



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC

FACULTAD:

CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

TÍTULO:

**ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR TEXTIL ECUATORIANO EN
RELACIÓN CON LA COMPETENCIA EN EL MERCADO INTERNACIONAL, PARA
EL PERÍODO 2018- 2022.**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL

MODALIDAD DE TITULACIÓN:

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO PARA OBTENER:

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

GÉNESIS NICOLE ALCÍVAR CANTOS

TUTOR:

MSC. FERNANDO CEVALLOS

GUAYAQUIL, 2023

Dedicatoria

Esta tesis comienza con una dedicatoria especial a Dios, quien me ha dado unos padres y una hermana increíbles, quienes me han brindado su inquebrantable respaldo, un ejemplo de dedicación y palabras de ánimo que me han sostenido en los momentos más desafiantes. Siempre estuvieron allí para levantarme, sin importar las dificultades que enfrenté.

A mi abuelita, que, a pesar de no estar físicamente aquí, ha iluminado mi camino y me ha dado la fortaleza para no desistir de mis metas.

También quiero dedicar este trabajo a mi tía María Cantos, quien siempre ha estado a mi lado, brindándome un cariño inquebrantable y un apoyo constante durante mi tiempo en la universidad, preocupándose constantemente por mi bienestar.

A todos ellos, les ofrezco mi esfuerzo y compromiso con un profundo agradecimiento.

Alcivar Cantos Génesis Nicole

Agradecimiento

Deseo mostrar mi profunda gratitud hacia Dios y mi familia, quienes han tenido un papel esencial en esta fase de mi existencia. Su amor sin reservas, esfuerzos y compromiso hacia mi persona han sido inestimables. Constituyeron mi principal respaldo durante mi trayecto hacia el crecimiento profesional, al mismo tiempo que me han transmitido principios, valores y una determinación por superarme.

Alcivar Cantos Génesis Nicole



ANEXO N° 14

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN A
REVISIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Samborondón, 24 de octubre del 2023

Magíster

Ana María Gallardo

Decano(a) de la Facultad

Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: **ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR TEXTIL ECUATORIANO EN RELACIÓN CON LA COMPETENCIA EN EL MERCADO INTERNACIONAL, PARA EL PERÍODO 2018- 2022** según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requisitos establecidos en la guía para la elaboración del trabajo de titulación. Por lo que se autoriza a: **Génesis Nicole Alcívar Cantos**, para que proceda a su presentación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación:

ATENTAMENTE,

Msc. Fernando Cevallos
Tutor

ANEXO N° 15

CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

ANEXO N° 15

CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado **Julio Fernando Cevallos Rúaes**, tutor del trabajo de titulación **ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR TEXTIL ECUATORIANO EN RELACIÓN CON LA COMPETENCIA EN EL MERCADO INTERNACIONAL, PARA EL PERÍODO 2018- 2022**, elaborado por **Génesis Nicole Alcivar Cantos**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias del 7 (%), mismo que se puede verificar en el print de pantalla a continuación:



Msc. Fernando Cevallos
Tutor



ANEXO N°16

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN CON INCORPORACIÓN DE LAS OBSERVACIONES DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Samborondón, 18 de diciembre de 2023

Magíster

Ana María Gallardo

Decano(a) de la Facultad

Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: **ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR TEXTIL ECUATORIANO EN RELACIÓN CON LA COMPETENCIA EN EL MERCADO INTERNACIONAL, PARA EL PERÍODO 2018- 2022** según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; fue revisado y se deja constancia que el estudiante acogió e incorporó todas las observaciones realizadas por los miembros del tribunal de sustentación por lo que se autoriza a: **Génesis Nicole Alcívar Cantos**, para que proceda a la presentación del trabajo de titulación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación y posterior sustentación.

ATENTAMENTE,

Mgtr/ PhD. Fernando Cevallos

Tutor(a)

Índice General

Índice General.....	7
Índice de Tablas	12
Índice de Figuras.....	12
Resumen.....	13
Abstract.....	14
Introducción.....	15
Planteamiento del problema	16
Objetivos de la Investigación	20
Objetivo general	20
Objetivos específicos	20
Justificación	20
Capítulo I.....	22
Marco Teórico y Marco Legal	22
1.1. Marco Teórico.....	23
1.1.1. Antecedentes.....	23
1.1.2. Teorías del Comercio Internacional.....	24
1.1.2.1. Modelo de la ventaja absoluta de Adam Smith	24
1.1.2.2. Modelo de la ventaja comparativa de David Ricardo	24
1.1.2.3. Modelo de Heckscher-Ohlin.....	24
1.1.2.4. Novísimos o desarrollos recientes que incorporan diferencias entre empresas	25
1.1.3. Evolución del sector textil.....	25
1.1.3.1. Evolución histórica	25
1.1.3.2. Industria Nacional Textil	26
1.1.4. Acuerdos comerciales.....	27
1.1.4.1. Acuerdo de Asociación Económica Unión Europea - Ecuador	27
1.1.4.2. Sistema Generalizado de Preferencias (SGP).....	28
1.1.4.3. Acuerdo de Complementación Económica con la Comunidad Andina (CAN).....	28

1.1.4.4. Acuerdo de Alcance Parcial con países de América Latina	28
1.1.4.5. Acuerdos bilaterales	29
1.1.4.6. Acuerdo con la Organización Mundial del Comercio (OMC).....	29
1.1.5. Provincias con industrias textiles en Ecuador.....	30
1.1.6. Barreras y desafíos en la exportación textil	31
1.1.6.1. Competencia global	31
1.1.6.2. Costos de producción	31
1.1.6.3. Tamaño de la industria	31
1.1.6.4. Fluctuación de los precios de las materias primas.....	31
1.1.6.5. Calidad y diseño.....	31
1.1.6.6. Competencia global	32
1.1.6.7. Fluctuaciones cambiarias.....	32
1.1.6.8. Protección de la propiedad intelectual	32
1.1.6.9. Sostenibilidad y responsabilidad social.....	32
1.1.7. Estado del arte	32
1.1.7.1. Análisis prospectivo estratégico del sector textil productivo ecuadoriano para incrementar la competitividad en las exportaciones	32
1.1.7.2. Factores que incidieron en la exportación de textiles durante la pandemia Covid-19, período 2020-2021	33
1.1.7.3. Capital humano en las exportaciones del sector textil en el Ecuador	
34	
1.2. Marco Legal	35
1.2.1. Ente regulador	35
1.2.1.1. Ente regulador nacional	35
1.2.1.2. Ente regulador internacional	35
1.2.1.2.1. Organización Mundial del Comercio.....	35
1.2.1.2.2. Cámara de Comercio Internacional	36
1.2.2. Legislación vigente	36
1.2.2.1. Ley Orgánica de Aduanas.....	36

1.2.2.2.	Reglamento General a la Ley Orgánica de Aduanas	36
1.2.2.3.	Resolución 001-2021	37
1.2.2.4.	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) 37	
1.2.2.5.	Guía de Industria Textil	40
Capítulo II	41
Marco Metodológico	41
2.1.	Enfoque de la investigación	42
2.1.1.	Enfoque cualitativo	42
2.2.	Período y lugar donde se desarrolla la investigación.....	43
2.2.1.	Delimitación espacial	43
2.2.2.	Delimitación temporal.....	43
2.3.	<i>Método de investigación</i>	43
2.3.1.	Método descriptivo	43
2.4.	Tipo de investigación	43
2.4.1.	Investigación exploratoria.....	44
2.4.2.	Investigación descriptiva	44
2.4.3.	Investigación explicativa.....	44
2.5.	Universo y muestra de estudio	45
2.5.1.	Universo de estudio	45
2.5.2.	Muestra de estudio.....	45
2.5.2.1.	Muestra no probabilística.....	45
2.6.	Técnicas de recolección de información	47
2.6.1.	Técnicas documentales.....	47
2.6.2.	Entrevista	47
2.6.2.1.	Entrevista estructurada.....	48
2.7.	Definición y comportamiento de las Variables incluidas en el Estudio.....	48

2.7.1. Matriz de análisis PESTEL.....	48
2.7.2 Cadena de valor.....	49
2.7.3. Cinco fuerzas de Porter	49
2.7.4. Matriz	50
2.8. Procesamiento y Análisis de la Información	50
Capítulo III.....	52
Análisis e Interpretación de los Resultados.....	52
3.1. Auditoría Interna Industria Textil Ecuatoriana.....	53
3.1.1. Cadena de valor.....	53
3.1.2. Evolución de la exportación textil en Ecuador.....	55
3.2. Fuerzas competitivas.....	59
3.2.1. Rivalidad competitiva	59
3.2.2. Poder de negociación del cliente	60
3.2.3. Poder de negociación de los proveedores	61
3.2.4. Amenaza de productos sustitutos	61
3.2.5. Amenaza de nuevos competidores	62
3.3. Auditoría Externa	62
3.3.1. Entorno político	62
3.3.2. Entorno económico	63
3.3.3. Entorno social	64
3.3.4. Entorno tecnológico	64
3.3.5. Entorno ambiental	64
3.3.6. Entorno legal	65
3.4. Análisis comparativo de entrevistas realizadas	66
3.5. Análisis de ambiente: Matriz FODA	67
Capítulo IV	68
Propuesta.....	68

4.1. Propuesta general	69
4.2. Justificación	71
4.3. Desarrollo de la Propuesta	72
Conclusiones.....	76
Recomendaciones.....	77
Referencias bibliográficas	78
Anexos	82
Anexo A	82
Anexo B.....	83
Anexo C.....	86
Anexo D.....	89
Anexo E.....	91

Índice de Tablas

Tabla 1. Definición y comportamiento de las variables.....	48
Tabla 2, Análisis comparativo de entrevistas realizadas.....	66
Tabla 3, Análisis FODA del caso de estudio	67

Índice de Figuras

Figura 1, Cadena de valor del sector textil ecuatoriano.	54
Figura 2, Exportaciones del sector textil ecuatoriano 2019 – 2020 valores en dólares.	56
Figura 3, Evolución ventas sector textil ecuatoriano 2019-2020-2021, valores en dólares.	57
Figura 4, Balanza comercial sector textil ecuatoriano 2019-2021, valores en dólares.	59

Resumen

El objetivo de este estudio fue llevar a cabo un análisis de las exportaciones del sector textil ecuatoriano en el contexto de la competencia en el mercado internacional durante el período 2018-2022. El propósito principal de proponer una estrategia integral para fortalecer la competitividad del sector textil ecuatoriano en el mercado global actual.

En términos metodológicos, la investigación se centró en un enfoque cualitativo. La información se analizó utilizando métodos descriptivos y análisis empíricos. Se emplearon herramientas como el análisis PESTAL, la cadena de valor, las cinco fuerzas de Porter y el análisis FODA. El objetivo de estos análisis era identificar las fortalezas y debilidades del sector textil ecuatoriano en el mercado internacional, así como resaltar las oportunidades para mejorar su competitividad.

A pesar de la destacada presencia del sector textil ecuatoriano en el mercado internacional, debido a su producción de alta calidad, se enfrenta a obstáculos al competir con naciones como China, India y Bangladesh debido a los costos de producción más elevados.

En conclusión, es importante destacar la relevancia de las ventajas del sector textil ecuatoriano en el tratamiento de materiales. De hecho, gran parte de la materia prima proviene del mercado interno, lo que agrega un valor significativo. Como propuesta, se sugiere una estrategia genérica que se centra en la creación de nuevos productos. Esta estrategia debe ser desarrollada teniendo en cuenta el contexto actual y con una visión a futuro.

Palabras clave: Exportaciones del sector textil, diversificación, competitividad, estrategia integral.

Abstract

The aim of this study was to conduct an analysis of the exports of the Ecuadorian textile sector in the context of competition in the international market during the period 2018-2022. The main purpose is to propose a comprehensive strategy to strengthen the competitiveness of the Ecuadorian textile sector in the current global market.

In methodological terms, the research focused on a qualitative approach. The information was analyzed using descriptive methods and empirical analyses. Tools such as the PESTAL analysis, the value chain, the five Porter forces and the FODA analysis were used. The aim of these analyses was to identify the strengths and weaknesses of the Ecuadorian textile sector in the international market, as well as highlight opportunities to improve its competitiveness.

Despite the prominent presence of the Ecuadorian textile sector in the international market, due to its high-quality production, it faces obstacles when competing with nations such as China, India, and Bangladesh due to higher production costs.

In conclusion, it is important to highlight the relevance of the advantages of the Ecuadorian textile sector in the treatment of materials. In fact, much of the raw material comes from the domestic market, which adds significant value. As a proposal, a generic strategy focusing on the development of new products is suggested. This strategy must be developed considering the current context and with a vision for the future.

Keywords: Textile exports, diversification, competitiveness, comprehensive strategy.

Introducción

El período comprendido entre 2018-2022 surgió un hecho mundial que alteró absolutamente todos los aspectos, entre lo que se puede destacar es el impacto en la economía mundial. Todo ocurre a partir del 30 de enero del 2020, al declararse la pandemia por COVID19.

No ha sido ajeno para el sector textil esta situación, es por ello que en este proyecto de investigación se realizará un análisis de las exportaciones del sector textil ecuatoriano en relación con la competencia en el mercado internacional para el periodo 2018-2022. Considerando además que este es un tema relevante y pertinente debido a la importancia económica y comercial que tiene este sector en el Ecuador.

En el país, el sector textil es uno de los principales generadores de empleo y contribuye significativamente a las exportaciones del país, lo que genera dinamización de la economía y permite el desarrollo de varios sectores; como el manufacturero y de producción. El comprender cómo se ha desempeñado en el mercado internacional y su competitividad frente a otros países en un periodo específico permitirá evaluar su situación y tomar decisiones informadas para fortalecer y mejorar la posición del sector en el futuro.

La industria textil ecuatoriana desde el 2022 trazó un plan acción con miras al año 2027, con el firme objetivo de multiplicar sus exportaciones. Puntualizando que Ecuador cerró el año 2021 -que en gran parte estuvo marcado por limitaciones para la población- con exportaciones en esta rama cerca de los 130 millones de dólares. (Litman, 2022)

Javier Díaz (2021), presidente de la Asociación de Industrial Textiles del Ecuador afirma que existe mucho camino por recorrer en el ámbito de las exportaciones, enfatiza en que lo que están buscando año a año es crecer e innovar en modelos de negocios. (Revista Líderes Ec, 2021) Es así que Ecuador pretende incluirse en cadenas globales de valor, tanto por medio de la manufactura y también de sus productos propios, brindando especial importancia a Estados Unidos, Colombia y Perú, países que hoy por hoy son socios comerciales de la industria textil ecuatoriana.

Por todo lo dicho es importante analizar este tema en el momento presente para obtener información actualizada y tomar medidas estratégicas que impulsen la competitividad y el desarrollo sostenible del sector textil ecuatoriano.

Planteamiento del problema

El sector textil en el Ecuador tiene su origen mucho antes del siglo XX, no es hasta esta época que la industria empieza a tomar relevancia en el mercado, situación que se sirvió para que se conformen distintas Asociaciones concernientes al sector; las mismas que ayudarían a que la industria crezca y sean representativos ante cualquier oportunidad o adversidad que tengan que enfrentar.

Todo el arranque de la industria textil ecuatoriana se remonta a la época colonial, en la que los habitantes se dedicaban a la agricultura y a la fabricación de tejidos con lanas de oveja, en los denominados obrajes; posterior a esto aparecen las primeras industrias quienes se encargaban del procesamiento de la lana, en el siglo XX se introduce la fibra de algodón siendo una de las fibras más utilizadas hasta el día de hoy, en la actualidad la industria textil se ha diversificado la producción y elaboración de productos con fibras de algodón, nylon, poliéster, lana, seda entre otros. (AITE, 2023)

El sector textil ecuatoriano se ha enfrentado a desafíos significativos en su capacidad para competir en el mercado internacional durante el período 2018-2022. En este contexto, es fundamental realizar un análisis exhaustivo de las exportaciones de este sector, con el objetivo de identificar áreas de mejora y oportunidades que permitan fortalecer su posición competitiva y alcanzar un estado óptimo en términos de competitividad global.

A pesar de que las exportaciones textiles de Ecuador han tenido una presencia destacada en el mercado internacional, se han encontrado obstáculos al competir con naciones como China, India y Bangladesh, que poseen ventajas notables en cuanto a costos de producción, variedad de productos y capacidad de escala (Chicaiza Villalba et al., 2022).

En el año 2020, las exportaciones de productos textiles y confeccionados de Ecuador alcanzaron los 104.709.309 dólares, lo que demuestra la relevancia

económica del sector en el país (BCE, 2020). Entre las principales exportaciones se encuentran prendas de vestir.

Si bien la industria textil ecuatoriana ha mantenido una reputación por la producción de textiles de alta calidad, enfrenta desafíos relacionados con la diversificación de productos, inversión en tecnología y competitividad en precios (Arellano Zambrano, 2021).

Por otro lado, países competidores como China, India y Bangladesh destacan en la industria textil a nivel mundial. China, en particular, es el mayor exportador de textiles y prendas de vestir a nivel global, alcanzando exportaciones por valor de 280 mil millones de dólares en 2020 (WTS, 2023). India, con exportaciones textiles de 29 mil millones de dólares en el mismo año, es reconocida por su amplia variedad de productos textiles, incluyendo algodón, seda y textiles artesanales (WTS, 2023). Bangladesh, por su parte, es uno de los principales exportadores de prendas de vestir a nivel mundial, alcanzando exportaciones por valor de 835 mil millones de dólares en 2021 (OEC, 2023) y se especializa en la producción de prendas de vestir a bajo costo.

Este análisis tiene como objetivo principal identificar tanto las fortalezas como las debilidades del sector textil ecuatoriano en el mercado internacional. Además, busca resaltar las oportunidades que podrían aprovecharse para mejorar su competitividad. Con base en estos hallazgos, se espera proporcionar recomendaciones y estrategias concretas que permitan fortalecer el sector textil ecuatoriano, tales como mejoras en la calidad, reducción de costos, fomento de la innovación y diversificación de productos y mercados de exportación.

En cuanto a la producción y las exportaciones, el sector textil sigue siendo un componente relevante en la economía de Ecuador. Si bien las cifras de exportación pueden haber experimentado fluctuaciones en términos de valor, su contribución al comercio exterior del país persiste. Esto refleja una sólida base de producción y experiencia en la industria. Sin embargo, uno de los desafíos predominantes radica en la falta de diversificación de productos. Ecuador ha mantenido una orientación hacia la producción de textiles convencionales, tales como prendas de vestir y textiles para el hogar. Esta limitación en la variedad de productos textiles obstaculiza la

capacidad del sector para adaptarse a las cambiantes demandas del mercado internacional y diversificar su oferta.

