en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad .

Sangolquí, 1 de febrero de 2022

Firma:

Firma:

.....  
Lincango Simbaña Stefany Lorena

C.C: :1725793705

.....  
Toapanta Farinango Katherine Abigail

C.C: :1727294371

### **Dedicatoria**

Este trabajo de investigación lo dedico a todos aquellos que han sido un gran apoyo durante este proceso. Especialmente a mis padres, quienes me han apoyado constantemente, gracias por lo consejos, por inculcarme el ejemplo de trabajo y constancia, por creer en mí, por estar siempre dispuestos a escucharme y ayudarme. También a mi hermano, por su ayuda en todo momento; siempre me inspiran, me siento muy afortunada y agradecida de tenerlos en mi vida apoyándome en todos mis sueños y metas.

**Lincango Simbaña, Stefany Lorena**

### **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación va principalmente dedicado a mis padres y hermano, quienes han sido mi fortaleza y mi gran apoyo durante mi formación personal y académica.

A nosotros mismos por haber logrado culminar nuestra etapa universitaria, y el apoyo mutuo que fue muy importante para la realización de este trabajo.

**Katherine Abigail Toapanta Farinango**

### **Agradecimiento**

Mi más profundo agradecimiento a nuestros profesores, ya que a través de la enseñanza de sus valiosos conocimientos nos han ayudado a crecer como profesionales. De igual manera, a nuestro tutor, por su paciencia y ayuda, quien por medio de sus consejos y enseñanzas ha contribuido en el desarrollo de este trabajo.

Igualmente, agradezco a mi familia por su inmenso apoyo en todo momento.

**Lincango Simbaña, Stefany Lorena**

## **Agradecimiento**

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por un día más de vida y por darme fuerzas para continuar y cumplir con este meta.

Agradezco a mis padres y familia por estar siempre conmigo y apoyarme de forma incondicional.

De igual manera, quiero agradecer a nuestro director de tesis quien supo guiarnos a través de este proceso y nos brindó sus conocimientos.

**Katherine Abigail Toapanta Farinango**

## Tabla de Contenidos

Dedicatoria.....	6
Agradecimiento.....	8
Resumen .....	15
Abstract.....	16
Capítulo I .....	17
Antecedentes .....	17
Formulación del problema .....	18
Justificación.....	18
Objetivos .....	19
Objetivo general.....	19
Objetivos específicos.....	19
Proposición .....	20
Variables .....	20
Condiciones de Factores Nacionales e Internacionales.....	20
Condiciones de Demanda Nacional e Internacional.....	21
Industrias Relacionadas y de Apoyo Nacional e Internacional.....	22
Estrategia, Estructura y Rivalidad Nacional e Internacional.....	22
Capítulo II .....	23
Marco Conceptual .....	23
Marco Teórico .....	25
Teoría de la Competitividad.....	25
Teoría de Integración Económica.....	26
Marco Legal.....	28
Constitución de la República del Ecuador.....	28
Comunidad Andina.....	29
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.....	29
Marco metodológico .....	29
Capítulo III .....	31
Oferta del sector textil ecuatoriano de prendas de vestir elaboradas a base de fibra de alpaca .....	31
Producción Mundial de alpaca.....	31
Generalidades del sector textil ecuatoriano de fibra de alpaca .....	33
Distribución geográfica .....	35
Proceso de producción de fibra de alpaca.....	36
Principales comunidades y empresas relacionadas con la producción de fibra de alpaca.....	39

Importancia socioeconómica del sector textil en el Ecuador .....	41
FODA .....	42
Fortalezas.....	42
Debilidades.....	43
Oportunidades.....	43
Amenazas.....	43
Escenario histórico de las exportaciones de Ecuador para las subpartidas arancelarias 6110.11.10.00 (Suéteres); 6110.11.20.00 (Chalecos); 6110.11.30.00 (Cárdigan) y 6110.11.90.00 (Los demás) a la UE durante el periodo 2010 – 2020. ....	44
Proyección de las Exportaciones 2021 - 2030 .....	47
Capítulo IV .....	49
Desarrollo y aplicaciones del modelo del Doble Diamante de Moon .....	49
Generalidades de la aplicación del modelo .....	49
Condiciones de factores locales.....	53
Condiciones factores internacionales.....	55
Condiciones de la demanda.....	56
Industrias Relacionadas y de apoyo.....	59
Estrategia, estructura y rivalidad.....	60
Capítulo V .....	62
Análisis de la exportación de prendas de vestir a base de fibra de alpaca desde los países Andinos a la Unión Europea.....	62
Colombia .....	62
Sector alpaquero de Colombia.....	62
Situación de las prendas de alpaca colombianas para ingresar a la Unión Europea....	63
Perú .....	66
Sector alpaquero de Perú.....	66
Situación de las prendas de alpaca peruanas para ingresar a la Unión Europea .....	68
Bolivia.....	71
Sector alpaquero de Bolivia.....	72
Situación de las prendas de alpaca bolivianas para ingresar a la Unión Europea.....	72
Capítulo VI .....	76
Acuerdo Comercial Multipartes - Unión Europea.....	76
Antecedentes.....	76
Beneficios del Acuerdo Comercial Multipartes.....	77
Precios del producto en la Unión Europea.....	78
Tendencia de Productos Orgánicos en la Unión Europea.....	79

Barreras No Arancelarias. ....	81
Características del Producto. ....	81
Empaque, Etiquetas y Uniformidad. ....	82
Certificados. ....	84
Preferencia Arancelarias. ....	84
Estrategias para potencializar la exportación de prendas de alpaca de Ecuador. ....	86
Fortalecimiento de la innovación. ....	86
Comercialización bajo prácticas sustentables y sostenibles. ....	87
Herramientas para aprovechar el Acuerdo Comercial Multipartes Ecuador Unión Europea. ....	88
Implementación del certificado verde para el ingreso al mercado europeo. ....	92
Conclusiones. ....	93
Recomendaciones. ....	94
Bibliografía. ....	96
Anexos. ....	107

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Tasa de crecimiento de las exportaciones de prendas de fibra de alpaca a nivel mundial .....	32
<b>Tabla 2</b> Camélidos sudamericanos en Ecuador .....	36
<b>Tabla 3</b> Principales MiPyMES ecuatorianas exportadoras de la subpartida arancelaria 6110.11.10.00 a la UE en el año 2021 .....	38
<b>Tabla 4</b> Empresas productoras de fibra de alpaca .....	40
<b>Tabla 5</b> Organizaciones gremiales.....	41
<b>Tabla 6</b> Principales países importadores de la Unión Europea de prendas de alpaca ecuatorianas en miles de dólares americanos.....	45
<b>Tabla 7</b> Datos de las exportaciones en miles de dólares americanos hacia la Unión Europea .....	47
<b>Tabla 8</b> Cálculo de los valores de los índices de competitividad local e internacional de Ecuador, Colombia, Perú y Bolivia .....	50
<b>Tabla 9</b> Principales países importadores de la Unión Europea de prendas de alpaca colombianas en miles de dólares americanos .....	63
<b>Tabla 10</b> Tasa de crecimiento de las exportaciones de prendas de vestir de fibra alpaca de Colombia a la UE en miles de dólares americanos .....	64
<b>Tabla 11</b> Alpacas esquiladas en producción y rendimiento.....	67
<b>Tabla 12</b> Tasa de crecimiento de las exportaciones de prendas de alpaca de Perú a la UE .....	68
<b>Tabla 13</b> Variación de las exportaciones de Perú .....	70
<b>Tabla 14</b> Población de alpacas en Bolivia.....	72
<b>Tabla 15</b> Principales países importadores de la Unión Europea de prendas de alpaca de Bolivia en miles de dólares americanos .....	73
<b>Tabla 16</b> Tasa de crecimiento de las exportaciones de prendas de vestir de fibra alpaca de Bolivia en miles de dólares americano .....	74
<b>Tabla 17</b> Precios por segmentos en el mercado europeo .....	78
<b>Tabla 18</b> Características especiales del producto.....	78
<b>Tabla 19</b> Precio de venta de prendas de vestir a base de alpaca en la Unión Europea .....	78
<b>Tabla 20</b> Clasificación arancelaria del producto.....	82
<b>Tabla 21</b> Indicadores de acceso a mercados agregados .....	85

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> Variación de las exportaciones de prendas de fibra de alpaca a nivel mundial.....	33
<b>Figura 2</b> Principales MiPyMES ecuatorianas exportadoras de la subpartida arancelaria 6110.11.10.00 a la UE en el año 2021Nota. (PUDELECO, 2021) .....	39
<b>Figura 3</b> Principales países importadores de la Unión Europea de prendas de alpaca de Ecuador en miles de dólares americanosNota. (Trade Map, 2021) .....	46
<b>Figura 4</b> Proyección de las exportaciones en miles de dólares americanos hacia la Unión Europea .....	48
<b>Figura 5</b> Diamante de Competitividad .....	53
<b>Figura 6</b> Principales países importadores de la Unión Europea de prendas de alpaca colombianas en miles de dólares americanos .....	64
<b>Figura 7</b> Crecimiento de las exportaciones a la UE de prendas de vestir de fibra alpaca de Colombia en miles de dólares americanos.....	65
<b>Figura 8</b> Rendimiento de alpacas esquiladas en Perú.....	67
<b>Figura 9</b> Crecimiento de las exportaciones de prendas de vestir de fibra alpaca de Perú a la UE.....	69
<b>Figura 10</b> Principales países importadores de la Unión Europea de prendas de alpaca de Bolivia en miles de dólares americanos .....	74
<b>Figura 11</b> Crecimiento de las exportaciones de prendas de vestir de fibra alpaca de Bolivia en miles de dólares americanos.....	75

## **Resumen**

En los países andinos, como Ecuador, Colombia, Perú y Bolivia, la alpaca es considerada una especie ganadera con enormes cualidades y una fuente de ingresos para varias comunidades. El producto comercial más importante de este camélido es la fibra, reconocida como una de las mejores y de mucho valor económico en el mundo. Por esta razón, se realiza una revisión de los principales factores que influyen en la competitividad de las exportaciones ecuatorianas de prendas de vestir elaboradas a partir de fibra de alpaca hacia la Unión Europea durante el período 2010 – 2020, en comparación al resto de países andinos, considerados como los principales competidores del mercado. La metodología a seguir consiste en un estudio descriptivo, histórico-lógico y analítico basado en la aplicación del Doble Diamante de Moon, estadísticas de las exportaciones y beneficios del Acuerdo Comercial Multipartes. Para finalizar, en función de los resultados de la investigación se determina que, las empresas dedicadas a la fabricación de prendas de fibra de alpaca a nivel nacional tienen un gran potencial para ser competitivas en el mercado europeo. Por otro lado, tras el análisis de los 64 índices de competitividad, se obtiene, que las variables, como el valor añadido y la diversificación de productos, son aspectos que el sector textil debe mejorar. Por lo anterior, es importante implementar estrategias para fortalecer la presencia de estos productos en la Unión Europea, aprovechando, por ejemplo, el apoyo y la asistencia que ofrecen las Eurocámaras, así como la participación en ferias internacionales.

### **Palabras clave**

- **ALPACA**
- **PAÍSES ANDINOS**
- **ACUERDO**
- **EXPORTACIONES**
- **COMPETITIVIDAD**

### **Abstract**

In the Andean countries, such as Ecuador, Colombia, Peru and Bolivia, the alpaca is considered a livestock species with enormous qualities and a source of income for various communities. The most important commercial product of this camelid is its fiber, recognized as one of the best and of great economic value in the world. For this reason, a review of the main factors that influence the competitiveness of Ecuadorian exports of clothing made from alpaca fiber to the European Union is carried out in the period 2010 - 2020, compared to the rest of the Andean countries, considered as the main competitors in the market. The methodology to be followed consists of a descriptive, historical-logical and analytical study based on the application of Moon's Double Diamond, export statistics and benefits of the Multiparty Trade Agreement. Finally, based on the results of the investigation, it is determined that companies dedicated to the manufacture of alpaca fiber garments at the national level have great potential to be competitive in the European market. On the other hand, after the analysis of the 64 competitiveness indices, it is obtained that the variables, such as added value and product diversification, are aspects that the textile sector must improve. Therefore, it is important to implement strategies to strengthen the presence of these products in the European Union, taking advantage, for example, of the support and assistance offered by the European Parliament, as well as participation in international fairs.

### **Keywords**

- **ALPACA**
- **ANDEAN COUNTRIES**
- **AGREEMENT**
- **EXPORTS**
- **COMPETITIVENESS**

## Capítulo I

### Antecedentes

En la actualidad, la industria textil y del vestido representa uno de los sectores manufactureros más protegidos a nivel mundial, siendo un reto para las principales economías exportadoras implantarse en mercados internacionales que demandan un alto nivel de competitividad (Centro de Comercio Internacional, 2010). En Ecuador, la industria textil es considerada el tercer sector manufacturero más grande en el país, el cual aporta alrededor del 7% del PIB manufacturero nacional y genera aproximadamente 158 mil plazas de empleo directo. Su origen se remonta a la época colonial a partir del uso de la lana de oveja para la fabricación de tejidos, y para inicios del siglo XX el algodón se constituye como la fibra base para la producción de innumerables productos textiles (AITE, s.f.).

Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana ofrece una variedad de productos elaborados a base de distintos tipos de fibras, desde las naturales hasta las sintéticas, destacándose de entre ellas, la fibra de alpaca. En las provincias de Cotopaxi, Pichincha, Azuay y Chimborazo se ha concentrado la producción y comercialización de distintos productos cuyo insumo principal es la lana e hilo de alpaca (Espinoza, 2007). Sin embargo, Ecuador no es el único productor de esta clase de fibra, siendo Colombia, Bolivia y Perú, los principales países, en los que la crianza de esta clase de camélidos se constituye como actividad productiva y económica de gran relevancia.

En la última década, las exportaciones de prendas de vestir a base de fibra de alpaca se han incrementado, posicionándose en mercados internacionales como una de las fibras de mayor relevancia con respecto al resto de fibras de pelos finos. Sin embargo, la competitividad comercial entre los países andinos cada vez es más alta, lo cual deja a Ecuador con una porción de la demanda global relativamente pequeña. Es importante destacar que el crecimiento de este sector no debe limitarse únicamente a mecanismos de impulso sino también se debe optar por mecanismos comerciales como tratados y proyectos dinamizadores que tienen una incidencia directa sobre su desarrollo y competitividad (Laguna Inocente, Orozco Ávalos, Piedra Habrahamshon, & Olarte Melcho, 2019).

## **Formulación del problema**

En la actualidad, Ecuador, Colombia, Bolivia y Perú han logrado expandirse en el mercado europeo y exportar productos similares; sin embargo, se desconoce qué economía es más competitiva o si son complementarios y bajo qué factores. Desde el punto de vista metodológico esta investigación servirá como referente para identificar aquellos factores que se deben atender con prioridad.

La producción de prendas de vestir a base de fibra de alpaca representa una gran oportunidad en la economía ecuatoriana y en la generación de empleo y riqueza. El sector textil podría convertirse en uno de los sectores con los más altos niveles de especialización, rentable, dinámico y sostenible en el tiempo, si se fortalecen aquellos factores considerados críticos en la competitividad de un país.

Por otra parte, se evidencia un nivel de demanda exponencial en el mercado textil mundial, el cual exige a los países adaptarse a los nuevos cambios. A nivel mundial se percibe más competencia en cuanto a las exportaciones de este producto, y con esta investigación se pretende analizar la competitividad de la oferta exportable ecuatoriana de prendas de vestir elaboradas con fibra de alpaca frente al resto de países andinos. Finalmente, la información que se obtenga será útil para determinar estrategias que permitan potencializar este sector.

La investigación se centrará en el análisis de datos cualitativos y cuantitativos con el fin de analizar variables en cuanto a cantidad y valor de las exportaciones, precios y volúmenes de producción de los países andinos, en relación a las políticas y mecanismos establecidos en el trato preferencial que se mantiene con la Unión Europea.

## **Justificación**

La investigación propuesta por medio de la aplicación del modelo del Doble Diamante de Moon permitirá conocer los escenarios económicos de Ecuador, Colombia, Bolivia y Perú; además de identificar en términos generales al país más competitivo entre ellos, al igual que determinar aquellos factores que han contribuido a la situación actual de los países andinos, también se tendrá la posibilidad de conocer que aspectos deberían mejorar los países para

corregir su nivel de competitividad y los resultados podrán ser de ayuda en otras investigaciones relacionadas.

Caicedo Manrique, 2021 afirma lo siguiente:

La competitividad de los países, la cual abarca una gran cantidad de factores, se ha convertido en un indicador esencial de posicionamiento y desarrollo a nivel regional e internacional. Esta competitividad se ve implementada en los diferentes sectores económicos de cada país, unos en mayor medida que en otros. (pág. 10)

Por lo tanto, para ingresar a nuevos mercados y mantener los que ya existen, los países Andinos deben enfrentar grandes desafíos entre ellos la dinámica del mercado, donde diversos factores como la innovación y la sustentabilidad deben mantenerse (González, 2021), especialmente el sector textil por temas de diversificación de sus productos. En torno al tema, el presente trabajo se basará en el análisis de las exportaciones de prendas de vestir a base de fibra de alpaca desde los países andinos hacia la Unión Europea. Tras la investigación del sector textil alpaquero y con la obtención de los resultados sobre el nivel de competitividad de Ecuador frente al resto de países andinos, se podrá plantear varias estrategias a fin de impulsar y potencializar las exportaciones.

## **Objetivos**

### **Objetivo general.**

- Analizar las exportaciones de prendas de vestir a base de fibra de alpaca desde los países andinos hacia la Unión Europea durante el periodo 2010 - 2020.

### **Objetivos específicos.**

- Determinar la oferta del sector textil ecuatoriano de prendas elaboradas a base de fibra de alpaca.
- Identificar la competitividad de las exportaciones de prendas de vestir a base de fibra de alpaca de Ecuador, Bolivia, Colombia y Perú hacia la Unión Europea durante el periodo 2010 - 2020.

- Establecer estrategias para potencializar las exportaciones ecuatorianas de prendas de vestir a base de fibra de alpaca hacia la comunidad europea.

### **Proposición**

Las exportaciones de prendas de vestir elaboradas a base de fibra de alpaca provenientes de los países andinos, como Ecuador, Bolivia, Colombia y Perú se encuentran concentradas principalmente en el mercado europeo y se acogen al beneficio de las preferencias arancelarias que se ha otorgado a este producto en función del Acuerdo Comercial Multipartes. Es así que, el modelo del Doble Diamante de Moon ayudará a estudiar comparativamente la competitividad de estos 4 países en función del análisis de: condiciones de los factores, de la demanda, de las industrias relacionadas y de apoyo, y estrategia, estructura y rivalidad.

### **Variables**

#### **Condiciones de Factores Nacionales e Internacionales.**

Por lo que concierne a los factores nacionales, se incluyen índices como la participación laboral, la disponibilidad y el acceso de a servicios básicos a nivel nacional, pero haciendo énfasis a la cobertura en las zonas rurales, ya que servirán de base para comparar la rapidez del desarrollo industrial de los países objeto de análisis. Los factores pueden agruparse en cuatro categorías genéricas: recursos humanos, físicos, de conocimiento y de capital. Mejores condiciones de producción contribuyen directamente a la riqueza de un país y al crecimiento económico (Silva Lira, 2005).

Al analizar los 4 países en cuestión se hace énfasis en los recursos naturales que poseen, mismos que mantienen una ventaja en la obtención de materia prima para la confección de los productos textiles. Por otra parte, la tasa de participación laboral es un factor relevante al analizar la competitividad de los países, principalmente porque el promedio salarial de la industria textil se lo puede considerar una ventaja al compararlo con otros países. De igual manera, para medir la rapidez del proceso de innovación de cada

país es fundamental considerar el porcentaje de producción nacional bruta especialmente en las inversiones dirigidas a impulsar la investigación y desarrollo.

En cuanto a los factores internacionales, se considera la exportación de bienes y servicios, la productividad real de las naciones al igual que el dominio del idioma inglés por su importancia para el desarrollo de negocios. El análisis de los elementos mencionados anteriormente, es relevante ya que los mismos pueden llegar a generar un impacto favorable sobre la economía, productividad y competitividad de un país.

### **Condiciones de Demanda Nacional e Internacional.**

Según (Zhang & Londres, 2013), las condiciones de demanda se encuentran establecidas en función de la naturaleza del mercado, el tamaño, así como de la satisfacción y nivel de exigencia de los consumidores. Cuando la demanda es más exigente, las empresas deben establecer estándares más altos y buscar mejoras en su capacidad tecnológica, calidad y características de sus productos y servicios.

Para la demanda nacional se analiza los gastos en investigación y desarrollo I+D, gastos en educación pública, crecimiento del PIB, así como el crecimiento de la población. Estos indicadores motivan a las empresas a mejorar en temas de calidad y a responder proactivamente a las necesidades de los consumidores. Estos factores miden el crecimiento de los mercados locales con el fin de determinar elementos circunstanciales para generar ventajas competitivas que permitan atender un mercado cada vez más exigente y estar preparados para competir en un entorno globalizado.

Por otra parte, para la demanda internacional se utilizan indicadores como el nivel de deuda pública, nivel de vida, exportaciones y nivel de ahorro bruto de los países, los cuales permiten evaluar la internacionalización y la capacidad de las industrias locales para rivalizar con competidores en mercados internacionales (Castro Gonzáles, Vázquez Guzmán , & Vega Vilca, 2015).

### **Industrias Relacionadas y de Apoyo Nacional e Internacional.**

El respaldo y colaboración de proveedores y empresas que comparten un sector similar y que además cuenten con altos estándares de calidad, permiten fortalecer la competitividad de una nación. En efecto, no es práctico depender únicamente de la industria nacional, ya que las empresas solas no pueden satisfacer la demanda internacional. Por lo tanto, el sector industrial también debe integrarse en las cadenas de suministro a nivel internacional (Kaplan Navarro, González Barajas, & Cruz Mendivil, pág. 129).

Para los factores nacionales se consideran indicadores de tecnologías de información y comunicación ya que está relacionado con el sector comercial, otros factores como las condiciones de transporte, número de servidores de seguros, infraestructura, consumo de energía son importantes para la competitividad nacional y dan una aproximación acerca del nivel de industrialización del país.

Respecto a los factores internacionales, para el caso de las operaciones comerciales internacionales es necesario que los países mantengan una infraestructura aérea y marítima de calidad. Por otro lado, el número de técnicos de I+D y el número de patentes presentadas por los residentes ayudan significativamente a las empresas nacionales que busquen la internacionalización.

### **Estrategia, Estructura y Rivalidad Nacional e Internacional.**

Según (Zhang & Londres, 2013), esta variable se refiere a la creación de empresas, organización, estructura, administración y origen de la rivalidad local, influenciadas por la forma de pensar y actitud de las personas. Esta variable se divide en dos segmentos: el primero referente a los objetivos de la empresa, los cuales se ven afectados por el entorno nacional y los grupos de empresas u organizaciones que compiten por un mercado en común. Mientras que el segundo hace referencia a la rivalidad interna, donde las empresas acostumbradas a competir localmente se encuentran preparadas para competir a nivel internacional y se preocupan constantemente por mejorar y diferenciar sus productos o servicios del resto de sus competidores locales.

Se analizan algunos indicadores nacionales, tales como, salario mínimo real, costos para establecer una empresa, y costos de importación, los cuales reflejan el desarrollo industrial de un país. En el ámbito internacional se utiliza el porcentaje de exportación para medir la diversificación del comercio internacional como parte fundamental en el crecimiento de la competitividad de las naciones. También se considera el índice de tecnología y exportaciones de productos manufacturados y de alta tecnología (Castro Gonzáles, Vázquez Guzmán , & Vega Vilca, 2015).

## Capítulo II

### Marco Conceptual

**Arancel:** es un instrumento con carácter recaudatorio, que regula el comercio internacional y más importante aún, se aplica en la política comercial de zonas económicas (Instituto de Economía Internacional, 2017).

**Comercio internacional:** es un conjunto de transacciones comerciales que se realizan entre operadores comerciales privados situados en distintos ordenamientos jurídicos, con diferencias económicas y sociales (Huesca Rodriguez, 2019).

**Comercio exterior:** es un conjunto de operaciones de importación y exportación de bienes y servicios, realizadas por un Estado determinado y regulado por su derecho administrativo económico, comunitario o suprarregional. En otras palabras, se refiere a las transacciones de un país con el resto del mundo (Huesca Rodriguez, 2019).

**Competitividad:** es la capacidad que posee una organización para alcanzar, sostener y mantener ventajas comparativas que le permitan posicionarse en el entorno socioeconómico (Fuentes Pilaló & Véliz Salazar, 2017).

