



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCICACIÓN INTERNACIONAL**

**TEMA: ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN
INTERNACIONAL DEL SECTOR TEXTIL ECUATORIANO**

**AUTORES: GUACHILEMA PEÑALOZA MARÍA FERNANDA
LOGACHO CANCHIGNIA DIANA MARGOTH**

DIRECTORA: MGTR. MONTERO ESPINOZA GLADYS ALICIA

SANGOLQUÍ

2016

CERTIFICADO



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DEL SECTOR TEXTIL ECUATORIANO” realizado por las señoritas MARÍA FERNANDA GUACHILEMA PEÑALOZA Y DIANA MARGOTH LOGACHO CANCHIGNIA, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar las señoritas FERNANDA GUACHILEMA PEÑALOZA Y DIANA MARGOTH LOGACHO CANCHIGNIA para que lo sustenten públicamente.

Sangolquí, 25 de Mayo del 2016

Mgr. GLADYS ALICIA MONTERO ESPINOZA
DIRECTORA



AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

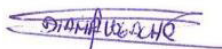
CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, FERNANDA GUACHILEMA PEÑALOZA con cédula de identidad N° 020210268-7 y DIANA MARGOTH LOGACHO CANCHIGNIA, con cédula de identidad N° 172435258-6, declaramos que este trabajo de titulación “ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DEL SECTOR TEXTIL ECUATORIANO” ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 25 de mayo del 2016



DIANA MARGOTH
LOGACHO CANCHIGNIA
C.C. 172435258-6



MARÍA FERNANDA
GUACHILEMA PEÑALOZA
C.C 020210268-7

AUTORIZACIÓN (PÚBLICA BIBLIOTECA VIRTUAL)

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN

Nosotras, DIANA MARGOTH LOGACHO CANCHIGNIA y MARÍA FERNANDA GUACHILEMA PEÑALOZA, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación "ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DEL SECTOR TEXTIL ECUATORIANO" cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 25 de mayo del 2016

DIANA MARGOTH
LOGACHO CANCHIGNIA
C.C. 172435258-6

MARÍA FERNANDA
GUACHILEMA PEÑALOZA
C.C. 020210268-7

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios en primer lugar, ya que él es el dador de todo en este mundo.

A mi amado padre Francisco Canchignia, quién ha sido la base fundamental de mi estabilidad, y pilar de mi vida, a mi adorada madre Jeanneth Canchignia Oña; por darme la vida y su confianza incondicional, a mi madrecita María Beatriz Oña Caiza, ella es la alegría y confortabilidad del hogar en el que me he desenvuelto, a mi segundo padre Luis Morocho, por su apoyo a lo largo de mi vida.

A mis queridos hermanos menores; Santiago, Ángel y Evelyn, quienes son el motor de mi alegría y el impulso diario para seguir adelante.

A mis hermanos mayores, por sus buenos deseos, Wilson, Giovanni, Franklin, Diego y Cristian.

A mis primos y tía que siempre fueron un refugio, en los momentos difíciles.

Tu alegría, tu incondicionalidad tu apoyo fue incomparable querida amiga, y hermana Myriam por eso esta tesis también te la dedico a ti.

A mis pequeños ángeles; Nicolás, Isaac, Matías, Mateo que llenan mi vida de ternura y dichosos momentos.

Diana Logacho

DEDICATORIA

Al culminar mis estudios universitarios con inmenso amor y gratitud quiero dedicar esta tesis primero a Dios quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mí camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el período de estudio.

A mis adorados padres Eduardo Guachilema y Alicia Peñaloza por haberme dado la vida, por el apoyo moral y económico, por sus consejos, sus valores, por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracterizan y que me han infundado siempre, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, por el valor mostrado para salir adelante, pero más que nada, por su amor incondicional.

A mis hermanas y demás familiares que de una u otra forma me apoyaron para culminar con éxito mis estudios.

A todos mis amigos y amigas los cuales me supieron brindar una amistad sincera y estuvieron conmigo a lo largo de mi carrera y con los cuales compartí hermosos recuerdos especialmente con mi querida amiga Diana.

Fernanda Guachilema

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme vivir este momento en la vida, y aún más que lo pueda compartir junto al amor y la amistad, me siento completamente feliz, de que las cosas llegaron a tiempo a mi vida.

A mis amados padres, gracias por su incondicional apoyo y confianza; la vida no pudo ser más generosa conmigo, en cada paso, caída, y alegría estuvieron prestos a levantarme y protegerme, por su infinita paciencia y amor, hoy puedo culminar una meta más, sin desconocer los sacrificios que han hecho por darme siempre lo mejor para salir adelante lo que soy es gracias a ustedes queridos padres.

Gracias queridos hermanos menores, por confiar en mí, y darme un motivo para mantenerme fuerte ante cualquier adversidad, en este momento recuerdo a uno de mis hermanos mayores quien a su manera seria e inflexible supo motivarme, mientras otro de ellos me motivaba con mimos a pesar de su carácter, llevo siempre presente sus palabras, y poco a poco la promesa se cumple.

Cada travesura, y complicidad compartida a tu lado; fue único e irremplazable sinceramente agradezco a Dios por brindarme la oportunidad de poder compartir junto a ti un paso más de mi vida querida amiga y hermana.

Por aquellas tareas y trabajos que hemos realizado en los años de carrera agradezco a mi amiga y compañera de tesis; la universidad fue más acogedora por tu grata compañía.

A mi bella familia que de una u otra manera, estuvieron prestos a colaborarme, cuidarme, y ayudarme en cada paso de mi carrera, gracias.

Y a mis profesores por compartir sus conocimientos para hacer de nosotras profesionales éticos y a nuestra tutora de tesis le agradezco su tiempo, dedicación y paciencia que tuvo para poder desarrollar esta investigación de manera satisfactoria.

Diana Logacho

AGRADECIMIENTO

Mis más sinceros agradecimientos primero a Dios por darme la vida y permitirme culminar con éxitos mi carrera universitaria.

A mis queridos padres quienes fueron el motor principal en esta etapa de mi vida y que con su ejemplo de lucha constante y perseverancia me supieron guiar por el camino del bien. Gracias a ellos, que con esfuerzo y sacrificio me dieron la oportunidad de formarme como persona y profesional.

A mis hermanas quienes me apoyaron en todo momento y a mi sobrino Marquitos quien llegó para alegrar mi vida y la de toda mi familia.

A una persona especial quien llegó a mi vida en el momento indicado y a quien agradezco por su apoyo, su comprensión, cariño, ternura y sobre todo por el amor brindado.

A mis maestros quienes compartieron conmigo todos sus conocimientos y enseñanzas. Y un especial agradecimiento a la Msc. Alicia Montero quien nos ayudó y guió para desarrollar de mejor manera este trabajo de investigación.

Fernanda Guachilema

ÍNDICE DE CONTENIDO**CARÁTULA**

CERTIFICADO	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	ii
AUTORIZACIÓN (PÚBLICA BIBLIOTECA VIRTUAL)	iii
DEDICATORIA	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE	viii
INDICE DE TABLAS	xi
INDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
CAPÍTULO 1	1
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	1
1.1 Justificación	1
1.2 Planteamiento del problema	2
1.2.1 Formulación del problema	2
1.2.2 Sistematización del problema	3
1.3 Objetivo general	3
1.4 Objetivos específicos	3
1.5 Marco Teórico	3
1.5.1 Producción	3
1.5.2 Oferta y demanda	4
1.5.3 Oferta exportable	6
1.5.4 Mercado	7
1.5.4.1 Tipos de mercado	8
1.5.5 Tendencia	10
1.5.6 Consumo	10
1.5.7 Consumismo	11
1.5.8 Comercio Internacional	12
1.5.9 Inversión	13

1.5.10 Inversión extranjera directa	13
1.5.11 Innovación	14
1.5.12 Calidad	16
1.5.13 Control de calidad	17
1.5.14 Barreras Arancelarias y no arancelarias	17
1.6 Marco conceptual	19
1.7 Marco Metodológico	25
1.7.1 Tipo de diseño, estudio y enfoque de la investigación	25
1.7.2 Método de investigación	26
1.7.3 Fuentes y técnicas de recolección de información	27
1.7.4 Análisis y Tratamiento de la Información	28
1.8 Marco legal	28
1.8.1 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	28
1.8.2 Objeto del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)	29
1.8.2.1 Incentivos del COPCI	30
1.8.3 Sector textil	30
1.8.4 Calidad en las exportaciones	31
1.8.4.1 Objetivo de la calidad	31
1.8.4.2 Control de Calidad de Confección	31
1.8.4.3 Control de Calidad en la Costura	32
1.8.5 De las medidas arancelarias y no arancelarias para regular el comercio exterior	32
1.8.5.1 Barreras arancelarias	33
1.8.5.2 Obstáculos técnicos al comercio	33
1.8.6 NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 1875:2012	34
1.8.7 REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 013	35
1.8.8 REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 127	38
CAPÍTULO 2	41
DIAGNÓSTICO	41
2.1 Antecedentes	41
2.1.1 Introducción	41
2.1.2 Historia del sector textil en el Ecuador	42
2.2 Productividad	43
2.2.1 Producción Nacional	43
2.2.2 Proceso productivo y encadenamiento del sector textil	45

	x
2.3 Comercialización Internacional del sector Textil Ecuatoriano	52
2.3.1 Importaciones por tipo de producto en el período 2012-2015	54
2.3.2 Importaciones por Bloques Económicos desde Ecuador 2012-2015	60
2.3.3 Exportaciones ecuatorianas por tipo de producto 2012-2015	63
2.3.4 Exportaciones hacia Bloques Económicos 2012-2015	68
2.4 Tendencias del sector textil	71
2.4.1 Tendencias de Consumo de los principales importadores de bienes textiles	72
2.5 Barreras Arancelarias	74
2.6 Barreras No Arancelarias	76
2.7 Tecnología e innovaciones del sector textil a nivel mundial	77
2.8 Inversiones	79
2.9 Reglas e Incentivos para la inversión	81
2.9.1 Incentivos generales	81
2.9.2 Incentivos para zonas fronterizas y deprimidas	82
2.9.3 Incentivos a medianas empresas	82
CAPÍTULO 3	83
RESULTADOS	83
3.1 Propuesta	83
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES	85
Bibliografía	86

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Actividad Económica y Fabricación de textiles	46
Tabla 2 Plazas de empleo censo 2013-AITE 2016	47
Tabla 3 Capitulo y Notas explicativas de las prendas de vestir	48
Tabla 4 Ejemplos de sobretasas aplicadas a ropa de hogar	49
Tabla 5 Notas explicativas de las prendas de hogar	50
Tabla 6 Empresas Textileras Exportadoras	54
Tabla 7 Importaciones por tipo de producto 2012-2015	59
Tabla 8 Comparación de las importaciones por bloque económico	62
Tabla 9 Exportaciones por tipo de producto 2012-2015	67
Tabla 10 Comparación de las exportaciones por bloque económico	71
Tabla 11 Ejemplos de arancel mixto aplicado a prendas de vestir	76

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cadena de valor del sector textil	45
Figura 2 Incremento de las plazas de empleo 2013-2016	47
Figura 3 Subpartidas de las prendas para el hogar	52
Figura 4 Importaciones por tipo de producto (2012)	55
Figura 5 Importaciones de Bienes Textiles en valores FOB (2012)	55
Figura 6 Importaciones en toneladas valores FOB y CIF (2013)	56
Figura 7 Importaciones de Bienes Textiles en valores FOB (2013)	56
Figura 8 Importaciones por tipo de producto (2014)	57
Figura 9 Importaciones de Bienes Textiles en valores FOB (2014)	57
Figura 10 Importaciones por tipo de producto (2015)	58
Figura 11 Importaciones de Bienes Textiles en valores FOB (2015)	58
Figura 12 Gráfica de las importaciones 2012-2015	59
Figura 13 Importaciones por Bloque Económico (-2012)	60
Figura 14 Importaciones por Bloque Económico Valor FOB (2013)	61
Figura 15 Importaciones por Bloque Económico Valor FOB (2014)	61
Figura 16 Importaciones por Bloque Económico Valor FOB (2015)	62
Figura 17 Exportaciones por tipo de producto (2012)	63
Figura 18 Exportaciones por tipo de producto (2012)	64
Figura 19 Exportaciones por tipo de producto (2013)	64
Figura 20 Exportaciones por tipo de producto (2013)	65
Figura 21 Exportaciones por tipo de producto (2014)	65
Figura 22 Exportaciones de por tipo de producto (2014)	66
Figura 23 Exportaciones por tipo de producto (2015)	66
Figura 24 Exportaciones de por Tipo de producto (2015)	67
Figura 25 Gráfica de las exportaciones por tipo de producto 2012-2015	68
Figura 26 : Exportaciones por Bloque Económico valores FOB (2012)	69
Figura 27 Exportaciones por Bloque Económico (2013)	69
Figura 28 Exportaciones por Bloque Económico (2014)	70
Figura 29 Exportaciones de por Bloque Económico (2015)	70
Figura 30 Aranceles aplicados en lencería de hogar	74

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar la comercialización internacional del sector textil ecuatoriano a través de información obtenida de diferentes fuentes de información. Es así como en el primer capítulo se podrá observar la reseña histórica del sector textil ecuatoriano, su origen, su evolución y la situación actual del país entorno al sector textil a nivel nacional e internacional. También en este capítulo se analizó la base legal de la investigación y algunas teorías referentes al tema tratado. El segundo capítulo trata sobre el diagnóstico de la investigación, los antecedentes del sector textil ecuatoriano, su producción nacional y su comercialización internacional donde se analizó las exportaciones e importaciones por bloque económico y por tipo de producto, mediante tablas y gráficos comparativos. En el capítulo tres se planteó una propuesta que se basa en la negociación de acuerdos comerciales con los países que demandan nuestra producción y que ofertan lo que requerimos. Finalmente se presenta las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

PALABRAS CLAVE:

SECTOR TEXTIL

NEGOCIACION INTERNACIONAL

COMERCIO EXTERIOR

TECNOLOGIA

TENDENCIAS

ABSTRACT

This research has as main objective to analyze the international marketing of Ecuadorian textile sector through information obtained from different sources. Thus in the first chapter you will see the historical review of the Ecuadorian textile sector, origin, evolution and current situation of the country around the textile sector at national and international level. Also in this chapter the legal basis of the investigation and some theories concerning the topic was discussed. The second chapter discusses the diagnosis of research, the history of Ecuadorian textile sector, domestic production and international trade where exports and imports by economic bloc and by product type, by comparative tables and graphs are analyzed. In chapter three a proposal that is based on the negotiation of trade agreements with countries that demand our production and offer what we need arose. Finally the conclusions and recommendations of the research is presented.

KEYWORDS:

TEXTILE SECTOR

INTERNATIONAL BUSINESS

FOREIGN TRADE

TECHNOLOGY

TRENDS

CAPÍTULO 1

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Justificación

Este trabajo de investigación pretende analizar y estudiar el comportamiento de la comercialización internacional del sector textil ecuatoriano, su interacción con el mercado extranjero y los factores que ayudan a que el sector evolucione adecuadamente para obtener la atracción de inversión, y constituir el sector textil como otro sector potencia para el desarrollo económico y social del estado.

En esta investigación se puede también observar estadísticas del comportamiento del sector textil, en un análisis sectorial realizado en base a los últimos cuatro años, y el interés por parte del gobierno para incentivar la inversión extranjera en nuestro país.

El presente trabajo de investigación nos permitirá obtener el Título de Ingenieros de Comercio Exterior y Negociación Internacional, sin embargo, su trascendencia rebasa el interés personal y se convierte en un propósito de contribuir con el Sector Textil generando un documento de guía para el emprendimiento de los pequeños y medianos productores que se aventuran a extender sus límites hacia horizontes internacionales de manera segura y óptima.

Se puede señalar que la ejecución del presente estudio está garantizada por el fácil acceso a la información teórica referencial, ya sea a través de textos, revistas especializadas, internet, etc.; por la solvencia teórica y metodología que se propone, la cual puede servir como un referente para las industrias textiles y también de base para próximas investigaciones.

1.2 Planteamiento del problema

La elaboración de textiles y tejidos en el Ecuador es una de las actividades artesanales más antiguas, su elaboración tenía gran importancia en la cultura Inca, pues servía para denotar la situación social-económica entre sus habitantes. Geográficamente se realizaba cerca de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Latacunga y Riobamba. (Proecuador, 2012)

Las primeras ventas de la producción textil se concentraron en el mercado local, hasta que a partir de la década de los 90 las exportaciones tomaron un gran impulso, llegando a alcanzar en el año 2000 un incremento del 8.14% en relación a las de 1999, esto debido a la adaptación de la industria al nuevo esquema monetario dolarizado que le permitió marcar una tendencia creciente durante los años posteriores.

Con estabilidad monetaria, las industrias textiles invirtieron en máquinas nuevas, así como también en programas de capacitación para el personal de planta, con la finalidad de incrementar sus niveles de eficiencia y productividad, permitiéndoles ser más competitivos en una economía más globalizada.

Debido al reciente estancamiento por falta de innovación de diseños, marcas propias y tecnología, que ha permitido el ingreso de productos extranjeros, el sector textil ecuatoriano ha venido realizando esfuerzos con el objetivo principal de mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional. (Proecuador, 2012)

Por lo expuesto antes, en este contexto es necesario realizar un análisis de cómo se encuentra y cómo ha evolucionado en la actualidad la comercialización internacional del sector textil ecuatoriano.

1.2.1 Formulación del problema

¿Cuáles son los factores que influyen en la comercialización internacional del sector textil ecuatoriano?

1.2.2 Sistematización del problema

¿Cómo se realizan los procesos de comercialización internacional en el Ecuador con respecto al sector textil?

¿Cuál es la principal competencia para Ecuador en el sector textil?

¿Cuál ha sido el comportamiento de las exportaciones del sector textil ecuatoriano con respecto a los demás países?

1.3 Objetivo general

Analizar la comercialización internacional del sector textil en el Ecuador.

1.4 Objetivos específicos

- Determinar los procesos de comercialización internacional del sector textil entre Ecuador y el mercado internacional
- Identificar los mercados potenciales y la mayor competencia internacional del sector Textil Ecuatoriano
- Describir la forma de comercialización del sector textil ecuatoriano con respecto a los demás países.

1.5 Marco Teórico

1.5.1 Producción

Según Marx *“La concepción materialista de la historia parte de la proposición de que la producción de los medios de sustento de la vida humana, junto con la producción y el intercambio de las cosas producidas, es la base de la estructura social.”* (F.Engels, *Socialismo Utópico y Socialismo Científico*, 1880) (Bakovic, 2003).

Según este concepto establecido por Marx podemos determinar que la producción, es lo que mantiene viva una sociedad, en la interacción del intercambio de lo producido y el intercambio de lo producido.

La producción desde el punto de vista de la economía, según los primeros fisiócratas, se identificaba la producción con la agricultura, no se contemplaba otra posibilidad para la economía. Con la llegada de la industria, los clásicos en economía, incrementan este campo y ahora se refieren a dos tipos de actividad: la agricultura y la industria (actividad principal en el esquema económico de la época). Finalmente la economía termino admitiendo que también las actividades del sector terciario son actividades productivas, porque la economía dice que la actividad productiva es cualquier actividad que aumenta la capacidad de los bienes o de las cosas para satisfacer necesidades humanas. Producir es añadir valor a las cosas y por lo tanto las actividades del sector servicios consiguen añadir valor sobre las cosas en las que actúan, de ahí que también se considere producción. (Fernández, 2016).

La producción de un bien o servicio se da bajo la dependencia de varios factores que al unirse dan como resultado un producto final o un servicio final, en la industria textil no es diferente se necesita de materia prima, factores directos e indirectos para lograr la elaboración de diversos productos.

1.5.2 Oferta y demanda

La teoría de la oferta y la demanda describe, simplemente, la interacción en el mercado de un determinado bien entre los consumidores y productores, en relación con el precio y las ventas de dicho bien. Este modelo predice que, en un mercado libre y competitivo, el precio se establecerá en función de la solicitud por los consumidores y la cantidad provista por los productores, generando un punto de equilibrio en el cual los consumidores estarán dispuestos a adquirir todo lo que ofrecen los productores al precio marcado por dicho punto.

Esta teoría es la conjunción de dos leyes económicas:

- La ley de la oferta, que indica que la oferta es directamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio del producto, más unidades se ofrecerán a la venta.

- La ley de la demanda, que indica que la demanda es inversamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio, menos demandarán los consumidores. (Sur, 2008)

Los precios varían como resultado de un equilibrio entre la disponibilidad del producto a cada precio (oferta) y los deseos de aquellos con poder adquisitivo en cada precio (demanda), dando lugar al excedente del consumidor y al excedente del productor.