Además, la cuestión de la competitividad en costos sigue siendo una preocupación central. Enfrentar la competencia de países como China, India y Bangladesh, conocidos por sus costos de producción más bajos, representa un desafío constante. Los costos de producción en Ecuador, incluyendo los salarios y los costos de energía, continúan siendo relativamente elevados en comparación con estos competidores, lo que puede afectar la capacidad del sector para competir en términos de precios.

La competencia sostenida con países de bajos costos de producción, como China, India y Bangladesh, ha sido una causa principal. La mano de obra más barata y los recursos disponibles a menor costo en estos países han llevado a precios más competitivos en el mercado internacional.

Como resultado de esta competencia, las exportaciones textiles ecuatorianas han enfrentado dificultades para mantener su cuota de mercado y han experimentado presiones en los márgenes de ganancia de las empresas locales. Esto ha afectado directamente la rentabilidad y la posición de mercado del sector.

Otro factor causal es la falta de diversificación de productos en el sector textil ecuatoriano.

La orientación predominante hacia la producción de textiles tradicionales, como prendas de vestir y textiles para el hogar, ha limitado la capacidad del sector para adaptarse a las cambiantes preferencias y demandas de los consumidores internacionales. Esta falta de diversificación ha llevado a una menor versatilidad para abordar diferentes segmentos y nichos de mercado. Como resultado, las exportaciones se han vuelto más vulnerables a las fluctuaciones en la demanda de productos específicos. Además, la existencia de altos costos de producción en Ecuador, incluyendo salarios y costos de energía, ha sido una causa significativa. Estos costos elevados han impactado negativamente en la competitividad en términos de precios del sector textil ecuatoriano.

La falta de competitividad en costos ha disminuido la atracción de Ecuador como destino de producción y exportación para las empresas internacionales. Esto

ha repercutido en una menor demanda de productos textiles ecuatorianos y ha afectado la capacidad del sector para competir en el mercado global.

Descuidar la competitividad del producto nacional puede llevar a la preferencia por productos importados, incluso aquellos que ingresan de manera ilegal, debido a su novedad y precios más asequibles. Para abordar esta situación, Ecuador ha adoptado medidas de protección en el sector textil, incluyendo barreras tanto arancelarias como no arancelarias.

Las barreras arancelarias, que incluyen aranceles, salvaguardias, impuestos y tasas, afectan directamente el costo de los productos textiles importados, haciéndolos menos atractivos para los consumidores locales. Por otro lado, las barreras no arancelarias son de naturaleza administrativa e involucran controles gubernamentales, registros institucionales, cumplimiento de regulaciones técnicas y licencias previas.

Especialmente significativas son las salvaguardias implementadas en 2015, que originalmente debían eliminarse en 2016 pero cuya vigencia se extendió por decisión gubernamental. Estas medidas, impulsadas por razones macroeconómicas, han tenido un impacto significativo en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como en los artesanos y autónomos del sector textil. Las consecuencias se han traducido en la reducción de empleados y han tenido un efecto negativo en el aspecto socioeconómico del país.

La pregunta problémica de la investigación es: ¿Cuáles fueron los factores determinantes que influyeron en el desempeño de las exportaciones del sector textil ecuatoriano durante el período 2018-2022 en el contexto de la competencia en el mercado internacional?

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Analizar las exportaciones del sector textil ecuatoriano en relación con la competencia en el mercado internacional, para el periodo 2018-2022.

Objetivos específicos

- Establecer las bases teóricas en relación al análisis de las exportaciones del sector textil ecuatoriano y su relación con la competencia en el mercado Internacional.
- Analizar las exportaciones del sector textil ecuatoriano para el periodo 2018-2022.
- Proponer una estrategia integral para fortalecer la competitividad del sector textil ecuatoriano en el contexto actual del mercado internacional.

Justificación

En un contexto globalizado y altamente competitivo, es crucial para el sector textil ecuatoriano identificar nuevos mercados potenciales para sus productos. La diversificación de mercados ayuda a reducir la dependencia de un solo mercado y a ampliar las oportunidades de negocio.

Es de esta manera que este análisis permitirá identificar los mercados con mayor potencial de crecimiento y demanda para los productos textiles ecuatorianos, lo que a su vez fomentará la expansión de las exportaciones hacia nuevas regiones y países.

Además, que todo lo dicho puede incluso hacer referencia a la cadena de valor del sector textil. En este aspecto, el análisis de los diferentes eslabones dicha cadena, desde la producción de materias primas hasta la comercialización de productos finales, permitirá identificar las fortalezas y debilidades del sector en cada etapa. Esto ayudará a desarrollar estrategias específicas para mejorar la competitividad en cada eslabón y potenciar el valor agregado de los productos textiles ecuatorianos, lo que es fundamental para incursionar en nuevos mercados y satisfacer las demandas de los consumidores internacionales.

El sector textil es un pilar clave de la economía ecuatoriana, que genera empleo y contribuye significativamente a las exportaciones del país. Por lo tanto, es fundamental brindar apoyo y fortalecer este sector para mantener su relevancia y competitividad a nivel nacional e internacional.

En este marco, el análisis propuesto permitirá comprender los desafíos y oportunidades que enfrenta el sector textil ecuatoriano, y a partir de ello, se podrán proponer medidas de apoyo adecuadas para mejorar su desarrollo sostenible y su capacidad de competir en los mercados internacionales.

Realizar esta investigación constituye un elemento fundamental para motivar la exportación de productos textiles a nuevos mercados debido a que proporcionará una base de conocimiento sólida sobre los competidores internacionales, los factores internos y externos que afectan la competitividad y las oportunidades de crecimiento. Al comprender mejor los requisitos y preferencias de los mercados objetivo, se podrán adaptar los productos y estrategias comerciales para maximizar las oportunidades de penetración en dichos mercados. Esto permitirá a las empresas textiles ecuatorianas explorar nuevas vías de exportación y aumentar su participación en el comercio internacional, generando mayores ingresos y beneficios para el sector y la economía en general.

Capítulo I

Marco Teórico y Marco Legal

1.1. Marco Teórico

1.1.1. Antecedentes

Al referirse a la industria textil, es un amplio marco referencial al que es necesario acotarse, dentro de la historia se remonta al primer proceso de industrialización que se dio en Europa y Estados Unidos de Norteamérica, en donde estos fueron sin duda influenciados por esta rama de la industria para llegar a lo que hoy conocemos como la industrialización de manera general.

Es por esta y más razones que la industria textil era considerada una de las ramas dentro del comercio en las que influía la mayor cantidad de mano de obra e incluso se benefició con la aparición de la rueda de hilar. Han tenido que transcurrir décadas enteras para que al llegar a la actualidad sea considerada una de las industrias con mayor cantidad de producción a nivel mundial.

No es hasta 1950 y 1960, de acuerdo con Nube Méndez (2016), que sostiene que en esta época:

(...) los países en desarrollo comenzaron a perseguir un patrón industrial para beneficio de su desarrollo económico y gracias a ello adentrarse en el mercado mundial por medio de la gran intensidad de mano de obra de bajo costo; dicha integración se reflejara en un significativo crecimiento nacional, resultando así ser la industria 16 textil la principal vía de entrada a lo que sería el mercado mundial y obviamente al incremento de la producción, debido a su escasa utilización de tecnología y capital, pero siendo muy estricta e intensiva en lo que se refería a la fuerza de trabajo.

Este patrón se aprobó en muchos países y permitió que estos sean los precursores en el mercado mundial, debido a la intensidad de fuerza de trabajo, ausencia de calificación de esta, y demás factores que otorgaron una gran importancia dentro de la competencia internacional.

Sin dilaciones varios autores afirman que esta industria más allá de los altos y bajos que ha tenido en el transcurso de los años, se ha ido insertando en un ambiente globalizado que tiene como principales resultantes un valor mayor a los 400 miles de millones de dólares, y, “se calcula que a largo plazo la producción textil tendrá un

aumento de un 25% en la actualidad, dando a conocer que la región que mayoritariamente contribuirá en ello será Asia” (Méndez, 2016).

1.1.2. Teorías del Comercio Internacional

Existen un sinnúmero de teorías del comercio internacional que cuentan con diferentes propuestas que pretenden encontrar los fundamentos de este fenómeno y sobre todo buscan analizar efectos y consecuencias sobre el consumo y la producción.

Con fines de este trabajo investigativo se citarán las teorías de Adam Smith, David Ricardo, Heckscher-Ohlin y los novísimos o desarrollos recientes que incorporan diferencias entre empresas.

1.1.2.1. Modelo de la ventaja absoluta de Adam Smith

Smith, en el año 1776 crea la teoría comercial llamada la ventaja absoluta que consistía en la centralización de la capacidad de una nación para poder producir un producto de una forma más eficiente que su competencia. El teórico sostenía que el comercio entre países no debía estar regulado o restringido por intervenciones gubernamentales, ya que este para su concepción debería fluir naturalmente de acuerdo a las fuerzas propias del mercado.

1.1.2.2. Modelo de la ventaja comparativa de David Ricardo

En 1817, David Ricardo propuso la teoría de la ventaja comparativa en oposición a la creada por Smith. Postuló que indicaba que el país A tuviera una ventaja absoluta produciendo varios bienes, aún podría existir especialización y comercio entre dos países.

Es así que “la ventaja comparativa ocurre cuando un país no puede producir un bien de manera más eficiente que otro país, pero puede producir ese bien mejor y más eficientemente que otros productos” (Lifeder, 2021)

1.1.2.3. Modelo de Heckscher-Ohlin

Heckscher y Ohlin, a inicios del siglo XX propusieron una teoría en la que prestaron su atención a cómo una nación podría lograr una ventaja comparativa si producía bienes que utilizaran factores abundantes en el país. Esta se basaba directamente en los factores de producción, que proporcionan los recursos para

invertir en plantas y equipos. Es allí en donde identificaron que el costo de cualquier factor venía dado por la oferta y la demanda.

La teoría se centra en que los países exportaban bienes que requerían factores de gran oferta y más baratos. Por el contrario, importaban productos que requerían factores escasos, pero tenían mayor demanda.

1.1.2.4. *Novísimos o desarrollos recientes que incorporan diferencias entre empresas*

A finales del siglo XX se propusieron varias teorías de comercio internacional que radican en la importancia del papel que desempeñan las empresas en este comercio. Estudios que tienen resultados indispensables como la marcada diferencia entre empresas que, aunque formen parte de la misma industria, son muy distintas entre sí.

1.1.3. Evolución del sector textil

1.1.3.1. *Evolución histórica*

El sector textil tuvo su procedencia en Europa, específicamente en el país Inglaterra, territorio en el que creó la primera máquina de textil en la historia, lo que conllevó a que en el siglo VXIII se efectúe la revolución industrial. Consecuentemente, después de unos años, en Francia se concibió la máquina de Jacquard, instrumento que permitió la tecnificación, modernización y crecimiento de este sector. Pero no es hasta lo que hoy por hoy conocemos como la globalización, época que imprimió el boom del sector industrial textil y de confección.

En los años 60 se desarrolló este movimiento únicamente en países desarrollados, los mismos que en aquel entonces marcaron un hito que consistía que la industrialización se basaba en atender las ventajas competitivas, especialmente en los mercados a dichas competencias que ofrecen bajos costos laborales.

Posteriormente se dieron circunstancias difíciles y fructíferas para esta industria, como el caso del conflicto entre China y la Unión Europea, suceso que permitió la liberalización del comercio gracias a la implementación de políticas. Esto dio lugar a la comercialización ilimitada de cantidades a importar, lo que en definitiva revolucionó el panorama textil mundial y perjudicó a los formatos laborales, a causa de los cambios de aprovisionamiento, comercialización al punto de venta y transporte.

Un largo camino ha tenido que transcurrir para que en el 2005 surja un nuevo escenario mundial, en el que quedaron para la historia todo tipo de barreras a la importación de textiles. Lo que permitió una libre entrada de productos chinos a causa de los bajos costes de producción que estos tenían, situación que sin duda alguna provocó que China se vuelva superior a nivel mundial.

1.1.3.2. *Industria Nacional Textil*

En Ecuador esta rama de la industria es de suma importancia para la economía nacional, cuenta con una larga historia de producción y exportación de textiles y confecciones. Sus raíces se remontan a la época precolombina, en la que, por ser un país con variedad de culturas, estas producían tejidos de alta calidad.

En la época colonial, la producción textilera tuvo un notable incremento con la llegada de los españoles al territorio ecuatoriano, más, sin embargo, no es hasta el siglo XX en donde se intensificó este sector.

Es indispensable mencionar que Ecuador produce una amplia variedad de textiles y confecciones, desde materia prima hasta la manufactura, los mismos que se exportan principalmente a Estados Unidos, Unión Europea y países de América Latina. Los últimos años se ha dado un giro notable en el interés de crecimiento y sostenibilidad de este sector, en el que se están adoptando prácticas ecológicas y procesos de producción más limpios.

Se puede decir que por historia esta industria ha enfrentado varios desafíos, entre los más destacados la competencia de productos provenientes de China y Bangladesh; así como el impacto mundial de la pandemia del COVID19.

Revista Gestión (2021) enfatiza en las grandes pérdidas que tuvo este sector por la pandemia, sostiene que “el sector textil es un puntal de la industria que busca levantarse” (Revista Gestión, 2021) y además menciona que:

El sector textil y confección aporta cerca del 1% al PIB nacional, pero las limitaciones de producción y distribución por las medidas para evitar los contagios de covid-19 le generaron fuertes estragos. En el 2020 el sector cayó en -9,9% entre enero y septiembre, mientras las ventas se redujeron en -40% entre marzo y diciembre. Junto a ello se perdieron más de 10 mil empleos

formales de enero a agosto del 2020. Ante esta situación se ha propuesto un Plan de Mejora Competitiva. (Revista Gestión, 2021)

Adicional a lo mencionado es menester indicar que estos efectos tan profundos ocasionaron una contracción en el sector industrial, “la industria textil y de confección es de suma importancia en la economía nacional, representa 5,9% del sector industrial y aporta cerca de un punto porcentual al PIB (0,8%)” (Revista Gestión, 2021)

Los gobiernos de turno en el país, se han interesado en el sector y han propuesto medidas para su fortalecimiento de la competitividad en los mercados internacionales; no obstante, requiere una prioritaria atención para mejorar su quehacer diario en el mercado mundial.

1.1.4. Acuerdos comerciales

Ecuador ha concertado varios acuerdos comerciales de exportación, en los que se incluyen a la industria textil del país como uno de los sectores estratégicos para estos convenios, los mismos que tienen como objetivo facilitar el acceso de los productos ecuatorianos a mercados internacionales y promover el comercio exterior.

Estos acuerdos son fundamentales para la industria textil ecuatoriana, ya que le permiten acceder a mercados extranjeros de manera más competitiva y diversificar sus exportaciones. Sin bien, se debe puntualizar que las disposiciones específicas pueden variar según cada acuerdo y deben ser acatadas por las empresas del sector textil que deseen exportar productos desde Ecuador.

1.1.4.1. Acuerdo de Asociación Económica Unión Europea - Ecuador

Son varios acuerdos comerciales en lo que tiene que ver entre la Unión Europea y Ecuador, no obstante, en el 2017 entró en vigor el acuerdo de Asociación Económica que permite a Ecuador exportar una amplia gama de productos, incluyendo textiles y confecciones, al mercado de la Unión Europea con aranceles preferenciales o incluso exentos de aranceles en muchos casos. Lo que ha beneficiado a la industria textil ecuatoriana al abrir oportunidades en un mercado importante.

No obstante, es imperativo recalcar que, en el año 2021, entró en vigencia el Acuerdo Comercial que rige actualmente entre la UE y Ecuador, lo que de acuerdo

con el portal oficial de la Delegación de la Unión Europea en el país (2021) los resultados son positivos, indicando además que:

Según fuentes oficiales, el Acuerdo ha aumentado en un 11% las exportaciones de Ecuador al bloque comunitario desde 2016. Varios productos ecuatorianos han aumentado sus exportaciones en casi un 50%, y otros han mantenido o sobrepasado las ventas previas, logrando posicionarse como líderes en un mercado tan exigente como es el de la Unión Europea. (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2021)

1.1.4.2. Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)

Ecuador es beneficiario del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) en varios países, incluyendo los Estados Unidos. El SGP permite a Ecuador exportar ciertos productos, incluyendo textiles, a estos mercados con aranceles reducidos o eliminados.

De hecho, de acuerdo con el Sistema de Información sobre Comercio Exterior (2021) indica que este sistema: “concede arancel cero o aranceles reducidos a los países beneficiarios. Los países menos desarrollados (LDCs, por sus siglas en inglés) generalmente reciben tratamiento preferencial para ciertos productos y reducciones arancelarias significativas” (Sistema de Información sobre Comercio Exterior, 2021).

1.1.4.3. Acuerdo de Complementación Económica con la Comunidad Andina (CAN)

Ecuador forma parte de la Comunidad Andina junto con otros países de la región. Este acuerdo facilita el comercio entre los países miembros y regula aspectos relacionados con aranceles y cuotas de importación. (Asamblea Nacional, 2011)

1.1.4.4. Acuerdo de Alcance Parcial con países de América Latina

Ecuador ha firmado acuerdos de alcance parcial con varios países de América Latina, como Chile y Perú. Estos acuerdos permiten el comercio preferencial de productos, incluyendo textiles, entre los países signatarios.

1.1.4.5. Acuerdos bilaterales

Ecuador también ha establecido acuerdos comerciales bilaterales con algunos países, como Brasil, México y otros. Estos acuerdos pueden incluir disposiciones relacionadas con el comercio de productos textiles.