**Demanda:** es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores están dispuestos a adquirir a un precio determinado (El estudio del mercado, 2017).

**Doble Diamante Generalizado de Competitividad:** el modelo considera la competitividad de una nación como una variable dependiente tanto del diamante interno como del diamante internacional. Este incluye factores implícitos, como por ejemplo, las

actividades de empresas multinacionales y el rol de los gobiernos, para indicar que existen factores internacionales que intervienen en la competitividad de un país (Chang Moon, Rugman, & Verbeke, 1998).

**Índice de Competitividad Global:** mide el rendimiento de las naciones en base a cuatro grandes grupos de factores para la competitividad, como lo son, el desempeño económico, infraestructura, eficiencia empresarial y gubernamental. Este mide la disponibilidad de recursos que posee una nación y su capacidad para proporcionar a sus habitantes un alto nivel de prosperidad (Wonglimpiyarat, 2010).

**Infraestructura:** es el conjunto de servicios, medios técnicos e instalaciones que permiten el desarrollo de una actividad, incluyendo las obras públicas, tecnología, transporte, sistemas y redes, los cuales contribuyen al buen funcionamiento y organización de los países. Son relevantes porque abren oportunidades para las industrias y aumentan significativamente el crecimiento económico (UNIDO, 2002).

**Institucionalidad:** se refiere al marco normativo en el que se desarrollan las interacciones tanto en el campo político como económico entre organizaciones (Kao, y otros, 2008).

**Internacionalización:** es el proceso por el que una empresa realiza parte de sus actividades (venta de productos o servicios, proceso de producción, etc.) en el extranjero. No es suficiente tener una presencia ocasional en un mercado extranjero, sino establecerse en la economía de otro país (Enrique, 2017).

**Mercado Internacional:** incluye el comercio que trasciende los entornos geográficos nacionales. Con la globalización, la mayoría de los países participan en el comercio internacional, ya sea como exportadores o como importadores en cierta medida, ya que tienen economías abiertas (Schwab & WEF, 2012).

**Productividad:** es la relación entre la fabricación generada y los factores que contribuyen a alcanzar dicha producción. Puede variar en función de una serie de factores, como los recursos materiales, humanos, tecnológicos y de capital. El propósito de la productividad es simplemente medir la eficiencia productiva por factor o recurso utilizado;

para una organización, industria o nación, este término establece el crecimiento económico (Rubio & Baz, 2015).

**Rendimiento macroeconómico y financiero:** estas variables representan la relación con la competitividad, es decir, son variables que reflejan el crecimiento económico de los países en un periodo de tiempo determinado. Además, sin estabilidad económica un país deja de ser competitivo, ya que un desorden en estas variables conduce a bajos niveles de rendimiento en las industrias y afectaría la dinámica del mercado y la demanda interna (Schwab & WEF, 2012)

## **Marco Teórico**

### **Teoría de la Competitividad.**

El concepto de competitividad, como cualquier otro proceso, ha estado en evolución. (Porter, 1990), planteó que la prosperidad de una nación no se basa solamente en los factores internos. No obstante, depende de la capacidad de innovación de las industrias del país, además este autor considera que las empresas nacionales ganan ventaja sobre sus rivales debido a los desafíos que enfrentan. Asimismo, se benefician cuando tienen mejores insumos, buenos proveedores, competidores fuertes y una demanda exigente.

El modelo presentado por Michael Porter se enfocaba solo en el país de origen y en la fortaleza de sus empresas nacionales, dejando de lado las operaciones comerciales internacionales. Es así que, para abordar estas limitaciones (Moon, Rugman, & Verbeke, 1998) proponen el modelo del Doble Diamante Generalizado (DDG), donde se incluyen las actividades internacionales de las empresas al igual que el rol del gobierno como factor determinante en la competitividad de un país.

Más adelante, (Cho, 1994) identificó que el modelo de Michael Porter no estaba analizando dos factores: 1) humanos, refiriéndose a los empresarios, colaboradores, gobiernos y políticos; 2) físicos, conformado por la demanda interna, industrias relacionadas y de apoyo y por último el entorno empresarial. Asimismo, incluye factores externos como la

suerte y la oportunidad, en base a lo anterior planteó el modelo de competitividad de los nueve factores.

Por consiguiente, el Modelo del Doble Diamante incorpora los trabajos del modelo de diamante de (Porter, 1990), el modelo de Doble Diamante Generalizado de (D'Cruz & Rugman, 1993) junto al modelo de los nueve factores presentado por (Cho, 1994). Estas son probablemente las tres bases teóricas más sólidas para considerar la competitividad de una nación. De hecho, el modelo parece explicar la competitividad nacional de una manera más amplia dada su naturaleza integral. Incorpora los factores físicos, al igual que el papel de la empresa multinacional y los factores humanos, para explicar la competitividad nacional.

Por tanto, este modelo proporciona así una imagen más completa de los factores que sirven para impulsar la eficiencia e innovación de la economía de un país y con ello impulsar la productividad a largo plazo. Es decir, proporciona una mejor medición acerca de la competitividad de una nación en torno al desarrollo económico.

El modelo de Doble Diamante de Moon abarca claramente dos tipos de enfoques: un diamante local y un diamante internacional. Además, cuenta con tres ventajas: 1) corrige y agrega los factores ausentes en el diamante de Michael Porter al tomar en consideración tanto el escenario nacional como el internacional; 2) mediante este modelo se puede analizar el nivel competitivo de países pequeños que manejan un alto volumen de exportación; y 3) operacionaliza la competitividad de los países de forma sencilla al representarla como un análisis de diferentes áreas (Lagrosen, 2007).

### **Teoría de Integración Económica.**

La integración económica es un proceso complejo que involucra aspectos económicos, políticos, jurídicos y sociales. Los países que toman la decisión de integrarse pueden beneficiarse en el ámbito económico e incluso geopolítico ya que estas naciones llegan a compartir espacios de negociación, también permite fortalecer la industria nacional mediante el acceso a economías de escala y a nuevas oportunidades de mercado.

Finalmente, uno de los principales beneficios es la eliminación de barreras arancelarias (Maesso, 2011).

La teoría puede considerarse desde dos tipos perspectivas, como "proceso" y como "estado de cosas". Según (Conesa, 1982) la primera perspectiva involucra un movimiento hacia un estado distinto, mientras que el segundo enfoque contempla una situación en la que algunos países buscan formar un grupo regional en un momento dado. En otras palabras, la integración económica puede entenderse como un proceso de transformación de factores, destinado a alcanzar una convergencia entre varios mercados o varias economías, a través de varias etapas, primero desde la Zona de Libre Comercio la cual involucra la eliminación de aranceles, seguido por la Unión Aduanera, Mercado Común, Unión Económica con la unificación de políticas económicas, hasta llegar a la Integración Económica Total.

El proceso de construcción de partes en un todo implica la unión de varios países y la eliminación de barreras con el objetivo de permitir la libre circulación de productos, servicios y factores de producción; en general, este proceso busca que todos los países miembros del bloque se beneficien en los ámbitos económico, comercial y fiscal a fin de conseguir una posición estratégica y competitiva frente al resto de países (Aguirre, Cevallos, Medina, & Sancho, 2015).

Varios autores señalan que un acuerdo preferencial es el primer paso hacia la integración económica, en donde los países miembros se benefician mutuamente una serie de preferencias, como, por ejemplo, la reducción de aranceles, la eliminación de otras formas y medidas de protección, las cuales están generalmente enfocadas en el sector industrial. Por lo que, un acuerdo preferencial constituye una forma inicial de integración sin mayor importancia dado su corto alcance (Balassa, 1964).

Sin embargo, es importante destacar que la integración económica puede derivar en una intensificación de la competencia a medida que se amplía el tamaño del mercado. Es decir, en un vasto mercado común pueden ser varias las empresas que participen y trabajen en una dimensión próxima a la óptima, a diferencia de un mercado nacional estrecho. Las

empresas que deciden intervenir en este escenario compiten entre sí, y como resultado los consumidores se benefician de los efectos favorables que produce esta competencia, como precios más bajos, accesibilidad, mejor calidad, aceleración de los procesos tecnológicos, entre otros (Petit Primera, 2014).

Ecuador es signatario de varios Acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales, los mismos que le otorgan el beneficio de preferencia arancelaria total o parcial para el ingreso de algunos productos hacia los países miembros del Acuerdo. Ecuador, al igual que Colombia y Perú son beneficiarios de Preferencias Arancelarias a través del Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias (SGP), por el que los países desarrollados otorgan una preferencia unilateral dirigida a los países en vías de desarrollo.

Por consiguiente, la teoría de integración económica plantea la unión de estados, basada en la liberalización del comercio, que permitan a los países ingresar a mercados amplios, sin el pago de derechos arancelarios a la importación. Es fundamental para este proceso que se reemplace la duplicidad de esfuerzos por la convergencia integracionista, a fin de negociar preferencias para el mercado de bienes, así como el acceso a mercados, capitales, servicios, inversiones, propiedad intelectual e incluso compras gubernamentales.

## **Marco Legal**

### **Constitución de la República del Ecuador.**

De acuerdo a lo establecido en el artículo 306 de la (Constitución de la República del Ecuador, 2008) “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”.

En cuanto a las relaciones internacionales en el capítulo primero, artículo 416 menciona que estas relaciones deberán responder a los intereses y beneficios de los ecuatorianos. Así mismo en el artículo 417 menciona que los tratados internacionales deberán estar sujetos a lo que establece la constitución (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

### **Comunidad Andina.**

En el tercer capítulo referente a las Relaciones Externas en el artículo 52 determinan las medidas que emplearán tanto el Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores (CAMRE) como la comisión de la CAN y, entre ellas están: “a) fortalecer la participación comunitaria en foros económicos y comerciales, internacionales, multilaterales, hemisféricos y regionales; b) coordinar negociaciones conjuntas de la Comunidad Andina con otros procesos de integración o con terceros países o grupos de países” (SICE Comunidad Andina, s/f)

### **Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.**

En su artículo 93 sobre promoción de las exportaciones menciona que el estado promoverá la producción orientada a las exportaciones y define como mecanismo el acceso a programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de beneficios que surjan de acuerdos comerciales mutuamente beneficiosos, ya sean, regionales, bilaterales o multilaterales, para los bienes y servicios que cumplan los requisitos (COPCI, 2010, pág. 35).

### **Marco metodológico**

En la actualidad, la competitividad es un tema relevante para los gobiernos e industrias, que surge en parte, de la necesidad de mejorar el estilo y calidad de vida de las personas, que se obtiene a partir de capacidad mayor para producir bienes y servicios. La investigación se enfoca en estudiar comparativamente la competitividad de los países andinos, como son, Ecuador, Bolivia, Colombia y Perú. La elección de estas estos países, se centra en que son economías con características demográficas similares, pero con diferencias económicas notables, además de ser considerados competidores en el mercado de prendas de vestir a base de fibra de alpaca.

Es así que, el método a utilizarse será de tipo descriptivo, histórico-lógico y analítico en función de la información recopilada para la investigación y de los datos numéricos obtenidos para la revisión de criterios tanto cuantitativos como cualitativos. La aplicación del Doble Diamante Generalizado de Moon como modelo de competitividad internacional

permitirá medir las variables de orden económico, humano y físico en los ambientes micro, meso y macro para determinar la capacidad productiva sostenida en las regiones objeto de análisis.

Las variables se miden en función de los índices de competitividad mismos que se reflejan en gráficos a escalas que permitirán obtener una percepción bastante acertada de los niveles de competitividad de los países estudiados. Los datos numéricos de los cuatro determinantes que forman el modelo ayudarán a obtener los valores de la competitividad global de Ecuador, Bolivia, Colombia y Perú en función del promedio de los índices de competitividad tanto locales como internacionales por cada uno de las variables.

La metodología aplicada es de carácter mixto. Este método es un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos, que parte de la recolección de datos cualitativos y cuantitativos, para su posterior integración y discusión, base para realizar inferencias y lograr un mayor entendimiento de la investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). A través de esta se busca interpretar y analizar los factores, positivos y negativos, que se han presentado en el periodo comprendido desde 2010 hasta 2020, en función de datos que constituyen elementos importantes para la competitividad de la exportación de prendas de vestir a base de fibra de alpaca desde Ecuador a la Unión Europea. El propósito es entender la dinámica del sector y plantear estrategias que lo potencialicen.

La razón por la que este trabajo de investigación se inclina por un enfoque mixto se debe a que se analizan datos cualitativos y cuantitativos para determinar la competitividad de la exportación de prendas de vestir a base de fibra de alpaca de los países andinos, para lo cual deberá seguirse este orden:

Objetivo 1: "Determinar la oferta del sector textil ecuatoriano de prendas elaboradas a base de fibra de alpaca". Para cumplirlo, se emplea un enfoque descriptivo que implica el análisis del volumen de exportaciones de los países andinos hacia la Unión Europea durante ese período de tiempo. El fin es conocer la evolución de las exportaciones de prendas elaboradas a base de fibra de alpaca de Ecuador, Bolivia, Colombia y Perú, a través de datos históricos de fuentes secundarias como estadísticas y tendencias de

exportación a nivel de las subpartidas arancelarias 6110.11.10.00 (suéteres); 6110.11.20.00 (chalecos); 6110.11.30.00 (cardiganes) y 6110.11.90.00 (los demás) obtenidos del CCI-Trade Map, y datos históricos de exportaciones del Banco Central del Ecuador (BCE). Esto se realiza con el fin de establecer estrategias que potencialicen el sector textil alpaquero ecuatoriano.

Objetivo 2: “Identificar la competitividad de las exportaciones de prendas de vestir a base de fibra de alpaca de Ecuador, Bolivia, Colombia y Perú hacia la Unión Europea durante el periodo 2010 - 2020. El enfoque a utilizarse deberá ser de carácter descriptivo, a partir del análisis de los factores causales de la ventaja competitiva del sector textil, a través de la aplicación del Modelo de Doble Diamante Generalizado de Moon. Las variables que han de considerarse para realizar este análisis se categorizan en seis pilares fundamentales: mercado extranjero, infraestructura e institucionalidad, rendimiento económico y financiero, recursos humanos e innovación y tecnología (Acevedo, Jiménez, & Rojas, 2016). Los datos provendrán de fuentes secundarias confiables y de dominio público para cada variable.

Objetivo 3: “Establecer estrategias para potencializar las exportaciones ecuatorianas de prendas de vestir a base de fibra de alpaca hacia la comunidad europea”. Para cumplirlo se analizan algunas características del mercado europeo con el fin de proponer estrategias para fortalecer la innovación y promover la exportación y comercialización de prendas de fibra de alpaca bajo prácticas sostenibles y sustentables, así como el desarrollo de herramientas para aprovechar los beneficios del Acuerdo Comercial Multipartes entre los países Andinos y la Unión Europea.

### **Capítulo III**

#### **Oferta del sector textil ecuatoriano de prendas de vestir elaboradas a base de fibra de alpaca**

##### **Producción Mundial de alpaca**

Durante el año 2020, según una investigación realizada por el Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales, “China (US\$ 33’300,000) fue el principal comprador

mundial al concentrar el 11.4% del total, seguido de Alemania (US\$ 28 millones) y EE.UU. (US\$ 27 millones). De igual manera, China (US\$ 140'400,000) fue el principal país exportador de suéteres” (Gestión, Redacción, 2021).

En América Latina, la región peruana de Arequipa es responsable del 99% de la producción de fibra de alpaca del país, y la población de alpacas del país sigue creciendo. Bolivia y Chile son los principales competidores de Perú en la producción de prendas de vestir a base de ese material. A pesar de que las comunidades de otros países también crían alpacas, sus explotaciones son pequeñas y, por lo general, no exportan sus productos a otros países.

En regiones como Europa y Norteamérica, la mayor concienciación de los consumidores ha estimulado las ventas de prendas de fibra natural por temporadas, por lo que a pesar de la baja en los años 2019 y 2020 se espera que la demanda de fibra de alpaca aumente en estas regiones. Además de Perú, los criadores de alpaca de Australia están aplicando estrategias innovadoras para hacerse un hueco en este mercado. Existe una importante demanda de fibra de alpaca australiana en el este de Asia, especialmente en China.

A nivel mundial, las exportaciones de prendas de vestir a base de fibra de alpaca han ido variando cada año.

### **Tabla 1**

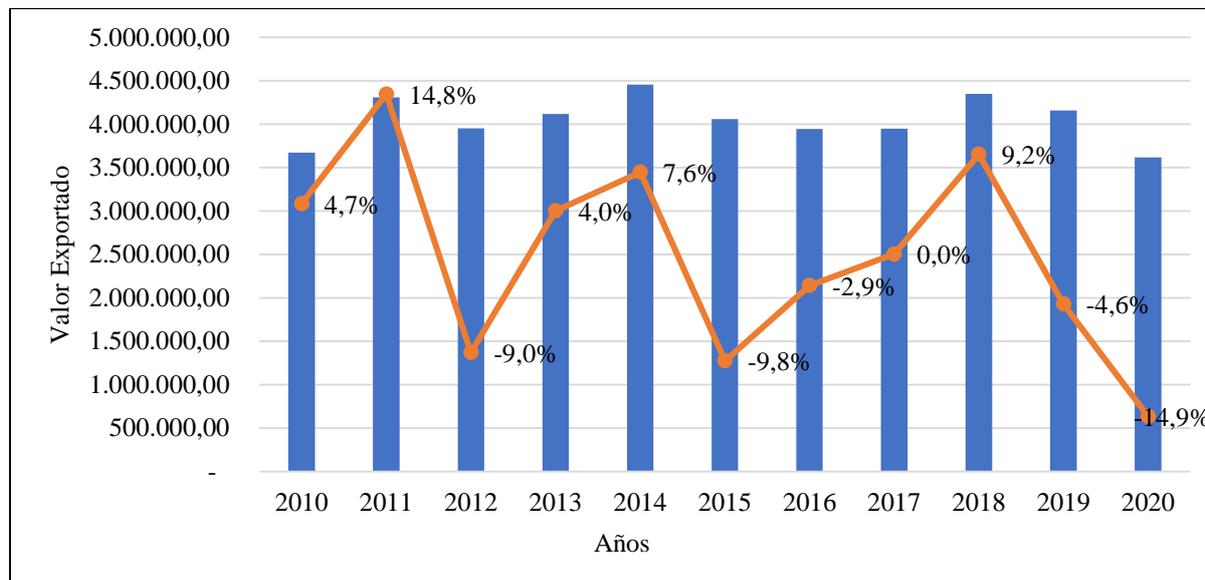
*Tasa de crecimiento de las exportaciones de prendas de fibra de alpaca a nivel mundial*

<b>Año</b>	<b>Valores (miles de dólares)</b>	<b>% Crecimiento</b>
2010	3.674.142,00	4,7%
2011	4.310.955,00	14,8%
2012	3.953.610,00	-9,0%
2013	4.119.201,00	4,0%
2014	4.456.940,00	7,6%
2015	4.059.085,00	-9,8%
2016	3.946.396,00	-2,9%
2017	3.947.746,00	0,0%
2018	4.349.189,00	9,2%
2019	4.159.232,00	-4,6%
2020	3.618.921,00	-14,9%

*Nota.* (Trade Map, 2021)

**Figura 1**

*Variación de las exportaciones de prendas de fibra de alpaca a nivel mundial*



Nota. (Trade Map, 2021)

El año 2011 presentó el mayor porcentaje de crecimiento de exportaciones con un 14,8% y el mayor decrecimiento sucedió en el 2020, que registró un -14,9%. El año que mayores exportaciones presentó fue el 2014 con 4.456.940,00 millones de dólares y el 2020 es el año más bajo en exportaciones de estas prendas llegando al valor de 3.618.921,00 millones de dólares.

### **Generalidades del sector textil ecuatoriano de fibra de alpaca**

Los Camélidos Sudamericanos (CSA) engloban 4 especies, como son, la Vicuña, el Guanaco, la Llama y la Alpaca, distribuidos mayormente en los países de la región andina. Este tipo de camélidos son considerados la fuente principal de ingresos económicos para el sector agropecuario de las comunidades al proporcionar productos como carne, piel, cuero y fibra. Respecto a este último, es relevante destacar su importancia dentro de la industria textil por su calidad y resistencia (Avilés Esquivel, Montero , & Barros Rodríguez , 2018).

En la actualidad, la crianza de estos camélidos es considerada una actividad global que se ha extendido a una gran parte de países y se estima alrededor de 6 millones de cabezas que se distribuyen de la siguiente forma: Perú (71,7%), Bolivia (8,6%), Estados Unidos (5,8%), Australia (8,2%) y países europeos (2,5%). Así mismo, el escenario de las

exportaciones e importaciones de alpacas se acentuó durante el periodo 2012 – 2018 siendo Australia, Chile y Estados Unidos los principales países que lideraron las exportaciones con 51,2%; 26,3% y 15,2% respectivamente. Por el otro lado, los países que encabezaron las importaciones fueron China, Nueva Zelanda e Israel con un 24,2%; 19,7% y 10,8% respectivamente (Contreras Flores, 2019).

La fibra obtenida de estos camélidos es considerada como uno de los insumos principales para la industria textil llegando a contar con un valor económico cotizado a nivel internacional, gracias a características, tales como, su fineza, resistencia y variedad de colores. La fibra de la alpaca se caracteriza del resto de fibras por no causar ningún tipo de alergia, no es inflamable, además es elástica y suave lo que facilita la elaboración de tejidos dando como resultado prendas de excelente calidad. Adicional a esto, es fundamental recalcar que el 80% de esta fibra es blanca, lo cual resulta favorable al momento de teñir, obteniendo alrededor de 23 tonalidades en los colores blanco, crema, marrón, gris y negro (Quispe , Rodríguez , Iñiguez , & Mueller , 2009).

En Ecuador, de acuerdo a los datos obtenidos a partir de la Encuesta de Superficie Producción Agropecuaria Continua (2020) se contabilizaron alrededor de 2.024 alpacas, distribuidas de la siguiente manera, en la región Sierra se encuentra 1.897 alpacas, siendo Pichincha y Chimborazo las provincias con la mayor población de alpacas con 594 y 346 cabezas, respectivamente (INEC, 2020). Se espera para lo que va del año 2020, que, como iniciativa del Proyecto de crianza de alpacas en Chimborazo, se mejore los índices de producción de estos camélidos y se impulsen proyectos enfocados en la conservación de páramos, y en mejorar las condiciones y estilos de vida de sus habitantes (World Vision Ecuador, 2020).

En función de los datos presentados se puede evidenciar a nivel nacional, una falta de aprovechamiento de este recurso, como lo es la fibra de alpaca. La industria textil es uno de los sectores más protegidos a escala global, y una de las actividades económicas básicas

de mayor relevancia para los países andinos y en especial para la economía ecuatoriana. Es por esta razón que se debe fomentar la conservación de los páramos y promover la crianza de estos camélidos dando un valor a la cadena productiva de la fibra de alpaca a nivel nacional.

### **Distribución geográfica**

Los camélidos existen en Ecuador desde 1984, en ese entonces se ubicaban en las faldas del volcán Chimborazo, la importación de vicuñas desde Perú y Chile fue parte de la iniciativa de reintroducción de la vicuña por parte del Ministerio de Agricultura; aproximadamente ingresaron doscientos animales los cuales fueron localizados en Reservas de Fauna con una superficie de aproximadamente 58.000 hectáreas en Chimborazo, Tungurahua y Bolívar, se esperaba que los ingresos obtenidos a partir de la fibra de vicuña rindieran beneficios hacia las comunidades aledañas (Baptista Vargas, 2009).

A finales de los años noventa las vicuñas se situaron en la comunidad de San José de Tipín en el cantón Guamote y la segunda importación vino desde Bolivia completando 377 vicuñas. La vicuña *mensalis* o vicuña del norte se encuentran en el territorio andino y provienen de poblaciones introducidas desde los países andinos mencionados anteriormente; estas especies habitan las zonas de los páramos secos, de pajonal al igual que en las zonas de bofedales (Morales de la Nuez, Vaca Cárdenas, Chacaguasay Cepeda, & Rodríguez González., 2017).

A partir de la reintroducción de camélidos en el Ecuador se ha notado un ascenso en la población, dentro de la reserva y fuera de esta existen diferentes especies, como se detalla a continuación.