Las cuatro leyes básicas de la Ley de la oferta y la demanda son:

- Si la demanda aumenta y la oferta se mantiene sin cambios, habrá escasez del producto o servicios, lo que lleva a un precio de equilibrio más alto ya que los productores podrán subir el precio.
- Si disminuye la demanda y la oferta se mantiene sin cambios, habrá superávit del producto o servicios, por lo que lleva a un precio de equilibrio más bajo ya que los productores deberán bajar precios por la competencia.
- Si la demanda se mantiene sin cambios y la oferta aumenta, habrá superávit del producto o servicios, por lo que lleva a un precio de equilibrio más bajo ya que los productores deberán bajar precios por la competencia.
- Si la demanda se mantiene sin cambios y disminuye la oferta, habrá escasez del producto o servicios, lo que lleva a un precio de equilibrio más alto ya que los productores podrán subir el precio. (FINANCIERA, 2016)

Por tanto, la conjunción de ambas leyes da como resultado la primera conclusión: la oferta y la demanda hacen variar el precio del bien. Si el precio de un bien está demasiado bajo y los consumidores demandan más de lo que los productores pueden poner en el mercado, se produce una situación de escasez, y por tanto los consumidores estarán dispuestos a pagar más. Los productores subirán los precios hasta que se alcance el nivel al cual los consumidores no estén dispuestos a comprar más si sigue subiendo el precio. Este sería el ansiado punto de equilibrio

En la situación inversa, si el precio de un bien es demasiado alto y los consumidores no están dispuestos a pagarlo, la tendencia será a que baje el precio,

hasta que se llegue al nivel al cual los consumidores acepten el precio y se pueda vender todo lo que se produce. (Sur, 2008)

Oferta, demanda y comercio en una sola industria

Supongamos que hay dos países, nuestro país y el extranjero, que consumen y producen trigo, que puede ser transportado sin coste entre los países; en cada país el trigo es una industria competitiva en la que las curvas de demanda y oferta son una función del precio en moneda extranjera, pero suponemos que el tipo de cambio no se ve afectado por cualquier política comercial acometida en este mercado. Así mostramos los precios en ambos mercados en moneda de nuestro país; el comercio tendrá lugar en este mercado, si, cuando no hay comercio, los precios son diferentes.

Supongamos que, sin comercio el precio del trigo es más alto en nuestro país que en el extranjero. Permitamos ahora el comercio exterior. Puesto que el precio del trigo en nuestro país es mayor que el precio en el extranjero, comienza a transportarse trigo del extranjero a nuestro país; la exportación de trigo aumenta su precio en el extranjero y lo reduce en nuestro país hasta que la diferencia de precios ha sido eliminada.

Para determinar el precio mundial y la cantidad intercambiada es útil definir dos nuevas curvas: la curva de demanda de importaciones de nuestro país, y la curva de exportaciones del extranjero, que se deduce de las curvas de oferta y demanda interiores subyacentes. La demanda de importaciones de nuestro país es el exceso de lo que los consumidores nacionales demandan sobre lo que los productores ofrecen. (Paul R. Krugman, 2012, pág. 196)

1.5.3 Oferta exportable

La oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa, esto es:

- Disponibilidad de producto: Con base en el producto que desea exportar, la empresa debe determinar el volumen que tiene disponible para el mercado

externo. El volumen debe ser aquel que pueda ofrecer de manera estable o continua. De igual modo, el producto debe cumplir con las exigencias y requerimientos del mercado objetivo. (RIEGO, 2016)

- Capacidad económica y financiera de la empresa: La empresa debe contar con los recursos necesarios para solventar una exportación, igualmente debe estar en condiciones de contar con precios competitivos. Si la empresa no cuenta con posibilidades de solventar el proceso con recursos propios, deberá contar con capacidad de endeudamiento y conseguir financiamiento externo. (RIEGO, 2016)
- Capacidad de gestión: La empresa debe desarrollar una cultura exportadora, con objetivos claros y conocimiento de sus capacidades y debilidades. (RIEGO, 2016)

La oferta exportable está constituida por las toneladas totales de producción que un país puede ofrecer a diferentes naciones, en nuestra tesis se refiere al total de materia prima, o productos terminados que puede ofrecer para satisfacer las necesidades y exigencias de diferentes países.

La oferta de exportaciones de extranjero es el exceso de lo que los productores extranjeros ofrecen sobre lo que los consumidores extranjeros demandan. El equilibrio mundial se produce cuando la demanda de importaciones de nuestro país iguala a la oferta extranjera de exportaciones. (Paul R. Krugman, 2012, pág. 196)

1.5.4 Mercado

Durante tiempos antiguos los hombres acostumbraban a realizar cambios o trueques con otros pueblos o tribus para así satisfacer sus necesidades. Esto se debe a que el ser humano siempre se ha dado cuenta de que necesita ciertos bienes o servicios, pero a su vez cuenta con otros que le sobra. Este simple acto de vender y comprar bienes o servicios se puede decir que fue el origen de lo que hoy conocemos como mercado. (Chamberlain, 2016)

"Un conjunto de mecanismos mediante los cuales, los compradores y los vendedores de un bien o servicio están en contacto para comerciarlo"

"Aquel formado por los compradores y los vendedores de un bien o de un servicio."

Según las definiciones anteriores la clave para que exista el mercado son las personas que venden algún bien o servicio, pero estas a su vez necesitan de personas que quieran comprar el bien o servicio que se está ofreciendo. Sin embargo, gracias a la primera cita podemos notar que existe interacción entre vendedores y compradores, quienes utilizan un conjunto de mecanismos para contactarse y comerciar el bien o servicio. (Chamberlain, 2016)

El mercado en nuestra investigación son aquellos países que nos proveen de materias primas e insumos y aquellos que compran los productos ecuatorianos, los mercados a los que Ecuador debe apuntar son la Europa y estados Unidos, que son los principales consumidores textiles.

1.5.4.1 Tipos de mercado

Desde el punto de vista geográfico

Según Laura Fischer y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", las empresas tienen identificado geográficamente su mercado. En la práctica, los mercados se dividen en varios tipos para nuestra investigación reconoceremos tres tipos de mercados que son:

- **Mercado Internacional:** Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.
- **Mercado Nacional:** Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambios de bienes y servicios.
- **Mercado Regional:** Es una zona geográfica determinada libremente, que no coincide de manera necesaria con los límites políticos.

Desde el punto de vista del cliente

Para Laura Fischer y Jorge Espejo, los tipos de mercado desde el punto de vista del cliente, tienen varias categorías pero analizaremos los que se acogen a nuestra investigación:

- **Mercado del Consumidor:** En este tipo de mercado los bienes y servicios son adquiridos para un uso personal, por ejemplo, la ama de casa que compra una lavadora para su hogar. (Thompson, 2005)
- **Mercado del Productor o Industrial:** Está formado por individuos, empresas u organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios. (Thompson, 2005)
- **Mercado del Revendedor:** Está conformado por individuos, empresas u organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios, por ejemplo, los supermercados que revenden una amplia gama de productos. (Thompson, 2005)

Según la competencia establecida

- **Mercado de Competencia Perfecta:** Este tipo de mercado tiene dos características principales:
 - Los bienes y servicios que se ofrecen en venta son todos iguales y
 - Los compradores y vendedores son tan numerosos que ningún comprador ni vendedor puede influir en el precio del mercado, por tanto, se dice que son precio-aceptantes.

Según el tipo de producto

Esta división nos centramos en el mercado de bienes y productos ya que el sector textil ofrece productos terminados.

- **Mercado de Productos o Bienes:** Está formado por empresas, organizaciones o individuos que requieren de productos tangibles (una computadora, un mueble, un auto, etc.). (Thompson, 2005)

Para complementar este concepto debemos tomar en cuenta que en el comercio internacional se juegan varios estadios, de negociación, algunas veces tendremos una competencia justa, y consumidores ideales, con el tipo de producto que llenan las expectativas de los consumidores internacionales a la vez, en otro escenario ocurrirá lo contrario.

1.5.5 Tendencia

El término también permite nombrar a la fuerza que hace que un objeto se ladee hacia algún otro cuerpo y el pensamiento orientado a cierto rumbo, Tendencia también se utiliza como sinónimo de moda, en el sentido de tratarse de una especie de mecanismo social que regula las selecciones de las personas. Una tendencia es un estilo o una costumbre que deja una huella en un periodo temporal o en un sitio. (DEFINICIÓN DE , 2016)

En la década del '60, por ejemplo, la tendencia marcaba el uso de ropa muy colorida, con grandes estampados y pantalones Oxford (también conocidos como *pata de elefante*). (DEFINICIÓN DE , 2016)

Toda tendencia suele dejar fuera a un grupo de gente. En principio, este fenómeno es absolutamente natural y lógico, ya que resulta imposible que todos los seres humanos del planeta compartan un gusto o necesidad, más aún, en el mismo momento de la historia. Las razones trascienden una cuestión de preferencias, ya que en muchos casos es necesario contar con un cierto poder adquisitivo para subirse al tren de la moda. (DEFINICIÓN DE , 2016)

Las tendencias en moda aparecen de una a dos veces al año al menos, esto debido a las diferentes estaciones que existen en cada país, estos cambios de tendencia ayudan a los productores textiles innovar y crear nuevas prendas o accesorios.

1.5.6 Consumo

Keynes fue el primer economista en afirmar que el consumo depende fundamentalmente del ingreso y que si bien existen otros determinantes, éstos no poseen relevancia suficiente, por lo tanto, trabajó la función consumo como únicamente dependiente del ingreso real disponible. Por otra parte, afirmó que “los hombres están dispuestos, por regla general y en promedio, a aumentar su consumo a medida que su ingreso crece, aunque no tanto como el crecimiento de su ingreso”. (Morettini, 2002)

En términos económicos se entiende por consumo la etapa final del proceso económico, especialmente del productivo.

El consumo, por tanto, Significa satisfacer las necesidades presentes o futuras, se le considera el último proceso económico y Constituye una actividad de tipo circular. (Emilio Jose Andrés, 2007)

1.5.7 Consumismo

La palabra consumismo se utiliza para explicar la vida ejemplificada por la idea: *“cuanto más consumo, más feliz soy”*, y, en concreto, el consumo excesivo de bienes y servicios. (Emilio Jose Andrés, 2007)

Una manera distinta de interpretar la palabra "consumismo" es considerarla: como una crítica a la organización de la economía de una sociedad, que se puede decir que se "despilfarra" ciertos recursos. (Emilio Jose Andrés, 2007)

El consumismo se ve incentivado principalmente por:

- La publicidad, que en algunas ocasiones consigue convencer al público de que un gasto es necesario cuando antes se consideraba un lujo.
- La predisposición de usar y tirar de muchos productos.
- La baja calidad de algunos productos que conllevan un período de vida relativamente bajo los cuales son atractivos por su bajo costo pero a largo plazo salen más caros, y son más dañinos para el medio ambiente.

Ejemplos de artículos que nos hacen caer en el consumismo:

- **Ropa, accesorios para vestir, juguetes, utensilios y herramientas de baja calidad.**
- Dispositivos y aparatos electrónicos que no son realmente necesarios.
- Comida basura.
- Alimentos precocinados y bebidas.
- Platos, cubiertos y vasos desechables.
- Objetos de entretenimiento personal.

- Créditos que nos atraen en el momento porque pagamos menos, pero que sumando intereses, finalmente pagamos mucho más a cambio de la oportunidad, hasta varias veces su precio inicial. (Emilio Jose Andrés, 2007)

El poder adquisitivo de las personas maniobra en la mente del consumidor el poder de compra, pero a la vez mientras los ingresos aumentan, los gastos aumentan más. Por esta razón los productores Textileros deben mantenerse acorde a las tendencias existentes tanto nacionales como internacionales, ya que como hemos revisado los consumidores están dispuestos a pagar por un objeto que se encuentre en el círculo moderno una cantidad adecuada o superada.

Por otra parte la competencia es un punto impredecible en este sector ya que a medida que aumenta la cantidad de ofertantes y productos en el mercado menor es la probabilidad de venta de los productos. En este punto el consumidor tiene el poder.

En caso opuesto mientras menos ofertantes existan, mayor es la probabilidad de venta los ofertantes tiene el poder de venta.

1.5.8 Comercio Internacional

Fue Ricardo en su obra Principios de economía política y tributación de 1817 quien sentó las bases teóricas que explican las ventajas que las naciones pueden lograr por medio del comercio internacional, pero es justo decir que fue John Stuart Mill quien explicó cómo se distribuyen estas ventajas entre los países. Además formuló la ecuación de demanda internacional y la teoría de la demanda recíproca, que superaba y corregía en ciertos aspectos la teoría de Ricardo y que quedó sintetizada en el capítulo XVIII de sus Principios de economía política de 1848. (Astros, 2016)

La comercialización internacional del sector textil ecuatoriano no tiene gran rito ya que no es un sector potencial actualmente, pero es de gran importancia mantener relaciones comerciales con otras naciones ya que esto incrementa el desarrollo nacional y las posibilidades de internacionalización de otros productos, empresas o marcas ecuatorianas. Mantener relaciones con países consumidores es vital para poder posicionar el sector textil ecuatoriano en otros países.

1.5.9 Inversión

Las inversiones son necesarias para el crecimiento y fortalecimiento de cualquier economía, por ende, tanto los sistemas económicos como los tributarios deben promover la ejecución de las mismas en su jurisdicción, mediante estrategias que se vislumbren como atractivas para los sujetos poseedores del capital. En este sentido, la inversión, según McGrath y MacMillan (1999), deberá considerar cuántos ingresos son necesarios para alcanzar los beneficios esperados, aunado a que egresos pueden disminuirse. (Camba, 2010)

La inversión en capital humano o intelectual es aquella realizada según Gitman (2003) antes, durante y después de la producción. Ésta se refleja en las investigaciones que realizan las grandes empresas en sus laboratorios, sobre todo las químicas y electrónicas. Igualmente se observa en la formación y perfeccionamiento que se le suministra al empleado para maximizar su eficiencia. (Camba, 2010)

1.5.10 Inversión extranjera directa

Inversión directa es la categoría de inversión internacional que refleja el objetivo, por parte de una entidad residente de una economía, de obtener una participación duradera en una empresa residente de otra economía (denominándose inversionista directo a la primera y empresa de inversión a la segunda). (Internacional, 2016)

El Acuerdo sobre las Medidas en Materia de Inversiones Relacionadas con el Comercio (MIC) reconoce que hay inversiones que pueden restringir o distorsionar el comercio. Establece que los Miembros de la OMC no pueden aplicar medidas que discriminen los productos de otros países o introduzcan restricciones cuantitativas, dos efectos que constituyen una violación de los principios de la OMC. (Técnica, 2016)

En el Acuerdo se enumeran algunas MIC prohibidas, por ejemplo el requisito de contenido nacional. El Comité de MIC supervisa el funcionamiento y la aplicación del Acuerdo y sirve de foro para consultas de los Miembros sobre cuestiones pertinentes. (Técnica, 2016)

En 1955 las PARTES CONTRATANTES del GATT adoptaron una resolución sobre las inversiones internacionales para el desarrollo económico en la que, entre otras cosas, se instaba a los países a que concluyeran acuerdos bilaterales a fin de proporcionar protección y seguridad para las inversiones extranjeras. (Técnica, 2016)

Se consideran como inversiones extranjeras directas los aportes provenientes del exterior, de propiedad de personas extranjeras, al capital de una empresa; y la adquisición, con ánimo de permanencia, de participaciones, acciones o cuotas en el mercado de valores. (Ruiz, 2001)

Sus formas más generales son: la importación de divisas libremente convertibles para inversiones en moneda nacional como la creación de empresa o como aporte directo de capital a una empresa o adquisición de derechos, acciones u otros valores; importación de maquinaria, equipos u otros bienes físicos o tangibles, aportados al capital de una empresa como importaciones no reembolsables; Importaciones de divisas libremente convertibles para efectuar inversiones en moneda nacional destinadas a la compra de inmuebles para residencia propia o vivienda de funcionarios u oficinas de personas jurídicas extranjeras. (Ruiz, 2001)

La inversión tanto por parte del Estado como por parte del exterior, potencializa el crecimiento de la industria textil, aumenta las oportunidades de empleo y fomenta el desarrollo de nuevas oportunidades de crecimiento internacional.

1.5.11 Innovación

Schumpeter (1942), entendió la innovación como una de las causas del desarrollo económico, como un proceso de transformación económica, social y cultural, y la definió como: la introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado, el surgimiento de nuevos métodos de producción y transporte, la consecución de la apertura de un nuevo mercado, la generación de una nueva fuente de oferta de materias primas y el cambio en la organización en su proceso de gestión. (Álvarez, 2016)

Los modelos de innovación

Las dificultades que existen en el desarrollo de un modelo de innovación están dadas porque apenas se pueden preestablecer unas pautas a seguir, ya que existen una serie de inconvenientes como los límites temporales, las características del contexto (lo que en un lugar se considera una innovación, en otro no lo es), la interacción desconocida entre diferentes variables, la influencia de las personas e inclusive sus planteamientos ideológicos y los límites geográficos relativos. A pesar de esto se han definido dos modelos de innovación que han sido los más utilizados y se han denominado el modelo lineal y el modelo “demand pull”. (Álvarez, 2016)

Modelo lineal

A partir de la segunda guerra mundial, se adoptó el “Modelo lineal de innovación” o “Science Push”, con su énfasis en la oferta del conocimiento científico, el cual expone que la ciencia conduce a la tecnología y está a su vez transforma la ciencia básica en aplicaciones comerciales que buscan satisfacer las necesidades del mercado o dicho de otra forma: la investigación básica conduce a la “invención” y luego a la innovación, considerada ésta como una primera comercialización, para pasar más tarde al mercado. De acuerdo con Horacio Viana y María A. Cervilla (2004), “en este modelo se asume que las invenciones – medidas a través de las actividades de patentamiento son un producto intermedio de las actividades de I & D, y que la naturaleza de una innovación permanece igual a lo largo del proceso de difusión”.

Modelo “Demand Pull” o enlaces de cadena

Existe un segundo modelo de innovación propuesto por Schmookler (1966), denominado “Demand Pull”, centrado en la demanda del mercado, la cual se soporta en la línea de pensamiento de ortodoxia-neoclásica, que se basa en explicar que tanto las innovaciones como las invenciones son dadas por el mercado (los clientes). Para explicar su teoría, Schmookler utilizó los datos de patentes e inversiones, para demostrar la relación entre innovación e inversiones y entre inversiones y fuerzas del mercado. En este aspecto, es necesario aclarar que a pesar de que la demanda es muy importante en la generación de innovaciones, el comportamiento de la demanda en

cada empresa es diferente en cuanto a la cantidad realizada en un período determinado y a la inversión, ya que algunas empresas deben basar su innovación en productos, mientras en otras deben basarla en procesos.

1.5.12 Calidad

Según W. Edwards Deming *“Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente”*. (Rosey, 2013)

Crosby tiene el pensamiento que la calidad es gratis, es suplir los requerimientos de un cliente, al lograr cumplir con estos logramos cero defectos. En las empresas donde no se contempla la calidad los desperdicios y esfuerzos de más pueden llegar del 20% al 40% de la producción. Para lograr cero defectos promueve catorce pasos los cuales son:

1. Compromiso de la dirección
2. Equipo para la mejora de la calidad
3. Medición del nivel de calidad
4. Evaluación del costo de la calidad
5. Conciencia de la calidad
6. Sistema de acciones correctivas
7. Establecer comité del Programa Cero Defectos
8. Entrenamiento en supervisión
9. Establecer el día “Cero defectos”
10. Fijar metas
11. Remover causas de errores
12. Dar reconocimiento
13. Formar consejos de calidad
14. Repetir todo de nuevo (Padilla, 2002)

Para Joseph Juran la calidad puede tener varios significados, dos de los cuales son muy importantes para la empresa, ya que estos sirven para planificar la calidad y la estrategia empresarial. Por calidad Juran entiende la ausencia de deficiencias que

pueden presentarse como: retraso en la entrega, fallos durante los servicios, facturas incorrectas, cancelación de contratos de ventas, etc. Calidad es adecuarse al uso. (Padilla, 2002)

1.5.13 Control de calidad

La serie de normas ISO 9000 goza de reconocimiento en toda la comunidad mundial como marca registrada de la verificación de la calidad de los servicios y productos que presta una empresa determinada. Se trata de una norma de gestión de calidad flexible que establece los requisitos que debe cumplir una organización, pero que permite que este cumplimiento se adecúe a los procesos comerciales de la organización. (OCLC, 2016)

Los principios de la norma ISO 9001 según se detalla a continuación:

- Atención centrada en el cliente: el cliente siempre debe ser el centro de atención primario de una empresa
- Liderazgo: establece la unidad de propósito y dirección de la organización.
- Participación de los empleados: los empleados de todos los niveles de la organización son esenciales.
- Enfoque basado en procesos: las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.
- Enfoque de gestión basado en sistemas: los procesos interrelacionados se gestionan como un sistema
- Mejora continua: es un objetivo permanente de la organización
- Abordaje fáctico en el proceso de toma de decisiones: las decisiones se basan en datos y análisis sólidos
- Relaciones de beneficio mutuo con los proveedores: aumenta la capacidad de generar valor de todas las partes (OCLC, 2016)

1.5.14 Barreras Arancelarias y no arancelarias

Las barreras arancelarias son los impuestos (aranceles) que deben pagar en un país los importadores y exportadores en las aduanas por la entrada o salida de las

mercancías. Conocer este tipo de regulaciones que inciden en el producto que se desea comercializar en algún mercado resulta relativamente fácil, toda vez que generalmente se encuentran en una Tarifa Aduanera. En este sentido, la tarifa aduanera es considerada como un instrumento que proporciona transparencia y certidumbre al exportador y al importador. (Gerencie, 2016)

El objetivo principal de las barreras arancelarias, es impedir la importación de ciertas mercancías, ya sea para equilibrar la balanza comercial del país, para proteger la producción nacional o para incrementar el intercambio entre un grupo de países. (Gerencie, 2016)

Las barreras arancelarias, a pesar de la globalización y el Libre comercio, es una práctica muy acentuada en muchos países, incluso en los mismos Estados Unidos, que se auto cataloga como el país más libre en todos los aspectos. (Gerencie, 2016)

Las barreras arancelarias, junto con las Barreras no arancelarias, impiden el desarrollo del libre comercio y en cierta forma favorecen a las grandes multinacionales que ya controlan gran parte del comercio mundial, en la medida que precisamente, este tipo de barreras son interpuestas por las grandes potencias económicas de donde son originarias las multinacionales, protegiéndolas de esta forma de la competencia emergente de los países en desarrollo. (Gerencie, 2016)

Los aranceles son barreras impositivas: el gobierno establece una tasa aduanera provocando una subida en el precio de venta interior del producto importado con lo que su demanda disminuirá. (Mora, 2008)

Barreras no arancelarias. Son leyes, regulaciones, políticas o prácticas de un país que restringen el acceso de productos importados a su mercado. Para ello se establecen, según los casos:

- Prohibiciones, que impiden por completo las importaciones de ciertos bienes;
- Cuotas o contingentes, que fijan límites a la cantidad de bienes que es posible importar;
- Otros controles.