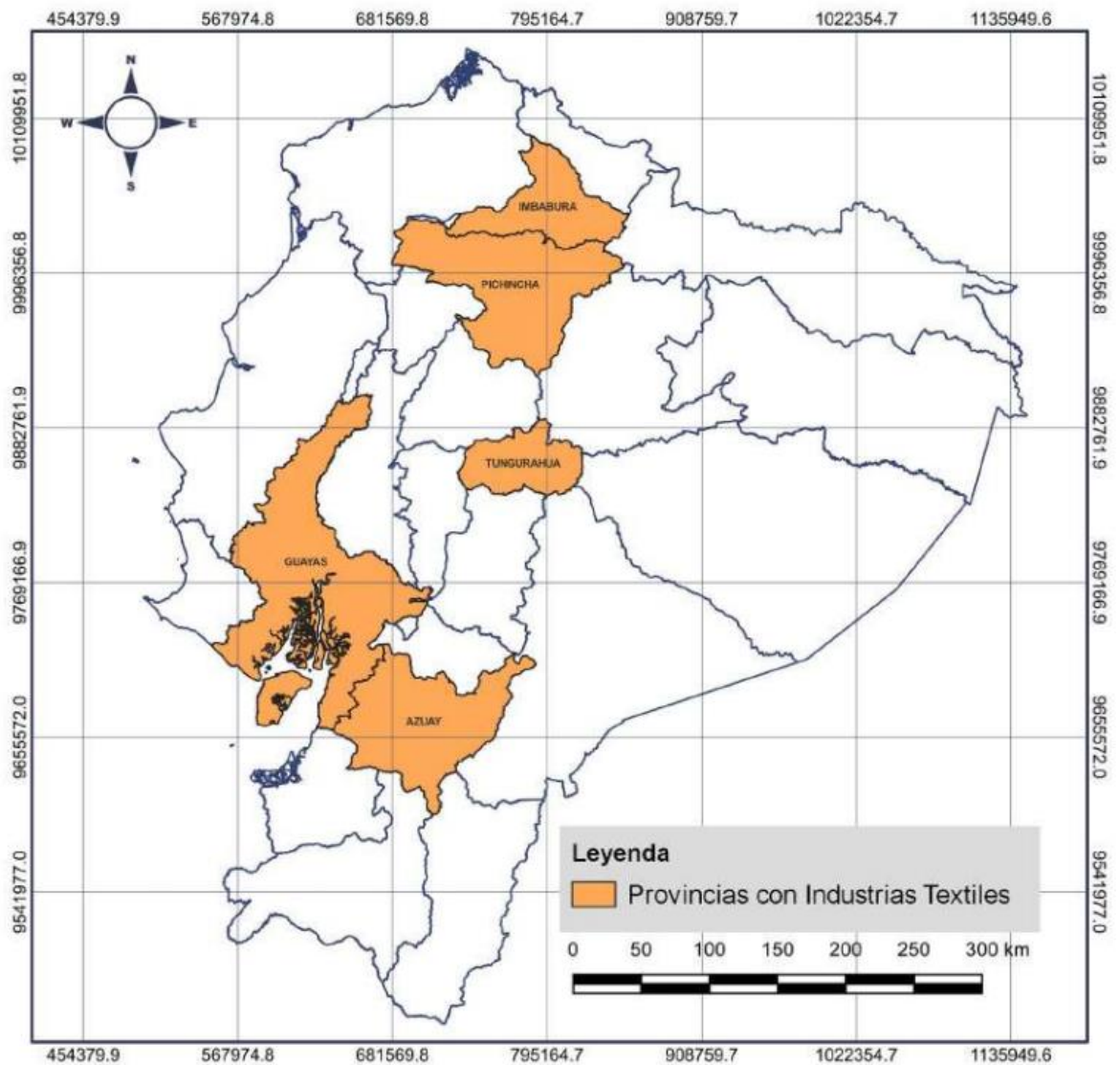
1.1.4.6. Acuerdo con la Organización Mundial del Comercio (OMC)

Ecuador es miembro de la OMC y, como tal, está sujeto a las regulaciones y normativas del comercio internacional. Esto afecta directamente a la industria textil en términos de acceso a mercados y competencia leal.

1.1.5. Provincias con industrias textiles en Ecuador

Las industrias textiles en Ecuador se centralizan en su mayoría en las provincias de Guayas, Pichincha, Azuay, Imbabura, Tungurahua, esto lo confirma la Guía de Industria Textil de la Asociación de Bancos del Ecuador (2022) tal como se lo puede ver en la Figura 1.

Figura 1, Mapa de ubicación de las provincias con Industrias Textiles en Ecuador Continental



Nota: Información y figura tomada de (Asobanca, 2022)

1.1.6. Barreras y desafíos en la exportación textil

En el país, la industria textil enfrenta una variedad de barreras y desafíos en el camino a la exportación y crecimiento en los mercados mundiales, para el desarrollo de este trabajo, se puntualizarán a continuación los principales:

1.1.6.1. Competencia global

La competencia para las empresas ecuatorianas se ve afectada por los costos de producción bajos que tienen países como China, Bangladesh y Vietnam, es por ello que esto constituye una de las principales barreras que romper por parte de esta industria.

1.1.6.2. Costos de producción

Los costos laborales, energéticos, afectan directamente a la competitividad de los productos textiles ecuatorianos, en este contexto en país maneja costos de producción altos en comparación a países como los ya mencionados en el ítem anterior.

1.1.6.3. Tamaño de la industria

La industria textil en el país es reducida en comparación a otros países y esto se traduce en la limitación marcada en la capacidad de producción, inversión de la tecnología y desarrollo de productos.

1.1.6.4. Fluctuación de los precios de las materias primas

Las materias primas utilizadas en la industria nacional sufren constantemente variaciones en su precio, lo que afecta notablemente a la rentabilidad de las empresas y sobre todo en la capacidad que pueden tener para ofrecer precios competitivos.

1.1.6.5. Calidad y diseño

Probablemente entre los principales desafíos que debe afrontar esta industria es perfeccionar la calidad y diseño de los productos, sin duda, las empresas ecuatorianas deben asegurarse de estar a la vanguardia en calidad y diseño para poder competir en el mercado internacional.

1.1.6.6. Competencia global

Las exportaciones de la industria textil ecuatoriana se rigen a normativas internacionales como se lo puede apreciar en el apartado de acuerdos internacionales. Estar seguros del cumplimiento de cada uno de estos instrumentos permitirá que el desafío de incrementar las exportaciones sea beneficioso para cada uno de ellos.

1.1.6.7. Fluctuaciones cambiarias

Las fluctuaciones en las tasas de cambio es parte de las barreras más cruciales que debe atravesar este sector, debido a que si en otros países manejan una moneda local más fuerte puede esto tener como consecuencia que los productos nacionales sean menos atractivos en términos del precio.

1.1.6.8. Protección de la propiedad intelectual

Es necesario que la industria textil sobrepase el desafío de la protección de la propiedad intelectual en lo que tiene que ver con sus diseños y productos, debido a que, si es un producto que interese en el mercado y no está registrado, fácilmente este podría ser apropiado y plagiado por otro país.

1.1.6.9. Sostenibilidad y responsabilidad social

La sostenibilidad y la responsabilidad social que tienen los países en el mundo, actualmente, están marcada serias barreras para la industria textil; es por ello que es imperativo que inicien su camino en la adaptación de medidas en este sentido, con la finalidad de que se puedan encontrar a la par y a la vanguardia.

1.1.7. Estado del arte

En este apartado se desarrolla información referente a los resultados obtenidos en estudios recientes sobre el tema de investigación.

1.1.7.1. Análisis prospectivo estratégico del sector textil productivo ecuatoriano para incrementar la competitividad en las exportaciones

Este trabajo de investigación manifiesta que el sector textil de Ecuador enfrenta desafíos significativos, incluyendo la reducción del empleo, pérdidas económicas considerables, limitado acceso a financiamiento y disminución de las ventas. Es por

ello que en respuesta a esta situación, el sector busca oportunidades en el mercado internacional con el objetivo de aumentar las exportaciones, dado el panorama adverso del mercado interno. (Valdivieso-Bonilla, Siluk, & Michelin, 2022)

La investigación revela la falta de competitividad en el sector textil, lo cual obstaculiza el incremento de las exportaciones y la penetración en mercados internacionales. Dada la importancia actual de las importaciones y exportaciones en las economías, se destaca la necesidad de que los gobiernos implementen políticas públicas comerciales para fomentar el aumento de las exportaciones y reducir las importaciones. Además de la necesidad urgente de una planificación estratégica que involucre a los actores del sector, las instituciones gubernamentales y organismos internacionales para superar esta crisis. (Valdivieso-Bonilla, Siluk, & Michelin, 2022)

El estudio proporciona datos relevantes sobre los principales grupos textiles, siendo el sector manufacturero responsable del 1,6% del total de exportaciones de productos industrializados. En el año 2019, este rubro alcanzó un valor de 74.178 miles de dólares, registrando una variación negativa del 6,93% en comparación con el año 2018. El sector textil y de confección abarca 14 partidas arancelarias, clasificadas desde la 50 hasta la 63. Las prendas de vestir se dividen en dos partidas, la 61 y la 62. Al contrastar el año 2019 con el 2018, la partida 61 presenta variaciones del 6,0% en miles de USD y del 1,06% en toneladas métricas, mientras que la partida 62 experimenta variaciones del 62,8% en miles de USD y del 16,69% en toneladas métricas. (Valdivieso-Bonilla, Siluk, & Michelin, 2022)

Entre los hallazgos, se determina que los empresarios de este sector requieren apoyo financiero para adoptar nuevas tecnologías, ya que los altos costos de estas tecnologías dificultan su adquisición. En muchos casos, las empresas no tienen la capacidad de acceder a créditos que les permitirían optimizar recursos en la elaboración de textiles. (Valdivieso-Bonilla, Siluk, & Michelin, 2022)

1.1.7.2. Factores que incidieron en la exportación de textiles durante la pandemia Covid-19, período 2020-2021

David Yumiguano y Carlos Andrade (2022) establecen que los factores que incidieron en las exportaciones de la industria textil ecuatoriana en el período de estudio fueron: coyuntural, impacto y competitividad.

En lo coyuntural determinan que durante el periodo 2008-2020, las exportaciones del sector textil en Ecuador experimentaron una tendencia decreciente, influenciada por factores tanto internos como externos. La falta de atractivo de este sector llevó a inversionistas a dirigir sus recursos a otras áreas de la economía. A pesar de ello, las exportaciones textiles se han vuelto significativas en la exportación de productos manufacturados. (Yumiguano & Andrade, 2022)

Por su parte, establecen que la pandemia de COVID-19 tuvo un impacto coyuntural en el sector textil ecuatoriano, generando una crisis económica y social. Hubo una disminución del PIB y de indicadores de confianza empresarial durante 2020. La industria textil se vio afectada, perdiendo empleo y modificando su producción para adaptarse a la demanda de productos de bioseguridad como mascarillas. Estados Unidos y China son los principales socios comerciales en manufacturas textiles, y se observa un cambio en las exportaciones hacia Colombia debido a restricciones de transporte. (Yumiguano & Andrade, 2022)

Durante la crisis sanitaria de 2020-2021, las exportaciones textiles aumentaron en la región, contribuyendo a la recuperación del sector en Ecuador. La dolarización y el tipo de cambio son factores que inciden en la competitividad del sector manufacturero textil. El análisis mediante el diamante de Porter revela que el factor causalidad, debido a la presencia de la pandemia, influyó significativamente en la competitividad del país en la producción de manufacturas textiles. Se destaca la concentración del mercado en productos textiles y prendas de vestir, con participación mayoritaria de microempresas, especialmente en provincias como Guayas y Pichincha, que también presentan niveles competitivos destacados. Se sugiere fortalecer otros aspectos considerados en el diamante de Porter para mejorar los resultados en la producción de manufacturas textiles. (Yumiguano & Andrade, 2022)

1.1.7.3. Capital humano en las exportaciones del sector textil en el Ecuador

El estudio realizado por Johanna Llerena (2022), revela que en el periodo 2008-2020 el sector textil ecuatoriano, tiene una tendencia decreciente, atribuida a factores tanto internos como externos que han afectado la dinámica de estas exportaciones. Los inversionistas han dirigido sus recursos hacia otros sectores que perciben como más atractivos. A pesar de esto, determina que las exportaciones textiles se han

consolidado como una parte significativa de las exportaciones de productos manufacturados en los últimos años. (Llerena, 2022)

El estudio confirma una relación entre el capital humano y las exportaciones en el sector textil de Ecuador. La influencia del capital humano en las exportaciones tiende a aumentar a medida que crece la fuerza laboral en el sector textil del país. Este hallazgo se respalda con un valor p significativo al 1% para el estimador de la variable capital humano, además de que se registró un efecto positivo de esta variable sobre las exportaciones. Este resultado indica una subutilización de personal en el sector textil, considerando la relación no lineal entre las variables y el efecto creciente que tiene el capital humano en las exportaciones del sector textil. (Llerena, 2022)

1.2. Marco Legal

1.2.1. Ente regulador

1.2.1.1. Ente regulador nacional

El organismo encargado de regular el Comercio Exterior en Ecuador es el Ministerio de Comercio Exterior, establecido mediante la Resolución N°25 emitida en el año 2013.

Esta entidad asume la responsabilidad de supervisar y dirigir todas las cuestiones relacionadas con las políticas de comercio exterior e inversiones en la República del Ecuador. Sus funciones abarcan la planificación, dirección, gestión y coordinación de la política de comercio exterior.

1.2.1.2. Ente regulador internacional

A nivel global, diversas organizaciones influyen en asuntos de Comercio Exterior y establecen normativas y mecanismos con el propósito de regular dicha actividad.

1.2.1.2.1. Organización Mundial del Comercio

Esta entidad se establece con el propósito específico de supervisar las normativas de comercio exterior entre distintas naciones. Su principal objetivo radica en asegurar la libertad en el intercambio comercial entre países.

Establecida en 1995 y con sede en Ginebra, cuenta con la participación de 155 países. En la actualidad, desempeña diversas funciones, como la gestión de acuerdos

comerciales, la facilitación de conversaciones y negociaciones, la resolución de disputas comerciales entre naciones, la promoción de programas de formación para los países y la colaboración con otras organizaciones. (Organización Mundial del Comercio, 2014)

1.2.1.2.2. Cámara de Comercio Internacional

Establecida en París en 1919, tiene como objetivo representar los intereses empresariales a nivel internacional, congregando a empresas y organizaciones involucradas en transacciones internacionales.

1.2.2. Legislación vigente

En el presente apartado se presenta la legislación en materia de exportaciones aplicadas a la industria textil ecuatoriana, de esta manera se considera como la base legal del estudio en desarrollo.

1.2.2.1. Ley Orgánica de Aduanas

El 13 de julio de 1998, se emite la primera Ley Orgánica de Aduanas con el propósito de proporcionar un marco que respalde el adecuado desenvolvimiento del comercio exterior en Ecuador. A partir de este momento, la normativa aduanera ecuatoriana se erige como un pilar fundamental para la implementación y supervisión de las actividades vinculadas al comercio exterior, siendo la Ley Orgánica de Aduanas el documento central para estas operaciones.

El 26 de noviembre de 2003, conforme al Registro Oficial No. 219, se promulga una nueva codificación en respuesta a los cambios acontecidos en el ámbito comercial y económico, estableciendo normas esenciales que regulan tanto las importaciones como las exportaciones de mercancías.

En esta legislación, se abordan conceptualmente aspectos como la Obligación Tributaria Aduanera, las Operaciones de la Aduana, la Declaración Aduanera, los Regímenes Aduaneros, las Garantías Aduaneras, las Infracciones Aduaneras, la Venta Directa y Adjudicación, así como los Órganos de la Corporación Aduanera Ecuatoriana y de los Agentes de Aduana. (Congreso Nacional, 1998)

1.2.2.2. Reglamento General a la Ley Orgánica de Aduanas

El reglamento constituye una extensión de la Ley, siendo su promulgación una respuesta a la necesidad de adaptarse a los cambios y requisitos surgidos de la dinámica de las negociaciones internacionales, los cuales deben aplicarse a nivel nacional.

Entre sus disposiciones más destacadas se encuentran aquellas relacionadas con Normas Fundamentales, Obligación tributaria, Exenciones, Operaciones Aduaneras, Declaración Aduanera, Regímenes Aduaneros, Depósitos Aduaneros, Exportación Temporal, Zona Franca, Régimen de Maquila, Ferias Internacionales, Zona de Libre Comercio, Cambio de Régimen, Garantías Aduaneras, entre otros. (Congreso Nacional, 2003)

1.2.2.3. Resolución 001-2021

Art. 1.- Diferir temporalmente a 0% la tarifa arancelaria *Ad-valorem* para la importación para el consumo del contingente anual de la mercancía "algodón sin cardar ni peinar", clasificados en las subpartidas arancelarias 5201.00.20.00 y 5201.00.30.00; de 6.700 TM para el año 2021, 7.035 TM para el año 2022 y 8.330 TM para el año 2023 para los afiliados a la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE); y, de 648 TM por año, para aquellas no afiliadas a dicha asociación, precisando que los montos no utilizados no podrán ser acumulados para el siguiente año. (Comité de Comercio Exterior, 2021)

1.2.2.4. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)

Art.4.- Fines. - La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines: (...)

o. Fomentar y diversificar las exportaciones;

p. Facilitar las operaciones de comercio exterior; (Asamblea Nacional, 2019)

Art. 24.- - Clasificación de los incentivos. - Los incentivos fiscales que se establecen en este código son de tres clases: (...)