**Tabla 2***Camélidos sudamericanos en Ecuador*

<b>Especie</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Alpaca	6.685	33.3%
Llama	10.356	52.1%
Vicuña	2.455	12.4%
Huarizos	527	2.1%
Mistis	20	0.1%
<b>Total</b>	<b>19.763</b>	<b>100%</b>

*Nota.* (FAO, 2005)

Existen diversos tipos de fibra de alpaca, diferenciado de acuerdo a su calidad y finura. Por un lado, está el vellón de alpaca, se compone de fibras gruesas y delgadas, y solo se obtiene al esquila al camélido una vez al año. Al ser una fibra resistente, se la utiliza en la confección de ponchos, abrigos y bolsos.

También existe la baby alpaca, la cual proviene de la primera esquila en la vida de una alpaca, su fibra se caracteriza por su suavidad y ligereza. Se utiliza para fabricar prendas de punto fino como jerséis, chales, entre otros. Es una de las fibras de mayor calidad.

Otro de los tipos es la alpaca real, aún más exclusiva y con mejores características que la fibra de la baby alpaca. Mide entre 19 y 19,5 micras. Es una fibra más suave y por lo tanto exclusiva, por la escasa producción de este tipo de fibra.

El otro tipo es el Huarizo, que sirve para realizar tejidos de punto grueso, para fabricar alfombras, tapicerías y forros (Argüelles, 2021).

### **Proceso de producción de fibra de alpaca**

En su mayor parte, los productores de alpacas en Ecuador se encuentran ubicados en la región Sierra, en las provincias de Cañar, Imbabura, Pichincha, Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua y Azuay. Pese a que la producción de alpacas en el país es una actividad reintroducida y prácticamente nueva, se puede evidenciar un alto grado de organización de las comunidades. Los resultados más significativos se han concentrado en temas relacionados a los métodos de reproducción de estos camélidos, manejo de pastizales,

capacidad de carga, mejores técnicas de esquila, aplicación de parámetros de clasificación, y talleres de hilado (Segovia Gortaire, s.f.).

El proceso de producción de la fibra de alpaca inicia con el esquilado de este camélido que por lo general se realiza anualmente. El proceso abarca 4 etapas principalmente, el hilado, torcido, enmadejado y lavado. Una vez retiradas las impurezas, la lana separada por colores se hila ya sea en una carda manual o carda de pedal de manera individual.

Posteriormente, los hilos de un mismo color se juntan y se tuercen en una rueca, para después proceder a armar las madejas. Finalmente, cada madeja aproximadamente de 1 libra es lavada para retirar cualquier indicio de grasa o suciedad.

Es importante recalcar el valor y calidad de esta fibra en especial por su tratamiento y proceso manual. Es así que, el tejido es totalmente a mano, para lo cual se utilizan herramientas, tales como, agujas circulares, crochet, entre otros. El tejido básico inicia con la pretina y demás partes que forman el cuerpo de la prenda, para posteriormente añadir detalles acordes al diseño. Actualmente, se ofrece una amplia gama de prendas de vestir e incluso accesorios tejidos con esta fibra, entre los que cabe mencionar, suéteres, gorras, guantes, bufandas, medias, ponchos, etc. (Artesalinas, s.f.)

Los principales atributos que diferencian a la fibra de alpaca del resto de fibras son la resistencia, sedosidad, naturalidad y carencia de lanolina, lo que la convierte en una fibra hipo alérgica y poco inflamable. A esto se suma la amplia variedad de colores naturales que pueden obtenerse y que facilitan el proceso de teñido lo cual resulta favorable en términos comerciales. Las prendas de vestir elaboradas a partir de la fibra de alpaca poseen un poder de aislamiento térmico superior que permite mantener la temperatura corporal independientemente de las condiciones externas. De igual manera, las propiedades textiles de estas fibras se remarcan en la compatibilidad con los sistemas de estambre, la facilidad de teñido, el poder de fricción, entre otros.

La siguiente tabla muestra a las principales MiPyMES ecuatorianas exportadoras de Suéteres de fibra de alpaca (6110.11.10.00) y los principales países de destino durante el año 2021.

**Tabla 3**

*Principales MiPyMES ecuatorianas exportadoras de la subpartida arancelaria 6110.11.10.00 a la UE en el año 2021*

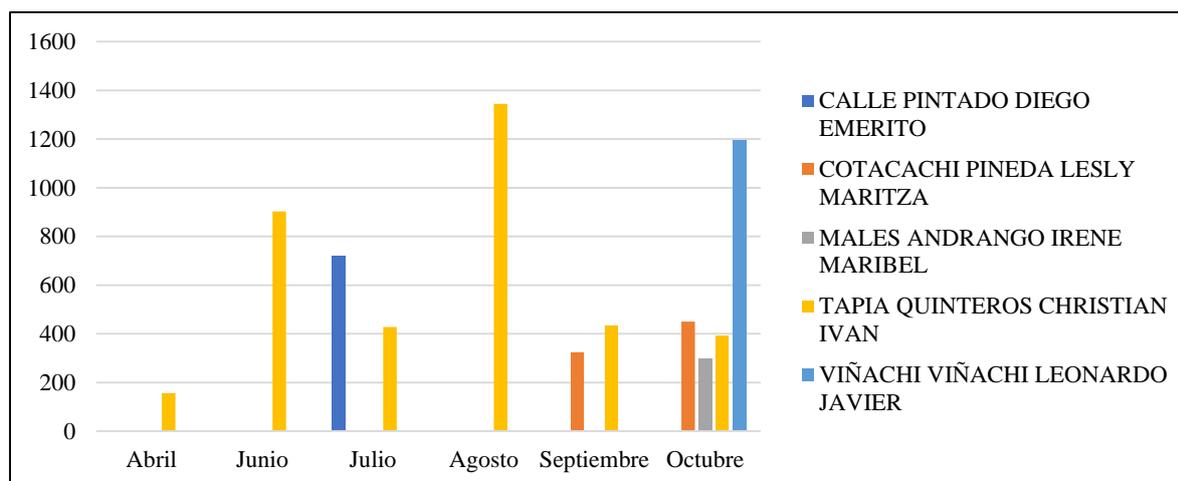
<b>Mes</b>	<b>Exportador</b>	<b>País de Destino</b>	<b>Peso Neto (Kg)</b>	<b>FOB (USD)</b>
<b>Abril</b>	TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	PAISES BAJOS	9,9	156,8
<b>Junio</b>	TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	FINLANDIA	18,82	235,2
<b>Junio</b>	TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	REINO UNIDO	64,96	372,4
<b>Junio</b>	TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	FRANCIA	24,22	225
<b>Junio</b>	TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	FRANCIA	9,69	70
<b>Julio</b>	TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	FRANCIA	4,95	140
<b>Julio</b>	TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	FRANCIA	17,83	288
<b>Julio</b>	CALLE PINTADO DIEGO EMERITO	ESPAÑA	70	717,86
<b>Agosto</b>	TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	ESPAÑA	15,2	504
<b>Agosto</b>	TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	ESPAÑA	23,73	840
<b>Septiembre</b>	COTACACHI PINEDA LESLY MARITZA	ESPAÑA	27,54	325
<b>Septiembre</b>	TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	RUMANIA	5,2	185
<b>Septiembre</b>	TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	PAISES BAJOS	22,16	240
<b>Septiembre</b>	TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	ESPAÑA	0,85	9,8
<b>Octubre</b>	COTACACHI PINEDA LESLY MARITZA	ESPAÑA	73,57	450
<b>Octubre</b>	MALES ANDRANGO IRENE MARIBEL	AUSTRIA	28,87	150
<b>Octubre</b>	MALES ANDRANGO IRENE MARIBEL	AUSTRIA	28,87	150

<b>Octubre</b>	TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	FRANCIA	33,56	392
<b>Octubre</b>	VIÑACHI VIÑACHI LEONARDO JAVIER	BELGICA	70	300
<b>Octubre</b>	VIÑACHI VIÑACHI LEONARDO JAVIER	ITALIA	35	895

Nota. (PUDELECO, 2021)

**Figura 2**

*Principales MiPyMES ecuatorianas exportadoras de la subpartida arancelaria 6110.11.10.00 a la UE en el año 2021*



Nota. (PUDELECO, 2021)

Como se puede observar en el gráfico, durante el mes de agosto del año 2021 se registró el nivel más alto en las exportaciones de la subpartida arancelaria 6110.11.10.00, con un valor FOB total de \$ 1.344.

### **Principales comunidades y empresas relacionadas con la producción de fibra de alpaca**

En el país, la mayor parte de rebaños de alpacas se encuentran concentrados en las siguientes provincias:

En la provincia de Cotopaxi se ubica la Hacienda Campo Alegre, con más de 1500 alpacas. Realizan dos esquilas (cortes de fibra de alpaca) al año bajo una infraestructura técnica y el asesoramiento de instructores de cría y esquila.

En la Hacienda Solemsa, de propiedad de una institución financiera, alberga 1800 alpacas con una infraestructura semejante a la que utiliza la hacienda Campo alegre.

En la provincia de Cayambe, se encuentra la Hacienda Capitán Dueñas, cuenta con aproximadamente 600 alpacas.

En Azuay, se ubica la Hacienda Ecológica, que alberga alrededor de 600 alpacas, a pesar de contar con una infraestructura inferior y un nivel de capacitación medio con respecto a Campo Alegre y Solemsa.

En Chimborazo, se ubica la hacienda Fundación Natura, acoge a 300 alpacas.

En la actualidad, la empresa Morlantex es la que más se destaca por la fábrica de hilos que mezclan la alpaca y lana, además de ser de excelente calidad, son tinturados de colores básicos, los hilados son destinados para confeccionar principalmente bufandas, abrigos y chompas.

Otra empresa que se dedica a fabricar hilados es Textiservi, mezcla lana, y alpaca con acrílico o con poliamida, los hilos son destinados para la elaboración de cobijas, mantas, ovillos y cubrecamas exportados a países como Italia y Estados Unidos (Espinoza, 2018).

Alrededor del país son varias las empresas que se dedican a la producción de lana de alpaca, se resumen en el siguiente cuadro:

**Tabla 4**

*Empresas productoras de fibra de alpaca*

<b>Empresa</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Descripción</b>
<b>Artesalinas</b>	Guaranda, Calle Tibospungo s/n y Los Incas, Salinas.	Las actividades de esta organización comunitaria están enfocadas a la equidad de género y al desarrollo de la localidad. Otro de sus objetivos es ayudar a las familias a tener una fuente de trabajo que contribuya a mejorar la calidad de vida de las familias de los artesanos.
<b>Hilana</b>	Quito, Av. 6 Sebastián de Benalcázar y Demetrio	Es una fábrica textil, dedicada al tejido de la lana del altiplano andino,

	Aguilera. La Armenia, Valle de los Chillos.	así como la confección de distintas prendas.
<b>Paqocha</b>	Quito, sector de Tumbaco.	Recuperan el arte del hilado a mano, el tejido en telares manuales (pre coloniales) y las técnicas de teñido a base de minerales y plantas. Se encuentran en la búsqueda de alternativas para mejorar gestión y crianza de alpacas.

*Nota.* (Layana Ruiz, 2020)

Además, a nivel nacional existen organizaciones sin fines de lucro enfocadas en mejorar la competencia del sector textil.

### **Tabla 5**

#### *Organizaciones gremiales*

<b>Organización</b>	<b>Actividades</b>
<b>ACONTEX</b>	Promover el desarrollo de conocimiento textil a sus afiliados
<b>AITE</b>	Trabajar en beneficio y defensa de los afiliados. Resolver problemas y promover el desarrollo del sector textil.
<b>CEDICONTEX</b>	Brindar capacitaciones sobre mercadeo, producción y comercialización para mejorar la competencia del sector textil.
<b>HEIFER Ecuador</b>	Relacionar la protección de los ecosistemas con el crecimiento económico de las comunidades.

*Nota.* (Layana Ruiz, 2020)

### **Importancia socioeconómica del sector textil en el Ecuador**

El sector textil es de gran importancia en la economía nacional, ya que representa el 5,9% del sector industrial del país, es importante por el gran número de empleos que genera. Según los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), las empresas de este sector emplean directamente a alrededor de 158.000 personas. En general, la industria manufacturera es fundamental para el fomento de la innovación y la contribución al valor añadido.

El sector textil y de la confección contribuye en casi un 1% al PIB nacional, pero las limitaciones de producción y distribución por las medidas de prevención de la pandemia han presenciado fuertes cambios. En 2020, el sector disminuyó un -9,9% entre enero y septiembre, mientras que las ventas cayeron un -40% entre marzo y diciembre. Asimismo, entre enero y agosto de 2020 se perdieron más de 10.000 empleos formales (Revista Gestión, 2021).

Finalmente, uno de los objetivos a medio plazo, es buscar nuevos mercados para los productos textiles mediante los acuerdos comerciales con diferentes bloques económicos.

## **FODA**

### **Fortalezas.**

Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana abastece permanentemente no solo a mercados regionales sino también al mercado europeo. Ecuador tiene una vasta experiencia en el sector; sin embargo, debe repensar y plantear estrategias sólidas. Entre las principales fortalezas del sector textil ecuatoriano de fibra de alpaca se pueden distinguir las siguientes:

- Materia prima de calidad.
- Apertura a mercados internacionales a través de acuerdos comerciales.
- Creatividad en los diseños.
- Características físicas de la fibra: natural, resistente, sedosa, hipo alérgica y poco inflamable.
- Amplia variedad de colores naturales y facilidad para teñir.
- Proyectos de manejo de alpacas para el mejoramiento adecuado de los páramos.
- Procesamiento, tintura y confección de forma artesanal, que es valorada en mercados internacionales.

**Debilidades.**

Comprende los factores desfavorables que afectan a la competitividad del sector textil de la alpaca, siendo una de las principales debilidades la falta de innovación ya que las empresas no cuentan con capacidades de diseño de moda para desarrollar colecciones de estos productos. Con base a lo anterior, se describen las debilidades del sector.

- Deficiente innovación por orientarse a la conservación de la característica artesanal de las prendas.
- Existe un bajo nivel de producción ya que las empresas dependen de proveedores externos para la adquisición de materia prima.
- Falta de capacitaciones acerca de la cría y el tratamiento de las alpacas.
- Mantiene costos de producción elevados.
- Producción limitada, lo cual dificulta satisfacer la demanda internacional.
- El aumento de la competencia, ya que complica la fidelización de los consumidores.

**Oportunidades.**

El crecimiento de las importaciones de los países de la Unión Europea con respecto a prendas y otros productos a base de fibra de alpaca, muestran que existen oportunidades para las exportaciones ecuatorianas.

- Condiciones naturales favorables para la actividad agraria.
- Demanda de productos orgánicos y artesanales.
- Nuevas técnicas biotecnológicas y de mejoramiento genético.
- Proyectos de fomento agropecuario e industrial.
- Fomento de exportaciones
- Incentivo a nuevos emprendimientos

**Amenazas.**

Incluye situaciones derivadas del entorno que pueden afectar a este sector, como la

crisis económica que ha perjudicado al crecimiento de las exportaciones en los últimos años, al igual que la competencia con las grandes potencias de la industria textil, esas y otras amenazas se describen a continuación.

- Poca participación en el mercado por las importaciones de productos sustitutos de fibras sintéticas a bajos costos.
- Discontinuidad de las políticas de estímulo a las exportaciones de productos textiles.
- Inestabilidad económica en el país, lo que produce el aumento de la migración, entre ellos artesanos.
- Incremento de la competitividad internacional, países como Australia y China se están dedicando a la producción o crianza de camélidos.
- La crisis económica que están enfrentando los países ha afectado a las exportaciones en los últimos años.

**Escenario histórico de las exportaciones de Ecuador para las subpartidas arancelarias 6110.11.10.00 (Suéteres); 6110.11.20.00 (Chalecos); 6110.11.30.00 (Cárdigan) y 6110.11.90.00 (Los demás) a la UE durante el periodo 2010 – 2020.**

La alpaca es una de las especies ganaderas más representativas de los países sudamericanos, con la capacidad de adaptarse a diferentes condiciones climáticas. Precisamente, de este camélido se obtiene una de las fibras de origen animal destacada por su idoneidad para la industria textil. En Ecuador, el sector textil juega un papel fundamental para su economía al ser considerada una de las actividades industriales más críticas. Es la base de la economía por ser uno de los sectores que aporta al desarrollo industrial del país, genera plazas de empleo, incentiva la inversión local y favorece significativamente a la balanza comercial no petrolera.

En los últimos años, Ecuador se ha visto en la necesidad de incrementar las exportaciones no tradicionales, especialmente aquellas con mayor valor agregado, como es el caso de los distintos productos textiles manufacturados, para fortalecer su sector y

convertirlo en una industria exportadora. A esto se suma el hecho de que Ecuador forma parte del Acuerdo Comercial Multipartes suscrito por Colombia y Perú, desde el 11 de noviembre del 2016, el cual favorece notablemente a los productores nacionales, quienes apuestan en mejorar su oferta exportable hacia este importante mercado (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2015).

Bajo este panorama se analizan las exportaciones en miles de Dólares Americanos de prendas de vestir a base de fibra de alpaca de las subpartidas arancelarias 6110.11.10.00; 6110.11.20.00; 6110.11.30.00 y 6110.11.90.00 a los distintos países que conforman la Unión Europea.

**Tabla 6**

*Principales países importadores de la Unión Europea de prendas de alpaca ecuatorianas en miles de dólares americanos*

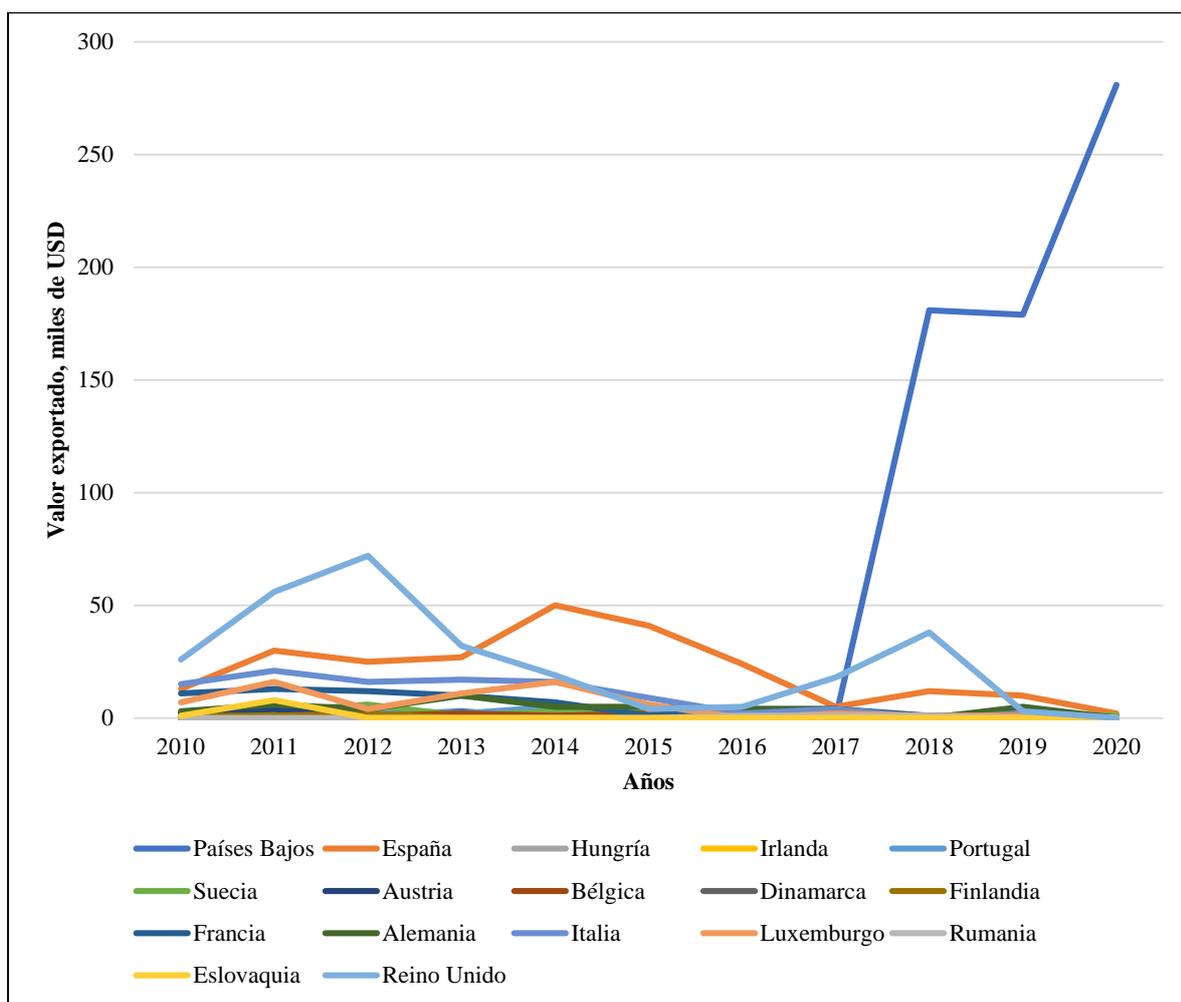
<b>Importadores</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Mundo</b>	537	740	597	621	589	478	270	241	527	491	414
<b>UE 28</b>	81	159	151	119	124	75	45	40	237	206	287
<b>Países Bajos</b>	0	0	1	3	0	0	0	0	181	179	281
<b>España</b>	13	30	25	27	50	41	24	5	12	10	2
<b>Hungría</b>	0	0	3	2	0	2	1	1	1	2	1
<b>Irlanda</b>	0	0	1	1	2	1	1	0	1	1	1
<b>Portugal</b>	0	0	4	2	5	1	0	0	0	0	1
<b>Suecia</b>	2	3	6	1	3	3	1	0	0	2	1
<b>Austria</b>	2	4	0	1	0	0	0	0	0	0	0
<b>Bélgica</b>	0	0	1	2	1	2	1	0	0	0	0
<b>Dinamarca</b>	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finlandia</b>	1	1	2	0	0	0	1	1	1	0	0
<b>Francia</b>	11	13	12	10	7	1	4	4	1	1	0
<b>Alemania</b>	3	6	4	10	5	5	4	4	0	5	0
<b>Italia</b>	15	21	16	17	16	9	2	4	0	2	0
<b>Luxemburgo</b>	7	16	4	11	16	6	0	2	1	1	0

Rumania	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0
Eslovaquia	1	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reino Unido	26	56	72	32	19	4	5	18	38	3	0

Nota. (Trade Map, 2021)

**Figura 3**

*Principales países importadores de la Unión Europea de prendas de alpaca de Ecuador en miles de dólares americanos*



Nota. (Trade Map, 2021)

Las exportaciones ecuatorianas al mundo totalizaron al año 2020, US\$ 414 mil, decreciendo en los últimos diez años en 2,34%.

Por otra parte, las exportaciones a la Unión Europea pasaron de US\$ 81 mil dólares en el 2010 a US\$ 287 mil dólares en 2020, creciendo en los últimos diez años en 12,19%.

Entre los principales mercados destino de las exportaciones ecuatorianas se encuentran,

Países Bajos y España con una participación del 67,9% y 0,5% respectivamente, seguidos de Hungría, Irlanda, Portugal y Suecia con el 0,2% cada uno. Sin embargo, las exportaciones a Italia, Luxemburgo y Reino Unido han experimentado una caída significativa durante estos últimos años, de US\$ 15, US\$ 7 y US\$ 26 mil a valores nulos en el año 2020.

Pese a que la demanda de artículos que representan la cultura de los pueblos andinos se ha popularizado, entre ellos los tejidos de lana de alpaca y de llama, la competencia internacional latinoamericana, principalmente de origen peruano y boliviano impiden captar una mayor participación del mercado internacional. A estos factores se suman, los procesos de producción arcaicos y la falta de exigencia de mejoramiento de calidad por parte de las empresas cuando expanden su actividad a nivel internacional. En este contexto Ecuador debe lograr que las exportaciones de este sector se incrementen, con un efecto directo en la generación de empleo y en la Matriz Productiva del país.

### **Proyección de las Exportaciones 2021 - 2030**

De acuerdo al objetivo de esta investigación, se realizó proyecciones en valores de las exportaciones de prendas de vestir a base de fibra de alpaca, los datos estadísticos se tomaron de Trade Map.