Las prohibiciones y cuotas son llamadas restricciones cuantitativas, las cuales comprenden también las licencias previas, autorizaciones específicas que dan los gobiernos para importar. (Mora, 2008)

Ahora también existen otro tipos de barreras llamados obstáculos técnicos al comercio (OTC) y los temas relacionados con las ayudas financieras para el comercio, y aunque no se hablan de ellas en este tema vale la pena tenerlas presentes. (Mora, 2008)

1.6 Marco conceptual

Asociación.- Es la acción y efecto de asociar o asociarse (unir una persona a otra para que colabore en algún trabajo, juntar una cosa con otra para un mismo fin, establecer una relación entre cosas o personas). Una asociación, por lo tanto, es el conjunto de los asociados para un mismo fin. (Definición, 2015)

Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE).- Es una entidad gremial sin fines de lucro, con personería jurídica propia, que trabaja en defensa de los intereses de los afiliados del sector textil ecuatoriano; tratando y resolviendo los problemas de esta rama industrial en sus relaciones con el gobierno, con los trabajadores y con el público. (AITE, 2016)

Barreras comerciales.- Son mecanismos proteccionistas que utilizan los gobiernos de los distintos países para reducir el flujo de importación tanto de bienes como de servicios estas barreras pueden ser arancelarias o bien no arancelarias. (Diccionario CAN, 2013)

Barreras arancelarias.- Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional. (Diccionario CAN, 2013)

Las barreras legales que más se utilizan son las arancelarias y tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país, dado por medio del establecimiento de derechos a la importación. Cuanto más alto

sea el monto de los aranceles de una mercancía, más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local en otro país, ya que ese arancel incidirá en los precios de los productos importados; elevándolos. (Diccionario CAN, 2013)

Comercio.- El término comercio proviene del concepto latino *commercium* y se refiere a la transacción que se lleva a cabo con el objetivo de comprar o vender un producto. También se denomina comercio al local comercial, negocio, botica o tienda, y al grupo social conformado por los comerciantes. (Diccionario Economía, 2015)

Comercio internacional.- El comercio internacional hace referencia al movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados. Se realiza utilizando divisas y está sujeto a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen. (Comercio y Aduanas, 2014)

Competencia.- Es una situación patrimonial en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios aptos en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de ofertantes y una pluralidad de demandantes. (Enciclopedia Wikipedia, 2013)

Demanda.- El concepto de demanda expresa qué cantidades de un bien está dispuesto a adquirir un consumidor a los diferentes precios del mismo. En términos generales se puede establecer que, a menor precio, la cantidad demandada aumentará. (Enciclopedia Wikipedia, 2013)

Economía de Escala.- En microeconomía, las economías de escala son las ventajas de costes que una empresa obtiene debido al aumento de su tamaño (expansión). Son los factores que hacen caer el coste medio de por unidad según se incrementa la producción. Las economías de escala son un concepto a largo plazo y se refiere a la reducción en el costo unitario como consecuencia de una nueva instalación o los ahorros de costos al fusionarse con otra empresa. (Enciclopedia Financiera, 2014)

Exportación.- La exportación es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales; es el tráfico legítimo de bienes y servicios nacionales de un país pretendido para su uso o consumo en el extranjero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un Estado. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. (Monografias.com, 2015)

Incentivo.- Un incentivo es un estímulo que tiene como objetivo motivar a los trabajadores/as, incrementar la producción y mejorar el rendimiento. (Diccionario en línea , 2013)

Importación.- La importación consiste en el ingreso legal de mercancías de un país origen al país importador, principalmente para el consumo. (Comercio y Aduanas , 2014)

Industria Textil.- es el sector industrial de la economía dedicado a la producción de fibras -fibra natural y sintética-, hilados, telas y productos relacionados con la confección de ropa y vestidos. Aunque desde el punto de vista técnico es un sector diferente, en las estadísticas económicas se suele incluir la industria del calzado como parte de la industria textil. (Definición, 2015)

Industrialización.- La industrialización es una parte o aspecto del proceso de modernización, y consiste en el conjunto de hechos y actividades por los cuales una sociedad de economía primaria (rural, extractiva) pasa a tener una economía secundaria (de transformación) y apunta a desarrollar cada vez más una economía terciaria (de comercialización y de servicios). En ese sentido amplio, la industrialización es prácticamente sinónimo de crecimiento, desarrollo y modernización económica, con grandes repercusiones políticas. En un sentido restringido, se refiere sólo a la fase de la construcción de las actividades de transformación. (Enciclopedia Virtual, 2015)

Internacionalización.- La internacionalización empresarial es el proceso en el que la compañía crea las condiciones para preparar la salida al mercado internacional, es la posibilidad de insertarse en dicho mercado o ampliar la vinculación al mismo. (Diccionario Economía, 2015)

Inversiones.- es el acto mediante el cual se usan ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo. (Diccionario Economía, 2015)

El sector textil en nuestro país ha priorizado sus inversiones en maquinaria para la producción y de esta manera han podido aumentar las ventas y optimizar el tiempo.

Materia prima.- Se conocen como materias primas a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo. La materia prima se utiliza en las empresas industriales que son las encargadas en la fabricación de productos. Las empresas comerciales son las encargadas de comercializar los productos que las empresas industriales fabrican. La materia prima debe ser perfectamente identificable y medible, para poder determinar tanto el costo final de producto como su composición. (Diccionario Economía, 2015)

Mercado.- Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio. (Diccionario Economía, 2015)

Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro. (Diccionario Economía, 2015)

Mercado nacional.- Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambio de bienes y servicios. (Enciclopedia Virtual, 2015)

Mercado internacional.- Se le conoce como mercado internacional al conjunto de actividades comerciales realizadas entre compañías de diferentes países y atravesando las fronteras de los mismos. Se trata de una rama del comercio el cual ha

venido a cobrar mayor importancia hoy en día debido al fenómeno de la globalización. (Comercio y Aduanas, 2014)

Oferta.- Es una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado. (Diccionario Economía, 2015)

Oferta exportable.- la oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa. (Enciclopedia Virtual, 2015)

Prendas de vestir.- Según lo define el INEN la prenda de vestir es el artículo confeccionado, que tiene como finalidad cubrir parte del cuerpo. (Vásconez, INEN, 2016)

Producción.- Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios. En tanto la producción es un proceso complejo, requiere de distintos factores que pueden dividirse en tres grandes grupos, a saber: la tierra, el capital y el trabajo. (FINANCIERA, 2016)

Política comercial.- Es así como la política comercial se ha definido como el manejo del conjunto de instrumentos del estado para mantener, alterar o modificar las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo. (Comercio y Aduanas, 2014)

La política comercial está orientada hacia el comercio exterior y la búsqueda de mercados en los ámbitos bilateral, multilateral y regional, sobre la base de acuerdos o tratados de libre comercio. (Comercio y Aduanas, 2014)

Por otro lado, se realizan esfuerzos ya sean individuales o en conjunto con otros países en programas de desgravación arancelaria, negociaciones regionales y multilaterales. La Organización Mundial de Comercio (OMC) es el ente que regula y orienta las negociaciones comerciales. (Comercio y Aduanas, 2014)

La política comercial tiene como objetivos principales:

- Reducir los costos domésticos de producción.
- Aportar al desarrollo.
- Modernizar el aparato productivo.
- Convertir al país en un lugar atractivo para producir.
- Diversificar la oferta.
- Ampliar los mercados de destino de los productos de exportación. (Comercio y Aduanas, 2014)

Producto Interno Bruto (PIB).- es una magnitud macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país (o una región) durante un período determinado de tiempo (normalmente un año). (Diccionario Economía, 2015)

El PIB es usado como objeto de estudio de la macroeconomía. Su cálculo se encuadra dentro de la contabilidad nacional. Para su estimación, se emplean varios métodos complementarios. Tras el pertinente ajuste de los resultados obtenidos en los mismos, al menos parcialmente resulta incluida en su cálculo la economía sumergida. (Diccionario Economía, 2015)

Salvaguardias.- Las salvaguardias son medidas de emergencia desleal para proteger la industria nacional que se ve amenazada ante el creciente aumento absoluto o relativo de las importaciones. Estas medidas consisten en la restricción temporal de las importaciones que amenazan con dañar o causar daño grave al sector nacional los cuales no están preparados para competir con los productos importados. Es decir son medidas que impone un país cuando no maneja circulante. Las medidas de salvaguardias a diferencia de las medidas antidumping y las medidas compensatorias no requieren una determinación de práctica desleal. (Definición, 2015)

Ropa de hogar o lencería de hogar.- según registro oficial del INEN es el artículo textil confeccionado que cumple funciones de protección, decoración y limpieza en el hogar tales como cortinas, toallas, sabanas, mantas, cobijas, manteles u otros. (Vásconez, INEN, 2016)

Tecnología.- La tecnología es el conjunto de saberes, conocimientos, experiencias, habilidades y técnicas a través de las cuales nosotros los seres humanos cambiamos, transformamos y utilizamos nuestro entorno con el objetivo de crear herramientas, máquinas, productos y servicios que satisfagan nuestras necesidades y deseos. Etimológicamente la palabra tecnología proviene del griego tekne (técnica) y logos (conocimiento). (Que es, 2015)

1.7 Marco Metodológico

1.7.1 Tipo de diseño, estudio y enfoque de la investigación

La investigación es un proceso riguroso, cuidadoso y sistematizado en el que se busca resolver problemas, es organizado y garantiza la producción de conocimiento o de alternativas de soluciones viables. Investigar requiere conocer, analizar y definir los enfoques, los modelos y los diseños de investigación que podemos utilizar.

El diseño de una investigación constituye el plan general de investigar para obtener respuestas a sus interrogantes o comprobar la hipótesis de investigación.

El diseño de la investigación desglosa las estrategias básicas que el investigador adopta para generar información exacta e interpretable, estipula fundamental y específicamente la naturaleza global de la intervención. El investigador cuando se plantea realizar un estudio suele tratar de desarrollar algún tipo de comparación.

Los estudios de investigación se clasifican en:

- Diseños Experimentales
- Diseños No Experimentales

Para esta investigación usaremos el diseño no experimental ya que en este diseño el investigador observa los fenómenos tal y como ocurren naturalmente, sin intervenir en su desarrollo. Dentro de este diseño tenemos el diseño longitudinal que permite realizar el tratamiento de un problema de investigación que involucran

tendencias, cambios o desarrollos a través del tiempo, evolución de las variables o las relaciones entre ellas. (Hernández, 2015)

Existen dos tipos de enfoque cualitativo y cuantitativo ambos enfoques buscan resolver problemas o producir conocimiento, ambos enfoque utilizan cinco fases que son:

- Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- Establecen ideas o suposiciones como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
- Demuestran que las ideas o suposiciones tienen fundamento.
- Revisan las suposiciones o ideas sobre la base de pruebas o análisis.
- Proponen nuevas observaciones y evaluaciones; para el caso de esta investigación utilizaremos el enfoque cuantitativo.

El enfoque cuantitativo usa una recolección de datos para probar una hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar.

Una característica de este enfoque es que el objeto de estudio es el elemento singular empírico, sostiene que existe relación de independencia entre el sujeto y el objeto, ya que e investigador tiene una perspectiva desde afuera. (SUV, 2016)

1.7.2 Método de investigación

El método es el conjunto de procedimientos lógicos a través de los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba las hipótesis y los instrumentos de trabajo investigados. El método es un elemento necesario en la ciencia; ya que sin él no sería fácil demostrar si un argumento es válido. (Chagoya, 2008)

En una investigación descriptiva la preocupación primordial radica en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada. (Chagoya, 2008)

En una investigación descriptiva se puede dar seguimiento a algunos individuos objetos de estudio a lo largo del tiempo, los estudios descriptivos donde el investigador no interacciona con el objeto de estudio incluye estudios de observación de personas en un ambiente o estudios que implican la recolección de información utilizando registros ya existentes.

1.7.3 Fuentes y técnicas de recolección de información

Para esta investigación las fuentes de investigación son secundarias ya que se utilizarán los datos que ya han sido recogidos previamente por otras personas.

Las fuentes secundarias son aquellas que el investigador recoge a partir de investigaciones ya hechas por otros investigadores con propósitos diferentes. La información secundaria existe antes de que el investigador plantee su hipótesis por lo general, nunca se entra en contacto directo con el objeto de estudio, la información obtenida desde documentos; libros, expedientes, estadísticas, datos, censos, bases de datos entre otros. (Manjarrez, 2010)

Técnica es el conjunto de reglas y procedimientos que permiten al investigador establecer la relación con el objeto o sujeto de la investigación.

Una técnica que se utilizará en la investigación es la observación; que es el registro visual de lo que ocurre en una situación real, clasificando y consignando los datos de acuerdo con algún esquema previsto y de acuerdo al problema que se estudia, este tipo de técnica permite obtener datos cuantitativos y cualitativos, se puede observar conductas, actividades características o factores ambientales, la observación e puede aplicar a cualquier tipo de investigación y en cualquier área del saber. (Manjarrez, 2010)

Instrumento es el mecanismo que usa el investigador para recolectar y registrar la información; formularios, pruebas, test, escalas de opinión, listas de chequeo entre otras. (Manjarrez, 2010)

Define Sabino (1992:108) que el acopio de información es un instrumento de recolección de datos es, en principio, cualquier recurso de que se vale el

investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. (Medina, 2016)

1.7.4 Análisis y Tratamiento de la Información

“El análisis de la información, es un proceso cíclico de selección, categorización, comparación, validación e interpretación inserto en todas las fases de la investigación que nos permite mejorar la comprensión de un fenómeno de singular interés.” (Sandín, Documento complementario. 2003:6) (Sim~ao, 2010)

El tratamiento de la información son las operaciones que las personas ejecutan con la información, estas operaciones pueden ser muy variadas por ejemplo:

- Lecturas, escritura, copia, traducción, transmisión
- Ordenación, clasificación, comparación, archivo
- Cálculo, análisis, síntesis.

El tratamiento automático se realiza a través de dispositivos que generan procesos automáticos siguiendo las instrucciones de un programa. (GALEON, 2016)

1.8 Marco legal

El marco legal aplicable al tema tratado en este trabajo de grado para la obtención de título de tercer nivel de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Internacional, se refiere a la legislación y reglamentación nacional del sector textil ecuatoriano.

1.8.1 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Creado en Quito el 29 de diciembre de 2010 Registro Oficial 359 es un conjunto de decisiones legales que sirven a la realización de actividades productivas. El resultado de la aplicación de este código provocara beneficios a mediano y largo plazo a la mayoría de inversionistas ecuatorianos. Este aplica incentivos concretos para mejorar la producción nacional.

A quienes se aplica

Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcara en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas.

Así también impulsara toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la Republica. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno, transparente y eficiente. (COPCI, 2010)

1.8.2 Objeto del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)

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

1.8.2.1 Incentivos del COPCI

Los incentivos de orden tributario que reconoce esta normativa se incorporan como reformas a las normas tributarias pertinentes, como consta en las disposiciones reformativas al final de este código.

Sectores a los que se aplican los incentivos del código de producción:

- Alimentos frescos, congelados e industrializados
- Cadena agroforestal y productos elaborados
- Metalmecánica
- Petroquímica
- Farmacéutica
- Turismo
- Bioenergía
- Servicios logísticos de comercio exterior
- Biotecnología y software aplicado
- Agroquímicos, pesticidas y fungicidas
- Jabones, detergentes y cosméticos
- Otros productos químicos
- Cerámicas, azulejos y pisos
- Fabricación de equipos electrónicos en general
- **Confección y textil**
- **Calzado y cuero**
- Electrodomésticos (Universidad de Cuenca, 2015)

1.8.3 Sector textil

En la actualidad el Ecuador experimenta un alza de precios en maquinaria e insumos de telas e hilo que son la materia prima del sector textil. Afectando de un 2% al 3% el sector textil. Estos son los efectos que constituye la subida de aranceles en un 45% en maquinaria como son las máquinas de estampado, en marzo del 2015 ya se importaron maquinarias que costaba alrededor de 10 mil dólares en 14 mil dólares encareciendo así el producto total y por ende disminuyendo las utilidades.

El sector textil se maneja bajo las normas de las leyes estipuladas sobre la producción textil, las cuales principalmente tratan dos puntos más importantes:

- La calidad
- Los tributos arancelarios.

1.8.4 Calidad en las exportaciones

1.8.4.1 Objetivo de la calidad

Para obtener una alta calidad en la producción, intervienen una gama de esfuerzos con lo cual, se economice recursos de producción y que el producto a su vez satisfaga las necesidades del consumidor.

Por lo que el objetivo innato del control de calidad es que el producto terminado tenga altos estándares de calidad con la utilización más económica compatible a dicha calidad.

En fin el control debe cubrir el diseño, proceso de producto y la materia prima empleada. (BLOGSPOT, 2014)

1.8.4.2 Control de Calidad de Confección

En cuanto a confecciones se trata, existen varias modalidades con el fin de diferenciar la calidad de las prendas que se diferencian eventualmente por sus acabados.

Entre las modalidades existentes tenemos:

Inspección de la prenda la posee el 100% de las fábricas pues los acabados como planchados y quitamanchas, también llamado inspección de control de fabricación.

Este tipo de control, da la seguridad de que la calidad del producto se mantenga a lo largo del proceso.

Algunos factores que regulariza este control son:

- Hilos sin pulir
- Control de las medidas
- Marquilla en la posición correcta
- Control de la prenda al derecho y al revés
- Entre otros

Inspección en la sección de planta, es un control que regulariza la limpieza de la prenda así como también los elementos de la prenda están completos. (BLOGSPOT, 2014).

1.8.4.3 Control de Calidad en la Costura

Este control requiere más recursos que el de los demás, como mano de obra y materiales implementados. Principalmente su enfoque no es el de controlar más bien el de hacer bien las actividades en la confección.

En este control influyen muchos factores como son la iluminación, la temperatura, ventilación, aseo de la planta.

Además este control se encarga de los ajustes de la operación de cosidos, tipo de aguja, tensión del hilo y las técnicas con las que trabajan las operarias. (BLOGSPOT, 2014).

1.8.5 De las medidas arancelarias y no arancelarias para regular el comercio exterior

Según el Código de Producción las tarifas arancelarias se podrán expresar e mecanismos tales como: términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía (ad-valorem), en términos monetarios por unidad de medida (específicos), o como una combinación de ambos (mixto)

Se reconocerán también otras modalidades que se acuerden en los tratados comerciales internacionales, debidamente ratificados por Ecuador (Art 76 COPCI)

1.8.5.1 Barreras arancelarias

Los aranceles de los productos textiles dependen únicamente del país de origen. Los productos textiles deben cumplir las reglas de origen para que se pueda establecer el lugar de elaboración y que se puedan aplicar las preferencias arancelarias SGP.

Para que los países europeos importen productos de países en vías de desarrollo como el Ecuador deben cumplir las reglas de origen.

SPG tienen el objetivo de que las leyes arancelarias favorezcan al crecimiento de los países beneficiarios.

Los países que importan productos textiles lo hacen bajo normas y regulaciones.

1.8.5.2 Obstáculos técnicos al comercio

Es una norma, una regulación técnica, o un procedimiento para evaluar la conformidad, se convierten en un obstáculo técnico al comercio si se emplean en forma que dificulten el comercio internacional, en lugar de alcanzar objetivos legítimos.

El Acuerdo de Obstáculos Técnicos al Comercio - AOTC de la OMC, en su Artículo 2 establece las disposiciones sobre la elaboración, adopción y aplicación de Reglamentos Técnicos por instituciones del gobierno central y su notificación a los demás Miembros.