2. Sectoriales y para el desarrollo regional equitativo: Para los sectores que contribuyan al cambio a la matriz energética, a la sustitución estratégica de importaciones, al fomento de las exportaciones, así como para el desarrollo

rural de todo el país, y las zonas urbanas según se especifican en la disposición reformativa segunda (2.2), se reconoce la exoneración total del impuesto a la renta por cinco años a las inversiones nuevas que se desarrollen en estos sectores, la exoneración prevista para industrias básicas y la deducción del 100% adicional del costo o gasto de depreciación anual, de conformidad con la ley. (Asamblea Nacional, 2019)

Art. 72.- Competencias. - Son deberes y atribuciones del organismo rector en materia de política comercial, las siguientes:

a. Formular y aprobar las políticas y estrategias, generales y sectoriales, en materia de comercio exterior, fomento y promoción de las exportaciones, así como designar a los organismos ejecutores; (...) (Asamblea Nacional, 2019)

j. Adoptar las normas y medidas necesarias para contrarrestar las prácticas comerciales internacionales desleales, que afecten la producción nacional, exportaciones o, en general, los intereses comerciales del país; (...) (Asamblea Nacional, 2019)

n. Promover programas de asistencia financiera de la banca pública para los productores nacionales, con créditos flexibles que faciliten la implementación de técnicas ambientales adecuadas para una producción más limpia y competitiva, para el fomento de las exportaciones de bienes ambientalmente responsables; (...) (Asamblea Nacional, 2019)

s. Promover exportaciones e importaciones ambientalmente responsables; (Asamblea Nacional, 2019)

Art.- 77.- Modalidades de aranceles. - Los aranceles podrán adoptarse bajo distintas modalidades técnicas, tales como: (...)

b. Contingentes arancelarios, cuando se establezca un nivel arancelario para cierta cantidad o valor de mercancías importadas o exportadas, y una tarifa diferente a las importaciones o exportaciones que excedan dicho monto. (Asamblea Nacional, 2019)

Art.- 78.- Art. 78.- Medidas no arancelarias. - El Comité de Comercio Exterior podrá establecer medidas de regulación no arancelaria, a la importación y exportación de mercancías, en los siguientes casos: (...)

e. Cuando se requiera imponer medidas de respuesta a las restricciones a exportaciones ecuatorianas, aplicadas unilateral e injustificadamente por otros países, de conformidad con las normas y procedimientos previstos en los respectivos acuerdos comerciales internacionales y las disposiciones que establezca el órgano rector en materia de comercio exterior; (Asamblea Nacional, 2019)

Art. 93.- Fomento a la exportación. - El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno: (Asamblea Nacional, 2019)

a. Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios; (Asamblea Nacional, 2019)

b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código; (Asamblea Nacional, 2019)

c. Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código; (Asamblea Nacional, 2019)

d. Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo; (Asamblea Nacional, 2019)

e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y, (Asamblea Nacional, 2019)

f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente Código y demás normas pertinentes. (Asamblea Nacional, 2019)

Art. 95.- Promoción no financiera de exportaciones. - Créase el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras, adscrito al Ministerio rector de la política de comercio exterior, que se estructurará y funcionará según lo que se establezca en el Reglamento. (Asamblea Nacional, 2019)

Art. 111.- Sujetos de la Obligación Tributaria Aduanera. - Son sujetos de la obligación tributaria: el sujeto activo y el sujeto pasivo: (...)

La persona natural o jurídica que realice exportaciones o importaciones deberá registrarse en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, conforme las disposiciones que expida para el efecto la Directora o el Director General. (Asamblea Nacional, 2019)

En las importaciones, contribuyente es el propietario o consignatario de las mercancías; y, en las exportaciones, contribuyente es el consignante. (Asamblea Nacional, 2019)

1.2.2.5. Guía de Industria Textil

Proporciona información técnica sobre los riesgos ambientales y sociales asociados con proyectos o actividades en la Industria Textil en Ecuador. También ofrece recomendaciones para un plan de acción que aborde y prevenga posibles impactos ambientales y sociales, así como problemas de seguridad y salud ocupacional. (Asobanca, 2022)

Capítulo II

Marco Metodológico

2.1. Enfoque de la investigación

Para establecer todo proyecto de investigación es necesario definir el enfoque que va a tener, ya que “la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014). En este aspecto el presente ítem desarrolla el enfoque que tendrá este trabajo académico.

2.1.1. Enfoque cualitativo

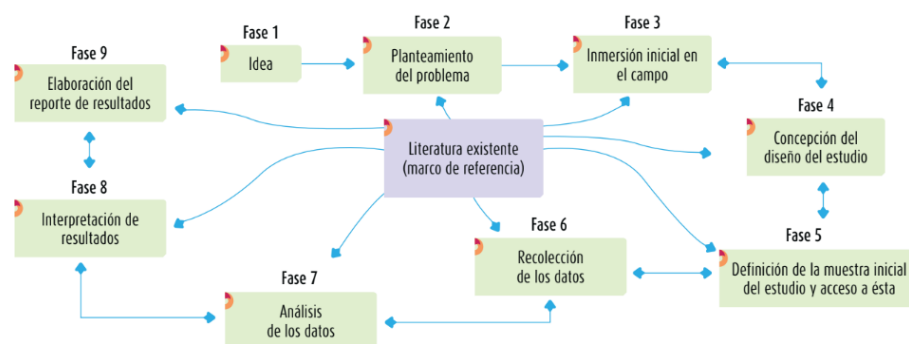
De acuerdo con la proyección de este trabajo, se enmarca en enfoque cualitativo por su naturaleza descriptiva. De acuerdo con el portal Santander Universidades (2021):

La investigación cualitativa implica recopilar y analizar datos no numéricos para comprender conceptos, opiniones o experiencias, así como datos sobre experiencias vividas, emociones o comportamientos, con los significados que las personas les atribuyen. Por esta razón, los resultados se expresan en palabras. (Santander Universidades, 2021)

Es así que este tipo de enfoque, se lo conoce también como investigación naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica, por lo que se lo grafica como un paraguas en el que se inserta diferentes concepciones, visiones, técnicas.

En este tipo de investigación a partir de la literatura existente o marco referencial, se construye desde la idea, el planteamiento del problema, la inmersión inicial en el campo y otras fases como se lo puede apreciar en la Figura2.

Figura 2, Proceso del enfoque cualitativo.



Nota: Información tomada de (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

2.2. Período y lugar donde se desarrolla la investigación

2.2.1. Delimitación espacial

Este trabajo se desarrollará en el contexto de las exportaciones del sector textil ecuatoriano, es por ello que la delimitación espacial radica en ello, directamente en esta industria del país.

La misma que está conformada por más de 900 empresas del sector dedicadas a las exportaciones, de acuerdo con el portal Ekos Negocios (<https://ekosnegocios.com/sector/industria-textil>), no obstante, no existen datos actualizados por parte de entidades como el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Banco Central del Ecuador (BCE), Corporación Financiera Nacional (CFN) e incluso del Ministerio de Comercio Exterior.

2.2.2. Delimitación temporal

Con fines de esta investigación, y al ser un análisis temporal de las exportaciones, se delimita el tiempo de estudio los años que comprenden desde el 2018 al 2022.

2.3. Método de investigación

Resulta imperativo definir el método que se empleará en el estudio; es por ello, que adicional a lo mencionado anteriormente, se aplicará el método descriptivo, el mismo que se explica a continuación:

2.3.1. Método descriptivo

De acuerdo con el portal de investigación argentino, “Tesis y Másters” (2023), sostiene que “la investigación descriptiva tiene como objetivo caracterizar a la población estudiada” (Tesis y Másters, 2023). Es así que esta herramienta permite que sea una investigación observacional, en el margen de este trabajo cabe perfectamente, debido a que permitirá describir el fenómeno de las exportaciones en el sector textil ecuatoriano en comparación al mercado internacional.

2.4. Tipo de investigación

Este ítem se ancla al enfoque de investigación, y al ser un estudio que se basará en fuentes documentales con respecto a las exportaciones del sector textil

ecuatoriano, es relativo a un tipo de investigación cualitativa que además empleará técnicas de recolección de información como la entrevista. No obstante, en este apartado es imperativo mencionar que será una investigación de tipo exploratoria, descriptiva y explicativa en la metodología cualitativa; la misma que se desarrolla a continuación:

2.4.1. Investigación exploratoria

Hernández Sampieri y otros (2014) mencionan que “los estudios exploratorios sirven para preparar el terreno y, por lo común, anteceden a investigaciones con alcances descriptivos, correlacionales o explicativos” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014). Es así que este tipo de investigación será la primera en aplicar ya que se emplea con el firme objetivo de examinar el tema central que es la industria textil nacional. Se explorará en los datos fuertes como estadísticas en las exportaciones de Ecuador en lo referente a este sector y a partir de ello se procederá con la aplicación de los tipos de investigación mencionados.

2.4.2. Investigación descriptiva

Al ya haber realizado la exploración en el campo de la industria textil, para otorgarle más fuerza al trabajo de investigación se aplicará el tipo de investigación descriptiva. Siguiendo con Hernández y otros (2014), esta “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

Con esta tipología se busca determinar las propiedades, características, y estadísticas de las exportaciones de la industria textil ecuatoriana en el período de estudio.

2.4.3. Investigación explicativa

Una vez ya explorado y descrito el fenómeno de las exportaciones, que es inherente a este trabajo de investigación; para complementar el análisis, se plantea aplicar la investigación explicativa, la misma que “pretende establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudian” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014). Es con esto que se logrará determinar el análisis de las

exportaciones nacionales en la industria textil ecuatoriana en comparación con el mercado mundial.

2.5. Universo y muestra de estudio

Previo a determinar estos aspectos importantes para la investigación, es relativo indicar sus conceptos. Por su parte el universo de estudio es “la definición del conjunto desde el cual se extraerá la información y hacia el que se generalizarán las conclusiones obtenidas” (Cavada, 2019); mientras que la muestra es “un subconjunto finito y factible de la Población, que debe cumplir características ineludibles para lograr que las conclusiones de la inferencia estadística sean válidas” (Cavada, 2019).

2.5.1. Universo de estudio

Una vez conceptualizado, y en margen de aquello, el universo de estudio de este trabajo de investigación es el sector textil ecuatoriano y en conjunto con el sector textil mundial, en el contexto de las exportaciones nacionales. El universo abarca a todos los componentes de la industria referida, los mismos que constan en las bases de datos y documentación del Servicio de Aduana del Ecuador (SENAE), del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y del Banco Central del Ecuador (BCE).

En este sentido, tal como se manifiesta en líneas anteriores no existen datos sobre la cuantificación de empresas de este tipo en el país, sin embargo, se cuenta con la contabilización de empresas registradas en el portal Ekos Negocios, lo que al no ser una fuente oficial no puede ser considerada como fidedigna para la aplicación de un muestreo o selección de muestra de dicho universo.

2.5.2. Muestra de estudio

Como se explica con antelación, la muestra es el subgrupo del universo con el que se trabajará directamente en el estudio; de acuerdo con teóricos en metodología de investigación existen diferentes muestras con las que se puede trabajar, sin embargo, con fines de este trabajo y por las limitaciones en el acceso a información y datos verificados de fuentes oficiales, se aplicará una muestra dirigida o no probabilística.

2.5.2.1. Muestra no probabilística

La intención de este trabajo es obtener información que permita realizar el análisis sobre las exportaciones del sector textil ecuatoriano en comparación con su competencia internacional en los años 2018 al 2022, en este sentido, la muestra no requiere contar con probabilidad sino más bien aterrizarla en la realidad del estudio, por lo que se opta por la identificación de profesionales con experiencia en el área de la industria textil nacional que brinden sus perspectivas y análisis correspondientes con la finalidad de realizar el estudio objeto del presente trabajo de investigación.

De esta manera de acuerdo con Hernández y otros (2014), este tipo de muestra es el “subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

Es por esta razón que, al elegir este tipo de muestreo, se considera que la necesidad del estudio permite contar con una muestra de cuatro expertos en el área.

Los entrevistados poseen perfiles diversos, desde altos directivos con experiencia en la gestión de empresas textiles hasta asesores comerciales con experiencia específica en comercio exterior y gestión de exportaciones en el sector textil. Este conjunto de perfiles proporcionará una perspectiva integral del sector, desde la alta dirección hasta la implementación práctica de estrategias comerciales y de exportación.

Emilio Prieto Nogales, ingeniero en Ciencias Empresariales, desempeña el rol de Gerente General en Luivan S.A. y Nogatextiles S.A. su destacada trayectoria y amplia experiencia en esta posición le confieren un peso significativo. Como líder, Emilio aporta una visión estratégica del sector textil desde la perspectiva de la alta dirección.

Jessica Valencia, ingeniera en Comercio Exterior Administrativo, ha ocupado el cargo de Asesora Comercial en Fabrinorte Cía. Ltda. (Indutexma) desde enero de 2020, y actualmente en STX TEXTILES CIA. LTDA. Su experiencia se destaca por la toma de decisiones que ha generado resultados favorables para las industrias en las que ha trabajado. Esto evidencia sus habilidades estratégicas y su profundo conocimiento en el ámbito comercial y de exportación del sector textil.

Ginger Buñay y Renata Vera, ambas ingenieras comerciales, desempeñan roles como Asesoras Comerciales en la industria textil. Han brindado apoyo en trámites y gestión de exportaciones a diversas empresas del sector textil. Su experiencia y conocimientos en el ámbito comercial y de exportación las convierten en profesionales valiosas para comprender los desafíos y aprovechar las oportunidades presentes en el mercado textil.

2.6. Técnicas de recolección de información

Para que el enfoque de investigación, los tipos de metodología y el universo y muestra funcionen y se puedan ejecutar de una manera adecuada, se requiere establecer las técnicas de recolección. Al ser un trabajo de carácter cualitativo se aplicarán:

2.6.1. Técnicas documentales

De acuerdo con Del Cid, Méndez y Sandoval (2007), manifiestan que estas técnicas:

Se orientan a obtener información que otros han escrito relacionadas con el tema estudiado. Ya sea para enriquecer el marco teórico del trabajo o para conocer parte de la historia, antecedentes y hechos que han ocurrido en torno al fenómeno que interesa y que forman parte del contexto que es indispensable. (del Cid, Méndez, & Sandoval, 2011)

Es por ello que se aplicarán estas técnicas con la finalidad de obtener información a partir de portales oficiales como los de SENAE, INEC y BCE, por medio de las cuales se procederá a recopilar la información, seleccionar lo necesario para el estudio, categorizarlo y tabular el análisis.

2.6.2. Entrevista

Arias (2012) menciona que:

(...) la entrevista, más que un simple interrogatorio, es una técnica basada en un diálogo o conversación “cara a cara”, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida. (Arias, 2012).

Es por esta razón que este instrumento es de suma importancia para la investigación, ya que permitirá que la autora tenga al alcance a expertos en la materia quienes brindarán perspectivas sobre el tema en desarrollo.

2.6.2.1. Entrevista estructurada

La facilidad para la comunicación directa es el resultado de la aplicación de esta técnica, es por ello por lo que para que se ejecute la entrevista se estructurará un banco de preguntas con el que se desarrollará cada temática sobre las exportaciones del sector textil ecuatoriano.

En el Anexo A se encuentra el banco de preguntas para las entrevistas. En el Anexo B y C se encuentran las respuestas que brindaron Emilio Prieto Nogales y Jessica Valencia, profesionales inmersos en el sector textil ecuatoriano; quienes desde su perspectiva brindan una postura importante con respecto al análisis de las exportaciones de esta industria en el país.

2.7. Definición y comportamiento de las Variables incluidas en el Estudio

Tabla 1. Definición y comportamiento de las variables.

Variable	Conceptualización	Indicadores	Instrumentos
Exportaciones del sector textil ecuatoriano en relación con la competencia en el mercado internacional 2018-2022	La gama de cantidades y resultados de productos textiles fabricados en Ecuador y enviados al mercado global.	<ul style="list-style-type: none"> - Producción - Ventas externa - Competitividad - Creación de valor 	Observación documental / Cuadros de datos, gráficos, cadena de valor, 5 fuerza de Porter
Factores de las Exportaciones	Un proceso que involucra la interacción de factores económicos, sociales, políticos y culturales con el objetivo de alcanzar ventaja competitiva en el mercado global.	<ul style="list-style-type: none"> - Factores que afectan al sector textil - Perfil del sector textil - Competidores 	Cuadros de datos, gráficos, PESTEL
Estrategias	Estrategias para posicionar su valor frente al mercado competidor	<ul style="list-style-type: none"> - Diferenciación - Enfoque 	Información Procesada FODA Estrategias FODA

Nota: Elaboración propia (2023)

2.7.1. Matriz de análisis PESTEL.

Según Kotler (2013), el análisis PESTEL se presenta como una herramienta de fácil aplicación, aunque proporciona datos de gran importancia para todas las empresas. Esto se debe a su capacidad para proporcionar una comprensión de los componentes clave del entorno externo en el que la organización opera. Estos componentes pueden ser vistos como posibles amenazas que representan riesgos para el negocio o como oportunidades que deben aprovecharse al máximo para obtener mayores ventajas.

2.7.2 Cadena de valor

La cadena de valor es una herramienta de análisis propuesta por Porter (2012), para la identificación de maneras de crear más valor para el cliente, bajo la premisa que las empresas son síntesis de actividades de un proceso que va desde el diseño, pasando por la producción, la comercialización, la entrega y el apoyo al producto o servicio. Entonces, la empresa no solo obtiene éxito a partir del buen desempeño de las actividades generadoras de valor de cada departamento, sino de la ejecución coordinada de las actividades de todos los departamentos.

2.7.3. Cinco fuerzas de Porter

Este modelo es otra herramienta de análisis propuesta por Porter (2012) para analizar la competitividad en el mercado, aplicable en cualquier estadio del ciclo de vida de los productos o servicios. Las cinco fuerzas de análisis y medición son:

- Amenaza de entrada de nuevos competidores. Refiere a cuán posible es la entrada de nuevos competidores al mercado, con base en las trabas o facilidades para ello.
- Amenaza de productos sustitutos. Refiere a productos o servicios similares que ofrecen buena relación calidad/precio a menor precio que pueden sustituir a otros, afectando la rentabilidad del negocio.
- Poder de negociación de los proveedores. En algunos casos, los proveedores pueden representar amenaza para la rentabilidad de las organizaciones, por ejemplo, si dominan la industria o si se debe enfrentar a sus costos elevados, entonteces los proveedores podrían convertirse en un participante adicional en el mercado.
- Poder de negociación del cliente. Si los clientes presentan alto grado de asociatividad, con el objetivo de conseguir mejor calidad en productos o

servicios o para acordar un precio máximo, la rentabilidad de la empresa puede verse afectada. Esta situación se presenta en el comercio internacional por los grandes mercados y los bloques que logran modificar los precios internacionales.

- Rivalidad competitiva. Representa la confluencia de los factores antecedentes; mientras más competidores estén en el mercado, la rentabilidad se reduce.