Se utilizó el método de la regresión lineal para la estimación de las exportaciones al año 2030, y como resultado se obtuvo la siguiente ecuación:

$$y = 23,564x - 47268$$

$$R^2 = 0,8486$$

### **Tabla 7**

*Datos de las exportaciones en miles de dólares americanos hacia la Unión Europea*

<b>Años</b>	<b>Valores</b>
2010	95
2011	178
2012	203
2013	168
2014	199
2015	137

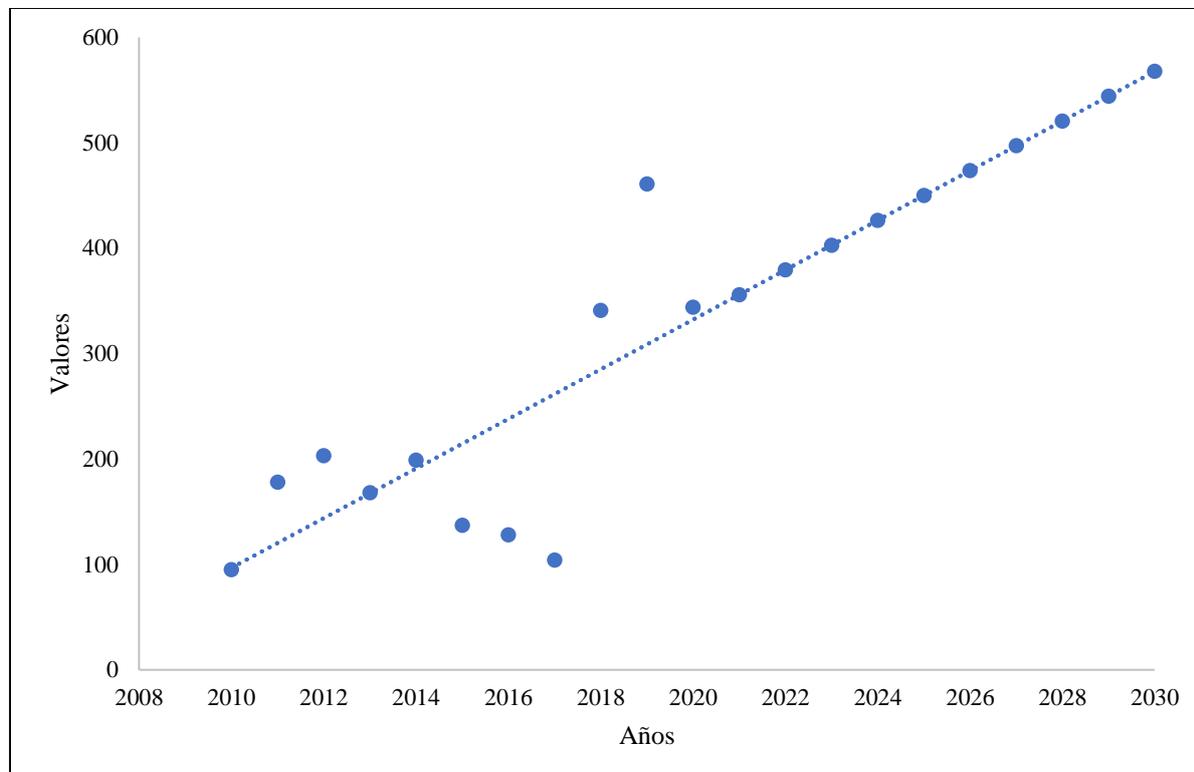
2016	128
2017	104
2018	341
2019	461
2020	344
2021	355,75
2022	379,31
2023	402,88
2024	426,44
2025	450,01
2026	473,573
2027	497,138
2028	520,703
2029	544,268
2030	567,833

Nota. (Trade Map, 2021)

De esta manera al reemplazar los datos en la ecuación anterior, la proyección se muestra mediante el siguiente gráfico en el periodo 2021-2030.

#### Figura 4

*Proyección de las exportaciones en miles de dólares americanos hacia la Unión Europea*



Nota. (Trade Map, 2021)

Se espera el incremento de 334 a 567,83 miles de dólares americanos, en los siguientes diez años, además del continuo crecimiento del sector textil en el Ecuador.

Las expectativas para el sector son positivas, ya que las exportaciones textiles se estima que aumenten a pesar de su descenso en 2020. Esto se debe en parte a la apertura de nuevos mercados de destino, acercando al sector a los niveles que mantenía antes de la pandemia. Por lo tanto, es necesario enfocarse en satisfacer la demanda que ha ido aumentando paulatinamente, principalmente de la Unión Europea.

## **Capítulo IV**

### **Desarrollo y aplicaciones del modelo del Doble Diamante de Moon**

#### **Generalidades de la aplicación del modelo**

Para calcular los índices de competitividad, se obtiene el promedio de los diez años objeto de análisis, en función de las variables seleccionadas por cada factor que compone el modelo. La información se ha obtenido a partir de las bases de datos del Banco Mundial (BM), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), entre otros, durante el periodo 2010 – 2020.

El índice de competitividad se obtiene a partir del cálculo de los pesos de cada factor, para lo cual se divide el número de factores utilizados en cada dimensión. Si, la dimensión Condiciones de la demanda local tiene 8 factores, el peso para cada uno de estos indicadores es:  $1/8 = 0,13$ . Posteriormente, los índices de competitividad deben estandarizarse para cada factor de los países, a una base de 100, por ejemplo, para el cálculo de los índices estandarizados de competitividad del factor participación fuerza laboral (PFL) por cada país, se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{ECU} = \{0.13 \cdot 100\} \cdot [42.84/76.54] = 7.00$$

$$\text{COL} = \{0.13 \cdot 100\} \cdot [52.89/76.54] = 8.64$$

$$\text{PER} = \{0.13 \cdot 100\} \cdot [76.54/76.54] = 12.50$$

$$BOL = \{0.13 \cdot 100\} \cdot [48.01/76.54] = 7.84$$

A partir de estos valores se calculan los índices de competitividad por cada dimensión, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula:

$$ICCFN_j = \sum_i^n = ICF_i$$

$$ICN_j = \sum (\sum ICCFN_j + \sum ICCDN_j + \sum ICIRAN_j + \sum ICEERN_j)$$

Dónde:

$ICN_j$  = Índice de competitividad nacional del país j

$ICCFN_j$  = Índice de competitividad en condiciones de factores nacionales del país j

$ICCDN_j$  = Índice de competitividad en condiciones de demanda nacionales del país j

$ICIRAN_j$  = Índice de competitividad de las industrias relacionadas y de apoyo nacionales del país j

$ICEERN_j$  = Índice de competitividad en en estructuras de las empresas y rivalidad nacional del país j

Los índices de competitividad internacional se calculan de la misma forma. Finalmente, el índice de competitividad global, se obtiene a partir del promedio de los índices de competitividad nacional e internacional por cada dimensión (Sardy & Fetscherin, 2009).

### Tabla 8

*Cálculo de los valores de los índices de competitividad local e internacional de Ecuador, Colombia, Perú y Bolivia*

DETERMINANTES	VARIABLE	ÍNDICE			
		ECU	COL	PERU	BOL
<b>Condiciones Factores Locales</b>	Participación Fuerza Laboral	7	8,64	12,5	7,84
	Acceso a la electricidad	12,5	12,44	11,86	11,86

	Índice Producción Alimentaria	12,3	12,42	12,5	12,29
	Mejoramiento Servicio Agua	9,7	12,5	5,57	6,21
	Artic. Científicos y Técnicos	2,22	12,5	2,3	0,2
	Investigadores en I+D	12,5	2,06	6,95	6,94
	Índice Percepción Corrupción	11,16	12,5	12,47	10,91
	Inflación Precios Consumidor	7,18	11,34	8,48	12,5
	<b>Cálculo del índice nacional</b>	<b>74,55</b>	<b>84,39</b>	<b>72,63</b>	<b>68,76</b>
	Exportación de bienes y servicios	9,29	6,07	9,21	12,5
	Crecimiento exportación bienes/servicios	12,19	6,92	8,22	12,5
	Inversión Directa Extranjera Inflows	2,58	12,49	12,5	6,4
<b>Condiciones Factores Internacionales</b>	Inversión Directa Extranjera Outflows	0,94	12,5	3,24	-0,12
	Industria, valor agregado	12,5	10,64	11,83	9,88
	Tiempo para exportar	12,5	8,61	11,14	6,25
	Dominio inglés por negocios internacionales	10,19	11,11	11,95	12,5
	Agricultura, valor agregado	10,74	7,19	7,95	12,5
	<b>Cálculo del índice internacional</b>	<b>70,93</b>	<b>75,53</b>	<b>148,67</b>	<b>72,41</b>
	<b>Cálculo del índice global CF</b>	<b>72,74</b>	<b>79,96</b>	<b>110,65</b>	<b>70,58</b>
	Gastos en I+D	12,5	7,66	3,19	4,95
	Gasto público educación, Total	8,91	8,7	6,79	12,5
	Crecimiento del PIB	6,65	9,83	5,44	12,5
<b>Condiciones de Demanda Locales</b>	Crecimiento PIB Per Cápita	1,53	10,03	11,6	12,5
	Producto Bruto Interno p/c	10,75	12,5	11,7	5,44
	Tiempo para Importar	12,5	6,67	6,14	9,09
	Importación Bienes y Servicios	9,44	7,34	8,48	12,5
	Crecimiento Anual de Población	12,5	9,05	9,55	11,71
	<b>Cálculo del índice nacional</b>	<b>74,79</b>	<b>71,78</b>	<b>62,89</b>	<b>81,19</b>
	Exportaciones combustibles	9,69	12,5	1,97	11,02
	Exportación metales/minerales	0,29	0,34	12,5	5,63
	Índice de Gini	11,09	12,5	10,5	10,99
<b>Condiciones de Demanda Internacional</b>	Comercio de mercancías	10,31	6,54	9,31	12,5
	Inscripción alumnos nivel secundario	12,5	11,57	12,48	11,48
	Ahorro Bruto	12,5	8,24	9,91	9,08
	Deuda pública país	2,99	12,5	4,18	1,36
	Servicios Valor Agregado	3,37	12,5	7,26	1,07
	<b>Cálculo del índice internacional</b>	<b>62,74</b>	<b>76,7</b>	<b>68,12</b>	<b>63,13</b>
	<b>Cálculo del índice global CD</b>	<b>74,67</b>	<b>78,09</b>	<b>67,76</b>	<b>74,98</b>
	Abonados internet banda ancha	9,52	12,5	7,2	3,34

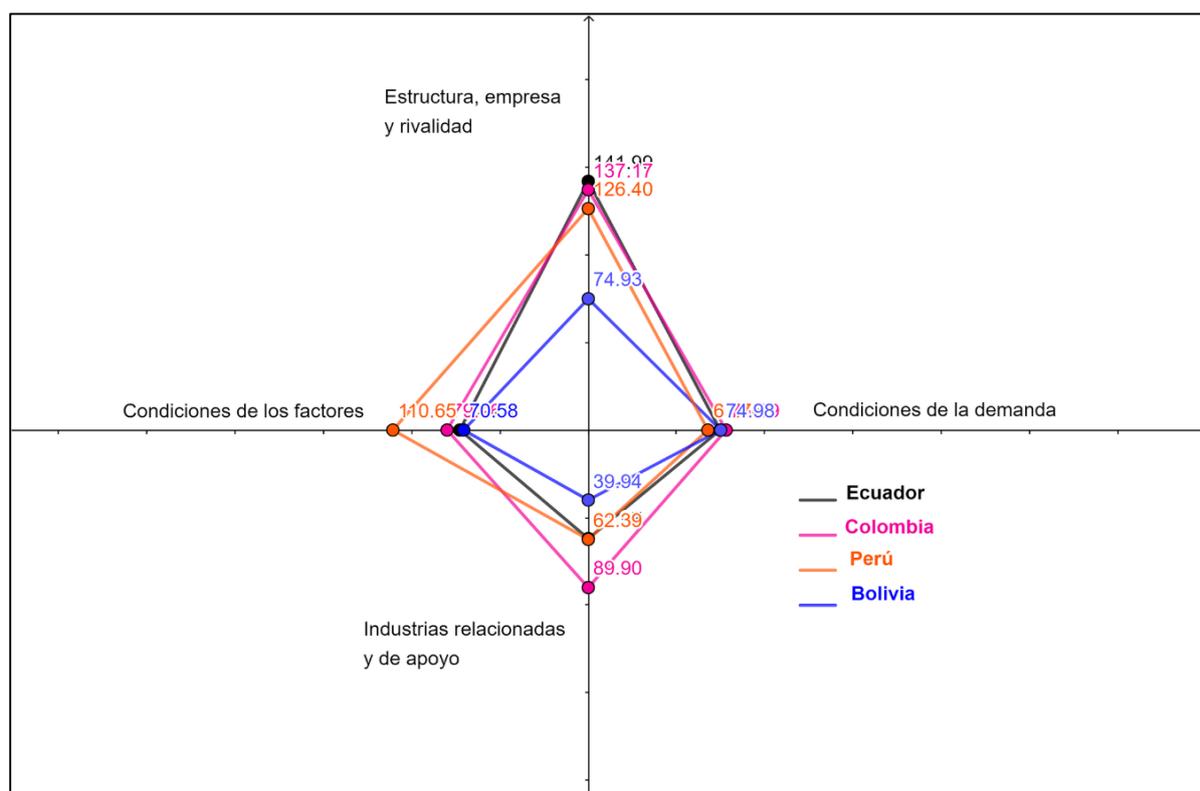
	Suscripciones teléf. celulares	10,01	12,5	12,22	9,91
	Acceso a la electricidad	12,5	12,44	11,86	11,6
<b>Industrias Relacionadas y apoyo local</b>	Calidad Infraestructura puertos	7,98	12,5	10,13	0,68
	Calidad Infraestructura global	12	12,5	12,47	10,56
	Servidores Internet seguros	6,56	12,5	6,82	3,27
	Líneas telefónicas	12,5	12,49	9,11	6,59
	Consumo de electricidad	12,5	12,25	11,89	6,56
	<b>Cálculo del índice nacional</b>	<b>83,57</b>	<b>99,69</b>	<b>81,71</b>	<b>52,51</b>
		Transporte aéreo, carga	0,93	14,29	3,02
	Técnicos de I&D	14,29	2,35	7,94	7,94
	Calidad de infraestructura portuaria	9,12	14,29	11,58	0,78
<b>Industrias Relacionadas y apoyo internacional</b>	Patentes aplicadas a residentes	0,74	14,29	3,03	1,25
	Plazo de entrega importaciones	5,68	6,34	3,5	14,29
	Vuelos aéreos mundo cias. Aéreas	2,34	14,29	5,18	1,96
	Carga contenedores por puertos	7,27	14,29	8,82	0,03
	<b>Cálculo del índice internacional</b>	<b>40,36</b>	<b>80,12</b>	<b>43,07</b>	<b>26,37</b>
<b>Cálculo del índice global IRA</b>	<b>61,97</b>	<b>89,9</b>	<b>62,39</b>	<b>39,44</b>	
	Salario mínimo nominal mensual	12,5	9,93	9,3	8,18
	Costo de los procedimientos para establecer una empresa	6,5	2,59	2,46	12,5
<b>Estructura empresa, rivalidad local</b>	Tiempo para iniciar negocio	12,5	2,72	9,09	10,95
	Desempleo total	4,94	12,5	4,33	3,91
	Valor agregado industria	4,98	3,4	6,32	12,5
	Impuesto sobre utilidades	9,29	11,07	12,5	0
	Comercio de Servicios	6,86	7,65	8,08	12,5
	Costo importaciones	11,72	7,81	12,5	4,69
	<b>Cálculo del índice nacional</b>	<b>69,29</b>	<b>57,67</b>	<b>64,57</b>	<b>65,23</b>
	Transferencia tecnológica e IDE	12,5	7,69	3,19	1,71
	Costo de exportaciones	107,69	121,15	121,15	12,5
	Índice de tecnología (innovación)	10,24	12,5	12	9,48
<b>Estructura empresa y rivalidad internacional</b>	Exportación a país en desarrollo no región	6,91	5,76	12,5	3,87
	Tasa arancelaria prod. Manufacturados	58,7	40,62	12,5	40,89
	Exportación alta tecnología	9,81	12,5	7,67	11,44
	Exportación a Asia Oriental & Pacífico	4,63	3,95	12,5	2,54
	Exportación productos manufacturados	4,2	12,5	6,71	2,21

<b>Cálculo del índice internacional</b>	<b>214,7</b>	<b>216,66</b>	<b>188,23</b>	<b>84,64</b>
<b>Cálculo del índice global EER</b>	<b>141,99</b>	<b>137,17</b>	<b>126,4</b>	<b>74,93</b>

Nota. Elaboración Propia. Tomado de: (Banco Interamericano de Desarrollo, s.f.); (Banco Mundial, s.f.); (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, s.f.) y (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, s.f.)

**Figura 5**

*Diamante de Competitividad*



Nota. Diamantes de Competitividad para ECU COL PER y BOL

### Condiciones de factores locales.

Para realizar el análisis se consideró: la participación de la fuerza laboral, que hace referencia al porcentaje de personas que están en edad para trabajar y que se encuentran trabajando o buscando activamente una oportunidad laboral; el acceso a la electricidad; índice de producción alimentaria “cubre los cultivos alimentarios que se consideran comestibles y que contienen nutrientes. Se excluyen el café y el té porque, aunque son comestibles, no tienen valor nutritivo” (The Global Economy, s.f.); mejoramiento servicio agua, número de artículos científicos y técnicos, el número de investigadores en innovación

tecnológica, lo cual proporciona una visión general del proceso de desarrollo de cada uno de los países estudiados y al mismo tiempo este indicador contribuye a la mejora de la competitividad, de igual forma, se consideró el índice de percepción de corrupción, el cual según (ABACO, 2012) “refleja las percepciones de empresarios, analistas de riesgo, especialistas financieros y similares de la situación de la corrupción en cada país. Mide, en una escala de cero (percepción de muy corrupto) a diez (percepción de ausencia de corrupción)” y la inflación de precios al consumidor el cual indica la evolución de los cambios en el precio de bienes.

En cuanto a los resultados; en el primer indicador (participación de la fuerza laboral) en los últimos diez años Perú supera a los demás países andinos de manera significativa, representa el 76,5%, un 78,7% más que ECU, un 59,4% más que BOL y un 44,7% más que COL.

Al comparar el porcentaje de la población con acceso a la electricidad para cada país, se obtuvo los siguientes resultados, Ecuador resalta en este indicador y aquello se debe al aumento de la cobertura gracias a las nuevas centrales eléctricas que se instalaron en el país, representa el 98,5%, un 0,5% más que COL y un 5,4% más que PER y BOL.

En el índice de producción alimentaria, el país con un porcentaje más alto es Perú, con el 1,6% más que ECU, 0,6% más que COL y 1,7% más que BOL.

En cuanto a la mejora del servicio de agua potable, Colombia destaca claramente, tras el cálculo, representa un porcentaje del 91,8%, es importante enfatizar que este país bajo su Plan Nacional de Abastecimiento tienen como meta al 2022 cubrir el acceso de agua potable a tres millones de personas y para el 2030 a toda la ciudadanía (Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio de Colombia, 2021); lleva una ventaja frente a los demás países, un 28,9% más que ECU, 124,4% más que PER y 101,1% más que BOL.

En la producción de artículos científicos y técnicos, Colombia también se destaca entre los países andinos ya que tiene un índice que representa el mayor porcentaje entre los países, y esto ocurre porque el número de publicaciones reconocidas internacionalmente ha aumentado en los últimos años, además “se sitúa en segundo lugar en Latinoamérica con

114 revistas científicas editadas después de Brasil (398), con un promedio de 129 trabajos publicados por año por revista” (277 revistas científicas clasificadas por Minciencias como las mejores del país, 2020), por otra parte los demás países tienen una menor cantidad y este país tiene un 444,1% más que PER de hecho se evidencia un bajo liderazgo en investigaciones y la mayoría de ellas están “publicaciones basadas en la colaboración internacional y lideradas por autores con filiación no peruana” (Mendoza-Chuctaya, y otros, 2021), COL tiene un 463,4% más que ECU “según la plataforma Scimago Journal&Country Rank, se publicaron 5 941 artículos en 2020, el mayor número desde el 2017” (Abril, 2021).

De acuerdo al análisis comparativo del número de investigadores en investigación y desarrollo, Ecuador destaca entre los países en el crecimiento de este índice a pesar de que en los últimos cuatro años no se ponían en prácticas las políticas públicas que constan en la SENESCYT al 2020. (Leone & Paz y Miño, 2020), por su parte Colombia, Perú y Bolivia muestran un índice bajo.

En la comparación del índice de percepción de corrupción los países muestran porcentajes similares, de acuerdo a los últimos diez años Colombia tiene el mayor índice de 12.50% “desde el 2012, el país ha estado entre los 36 y los 39 puntos. Una calificación por debajo de 50 puntos indica niveles de corrupción muy serios en el sector público de un país” (Transparencia por Colombia, 2021), muy cerca está Perú, Ecuador y Bolivia.

Con respecto a la inflación de precios al consumidor, destaca BOL representa el 4%, un 10,3% más que COL, un 47,4% más que PER y un 74,1% más que ECU con un índice del 7.18% en promedio durante los últimos diez años.

### **Condiciones factores internacionales.**

En el análisis se utilizaron variables como la exportación de bienes y servicios, crecimiento exportación bienes/servicios, inversión directa extranjera inflows se refiere al “valor de la inversión directa entrante realizada por inversores no residentes” (The World Bank Group, 2013), inversión directa extranjera outflows “son el valor de la inversión directa en el exterior realizada por los residentes de la economía declarante” (The World Bank

Group, 2013); el valor agregado de la industria; tiempo para exportar, dominio del idioma inglés importante para los negocios internacionales; y a la agricultura con valor agregado.

De acuerdo al análisis los países andinos alcanzan valores cercanos entre sí, en el caso de Colombia muestra ventaja en Inversión Directa Extranjera ya que en los últimos años atrajo a un mayor número de inversionistas, además a pesar de la considerable disminución que presentó por efectos de la pandemia, “de acuerdo con el Marco Fiscal de Mediano Plazo del Ministerio de Hacienda, se prevé un crecimiento del 32% de la IED en 2021” (Colombia Investment, 2021).

Ecuador tiene una ventaja en tres factores: 1) crecimiento de exportaciones de bienes y servicios, durante los últimos años se ha evidenciado el aumento de las exportaciones primarias de productos. Además, de manera general este país “registró en 2020 un récord "histórico" de exportaciones no petroleras de casi unos 15.000 millones de dólares, pese a las circunstancias de la pandemia” (EFE, 2021); 2) valor agregado de la industria con el 12.50%, y muy cerca de Perú; 3) tiempo para exportar ya que desde el año 2012 empezó la automatización de procesos y los plazos se volvieron más cortos es así que los documentos se pueden procesar de forma electrónica para ingresar a la Ventanilla Única de Exportación.

En torno a la Inversión Directa Extranjera Inflows, PER representa el 4,1%, un 0,1% más que COL, un 95,2% mejor que BOL y un porcentaje significativamente superior al de ECU.

Por otro lado, Bolivia también muestra una ventaja en factores como: 1) exportación de bienes y servicios como porcentaje del PIB, la (CEPAL, 2021) “proyecta para 2021 un crecimiento de alrededor de un 5,1%”; 2) aumento en el ranking con respecto a años anteriores en el dominio del idioma inglés y 3) valor agregado de la agricultura, “desde el 2017 ha sido el sector con mayor crecimiento (6.6%). Asimismo, el sector es una fuente de divisas ya que contó con una participación promedio del 5.8% en el total de exportaciones (2006-2019)” (Alcaraz Rivero, Muñoz, Egas, Paolo de Salvo, & Lima, 2020).

### **Condiciones de la demanda.**

Según (Zhang & Londres, 2013), las condiciones de la demanda se establecen en función de la naturaleza y el tamaño del mercado, así como del nivel de satisfacción y

exigencia de los consumidores. Cuando los clientes son exigentes, las empresas deben establecer estándares altos, y mejorar aspectos, como su tecnología, calidad, características funcionales y no funcionales del bien y/o servicio, entre otros. De acuerdo con (Chacón & Parada, 2005), el incremento de la demanda impulsa a las empresas a innovar sus productos, y a repensar sus estrategias para reaccionar de forma positiva a las necesidades de los consumidores internacionales.

### ***Condición de demanda local.***

Para el determinante de la demanda nacional, (Moon, Rugman, & Verbeke, 1998) proponen una serie de variables objeto de análisis. En lo relacionado a este pilar, los Gastos en investigación y Desarrollo (GID), son esenciales para los sectores productivos que buscan ser eficientes y económicamente viables, a razón de mejorar sus costos operativos y generar productos innovadores acorde a las tendencias actuales. Para el caso de ECU, los Gastos en I+D como % del PIB, representan el 0,42%; un 63,1% más que COL, un 291,5% más que PER y un 152,6% más que BOL. Este indicador es favorable para ECU al evidenciarse un impacto positivo de los avances tecnológicos e innovación en las distintas industrias a través de mejores procesos productivos, estándares de calidad y valor agregado a los productos.