Los reglamentos técnicos y las normas establecen las características específicas de un producto, por ejemplo el tamaño, la forma, el diseño, las funciones o el rendimiento, o bien la manera en que se etiqueta o embala antes de ponerlo en venta. En algunos casos, la manera en que se elabora un producto puede influir en esas características, en cuyo caso puede ser más oportuno elaborar reglamentos técnicos y normas relativas a los procesos y métodos de producción en lugar de a las propias características. (Organización Mundial del Comercio, s.f.)

El Acuerdo OTC de la OMC trata de garantizar que los reglamentos técnicos y las normas, así como los procedimientos de prueba y certificación, no creen obstáculos innecesarios al comercio, pero al mismo tiempo otorga a los miembros el derecho de aplicar medidas para lograr objetivos legítimos de política, como la protección de la salud y seguridad humanas o la preservación del medio ambiente. (Organización Mundial del Comercio, s.f.)

La diferencia entre una norma y un reglamento técnico reside en la observancia; mientras que la conformidad con las normas es voluntaria, los reglamentos técnicos son de carácter obligatorio; además, tienen diferentes consecuencias para el comercio internacional. Si un producto importado no cumple con las prescripciones establecidas en un reglamento técnico no se autorizará que se ponga a la venta. En el caso de las normas, los productos importados que no estén en conformidad con ellas podrán ponerse en el mercado pero se verán penalizados, si los consumidores prefieren productos que se ajusten a las normas del país, por ejemplo en cuanto a calidad o color en el caso de los textiles y las prendas de vestir. (Organización Mundial del Comercio, s.f.)

1.8.6 NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 1875:2012 Textiles. Etiquetado de prendas de vestir y ropa de hogar. Requisitos

1. Objeto

Esta norma establece los requisitos para etiquetar prendas de vestir y ropa de hogar

2. Alcance

Esta norma también es aplicable para el etiquetado de complementos de vestir

3. Disposiciones generales

- La información contenida en las etiquetas debe ser legible e indeleble.
- Toda prenda de vestir y ropa de hogar debe llevar etiquetas permanentes para su identificación.
- Las etiquetas no permanentes son opcionales.
- Para la fabricación de las etiquetas permanentes, se debe utilizar cualquier material que no produzca incomodidad al consumidor, sin que afecte su

calidad con los procesos posteriores de lavado y planchado casero o de lavandería.

- Las dimensiones de las etiquetas permanentes deben ser tales que les permitan contener la información mínima requerida.

4. Requisitos

Etiquetas permanentes

- La información debe expresarse en idioma español, sin perjuicio de que además se presente la información en otros idiomas.
- Previo a la importación o comercialización de productos nacionales deben estar colocadas las etiquetas permanentes en un sitio visible o de fácil acceso para el consumidor.
- La etiqueta permanente debe contener la siguiente información mínima:
- Talla para prendas y complementos de vestir. Debe expresarse en forma alfabética y/o numérica, admitiéndose las expresiones o abreviaturas de designación de uso cotidiano, no se aceptaran las expresiones talla única o estándar. Sin embargo se aceptaran las tallas cuando se especifique el rango de aplicación, por ejemplo, pequeño-mediano, 10-12.
- Dimensiones para ropa de hogar. Deben expresarse de acuerdo al sistema internacional de unidades SI, sin perjuicio de que además se presente la información en otros sistemas de unidades de medida.

1.8.7 REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 013 (1R) “ETIQUETADO DE PRENDAS DE VESTIR, ROPA DE HOGAR Y COMPLEMENTOS DE VESTIR”

1. Objeto

Este reglamento técnico establece los requisitos para el etiquetado de las prendas de vestir, ropa de hogar y complementos de vestir, sean de fabricación nacional o importados, que se comercialicen en el país, con la finalidad de prevenir las practicas que puedan inducir a error o engaño a los consumidores.

Requisitos de etiquetado

- Etiquetas permanentes
- La información debe expresarse en idioma español, sin perjuicio de que además se presente la información en otros idiomas.
- Previo a la importación o comercialización de productos nacionales, deben estar colocadas las etiquetas permanentes en un sitio visible o de fácil acceso para el consumidor.
- La etiqueta permanente debe contener la siguiente información mínima, la cual debe estar acorde con lo establecido en la NTE INEN 1875:
 - Talla para prendas y complementos de vestir.
 - Dimensiones para ropa de hogar.
 - Porcentaje de fibras textiles y/o de cuero utilizados.
 - Razón social e identificación fiscal (RUC) del fabricante o importador.
 - País de origen.
 - Instrucciones de cuidado y conservación.

2. Etiquetación

Las etiquetas deben ser claras y legibles donde deben constar:

- Composición del textil
- Nombre del fabricante
- Contenido de fibra
- Composición de los materiales

Si los productos están hechos de un solo material deben constar en su etiqueta: “100%” “todo” o la palabra “puro”.

Y si tienen composición de varios tipos el material predominante debe tener un porcentaje del 85%.

3. Etiqueta sobre el tratamiento

ECO- Label, para productos textiles realizados bajo normas favorables al medio ambiente o ecológicas. Su logo es de una flor, este logo lo utiliza en las

importaciones de la Unión Europea. Siendo productos con el menor impacto ambiental en su fabricación.

4. Seguridad en prendas de vestir

Las prendas de vestir que tienen contacto con la piel tienen ciertas restricciones en la Unión Europea por el uso de productos que pueden afectar a la salud, ya sea por productos químicos que produzcan alergias, o daños con el tiempo a la piel.

De igual forma existen una normativa en la importación de ropa de niños menores de 14 años en países como EEUU y la Unión Europea, pero existen países que sus importaciones no requieren medidas arancelarias como Japón, donde solo existen pequeñas excepciones en piel o cuero donde requiere etiquetado de calidad.

La situación en EEUU es muy parecida a la Unión Europea pero al mismo tiempo no es tan rígida, este caso requiere estampados, etiquetados y especificaciones en el material:

- Nombre de fabricación
- País de origen
- Porcentaje de peso en fibras
- Y nombre genérico del textil.

En marzo del 2015 se puso en vigencia el pago de las salvaguardias que son tributos arancelarios adicionales que ya pagaban los bienes que se importaban al país. Estos pagos arancelarios van desde el 5% al 45% del valor del producto.

Los hilos y las telas pagan el 5% adicional al arancel que ya existía, siendo una de las causas por lo que los productores ya no inviertan en sus empresas o fábricas.

La implementación de las salvaguardias encarece el costo del producto en comparación a otros países como Perú que posee solamente el 6% de aranceles para productos textiles, lo que en el Ecuador se triplicaría en porcentajes para estos insumos.

Para el dueño de la gran cadena Pinto Text, afirmó que aun teniendo la aplicación de las salvaguardias, la inversión no culminaría. Pinto lanzó una línea de telas que no obstante aumentan las importaciones y la compra de materia prima en 40% aportando así que sus exportaciones suban en un 50%.

El sector textil a pesar de la implementación de las salvaguardias se ve beneficiado siendo parte del 68% de importaciones que no aplica las salvaguardias, al igual que los artículos de cosméticos y medicinas.

Tras esta medida las empresas de producción textil ecuatoriana, las empresas de producción textil se librarán de esta tributación siempre y cuando justifiquen dentro de su producción que las maquinarias e insumos que desea importar, no se producen en el país o que la producción ecuatoriana no abastece sus necesidades de insumos.

1.8.8 REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 127 (1R) “ALFOMBRAS Y DEMÁS REVESTIMIENTOS PARA EL SUELO, DE MATERIAL TEXTIL”

1. Objeto

Este Reglamento Técnico establece los requisitos que deben cumplir las alfombras y demás revestimientos para el suelo, de material textil, con la finalidad de proteger la vida y salud de las personas y animales, el medio ambiente, así como evitar la realización de prácticas que puedan inducir a errores a los usuarios.

2. CAMPO DE APLICACIÓN

2.1 Este reglamento técnico se aplica a los siguientes productos, que se comercialicen en el Ecuador, sean éstos, importados o de fabricación nacional:

2.1.1 Alfombras de pelo y terciopelos fabricadas a máquina, de material textil.

2.1.2 Alfombras y alfombrillas de pasillo fabricadas a máquina, de material textil, sin pelo.

2.1.3 Alfombras, alfombrillas, losetas de moqueta y moquetas.

2.1.4 Alfombras tejidas a mano producidas a partir de lana pura.

2.1.5 Revestimientos para el suelo de fibras de coco (esteras de coco).

Este reglamento técnico no se aplica a los productos textiles planos y bastos de protección que se colocan bajo las alfombras y bajo los revestimientos para el suelo.

REQUISITOS DE ETIQUETADO

Etiquetas

- La información presentada en las etiquetas no debe ser falsa, equívoca o engañosa, o susceptible de crear una expectativa errónea respecto a la naturaleza del producto.
- La información debe indicarse en las etiquetas con caracteres claros, visibles, indelebles y fáciles de leer para el consumidor.
- Las etiquetas permanentes se debe utilizar cualquier material que no se afecte en su calidad con los procesos posteriores de lavado casero o de lavandería.
- Las dimensiones de las etiquetas deben permitir contener la información mínima requerida en este Reglamento Técnico.
- A excepción de lo que se establece en los numerales 5.4 y 5.5 de este Reglamento Técnico, las alfombras y los revestimientos para el suelo deben tener, en una o varias etiquetas permanentes.
- La información debe expresarse en idioma español, sin perjuicio de que además se presente la información en otros idiomas.

Información en la etiqueta:

La etiqueta permanente, debe contener la siguiente información mínima:

- a) Tipo y porcentaje de la(s) fibra(s) textil(es) utilizada(s) en la superficie de uso.
- b) Dimensiones, a excepción de las alfombras y revestimientos para el suelo en rollo.
- c) Espesor total, en mm.
- d) Masa total por unidad de área, en g/m²

e) Recomendaciones sobre las zonas típicas de uso, para las cuales el producto es considerado como adecuado.

f) Tipo de técnica de fabricación (máquina o mano).

g) Razón social o nombre del fabricante.

h) País de origen.

i) Identificación del lote.

j) Instrucciones de limpieza y mantenimiento.

k) Instrucciones de instalación, cuando aplique.

l) Número de losetas de moqueta por caja, cuando aplique.

Si se indica una marca o razón social que implicase, ya sea a título principal, o de adjetivo o de raíz, la utilización de una denominación de fibra textil o que se pueda prestar a confusión con ella, la marca o la razón social deben ir inmediatamente acompañadas, en caracteres fácilmente legibles y muy visibles, de las denominaciones, calificativos y contenidos en fibras textiles.

Para el caso de losetas de moqueta, la información requerida en el numeral 5.2 de este Reglamento Técnico, puede estar impresa únicamente en el empaque que las contiene. Este etiquetado se aceptará siempre y cuando las losetas del paquete sean del mismo tipo y tengan la misma composición de fibras y dimensiones, y que la forma de comercialización final (que llega al consumidor final) sea en paquete, caso contrario cada loseta tendrá una etiqueta permanente.

Para los productos que se venden por metros, el etiquetado establecido en el numeral 5.2 de este reglamento técnico, podrá figurar únicamente en el embalaje o empaque del rollo presentado para la venta, en una etiqueta permanente o no permanente. En este caso el responsable de la comercialización es responsable de que la información requerida por este Reglamento Técnico, se dé a conocer a cada uno de los compradores dentro de la cadena de suministros, incluido el consumidor final. (Vásconez, INEN.127, 2015)

CAPÍTULO 2

DIAGNÓSTICO

2.1 Antecedentes

2.1.1 Introducción

A principios del siglo XVIII, la fabricación de tejidos, era la rama de la industria que absorbía mayor cantidad de mano de obra; la preparación de hilo, mediante el huso y la rueca, y el tejido realizado con telares manuales, exigían muchas horas de trabajo; para elaborar una pieza de tela.

A partir del siglo XVI, Inglaterra se convirtió en un importante productor de tejidos de lana que, en parte eran exportados; pero desde principio del siglo XVIII, los comerciantes ingleses se dedicaron a importar de la india tejidos de algodón estampados, que se vendían muy bien en varios países europeos. Pronto empezaron a darle vueltas a la posibilidad de fabricar en la Gran Bretaña tejidos de algodón comparables a los hindúes; la materia prima, el algodón en rama, se podía importar de América, pero el verdadero problema era el de la fabricación del hilo; no se disponía de una técnica para producir un hilo tan fino como el de los productos hindúes. Pasaron muchos años antes de que se inventara una máquina que facilite el trabajo de hilar o de separar las semillas del algodón, pero ya en 1800 existían fábricas en Gran Bretaña donde trabajaban unas 100.000 personas en los hilados, y 250.000 en los tejidos; a principios del siglo XIX el 40% de las exportaciones inglesas eran tejidos.

Desde el año 1830, el ferrocarril facilitó el transporte de materia prima es decir del algodón que llegaba de la India, de Egipto, de Estados Unidos etc. Hasta los centros industriales; y de la misma manera se facilitaba la explotación del producto; otros territorios europeos, como Francia, Bélgica, Holanda, algunas zonas de Alemania, el Norte de Italia, Cataluña, se fueron convirtiendo en centros importantes

de industria textil, siguiendo el modelo inglés: mecanización de la producción, supremacía de la industria algodonera sobre la lanera, disminución del precio de los tejidos etc. Para la actualidad el avance de la tecnología ha permitido incorporar tejidos sintéticos, facilitando la transportación de material, creando nuevas máquinas con manejo de ordenadores para la eficacia, optimizando materias primas y tiempo de fabricación, así como el avance para la especialización de personas en el diseño de modas y textil.

Realmente la industria textil se desarrolla desde la prehistoria desde antes de Cristo, pero sin en conocimiento de que se convertiría en un industria, nace por la necesidad del ser humano de cubrir su cuerpo y realizar comercio con las pieles. Toda la línea de tiempo de la industria textil lo podremos apreciar mejor en el ANEXO 1.

2.1.2 Historia del sector textil en el Ecuador

Lo inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban os tejidos. Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra; hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la seda y la lana.

Por regla general, las empresas textiles ecuatorianas concentraron la mayor parte de sus ventas en el mercado local, aunque siempre ha existido vocación exportadora, a partir de la década de los 90, las exportaciones textiles fueron incrementándose, salvo por algunas caídas en los años 1998 y 1999.

En el año 2000, momento en el que Ecuador adoptó la dolarización, se produce un incremento de las exportaciones del 8,14% con relación a las del 1999, lo que marca una tendencia que empezó a der normal durante este nuevo milenio; únicamente en el 2002 se produce una disminución de las exportaciones textiles,

rápidamente recuperada en los siguientes dos años, exportando cerca de 90 millones de dólares;

Consientes que el desarrollo del sector está directamente relacionado con las exportaciones, los industriales textiles han invertido en la adquisición de nueva maquinaria que les permita ser más competitivos frente a una economía globalizada. Así mismo, las empresas invierten en programas de capacitación para el personal de las plantas, con el afán de incrementar los niveles de eficiencia y productividad, la intención es mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional.

2.2 Productividad

2.2.1 Producción Nacional

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón. Siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. (AITE, 2016)

Las empresas dedicadas a la actividad textil en el país se encuentran ubicadas en diferentes provincias, siendo Pichincha; Guayas, Azuay, Tungurahua, Imbabura las de mayor producción, seguidas de Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí, con menor actividad pero igual de importante.

La provincia de Imbabura cuenta la mayor actividad textilera de la Sierra, comprendiendo las zonas de Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro, San Antonio y Urcuquí, que se dedican a la elaboración de tapices, fajas en telar de cintura y pedal, así como también a la confección de manteles, vestidos, blusas,, sombreros de paño y demás textiles y tejidos autóctonos. Aquí se encuentra el 45.99% de los talleres Textileros.

Chimborazo posee el 15,02% de la actividad textil artesanal, la mayor concentración se encuentra en los cantones de Alausí, Chunchi, Colta, Guamote,

Guano, Penipe y Riobamba y es en donde se elabora ponchos, teñidos con la técnica artesanal “ikat”, las famosas alfombras de guano, fajas, cintas para envolver el cabello, entre otros.

En Azuay se concentra el 11.65% de estos talleres y es el lugar donde e destacan los tejidos de ponchos, macanas, cobijas, pantalones, blusas y chompas bordadas, polleras realizadas en telar de cintura con la técnica ikat.

A Carchi le corresponde el 10.83% de los talleres y su principal actividad es el tejido de cobijas, sacos de lana, gorras y guantes, las zonas principales son los cantones de Mira, Espejo y Montufar.

La provincia de Tungurahua cuenta con más de 397 talleres textiles y tejidos autóctonos, representando el 5.15% de la producción nacional localizados principalmente en Ambato, Mocha, Pelileo, Quero. Se dedican a la elaboración de tapices hechos en telares de pedal, shigras de lana de borrego, ponchos y sombreros de paño.

Existen otras provincias donde la producción textil artesanal es de alta calidad, el porcentaje de talleres oscila entre el 1.36% al 0.14%, como la provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Salinas, de dicada a la producción de sacos de lana, shigras, ponchos y bayetas.

Existen tres categorías dentro del sector textil:

- Confección.- En esta categoría se realiza la fabricación de prendas de vestir y de textiles para el hogar.
- Tejeduría.- En esta categoría se realizan los tejidos de punto y plano.
- Hilandería.- En esta categoría se trabaja con las fibras de algodón, poliéster, acrílico y lana, además se hila nailon. (Cevallos, 2016)

El proceso productivo de la industria textil requiere de materias primas fibras textiles naturales y no naturales que son tratadas y seleccionadas en el proceso de preparación de fibras para luego convertirse en hilo, los cuales mediante diversos procesos genera telas y posteriormente la elaboración de prendas d vestir. En el ANEXO 2 se detalla el proceso productivo del sector textil y confecciones.

Constituyéndose en un importante generador de encadenamiento hacia atrás especialmente para la industria agrícola, ganadera, plásticos, química, comercial, turística, publicidad, diseño, logística, etc. (FLACSO, 2011)

2.2.2 Proceso productivo y encadenamiento del sector textil

El concepto de cadena de valor describe el amplio espectro de actividades que las empresas llevan a cabo para lograr que un bien sea producido, desde su concepción hasta su uso por el cliente. La cadena incluye las actividades como el diseño, la producción, el mercadeo y el servicio postventa. Estas actividades pueden ser realizadas en una sola empresa o divididas entre diversas empresas. De igual manera, varía de manera importante entre industrias la cantidad de eslabones en que se descompone una cadena de valor. (FLACSO, 2011)

En el grafico se presenta los eslabones de una cadena de valor simple del sector textil. Así, diseño y desarrollo de nuevos productos corresponde al primer eslabón; todas las actividades involucradas en la manufactura de un bien intermedio o final corresponden el segundo eslabón; y el tercero, a las actividades de mercadeo y distribución de los productos. (FLACSO, 2011)

Cadena de Valor simple del sector textil

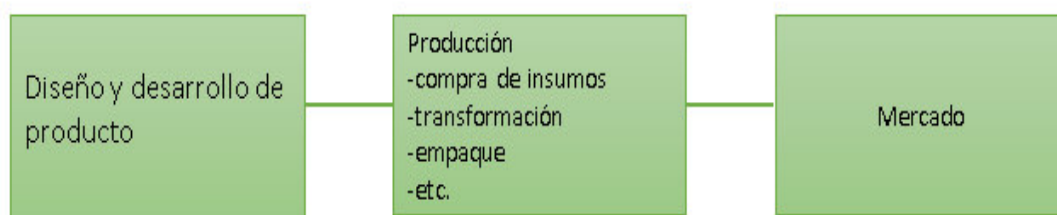


Figura 1 Cadena de valor del sector textil

Fuente: FLACSO

Mientras que el concepto de cadena global de valor analiza entre diversas empresas o plantas de una misma empresa ubicadas en distintos espacios geográficos a la división de distintos eslabones de la cadena de valor. Así también esta cadena de

valor mide el impacto en la organización global de la industria ya que identifica relaciones de poder o jerarquía en la cadena. El proceso de la Cadena global de valor sector textil y confecciones se observa en el ANEXO 3.

Según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el 2013, existían 226 empresas dedicadas a la industria textil ecuatoriana, la misma dividida en tres grandes grupos que se muestran en la tabla a continuación.

Tabla 1
Actividad Económica y Fabricación de textiles

VALORES EN MILES DE DÓLARES DEL SECTOR TEXTIL ECUATORIANO				INEC
				- 2013
ACTIVIDAD ECONÓMICA	No. DE EMPRESAS	TOTAL PERSONAL OCUPADO	TOTAL REMUNERACIONES	PRODUCCIÓN TOTAL
FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES.	74	8.835	107.988.055	545.753.270
FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR.	107	9.868	90.130.817	297.865.554
FABRICACIÓN DE CUEROS Y PRODUCTOS CONEXOS.	45	4.169	39.968.714	209.129.460
	226	22.872	238.087.586	1.052.748.283

Como se observa en la tabla anterior entre los tres grupos del sector textil sumaban un total de 22.872 plazas de trabajo y en total una producción de

1.052'748.283 USD. En la actualidad según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE) el sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles y más de 200.000 lo hacen indirectamente. Llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabaco. (AITE, 2016)

En el siguiente gráfico se observa el crecimiento en cuanto a plazas de trabajo en el sector textil ecuatoriano, que en cifras desde el 2013 al 2016 se han generado 227.128 plazas más de empleo.