2.7.4. Matriz

Ampliamente conocida y aplicada en el mundo empresarial dado que, explica David (2017), permite desarrollar cuatro tipos de estrategias, las llamadas estrategias FODA: FO donde con las fortalezas internas se aprovechan las oportunidades del mercado, DO que buscan superar las debilidades y capitalizar oportunidades, FA utilizar las fortalezas para enfrentar las amenazas externas y, DA consistentes en tácticas defensivas con las que se busca reducir las debilidades y evitar las amenazas

2.8. Procesamiento y Análisis de la Información

En cuanto al procesamiento y análisis de los datos recabados, el proceso se puede resumir en cuatro etapas:

- Etapa 1: auditoría interna. Consistió en la evaluación de la situación competitiva actual de las exportaciones del sector textil, a través de tendencias numéricas y los modelos de análisis de cadena de valor y cinco fuerzas de competitividad, de manera de establecer las fortalezas y debilidades que se poseen para la exportación del sector textil ecuatoriano en relación con la competencia en el mercado internacional.
- Etapa 2: auditoría externa. Esta etapa consistió en el diagnóstico de los factores que determinan el Mercado internacional, específicamente en el mercado competitivo, en busca de oportunidades para capitalizar y amenazas que requieran de una preparación para que la industria pueda enfrentarlas de la mejor manera posible. Para este diagnóstico se utilizó la matriz de análisis PESTEL (David, 2017).
- Etapa 3: generación y evaluación de estrategias: para ello, con base en la información procesada, se aplicó las matrices de análisis FODA y la de Estrategias FODA.

- Etapa 4: consideración de estrategias. Esta etapa implicó darle movimiento al pensamiento estratégico, diseñando estrategias para mejorar la competitividad de las exportaciones del sector textil.

Capítulo III

Análisis e Interpretación de los Resultados

3.1. Auditoría Interna Industria Textil Ecuatoriana

3.1.1. Cadena de valor

La cadena de valor es un modelo a través del cual se interrelaciona los procesos que se desarrollan en las empresas y que están inmersos y dependen de las actividades que generan valor a los proveedores que diseñan su cadena de valor de acuerdo con el comprador (Porter, 2006).

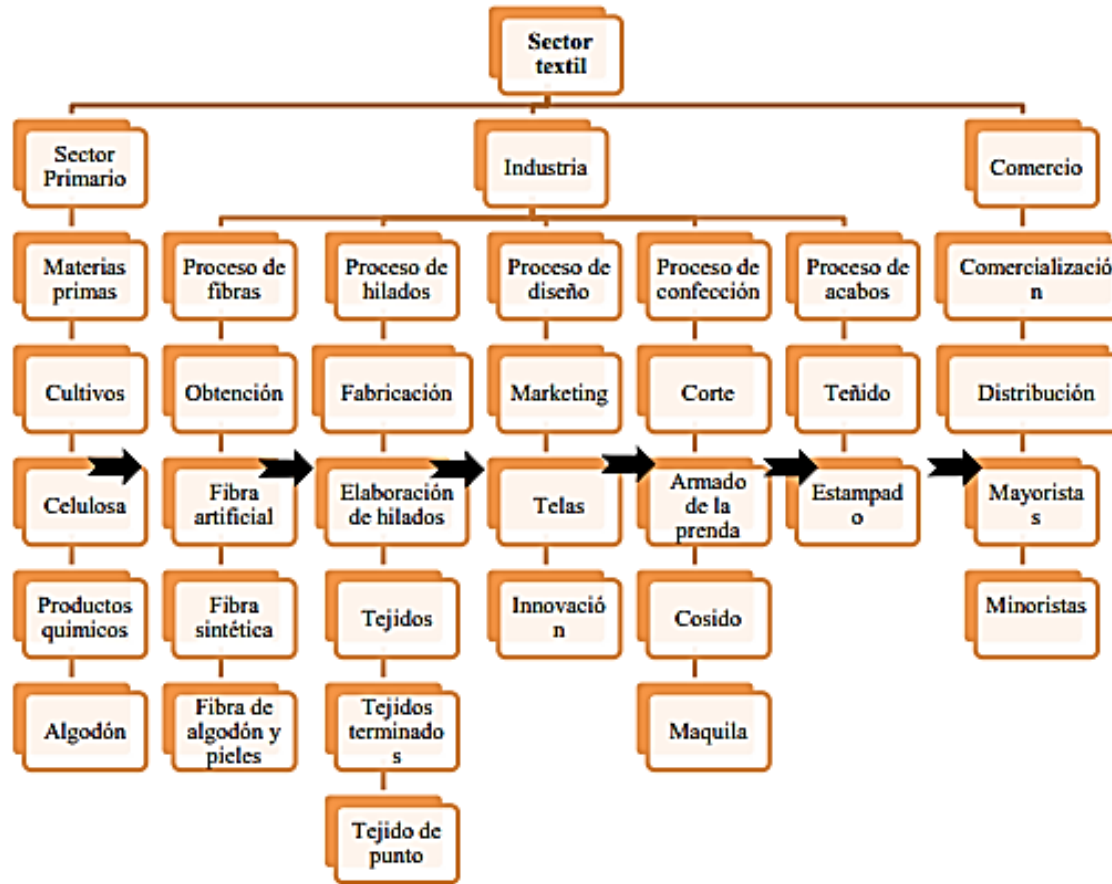
En este caso para que la balanza comercial tenga resultados positivos, se debe fomentar la creación de la cadena de valor del sector productivo, esto para que el proceso ya sea de fabricación y/o producción cuente con una adecuada estructura aplicada a la metodología de la matriz productiva. En este sentido, “la cadena valor, examina los sectores de la producción para alcanzar ventajas competitivas, gracias a la globalización las economías han podido cambiar la estructura productiva para convertirse mucho más competitivos” (Onofre, 2018).

El país ha participado activamente en la transformación de su modelo productivo, a través de la implementación de estrategias eficientes para desarrollar la producción y que esta sea competitiva en el mercado internacional. El sector textil ecuatoriano se encuentra inmerso en esto, ya que se ha fortalecido en términos de procesos de producción generando mayor valor agregado.

El Estado ha aportado con el desarrollo de esta cadena de valor, por medio de políticas como los subsidios al combustible para el uso en la industria textil; este tipo de incentivos ha permitido que mejore la producción en este sector, debido a que muchas de las maquinas que se utilizan con estos fines utilizan combustible para su fabricación.

En la Figura 1, se establece la cadena de valor de la industria textil ecuatoriana, de acuerdo con datos de la Corporación Financiera Nacional (2018).

Figura 1, Cadena de valor del sector textil ecuatoriano.



Nota: Figura tomada de (Onofre, 2018), Adaptado de Corporación Financiera Nacional, Ficha sectorial 2018, Industrias manufactureras.

3.1.2. Evolución de la exportación textil en Ecuador

Las exportaciones en el sector textil ecuatoriano son un mercado que tiene constante movimiento desde su origen, no obstante, la evolución en el período de estudio de este trabajo académico no se puede marcar notablemente debido a la falta de información que poseen los portales oficiales. Sin embargo, es menester mencionar que el 2020, marcó un hito importante debido a la pandemia por COVID19, en la que bajó sus estadísticas de exportaciones.

De acuerdo con la información recabada, en el año 2018 las exportaciones de productos de este sector tuvieron resultados favorables; de hecho, de acuerdo con el portal Fashion Network (2018) se establece que estas crecen en un 5,8% en comparación al año 2017. “Las ventas internacionales de productos textiles cerraron el primer semestre el año con un alza del 5,8% hasta 48,4 millones de dólares, según información oficial revelada por la Asociación de Industriales Textiles de Ecuador (AITE)” (Gonzalez, 2018).

Es necesario, además, mencionar que en este sector existen diferentes mercados, como la materia prima y productos terminados. En el mismo año, este informe al que alude González en Fashion Network (2018) indica que

El 64% de los envíos corresponden a productos terminados, categoría que hasta 2017 era la más vulnerable y la de menor demanda. El alza se dio gracias a las mejoras en la calidad, los valores agregados, así como la ampliación en la oferta comercial que incluye actualmente confección y paquete completo. (Gonzalez, 2018)

En este mismo informe, se pone en la palestra que, Ecuador exporta al año más de 11 mil toneladas de textiles, e indica además que desde 2015 esta industria ha recuperado sus indicadores con un incremento anual de entre 2% y un 5% (Gonzalez, 2018).

En el 2019 y 2020, pese a la baja internacional por la pandemia, indica Javier Díaz – ex Presidente ejecutivo de la Asociación de Industriales Textiles de Ecuador (AITE), que “el crecimiento de las exportaciones textiles es parte del plan de mejora competitiva que ha desarrollado el sector y que aspira a contar con la cooperación técnica del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)” (Primicias.ec, 2020).

En definitiva, pese a la crisis mundial, este sector no dejó de producir, de hecho, esto lo confirman las estadísticas que lo recoge la Figura 2.

Figura 2, Exportaciones del sector textil ecuatoriano 2019 – 2020 valores en dólares.

Categoría	2019	2020	Variación
Materia prima	445 053	198 364	-55,4%
Hilado	4 762 382	6 024 409	26,5%
Tejido plano	23 956 891	22 195 950	-7,4%
Tejido de punto	658 655	631 486	-4,1%
Prenda de punto	15 744 272	10 962 507	-30,4%
Prensa exc. de punto	9 415 767	7 725 160	-18,0%
Ropa hogar	1 248 184	1 259 611	0,9%
Alfombras, tapices	105 079	308 391	193,5%
Cordeles y cuerdas	352 664	440 572	24,9%
Hilo de coser	500 312	280 140	-44,0%
No tejido	2 178 833	3 221 862	47,9%
Producción especial	795 503	2 990 355	275,9%
Prendería, trapos	35 231	15 127	-57,1%
Otros usos	43 509 815	48 455 375	11,4%
Total	103 708 641	104 709 309	1,0%

Nota: Figura tomada de (Primicias.ec, 2020), información tomada de Banco Central y AITE.

Como se puede denotar en los mercados que hubo evolución y crecimiento entre 2019 y 2020 están las alfombras y tapices, cordeles y cuerdas, producción especial estas categorías no tuvieron un impacto negativo ya que tienen una mayor comercialización a nivel mundial. De hecho, en el total únicamente hubo una varianza de 1% de incremento entre uno y otro año. Lo que demuestra que en general, el incremento que tenía esta industria en materia de exportaciones decayó, pero no en la totalidad.

Podemos analizar que hubo un déficit entre el 2019 y 2020 de tejido de punto, Materia prima, prenda de punto, hilo de coser, prendería lo que perjudica y puede ocasionar pérdida de competitividad que se evidencia en la disminución de las exportaciones.

La pandemia marcó un nuevo inicio para este sector, es así que en el 2021 creció en un 32% en comparación al 2019, Ecuador cerró este año con cerca de 139 millones de dólares en exportaciones.

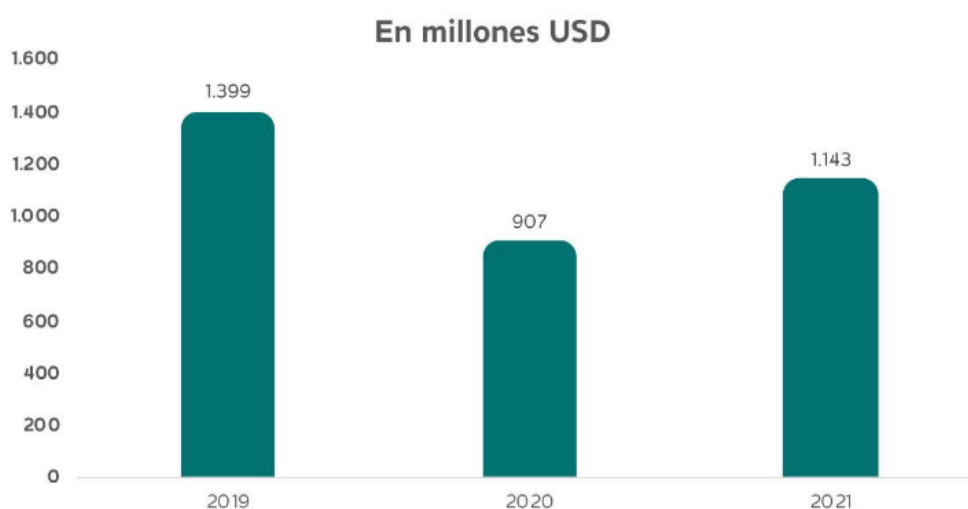
González (2022) manifiesta que el Ecuador ha trazado un plan para el crecimiento en cinco años y espera sumar al menos 300 millones en esta materia antes del 2025 (González, 2022).

De acuerdo con el portal Ekos, según información proporcionada por la AITE y el Servicio de Rentas Internas, existió gran evolución desde 2019 hasta el 2021, contando con el declive en el 2020 debido a que La pandemia de COVID-19 generó un impacto sustancial en la industria textil, ya que las restricciones de movimiento, el cierre de tiendas minoristas y la disminución de la demanda a nivel mundial repercutieron negativamente en la fabricación y las exportaciones de productos textiles.

Además, se produjo una paralización en la cadena de suministro global, con dificultades para obtener materias primas y problemas en la logística, lo que exacerbó la situación.

Pese a que la recuperación no fue la esperada, la tendencia da al crecimiento de la misma, tal como lo recoge la Figura 3.

Figura 3, Evolución ventas sector textil ecuatoriano 2019-2020-2021, valores en dólares.



Nota: Figura tomada de (Ekos, 2022), información tomada de AITE y SRI.

Para complementar este análisis de información, se presentan los datos correspondientes a la balanza comercial, en los que en el 2018 las exportaciones

ascendieron a 98.638,4 miles de USD FOB, mientras que las importaciones eran de 728.277,8 miles de USD FOB, la situación es similar para los años anteriores a la pandemia como lo indican informes oficiales (AITE, 2022).

En la Figura 4 se puede ver estos datos y su movimiento comercial desde 2019 a 2021.

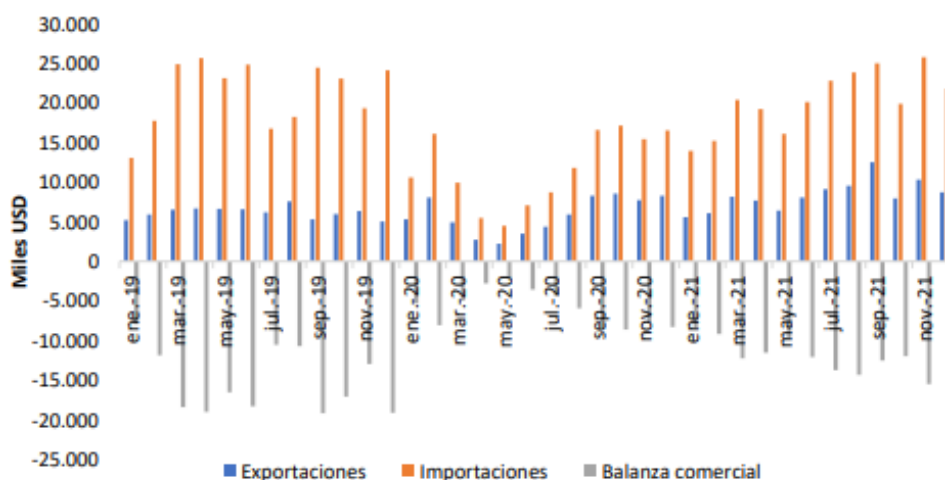
Ecuador importa más en el sector textil por una serie de razones, que pueden estar relacionadas con factores económicos, comerciales y de producción, por ejemplo: La producción de textiles y prendas de vestir puede ser costosa en términos de mano de obra y materias primas. En algunos casos, los costos laborales en Ecuador pueden ser más altos que en otros países, lo que hace que la producción local sea menos competitiva en términos de precios.

La disminución de las exportaciones en el sector textil en Ecuador podría deberse a la competencia de países con costos de producción más bajos en la industria textil, como China, India, Bangladesh y Vietnam, puede hacer que sea difícil para Ecuador competir en términos de precios, los altos costos de producción, incluidos los salarios, la energía y las materias primas, pueden hacer que los productos textiles ecuatorianos sean menos competitivos en el mercado global.

La balanza comercial es un indicador crítico para evaluar la competitividad del sector textil en un país, así como para tomar decisiones económicas y políticas. Un superávit en la balanza comercial puede ser un signo de fortaleza y crecimiento en la industria, mientras que un déficit puede requerir medidas para proteger y promover la producción local.

Es importante señalar que las razones específicas pueden variar a lo largo del tiempo y dependen de la situación económica y política del país.

Figura 4, Balanza comercial sector textil ecuatoriano 2019-2021, valores en dólares.



Nota: Figura tomada de (Yumiguano & Andrade, 2022) ,información tomada de Banco Central del Ecuador.

Los datos del año 2022 aún no han sido revelados, no obstante, según estadísticas de AITE y de su principal representante Camilo Ontaneda (2023) en una entrevista para Diario El Mercurio de Cuenca, indica que:

Los indicadores en el sector textil aún están un 12% por debajo de las cifras pre pandemia. Actualmente, las ventas a escala nacional suman cerca de 1.400 millones de dólares anuales y se generan alrededor de 140 mil plazas de empleo en este sector de manufactura. (Naula, 2023)

En definitiva, se puede decir que esta industria se encuentra en evolución constante pese a la pandemia, de hecho, al ser una de las más importantes en manufactura y generación de empleos en el país es una de las que se va recuperando de manera paulatina, pese a que aún no llega al nivel de pre pandemia.

3.2. Fuerzas competitivas

3.2.1. Rivalidad competitiva

En la actualidad Estados Unidos, Colombia y Perú son los principales socios comerciales de la industria textil del país, no obstante, es importante destacar que los principales países que representan competencia son China, India y Bangladesh, quienes producen en este sector y tienen una mano de obra más barata.

Portales que analizan estos temas indican que Ecuador tiene ventaja competitiva en este tema por los acuerdos internacionales, los mismos que ya fueron revisados en este trabajo en apartados anteriores.

Según Javier Díaz, ex presidente de AITE, quien estuvo al mando y representación por 18 años, indica que las exportaciones de Ecuador con sus principales aliados comerciales se dan porque la industria nacional no tiene los problemas logísticos que tienen estos países para poder ingresar a los mercados, sobre todo de los que conforman la Comunidad Andina de Naciones (CAN). (Primicias.ec, 2020)

La competencia de la industria textil del país es sumamente intensa y está sujeta a costos tanto laborales, calidad de los productos, capacidad de innovación, cumplimiento de normas y regulaciones internacionales y acuerdos comerciales.

Se establece que la rivalidad competitiva de las exportaciones del sector textil ecuatoriano por países es: China, como uno de los mayores productores y exportadores textiles del mundo, debido a que su capacidad de producción a gran escala y sus costos laborales son relativamente bajos y esto le permite competir en una amplia gama de productos textiles.