En cuanto, al Gasto público en educación (GPE), este se considera como parte del análisis al tener un impacto en el nivel de sofisticación de la demanda. La inversión en educación garantiza a un país competir en un futuro no muy lejano entre las principales economías mundiales, y elevar el nivel de sofisticación del mercado. Para BOL, el Gasto público en educación como % del PIB representa el 6,52%: un 40,3% más que ECU, un 43,7% más que COL y un 84,1% más que PER.

A simple vista se puede observar que el Crecimiento del PIB (CPIB) durante el último año ha tenido un resultado negativo para ECU (-7,75%); COL (-6,847); PER (-11,149) y BOL (-7,823). En el caso particular de BOL, el Crecimiento del PIB durante el período de análisis ha sido en promedio de 3,51%, resultado derivado de las reformas impulsadas por el gobierno en materia económica internacional. Otro de los indicadores de suma

importancia para las condiciones de la demanda local es la Tasa de Crecimiento Anual de la Población (CAP) con el fin de medir el crecimiento de los mercados nacionales. Para ECU, la Tasa de Crecimiento de la Población como % anual es del 1,61%: un 38,2% más que COL, un 30,09% más que PER y un 6,7% más que BOL.

Finalmente, las Importaciones de bienes y servicios (IBS), juegan un rol importante en el comportamiento del PIB de una nación, y en la capacidad de las empresas locales para proteger su demanda de la competencia extranjera. Para el caso de BOL, las importaciones de bienes y servicios como % del PIB, representan el 34,91%; un 32,4% más que ECU, un 70,3% más que COL y un 47,3% más que PER. Esto indica la capacidad de las industrias locales para rivalizar con competidores extranjeros y la preparación de estas para sobresalir en mercados internacionales.

#### ***Condiciones de demanda internacional.***

Se considera el nivel de Deuda pública (DDP) debido que un mayor endeudamiento hace a un país más vulnerable frente a los cambios externos, y manejar un nivel prudente es clave para la estabilidad del país y el crecimiento sostenido (Ginhoven, Carrillo, & Araoz, 2001). De igual manera, el Nivel de Enrolamiento en Educación Secundaria (INS) es una aproximación al nivel de sofisticación de la demanda (Moon, Rugman, & Verbeke, 1998).

Por otra parte, según (Krugman, 1994) y (Laffaye, 2007) una nación con un mejor nivel en la calidad de vida de sus habitantes, posee mejores niveles de competitividad, por esta razón se analiza el índice de GINI (IGI). Por último, se considera las variables respecto a Comercio de Mercancías (COM) y Valor Agregado en los Servicios (SVA) para medir la capacidad de las industrias frente a competidores en mercados internacionales y la satisfacción de la demanda (Jin & Moon, 2006), permitiendo a las industrias del país diseñar estrategias de expansión internacional.

En condiciones de demanda internacional, ECU se aventaja del resto de países en dos variables: 1) Inscripción alumnos nivel secundario (INS) 82,44%; y 2) Ahorro Bruto (ABR) 26,15%. Por su parte, COL denota mejores resultados en cuanto a: 3) Exportaciones de combustibles (ECO) 58,10% y 4) Índice Gini (IGI) 51,67%. PER destaca en: 5) Exportación

de metales/minerales (EMM) 43,07%. Finalmente, BOL posee un solo factor favorecido: 6) Comercio de mercancías (COM) con un crecimiento de 56,19%.

### **Industrias Relacionadas y de apoyo.**

#### ***Industrias Relacionadas y de apoyo local.***

Se consideraron factores relevantes como: abonados internet banda ancha, suscripciones teléfonos celulares, acceso a la electricidad, calidad de la infraestructura de puertos, calidad de la infraestructura global, servidores internet seguros, líneas telefónicas y consumo de electricidad.

En base a los hallazgos, se obtuvo que Colombia se destaca en cinco factores, entre ellos: 1) abonados internet banda ancha, el país ha mejorado su posición a nivel global al brindar un mayor acceso bajo estándares internacionales a menor costo, “el acceso a Internet en el hogar se ha duplicado desde 2010 a un 52%” (Casa Editorial El Tiempo, 2020); 2) suscripciones teléfonos celulares, actualmente “los operadores compiten en un mercado en el que por cada 100 habitantes hay 134,3 líneas” (Casa Editorial El Tiempo, 2021) el crecimiento de suscriptores toma impulso desde el 2013 a partir de la entrada de nuevos operadores al país; 3) calidad de la infraestructura de puertos al contar con diez zonas portuarias específicas para diferentes cargas; 4) calidad de la infraestructura global, se debe al aumento de inversionistas interesados en proyectos de infraestructura de carreteras y aeropuertos; 5) servidores internet seguros, ya que implementaron leyes enfocadas en la protección de datos de los usuarios.

Ecuador también posee una mayor ventaja en factores como: 1) acceso a la electricidad relacionado con el cambio de la matriz energética en el país desde el funcionamiento de fuentes hidroeléctricas lo que permite ofrecer una tarifa competitiva; 2) líneas telefónicas, con un índice muy cercano a Colombia, y con una gran parte de la población rural de Ecuador sin acceso continua mostrando una ventaja comparado con Perú y Bolivia; 3) consumo de electricidad, es importante destacar que, “en 2019, el consumo de energía eléctrica alcanzó 25.310 GWh, lo que significó un incremento del 4,5% con respecto al año

anterior, en el que el consumo eléctrico fue de 24.213 GWh” (Ministerio de Energía y Recursos Naturales No Renovables, 2020).

### ***Industrias relacionadas y de apoyo internacional.***

Se tomaron en cuenta los siguientes factores: transporte aéreo y carga, técnicos de I&D, calidad de infraestructura portuaria, patentes aplicadas a residentes, plazo de entrega en importaciones, vuelos aéreos, compañías aéreas y carga contenedores por puertos.

Ecuador tiene una mayor ventaja en el número de técnicos de investigación y desarrollo con respecto a los demás países. Por su parte, Colombia se destaca en: 1) transporte aéreo y carga el cual “contribuye más de 7.500 millones de dólares al PIB y genera 600.000 empleos” (IATA, 2020); 2) calidad de infraestructura portuaria seguido por Perú; 3) patentes aplicadas a residentes, existe un mayor número de solicitudes de patentes en especial relacionadas al sector tecnológico es así que, en 2020 se presentaron 2.324 solicitudes, 2.121 son invenciones y 203 modelos de utilidad (Acosta Argote, 2021); 4) vuelos aéreos, en el país “hay actualmente 54 rutas punto a punto con epicentro mayormente en el centro de Colombia con Bogotá con 28 rutas” sigue sobresaliendo entre los países andinos a pesar de presentar un decrecimiento durante el 2020 a casusa de la caída de la demanda a nivel internacional; 5) carga contenedores por puertos, presentando un mayor número en el 2019, de acuerdo al (Ministerio de Transporte, 2020) señala que “se registraron un total de 39.109.334 toneladas en materia de importaciones, y 128.455.349 en exportaciones”.

En el caso de Bolivia, presenta una gran desventaja en los últimos años en cuanto al plazo de entrega de importaciones y se muestra menos competitivo, al tomarse un tiempo entre seis a diez días.

### **Estrategia, estructura y rivalidad.**

Según (Porter, 1990), aquellas empresas que están acostumbradas a competir en un entorno difícil y constantemente cambiante, se encuentran mejor preparadas que el resto, y se adaptan mejor al ambiente internacional. Se considera el Salario mínimo real (SRA) y el Costo de establecer una empresa (CEE) como variables relevantes en la formulación de estrategias de liderazgo en costos. Por otra parte, según (Sardy & Fetscherin, 2009) el

Tiempo para iniciar un negocio (TIN) y los Costos de las importaciones (CEE) reflejan el grado de burocratización en el desarrollo industrial de un país. De igual manera, dado el crecimiento exponencial de los negocios en servicios es importante considerar el Valor añadido en servicios y el Valor agregado en la industrialización.

En estructura de las empresas y rivalidad, BOL es quien aventaja a los demás países con una tasa menor de desempleo en su fuerza laboral 3,91% frente al 4,94%; 12,5% y 4.33% de ECU, COL y PER respectivamente, 2) Su salario mínimo anual es el más bajo de los tres países, y 3) posee un comercio en servicios más dinámico.

PER por su parte posee mejores 1) costos de establecer una industria los cuales son menores que ECU, COL y BOL.

En el ámbito Internacional, se utiliza el Porcentaje exportado a países en desarrollo que no corresponden a la región y la Mercadería exportada a países de Asia oriental y del Pacífico, ya que la diversificación de las exportaciones impulsa el crecimiento de la actividad exportadora de los países (Castro Gonzáles, Peña Vínces, & Ruiz Torres, 2013).

Por otra parte, según Castro (2011) los niveles de competitividad de los sectores exportadores mejoran gracias a la incorporación de productos de alta tecnología. Además, se considera a la Transferencia tecnológica, el Índice de tecnología, y la Exportación de productos manufacturados. De acuerdo con (Agosin, 2009), la principal fuente de crecimiento en el mercado internacional es el porcentaje de diversificación de las exportaciones de los países. Los costes de exportar e importar tienen un impacto significativo en los precios finales, y constituye un factor relevante en la competitividad.

En esta dimensión del modelo, hay un dominio de PER, dentro de estos destaca la Diversificación de sus exportaciones a distintos mercados, hecho que destaca el dinamismo de sus sectores exportadores hacia países en desarrollo no regionales, en el caso de COL, este solo tiene el 5,76%, ECU el 6,91% y PER 3,87%. En cuanto a las exportaciones a Asia Oriental y del Pacífico, ECU solo llega al 4,63% del total de sus transferencias. Por otra parte, se puede apreciar que los cuatro países presentan valores similares en las variables de índice de tecnología y exportaciones de alta tecnología, lo cual indica que ECU, COLO,

PER y BOL poseen valores de crecimiento tecnológico similares, pero distan mucho de los países líderes.

## **Capítulo V**

### **Análisis de la exportación de prendas de vestir a base de fibra de alpaca desde los países Andinos a la Unión Europea**

#### **Colombia**

Durante los últimos años las tendencias de moda le han dado a la industria textil un papel protagónico. Los clientes aprecian cada vez más el diseño y dan relevancia a lo que se proyecta a través de los distintos estilos. El sector textil en Colombia cuenta con empresas de alto reconocimiento exportador que se destacan del resto en cuanto a diseño, calidad de la materia prima, y mano de obra calificada. La amplia oferta de insumos para la confección y la presencia de importantes grupos textiles especializados en tejido plano de fibras naturales y tejido de punto con fibras elásticas, hacen de este uno de los sectores más importantes y con potencial en el mercado europeo (PROCOLOMBIA, s.f.).

#### **Sector alpaquero de Colombia.**

La industria textil tiene una gran influencia sobre su economía colombiana. Este cuenta con empresas afianzadas y especializadas, con procesos estandarizados, pero que requieren constantemente mejorar en temas de innovación y calidad. Durante el año 2020, el sector textil representó el 8,2% del PIB industrial del país, el 21% del empleo industrial y el 9% de las exportaciones manufactureras (Nuestra Redacción, 2020).

Colombia, además de ser uno de los países más grandes de Sudamérica, es reconocido por ser una red comercial con más de 500 unidades de producción textil. El país cuenta con varios tratados, acuerdos y convenios que lo han convertido en una industria capaz de producir y proveer productos a costos relativamente bajos respecto al resto de

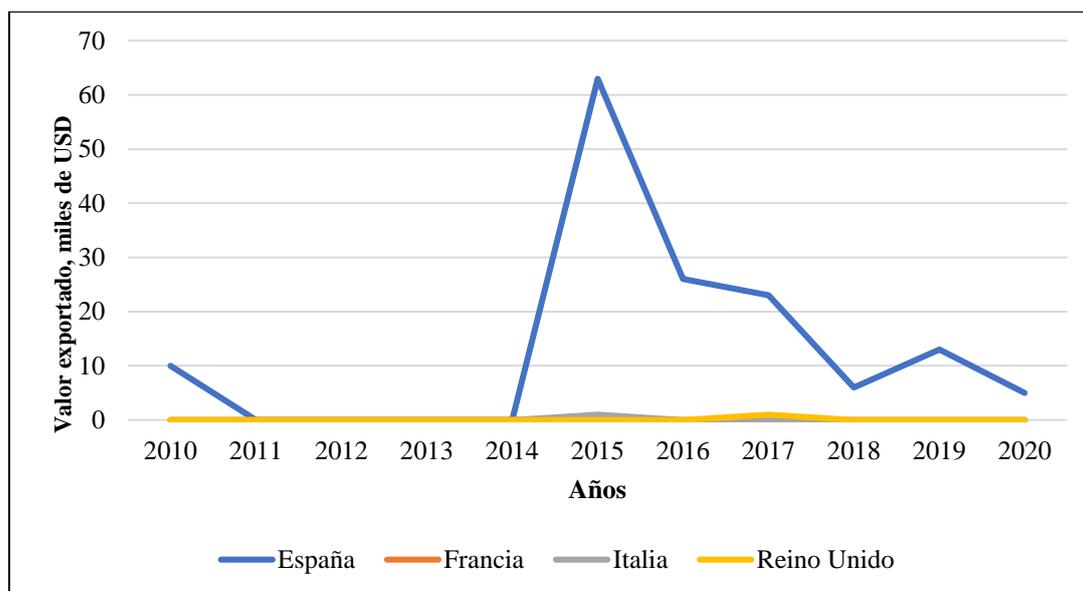


<b>Italia</b>	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
<b>Reino Unido</b>	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0

Nota. (Trade Map, 2021)

### Figura 6

Principales países importadores de la Unión Europea de prendas de alpaca colombianas en miles de dólares americanos



Nota. (Trade Map, 2021)

Según el análisis correspondiente al comercio bilateral entre Colombia y UE de suéteres, cardiganes, chalecos y otras prendas similares a base de fibra de alpaca, se evidencia variaciones de un año a otro durante el periodo de análisis.

### Tabla 10

Tasa de crecimiento de las exportaciones de prendas de vestir de fibra alpaca de Colombia a la UE en miles de dólares americanos

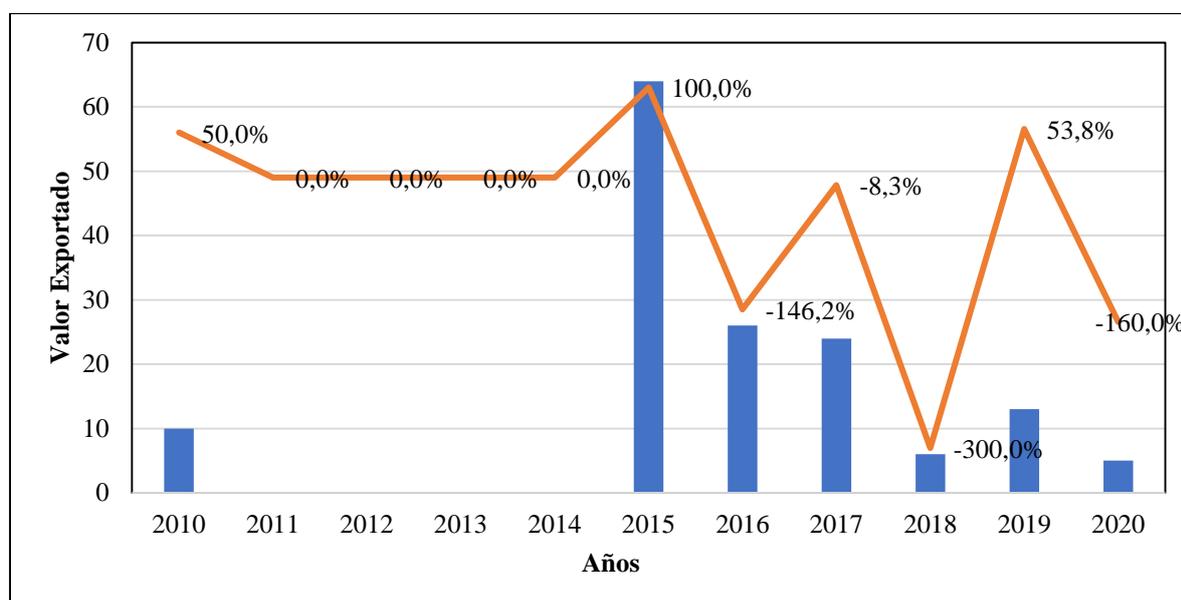
Años	Valor exportado (USD Miles)	Tasa de Crecimiento (%)
2009	\$ 5	
2010	\$ 10	100,00%
2011	\$ -	-100,00%
2012	\$ -	-
2013	\$ -	-
2014	\$ -	-
2015	\$ 64	-

2016	\$	26	-59,38%
2017	\$	24	-7,69%
2018	\$	6	-75,00%
2019	\$	13	116,67%
2020	\$	5	-61,54%

Nota. (Trade Map, 2021)

### Figura 7

*Crecimiento de las exportaciones a la UE de prendas de vestir de fibra alpaca de Colombia en miles de dólares americanos*



Nota. (Trade Map, 2021)

Las importaciones de Europa en la última década se han contraído, sin embargo, el mercado parece recuperarse en 2015, cuando el total exportado alcanzó los 64 mil dólares. Sin embargo, a partir de este año en adelante, el comportamiento de las exportaciones ha mostrado una tendencia decreciente. Para el año 2020, las exportaciones de prendas de vestir a base de fibra de alpaca decrecieron en 62% con respecto al año anterior. España que importó el último año US\$ 5 mil y concentra el 80% de las importaciones europeas, consolidándose como el principal mercado.

La industria textil colombiana es una de las más grandes y con mayor experiencia en la región, y ha destacado en los últimos años gracias a la aplicación de tecnología de punta que se ven inmersos en los procesos de producción. El 7% de las empresas representa

alrededor del 57% de las ventas totales del país (Jara, 2009). Los datos obtenidos indican que a pesar de la gran cantidad de empresas que exportan a mercados internacionales, son muy pocas las especializadas en la confección de prendas a base de fibra de alpaca.

El sector necesita desarrollar habilidades que le permitan competir con marcas internacionales, así mismo debe mejorar la participación en el mercado a través de un mayor valor agregado a sus productos. La participación del gobierno, debe inclinarse a desarrollar mejores condiciones para evitar la informalidad y el contrabando. La inversión extranjera y las políticas de fácil acceso a fuentes de financiación, ayudarán a muchas empresas a alcanzar niveles de costos adecuados para mejorar su situación actual en el mercado.

## **Perú**

### **Sector alpaquero de Perú.**

En Perú, la importancia de la alpaca radica en que es una fuente de valiosos subproductos. Actualmente, el subproducto más demandado comercialmente es su fibra y el precio de la misma está directamente relacionado con su calidad, que se mide, entre otras cosas, por dos atributos: su diámetro y la longitud de su hebra.

Según (Marquina, Arequipa: la pandemia en el sector alpaquero, 2021) “En el país hay más de 82 000 familias de criadores de alpacas y llamas, que producen al año 4 500 toneladas de fibra de alpaca”

Entre algunos datos relativos a la crianza de camélidos, se puede mencionar que normalmente, se esquilan entre los meses de diciembre y marzo de cada año (época seca) porque el diámetro de la fibra se reduce en un 10%, mientras que en la época de lluvias ocurre lo opuesto, la fibra se extiende en un 25%. También se estima que cada productor esquila aproximadamente el 60% del total del rebaño de alpacas (equivalente a 72 cabezas) al año (Azabache et al., 2021).

El siguiente cuadro muestra el número de alpacas esquiladas y su rendimiento en base a los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), cabe mencionar que la información disponible finaliza en el periodo de 2014.

**Tabla 11**

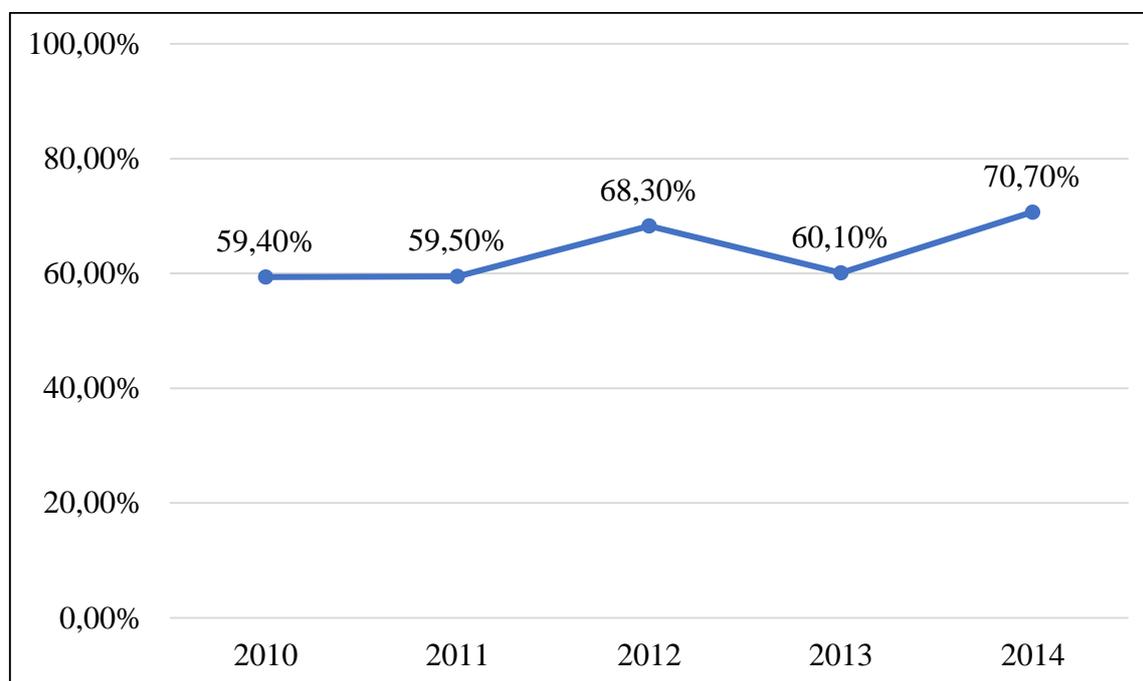
*Alpacas esquiladas en producción y rendimiento*

Año	Alpacas esquiladas en producción (en cabezas)	Población (miles de unidades)	Rendimiento
2010	2'481,124	4'177,499	59.4%
2011	2'573,193	4'322,258	59.5%
2012	2'680,559	3'924,230	68.3%
2013	2'391,039	3'978,290	60.1%
2014	2'894,758	4'095,555	70.7%

*Nota.* (INEI, 2015), (Azabache Alvarado, Campero Flórez, Gallardo Sigwas, & Ramirez Abad, 2021)

**Figura 8**

*Rendimiento de alpacas esquiladas en Perú*



*Nota.* (INEI, 2015), (Azabache Alvarado, Campero Flórez, Gallardo Sigwas, & Ramirez Abad, 2021)

## Situación de las prendas de alpaca peruanas para ingresar a la Unión Europea

Actualmente, el acuerdo comercial Perú-Unión Europea está vigente desde 2013, con un acceso preferencial para el 100% de los productos textiles, que se pueden importar sin restricciones. En los ocho años de vigencia del acuerdo comercial, éste ha permitido a Perú posicionarse en Europa como un país que ofrece productos de valor añadido.

Según un estudio presentado en la revista América Retail, su autor menciona que, “las exportaciones del sector textil al bloque europeo sumaron 118 millones de dólares en el periodo de enero a septiembre de este año, con un crecimiento del 53,9 % frente a 2020” (González D. , 2021).