Tabla 2

Plazas de empleo censo 2013-AITE 2016

	INEC 2013 PLAZAS DE EMPLEO	AITE 2016 PLAZAS DE EMPLEO	
Fabricación de productos textiles	8.835	50.000	DIRECTAMENTE
fabricación de prendas de vestir	9.868	200.000	INDIRECTAMENTE
fabricación de cueros y productos conexos	4.169		
	22.872	250.000	



Figura 2 Incremento de las plazas de empleo 2013-2016

La diversificación en el sector textil ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las prendas de vestir como de manufacturas para el hogar.

En cuanto a prendas de vestir existe una variedad de prendas y accesorios que se manejan a nivel nacional e internacional, más adelante veremos los movimientos en toneladas y valores FOB, de la comercialización del sector textil, pero antes tengamos claro dentro de prendas de vestir a que productos nos estaremos refiriendo.

Tabla 3

Capítulo y Notas explicativas de las prendas de vestir

PRENDAS DE VESTIR	
CAPÍTULO	NOTA EXPLICATIVA
61	<p>PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO</p> <p>Salvo que se trate de artículos de punto confeccionados, este Capítulo comprende las prendas y complementos, de vestir, es decir, los artículos para el vestido de hombres o niños, mujeres o niñas, así como los complementos que sirven para adornar o completar dichos artículos. Se clasifican también en este Capítulo las partes de punto de prendas o complementos, de vestir.</p>
62	<p>PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, EXCEPTO LOS DE PUNTO</p> <p>Este Capítulo comprende las prendas y complementos de vestir y las partes de prendas o de complementos de vestir (es decir, los artículos de vestir para hombres, mujeres o niños, así como los complementos para adornar o completar dichos artículos) confeccionados con cualquier tejido de los Capítulos 50 a 55, 58 y 59, o bien, de fieltro o de tela sin tejer. Por excepción, comprende también, en la partida 62.12, algunos artículos confeccionados con tejidos de punto</p>

En el 2014 el boletín de PROECUADOR informó que la producción ecuatoriana de lencería del hogar en los últimos años se ha ido especializando y generando mayor diversificación de los productos de ésta categoría, siendo una de las ramas del sector textil que más ha crecido. La producción local del textil del hogar incluso ha ganado participación en mercado local frente a la competencia de productos importados.

El subsector de prendas de hogar o lencería de hogar se ha ido desarrollando con el pasar de los años, con la innovación de diseños y crenado nuevos productos; las nuevas tendencias y las exigencias de mercado tanto nacional como internacional impulsan a que este subsector amplíe su oferta en productos y fibras utilizadas.

En la tabla a continuación podemos apreciar la gama de este subsector de lencería de hogar, con su respectiva partida arancelaria, a que norma INEN se acoge y la sobretasa que se aplica este tipo de productos.

Recordemos que la sobretasa que tiene vigencia desde marzo del 2015 solo tiene una duración de 15 meses.

Tabla 4

Ejemplos de sobretasas aplicadas a ropa de hogar

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RTE INEN	SOBRETASA
SABANAS	6302	RTE INEN 13	25%
ENDREDONES	9404	RTE INEN 13	45%
COBIJAS DE ALPACA	6301	RTE INEN 13	25%
ALFOMBRAS	5702	RTE INEN 127	45%
COBIJAS	6301	RTE INEN 13	25%
MANTELES	6302	RTE INEN 13	25%
TOALLAS	6302	RTE INEN 13	25%
CORTINAS	6303	RTE INEN 13	25%

Tabla 5

Notas explicativas de las prendas de hogar

PARTIDA	NOTA EXPLICATIVA
57.02	ALFOMBRAS Y DEMAS REVESTIMIENTOS PARA EL SUELO, DE MATERIA TEXTIL, TEJIDOS, EXCEPTO LOS DE MECHON INSERTADO Y LOS FLOCADOS, AUNQUE ESTEN CONFECCIONADOS, INCLUIDAS LAS ALFOMBRAS LLAMADAS “KELIM” O “KILIM”, “SCHUMACKS” O “SOUMAK”, “KARAMANIE” Y ALFOMBRAS SIMILARES TEJIDAS A MANO.
63.01	<p data-bbox="477 689 612 723">MANTAS</p> <p data-bbox="477 730 1347 808">Se clasifican aquí tanto las mantas de cama, de cuna, de coches de niño, etc., como las mantas de viaje.</p>
63.02	<p data-bbox="477 824 1166 857">ROPA DE CAMA, MESA, TOCADOR O COCINA.</p> <p data-bbox="477 864 1347 936">La ropa de cama comprende principalmente las sábanas, fundas de almohadas, de almohadones, de edredones o de colchones</p> <p data-bbox="477 943 1347 1055">La ropa de mesa consiste, por ejemplo: en manteles y mantelillos, centros de mesa, servilletas, servilletas para el té, bolsas para las servilletas, salvamanteles y posavasos.</p>
63.03	<p data-bbox="477 1070 1347 1137">VISILLOS Y CORTINAS; GUARDAMALLETAS Y RODAPIES DE CAMA</p> <p data-bbox="477 1144 1347 1290">Los visillos y cortinas que se colocan, por ejemplo, en el interior ante las ventanas o que se utilizan para cerrar el escenario de un teatro, trastero, etc. Las cortinas pueden estar confeccionadas con tejidos ligeros o gruesos.</p> <p data-bbox="477 1305 1347 1420">Las cortinas de interior, que son más o menos opacas y generalmente con un dispositivo de enrollamiento con muelle (por ejemplo, las de vagones de ferrocarril).</p>
94.04	SOMIERES; ARTICULOS DE CAMA Y ARTICULOS SIMILARES (POR EJEMPLO: COLCHONES, CUBREPIES, EDREDONES, COJINES, PUFES, ALMOHADAS), CON MUELLES (RESORTES), RELLENOS O GUARNECIDOS INTERIORMENTE CON CUALQUIER MATERIA, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLASTICO CELULARES, RECUBIERTOS O NO.

Estos productos cubren la demanda de las industrias hotelera y del hogar, las mismas que exigen altos estándares de calidad y que se acoplen a la tendencia mundial, tanto en diseño como en tejidos utilizados.

En Pichincha se encuentra domiciliadas las principales empresas productoras de lencería de hogar seguida por Azuay por el nivel de producción.

Podemos observar que las subpartidas que se encuentran en el siguiente gráfico todas pertenecen al capítulo 63 según las notas explicativas dice que dentro de este capítulo se comprenden los demás artículos textiles confeccionados; juegos. Prendería y trapos.

Dentro de lo que se refiere a trapos y cordajes comprenden, los trapos de tejido (incluidos los de punto), de fieltro o de tela sin tejer, que pueden consistir en artículos de tapicería o de vestir o en otros artículos textiles viejos completamente usados, manchados o rasgados, o en recortes de tejidos nuevos (por ejemplo, recortes de fábricas de confección o de sastrerías) o, incluso, en recortes de tintorería.

Y los desechos de cordeles, cuerdas o cordajes, incluso nuevos (por ejemplo: los recortes eliminados durante la fabricación de cordeles, cuerdas o cordajes o de artículos de cordelería), así como los cordeles, cuerdas o cordajes inutilizables y las manufacturas inutilizables de cordeles, cuerdas o cordajes. (ANDINA, 2007)

En el siguiente gráfico se detallan el código arancelario y la respectiva descripción de cada uno de los productos a los que pertenece el subsector de lencería o prendas para el hogar.

SECTOR TEXTILES Y CONFECCIONES	
Subsector Textiles del Hogar	
Subpartida	Descripción
6301.40.00.00	MANTAS DE FIBRAS SINTÉTICAS (EXCEPTO LAS ELÉCTRICAS)
6302.60.00.00	ROPA DE TOCADOR O COCINA, DE TEJIDO CON BUCLES DEL TIPO TOALLA, DE ALGODÓN
6302.22.00.00	LAS DEMÁS ROPAS DE CAMA, ESTAMPADAS DE FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIALES
6301.20.10.00	MANTAS DE LANA
6302.32.00.00	LAS DEMÁS ROPAS DE CAMA DE FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIALES
6303.99.00.00	VISILLOS, CORTINAS Y GUARDAMALLETAS DE LAS DEMÁS MATERIAS TEXTILES
6302.21.00.00	LAS DEMÁS ROPAS DE CAMA, ESTAMPADAS DE ALGODÓN
6302.53.00.00	LAS DEMÁS ROPAS DE MESA DE FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIALES
6302.93.00.00	LAS DEMÁS ROPA DE CAMA, MESA, TOCADOR O COCINA DE FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIALES
6302.40.90.00	LAS DEMÁS ROPA DE MESA, DE PUNTO
6302.40.10.00	ROPA DE MESA DE PUNTO, DE FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIALES
6301.20.90.00	LAS DEMÁS MANTAS, EXCEPTO DE LANA O DE PELO VICUÑA
6308.00.00.00	JUEGOS CONSTITUIDOS POR PIEZAS DE TEJIDO E HILADOS, INLCUSO CON ACCESORIOS PARA LA CONFECCIÓN DE ALFOMBRAS, TAPICERÍA, MANTELES O SERVILLETAS BORDADOS O DE ARTÍCULOS TEXTILES SIMILARES, EN ENVASES PARA LA VENTA AL POR MENOR
6301.20.20.00	MANTAS DE PELO VICUÑA
6302.10.90.00	LAS DEMÁS ROPAS DE CAMA, DE PUTNO
6304.19.00.00	LAS DEMÁS COLCHAS
6302.91.00.00	LAS DEMÁS ROPA DE CAMA, MESA, TOCADOR O COCINA DE ALGODÓN
6302.39.00.00	LAS DEMÁS ROPAS DE CAMA DE LAS DEMÁS MATERIAS TEXTILES
6302.31.00.00	LAS DEMÁS ROPAS DE CAMA DE ALGODÓN
6302.51.00.00	LAS DEMÁS ROPAS DE MESA DE ALGODÓN
6302.10.10.00	ROPA DE CAMA, DE PUNTO DE FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIALES
6302.59.90.00	LAS DEMÁS MATERIAS TEXTILES DE ROPAS DE MESA
6301.90.00.00	LAS DEMÁS MANTAS
6301.30.00.00	MANTAS DE ALGODÓN (EXCEPTO LAS ELÉCTRICAS)
6307.90.90.00	LOS DEMÁS ARTÍCULOS CONFECCIONADOS, INCLUIDOS LOS PATRONES PARA PRENDAS DE VESTIR
6307.10.00.00	PAÑOS PARA FREGAR O LAVAR (BAYETAS, PAÑOS, REJILLA), FRANELAS Y ARTÍCULOS PARA LIMPIEZA
6307.90.30.00	MASCARILLAS DE PROTECCIÓN
6310.90.00.00	LOS DEMÁS TRAPOS, CORDELES, CUERDAS Y CORDAJES

Figura 3 Subpartidas de las prendas para el hogar

Fuente: PROECUADOR

2.3 Comercialización Internacional del sector Textil Ecuatoriano

Por regla general, las empresas textiles ecuatorianas concentraron la mayor parte de sus ventas en el mercado local, aunque siempre ha existido vocación exportadora. A partir de la década de los 90, las exportaciones textiles fueron incrementándose, salvo por algunas caídas en los años 1998 y 1999. En el año 2000 momento en el que Ecuador adoptó la dolarización, se produce un incremento de las

exportaciones del 8.14% con relación a las de 1999, lo que marca una tendencia que empezó a ser normal durante ese nuevo milenio; únicamente en el 2002 se produce una disminución de las exportaciones textiles, rápidamente recuperada en los dos siguientes años, llegando a exportar cerca de 90 millones de dólares en el 2004, superando el pico más alto en los últimos 10 años.

Conscientes que el desarrollo del sector está directamente relacionado con las exportaciones, los industriales textiles han invertido en la adquisición de nueva maquinaria que les permita ser más competitivos frente a una economía globalizada; así mismo, las empresas invierten en programas de capacitación para el personal de las plantas, con el afán de incrementar los niveles de eficiencia y productividad, la intención es mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfacen a la demanda internacional.

Lógicamente este esfuerzo para ser competitivo debe ser compartido, el requerimiento de la industria es que el costo país disminuya hasta llegar al menos a los niveles de la región, especialmente lo que respecta al costo laboral, de energía eléctrica, las tarifas en telecomunicaciones y los fletes del transporte de carga, que son algunos de los principales rubros que afectan los costos de producción de la industria textil. (AITE, 2016)

En el 2014 según el boletín publicado por PROECUADOR informa que en el período 2012-2014, las importaciones mundiales del sector textil registraron un crecimiento promedio anual de 5,6%, principalmente liderado por el dinamismo del subgrupo de confecciones de prendas de vestir con 14.7%, la mayor demanda de importaciones se da en el rubro de tejidos con USD 581 millones, seguido por prendas de vestir de tejido plano con USD 362 millones y por último prendas de vestir de punto con USD 321 millones. (PROECUADOR, Boletín de Análisis de Mercados Internacionales, 2015)

En base a la información que proporciona la Superintendencia de Compañías, existen alrededor de 170 empresas formales y unas 500 en la confección dedicadas a la rama textil; pero sumados a estos se debe tomar en cuenta a los informales que son alrededor de 4.000 empresas dedicadas a la rama textil y la confección principalmente a la confección, en total existen 4,670 negocios dedicados a la

industria textil. (Cevallos, 2016). Y dentro de este total PROECUADOR registra a 25 empresas dedicadas a la elaboración y exportación de los bienes textiles (PROECUADOR, 2016).

La siguiente tabla muestra las empresas textiles exportadoras:

Tabla 6

Empresas Textileras Exportadoras

N.-	EMPRESAS TEXTILES EXPORTADORAS	CIUDAD
1	CORPORACIÓN GRUPO SALINAS	Guaranda
2	CORTYVIS CIA LTDA	Quito
3	CREVITEX CIA. LTDA	Quito
4	DELLTEX INDUSTRIAL S.A	Quito
5	ECUACOTTON S.A	Guayaquil
6	ENKADOR S.A	Sangolquí
7	FABRILANA S.A	Durán
8	FORROTEXAS	Quito
9	HILANDERIAS UNIDAS	Quito
10	PONTE SELVA S.A	Quito
11	INDUSTRIAL TEXTILANA S.A	Quito
12	TECNORIZO S.A	Ambato
13	INDUTEXMA	Otavalo
14	INTERFIBRA S.A	Quito
15	LA INTERNACIONAL S.A	Quito
16	LOINESA S.A	Guayaquil
17	SINTOFIL C.A	Cumbayá
18	TALLER DE TEJIDOS PEGUCHE	Otavalo
19	TEJIDOS PINTEX S.A	Quito
20	TEXTIL SANTA ROSA	Ambato
21	TEXTILES BUENAÑO	Ambato
22	TEXTILES GUALILAHUA	Quito
23	TEIMSA S.A	Ambato
24	TEXTILES TEXSA S.A	Quito
25	TEXTISERVI	Quito

Fuente: PROECUADOR

2.3.1 Importaciones por tipo de producto en el período 2012-2015

Al pasar de los años las importaciones tuvieron un comportamiento decreciente que podremos analizar a continuación, con una explicación final.

En el siguiente gráfico se aprecia el valor en toneladas, FOB y CIF en el 2012 de las importaciones de seis categorías de productos del sector textil, así mismo podemos determinar que las prendas de vestir representaron el 31% del total del valor FOB de importaciones seguido por los tejidos con el 30%.

IMPORTACIONES POR TIPO DE PRODUCTO			
TIPO DE PRODUCTO	2012		
	TON	FOB	CIF
Prendas de Vestir	7.393,107	217.805,976	224.174,337
Tejidos	40.091,484	216.035,706	223.453,989
Materias primas	37.028,475	87.974,715	92.121,002
Productos especiales	19.469,487	78.638,051	83.115,247
Manufacturas	10.180,133	62.451,729	64.950,877
Hilados	16.348,687	51.305,400	54.129,534
Total general	130.511,373	714.211,577	741.944,986

Figura 4 Importaciones por tipo de producto (2012)

Fuente: AITE

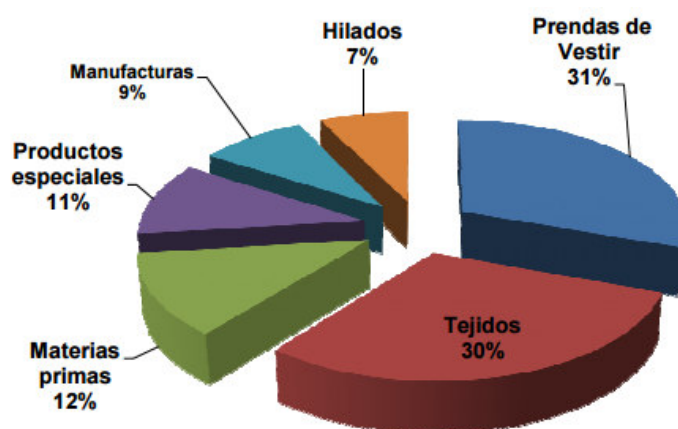


Figura 5 Importaciones de Bienes Textiles en valores FOB (2012)

Fuente: AITE

Para el año 2013 se aumenta las importaciones debido a que aumenta la cantidad en toneladas y se adquieren otros productos a más de los que se importaba en el 2012, en el siguiente gráfico se observa los productos que aumentan, y la participación que tienen en cuanto al total del valor FOB.

TIPO DE PRODUCTOS	IMPORTACIONES		
	2013		
	TON.	FOB.	CIF.
Materia prima	41.137,911	91.431,100	95.969,927
Hilado	15.641,577	47.185,313	49.524,589
Tejido plano	33.540,168	166.281,393	171.467,455
Tejido de punto	11.868,892	77.031,670	79.327,517
Prenda de punto	3.951,387	118.055,903	122.273,142
Prenda, exc. de punto	5.865,557	156.532,054	161.705,962
Ropa Hogar	1.442,027	11.399,895	11.795,708
Alfombras, tapices	2.123,988	9.914,406	10.549,296
Prod. Especial	20.943,130	94.338,473	99.360,111
Prenderia, trapos	14,977	16,021	18,183
Otros usos	7.247,660	35.454,077	37.058,639
Total General	143.777,274	807.640,305	839.050,529

Figura 6 Importaciones en toneladas valores FOB y CIF (2013)

Fuente: AITE

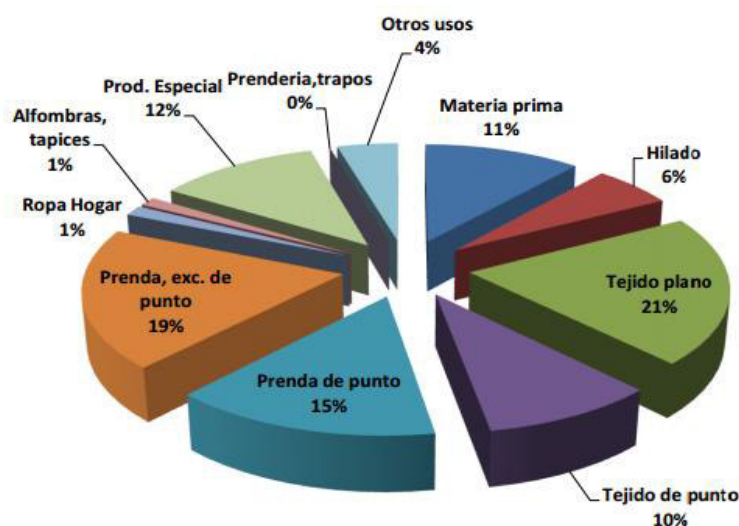


Figura 7 Importaciones de Bienes Textiles en valores FOB (2013)

Fuente: AITE

Para el 2013 aparecen otros tipos de productos y encabezando las importaciones para este año con 21% está el tejido plano que en el 2012 estaba dentro del 30% de las importaciones de tejidos, y en segundo puesto con el 19% están las prendas excepto las de punto.

En el 2014 las importaciones del sector textil bajan a pesar de ser los mismo productos importados en el 2013 se ve una recesión del valor FOB, CIF y la cantidad en toneladas.

TIPOS DE PRODUCTO	IMPORTACIONES		
	2014		
	TON.	FOB.	CIF.
Materia prima	30.671,838	69.145,676	72.544,850
Hilado	14.347,489	39.208,430	41.193,457
Tejido plano	24.122,062	115.589,170	119.627,533
Tejido de punto	8.695,286	52.098,643	53.965,475
Prenda de punto	2.339,560	72.597,842	75.356,321
Prenda, exc. de punto	3.460,341	99.403,079	103.441,335
Ropa Hogar	862,663	6.367,864	6.665,989
Alfombras, tapices	1.459,155	6.670,867	7.122,592
Prod. Especial	15.392,923	69.698,537	73.401,873
Prenderia, trapos	6,356	11,680	13,874
Otros usos	6.039,063	28.213,695	29.323,101
Total general	107.396,736	559.005,483	582.656,400

Figura 8 Importaciones por tipo de producto (2014)

Fuente: AITE

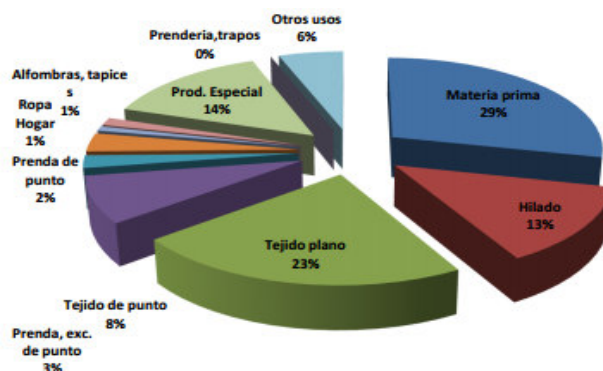


Figura 9 Importaciones de Bienes Textiles en valores FOB (2014)

Fuente: AITE

En el año 2015 las importaciones bajan aún más que el 2014, la cotización por la materia prima, y el hilado se mantiene en alto porcentaje pero aun así es menor que los años anteriores.