Por otro lado, es India, competidor importante en la industria textil, por su gran variedad de producciones de algodón, textiles sintéticos, ropa de cama, prendas de vestir y textiles técnicos. Bangladesh, se ha convertido en un importante centro de producción textil, especialmente en la confección de prendas de vestir, lo que le permite competir es el valor de su mano de obra.

Vietnam, es otro de los potenciales competidores de Ecuador, ya que en los últimos años ha experimentado un crecimiento significativo en su industria textil. Y, en lo que tiene que ver con América del Sur, Brasil es un potencial competidor por su amplia producción de textiles y prendas de vestir.

3.2.2. Poder de negociación del cliente

El poder de negociación del cliente en lo que tiene que ver con las exportaciones textiles de Ecuador está marcado por la influencia de varios factores, de hecho, para superarlos es imperativo el manejo de estrategias de marketing y el

apoyo del Gobierno para establecer acuerdos con países del mercado internacional, lo que conlleve a mantener relaciones sólidas y satisfacer las necesidades del cliente.

En este sentido, los aspectos que generan esta influencia vienen marcados por los tipos de clientes, de manera relevante, esto varía de acuerdo al tipo de cliente al que va dirigido el producto, estos pueden ser consumidores finales, minoristas, mayoristas o empresas. Es por esta razón que los clientes finales se entienden que son los que menor poder de negociación tienen en comparación a los grandes conglomerados.

Otros de los aspectos que influyen en el poder de negociación son la demanda del producto, la diversificación o variedad, la calidad, los precios y costos de producción, entre otros.

3.2.3. Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores en el sector textil ecuatoriano generalmente es más bajo que en otros sectores, ya que estos están en una postura de subordinación en la cadena de suministro.

En esta cadena interfieren algunos factores como el número de proveedores en el mercado internacional, en este caso de los principales competidores de la industria nacional. Otro de los aspectos es la escasez de materias primas específicas, las mismas que pueden tener baja producción nacional y por ello el mercado prefiere a otros proveedores.

En general, este poder se ve marcado por la negociación de contratos entre exportadores y proveedores, la rivalidad existente en el mercado, la falta de gestión para una integración vertical de la industria ecuatoriana, la economía y los costos de cambio, entre otros.

3.2.4. Amenaza de productos sustitutos

Las amenazas de productos sustitutos en el sector textil ecuatoriano en el ámbito de las exportaciones se refieren directamente a la posibilidad de que los compradores o consumidores opten por productos textiles de otras industrias o fuentes en lugar de los productos textiles proveniente de otras industrias o fuentes en lugar de los productos textiles ecuatorianos.

Los principales productos sustitutos que representan amenazas para la industria textil ecuatoriana son: ropa usada o de segunda mano, ropa de otros países con costos laborales bajos, ropa de marca o de diseñados que se considera como una alternativa de alta calidad en comparación a los productos nacionales.

Otra de las amenazas, probablemente la de mayor influencia es la similitud de productos, calidad y precios con otros mercados, por ejemplo, la producción de hilos es muy parecida a la de Asia. Ecuador tienen ventaja en este ámbito, ya que no cuenta con la crisis logística que tienen los países de este continente para las exportaciones.

3.2.5. Amenaza de nuevos competidores

La entrada de nuevos competidores en el sector de exportaciones de la industria textil puede llegar a tener impactos significativos en esta materia. Se considera que se relaciona con esta amenaza a los costos de entrada en lo que tiene que ver con los costos de inversión en maquinaria, tecnología, regulaciones gubernamentales y estándares de calidad.

Los nuevos competidores como los países de América Latina, Colombia, Perú, Chile, al tener experiencia en exportaciones en otras industrias representan importante amenaza para el país, debido a que en el momento que empiezan a ser productores, se perderá el mercado de exportación hacia estos países.

Las relaciones que se tenga con los clientes potenciales de la industria textil ecuatoriana son de gran importancia, esto puede resultar una amenaza, en el caso que no existan relaciones sólidas y que estas manejadas desde otros países derroque lo que ha logrado la industria nacional, por falta de acuerdos y negociaciones.

3.3. Auditoría Externa

3.3.1. Entorno político

El entorno político de las exportaciones del sector textil del país se ve influenciado por varios aspectos, como las regulaciones comerciales, acuerdos políticos y relaciones con países para la comercialización.

Este ámbito lo marca principalmente las relaciones diplomáticas que tiene el Ecuador, en este sentido como se ha venido revisando cuenta con acuerdos comerciales firmados con varios países y bloques regionales, como la Unión Europea,

Estados Unidos y otros países de América Latina. Estos acuerdos pueden tener un impacto significativo en las exportaciones del sector textil, ya que influyen en las tarifas y barreras comerciales.

Siguiendo con este tema, las políticas de promoción de exportaciones que se implementen desde el Gobierno Central son claves, ya que estas pueden promover y proveer de incentivos fiscales, subsidios o apoyo logístico que beneficien al sector textil.

El entorno político en general ha tenido un considerable avance con el paso del tiempo y ha logrado consolidar buenas relaciones con países incluso que podrían ser competencia como Colombia y Perú. No obstante, existe mucho trabajo que realizar, esto debido a que se deben preparar planes que no alteren los cambios de política cambiaria, los acuerdos bilaterales y las políticas laborales.

3.3.2. Entorno económico

El entorno económico de las exportaciones del sector textil en Ecuador es un elemento crítico que influye en la competitividad y el desempeño de la industria, en este sentido se ven afectados por la tasa de cambio entre nuestra moneda en curso legal y otras monedas que tengan mayor valor. Es así que una apreciación clara sobre este tema, es que el dólar puede hacer que los productos ecuatorianos sean más caros en el extranjero, lo que podría afectar la demanda internacional.

Este entorno también se ve petulante por la competencia internacional existente, que como se puede ver en apartados anteriores es variada y en todos los mercados de esta industria. No se puede pasar por alto que la salud de la economía global influye en la demanda de productos textiles. Durante épocas de recesión económica, la demanda de textiles puede disminuir, mientras que, en momentos de crecimiento económico, la demanda puede aumentar.

Adicional a lo dicho, las cadenas de suministro y logísticas son clave en este entorno, esto ayudará que se mantengan los costos y se cumplan con los plazos de entrega de acuerdos realizados en negociaciones internacionales.

3.3.3. Entorno social

El entorno social de las exportaciones del sector textil en Ecuador se refiere a los aspectos sociales y culturales que pueden influir en la producción, el consumo y la percepción de los productos textiles ecuatorianos en los mercados internacionales. En este sentido se considera que este entorno está marcado por la mano de obra, las condiciones laborales, el impacto en la comunidad, la cultura, el diseño de los productos, las tendencias de consumo y sostenibilidad, las relaciones con las comunidades, la educación y la capacitación, entre otros.

Sin duda alguna este entorno refiere directamente a la situación social interna, como país, de cómo se encuentra y que es lo que se puede hacer; no obstante, este entorno tendrá variabilidad si existieran cambios en el entorno político y económico. Esto quiere decir que es dependiente y por su propia cuenta lo único que puede convocar es al trabajo, unidad y unificación de pensamiento progresista en el sector.

3.3.4. Entorno tecnológico

Este entorno abarca los avances, innovación y adopción de la tecnología en lo que tiene que ver la producción, diseño, comercialización y logística, es decir, en toda la cadena de producción de la industria textil ecuatoriana. Es por ello que es imperativo mencionar como aspecto trascendental, la inmersión de maquinaria avanzada en tecnologías de automatización, lo que permite aumentar la eficiencia, la calidad de los productos; no obstante, esto se vincula con el entorno económico, ya que para obtener estos equipos es necesario contar con capital para inversiones.

Este entorno probablemente es de los más importantes, ya que en su medio se gestionan los constantes adelantos, tanto de maquinarias, como de diseños, las innovaciones de materiales, entre otros. Adicionalmente, a esto se suman las innovaciones en el campo del comercio electrónico y el marketing digital.

3.3.5. Entorno ambiental

La industria textil puede tener un impacto ambiental significativo debido al uso de productos químicos y al consumo de recursos naturales. La preocupación por el medio ambiente puede influir en la percepción de los productos textiles ecuatorianos y en las restricciones comerciales relacionadas con la sostenibilidad.

En este contexto, el entorno ambiental juega un papel fundamental, aunque viene anclado al entorno tecnológico, es imperativo que la industria maneje políticas de sostenibilidad de recursos, con la finalidad de evitar la contaminación por las maquinarias y equipos que se manejan; esto debido a que las empresas textiles que demuestran y ponen en marcha prácticas sostenibles por lo general poseen una ventaja competitiva.

3.3.6. Entorno legal

El entorno legal de las exportaciones del sector textil en Ecuador involucra una serie de regulaciones, leyes y acuerdos que rigen la actividad de exportación de productos textiles. En este contexto se consideran:

- Regulaciones comerciales internacionales
- Normativas aduaneras
- Normas de calidad y etiquetado
- Derechos de propiedad intelectual
- Normativas laborales
- Regulaciones medioambientales
- Contratos y acuerdos comerciales
- Regulaciones de sostenibilidad
- Regulaciones de etiquetado de origen

3.4. Análisis comparativo de entrevistas realizadas

Tabla 2, Análisis comparativo de entrevistas realizadas.

<p style="text-align: center;">Gerente General de las empresas Luivan S. A - Nogatextiles S. A</p>	<p style="text-align: center;">Ingeniera en Comercio Exterior Administrativo Asesora Comercial <u>STX TEXTILES CIA. LTDA</u></p>
<p>*Manteniendo los costos y gastos dentro de límites adecuados.</p>	<p>*Dar preferencia control de costos y gastos.</p>
<p>*Establecer acuerdos con proveedores locales. *Conoce el ámbito empresarial</p>	<p>*Establece relaciones con proveedores del exterior. *Conocimiento profundo en ventas.</p>
<p>*Escasa organización en los procesos de compra.</p>	<p>*Estable políticas y presupuesto de compras.</p>
<p>*No cuenta con un sistema para retribuir comisiones.</p>	<p>*Determina márgenes de ganancia acorde a la categoría de productos para establecer el pago de comisiones.</p>
<p>*Decide en base a su experiencia.</p>	<p>*Elecciones basadas en los reportes financieros y su experiencia.</p>
<p>*No establece metas de ventas.</p>	<p>*Establecer objetivos de venta por vendedor.</p>
<p>*Postura empírica en el manejo de procesos administrativos.</p>	<p>*Enfoques de postura metódicas y empíricas.</p>

Nota: elaboración propia, información tomada de entrevistas realizadas (2023).

3.5. Análisis de ambiente: Matriz FODA

En base al análisis de la cadena de valor de la industria textil ecuatoriana, las cinco fuerzas de competitividad y el análisis PESTEL realizado en apartados anteriores, se construye la matriz FODA para las exportaciones del sector textil de Ecuador al mercado internacional.

Tabla 3, Análisis FODA del caso de estudio

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1: La industria nacional cuenta con amplia gama de materias primas naturales con calidad y versatilidad.</p> <p>F2: Herencia cultural en el sector textil, apreciada por los mercados por su autenticidad y atraktividad.</p> <p>F3: La ubicación geográfica de Ecuador, en América del Sur, le brinda una ventaja estratégica al estar cerca de mercados clave como Estados Unidos y la Unión Europea, lo que reduce los costos de envío y los tiempos de entrega.</p> <p>F4: La industria textil ecuatoriana produce una amplia variedad de productos textiles desde moda, para el hogar y productos técnicos.</p> <p>F5: Ecuador cuenta con una fuerza laboral cualificada en la industria textil, que puede producir productos de alta calidad con atención al detalle.</p>	<p>D1: La industria textil ecuatoriana es en su mayoría compuesta por empresas de tamaño pequeño a mediano, lo que limita su capacidad para beneficiarse de las economías de escala en la producción y distribución.</p> <p>D2: El sector textil se enfrenta a una fuerte competencia internacional, especialmente de países con costos de producción más bajos.</p> <p>D3: Los costos de producción en Ecuador pueden ser más altos que en algunos otros países competidores, lo que puede afectar la competitividad.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1: Contar con acceso a mercados internacionales por formar parte del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) de la Unión Europea y el Sistema de Preferencias Arancelarias Andinas (SPAA).</p> <p>O2: Cercanía geográfica de Ecuador con Estados Unidos, esto facilita al acceso a este mercado.</p> <p>O3: Firmas de acuerdos comerciales bilaterales con países como Colombia y México.</p> <p>O4: Aprovechar programas de apoyo e incentivos que propicien instituciones públicas y privadas para promover las exportaciones.</p> <p>O5: Promocionar a Ecuador como destino turístico de compras del sector textil.</p>	<p>A1: Las tendencias de moda y las preferencias de los consumidores pueden cambiar rápidamente, lo que puede afectar la demanda de productos textiles ecuatorianos.</p> <p>A2: Las crisis económicas globales o regionales pueden impactar negativamente en la demanda de productos textiles.</p>

Nota: elaboración propia (2023).

Capítulo IV

Propuesta

4.1. Propuesta general

Los datos, información recabada y análisis realizado en este trabajo, permiten tener una perspectiva de las exportaciones del sector textil del Ecuador con un panorama esperanzador para el país. Sin embargo, es indispensable que con esta información que consideren las oportunidades para promover su penetración en el mercado internacional, tanto en los países aliados en la actualidad como en nuevos socios comerciales.

Las debilidades y amenazas del caso en análisis son pocas en comparación a las fortalezas y oportunidades, no obstante, son de cuidado ya que la industria debería estar preparada para afrontar crisis, sin generar mayor cantidad de pérdidas. Y es allí, en el espacio en el que cabe la presente propuesta, la misma que considera tanto factores externos e internos de las exportaciones. En este sentido, se debe tomar especial atención a las relaciones, regulaciones y acuerdos comerciales políticos y económicos, los mismos que pueden generar un impacto importante en las exportaciones del sector textil nacional.

Por su parte, la situación analizada desde el año 2018 hasta el 2022 denota el compromiso y trabajo de los actores inmersos en esta industria, en donde se encuentran una variedad de oportunidades, básicamente por las dificultades por las que atraviesan China, Bangladesh, Vietnam, entre otros, en lo que tiene que ver con el transporte y logística de mercadería.

Al consolidar todo lo dicho, en una sola estrategia, esta debe ser integral, con la implementación de varias acciones y aspectos necesarios e indispensables para disminuir los riesgos de caer en las debilidades y amenazas que posee el sector textil ecuatoriano, en el espacio de las exportaciones.

En este sentido; en base a todo lo dicho, se presenta a continuación en la Tabla 4, la propuesta de estrategias orientadas al incremento de las exportaciones del sector textil nacional en el mercado mundial. Para que esto se lleve a efecto, en primer lugar, se realiza el cruce de los factores FODA, con la finalidad de obtener diferentes alternativas para abordar esta situación, posteriormente, se realiza la justificación, el planteamiento de objetivos y el desarrollo de estrategias.

Tabla 4, Cruce de factores FODA.

Alternativas estratégicas para la competitividad de las exportaciones del sector textil ecuatoriano en el mercado mundial.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>F1: La industria nacional cuenta con amplia gama de materias primas naturales con calidad y versatilidad.</p> <p>F2: Herencia cultural en el sector textil, apreciada por los mercados por su autenticidad y atractividad.</p> <p>F3: La ubicación geográfica de Ecuador, en América del Sur, le brinda una ventaja estratégica al estar cerca de mercados clave como Estados Unidos y la Unión Europea, lo que reduce los costos de envío y los tiempos de entrega.</p> <p>F4: La industria textil ecuatoriana produce una amplia variedad de productos textiles desde moda, para el hogar y productos técnicos.</p> <p>F5: Ecuador cuenta con una fuerza laboral cualificada en la industria textil, que puede producir productos de alta calidad con atención al detalle.</p>	<p>D1: La industria textil ecuatoriana es en su mayoría compuesta por empresas de tamaño pequeño a mediano, lo que limita su capacidad para beneficiarse de las economías de escala en la producción y distribución.</p> <p>D2: El sector textil se enfrenta a una fuerte competencia internacional, especialmente de países con costos de producción más bajos.</p> <p>D3: Los costos de producción en Ecuador pueden ser más altos que en algunos otros países competidores, lo que puede afectar la competitividad.</p>
OPORTUNIDADES	FO	DO
<p>O1: Contar con acceso a mercados internacionales por formar parte del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) de la Unión Europea y el Sistema de Preferencias Arancelarias Andinas (SPAA).</p> <p>O2: Cercanía geográfica de Ecuador con Estados Unidos, esto facilita al acceso a este mercado.</p> <p>O3: Firmas de acuerdos comerciales bilaterales con países como Colombia y México.</p> <p>O4: Aprovechar programas de apoyo e incentivos que propicien instituciones públicas y privadas para promover las exportaciones.</p> <p>O5: Promocionar a Ecuador como destino turístico de compras del sector textil.</p>	<p>FO1. Promover el ingreso a nuevos mercados con el desarrollo de productos sostenibles eco – amigables.</p> <p>FO2. Impulso a la creación de nuevos productos en los que se resalte la herencia cultural nacional que es apreciada por los países socios vigentes como Estados Unidos.</p> <p>FO3. Mejorar e innovar en los procesos y cadena logística para el ingreso a nuevos países.</p> <p>FO4. Fomentar la creación de programas para promocionar al país como destino turístico de compras, aprovechando la variedad de productos textiles que se generan en Ecuador.</p>	<p>DO1. Apoyo desde las organizaciones como AITE, BCE, SRI para que las microempresas del sector textil crezcan y puedan acceder a las exportaciones en el mercado internacional.</p> <p>DO2. Incentivar a la industria nacional a mejorar su producción por medio de la capacitación internacional e incremento de tecnologías.</p> <p>DO3. Apoyo promocional de las exportaciones del país en los socios comerciales para promover su incremento.</p> <p>DO4. Promover la unificación de costos laborales con relaciones políticas – diplomáticas para que el mercado nacional se pueda dar a conocer en más países.</p>
AMENAZAS	FA	DA
<p>A1: Las tendencias de moda y las preferencias de los consumidores pueden cambiar rápidamente, lo que puede afectar la demanda de productos textiles ecuatorianos.</p> <p>A2: Las crisis económicas globales o regionales pueden impactar negativamente en la demanda de productos textiles.</p>	<p>FA1. Aprovechar las brechas de cadena de producción y logística de transporte para incrementar producción de acuerdo a las nuevas tendencias de productos.</p> <p>FA2. Apoyo de las organizaciones como AITE al Gobierno Nacional para la discusión y logro de eliminación de riesgos en exportaciones.</p>	<p>DA1. Plantear una hoja de ruta para que las pequeñas empresas textiles del país puedan estar al auge de las tendencias del sector.</p> <p>DA2. Preparación de escenarios donde prevalezcan regulaciones de costos y riesgos para prevenir crisis en el sector.</p>

Nota: elaboración propia (2023).