La producción de prendas de vestir a base de fibra de alpaca en ese país se ha convertido en una de las actividades más fuertes y contribuye en buena parte a la economía nacional. Es así que, en Perú se encuentra más del 87% (alrededor de 3 millones) de la población mundial de alpaca (Cámara de Comercio de Lima, 2021). Además, cada año se producen unas 4.500 toneladas de fibra de alpaca, la mayoría es destinada al mercado extranjero. (Observatorio América Latina Asia Pacífico, 2019)

**Tabla 12**

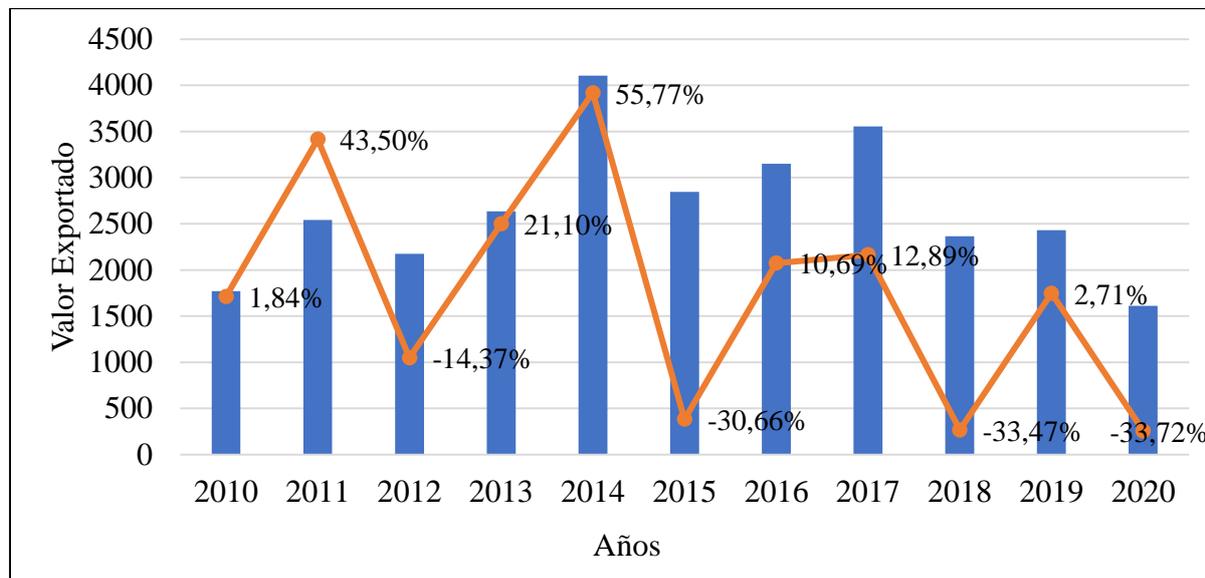
*Tasa de crecimiento de las exportaciones de prendas de alpaca de Perú a la UE*

<b>Años</b>	<b>Valor exportado (dólar americano miles)</b>	<b>Tasa de Crecimiento (%)</b>
2009	1738	-
2010	1770	1,84%
2011	2540	43,50%
2012	2175	-14,37%
2013	2634	21,10%
2014	4103	55,77%
2015	2845	-30,66%
2016	3149	10,69%
2017	3555	12,89%
2018	2365	-33,47%
2019	2429	2,71%
2020	1610	-33,72%

*Nota.* (Trade Map, 2021)

**Figura 10**

*Crecimiento de las exportaciones de prendas de vestir de fibra alpaca de Perú a la UE*



Nota. (Trade Map, 2021)

En general, las exportaciones de prendas de fibra de alpaca en Europa en los últimos diez años han presentado grandes variaciones, durante el periodo analizado, el mayor crecimiento se registró en 2014 con un 55,77%. De igual forma, la necesidad de textiles y materias primas de alpaca aumentó un 36%, mientras que los productos finos elaborados con fibra de alpaca aumentaron un 31% en este país (Gonzalez, 2015).

En 2020, las exportaciones de prendas textiles de alpaca alcanzaron US\$1610 decreciendo en -33,72% con respecto al año anterior, a consecuencia de la crisis sanitaria, las restricciones de movilidad y la baja demanda.

Para contribuir al crecimiento de este sector, AGROIDEAS, un programa del Ministerio de Agricultura se ha enfocado en invertir en proyectos empresariales destinados a fortalecer la cadena de producción de alpaca en las regiones de Perú, beneficiando a 2.097 productores directos y a sus familias (Gob.pe, 2021).

En kilos, el país exportó “un total de 2 630 789 kg de pelo fino de alpaca por un valor FOB de \$ 38.174.319,00 casi 30% menos de lo registrado el año anterior” (La República, 2021).

El reto es mantener una buena estructura de producción en la cría de alpacas, y seguir avanzando en cada una de las fases de la cadena de producción y comercialización, también es importante la inversión y búsqueda de nuevas propuestas de valor agregado para llegar al consumidor final.

**Tabla 13**

*Variación de las exportaciones de Perú*

Importadores	Entre 2009 y 2010	Entre 2010 y 2011	Entre 2011 y 2012	Entre 2012 y 2013	Entre 2013 y 2014	Entre 2014 y 2015	Entre 2015 y 2016	Entre 2016 y 2017	Entre 2017 y 2018	Entre 2018 y 2019	Entre 2019 y 2020
<b>Mundo</b>	17%	45%	33%	-6%	9%	-	17%	11%	16%	23%	-
<b>Unión Europea (UE 28)</b>	2%	44%	-	21%	56%	-	11%	13%	-	3%	-
<b>Agregación Alemania</b>	-	-6%	65%	-11%	243%	-	55%	-4%	-	94%	-
<b>España</b>	15%	62%	-	92%	5%	-	72%	-5%	-	-	-
<b>Francia</b>	6%	159%	-	28%	15%	12%	-	65%	-	4%	-
<b>Bélgica</b>	33%	300%	-	77%	159%	-	-6%	22%	16%	3%	0%
<b>Italia</b>	3%	45%	19%	-1%	42%	-	-	10%	-	7%	-
<b>Reino Unido</b>	55%	125%	6%	-11%	-42%	54%	16%	39%	20%	-7%	-9%
<b>Países Bajos</b>	100%	-	500%	6%	89%	-	460%	-	-4%	114%	4%
<b>Austria</b>	133%	25%	150%	-48%	1069%	-	12%	-3%	-	67%	47%
<b>Dinamarca</b>	29%	29%	44%	740%	-14%	-3%	-	-	-	100%	140%
<b>Portugal</b>	85%	50%	0%	100%	1600%	-	60%	57%	17%	100%	650%
<b>Rumania</b>	0%	0%	-	-92%	0%	100%	-	0%	0%	0%	900%
<b>Polonia</b>	-	160%	-	3400%	-31%	-	-	200%	20%	-	33%
<b>Eslovaquia</b>	29%	300%	0%	25%	40%	29%	58%	50%	20%	67%	-
<b>República Checa</b>	300%	0%	25%	40%	29%	100%	-	100%	100%	625%	93%
<b>Irlanda</b>	-7%	86%	146%	-48%	-85%	-	533%	289%	-	-	-
<b>Suecia</b>	100%	-8%	17%	7%	43%	51%	69%	-	77%	65%	83%
	%							59%	96%		67%

<b>Bulgaria</b>						-	-				
						67%	100%				
<b>Finlandia</b>	11%	-	40%	129%	156%	-5%	-	700	2%	-	-
		50%					82%	%		82%	100%
<b>Hungría</b>	-	-	239	-50%	113%	-	-		0%	-	-
	16%	14%	%			86%	100%			69%	100%

*Nota.* (Trade Map, 2021)

Los principales mercados de destino en los últimos diez años estuvieron concentrados en Alemania, Dinamarca, Países Bajos y la Unión Europea, en 2020, se observa un descenso en la mayoría de los países importadores.

En la UE las exportaciones decrecieron en -34%. Por otro lado, Italia se contrajo en -45% en comparación al año 2019. Alemania otro socio comercial de gran importancia para Perú disminuyó sus importaciones en -16%. Los países que presentan un aumento de sus exportaciones de manera significativa a comparación del 2019 son, Rumania (900%), Portugal (650%) y Dinamarca (140%).

En cuanto a las cifras de las empresas exportadoras en 2020, según el informe especializado sobre el desempeño de la línea de alpaca del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo “fueron 357 empresas las que exportaron a 58 mercados, 40 empresas menos que en el 2019. Fueron 14 empresas las que exportaron montos superiores a US\$1 millón, representando el 79% del total de los envíos de productos de alpaca” (Prom Perú, 2020)

## **Bolivia**

Bolivia es el segundo país productor de alpaca en el mundo, después de Perú, quien lidera con un 80 % el mercado mundial. Sin embargo, la comercialización de las prendas artesanales de alpaca, fibras camélidas y otros tejidos manuales han decaído en un 500% en los últimos cinco años. En la actualidad, las exportaciones se encuentran por debajo de las 10.000 prendas al año, no por falta de mano de obra o materia prima, sino por el bajo nivel de demanda. Se espera incrementar el comercio con Portugal, España y Reino Unido, e intensificar el intercambio con Estados Unidos, Chile y China. De igual manera, el gobierno se ha enfocado en el desarrollo de iniciativas industriales y artesanales para

impulsar el sector, como, por ejemplo, la nueva planta de esquilado y procesamiento (Gonzalez Litman, 2019).

### **Sector alpaquero de Bolivia.**

El sector alpaquero siempre ha sido una parte relevante en la historia de este país. Los pueblos andinos han utilizado la carne, fibra y cueros de este camélido para cubrir las necesidades y menesteres familiares, así mismo es parte esencial de las creencias y ritos religiosos propios de la cultura de los pueblos. Seguramente, sin este tipo de animales otro habría sido el curso y desarrollo del Bolivia (Acarapi Cruz, 2011).

El Censo Agropecuario 2016 registra 449.902 alpacas: 312.023 hembras y 137.879 machos. Las unidades agropecuarias de La Paz, Oruro y Cochabamba concentran la mayor cantidad de esta especie.

**Tabla 14**

*Población de alpacas en Bolivia*

<b>Año</b>	<b>Menores a 1 año</b>	<b>De 1 a 2 años</b>	<b>Mayores a 2 años</b>	<b>Total</b>
2010	119.672	129.674	187.624	436.970
2011	119.614	127.872	194.637	442.123
2012	115.783	127.761	203.716	447.260
2013	103.791	118.971	230.219	452.981
2014	106.942	124.389	223.221	454.552
2015	109.882	130.057	216.727	456.666
2016	116.934	123.716	209.252	449.902
2017(p)	104.559	119.055	210.694	434.308
2018(p)	88.415	92.029	256.650	437.094
2019(p)	63.983	49.446	324.661	438.090
2020(p)	64.019	48.994	327.550	440.563

*Nota.* (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

### **Situación de las prendas de alpaca bolivianas para ingresar a la Unión Europea.**

La industria textil, sometida a nivel mundial a la inclemente competencia de varios países asiáticos, está apostando en Bolivia por la codiciada lana de sus alpacas andinas, cuyo

proceso productivo sustentable es una de las principales fuentes de empleo entre sus comunidades. En Europa, la reputación de las prendas de alpaca está relacionada con la moda, e incluso los precios de estos productos se han incrementado desde el año 2013, siendo el 2017 uno de los mejores años, en los que se registró un pico de USD 13 el Kilogramo.

**Tabla 15**

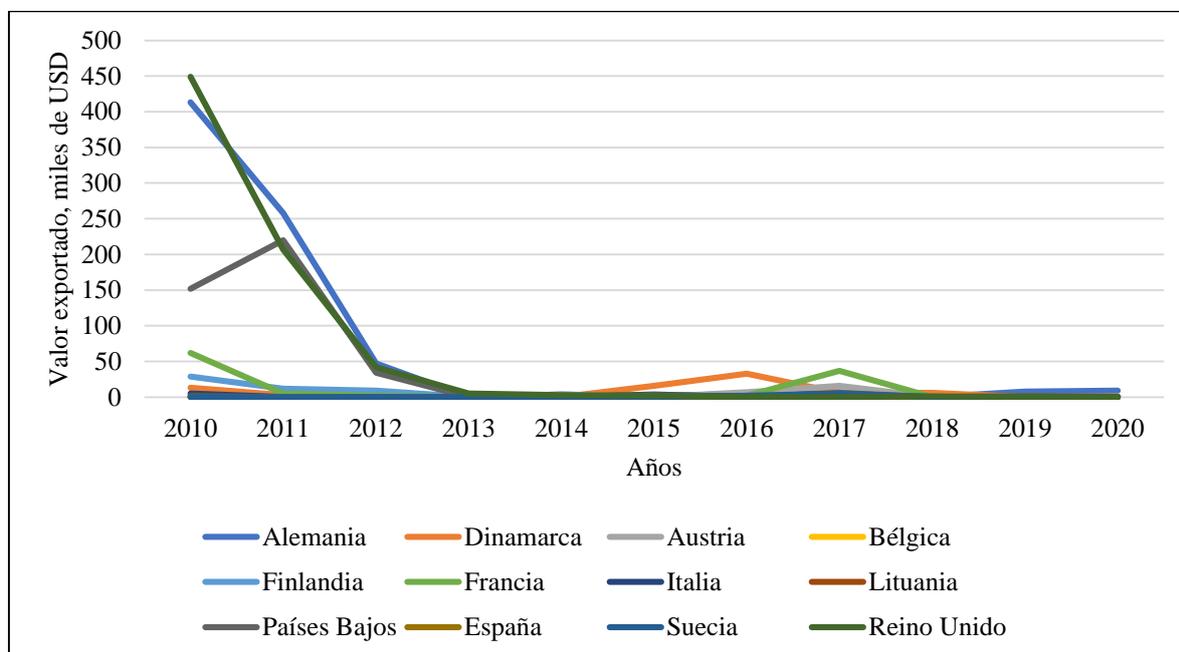
*Principales países importadores de la Unión Europea de prendas de alpaca de Bolivia en miles de dólares americanos*

<b>Importadores</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Mundo</b>	248	154	771	116	132	241	264	277	222	43	31
	1	7									
<b>UE 28</b>	112	705	134	5	11	29	49	78	7	10	10
	8										
<b>Alemania</b>	413	258	47	0	4	1	5	7	0	8	9
<b>Dinamarca</b>	13	3	0	0	0	16	33	6	6	0	1
<b>Austria</b>	3	0	0	0	4	0	7	16	0	0	0
<b>Bélgica</b>	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finlandia</b>	29	12	9	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Francia</b>	62	5	2	0	0	2	2	37	0	0	0
<b>Italia</b>	5	0	0	0	0	4	0	1	0	1	0
<b>Lituania</b>	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
<b>Países Bajos</b>	152	220	34	0	0	3	0	6	0	0	0
<b>España</b>	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
<b>Suecia</b>	0	0	0	0	0	0	2	5	0	0	0
<b>Reino Unido</b>	449	207	42	5	3	2	0	0	1	0	0

*Nota.* (Trade Map, 2021)

**Figura 10**

*Principales países importadores de la Unión Europea de prendas de alpaca de Bolivia en miles de dólares americanos*



Nota. (Trade Map, 2021)

Según el análisis correspondiente al comercio bilateral entre Bolivia y UE, se evidencia variaciones significativas de un año a otro durante el periodo de análisis.

**Tabla 16**

*Tasa de crecimiento de las exportaciones de prendas de vestir de fibra alpaca de Bolivia en miles de dólares americano*

Años	Valor exportado (USD Miles)	Tasa de Crecimiento (%)
2009	\$ 1.533	
2010	\$ 1.128	-35,9%
2011	\$ 705	-60,0%
2012	\$ 134	-426,1%
2013	\$ 5	-2580,0%
2014	\$ 11	54,5%
2015	\$ 29	62,1%
2016	\$ 49	40,8%
2017	\$ 78	37,2%
2018	\$ 7	-1014,3%
2019	\$ 10	30,0%

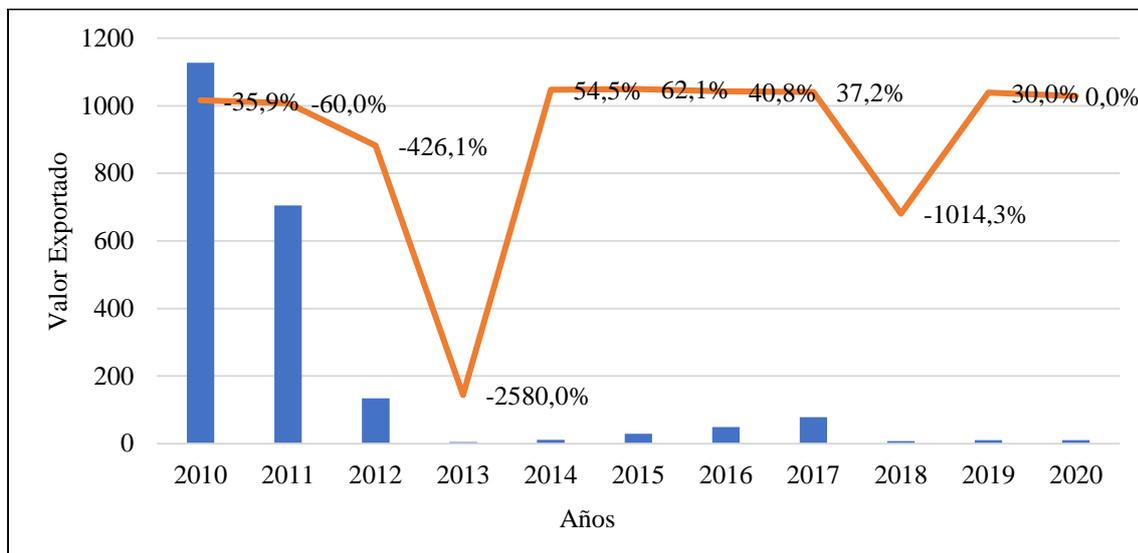
2020                      \$                      10                      0,0%

---

Nota. (Trade Map, 2021)

### Figura 11

*Crecimiento de las exportaciones de prendas de vestir de fibra alpaca de Bolivia en miles de dólares americanos*



Nota. (Trade Map, 2021)

A pesar de que los textiles bolivianos en su mayor parte caracterizados por el uso de algodón y pelos finos de alpaca y llama son recursos que se encuentran en abundancia en el país; el escenario en cuanto al potencial de exportación no es favorable, además Bolivia es el único país andino que aún no tiene un acuerdo comercial con la Unión Europea.

El total de las exportaciones bolivianas a la UE en el 2020 supuso una cifra de USD 10 mil, mientras que el del 2010 fue de 1.128 USD, lo que muestra una disminución significativa de casi el 90%. El principal mercado de las exportaciones bolivianas durante 2006 y 2007 ha sido Italia con un 53%, dicho esto, se evidencia un decrecimiento del 17%. Seguidos de Alemania y el Reino Unido, con el 18% y 21% en 2006m observándose una caída en las exportaciones del 29% y más del 24% respectivamente; sin embargo, las exportaciones a España y Francia compensa de cierta forma este decrecimiento.

A partir de estos datos se puede inferir que, las exportaciones de prendas de alpaca aún no alcanzan el volumen con respecto a las exportaciones de prendas de algodón, que en

2018 fue de alrededor de USD 744 millones. Bolivia a pesar de ser uno de los principales países productores de alpaca, concentra gran parte de sus exportaciones en materia prima con poco valor agregado. Adicionalmente, se puede destacar que algunos de los factores que han afectado significativamente ha sido la pérdida del mercado internacional, concentrándose las exportaciones en ciertos países sin la posibilidad de cambiar por mercados alternativos. Bolivia exporta sus confecciones textiles a varios países, sin embargo, los montos son muy pequeños. Sumado a esto, la competitividad con tejidos planos, por ejemplo, con base en el algodón, se ha incrementado.

Si bien las restricciones por el COVID-19 afectaron el comercio de productos de alpaca durante los primeros meses del 2020. Las exportaciones presentan un comportamiento decreciente desde el año 2013. Bolivia debe concentrar sus esfuerzos en países tales como Dinamarca (+76,1%) y Francia (+26,5%), en los cuales se resalta el origen e historia de los diseños tradicionales, valorando la autenticidad, el interés por las técnicas artesanales, los hilos y la variedad de colores. Así mismo, se destaca las colaboraciones con comunidades de artesanos y se valora la producción tradicional, conocimiento y herencia.

## **Capítulo VI**

### **Acuerdo Comercial Multipartes - Unión Europea**

#### **Antecedentes.**

En abril de 2007, la Comunidad Andina de Naciones (CAN) conformada por Ecuador, Colombia, Bolivia y Perú, inició rondas de negociaciones con la UE para un acuerdo de asociación entre los dos bloques. Sin embargo, las negociaciones se suspendieron a mediados del 2008 y debido a visiones e intereses de desarrollo distintos no pudieron llegar a un acuerdo.

Posteriormente, el Acuerdo de Asociación pasó a denominarse Acuerdo Comercial Multipartes; en el año de 2010 se reanudaron las negociaciones sobre temas de desarrollo comercial, cooperación y diálogo político, en julio de 2014 se cerraron las negociaciones. Inicialmente solo Perú y Colombia se suscribieron en 2012 para empezar la aplicación del

acuerdo en el siguiente año, mientras que Ecuador tardó alrededor de diez años en firmar el acuerdo y finalmente en 2016 se adhirió, convirtiéndose en socio comercial de la UE.

(Andrade Rodríguez & Meza Lino, 2016). Además, “la importancia del acuerdo radica en los beneficios que recibe el país como; concesiones arancelarias inmediatas en agricultura y liberaliza al 100% sus productos industriales y pesqueros”(Domínguez Cochancela, Vega Granda, Garzón Montealegre, & Quezada Campoverde, 2021, pág. 101).

Por otra parte, en septiembre de 2021, durante la Reunión del Consejo Andino de ministros de Relaciones Exteriores, Bolivia solicitó el respaldo a su adhesión a este acuerdo (González, 2021).

### **Beneficios del Acuerdo Comercial Multipartes.**

El Acuerdo Multipartes que suscribió Ecuador con la UE ha permitido el ingreso de varios productos con 0% de aranceles a la comunidad europea. Esto ha beneficiado a varios sectores de la economía ecuatoriana, que de lo contrario habrían perdido competitividad respecto a productos similares de Colombia y Perú. Estos países formaban parte del tratado desde el 26 de junio de 2012, y, por tanto, exportaban sus productos con arancel 0%.

Para el caso de Ecuador, el acuerdo entró en vigor desde el 1 de enero de 2017, a raíz de lo cual se renovaron las preferencias arancelarias para varios productos ecuatorianos. Caso contrario, las exportaciones y la balanza comercial habrían experimentado un impacto negativo que, sumado a la caída del precio del petróleo y la tasa de desempleo, los estragos a la economía nacional hubiesen sido mayores.

Es así que, al tratarse de un mercado vasto y económicamente fuerte, con uno de los mejores PIB per cápita del mundo y el principal destino de las exportaciones no petroleras ecuatorianas, mantener un acuerdo comercial con esta área económica, ha permitido a pequeñas, medianas y grandes empresas, potenciar su producción y competir en igualdad de condiciones respecto al resto de países miembros. Así mismo, permitió generar más plazas de trabajo y mejorar el desempeño económico de sus industrias (Quistanchala, 2014).

Esta relación económica permitió al país por una parte posicionar los productos tradicionales y por otra impulsar el comercio de productos no tradicionales con valor agregado, mitigando nuestra dependencia sobre el petróleo. Según (Quistanchala, 2014) sin la firma de este acuerdo comercial, Ecuador habría experimentado una pérdida de alrededor de USD \$ 200 millones anuales y el PIB habría decrecido un 0,20%. Además, habría perdido posicionamiento, debido a la brecha entre las exportaciones registradas mientras se gozaban de las preferencias arancelarias de aquellas sin concesión especial.

### **Precios del producto en la Unión Europea.**

El precio de la ropa varía según el tipo, la marca y el estilo. Las prendas 100% de alpaca, en particular se encuentran en el segmento más lujoso y de alta gama que se venden en tiendas especializadas y boutiques. No obstante, este segmento atrae a un público muy limitado, según el (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019)“la alpaca sigue siendo una especie de lana relativamente desconocida, por lo que no todos los consumidores están dispuestos a gastar mucho dinero en un producto de calidad de alpaca”.

**Tabla 17**

*Precios por segmentos en el mercado europeo*

<b>Precio</b>	<b>Cuota de mercado</b>	<b>Producto</b>
Alto – Lujo	5%	Colecciones limitadas; diseñadores/marca.
Medio – Alto	15%	Atención extra a la adaptación y accesorios; buena gama de diseño.
Medio	30%	Buena a mediana calidad, siguen la tendencia clásica.
Medio – bajo	40%	Producción en grandes cantidades; estilos básicos, material de calidad media.

*Nota.* (Galluccio, 2018)

Por lo general los productos a base de fibras combinadas con seda u otras mezclas con acrílico tienen un mayor valor.