TIPO DE PRODUCTOS (Ámbito textil total)	IMPORTACIONES		
	2015		
	TON.	FOB.	CIF.
Alfombras, tapices	966,473	3.611,400	3.852,613
Hilado	12.374,391	31.620,242	33.279,600
Materia prima	23.848,875	46.022,734	48.538,686
Otros usos	4.925,734	23.256,973	24.193,078
Prenda de punto	2.439,765	63.873,196	65.998,272
Prenda, exc. de punto	3.439,096	90.076,843	93.586,302
Prenderia, trapos	33,473	18,249	24,575
Prod. Especial	14.535,927	78.709,340	82.909,828
Ropa Hogar	556,286	4.050,950	4.213,168
Tejido de punto	9.547,587	48.097,523	49.676,398
Tejido plano	21.256,668	102.286,681	105.612,328
Total general	93.924,275	491.624,131	511.884,848

Figura 10 Importaciones por tipo de producto (2015)

Fuente: AITE

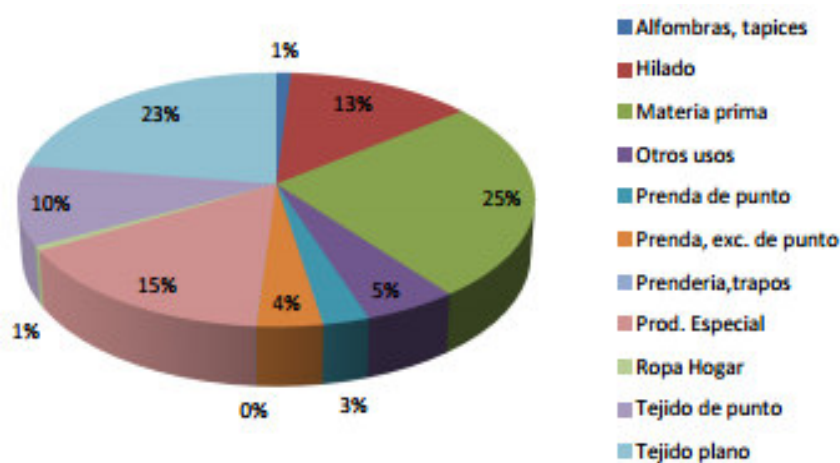


Figura 11 Importaciones de Bienes Textiles en valores FOB (2015)

Fuente: AITE

El siguiente es un cuadro comparativo de las importaciones por tipo de producto desde el año 2012 hasta el año 2015, en el cual de acuerdo a las estadísticas tomadas de la AITE podemos observar que las importaciones por tipo de producto varían. Es así como en el año 2013 las importaciones crecen un 10% en comparación con el año 2012, mientras que en el año 2014 y 2015 se ve un decrecimiento de un 25% y 13% respectivamente.

Tabla 7

Importaciones por tipo de producto 2012-2015

Importaciones por tipo de producto

AÑO	2012	2013	2014	2015
TON	130.511,373	143.777,274	107.396,74	93.924,275
FOB	714.211,577	807.640,305	559.005,48	491.624,131
CIF	741.944,986	839.050,529	582.656,40	511.884,848

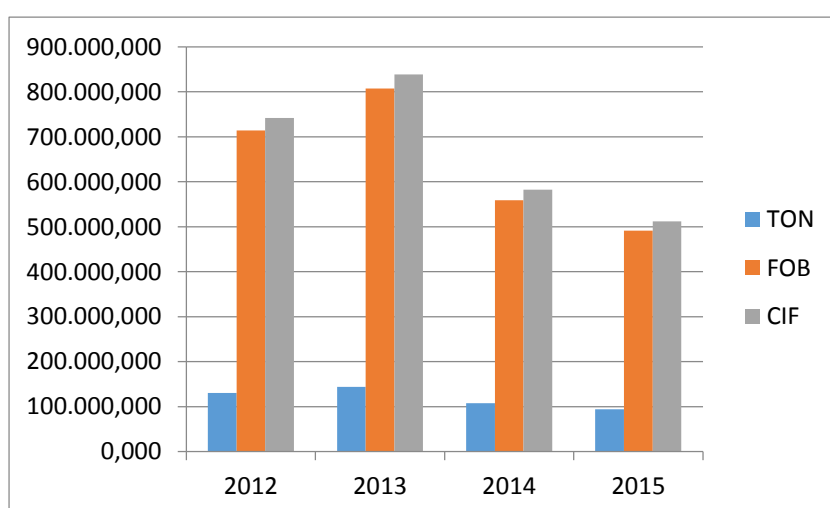


Figura 12 Gráfica de las importaciones 2012-2015

2.3.2 Importaciones por Bloques Económicos desde Ecuador 2012-2015

Los principales proveedores de bienes textiles para Ecuador en el 2012 fueron; la Comunidad Andina (41%), seguida por China (16%) y Estados Unidos (13%), tomemos en cuenta que si la Comunidad Andina tiene mayor participación se debe a los convenio y facilidad de negociación, mientras que China es una potencia de industria y maneja una economía a escala económicas y accesibles.

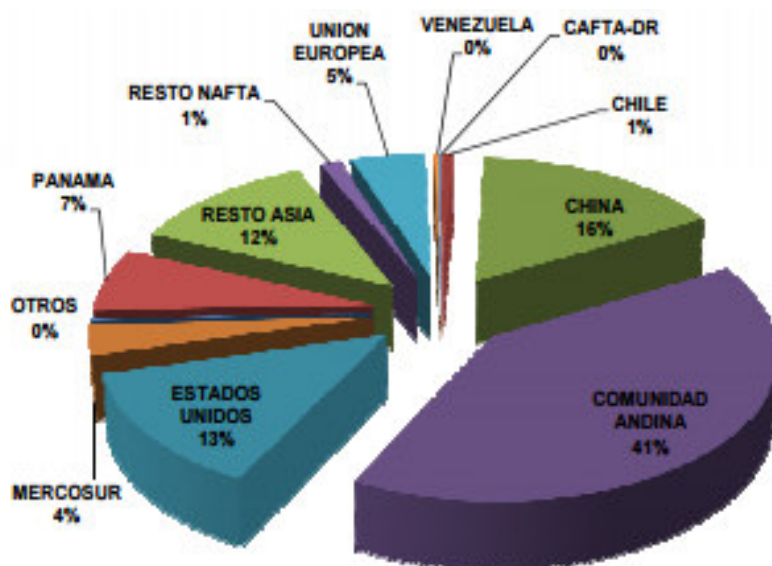


Figura 13 Importaciones por Bloque Económico (-2012)

Fuente: AITE

En el 2013 a pesar de que las importaciones disminuyen en el Ecuador la Comunidad Andina, China y Estados Unidos siguen siendo los principales proveedores del país, aunque en este año China y Estados Unidos aumentan su participación en 1% más que en el 2012, dejando a la Comunidad Andina con el primer lugar a pesar de perder 2% de participación.

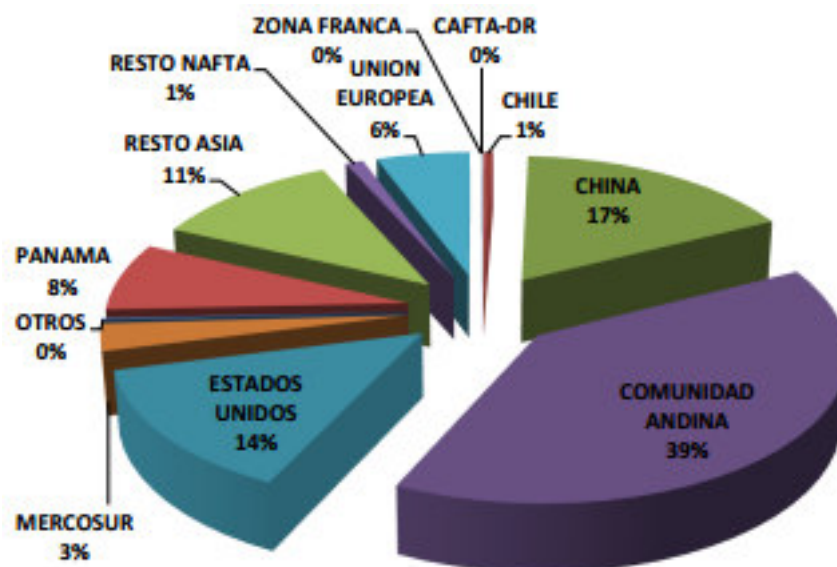


Figura 14 Importaciones por Bloque Económico Valor FOB (2013)

Fuente: AITE

En el 2014 la comunidad Andina pierde 17% de la participación de las importaciones que realiza Ecuador, y China aumentan en un 13% mientras que Estados Unidos pierde el tercer lugar y es reemplazado por el resto de países de Asia con el 23% de participación en las importaciones.

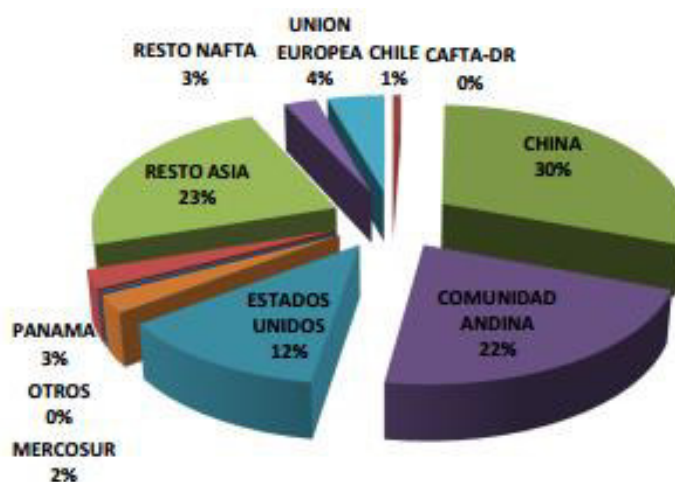


Figura 15 Importaciones por Bloque Económico Valor FOB (2014)

Fuente: AITE

Para el 2015 China y el resto de Países de Asia ocupan el primer lugar en las importaciones realizadas por Ecuador con el 34% incrementan su participación en un 6% en comparación con el 2014, mientras que la Comunidad Andina disminuye su participación en un 9% y Estados Unidos vuelve a Aparecer en tercer lugar.

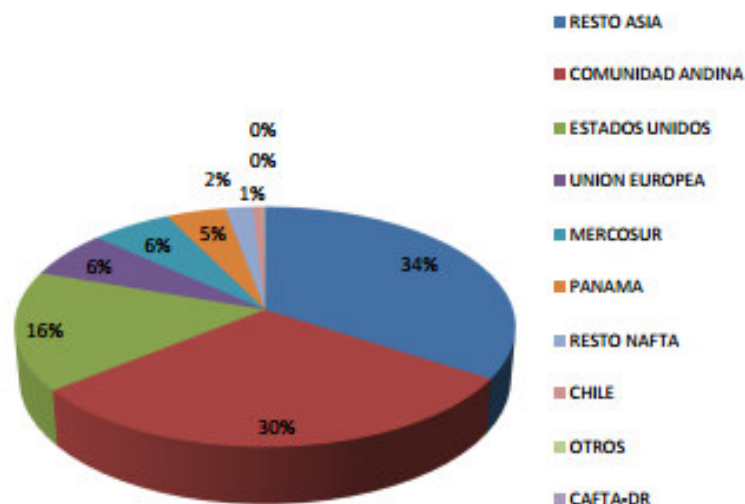


Figura 16 Importaciones por Bloque Económico Valor FOB (2015)

Fuente: AITE

A continuación en las siguientes tablas podemos observar las importaciones y las exportaciones del sector textil por bloques económicos en toneladas.

Tabla 8

Comparación de las importaciones por bloque económico

IMPORTACIONES POR BLOQUE ECONOMICO				
Año	2012	2013	2014	2015
	TON	TON	TON	TON
CHINA	33.932,974	38.961,649	32.400,90	31.150,876
COMUNIDAD ANDINA	30.694,339	33.034,175	23.270,494 2	18.852,263
ESTADOS UNIDOS	15.731,845	22.276,013	13.156,79	10.088,383

En cuanto a las importaciones se puede observar que en el periodo 2012-2013 tuvieron un crecimiento del 15% desde China, un 8% desde la Comunidad Andina y un 42% desde Estados Unidos. En cuanto al periodo 2013-2014 se ve un decrecimiento del 17% de las importaciones desde China, al igual que la Comunidad Andina y Estados Unidos que también decaen con un 30% y 41% respectivamente. Por último en el periodo 2014-2015 las importaciones de los tres principales bloques económicos de los que Ecuador importa también decrecen: China con 4%, la Comunidad Andina con 19% y Estados Unidos con 23%.

2.3.3 Exportaciones ecuatorianas por tipo de producto 2012-2015

Los principales productos de exportación en el 2012 son los tejidos, las manufacturas y las prendas de vestir seguidas por materias primas. A continuación se puede observar el porcentaje de participación de estos productos en las exportaciones ecuatorianas.

EXPORTACIONES POR TIPO DE PRODUCTO		
TIPO DE PRODUCTO	2012	
	TON	FOB
Tejidos	9.672,676	50.022,181
Manufacturas	12.955,095	42.138,209
Prendas de Vestir	1.785,020	24.881,328
Materias primas	11.618,445	17.579,390
Hilados	2.607,416	15.957,816
Productos especiales	721,474	4.682,003
Total general	39.340,126	156.260,927

Figura 17 Exportaciones por tipo de producto (2012)

Fuente: AITE

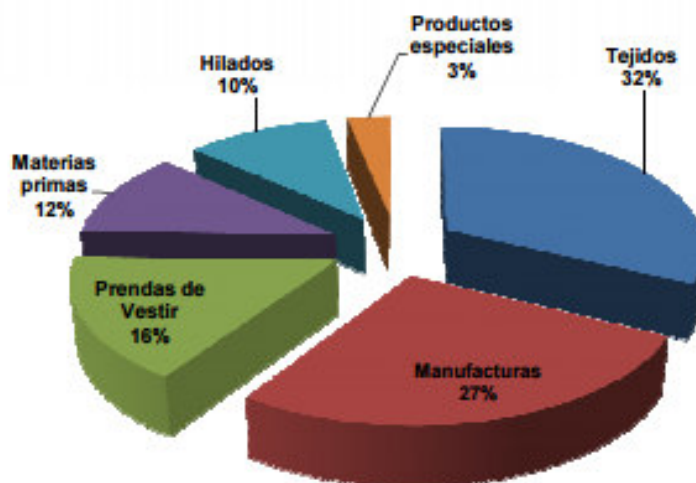


Figura 18 Exportaciones por tipo de producto (2012)

Fuente: AITE

En el 2013 aparecen otras categorías de los bienes textiles y el tejido plano tiene la mayor participación de las exportaciones, en cuanto a la materia prima su participación desaparece.

EXPORTACIONES POR TIPO DE PRODUCTO		
TIPO DE PRODUCTO	2012	
	TON	FOB
Tejidos	9.672,676	50.022,181
Manufacturas	12.955,095	42.138,209
Prendas de Vestir	1.765,020	24.881,328
Materias primas	11.618,445	17.579,390
Hilados	2.607,416	15.957,816
Productos especiales	721,474	4.682,003
Total general	39.340,126	155.260,927

Figura 19 Exportaciones por tipo de producto (2013)

Fuente: AITE

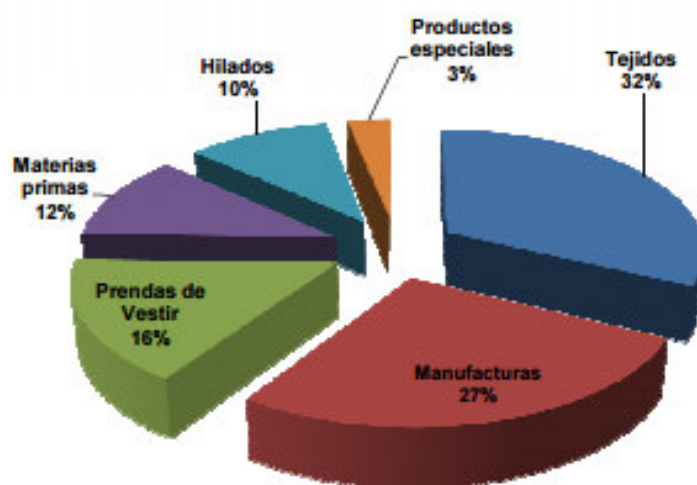


Figura 20 Exportaciones por tipo de producto (2013)

Fuente: AITE

Para el 2014 la materia prima vuelve a tener participación en las exportaciones aunque con un porcentaje mínimo, los tejidos aumentan en 1% junto con otros usos.

TIPO DE PRODUCTOS	EXPORTACIONES	
	2014	
	TON.	FOB.
Materia prima	622,931	264,792
Hilado	1.479,945	8.060,828
Tejido plano	9.574,453	43.313,113
Tejido de punto	260,225	1.781,434
Prenda de punto	919,651	14.449,213
Prenda, exc. de punto	403,198	4.525,110
Ropa Hogar	884,270	6.088,484
Alfombras, tapices	0,554	5,119
Prod. Especial	613,844	4.083,209
Prenderia, trapos	80,099	41,340
Otros usos	14.050,470	28.432,861
Total general	28.889,640	111.045,503

Figura 21 Exportaciones por tipo de producto (2014)

Fuente: AITE

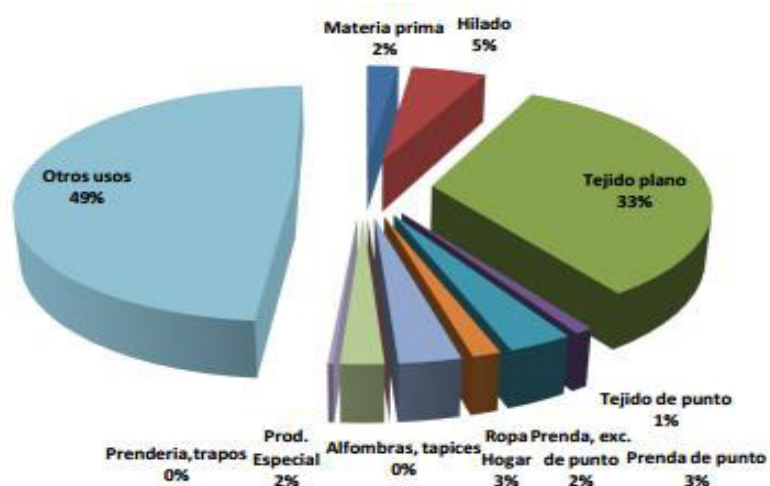


Figura 22 Exportaciones de por tipo de producto (2014)

Fuente: AITE

En el 2015 el tejido plano lleva una participación alta y de nuevo la materia prima baja esta vez en 1%, otros usos lideran las exportaciones con el 55% más de la mitad del total de las exportaciones que Ecuador realiza hacia el exterior.

TIPO DE PRODUCTOS (Ámbito textil total)	EXPORTACIONES	
	2015	
	TON.	FOB.
Alfombras, tapices	1,177	36,091
Hilado	741,421	4.320,859
Materia prima	208,274	158,197
Otros usos	12.180,843	26.916,576
Prenda de punto	664,614	10.851,172
Prenda, exc. de punto	257,508	3.144,490
Prenderia, trapos	0,038	1,980
Prod. Especial	780,242	2.572,488
Ropa Hogar	384,721	2.547,916
Tejido de punto	133,719	568,335
Tejido plano	6.648,544	27.144,447
Total general	22.001,101	78.262,551

Figura 23 Exportaciones por tipo de producto (2015)

Fuente: AITE

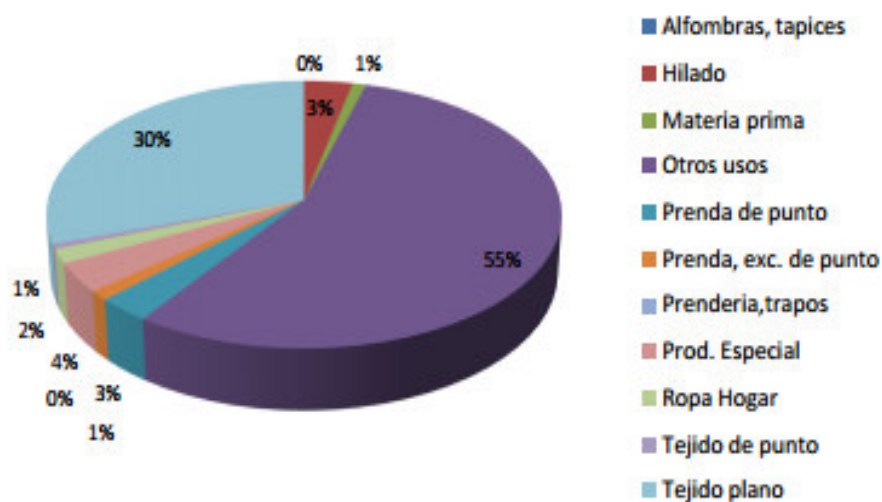


Figura 24 Exportaciones de por Tipo de producto (2015)

Fuente: AITE

El cuadro que se muestra a continuación se muestra comparaciones de las exportaciones por tipo de producto con datos tomados desde el año 2012 hasta el año 2015 y se puede observar que del año 2012 al año 2013 se produce un decrecimiento mínimo de las exportaciones de un 0,4%, mientras que en el periodo del año 2013 al año 2014 existe un decrecimiento del 26% y por ultimo del año 2014 al año 2015 también existe un decrecimiento del 23%.