El cruce de las variables establecidas en el FODA inicial permitió obtener doce vías alternativas, las mismas que sirven de base para establecer una propuesta de estrategias que conlleven al incremento de las exportaciones del sector textil ecuatoriano, sobre todo minimizando riesgos en caso de existir alguna crisis. En tal virtud, resulta imperiosa la necesidad de diferenciar la oferta internacional con fines de exportaciones de esta industria, pese a que nuestra producción se enfrenta cotidianamente a una competencia agresiva en lo que tiene que ver con costos laborales, es posible instaurar acciones en cuanto a bajar costos y brindar un valor agregado a la producción.

4.2. Justificación

Pese a que por los datos e información proporcionada por fuentes oficiales el sector textil en Ecuador no es uno de los exportadores más importantes en comparación con otros como el de hidrocarburos, banano, camarón o flores; es una de las industrias que requiere de estrategias para poder ampliar su cobertura y demanda en el mercado internacional.

Las exportaciones en el mundo pueden variar con el paso del tiempo, influenciados por diferentes factores como la evolución de la demanda global, la inversión en los sectores y sobre todo la disposición política y diplomática para diversificar e incrementar el movimiento de la industria.

El sector textil ecuatoriano busca constantemente estar presente en los mercados internacionales a través de los factores mencionados, no obstante, debido a la importancia de otros países como los integrantes de la unión Europea, Brasil y otros, que podrían ser destino de productos del país, es necesario contar con acuerdos comerciales con estos países. Esto representaría una gran ventaja para poder posicionar a los productos en estos mercados.

Los productos nacionales poseen ventajas en cuanto al tratamiento de materiales, de hecho, gran parte de la materia prima proviene desde el mercado interno y esto permite además contar con un valor agregado; muy probablemente las debilidades al contar con una mano de obra que tiene un costo superior a países como China y Vietnam nos ponen en competencia y riesgo de que nuestros productos no sean los elegidos por los potenciales compradores.

Más sin embargo, fuera de las pocas debilidades y amenazas con las que cuenta el mercado nacional en la industria textil para lo que refieren las exportaciones, existen notables oportunidades de crecimiento. En tal virtud se requiere la implementación de estrategias para que esto suceda y la producción nacional sea reconocida y sobre todo acogida a nivel mundial.

4.3. Desarrollo de la Propuesta

Desarrollo de la Propuesta			
Estrategia genérica: Creación de nuevos productos			
Objetivos	Actividades	Beneficios esperados	Indicadores de medición
<ul style="list-style-type: none"> - Diversificar la oferta de productos nacionales, incluyendo textiles para el hogar, productos de decoración y textiles técnicos. - Posicionar la marca Ecuador Textil en el mundo, con base a la diferenciación del valor agregado nacional. - Mantener el mercado nacional a la vanguardia de innovaciones con productos sustentables. 	<ul style="list-style-type: none"> - Investigación de mercado y adaptación a las necesidades cambiantes de los consumidores. - Implementación de capacitaciones y de nuevas tecnologías para mejorar la calidad, eficiencia y contar con precios competitivos de la producción del sector textil nacional en comparación del mercado mundial. - Difusión de la producción nacional en los mercados mundiales, dirigido a los potenciales compradores y clientes, destacando sobre todo el valor agregado y la cultura textil nacional. - Colaboración en trabajos coordinados con otros países que requieran de la materia prima nacional, potenciando el valor de los productos nacionales para la fabricación y uso mundial. - Exploración de nuevos materiales y fibras textiles eco amigables para aplicaciones específicas en el mercado internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - En corto, mediano y largo plazo ser un referente de innovación y vanguardia del sector textil a nivel mundial. - La diversificación de productos permitirá competir con mercados potentes de este sector. - Todos los actores del mercado nacional podrán tener la posibilidad de crecer y posicionarse como marca Ecuador Textil y ser embajadores de la cultura nacional, a través de la producción. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de la marca país del sector a nivel mundial como un potencial proveedor de productos. - Variación de las exportaciones e incremento de estas en el lapso mínimo de seis meses, en comparación a estadísticas actuales. - Nuevas conexiones con otros países interesados en adquirir producción nacional. - Rendimiento anual de exportaciones a los países socios del Ecuador en este sector.
Estrategia de apoyo N°1: Promover el ingreso a nuevos mercados con el desarrollo de productos sostenibles eco – amigables.			
<ul style="list-style-type: none"> - Incrementar exportaciones a mercados sostenibles. - Obtener certificaciones de sostenibilidad reconocidas internacionalmente. - Participar en ferias y eventos relacionados con la moda sostenible y la 	<ul style="list-style-type: none"> - Inclusión en mercados sostenibles con base en las relaciones diplomáticas del Gobierno Nacional para que por medio de incentivos se pueda generar mayor movimiento en este tipo de industria. - Implementación de prácticas respetuosas con el medio ambiente en la fabricación de productos 	<ul style="list-style-type: none"> - La fabricación de productos textiles sostenibles permite el acceso a mercados internacionales - En mercados saturados por producción con estándares comunes, los productos sostenibles destacan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento de las exportaciones en nuevos mercados. - Retorno de la inversión, teniendo especial atención en los costos e ingresos generados por la

<p>sostenibilidad ambiental para incrementar la visibilidad y alcance de productos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Colaborar con el Gobierno Nacional para promover políticas y regulaciones que promuevan la sostenibilidad en la industria textil a nivel nacional. 	<p>sostenibles y eco amigables, introduciendo textiles orgánicos, textiles reciclados, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obtención de certificaciones de sostenibilidad reconocidas internacionalmente como la Global Textile Standard u otras. - Utilización de las certificaciones en las etiquetas y productos promocionales. - Intervención de la industria textil nacional en ferias relacionadas con la sostenibilidad. - Participación en conversatorios y- propuestas de leyes que fomenten la sostenibilidad en la industria textil. 	<ul style="list-style-type: none"> - Evitar problemas legales y mejorar en la reputación de la industria textil nacional al tener una producción sostenible que esté al borde de las regulaciones ambientales y éticas. 	<p>producción sostenible en exportaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Número de certificaciones sostenibles. - Impacto social y participación en iniciativas de sostenibilidad.
<p>Estrategia de apoyo N°2: Mejorar e innovar en los procesos y cadena logística para el ingreso a nuevos países.</p>			
<ul style="list-style-type: none"> - Reducir los tiempos de entrega y los costos de logística al optimizar la cadena de suministro de productos. - Garantizar el cumplimiento de regulaciones aduaneras y comerciales en los países clientes de la producción nacional. - Garantizar la calidad y condiciones de los productos para que lleguen en el plazo acordado en términos de negociación. - Mejorar en la visibilidad de una eficiente cadena de suministro de productos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico de la cadena de suministro actual para identificar los aspectos a mejorar. - Implementación de sistemas de gestión de cadena de suministro actualizados como softwares de seguimiento de los envíos en tiempo real. - Identificar riesgos de la cadena de suministro y plantear alternativas para reducirlos. - Intervención con expertos en logística y agentes aduaneros con experiencia en nuevos mercados que puedan ser la puerta a facilidades para la entrada a dichos países. - Establecer alianzas estratégicas con proveedores de logística que no generen mayores egresos, pero permitan contar con un sistema eficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción notable en costos de logística que mejorarán la rentabilidad de la producción textil ecuatoriana en el campo de exportaciones. - Ser referente de eficiencia operativa en la logística y producción de la industria textil nacional. - Mejorar en la competitividad y ser considerado como un mercado óptimo para las exportaciones de productos, no solo por su calidad sino también por la cadena de suministro. 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción de costos de la cadena logística de envíos y entrega de la producción, con cumplimiento de tiempo y estándares de calidad. - Cumplimiento de regulaciones aduaneras con bajos índices de inconvenientes en la logística. - Eliminación total de la tasa de devoluciones de pedidos por errores en la cadena de suministro. - Evaluación y seguimiento de la experiencia de los clientes, índices de satisfacción de la

			cadena de suministro y cumplimiento de pedidos.
Estrategia de apoyo N°3: Fomentar la creación de programas para promocionar al país como destino turístico de compras, aprovechando la variedad de productos textiles que se generan en Ecuador.			
<ul style="list-style-type: none"> - Incrementar turismo de compras. - Ampliar la oferta de la producción de textiles nacionales. - Marcar hoja de ruta de tours que destaquen los principales destinos de compras y de cultura textil nacional. - Destacar la elaboración de producción textil sostenible y fomentar su compra. 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer los destinos turísticos nacionales que ofrecen variedad de productos textiles, como principales referentes las provincias de Imbabura, Chimborazo, Tungurahua, entre otras. - Diseño y planificación de paquetes turísticos con una hoja de ruta en la que se incluya actividades comerciales de la industria textil. - Organización de eventos en los que el punto central sea la industria textil. - Incentivar y promover la obtención de certificaciones de calidad y sostenibilidad a pequeñas, medianas y grandes empresas. - Definir redes de cooperación con otros países para visitar a Ecuador como país con turismo de compras. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dinamización de la economía y generación de empleos en la industria textil ecuatoriana. - Promoción y visibilización de la cultura textil ecuatoriana como un mercado potencial para las exportaciones. - Incremento del desarrollo de innovaciones en la infraestructura textil. - Diversificación de producción y fortalecimiento de alianzas comerciales con nuevos países. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento anual del turismo de compras. - Registro del origen de turistas que permitirá realizar alianzas de exportación con estos países. - Impacto en la generación de empleo. - Aumento de inversiones para las exportaciones del sector textil nacional.

Conclusiones

La consideración de la competitividad implica una evaluación integral de competencias, recursos, tecnología y conocimientos adquiridos a lo largo de la experiencia empresarial.

Este documento desarrolló las ventajas competitivas para destacar y prosperar en el entorno empresarial, siendo consciente de la influencia de factores externos como la política, la economía, el entorno sociocultural, la tecnología, la postura ambiental y el contexto legal, los cuales son variables ajenas al control directo de una entidad y requieren atención constante para optimizar la posición ante un entorno dinámico que presenta oportunidades y amenazas.

En el contexto de este estudio, la competitividad se interpreta como la capacidad de aprovechar las ventajas competitivas desarrolladas a lo largo del tiempo para competir con éxito en el mercado del sector textil. Este enfoque contribuye al crecimiento económico y al bienestar de la población de Ecuador, destacando la calidad, la cadena de producción, logística, transformación y comercialización como elementos clave que agregan valor.

Con respecto al objetivo específico de analizar las exportaciones del sector textil ecuatoriano, se adopta un enfoque multidisciplinario que abarca aspectos económicos, comerciales y estratégicos. En resumen, se presentan las bases teóricas, el análisis de las exportaciones para el periodo 2018-2022 y una propuesta de estrategia integral para fortalecer la competitividad del sector textil ecuatoriano en el actual contexto del mercado internacional.

La evaluación de los factores internos y externos que influyen en la competitividad y las oportunidades de crecimiento permite comprender de manera adecuada los requisitos y preferencias de los mercados objetivos. Esta comprensión facilitará la adaptación de productos y estrategias comerciales para maximizar las oportunidades de penetración en dichos mercados. En consecuencia, las empresas textiles ecuatorianas podrán explorar nuevas vías de exportación y aumentar su participación en el comercio internacional, generando mayores ingresos y beneficios para el sector y la economía en general.

Recomendaciones

La relevancia del sector textil desempeña un papel crucial en la generación de empleo y tiene un impacto significativo en las exportaciones en Ecuador, lo que contribuye de manera importante a la economía. Por lo que se sugiere llevar a cabo una evaluación de su situación actual y se tomen decisiones basadas en información sólida para fortalecer y mejorar la posición de este sector en el futuro.

Es evidente que la industria enfrenta dificultades para competir con países como China, India y Bangladesh, factores que en su mayoría escapan a su control. En este sentido, es importante no solo implementar medidas comerciales para ingresar a nuevos mercados, sino también desarrollar estrategias cualitativas que incluyan motivación y apoyo, con el objetivo de estimular el crecimiento y empoderamiento del sector.

Si bien las estadísticas muestran que Ecuador ha aumentado sus exportaciones en los últimos años, es fundamental promover la innovación constante como un elemento controlable que permita la creación de nuevos procesos y productos eficaces y rentables en la industria textil.

Finalmente, el documento desarrollado propone a los profesionales de la industria a examinar detenidamente el informe y la sugerencia presentada, con el fin de ofrecer un aporte de nuevos conocimientos que fortalezca la competitividad en el ámbito del sector.

Referencias bibliográficas

- AITE. (2023). *AITE*. Obtenido de AITE: <https://www.aite.com.ec/boletines.html>
- Arias, F. (2012). *Proyecto de Investigación*. Obtenido de Introducción a la Metodología Científica 6ta Ed: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=W5n0BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=fidias+arias+proyecto&ots=kYjJcsqwo3&sig=ISzR5MXNRNU9I8KjhHz1y97riZo#v=onepage&q=fidias+arias+proyecto&f=false>
- Asamblea Nacional. (16 de diciembre de 2011). *REGLAMENTO APLICACION DEL ACUERDO DE COMPLEMENTACION ECONOMICA 59*. Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/Documento_RESOLUCI%C3%93N-34-REGLAMENTO%20APLICACION%20DEL%20ACUERDO%20DE.pdf
- Asamblea Nacional. (31 de diciembre de 2019). *Asamblea Nacional*. Obtenido de COPCI: <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-04/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION%2C%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES%20COPCI.pdf>
- Asobanca. (2022). *Guía de la Industrial Textil*. Obtenido de <https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2022/12/19.-Guia-Industria-Textil.pdf>
- Buñay, G. (16 de diciembre de 2023). Exportaciones industria textil Ecuador. (G. Alcívar, Entrevistador)
- Cavada, G. (2019). *UANDES*. Obtenido de https://www.uandes.cl/wp-content/uploads/2019/01/bioestadistica_investigacion_gcavada.pdf#:~:text=Se%20debe%20se%20B1alar%20detalladamente%20lo%20que%20se%20va,hacia%20el%20que%20se%20generalizar%20A1n%20las%20conclusiones%20obtenidas.
- Comité de Comercio Exterior. (22 de enero de 2021). *Comité de Comercio Exterior*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/04/Resolucion-001-2021-1.pdf>

- Congreso Nacional. (1998). *Ley Orgánica de Aduanas*. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/9261/2/LBNCCE-MA-2208-PUBCOM.pdf>
- Congreso Nacional. (26 de noviembre de 2003). *Reglamento de la Ley Orgánica de Aduanas*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/regimenesloa.pdf>
- del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2011). *Investigación, fundamentos y metodología*. Obtenido de <https://josedominguezblog.files.wordpress.com/2015/06/investigacion-fundamentos-y-metodologia.pdf>
- Delegación de la Unión Europea en Ecuador. (26 de julio de 2021). *Delegación de la Unión Europea en Ecuador*. Obtenido de https://www.eeas.europa.eu/ecuador/la-union-europea-y-ecuador_es?s=161
- Ekos. (9 de mayo de 2022). *Ekos*. Obtenido de Crisis logística mundial impulsa las ventas del sector textil ecuatoriano: <https://ekosnegocios.com/articulo/crisis-logistica-mundial-impulsa-las-ventas-del-sector-textil-ecuatoriano>
- Gonzalez, T. (6 de diciembre de 2018). *Fashion Network*. Obtenido de <https://pe.fashionnetwork.com/news/Las-exportaciones-textiles-de-ecuador-crecen-en-un-5-8-,1042825.html>
- González, T. (20 de abril de 2022). *Ecuador apuesta por el crecimiento de su industria textil y pone la mira en las exportaciones*. Obtenido de Fashion Network: <https://pe.fashionnetwork.com/news/Ecuador-apuesta-por-el-crecimiento-de-su-industria-textil-y-pone-la-mira-en-las-exportaciones,1398360.html#:~:text=El%20pa%C3%ADs%20cerr%C3%B3%202021%20con,extranjeros%20para%20antes%20de%202025.&text=La%20reactivaci%C3%>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación 6ta Edición*. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/0B7fKI4RAT39QeHNzTGh0N19SME0/view?resourcekey=0-Tg3V3qROROH0Aw4maw5dDQ>

- Lifeder. (9 de abril de 2021). *Teorías del comercio internacional*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/teorias-comercio-internacional/>
- Litman, T. G. (20 de Abril de 2022). *Fashion Network*. Obtenido de Fashion Network: <https://pe.fashionnetwork.com/news/Ecuador-apuesta-por-el-crecimiento-de-su-industria-textil-y-pone-la-mira-en-las-exportaciones,1398360.html>
- Llerena, J. (2022). *Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de Capital humano en las exportaciones del sector textil en el Ecuador: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34631/1/T5264e.pdf>
- Méndez, N. (2016). *Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10841/1/MENDEZ-AREVALO-NUBE-FABIOLA%20%28MONOGRAFIA%29.pdf>
- Naula, P. (30 de agosto de 2023). *El Mercurio*. Obtenido de Industria textil se recupera, pero no llega a niveles prepandemia: <https://elmercurio.com.ec/2023/08/30/textil-sector-reactivacion-pandemia-cuenca-ecuador-2023/>
- Onofre, M. (septiembre de 2018). *Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio digital: <https://1library.co/es/download/880670808227282948>
- Organización Mundial del Comercio. (2014). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/download_s/inbr_s.pdf
- Porter, M. (2006). *Ventaja competitiva*.
- Prieto, E. (20 de septiembre de 2023). Exportaciones industria textil Ecuador. (G. Alcívar, Entrevistador)
- Primicias.ec. (2020). *Primicias.ec*. Obtenido de El sector textil ecuatoriano ve crecimiento en cinco mercados: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/textil-ecuador-oportunidades-crecimiento-mercados-ecuador/>
- Revista Gestión. (02 de mayo de 2021). *El sector textil, un puntal de la industria que busca levantarse*. Obtenido de <https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-sector-textil-un-puntal-de-la-industria-que-busca-levantarse>

- Revista Líderes Ec. (19 de enero de 2021). *Revista Líderes Ec.* Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/textileros-impulsan-plan-exportar-lideres.html>
- Santander Universidades. (10 de diciembre de 2021). *Santander Universidades.* Obtenido de <https://www.becas-santander.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html>
- Sistema de Informacion sobre Comercio Exterior. (2021). *Sistema de Informacion sobre Comercio Exterior.* Obtenido de http://www.sice.oas.org/TPD/GSP/GSP_Schemes_s.ASP
- Tesis y Máster. (2023). *Tesis y Máster.* Obtenido de <https://tesisymasters.com.ar/investigacion-descriptiva-ejemplos/>
- Valdivieso-Bonilla, A., Siluk, J., & Michelin, C. (1 de julio de 2022). *Universidad Federal de Santa María, Programa de Posgrado de Ingeniería de la Producción.* Obtenido de Santa María / RS, Brasil: <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/2827/2242>
- Valencia, J. (20 de septiembre de 2023). Exportaciones industria textil Ecuador. (G. Alcívar, Entrevistador)
- Vera, R. (16 de diciembre de 2023). Exportaciones industria textil Ecuador. (G. Alcívar, Entrevistador)
- Yumiguano, D. A., & Andrade, C. J. (diciembre de 2022). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador.* Obtenido de Repositorio Digital: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/21182/Disertaci%C3%B3n%20Final%20David%20Andre%CC%81s%20Yumiguano%20Rubio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Yumiguano, D., & Andrade, C. (diciembre de 2022). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador.* Obtenido de Factores que incidieron en la exportación de textiles durante la pandemia Covid-19, periodo 2020 - 2021: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/21182/Disertaci%C3%B3n%20Final%20David%20Andre%CC%81s%20Yumiguano%20Rubio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anexos

Anexo A

Banco de preguntas aplicada a los entrevistados.