**Tabla 18**

*Precio de venta de prendas de vestir a base de alpaca en la Unión Europea*

<b>Producto</b>	<b>Precio</b>	<b>Características</b>	<b>Canal de venta</b>
<b>Suéter para hombre</b>	EUR 59	100% alpaca	Online / tienda eu.suitsupply.com/en

<b>Chaleco</b>	EUR 179,98	45% alpaca, 35% algodón, 20% merino	Online lutz.nl
<b>Manta</b>	EUR 133	-50% Alpaca, 40% lana de oveja, 10% microfibra -130 x 200 cm	Online scandinaviandesigncenter.nl
<b>Chaqueta</b>	EUR 499	62% alpaca, 31% lana, 7% poliamida.	Online / tienda eu.suitsupply.com/en
<b>Suéter para mujer</b>	EUR 239,95	87% alpaca (baby alpaca), 13% lana nueva (merino)	Online peterhahn.nl
<b>Cárdigan</b>	EUR 35,98	60% alpaca, 15% lana, 10% viscosa	Online silvercreek.nl

*Nota.* (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019)

### **Tendencia de Productos Orgánicos en la Unión Europea.**

La Unión Europea se trata de un mercado muy sensible a la coyuntura económica, y la percepción que el consumidor tiene sobre la marcha de la economía, la cual se manifiesta en el nivel de ventas. En resumen, algunas de las características más importantes de este mercado son:

- Se orienta fundamentalmente a artículos de gama media y de precios asequibles.
- La moda de dama es el segmento de mercado que se muestra más dinámico.
- El principal canal de distribución son las tiendas especializadas en prendas de vestir; las compras efectuadas en grandes almacenes no superan el 10% del total.
- El e-commerce ha crecido en los últimos años.
- La Unión Europea importa las prendas de vestir del continente asiático (fundamentalmente de China, Hong Kong, India e Indonesia).

El consumidor europeo consagra un presupuesto considerable a la adquisición de prendas de vestir y, sobre todo, a seguir las tendencias de la moda que suceden rápidamente. Sin embargo, el factor precio sigue siendo determinante, por lo que, en general, el consumidor se orienta hacia artículos de gama media que puede renovar a menudo.

El mercado de la moda es muy sensible a la coyuntura económica. Por lo tanto, teniendo en cuenta el escenario económico actual, cabe esperar que el gasto en prendas de vestir se

estancamiento a corto plazo. El estancamiento puede dejarse notar de forma más acentuada en los segmentos de mercado de gama alta (de mayor calidad y más caros), donde se situarían los accesorios de vestir con lana de alpaca. Resulta un reto competir con las prendas confeccionadas en los países asiáticos, por varios motivos: en primer lugar, porque la mano de obra sigue siendo muy barata; en segundo lugar, porque la calidad de los tejidos asiáticos satisface suficientemente al consumidor europeo; en tercer lugar porque el empresario europeo se siente cómodo en sus relaciones de negocio con los países asiáticos: las empresas asiáticas se han adaptado a los diseños y a las condiciones impuestas por los europeos, y utilizan tecnologías avanzadas que les permiten adaptar la producción a las necesidades cambiantes del mercado.

Por otra parte, en la Unión Europea existe una fuerte conciencia social en relación a temas como el cambio climático, el comercio justo o los modos de producción sostenibles, que se traduce en actitudes exigentes del consumidor respecto a los productos que adquiere. El consumidor europeo exige saber el origen de las prendas y los materiales utilizados, si puede causar alergias, si ha sido confeccionadas de manera sostenible, etc. Así, sostenibilidad y responsabilidad social son temas de máxima actualidad en el sector textil y de la confección europea.

Las marcas de moda y comercios minoristas están promocionando activamente los productos que cuentan con algún tipo de certificación y que garantizan los procesos de producción justos y sostenibles. Los consumidores se preocupan cada vez más por los aspectos éticos, y han desarrollado un interés particular por artículos de alta gama, confeccionados con lana de gran calidad y de precio elevado, siempre y cuando pertenezcan a una marca exclusiva reconocida por el mercado. El uso de fibras sintéticas mezcladas con alpaca podría significar la apertura de un segmento masivo (INTERLINS CONSULTING GROUP, 2010).

La fibra de alpaca está reservada a consumidores con un alto poder adquisitivo que consideran a las prendas de vestir de alpaca como un producto de lujo. En la actualidad, un sinnúmero de marcas comercializa productos de alpaca a un precio accesible. De acuerdo a

varios estudios realizados, los productos derivados de la alpaca se han visto fortalecidos gracias a diversas iniciativas regulatorias, que promueven la sostenibilidad de este tipo de producto y fomentan el interés por la calidad, naturalidad y tendencia a lo orgánico. Hoy en día los consumidores demandan conocer el origen de los productos que adquieren, el trato que se les ha dado y el impacto ambiental, razón por la cual varias empresas exigen a sus proveedores transparencia en su cadena de suministro. Por último, uno de los aspectos claves que cabe destacar, es el valor que se le da a la producción tradicional, valorando la huella ambiental de la alpaca que es más ligera que cualquier otra fibra natural o sintética.

### **Barreras No Arancelarias.**

#### ***Características del Producto.***

Las alpacas producen una fibra fina de propiedades térmicas, suave al tacto y que pica menos que las fibras gruesas o las mezclas entre gruesas y finas. La alpaca es ideal para la producción de esta fibra porque procede esencialmente de una sola "piel" de un animal esquilado. Se utiliza en la fabricación de abrigos y prendas de alta calidad.

**Tabla 19**

#### *Características especiales del producto*

<b>Característica</b>	<b>Descripción</b>
<b>Elasticidad y resistencia</b>	Por estas características puede compararse con la lana y otros tipos de fibra animal.
<b>Propiedad térmica</b>	Contiene burbujas de aire microscópicas, en el calor, se contraen para mantenerla fresca y cuando el clima es frío, la fibra puede retener el calor. Es decir, es un aislante, lo que permite utilizarla frente a distintas temperaturas.
<b>Suavidad</b>	Es suave al tacto, comparable con lanas finas.
<b>Textura visual</b>	Especialmente para el caso de los abrigos, el tejido tiene una buena caída, un brillo propio de la fibra y tacto que permanece inalterable con el paso del tiempo.
<b>Antialérgica</b>	Sin lanolina.

<b>Colores</b>	Tiene alrededor de veinte y dos colores naturales, desde los colores neutros como el negro y blanco hasta sus variaciones de marrones.
----------------	--

Nota. (ASCALPE, 2019)

### Clasificación del Producto

La clasificación arancelaria de prendas de vestir a base de fibra de alpaca a exportar, se muestra a continuación.

**Tabla 20**

*Clasificación arancelaria del producto*

	Clasificación	Descripción
Capitulo arancelario	61	Prendas y complementos(accesorios), de vestir, de punto.
Partida del sistema armonizado	61.10	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares de punto.
Sub partida del sistema armonizado	61.10.11	Suéteres, cardiganes, chalecos y artículos similares de punto, pelo fino(alpaca).
NANDINA	61.10.11	De lana
Subpartida Arancelaria Nacional	61.10.11.10.00	Jerseys
	61.10.11.20.00	Chalecos
	61.10.11.30.00	Cardiganes
	61.10.11.90.00	Los demás

Nota. Elaboración propia

### **Empaque, Etiquetas y Uniformidad.**

Para la exportación, las prendas de vestir de alpaca suelen presentarse en bolsas de plástico de polipropileno transparente para separarlos entre sí, sus medidas aproximadas son de 30 cm de ancho y 35 cm de largo. Los requisitos relativos a los envases y residuos están orientados en reducir el impacto medio ambiental que pueden generar estos residuos y fomentar el reciclaje.

Los requisitos esenciales de los envases en la UE son: limitar el volumen y peso de los envases, minimizar el contenido de sustancias y materiales peligrosos en los envases y diseñar envases reutilizables (Colque Fernández, 2021).

Para el empaque, las prendas son embaladas en cajas de cartón de doble corrugado, cuyas dimensiones aproximadas son de 50 cm(alto),60 cm (largo) y 40 cm(ancho).

Aunque no existen normas uniformes en todos los países miembros. Generalmente debe contener la siguiente información: el país de origen, identificación del fabricante, composición de los productos, instrucciones de cuidado, dimensiones y etiquetas voluntarias.

Las etiquetas deben estar con el idioma del país al que se exporta. Se coloca primero el porcentaje de la fibra que ocupa más en la prenda, en el caso de la etiqueta de cuidado de la prenda va a depender de cada estado, asimismo no son obligatorias en toda la UE. En el caso de requerirse, la etiqueta debe presentarse de acuerdo a lo especificado en la ISO 3758:12, con los símbolos de lavado, blanqueamiento, planchado, limpieza y secado.

De manera general, la etiqueta debe indicar los materiales utilizados en la fabricación de la prenda, incluido el tipo de fibra, las instrucciones de cuidado y lavado, y la talla en unidades métricas.

Existe una legislación sobre el etiquetado de los productos textiles, que está en vigor en todos los Estados miembros de la UE. La normativa es la Directiva 1007/2011, la cual regula el etiquetado de dichos productos. También garantiza que los consumidores estén mejor informados sobre los productos.

También existe una etiqueta ecológica de la UE para los productos textiles, denominada Eco-label, para productos con un menor impacto ambiental. Su objetivo es promover el comercio ecológico, y ayudar a los consumidores a identificar los productos que contribuyen a la mejora de los aspectos medioambientales clave. Si bien esta etiqueta no es obligatoria, su uso otorgaría una ventaja adicional a sus productos (Corrales Alanya, 2017).

**Certificados.*****Certificado de origen.***

El Certificado de Origen acredita el origen de la mercancía a fin de acceder a la desgravación arancelaria o trato preferencial a su ingreso al mercado europeo en función del acuerdo actual vigente.

Los tipos de certificación más comunes al comercializar productos de alpaca en el mercado sueco son certificaciones y prácticas relacionadas con responsabilidad corporativa y sostenibilidad. Los importadores exigen a sus proveedores que la producción se realice en de forma sustentable y responsable. Para los consumidores europeos es muy importante conocer la forma en que los productos originarios de países en vía de desarrollo han sido elaborados y el impacto económico social y ambiental.

***Certificación de Comercio Justo.***

Muchas empresas que trabajan con textiles de alpaca buscan asegurarse de que los productos que importan se elaboren de forma ética y con responsabilidad social. Esto incluye el trato que se le da a las alpacas, la relación con los empleados y las condiciones de producción, para lo cual se exige la Certificación de Comercio Justo, la cual avala la responsabilidad corporativa y el trato ético.

***Preferencia Arancelarias.***

Los países miembros del acuerdo se benefician del Sistema de Preferencias Generalizadas Plus (SPG), a través del cual se estimula el desarrollo sostenible. La UE no aplica aranceles a la importación de gran número de productos originarios de Perú, Colombia y Ecuador, entre los que se encuentran las prendas de lana de alpaca. Por consiguiente, puede considerarse que, en términos de acceso al mercado, los tres países gozan de una clara ventaja respecto Bolivia.

Tabla 21

*Indicadores de acceso a mercados agregados*

<b>MARKET</b>	<b>MFN tariffs</b>	<b>Effectively applied tariffs</b>	<b>Pref. Margin</b>	<b>Tariff year</b>
<b>Alemania</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Austria</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Bélgica</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Bulgaria</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Chipre</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Republica Checa</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Croacia</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Dinamarca</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Eslovaquia</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Eslovenia</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>España</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Estonia</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Finlandia</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Francia</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Grecia</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Hungría</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Irlanda</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Italia</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Letonia</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Lituania</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Luxemburgo</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Malta</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Países Bajos</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Polonia</b>	11.50%	0%	11.50%	2021

<b>Portugal</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Rumania</b>	11.50%	0%	11.50%	2021
<b>Suecia</b>	11.50%	0%	11.50%	2021

---

Nota. (ITC Compare Markets, 2021)

### **Estrategias para potencializar la exportación de prendas de alpaca de Ecuador.**

#### ***Fortalecimiento de la innovación.***

En los últimos años, el uso de la fibra de alpaca para la elaboración de hilados, confección de telas y elaboración de prendas de vestir se ha incrementado. Sin embargo, algunos factores, entre ellos, el engrosamiento de la fibra, la dispersión de la producción, variabilidad en la calidad, la ausencia de programas de mejoramiento genético de camélido sudamericanos domésticos (CSD), los actuales sistemas de comercialización, la falta de asistencia técnica y acompañamiento, entre otros, afectan significativamente al posicionamiento de este tipo de fibra en el mercado nacional e internacional.

Ecuador es uno de los países que contribuye a la producción mundial de fibra de alpaca, convirtiéndose en un producto relevante dentro de la industria textil. Sin embargo, el volumen es bastante pequeño en comparación con otras fibras procedentes de los ovinos, mohair, cashmere, angora y otros. Los principales productos de exportación a la Unión Europea se centran en la exportación de productos de bajo valor agregado, como hilos y telas, y en menor proporción prendas terminadas. Este representa el 1,35% de las exportaciones totales y el 5% de las exportaciones no tradicionales. Su contribución al PBI manufacturero ha sido alrededor del 2 y 2,5% en los últimos diez años y el 15% de participación en las exportaciones textiles y confecciones.

El camino a la innovación debe centrarse en el desarrollo de mejores prácticas de producción y comercialización, a través de proyectos cuyos objetivos sean mejorar los ingresos de los criadores y productores de alpaca; fortalecer la organización de los comités de acopio; promover el mejoramiento genético de alpacas a través de la calificación de fibra

por calidad y precio diferenciado; desarrollar una cultura de calidad y promover la integración de los productores organizados al mercado.

La innovación parte de tres aspectos importantes, el primer de ellos relacionado con la organización de los productores. Se deben mejorar factores críticos que influyen en la producción de fibra de alpaca, mejorando las posibilidades de acceso a servicios básicos, educación, asistencia técnica, crédito e infraestructura productiva. Así mismo, se deben implementar programas de mejoramiento genético para las alpacas. El segundo aspecto a considerar es la consolidación de la fibra organizada a través del establecimiento de centros de acopio y el uso de recursos orientados a evitar la intermediación.

Por último, deben considerarse la aplicación de programas de capacitación y asistencia técnica para las comunidades productoras, dirigidos a mejorar la calidad de presentación del producto y técnicas de negociación. El rol del Estado debe ser esencial especialmente en el ámbito de la crianza de alpacas mediante sus aportes en la mejora de su infraestructura, siembra de pastos cultivados, así como en la adquisición de reproductores, esto con el fin de fomentar el proceso de desarrollo sostenible.

### ***Comercialización bajo prácticas sustentables y sostenibles.***

La fibra de alpaca en la industria textil es considerada como una fibra idónea para la confección de prendas, y las prendas han sido clasificadas como artículos de lujo. La población mundial de alpacas se concentra en Perú, en las zonas de Puno, Cuzco, Arequipa y Huancavelica. Así mismo, países como Bolivia y Chile, concentran el resto de la población y en los países de Australia, Canadá, Inglaterra, Francia, Nueva Zelanda y Estados Unidos, estas especies han sido introducidas con éxito.

El pelo de la alpaca resalta como un producto noble, puro y natural, estrechamente asociada a la imagen de la región andina. No cabe duda, que el futuro del textil es eco, y para ello es fundamental concientizar a los consumidores, y ayudarle a identificar aquellos productos que han sido elaborados ecológicamente de aquellos que no. En la actualidad existen tres tipos de certificaciones. La primera certificación está vinculada a lo ambiental, con el fin de garantizar prendas respetuosas con el medio ambiente y minimizar los residuos

tóxicos. Por otra parte, las certificaciones las ecológicas, hacen énfasis en el proceso de obtención de las fibras, impulsando técnicas orgánicas y ecológicas. Finalmente, el certificado de responsabilidad social, asegura que las prendas fueron fabricadas bajo óptimas condiciones laborales.

Por lo tanto, Ecuador debe incentivar la crianza de alpacas bajo prácticas éticas, sociales y ambientales. Se debe hacer uso de medios masivos de comunicación, mercados interactivos virtuales, la implementación y fortalecimiento de la Marca País, para promocionar la cultura, innovación y promover nuestros productos al resto del mundo, apoyados de entidades como PROECUADOR, a través de planes exportadores.

### ***Herramientas para aprovechar el Acuerdo Comercial Multipartes Ecuador Unión Europea.***

En estas herramientas se incluye a los diversos mecanismos que existen para aprovechar este acuerdo comercial. En este caso, se destacarán tres mecanismos para estimular el comercio entre las partes.

Destacándose la importancia del papel de las cámaras de comercio del bloque europeo a la hora de proporcionar la información necesaria a los operadores comerciales para motivar su participación; al igual que el EU Trade Helpdesk el cual es un sitio web que facilita la comprensión del mercado europeo; por último, la promoción de exportaciones mediante ferias para llegar al segmento de mercado seleccionado por medio de la comunicación directa.

#### ***Eurocámaras.***

Las Eurocámaras en Ecuador es una agrupación de las cámaras de comercio de, “Alemania, Gran Bretaña, Francia, Italia y España, es una asociación que busca manejar proyectos en conjunto y apoyar la relación entre la Unión Europea y el país andino” (Expo Europa, 2021).

Lleva más de 40 años promoviendo el comercio entre Alemania y Ecuador, brindando a sus socios y aliados estratégicos servicios comerciales presenciales y digitales, en proyectos de alcance internacional. También ha generado oportunidades de negocio y

alianzas con empresarios alemanes, convirtiéndose en socios digitales clave para sus proyectos.

Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-alemana. Lleva más de 40 años promoviendo las relaciones comerciales entre estos países, brindando a sus socios y aliados estratégicos servicios comerciales y asistencia, en proyectos de alcance internacional. También ha generado oportunidades de negocio y alianzas empresariales, convirtiéndose en socios digitales clave para desarrollar planes o proyectos (Expo Europa, 2021). En caso de conflictos empresariales, la Cámara actúa como mediadora en la búsqueda de una solución fuera del marco legal que convenga a los implicados y tiene a su disposición el servicio de los "German Senior Experts" que, por su formación y experiencia, están dispuestos a responder a las preguntas o dar su opinión sobre el mercado alemán.

Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-británica. Luego de la salida de este país de la UE y reconociéndolo como un socio comercial importante para la CAN, el Reino Unido garantizó la continuidad de las relaciones comerciales por medio de la firma de un acuerdo nuevo en el 2019 entrando en vigor en enero de 2021 para el caso particular de Ecuador y Perú. El objetivo de este acuerdo comercial es dar certidumbre a las empresas y evitar la interrupción de las operaciones comerciales (Expo Europa, 2021).

La Cámara Oficial Española de Comercio de Ecuador es la más antigua de las cámaras binacionales del país, se fundó en 1920. Promueve el comercio entre España y Ecuador y apoya la internacionalización de las empresas, con la colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Ecuador (Expo Europa, 2021).

Cámara de Comercio e Industrias Franco - ecuatoriana (CCIFEC). Tiene como objetivo apoyar las relaciones empresariales y proveer las herramientas necesarias que permitan el desarrollo de las actividades comerciales entre ambos países. Francia es el tercer inversor europeo más importante de los últimos años, seguido por España y Alemania (Expo Europa, 2021).

Cámara de Comercio Binacional Ecuatoriano Italiana (CBEI), Italia es un socio estratégico comercial importante, su posición como destino respecto a otros países de la UE

ha mejorado tras la firma del Acuerdo Comercial Multipartes, pasando del 4º puesto en el ranking al 1º en 2019 o al 2º hasta ahora en 2021 (Expo Europa, 2021).

Cámara de Industrias, Comercio y Servicios Ecuatoriano-Suiza, dirige sus esfuerzos en la reactivación de la economía, permitiendo a las empresas de ambos países formar parte de ella por medio de la transferencia de conocimientos, tecnología y valores empresariales, para mejorar el nivel de producción y empleo de estas naciones (Expo Europa, 2021).

La Unión Europea y las Eurocámaras inauguraron la Expo Europa, la cual se organiza anualmente. Los resultados de la primera edición de la feria, en 2018, fueron de gran acogida ya que hubo 20.000 visitantes, 200 expositores, y más de 1.500 personas que asistieron a los seminarios y conferencias. De igual forma, tomando en consideración que la feria es una importante herramienta de marketing, al ser un gran vínculo de comunicación para aumentar las exportaciones de prendas de vestir elaboradas con fibras de alpaca que tienen una gran demanda en Europa.

Es necesario que el sector textil aproveche la oportunidad de participar en los seminarios de las ferias Expo Europa para permitir a los empresarios y productores ecuatorianos conocer a fondo los detalles sobre la comercialización de sus productos a fin de provechar el acuerdo.

ya que permiten a los productores y empresarios ecuatorianos estar al tanto de los detalles sobre cómo comercializar sus productos en Europa aprovechando el acuerdo, también permite saber cómo acceder a la tecnología y maquinaria de los países de la UE para producir aquí en Ecuador a un nivel más competitivo.

### ***UE Trade Helpdesk.***

El UE Trade Helpdesk es un servicio en línea abierto a todo el público, creado por la Comisión Europea específicamente para ayudar a los empresarios de los países en desarrollo a acceder libremente a la información sobre las condiciones para exportar a la UE, en particular sobre los aranceles existentes, los acuerdos comerciales preferenciales, las estadísticas, otros requisitos específicos de los productos, etc. (European Integration Portal, 2019).

La información está disponible en 4 idiomas diferentes y clasificada en 6 áreas de interés. Si se busca un producto concreto, toda esta información se muestra en una pestaña, lo que facilita la comprensión del producto de cara a su entrada en el mercado europeo.

El uso de este tipo de herramienta ayuda a realizar los estudios de mercado y permitirá a las empresas identificar nuevas oportunidades y también comparar las condiciones de acceso de sus productos.

### ***Ferias Internacionales.***

Existen oportunidades en las ferias internacionales que abren sus puertas a terceros para ofrecer sus productos y promover las relaciones comerciales con empresarios de la UE, en este sentido, la colaboración entre productores y comerciantes debe ser importante para formar parte de estos eventos promocionales.

Las ferias son parte de las estrategias de comunicación de las empresas, ya que se incluye la publicidad, promoción, misiones comerciales y muestras. Las empresas pueden ponerse en contacto con PROECUADOR para recibir apoyo para su participación en ferias nacionales e internacionales, también podrán asistir a reuniones de negocios a fin de crear alianzas estratégicas empresariales, y enviar información por correo electrónico a clientes potenciales.

Para asegurar la mitad del éxito de la participación en una feria, es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos: primero que los empresarios puedan crear una necesidad de su producto en el mercado internacional; la capacidad de producción para satisfacer la demanda; capacidad de la empresa para competir con la competencia en términos de precio, calidad, presentación; cumplimiento de todas las normas necesarias para la entrada del producto en el mercado internacional y considerar las ventajas e inconvenientes del transporte al mercado de destino (Gamarra Vasquez, 2017).

Para cumplir con las estrategias empresariales, es importante contar con un suministro adecuado y oportuno del producto, por lo que es necesario trabajar con proveedores seleccionados que estén ubicados en las zonas de producción de insumos.

## **Implementación del certificado verde para el ingreso al mercado europeo.**

### ***ECO LABEL.***

El 90% de los consumidores de los países desarrollados reconoce las prácticas de etiquetado ecológico y alrededor del 50% busca esta etiqueta al momento de comprar. Es así que, el 75% de estas personas se preocupan por lo que pueden hacer para proteger el medio ambiente. Esta etiqueta se ha convertido en una de las más reconocidas y, tiene una demanda internacional creciente, puesto que envía un mensaje claro a los consumidores de que los fabricantes se están enfocando en reducir el impacto medioambiental del producto (Ecological Certification Institute, 2021).

Se toma a consideración criterios, tales como la limitación de sustancias nocivas, la educación sobre la contaminación ambiental, la resistencia del color a la transpiración, al lavado, al frotamiento en húmedo y en seco y a la exposición a la luz. En la categoría de prendas de vestir y productos textiles, las prendas fabricadas con fibras de alpaca son bienvenidas, lo que supone una ventaja sobre la competencia.

### ***Estándar de Alpaca Responsable.***

El Estándar de Alpaca Responsable (RAS) gestionado por la organización sin fines de lucro Textile Exchange, es una norma internacional voluntaria que aborda el bienestar de los animales en la cadena de suministro de la alpaca y además del control de granjas certificadas hasta la fabricación de prendas.

Los objetivos de la RAS son: reconocer las mejores prácticas de los artesanos; asegurar que la fibra de alpaca provenga de granjas con un enfoque progresivo en la gestión de la tierra y con alpacas tratadas con responsabilidad; fomentar buenas prácticas en el cuidado de los camélidos; todo lo anterior con el objetivo de demostrar a los consumidores la seguridad de que la fibra de alpaca es verdaderamente RAS (Textile Exchange, 2021).

La implementación de este tipo de certificación demostraría a los consumidores que la empresa se esfuerza en mejorar continuamente sus procesos, incluyendo los sistemas de aseguramiento, control y evaluación, para garantizar la cadena de custodia del

procesamiento de la fibra de alpaca, desde la clasificación y el lavado hasta la fabricación del hilo.