Tabla 9

Exportaciones por tipo de producto 2012-2015

Exportaciones por tipo de producto

AÑO	2012	2013	2014	2015
TON	39.340,126	39.192,961	28.889,640	22.001,101
FOB	155.260,927	157.285,982	111.045,503	78.262,551

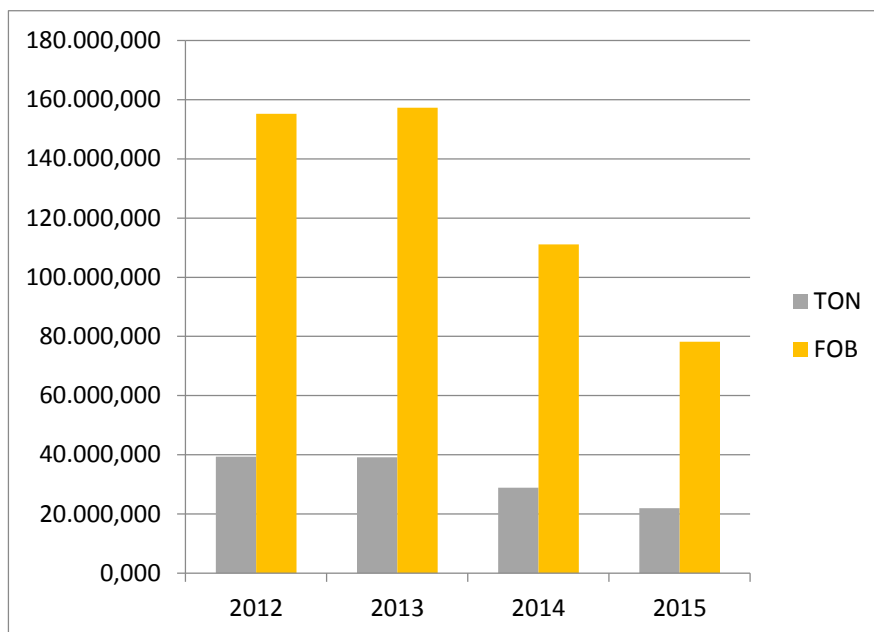


Figura 25 Gráfica de las exportaciones por tipo de producto 2012-2015

2.3.4 Exportaciones hacia Bloques Económicos 2012-2015

Anteriormente analizamos las importaciones que realizaba Ecuador desde el mundo y constatamos que la Comunidad Andina, China y Estados Unidos tenían la mayor participación de nuestras importaciones pero que sucede en las exportaciones es lo que vamos a analizar al final del detalle de cada año desde el 2012 hasta el 2015 que a continuación presentaremos.

En el 2012 la mayor cantidad de exportaciones se la realiza a la Comunidad Andina y en siguiente comprador tenemos a Venezuela. Si bien importamos muchas toneladas desde China en nuestras exportaciones este país tiene un porcentaje mínimo de participación.

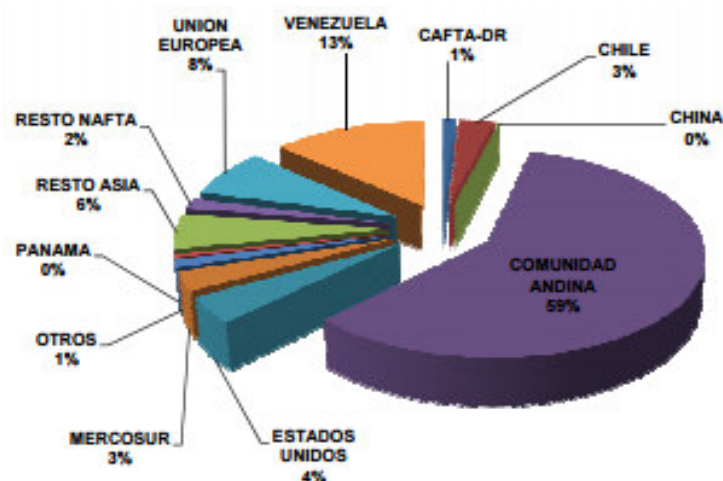


Figura 26 : Exportaciones por Bloque Económico valores FOB (2012)

Fuente: AITE

En el 2013 toma participación de nuestras exportaciones el MERCOSUR con 15%, después de la Comunidad Andina que se mantiene como el principal comprador de los productos textiles ecuatorianos aun con la disminución del 1%. Y mientras tanto Venezuela desaparece como comprador potencial.

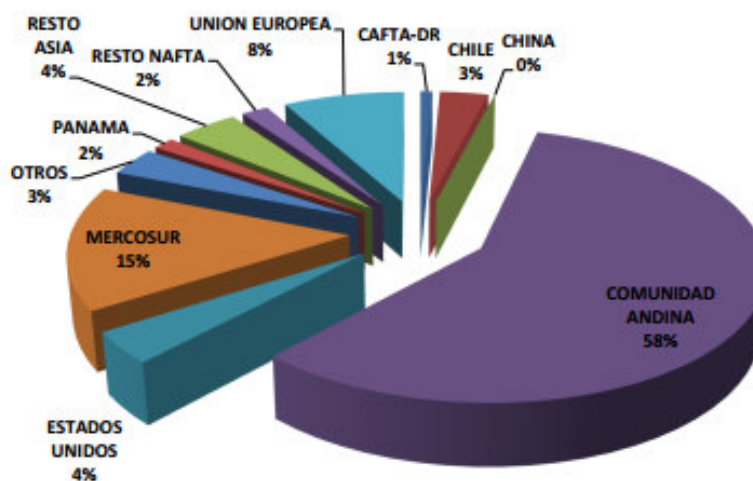


Figura 27 Exportaciones por Bloque Económico (2013)

Fuente: AITE

Para el 2013 los tres principales compradores de los bienes textiles ecuatorianos son; la Comunidad Andina (58%), la Unión Europea incrementando su participación en 4% y MERCOSUR ocupa el último lugar con 11%; 4% menos de los que representaba en el 2013

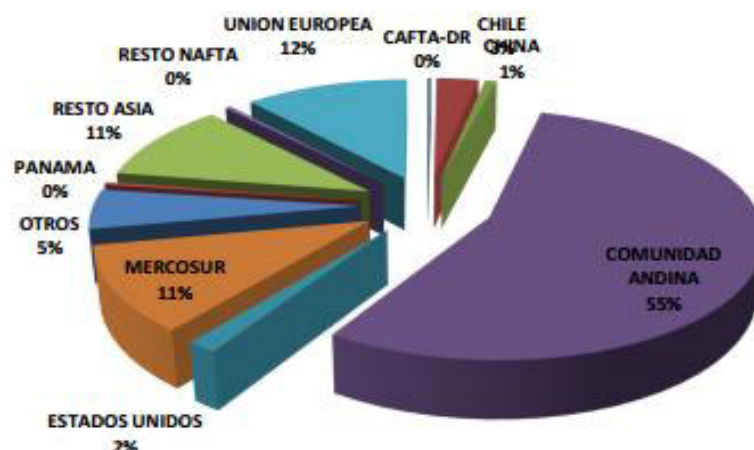


Figura 28 Exportaciones por Bloque Económico (2014)

Fuente: AITE

Para el 2015 las exportaciones son direccionadas hacia el resto de Asia que aparece como nuevo comprador potencial de los bienes textiles ecuatorianos, después de la Unión Europea que aumenta su participación en 2% desde el 2014, y la Comunidad Andina se mantiene en primer lugar con 54%

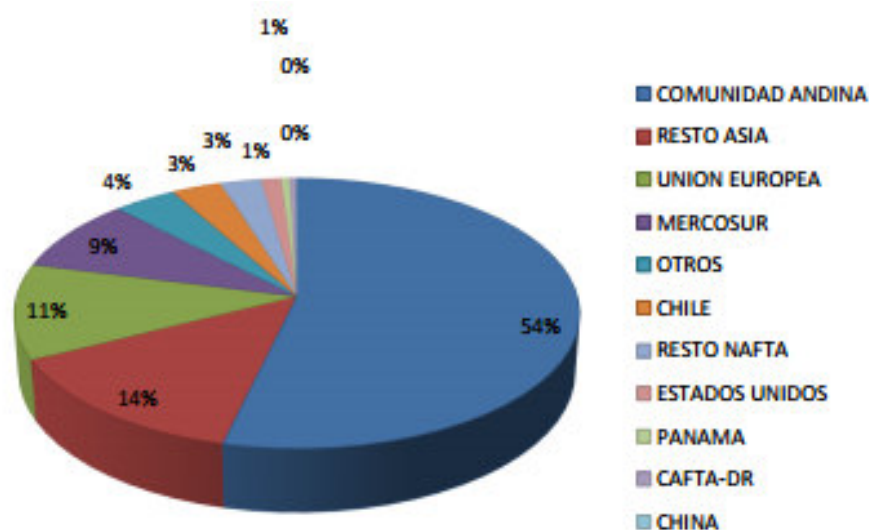


Figura 29 Exportaciones de por Bloque Económico (2015)

Fuente: AITE

Tabla 10**Comparación de las exportaciones por bloque económico**

EXPORTACIONES POR BLOQUE ECONOMICO				
Año	2012	2013	2014	2015
	TON	TON	TON	TON
CHINA	68,632	34,634	235,000	11,250
COMUNIDAD ANDINA	21196,718	20.911,56	15.899,747	11820,069
ESTADOS UNIDOS	819,815	603,008	462,554	278,697

En cuanto a las exportaciones, éstas están dirigidas a los tres principales bloques económicos como son: China, la Comunidad Andina y Estados Unidos. Del 2012 al 2013 se puede ver un decrecimiento en las exportaciones del 30 % hacia China, el 1% hacia la Comunidad Andina y el 26% hacia Estados Unidos. Desde el año 2013 al año 2014 se observa un crecimiento significativo del 519 % de las exportaciones hacia China, mientras que la Comunidad Andina presenta un decrecimiento del 24% al igual que Estados Unidos con un 23%. Finalmente en el periodo 2014-2015 las exportaciones hacia estos tres bloques económicos decaen: China con 95%, la Comunidad Andina con 26% y Estados Unidos con 40%.

2.4 Tendencias del sector textil

El sistema de la moda se organiza de un modo cíclico en el cual dos o cuatro veces por año se proponen conceptos, texturas, colores, tipologías y clases de prendas; que sirven para generar en los usuarios esa renovación en el consumo y a las empresas para poder producir de manera coherente y más ordenada; trabajar con colecciones les ayuda a las empresas a organizar el discurso que les cuentan a sus usuarios y el ordenamiento en los materiales, qué rubros van a usar en cada temporada o sin van a innovar en alguna técnica; esto ordena mucho la dinámica productiva.

Sin embargo; los emprendedores o diseñadores independientes no necesariamente tienen que tomar todo lo que proponen las tendencias para sus

producciones, sino que necesitan adaptar estas tendencias a las características propias, a su identidad de marca.

Para el 2015 las tendencias en colores fueron los colores pasteles, lila, malva, orquídea radiante y los rojizos, se destacó el azul que comenzó a utilizarse como color de soporte, reemplazando al negro.

También se observaron experimentaciones en laqueados, dorados y metalizados, otro recurso que se utilizó es el calado es decir ver a través de la prenda; añadiendo a esto se puso de moda utilizar prendas con manifestaciones artísticas, tomando trazos de pintura, e impresiones tipográficas, por último se observó que lo victoriano, lo oscuro y las transparencias en combinación con le jean se fortaleció y se priorizó. (Litoral, 2014)

Cuando se compra una prenda se suele pedir asesoramiento, sea a los vendedores o acompañantes, se requiere de una segunda opinión, ya que el principal interés al adquirir cualquier artículo de moda es gustar a los demás por esta razón un servicio de asesoría de imagen es una herramienta muy poderosa en los negocios donde el enfoque principal es la venta de prendas de vestir. (Estefany Mabel Tamayo Ortega, 2011)

2.4.1 Tendencias de Consumo de los principales importadores de bienes textiles

Japón

- Mercado altamente sofisticado y con consumidores muy diversificados, requieren un abastecimiento constante.
- Demandan alta calidad en los productos
- Aumento de consumidores que realizan compras de textiles del hogar por internet.
- El japonés pasa más tiempo en la casa, lo cual crea otro tipo de necesidades y confort.
- Tendencia a viajar a países occidentales y visitar centros comerciales y tiendas especializadas. (PROECUADOR, Análisis sectorial, 2014)

Alemania

- En un mercado con un consumidor maduro que se guía por la calidad y busca equilibrar precio con calidad.
- Aumento del grupo de consumidores ambientalmente responsables quienes buscan productos eco, con diseño, calidad y buen precio.
- Consumidor que usa varios canales para adquirir sus productos. Se ha incrementado la compra online.
- Un mercado desarrollador y demandante de productos con innovación tecnológica. (PROECUADOR, Análisis sectorial, 2014)

Francia

- Es un mercado altamente exigente en la calidad e innovación de productos.
- Consumidor que busca comodidad a buen precio.
- Mercado con gustos sofisticados. (PROECUADOR, Análisis sectorial, 2014)

Canadá

- Es un mercado de consumo maduro.
- Consumidor que busca innovación.
- Aumenta la responsabilidad ambiental en el gusto del consumidor canadiense.
- Factores de clima determinan la adquisición de un producto. (PROECUADOR, Análisis sectorial, 2014)

Chile

- Entre los principales factores de consumo se destacan: el clima y el nivel socio económico.
- Crecimiento de hogares unipersonales
- Demandan productos innovadores y de moda (consumidores jóvenes)
- Cambio constante de decoración de interiores (hogar) por cambios de temporada. (PROECUADOR, Análisis sectorial, 2014)

Las tendencias como se mencionó cambian al menos una o dos veces al año y a rededor del mundo se realizan ferias, pasarelas y eventos dedicados a la

moda, la innovación etc. En el ANEXO 2 A se presenta un cronograma de los eventos, y ferias a realizarse en el 2016 en todo el mundo. Es importante para la industria textil ecuatoriana estar al tanto de estos eventos para estar al día con la tecnología que se desarrolla en otros países para esta industria, así como también se puede realizar grandes contactos y negociaciones con los representantes de diferentes países.

2.5 Barreras Arancelarias

De acuerdo al boletín de PROECUADOR, 2014 se presenta una tabla con los principales productos exportados por Ecuador y los principales mercados de destino y el ad-valorem aplicado a cada ítem, a continuación:

ARANCELES APLICADOS A LOS PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE ECUADOR	
Subpartida: 6301.40 (Mantas de Fibras Sintéticas (excepto las eléctricas))	
País Exportador	Tarifa Ad valorem
Colombia	0.00%
Brasil	0.00%
Perú	0.00%
Subpartida: 6302.60 (Ropa de tocador o cocina, de tejido con bucles del tipo toalla, de algodón)	
Colombia	0.00%
Venezuela	0.00%
Subpartida: 6302.22 (Las demás ropas de cama, estampadas de fibras sintéticas o artificiales)	
Colombia	0.00%
Perú	0.00%

Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Figura 30 Aranceles aplicados en lencería de hogar

Fuente: PROECUADOR

El 29 de diciembre del 2014 el Comex emitió la resolución 51, a través de la cual se realizó una modificación para artículos importados vinculados principalmente, a diversas maquinarias.

El incremento arancelario se dio entre el 5 y el 15%; en el caso del sector textil la medida se aplicó sobre 28 partidas arancelarias; entre estas se encuentran máquinas de coser convencionales y automáticas, aparatos para cortar o estirar, máquinas para bobinar hilos, productos textiles artificiales, telares, maquinaria para preparación de hilos, tecnología para lavado y planchado industrial, rectilíneos y una serie de repuestos, partes y piezas, entre otros.

La importación de productos en las 28 partidas sumó USD 50 millones el 2013, mientras que hasta septiembre del 2014 alcanzó 48 millones, al cierre de ese año el monto debió crecer a más de 50 millones.

Para el 2015 se pronosticó que las máquinas de coser no automáticas, que representan cerca de la tercera parte de las importaciones de las 28 subpartidas enfrentarían el alza arancelaria porque viene de Asia, donde los países no tienen preferencias. (Enríquez, El Comercio, 2015)

En el 2010 el gobierno ecuatoriano aprobó la aplicación de un arancel mixto para el ingreso de productos textiles al mercado ecuatoriano; de esta forma el arancel nacional que aplicaba un 30% fue reemplazado por un arancel mixto de USD 5,5 por cada kilo neto importado más un 10% como derecho arancelario ad valorem sobre el valor. (Universo, 2010)

Este tipo de arancel aplicado rige para terceros países ya que los que forman parte de la Comunidad Andina de Naciones no pagan ningún tipo de aranceles.

Por otra parte a partir de marzo del 2015 está vigente la salvaguardia por balanza de pagos para un total de 2800 partidas, el pasado 6 de marzo el Comité de Comercio Exterior (Comex) emitió la Resolución 11. A través de la cual fija una sobretasa arancelaria de entre el 5% y 45% para bienes de consumo y en cierto grado, materias primas y bienes de capital. (Enríquez, EL COMERCIO, 2015)

Se señaló que esta norma se aplicará durante 15 meses y el objetivo fue evitar los impactos en la economía nacional por la caída de los precios del petróleo y la apreciación del dólar.

La aplicación de una salvaguardia implica un impacto en los gastos que debe hacer un importador para nacionalizar un producto debido a que significa un arancel

sobre otro; por ejemplo si un artículo tenía 30% de arancel y sobre este se fija una sobretasa del 45% el cargo real para el producto importado llega al 75%. (Enríquez, EL COMERCIO, 2015)

En el caso del sector textil para las prendas de vestir mostramos unos ejemplos de sobretasas:

Tabla 11

Ejemplos de arancel mixto aplicado a prendas de vestir

PRODUCTO	TASA ACTUAL	+USD	SOBRETASA	TOTAL
Camisas de punto	10%	5,5 por Kg	25%	35%
Blusa para mujer	10%	5,5 por Kg	25%	35%
Ropa interior	10%	5,5 por Kg	25%	35%
Camisetas	10%	5,5 por Kg	25%	35%
Ropa para bebé	10%	5,5 por Kg	25%	35%

Las prendas de hogar comprendidas en el gráfico 3 comprenden una sobretasa del 25% correspondientemente.

2.6 Barreras No Arancelarias

A continuación se indican los principales trámites a seguir en los principales mercados de acceso de textiles del hogar procedentes desde Ecuador:

En Colombia

La persona natural o jurídica que importe textiles y confecciones, debe obligatoriamente obtener una autorización otorgada por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacional, para la cual deberá formular una solicitud escrita ante dicha Entidad; la autorización como importador tendrá vigencia de dos años.

Para el caso de textiles, el Ministerio de Comercio, Industria y Comercio según decreto N.- 0731 de 13/04/2012, establece el procedimiento para adopción de

medidas de salvaguardia textil; que se aplicará cuando la producción local se vea amenazada o afectada. (PROEcuador, Análisis sectorial, 2014)

En Brasil

Las normas reguladoras de Comercio Exterior de Brasil según resolución N.- 2 de 06/V/08 indican los requisitos de etiquetado para las materias textiles y su manufactura. Los artículos de cama, mesa cocina, cuarto de baño y cortinas deben indicar claramente la composición textil, indicar el país de origen y la cantidad por componente; las dimensiones del artículo del producto son opcionales. (PROEcuador, Análisis sectorial, 2014)

En Estados Unidos

Los productos textiles deben cumplir con requerimientos de contenido, estampado y etiquetado, establecidos en la ley de Productos y Fibras Textiles; la cual rige y contiene toda la normatividad referente a la importación de los productos de este sector.

A continuación, algunos de sus requerimientos:

- El nombre del país de origen de fabricación
- El nombre del fabricante, o identificación de registro emitido por la Comisión Federal de Comercio.
- Porcentajes de peso de fibras y nombres genéricos del textil deben detallarse en la etiqueta, los componentes que representan menos del 5% deben ser listados como “otras fibras” (PROEcuador, Análisis sectorial, 2014)

2.7 Tecnología e innovaciones del sector textil a nivel mundial

El sector textil y de confección está a la vanguardia de las nuevas tendencias ecológicas y amigablemente responsables, pues está consciente de la afectación que el mismo ha tenido en el medio ambiente.