1. Podría indicar, ¿Cuál ha sido el comportamiento de las exportaciones del sector textil en el período 2018-2020?
2. ¿En qué porcentaje decrecieron o crecieron las exportaciones del sector textil en el año 2018-2022?
3. ¿Podría realizar una estimación en porcentaje de las pérdidas o ganancias que tuvieron las exportaciones del sector textil?
4. ¿Cuáles fueron las dificultades que han enfrentado o enfrentan para las exportaciones del sector textil?
5. Podría indicar ¿Qué estrategias son las que el sector textil ha utilizado para enfrentar a la crisis económica actual?
6. ¿Cuáles son las estrategias que se considera para fortalecer la competitividad del sector textil ecuatoriano en el mercado internacional?
7. A su criterio, ¿Qué debería hacer el sector para volverse más competitivo y mejorar sus exportaciones en el sector textil?
8. Durante 2018 a 2022 ¿Se han abierto nuevos mercados para las exportaciones textiles ecuatorianas?

Anexo B

Entrevista a Emilio Prieto Nogales

PROFESION: Ingeniero en Ciencias Empresariales

EXPERIENCIA: Gerente General de las empresas Luivan S.

A - Nogatextiles S. A



1. Podría indicar, ¿Cuál ha sido el comportamiento de las exportaciones del sector textil en el período 2018-2020?

La industria textil se encuentra altamente vulnerable a las influencias de la economía y el comercio a nivel mundial. Sus vaivenes dependen en gran medida de las oscilaciones en la demanda de prendas de moda, las variaciones en los costos de las materias primas, como el precio del algodón, la feroz competencia internacional y las cambiantes corrientes de la moda. Añadiendo a esta fragilidad, eventos globales de gran magnitud, como la pandemia de COVID-19, han dejado una huella profunda en este sector y han repercutido de manera significativa en las exportaciones en general.

2. ¿En qué porcentaje decrecieron o crecieron las exportaciones del sector textil en el año 2018-2022?

Las ventas del sector textil llegaron a USD 1.143 millones en 2021, a diferencia del 2020, año golpeado por la pandemia.

3. ¿Podría realizar una estimación en porcentaje de las pérdidas o ganancias que tuvieron las exportaciones del sector textil?

En el año 2020, las exportaciones de productos textiles y confeccionados de Ecuador alcanzaron los 104.709.309 dólares, lo que demuestra la relevancia económica del sector en el país. Entre las principales exportaciones se encuentran prendas de vestir.

4. ¿Cuáles fueron las dificultades que han enfrentado o enfrentan para las exportaciones del sector textil?

El sector de la industria textil ha enfrentado y sigue confrontando diversas complicaciones al expandir sus mercados de exportación. Algunas de las dificultades primordiales comprenden la feroz competencia a nivel global, donde destacan países como China, India, Bangladesh y Vietnam con su capacidad de ofrecer textiles a precios muy competitivos, lo que puede obstaculizar las exportaciones de naciones que no pueden igualar tales costos. Asimismo, los costos asociados a la mano de obra y la producción representan un factor crítico en la ecuación, ya que aquellos países con costos laborales más bajos suelen gozar de una ventaja en términos de precios y pueden dificultar el acceso a mercados de naciones con costos laborales más elevados. Por último, las regulaciones comerciales y los aranceles también desempeñan un papel significativo en las exportaciones textiles, puesto que acuerdos comerciales, tarifas y obstáculos no arancelarios pueden añadir complejidad a la entrada en ciertos mercados.

5. Podría indicar ¿Qué estrategias son las que el sector textil ha utilizado para enfrentar a la crisis económica actual?

El sector textil ha empleado diversas estrategias para mantenerse competitivo a lo largo del tiempo. Una de estas tácticas ha sido ampliar su gama de productos, incluyendo moda, accesorios, ropa deportiva y otros artículos relacionados con la indumentaria, con el fin de satisfacer las cambiantes preferencias de los consumidores. Asimismo, el comercio electrónico se ha convertido en un pilar fundamental para esta industria, permitiendo a las compañías llegar a audiencias globales y adaptarse a las nuevas tendencias de compras en línea. Además, las colaboraciones y alianzas estratégicas con diseñadores de moda, celebridades y otras marcas han sido una estrategia efectiva para crear colecciones exclusivas y atraer a nuevos segmentos de clientes. Es relevante subrayar que las estrategias pueden variar según la empresa y su posición en el mercado, y que es esencial que las empresas se mantengan flexibles para adaptarse a las condiciones económicas y las tendencias cambiantes del mercado a lo largo del tiempo.

6. ¿Cuáles son las estrategias que se considera para fortalecer la competitividad del sector textil ecuatoriano en el mercado internacional?

El fomento del desarrollo del capital humano, a través de la capacitación en habilidades técnicas y de gestión para el personal laboral, junto con el impulso de la

educación y formación en áreas estratégicas, emerge como una estrategia clave. Adicionalmente, la facilitación del acceso al financiamiento, particularmente para las pequeñas y medianas empresas (Pymes), con el fin de promover la inversión en tecnología y maquinaria, representa otra faceta fundamental. Además, la promoción de alianzas estratégicas con otras empresas y organizaciones, con el propósito de robustecer la cadena de valor y aprovechar sinergias, se posiciona como una vía crucial para la revitalización de los sectores textiles en Ecuador. Todo esto, respaldado por políticas gubernamentales y apoyo institucional sólido, es esencial para llevar a cabo estas estrategias de manera efectiva y sostenible, adaptándolas a las necesidades y características específicas de dichos sectores.

7. A su criterio, ¿Qué debería hacer el sector para volverse más competitivo y mejorar sus exportaciones en el sector textil?

Fortalecer la competitividad y aumentar las exportaciones en la industria textil requiere enfoque en la innovación, la sostenibilidad, la eficiencia operativa, la expansión a nivel internacional y la inversión en recursos humanos. Es crucial tener en cuenta que estas estrategias pueden variar según la empresa y su posición en el mercado, por lo que es esencial realizar un análisis detallado y ajustar las estrategias en consecuencia.

8. Durante 2018 a 2022 ¿se han abierto nuevos mercados para las exportaciones textiles ecuatorianas?

Definitivamente, se han abierto nuevos mercados para las exportaciones textiles ecuatorianas. Un ejemplo claro es que las exportaciones de hilo de acrílico, poliéster y polialgodón aumentaron un 26,5% en 2020 en comparación con 2019.

Anexo C

Entrevista a Jessica Valencia

PROFESION: Ingeniera en Comercio Exterior Administrativo

EXPERIENCIA: Asesora Comercial Fabrinorte Cía. Ltda.
(Indutexma) ene. 2020 - nov. 2021

Asesora Comercial STX TEXTILES CIA. LTDA dic.
2021 - actualidad



1. Podría indicar, ¿Cuál ha sido el comportamiento de las exportaciones del sector textil en el período 2018-2020?

El sector textil es muy susceptible a factores económicos y comerciales globales, como cambios en la demanda de moda, fluctuaciones en los precios de las materias primas (como el algodón), la competencia internacional y las tendencias de la moda. Además, eventos globales, como la pandemia de COVID-19, han tenido un impacto significativo en la industria textil y en las exportaciones en general.

2. ¿En qué porcentaje decrecieron o crecieron las exportaciones del sector textil en el año 2018-2022?

En el año 2019 un valor de 74.178 miles de USD FOB, presentando una variación de - 6,93% con respecto al 2018

Las ventas del sector textil llegaron a USD 1.143 millones en 2021, según la Asociación de Industriales Textiles de Ecuador (AITE). Eso equivale a una recuperación de 26%. Y frente a 2020, año golpeado por la pandemia.

3. ¿Podría realizar una estimación en porcentaje de las pérdidas o ganancias que tuvieron las exportaciones del sector textil?

La AITE habla de una pérdida de competitividad que se evidencia en la disminución de las exportaciones de hilados y tejidos, en un 38% y 24%, respectivamente. En la actualidad, la industria textil y confección es la tercera más grande en el sector de la manufactura, aportando más del 7% del PIB Manufacturero nacional.

4. ¿Cuáles fueron las dificultades que han enfrentado o enfrentan para las exportaciones del sector textil?

El sector textil ha enfrentado y continúa enfrentando varias dificultades en sus exportaciones. Algunas de las principales dificultades incluyen:

- Competencia global
 - Costos laborales y de producción
 - Regulaciones comerciales y aranceles
5. Podría indicar ¿Qué estrategias son las que el sector textil ha utilizado para enfrentar a la crisis económica actual?

Algunas estrategias comunes que el sector textil había utilizado incluían:

- Diversificación de productos
- Comercio electrónico
- Colaboraciones y alianzas estratégicas

Es importante tener en cuenta que las estrategias específicas pueden variar según la empresa y su posición en el mercado. Además, las condiciones económicas y las tendencias del mercado pueden cambiar con el tiempo, por lo que es fundamental que las empresas sigan adaptando sus estrategias para enfrentar los desafíos actuales y futuros.

6. ¿Cuáles son las estrategias que se considera para fortalecer la competitividad del sector textil ecuatoriano en el mercado internacional?

Desarrollo del capital humano: Capacitar a la fuerza laboral en habilidades técnicas y de gestión y así fomentar la educación y formación en áreas estratégicas.

Acceso a financiamiento: Facilitar el acceso a financiamiento para las empresas, especialmente las pequeñas y medianas (Pymes) Promover la inversión en tecnología y maquinaria.

Alianzas estratégicas: Colaborar con otras empresas y organizaciones para fortalecer la cadena de valor y aprovechar sinergias.

Estas estrategias pueden adaptarse a las necesidades y características específicas de los sectores textiles de Ecuador. Además, es importante contar con

políticas gubernamentales y apoyo institucional para implementar estas estrategias de manera efectiva y sostenible.

7. A su criterio, ¿Qué debería hacer el sector para volverse más competitivo y mejorar sus exportaciones en el sector textil?

Para aumentar la competitividad y potenciar las exportaciones en la industria textil, se pueden implementar diversas estrategias clave. Aquí se resumen algunas de las principales:

- Innovación y diseño
- Calidad y sostenibilidad
- Automatización y tecnología
- Optimización de la cadena de suministro

En resumen, la competitividad y las exportaciones en el sector textil pueden fortalecerse mediante la innovación, la sostenibilidad, la eficiencia operativa, la expansión internacional y la inversión en recursos humanos. Es importante recordar que estas estrategias pueden variar según la empresa y su posición en el mercado, por lo que es crucial realizar un análisis detallado y ajustar las estrategias en consecuencia Principio del formulario.

8. Durante 2018 a 2022 ¿se han abierto nuevos mercados para las exportaciones textiles ecuatorianas?

Es posible que se hayan abierto nuevos mercados o que se hayan expandido las oportunidades de exportación en el período posterior a mi última actualización.

Anexo D

Entrevista a Ginger Buñay

PROFESIÓN: Ingeniera Comercial

EXPERIENCIA: Asesoría comercial industrias textiles.



1. Podría indicar, ¿Cuál ha sido el comportamiento de las exportaciones del sector textil en el período 2018-2020?

Durante el período de 2018 a 2020, el sector textil experimentó fluctuaciones en sus exportaciones. Hubo momentos de crecimiento, especialmente en ciertos nichos de mercado, pero también se enfrentaron a desafíos debido a factores como cambios en la demanda global y condiciones económicas.

2. ¿En qué porcentaje decrecieron o crecieron las exportaciones del sector textil en el año 2018-2022?

Las exportaciones del sector textil experimentaron variaciones durante el periodo 2018-2022. Se observó un crecimiento moderado en algunos años, aunque también hubo periodos de decrecimiento, principalmente relacionados con la incertidumbre económica mundial y factores externos.

3. ¿Podría realizar una estimación en porcentaje de las pérdidas o ganancias que tuvieron las exportaciones del sector textil?

Realizar una estimación precisa de las pérdidas o ganancias requeriría un análisis detallado de los datos específicos del sector textil en ese periodo. Sin embargo, puedo decirte que las fluctuaciones económicas y cambios en las condiciones del mercado influyeron en los resultados.

4. ¿Cuáles fueron las dificultades que han enfrentado o enfrentan para las exportaciones del sector textil?

El sector textil ha enfrentado desafíos como la competencia global, cambios en las preferencias del consumidor, y fluctuaciones en los costos de producción. Además, eventos como la crisis sanitaria mundial han impactado la cadena de suministro y la demanda.

5. Podría indicar ¿Qué estrategias son las que el sector textil ha utilizado para enfrentar a la crisis económica actual?

Para enfrentar la crisis económica actual, el sector textil ha implementado estrategias como diversificación de productos, enfoque en sostenibilidad, exploración de nuevos mercados y mejora de eficiencias en la cadena de suministro.

6. ¿Cuáles son las estrategias que se considera para fortalecer la competitividad del sector textil ecuatoriano en el mercado internacional?

Se consideran estrategias como la adopción de tecnologías innovadoras, desarrollo de productos con valor agregado, participación en ferias internacionales, y fortalecimiento de la colaboración entre actores de la cadena textil.

7. A su criterio, ¿Qué debería hacer el sector para volverse más competitivo y mejorar sus exportaciones en el sector textil?

Para mejorar la competitividad y aumentar las exportaciones, el sector debería invertir en investigación y desarrollo, fomentar la capacitación continua, y adaptarse ágilmente a las tendencias del mercado global. La colaboración entre empresas y el gobierno también juega un papel crucial.

8. Durante 2018 a 2022 ¿Se han abierto nuevos mercados para las exportaciones textiles ecuatorianas?

Durante el periodo mencionado, se han explorado y abierto nuevos mercados para las exportaciones textiles ecuatorianas. La diversificación de destinos ayuda a reducir la dependencia de un solo mercado y fortalece la resiliencia del sector ante cambios en las condiciones económicas globales.

Anexo E

Entrevista a Renata Vera

PROFESIÓN: Ingeniera Comercial

EXPERIENCIA: Asesoría comercial industrias textiles.



1. Podría indicar, ¿Cuál ha sido el comportamiento de las exportaciones del sector textil en el período 2018-2020?

Durante el período de 2018-2020, las exportaciones del sector textil experimentaron un comportamiento desafiante, en parte debido a la pandemia de COVID-19. La demanda global se vio afectada, lo que impactó las operaciones y los resultados.

2. ¿En qué porcentaje decrecieron o crecieron las exportaciones del sector textil en el año 2018-2022?

Las exportaciones del sector textil experimentaron un decrecimiento en ciertos periodos, especialmente en los primeros años de la pandemia. Aunque se observó una recuperación gradual, el crecimiento no fue tan pronunciado como en años anteriores.

3. ¿Podría realizar una estimación en porcentaje de las pérdidas o ganancias que tuvieron las exportaciones del sector textil?

Durante el periodo estudiado, las pérdidas superaron a las ganancias en las exportaciones textiles. La pandemia exacerbó las dificultades, causando interrupciones en la cadena de suministro y disminución de la demanda.

4. ¿Cuáles fueron las dificultades que han enfrentado o enfrentan para las exportaciones del sector textil?

Las dificultades incluyen la interrupción de la cadena de suministro, disminución de la demanda global, y cambios en las preferencias del consumidor. Además, la competencia internacional y los costos de producción también representaron desafíos.

5. Podría indicar ¿Qué estrategias son las que el sector textil ha utilizado para enfrentar a la crisis económica actual?

El sector textil ha implementado estrategias como la digitalización de procesos, diversificación de productos, y enfoque en sostenibilidad. La colaboración con el gobierno y políticas públicas innovadoras son esenciales para estimular el crecimiento.

6. ¿Cuáles son las estrategias que se considera para fortalecer la competitividad del sector textil ecuatoriano en el mercado internacional?

Se consideran estrategias como la inversión en investigación y desarrollo, la adopción de tecnologías avanzadas, y la formación de alianzas estratégicas. Además, se busca mejorar la imagen de la industria textil ecuatoriana a través de prácticas sostenibles.

7. A su criterio, ¿Qué debería hacer el sector para volverse más competitivo y mejorar sus exportaciones en el sector textil?

Para mejorar la competitividad, el sector debería enfocarse en la innovación, mejorar la eficiencia operativa y promover políticas públicas que fomenten la inversión y el desarrollo sostenible. La capacitación continua de la fuerza laboral también es crucial.

8. Durante 2018 a 2022 ¿Se han abierto nuevos mercados para las exportaciones textiles ecuatorianas?

A pesar de los desafíos, se han explorado nuevos mercados para las exportaciones textiles ecuatorianas. Sin embargo, la apertura de más mercados y diversificación geográfica sigue siendo una estrategia clave para mitigar riesgos y estimular el crecimiento.