### **Conclusiones**

Uno de los propósitos de esta investigación fue determinar la oferta de prendas de vestir elaboradas con fibra de alpaca en el sector textil ecuatoriano. Con base en el análisis presentado, se puede deducir que el país cuenta con un número considerable de alpacas en la región sierra, principalmente en Chimborazo, y que, aprovechando esta situación, existen varias empresas dedicadas a la producción de lana de alpaca a nivel nacional, la mayoría de las cuales son apoyadas por organizaciones sin fines de lucro enfocadas a mejorar la competencia en el sector textil. Finalmente, aunque la competitividad es alta, el país cuenta con características naturales favorables para el desarrollo de este sector, además de que el mismo se caracteriza por la excelente calidad y meticulosidad en la elaboración de prendas. Existe un gran potencial para alcanzar un mayor porcentaje del mercado europeo.

Se utilizaron 64 índices de competitividad enmarcados en el modelo del doble diamante para identificar aquellos indicadores que los países deben mejorar para ser más competitivos. Para mejorar los niveles de competitividad nacional, Ecuador necesita enfocarse en los siguientes puntos: 1) disminuir los costos y tiempo para importar, 2) mejorar costos para iniciar un negocio, 3) incrementar las publicaciones indexadas, e 4) aumentar el número de investigadores (I+D). En cuanto a la competitividad a nivel internacional se deben atender varios factores. Ecuador debe mejorar en: 1) IED (ingresos), 2) IED (salidas), 3) valor agregado en servicio, 4) transporte aéreo, 5) número de patentes, 6) dinamizar el comercio internacional, 7) diversificar las exportaciones a países no regionales, 8) y las exportaciones al continente asiático, al ser considerados mercados mundiales con un mayor crecimiento.

Tras el desarrollo de esta investigación, ha quedado claro que este acuerdo comercial es un instrumento importante para incrementar las exportaciones de Ecuador y, por

consiguiente, aumentar el ingreso de divisas lo cual ayuda al mercado interno. Por ello, es importante aplicar estrategias, tales como: enfocarse en la calidad del proceso de producción y comercialización; implementar programas que mejoren la genética de las alpacas; apoyar las capacitaciones periódicas para los artesanos; tomar en consideración el apoyo de las cámaras europeas y aprovechar las oportunidades que ofrecen las ferias internacionales, una vez que se tenga un suministro adecuado del producto.

### **Recomendaciones**

Se recomienda la formación continua de los artesanos y empresarios para mejorar e innovar, para que sean capaces de enfrentarse a los mercados internacionales y destacar entre ellos. Deben formarse en nuevas formas de comercio, técnicas de producción, gestión y nuevos mercados potenciales. Además, es necesario implementar políticas e instrumentos que promuevan el entorno económico para lograr un desarrollo sostenible, con el fin de lograr un cambio sustancial en el sector textil y manufacturero.

En términos generales, el sector textil ecuatoriano es poco competitivo en comparación a Perú y Bolivia, y pese a que a partir del año 2015 se ha evidenciado un crecimiento en las exportaciones de prendas a base de fibra de alpaca, este crecimiento no es significativo dentro del sector. Por lo que, se recomienda incrementar la dinámica económica de los socios comerciales, y brindar incentivos a la economía interna a través de mecanismos de impulso. El sector textil ecuatoriano de prendas elaboradas a base de fibra de alpaca debe fortalecer el Índice de Competitividad, haciendo énfasis en los siguientes pilares: comercio de prendas de vestir, mercado y condiciones y laborales, infraestructura y costos, institucionalidad y macroeconomía.

El Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea ha aventajado a varios sectores de la economía a desarrollar ventajas comparativas mediante el aprovechamiento al máximo de los mecanismos de acceso preferencial y el desarrollo de oportunidades dentro de la comunidad europea. Sin embargo, se recomienda tomar en

consideración los siguientes parámetros. La industria textil ecuatoriana de prendas de vestir a base de fibra de alpaca debe mejorar la gestión de su cadena de suministros para reducir costos e incrementar la productividad, aumentar las inversiones en capital humano (mano de obra calificada) y maquinaria para sustituir los procedimientos arcaicos y mejorar la flexibilidad y tiempos; sin perder la esencia de lo tradicional. Es necesario fomentar un enfoque de productividad basado en el valor agregado de las prendas y la diversificación de sus exportaciones con una mejor apertura hacia los mercados. Es imprescindible para Ecuador mejorar la calidad y optar por ventajas comparativas y competitivas que impulsen al sector textil a imponerse en el mercado internacional.

## Bibliografía

- ABACO. (28 de Octubre de 2012). *Observatorio abaco*. Obtenido de [http://www.observatorioabaco.es/post\\_observatorio/indice-de-corrupcion](http://www.observatorioabaco.es/post_observatorio/indice-de-corrupcion)
- ABACO. (28 de Octubre de 2012). *Observatorio de las Actividades Basadas en el Conocimiento*. Obtenido de [http://www.observatorioabaco.es/post\\_observatorio/indice-de-corrupcion](http://www.observatorioabaco.es/post_observatorio/indice-de-corrupcion)
- Abril, L. (30 de Septiembre de 2021). Ecuador produce más textos de ciencia. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/ciencia/ecuador-produce-mas-textos-ciencia.html>
- Acarapi Cruz, J. L. (2011). *ANALISIS DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DE FIBRA Y CARNE DE CAMELIDOS EN EL MUNICIPIO CURAHUARA DE CARANGAS*. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/10078/T-1520.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Acevedo, N., Jiménez, M., & Rojas, M. (2016). Medición de la competitividad para Brasil, Chile, Colombia y México. *Revista Espacios*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a16v37n30/16373008.html>
- Acosta Argote, C. (21 de Agosto de 2021). *Asuntos legales*. Obtenido de <https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/mas-de-80-de-las-patentes-son-solicitadas-por-personas-no-residentes-en-colombia-3220348>
- AITE. (s.f.). *Historia y Actualidad*. Obtenido de <https://www.aite.com.ec/industria.html>
- Alcaraz Rivero, A., Muñoz, G., Egas, J. J., Paolo de Salvo, C., & Lima, E. (2020). Análisis de políticas agropecuarias en Bolivia. *Inter-American Development Bank*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Analisis-de-politicas-agropecuarias-en-Bolivia.pdf>
- Angulo, S. (9 de Marzo de 2021). El sector textil perdió \$ 500 millones en 2020. *Expreso*. Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/sector-textil-perdio-500-millones-2020-100228.html>

- Argüelles, P. (3 de Marzo de 2021). *Be Alpaca*. Obtenido de <https://bealpaca.com/blogs/blog-be-alpaca/guia-completa-sobre-la-ropa-de-alpaca-beneficios-y-consejos>
- Artesalinas. (s.f.). *Tejidos de Alpaca en Ecuador*. Obtenido de <https://www.artesalinas.ec/tejidos-de-alpaca-ecuador/>
- ASCALPE. (7 de Agosto de 2019). *Asociación Civil Alpaca Del Perú*. Obtenido de <http://www.alpacadelperu.org.pe/caracteristicas-de-la-fibra-de-alpaca/>
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (28 de Abril de 2015). *Caen las exportaciones textiles ecuatorianas y suben las importaciones*. Obtenido de <https://www.aite.com.ec/boletines/2015/importaciones.pdf>
- Azabache Alvarado, D. A., Campero Flórez, J. A., Gallardo Siguas, A. R., & Ramirez Abad, A. (Marzo de 2021). *Repositorio ULIMA*. Obtenido de [https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/13275/Azabache\\_Analisis-evolucion-fibra.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/13275/Azabache_Analisis-evolucion-fibra.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Baptista Vargas, V. C. (23 de Septiembre de 2009). *FLACSO*. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/2011/4/TFLACSO-2009VBV.pdf>
- blogs.cedia*. (2021). Obtenido de <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2021/03/Analisis-exportaciones-ecuatorianas-ocho.pdf>
- Caicedo Manrique, C. E. (09 de Septiembre de 2021). *Repositorio Institucional EdocUR*. Recuperado el 04 de Noviembre de 2021, de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/31807/CaicedoManrique-CarlosEduardo-2021.pdf?sequence=1>
- Cámara de Comercio de Lima. (29 de Marzo de 2021). *Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2021, de <https://lacamara.pe/la-fibra-de-alpaca-y-su-demanda-internacional/>



20COLQUE%20FERNANDEZ%20-

%20TESIS%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Comunidad Andina. (1969). Acuerdo de Cartagena. Obtenido de

<http://www.comunidadandina.org/StaticFiles/DocOf/DBASICO1.pdf>

Constitución de la República del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). Ecuador. Obtenido de

[https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

Contreras Flores, S. T. (Septiembre de 2019). *Potencial productivo y comercial de la alpaca*.

Obtenido de

[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/423423/potencial\\_productivo\\_comercial\\_de\\_la\\_alpaca.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/423423/potencial_productivo_comercial_de_la_alpaca.pdf)

COPCI. (29 de Diciembre de 2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e

Inversiones. Ecuador. Recuperado el 05 de Noviembre de 2021, de

<https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

Corrales Alanya, M. A. (2017). *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*. Obtenido

de <http://hdl.handle.net/10757/624051>

Domínguez Cochancela, J. L., Vega Granda, A. d., Garzón Montealegre, V. J., & Quezada

Campoverde, J. M. (2021). Impacto ocasionado por las exportaciones e

importaciones entre Ecuador y la Unión Europea, mediante el acuerdo comercial

multipartes, periodo 2010-2019. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 4(1),

99-105. Obtenido de <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/353>

Ecological Certification Institute. (16 de Marzo de 2021). Obtenido de [Ecolabel.net](http://Ecolabel.net):

<https://www.ecolabel.net/es/kriterler/giyim-ve-tekstil-urunleri-icin-eco-label-kriterleri/>

EFE. (12 de Marzo de 2021). *swissinfo.ch*. Obtenido de

[https://www.swissinfo.ch/spa/ecuador-exportaciones\\_ecuador-tuvo-r%C3%A9cord-de-exportaciones-no-petroleras-en-2020-pese-a-la-pandemia/46444248](https://www.swissinfo.ch/spa/ecuador-exportaciones_ecuador-tuvo-r%C3%A9cord-de-exportaciones-no-petroleras-en-2020-pese-a-la-pandemia/46444248)

*El estudio del mercado*. (2017). Obtenido de [https://operagb.com/wp-](https://operagb.com/wp-content/uploads/2017/09/8448169298.pdf)

[content/uploads/2017/09/8448169298.pdf](https://operagb.com/wp-content/uploads/2017/09/8448169298.pdf)

Enrique, F. (2017). *Qué es la internacionalización* (Vol. 5). (E. Fanjul, Trad.) Iberglobal.

Obtenido de [http://www.berglobal.com/files/2017/que\\_es\\_internacionalizacion-B.pdf](http://www.berglobal.com/files/2017/que_es_internacionalizacion-B.pdf)

Espinoza, J. F. (2007). Bondades y Aprovechamiento de la Fibra de Alpaca. *GUIA*

*TEXTORACION*, <https://textilesecuador.com/textiles-ecuador/descargas/?b5-file=47&b5-folder=41>.

Espinoza, J. F. (19 de Agosto de 2018). *Textiles Ecuador*. Obtenido de

<https://textilesecuador.com/textiles-ecuador/descargas/?b5-file=47&b5-folder=41>

European Integration Portal. (2 de Mayo de 2019). *EUUA*. Obtenido de [https://eu-](https://eu-ua.kmu.gov.ua/en/eu-trade-helpdesk)

[ua.kmu.gov.ua/en/eu-trade-helpdesk](https://eu-ua.kmu.gov.ua/en/eu-trade-helpdesk)

Expo Europa. (19 de Agosto de 2021). *Expo Europa Feria virtual 2021*. Obtenido de

[Expoeuropa.org: https://expoeuropa.org/organizadores/](https://expoeuropa.org/organizadores/)

FAO. (Junio de 2005). *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la*

*Alimentación*. Obtenido de

[https://tarwi.lamolina.edu.pe/~emellisho/zootecnia\\_archivos/situacion%20alpcas%20peru.pdf](https://tarwi.lamolina.edu.pe/~emellisho/zootecnia_archivos/situacion%20alpcas%20peru.pdf)

Fuentes Pilaló, E., & Véliz Salazar, G. (Octubre de 2017). La competitividad global. *Revista*

*Empresarial, ICE-FEE-UCGS*, 11(4), 41-47. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6479348.pdf>

Future Market Insights. (16 de Octubre de 2018). *Futuremarketinsights.com*. Recuperado el

12 de Diciembre de 2021, de <https://www.futuremarketinsights.com/reports/alpaca-fiber-market>

Galluccio, A. (28 de Noviembre de 2018). *Promperu*. Obtenido de Gob.pe:

[https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/3557/Mercado\\_prendas\\_Alpaca\\_Europa\\_EEUU\\_2018\\_keyword\\_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/3557/Mercado_prendas_Alpaca_Europa_EEUU_2018_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Gamarra Vasquez, S. M. (2017). *Repositorio Académico USMP*. Obtenido de

Repositorio.usmp:

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2971/gamarra\\_vsm.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2971/gamarra_vsm.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Gestión, Redacción. (15 de Agosto de 2021). *Gestión*. Recuperado el 2021 de Diciembre de 2021, de <https://gestion.pe/economia/exportacion-de-sueteres-de-fibra-de-alpaca-se-recupera-pero-aun-esta-lejos-de-nivel-prepandemia-noticia/>

Gob.pe. (16 de Marzo de 2021). Obtenido de Gob.pe:

<https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/348402-peru-se-mantiene-como-primer-exportador-de-fibra-de-alpaca-en-el-mundo-por-su-alta-calidad>

González, D. (29 de Diciembre de 2021). La alpaca peruana desembarca en dinamarca.

*América Retail*. Obtenido de <https://www.america-retail.com/peru/alpaca-peruana-desembarca-dinamarca/>

González, J. (3 de Septiembre de 2021). Bolivia pide apoyo a países de la CAN para su adhesión al acuerdo multilateral con la Unión Europea. *El Comercio*. Recuperado el 9 de Diciembre de 2021, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/bolivia-apoyo-can-adhesion-acuerdo-union-europea.html>

Gonzalez, L. T. (13 de Abril de 2015). Recuperado el 3 de Diciembre de 2021, de [pe.fashionnetwork.com: https://pe.fashionnetwork.com/news/Crece-el-comercio-del-tesoro-natural-de-peru-la-alpaca,478679.html](https://pe.fashionnetwork.com/news/Crece-el-comercio-del-tesoro-natural-de-peru-la-alpaca,478679.html)

González, V. L. (28 de Abril de 2021). La Industria Textil en América Latina. *Textiles Panamericanos*. Recuperado el 04 de Noviembre de 2021, de <https://textilespanamericanos.com/textiles-panamericanos/2021/04/la-industria-textil-en-america-latina/>

Heizer, J., & Render, B. (2011). *Operations and Productivity*. New Jersey: Pearson Education Inc.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGRAW-HILL. Obtenido de <http://www.pucesi.edu.ec/webs/wp-content/uploads/2018/03/Hern%C3%A1ndez-Sampieri-R.-Fern%C3%A1ndez-Collado-C.-y-Baptista-Lucio-P.-2003.-Metodolog%C3%ADa-de-la-investigaci%C3%B3n.-M%C3%A9xico-McGraw-Hill-PDF.-Descarga-en-l%C3%ADnea.pdf>

Huesca Rodriguez, C. (2019). *Comercio Internacional*. México: Red Tercer Milenio.

Obtenido de

[http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/502/1/Comercio\\_internacional.pdf](http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/502/1/Comercio_internacional.pdf)

IATA. (Octubre de 2020). *Clac-lacac.org*. Obtenido de <https://clac-lacac.org/wp-content/uploads/2020/10/EM-COL-EE.pdf>

INEC. (2020). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC*.

Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>

INEI. (9 de Diciembre de 2015). *Instituto Nacional de Estadística e Informática*. Obtenido de

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1253/cap12/cap12.htm](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1253/cap12/cap12.htm)

Instituto de Economía Internacional. (2017). *Los aranceles. Funcionamiento y definición de los tipos más comunes*. Obtenido de

<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/69808/5/5-LOS-ARANCELES-Y-DROPSHIPPING.pdf>

Instituto Nacional de Estadística. (2020). *BOLIVIA – POBLACIÓN DE ALPACAS POR DEPARTAMENTO EDAD Y SEXO, 1984 – 2020*. Obtenido de

<https://www.ine.gob.bo/index.php/estadisticas-economicas/ganaderia-y-avicultura/ganaderia-cuadros-estadisticos/>

INTERLINS CONSULTING GROUP. (2010). *06 PERFIL ALPACA EUROPA (Versión Final)*.

Obtenido de

[https://www.academia.edu/18548257/06\\_PERFIL\\_ALPACA\\_EUROPA\\_Versi%C3%B3n\\_Final](https://www.academia.edu/18548257/06_PERFIL_ALPACA_EUROPA_Versi%C3%B3n_Final)

ITC Compare Markets. (2021). *Compare tariffs and other market access indicators across different destination markets*. Obtenido de

<https://www.macmap.org/en/query/compare-market?reporter=All&partner=218&product=6110>

- Jara, M. (2009). *El cluster de la cadena textil y confecciones*. Obtenido de <http://www.textilconfeccion.com.co/html/articulos/circulo08.htm>
- La República. (6 de Febrero de 2021). Envíos de pelo fino de alpaca también se contrajeron debido a la pandemia. *La República*. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/2021/02/06/envios-de-pelo-fino-de-alpaca-tambien-se-contrajeron-debido-a-la-pandemia/>
- Laguna Inocente, R., Orozco Ávalos, Á., Piedra Hbrahamshon, K., & Olarte Melcho, G. (2019). *Análisis de las exportaciones del sector textil peruano*. Obtenido de <https://www.aulavirtualusmp.pe/ojs/index.php/raef/article/view/1734>
- Layana Ruiz, J. F. (17 de Septiembre de 2020). Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15160/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-588.pdf>
- Leone, P., & Paz y Miño, C. (2020). Desafíos, perspectivas y papel de la mujer en la generación del conocimiento científico de Ecuador. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(145), 301-330.  
doi:10.16921/chasqui.v1i145.4353
- Link Compresores. (Marzo de 2020). *Panorama de la industria textil en Colombia y América Latina para 2020*. Obtenido de <https://www.linkcompresores.com.co/panorama-de-la-industria-textil-en-colombia-y-america-latina-para-2020/>
- Marquina, R. (Julio de 2021). Arequipa: la pandemia en el sector alpaquero. *La Revista Agraria*, 11. Obtenido de <http://www.descosur.org.pe/wp-content/uploads/2021/08/La-pandemia-en-el-sector-alpaquero.pdf>
- Marquina, R. (Julio de 2021). Arequipa: la pandemia en el sector alpaquero. *La Revista Agraria*, 11. Obtenido de [https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA673066101&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=16098218&p=IFME&sw=w&userGroupName=anon%7E7cdabab#:~:text=En%20el%20pa%C3%ADs%20hay%20m%C3%A1s,y%2025%20%25%20de%20llama\).](https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA673066101&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=16098218&p=IFME&sw=w&userGroupName=anon%7E7cdabab#:~:text=En%20el%20pa%C3%ADs%20hay%20m%C3%A1s,y%2025%20%25%20de%20llama).)

- Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación.* (31 de Diciembre de 2020). Obtenido de [https://minciencias.gov.co/sala\\_de\\_prensa/277-revistas-cientificas-clasificadas-por-minciencias-como-las-mejores-del-pais](https://minciencias.gov.co/sala_de_prensa/277-revistas-cientificas-clasificadas-por-minciencias-como-las-mejores-del-pais)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). Obtenido de Gob.pe: [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/410823/5\\_Productos\\_a\\_base\\_de\\_Alpaaca\\_2019\\_PLIEGOS.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/410823/5_Productos_a_base_de_Alpaaca_2019_PLIEGOS.pdf)
- Ministerio de Energía y Recursos Naturales No Renovables. (9 de Enero de 2020). *Recursosyenergia.gob.* Obtenido de <https://www.recursosyenergia.gob.ec/en-ecuador-el-consumo-de-energia-electrica-se-incremento-en-un-45-en-2019/>
- Ministerio de Energía y Recursos Naturales No Renovables. (9 de Enero de 2020). *Recursosyenergia.gob.ec.* Obtenido de <https://www.recursosyenergia.gob.ec/en-ecuador-el-consumo-de-energia-electrica-se-incremento-en-un-45-en-2019/>
- Ministerio de Transporte. (27 de Febrero de 2020). *Mintransporte.gov.* Obtenido de <https://www.mintransporte.gov.co/publicaciones/8154/en-2019-se-movilizaron-mas-de-195-millones-de-toneladas-en-las-zonas-portuarias-de-colombia-supertransporte/>
- Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio de Colombia.* (17 de Marzo de 2021). Obtenido de <https://minvivienda.gov.co/sala-de-prensa/colombia-adopta-plan-nacional-de-abastecimiento-de-agua-potable-y-saneamiento-basico-rural-para-favorecer-las-familias-que-habitan-el-campo>
- Morales de la Nuez, A., Vaca Cárdenas, M. L., Chacaguasay Cepeda, B., & Rodríguez González., N. F. (2017). *Proyecto de Sostenibilidad Financiera para el Sistema Nacional de Áreas Protegidas.* Obtenido de Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Ciencias Pecuarias: [http://maetransparente.ambiente.gob.ec/documentacion/Biodiversidad/LA\\_VICU%C3%91A\\_ECUATORIANA.pdf](http://maetransparente.ambiente.gob.ec/documentacion/Biodiversidad/LA_VICU%C3%91A_ECUATORIANA.pdf)
- Nuestra Redacción. (2020). *La industria textil en Colombia parte 2.* Obtenido de <https://enriqueortegaburgos.com/la-industria-textil-en-colombia-parte-2/>

- Observatorio América Latina Asia Pacífico. (8 de Febrero de 2019). *Observatorio América Latina Asia Pacífico*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2021, de [Observatorioasiapacifico.org](https://www.observatorioasiapacifico.org):  
<https://www.observatorioasiapacifico.org/es/noticias/item/crece-demanda-por-productos-de-alpaca-en-europa-y-asia.html>
- Path, M. (1 de Agosto de 2014). *Path.MBA*. Obtenido de <https://path.mba/la-ventaja-competitiva-de-las-naciones/>
- PROCOLOMBIA. (s.f.). *Oportunidades de Exportación para Prendas de Vestir Colombianas*. Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co/oportunidades/sectores/prendas-de-vestir>
- Prom Perú. (2020). Recuperado el 3 de Diciembre de 2021, de [BoletinesExportemos.pe](https://boletines.exportemos.pe):  
<https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/INFORME%20ALPACA%202020.pdf>
- PUDELECO. (2021). *MX-DATA*. Obtenido de Estadísticas de comercio exterior del Ecuador:  
<https://www.impexpec.com/>
- Quispe , E., Rodríguez , T., Iñiguez , L., & Mueller , L. (2009). *Producción de fibra de alpaca, llama, vicuña y guanaco en Sudamérica*. . Obtenido de *Animal genetic resources* 45:  
<https://doi.org/10.1017/S1014233909990277>
- Revista Gestión. (2 de Mayo de 2021). El sector textil, un puntal de la industria que busca levantarse. *Gestion Digital*. Obtenido de <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-sector-textil-un-puntal-de-la-industria-que-busca-levantarse>
- Rubio, L., & Baz, V. (2015). *El poder de la competitividad*. México: Fondo de cultura económica. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2eAcDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=que+es+competitividad+&ots=D4tVI6N9Xu&sig=wS8xtrilWH5tJnOIEQkBjvUchnA>
- SICE Comunidad Andina. (s/f). *Sistema de Información sobre Comercio Exterior*. Obtenido de <http://www.sice.oas.org/trade/junac/decisiones/dec563s.asp>

Textile Exchange. (20 de Abril de 2021). *Responsible Alpaca Standard*. Obtenido de <https://textileexchange.org/wp-content/uploads/2021/04/RAF-101c-V1.0-ES-Responsible-Alpaca-Standard.pdf>

The Global Economy. (s.f.). *The Global Economy.com* . Obtenido de [https://es.theglobaleconomy.com/rankings/food\\_production\\_index/](https://es.theglobaleconomy.com/rankings/food_production_index/)

The World Bank Group. (29 de Abril de 2013). *The World Bank*. Obtenido de <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/114954-what-is-the-difference-between-foreign-direct-inve>

Trade Map. (2021). *Lista de los mercados importadores para Unión Europea (UE 28) para un producto exportado por Ecuador, Colombia, Perú y Bolivia*. Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es1>

Transparencia por Colombia. (28 de Enero de 2021). *Org.co*. Obtenido de <https://transparenciacolombia.org.co/2021/01/28/colombia-no-logra-avances-significativos-en-percepcion-de-corrupcion/>

**Anexos**