A nivel mundial se ha ido desarrollando la tecnología para el mejoramiento de procesos, reducción de costos, no solamente mediante la utilización de insumos

biodegradables que mejoran además los procesos productivos, sino también mediante la utilización de fibras alternativas.

La utilización de fibras alternativas ha permitido la creación de una nueva línea de prendas conocida como Ecofashion; estos productos tienen mayor acogida en mercados europeos y norteamericano, donde los factores ambientales y sociales, como el fairtrade, están más presentes en la mente del consumidor.

Desarrollo de nano tecnología en fibras textiles, innovación en telas nuevas que absorben líquidos, que repelen la suciedad y bacterias, están dentro de las nuevas tendencias. Japón es uno de los principales países desarrollados de innovación textil, además de crear telas con nanotecnología, también está incursionando en el desarrollo de telas inteligentes que ofrecen al consumidor mejor calidad de vida y comodidad.

Los componentes de esta tela reducirían las posibilidades de resecaamiento de la piel y reduciría las posibilidades de alergias; en los últimos años sin lugar a duda, a tecnología se ha convertido en un aliado de la industria textil.

Con el objetivo común de desarrollar un plan de innovación académico, industrial y de transferencia de tecnología para fortalecer la industria textil del Ecuador; la Empresa Pública Yachay, la Asociación de Textileros Ecuatorianos y la Universidad Estatal de Carolina del Norte (NCSU), unieron esfuerzos en una jornada de debate y análisis en el área de los textiles del país.

El gerente General de Yachay EP dio a conocer las líneas de cooperación a desarrollarse en este convenio:

- La primera es la capacitación y certificación de talento humano a través de la formación técnica y tecnológica, que estuvo ya operativa en el Instituto Superior Tecnológico “17 de Julio”, en la Ciudad del Conocimiento y que será replicable en todo el país mediante el Sistema de Educación Técnica y Tecnológica Pública.
- La segunda línea de trabajo se encuentra direccionada al fortalecimiento de los laboratorios de certificación y testeo para la industria textil, lo que permitirá desarrollar una línea de trabajo con industriales Textileros para

certificar su producción a nivel internacional y que sea susceptible de ser exportada y asimilada en otros mercados.

- La última y más importante línea de cooperación es el desarrollo de un centro de investigaciones textiles, con el soporte del Colegio de Textiles de Carolina del Norte, en la Ciudad Yachay, esto permitirá contar con una investigación en el desarrollo de nuevos materiales y tejidos, y el trabajo colaborativo con las industrias para innovar en cuanto a materiales en el futuro. (YACHAY, 2015)

2.8 Inversiones

La industria textil está comprometida con Ecuador. Muestra de ello son las inversiones y reinversiones que empresas instaladas en el país han realizado en los últimos años. Los capitales, destinados para compra de maquinaria, expansión de plantas e innovación, son generadores de empleo directo digno y catalizadores de empleo indirecto.

Otra consecuencia positiva de la inyección de capitales a largo plazo es la mejora de competitividad del producto nacional gracias a economías de escala. Esto se refleja en el incremento de ventas y en el ingreso a nuevos mercados. Los esfuerzos del sector privado para alcanzar una economía saludable para todos, tienen que estar acompañados por los correctos estímulos por parte del gobierno a la inversión nacional y extranjera.

A continuación se muestra el caso de una empresa textilera ecuatoriana que ha realizado procesos de inversión.

Enkador

Para esta empresa ecuatoriana la decisión de inversión partió del reconocimiento que el mercado textil es un mercado muy competitivo. Las inversiones que la compañía ha realizado en los últimos años se apoyan en dos estrategias básicas:

1. El crecimiento de su capacidad de producción para poder lograr costos unitarios más bajos a través de economías de escala para sus productos commodities; y,
2. La diversificación de su portafolio de productos hacia nichos más especializados que permita desarrollar una línea orientada al sector industrial.

En los últimos años, los accionistas de Enkador han demostrado su compromiso con el crecimiento del país y con la generación de empleo a través del apoyo a nuevas inversiones. Por un lado se promueve el ingreso de divisas a través de sus exportaciones y por otro, la creación de nuevos puestos de trabajo que ha permitido a varias familias de ecuatorianos contar con un ingreso digno. Con la nueva inversión se han generado 200 empleos directos adicionales y aproximadamente 800 empleos indirectos.

Con esta inversión la empresa espera incrementar sus ventas en función de su nueva capacidad de producción hasta en un 60% adicional, es decir, alcanzar ventas promedio de 800 toneladas/mes.

Debido a la lenta recuperación del mercado de exportación, después de la crisis financiera mundial, parte del incremento de capacidad de producción fue absorbida por el mercado local. Para los directivos de la empresa el impuesto a la salida de divisas ha restado competitividad en sus exportaciones y ha anulado el efecto esperado del crecimiento en los resultados de la compañía, lo que impacta negativamente en la posibilidad de realizar nuevas inversiones en el futuro.

La empresa confía en que la pronta recuperación del mercado de exportación, a donde tradicionalmente orientan sus productos, y el desarrollo de nuevos mercados de exportación permita alcanzar los niveles proyectados de ventas en los próximos años.

El financiamiento de las nuevas inversiones se logró mediante el uso de varias fuentes: el aporte de capital fresco de sus accionistas, la reinversión de las utilidades generadas por la compañía y el apoyo de entidades financieras como la Corporación Financiera Nacional. (AITE, 2016)

2.9 Reglas e Incentivos para la inversión

El gobierno nacional apoya a la inversión productiva privada inteligente que promueva la innovación tecnológica, generación de empleo de calidad y la sustitución selectiva de importaciones. Existen varias herramientas para apoyar al emprendimiento y las inversiones productivas en el Ecuador:

- Incentivos del Código Orgánico de la Producción, Comercio E Inversiones.
- Apoyo de financiamiento de la banca pública
- Facilitación aduanera
- Desarrollo de capital humano.

Beneficios que Ecuador ofrece para la inversión

- Los inversionistas extranjeros gozaran de los incentivos establecidos en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e inversiones.
- Todo inversionista tiene la opción de aplicar a un contrato con el Estado Ecuatoriano, el cual otorga estabilidad por 15 años, extensibles a 15 años adicionales. El monto mínimo de inversión del contrato es de \$250.000 dólares americanos.

2.9.1 Incentivos generales

- Ecuador cuenta con la tasa del impuesto a la renta más baja de la región.
- Reducción de 10 puntos de la tarifa del impuesto a la renta por reinversión en activos productivos.
- Exoneración de pago del anticipo mínimo del impuesto a la renta por 5 años, para las nuevas empresas que se constituyan en el país.
- Exoneración del pago del impuesto a la salida de divisas para los pagos al exterior por créditos externos, con un plazo mayor a un año y con una tasa no superior a la autorizada por el Banco Central del Ecuador.

2.9.2 Incentivos para zonas fronterizas y deprimidas

Deducción del 100% adicional para el cálculo del Impuesto a la Renta, los gastos en sueldos y salarios por generación de nuevo empleo en zonas determinadas, por 5 años.

2.9.3 Incentivos a medianas empresas

- Deducción adicional del 100% de los gastos incurridos para el cálculo del impuesto a la renta.
- Capacitación técnica, investigación e innovación.
- Estudios de mercado y competitividad.
- Viaje, estadía y promoción comercial para la apertura de nuevos mercados (PROECUADOR, 2015)

CAPÍTULO 3

RESULTADOS

3.1 Propuesta

El sector textil constituía el segundo sector manufacturero más grande del país pero hace poco el sector químico ha puesto a la industria textil en tercer lugar. El sector textil genera miles de plazas de empleos alrededor de 250.000 plazas siendo la mayoría de trabajadores mujeres.

Algo que detiene a las exportaciones son los tratados de libre comercio que no existen con Estados Unidos y la Unión Europea quienes son los principales consumidores de ropa, y esto se agrava cuando Perú y Colombia los grandes competidores del sector textil ecuatoriano si cuentan con este tipo de acuerdos internacionales.

Lógicamente este esfuerzo para ser competitivos debe ser compartido. El requerimiento de la industria es que el costo país disminuya hasta llegar al menos a los niveles de la región, especialmente en lo que respecta al costo laboral, de energía eléctrica, las tarifas en telecomunicaciones y los fletes del transporte de carga, que son algunos de los principales rubros que afectan los costos de producción de la industria textil. Así mismo, se requiere un régimen laboral flexible y una Aduana que facilite el comercio exterior, que erradique el contrabando y que sea incorruptible.

No obstante, otro factor fundamental para seguir creciendo nuestra participación en el mercado externo, es que el Gobierno Nacional negocie acuerdos comerciales con los países que demandan nuestra producción y que ofertan lo que requerimos. Entre los países o bloques económicos más importantes comercialmente hablando se encuentran Estados Unidos, la Unión Europea, Venezuela, México, Canadá y Centroamérica; por tanto, el Ecuador debe procurar acuerdos con estas

naciones que garanticen a nuestros productos un acceso preferencial a sus mercados a largo plazo, enmarcados en una normativa que clara que genera un ambiente de certidumbre y seguridad para los negocios y las inversiones.

Nuestra intención es fortalecer los lazos comerciales con los países Andinos, pero ampliar nuestras exportaciones a otras latitudes para poco a poco llegar a más países latinoamericanos y europeos. Todo esto contribuirá con el objetivo principal de nuestro sector que es la generación de empleo digno para los ecuatorianos.

La industria textil del país no necesita medidas proteccionistas, sino una política global en la que se abarque factores como:

- Formación
- Financiamiento
- Investigación
- Innovación de tecnología
- Marca
- Promoción de exportaciones
- Productividad y dentro de todo esto corregir los errores que existen en las importaciones en cuanto al contrabando.

CONCLUSIONES

- El sector textil ecuatoriano tuvo un alza de movimiento comercial internacional en el año 2013, pero desde el 2014 al 2015 tuvo una decadencia.
- La mayor producción textil en el Ecuador está concentrada en la sierra principalmente en la provincia de Imbabura al Norte del País, comprendiendo las zonas de, Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro, San Antonio y Urcuquí.
- Los principales competidores del Ecuador en la industria textil son Perú y Colombia, principalmente debido a que cuentan con acuerdos de libre comercio con la Unión Europea y Estados Unidos, que son los principales consumidores de prendas de vestir.

RECOMENDACIONES

- A pesar de no contar con acuerdos comerciales con los principales compradores a nivel mundial, los productores y exportadores pueden potencializar el movimiento de comercialización internacional si el gobierno disminuye el costo país y controla de manera periódica el contrabando.
- Otra manera de encontrar nuevos proveedores y potenciales compradores es participando en las distintas ferias textiles que se organizan alrededor del mundo, donde Ecuador no tiene participación como expositor, esta es una dinámica adecuada para dar a conocer los distintos productos textiles que se elaboran nacionalmente.
- El principal proveedor a nivel mundial en textiles es China debido a su bajo costo laboral, y su capacidad de producción, en esos aspectos como país no podemos competir, pero para llegar al consumidor hay que recalcar que la calidad de producción nacional es mejor debido a que en su mayoría la producción textil ecuatoriana es artesanal.

Bibliografía

- AITE. (24 de Febrero de 2016). *Asociación de Industriales Textiles del Ecuador*. Obtenido de <http://www.aite.com.ec/industria-textil.html>
- Álvarez, B. E. (27 de Enero de 2016). *Lupa Empresarial*. Obtenido de <http://www.ceipa.edu.co/lupa/index.php/lupa/article/view/94/182>
- ANDINA, C. (25 de Julio de 2007). *DANE*. Obtenido de <http://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/SA2007.pdf>
- Arévalo, C. G. (18 de Marzo de 2007). Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/14-puntos-de-la-calidad-segun-edwards-deming/>
- (s.f.). *Art 76 COPCI*.
- Astros, I. J. (27 de Enero de 2016). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos91/nueva-teoria-del-comercio-internacional-y-politica-comercial/nueva-teoria-del-comercio-internacional-y-politica-comercial.shtml#lanuevatea>
- Bakovic, B. C. (2003). *RCCI*. Obtenido de <http://rcci.net/globalizacion/2003/fg358.htm>
- BLOGSPOT. (25 de Septiembre de 2014). *Control de calidad*. Obtenido de <http://controlcalidadconfeccion.blogspot.com/>
- Camba, D. A. (Julio de 2010). *COMERCIIUM ET TRIBUTUM, VOLUMEN IV*. Obtenido de <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/comercium/article/viewArticle/237/1687>
- Cevallos, J. (25 de Febrero de 2016). *Revista Gestión*. Obtenido de <http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2014/03/Industria-textil.pdf>
- Chagoya, E. R. (01 de Julio de 2008). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Chamberlain, K. (02 de Febrero de 2016). *Monografías*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos55/petroleo-y-teoria-de-la-demanda/petroleo-y-teoria-de-la-demanda2.shtml#ixzz3z1RSWSGn>
- CHILE, U. S. (27 de Enero de 2016). *Admusach*. Obtenido de <http://admusach.tripod.com/ici2.htm>
- Comercio y Aduanas . (2014). *que es importar* . Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/120-que-es-importar>
- Comercio y Aduanas. (12 de 05 de 2014). *Comercio Internacional*. Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/113-que-es-comercio-internacional>

- COPCI. (2010). Código orgánico de la producción, comercio e inversiones. *COPCI*, (pág. Art 1). Quito.
- Definición. (27 de Septiembre de 2015). *Definición de* . Obtenido de <http://definicion.de/asociacion/>
- DEFINICIÓN DE* . (30 de Enero de 2016). Obtenido de <http://definicion.de/tendencia/>
- Diccionario CAN. (04 de 08 de 2013). *Barreras comerciales* . Obtenido de <https://prezi.com/muz4j5pu04qj/barreras-comerciales/>
- Diccionario en línea . (2013). *sistemas de incentivos* . Obtenido de <http://economiaincentivos.blogspot.com/2011/12/definicion-de-incentivo.html>
- Diccionario Economía. (05 de 06 de 2015). Obtenido de <http://definicion.de/comercio/>
- Emilio Jose Andrés, M. A. (05 de Enero de 2007). *Consumo y Consumismo*. Obtenido de <http://consumoyconsumismo.blogspot.com/>
- Enciclopedia Financiera. (20 de 01 de 2014). *Definiciones Financieras* . Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-economias-de-escala.html>
- Enciclopedia Virtual. (27 de Septiembre de 2015). *Eumed. Net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/diccionario/definicion.php?dic=3&def=347>
- Enciclopedia Wikipedia. (24 de 05 de 2013). *Wikipedia*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_(econom%C3%ADa))
- Enríquez, C. (15 de Enero de 2015). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/aranceles-partidas-maquinaria-sector-textil.html>
- Enríquez, C. (10 de Marzo de 2015). *EL COMERCIO*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/salvaguardias-aranceles-balanza-pagos-consumo.html>
- Estefany Mabel Tamayo Ortega*. (2011). Obtenido de Repositorio PUCE : <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/3862/T-PUCE-3317.pdf;jsessionid=2BC1B73A30DFDBB638D978BDA03096EF?sequence=1>
- Fernández, C. J. (02 de Febrero de 2016). *El Ergonomista*. Obtenido de <http://www.elergonomista.com/dom01.html>
- FINANCIERA, E. (02 de Febrero de 2016). Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/teoriaeconomica/microeconomia/ofertaydemanda.htm>
- FLACSO. (12 de 2011). *Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa*. Recuperado el 20 de 02 de 2015, de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/bc0c28zhw1qd44db7yor1ux67pdzje.pdf>
- GALEON. (10 de Febrero de 2016). *galeon*. Obtenido de <http://portafoliocarolinaim.galeon.com/aficiones2211686.html>

- Gerencie. (16 de Febrero de 2016). Obtenido de <http://www.gerencie.com/barreras-arancelarias.html>
- Hernández, N. A. (07 de Octubre de 2015). *SEEI*. Obtenido de http://www.aniortenic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm
- Internacional, F. M. (28 de Enero de 2016). Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=IAvU_j0hxdYC&pg=PA89&dq=definici%C3%B3n+de+inversi%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi03qWEp97KAhWTt h4KHXMQBIsQ6AEIITAB#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20inversi%C3%B3n&f=false
- La nueva economía*. (26 de Enero de 2016). Obtenido de <http://lanuevaeconomia.com/comercio-internacional-conceptos-y-teorias.html>
- Litoral, U. N. (19 de Mayo de 2014). *Prensa UNL*. Obtenido de http://www.unl.edu.ar/noticias/news/view/las_nuevas_tendencias_para_la_industria_textil#.Vs89Nn3hDIU
- Manjarrez, G. C. (09 de Junio de 2010). *SlideShare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/Giovannycastromz/fuentes-y-tecnicas-de-recoleccion-de-informacion>
- Medina, M. I. (10 de Febrero de 2016). *Eumednet*. Obtenido de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tratamiento_analisis.html
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR. (30 de Noviembre de 2015). *Pro Ecuador*. Obtenido de Textiles y Confecciones: <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/textiles-y-confecciones/>
- Monografias.com. (14 de 06 de 2015). *Que es Exportar*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos91/exportacion/exportacion.shtml>
- Mora, D. T. (06 de Mayo de 2008). Obtenido de <http://oikianomos.blogspot.com/2008/05/42-barreras-arancelarias-y-no.html>
- Morettini, M. (Mayo de 2002). *Nulan. Mdp*. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/1887/1/01486.pdf>
- OCLC. (30 de Enero de 2016). *OCLC*. Obtenido de <https://www.oclc.org/es-americalatina/policies/iso.html>
- Organizacion Mundial del Comercio . (s.f.). *Organizacion Mundial del Comercio* . Recuperado el 2015, de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tbt_s/tbt_info_s.htm
- Padilla, G. (03 de Febrero de 2002). Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-calidad-segun-juran-deming-crosby-e-ishikawa/>
- Paul R. Krugman, M. O. (2012). *Economía Internacional*. Madrid: Pearson.
- Proecuador. (2012). *Analisis sectorial de textiles y confecciones*. Recuperado el 25 de 12 de 2015, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf

- PROEcuador. (2014). *Análisis sectorial*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/PROEC_AS2014_TEXTILES.pdf
- PROEcuador. (Febrero-Marzo de 2015). *Boletín de Análisis de Mercados Internacionales*. Obtenido de www.proecuador.gob.ec
- PROEcuador. (2015). *Reglas e incentivos para la inversión*. Recuperado el 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/porque-invertir-en-ecuador/reglas-claras-e-incentivos-para-la-inversion/>
- PROEcuador. (25 de Febrero de 2016). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/directorio-de-exportadores-de-ecuador/>
- Que es. (27 de Septiembre de 2015). Obtenido de <http://www.quees.info/que-es-la-tecnologia.html>
- RIEGO, M. D. (02 de Febrero de 2016). *MINAGRI*. Obtenido de <http://minagri.gob.pe/portal/objetivos/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>
- Roberto, G. (29 de Noviembre de 2006). *gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/teoria-economica-del-comercio-internacional/>
- Rosey, J. C. (10 de Mayo de 2013). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/>
- Ruiz, A. F. (20 de Agosto de 2001). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/tipos-inversion-extranjera/>
- Simón, D. V. (2010). *Tesisenred*. Obtenido de http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/1371/05.VLS_ANALISIS_Y_TRATAMIENTO_INFORMACION.pdf?sequence=6
- Sur, F. S. (11 de Diciembre de 2008). *ACTIBVA*. Obtenido de <http://www.actibva.com/magazine/actibva/teoria-de-la-oferta-y-la-demanda>
- SUV, L. M. (10 de Febrero de 2016). Obtenido de http://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES39.pdf
- Técnica, I. (25 de Enero de 2016). *Organización Mundial de Comercio*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/invest_s/invest_info_s.htm
- Thompson, I. (Diciembre de 2005). *PROMONEGOCIOS*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercado/concepto-de-mercado.html>
- Torres, M. (26 de Julio de 2008). *INFOCALSER*. Obtenido de <http://infocalser.blogspot.com/2008/07/la-productividad-concepto-y-factores.html>
- Universidad de Cuenca. (2015). *Universidad de Cuenca*. Recuperado el 2016, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/22259/1/TESIS.pdf>
- UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA. (2012). *Análisis sectorial de la Industria Textil Ecuatoriana*. Guayaquil.

- Universo, E. (18 de Febrero de 2010). *El Universo*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2010/02/18/1/1356/ecuador-anuncia-arancel-mixto-importacion-prendas-vestir-lenceria.html>
- Vásquez, M. A. (14 de Abril de 2015). *INEN.127*. Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/RTE-127-1R.pdf>
- Vásquez, M. A. (27 de Abril de 2016). *INEN*. Obtenido de http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/rte_vigente/REGLAMENTOS%202012-02-2014/RTE-013-1R.pdf
- YACHAY. (13 de Octubre de 2015). *YACHAY*. Obtenido de <http://www.yachay.gob.ec/yachay-desarrollo-think-tank-para-potenciar-el-sector-textil-nacional-e-internacional-con-cientificos-y-expertos-de-ncsu/>