

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA MULTILINGÜE EN NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO MULTILINGÜE EN NEGOCIOS Y RELACIONES
INTERNACIONALES**

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LENCERÍA DE HOGAR, PERÍODO
2015- 2024**

RICARDO SEBASTIÁN CARRERA BONILLA

DIRECTOR:

JORGE MORA

**SEPTIEMBRE 2020
QUITO – ECUADOR**

ÍNDICE

1. TEMA.....	6
2. INTRODUCCIÓN.....	6
CAPÍTULO I.....	11
LAS MICROEMPRESAS TEXTILES EN EL ECUADOR.....	11
1.1. Antecedentes	11
1.1.1. Realidad socioeconómica y empresarial en el Ecuador	11
1.1.2. Escenario de desempeño de los emprendimientos	13
1.1.3. Evolución del sector textil	15
1.2. Plan económico ecuatoriano 2019	18
1.2.1. Estimaciones de crecimiento económico	18
1.2.2. Incentivos para el sector privado	20
1.2.3. Reformas laborales	21
1.3. Proceso productivo	22
1.3.1. Definición	22
1.3.2. Proveedores	23
1.3.3. Mano de obra	24
1.3.4. Logística	27
1.3.5. Estructura de la cadena de valor	28
CAPÍTULO II.....	31
INTERCAMBIOS INTERNACIONALES DE MATERIAS PRIMAS Y MANUFACTURAS TEXTILES.....	31
2.1. Normativa para la importación y exportación	31
2.1.1. Instituciones reguladoras del comercio exterior	31
2.1.2. Documentación legal	33
2.1.3. Proceso aduanero para importación y exportación	35
2.2. Logística comercial	37
2.2.1. Incoterms	37
2.2.2. Métodos de pago	41
2.2.3. Transporte en el comercio exterior	42
2.3. Antecedentes de China	43

2.3.1. China productor de fibras textiles.....	44
2.3.2. Balanza Comercial Ecuador - China	48
2.3.3. Barreras arancelarias y no arancelarias	50
2.3.4. Selección de mercado de exportación	52
CAPÍTULO III.	56
ANÁLISIS FINANCIERO	56
3.1. Estudio de mercado	56
3.1.1. Descripción de la empresa.....	56
3.1.2. Investigación de mercado	60
3.1.3. Análisis FODA	64
3.2. Marketing Mix.....	66
3.2.1. Producto.....	67
3.2.2. Precio	68
3.2.3. Plaza.....	69
3.2.4. Promoción.....	70
3.3. Estudio financiero	71
3.3.1. Inversión	71
3.3.2. Indicadores Financieros	74
3.3.3. Evaluación financiera de la propuesta	80
3. ANÁLISIS	82
4. CONCLUSIONES	85
5. RECOMENDACIONES	87
BIBLIOGRAFÍA	89

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	
Presencia empresarial en el Ecuador.....	13
Gráfico 2.	
Porcentajes de exportación de textiles ecuatorianos 2018.....	16
Gráfico 3.	
Flujograma del negocio.....	25
Gráfico 4.	
Incoterm “Ex Works”	38
Gráfico 5.	
Incoterm “CIF”	39
Gráfico 6.	
Incoterm “FOB”	39
Gráfico 7.	
Promedio salario mensual en USD en China, Vietnam y Camboya.....	45
Gráfico 8.	
Balanza comercial Ecuador - China 2017 en millones USD.....	47
Gráfico 9.	
Balanza comercial Ecuador - China 2018 en millones USD.....	47
Gráfica 10.	
PIB per cápita 2019.....	56
Gráfica 11.	
Importaciones de la partida arancelaria 6302, descripción “lencería de hogar” año 2018.....	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	
Exportaciones de textiles ecuatorianos 2018 en USD.....	15
Tabla 2.	
Exportación de textiles desde China 2018 en millones USD.....	44
Tabla 3.	
Matriz de selección de mercado.....	50
Tabla 4.	
Segmentación de mercado.....	54
Tabla 5.	
Gasto USD mensual individual en art. del hogar de personas con ingresos de un SBU.....	54
Tabla 6.	
Comercio de la partida arancelaria 6302, descripción “lencería de hogar” año 2018.....	57
Tabla 7.	
Análisis FODA.....	60
Tabla 8.	
Precios de venta de la competencia en la Alianza del Pacífico.....	65
Tabla 9.	
Métodos de promoción del producto.....	67
Tabla 10.	
Cálculo de inversiones.....	69
Tabla 11.	
Financiamiento de la Inversión.....	70
Tabla 12.	
Estado de Situación Inicial.....	70
Tabla 13.	
Cálculo del costo de producción.....	71
Tabla 14.	
Estado de Resultados proyectado.....	72
Tabla 15.	
Estado de Situación Inicial proyectado.....	73
Tabla 16.	
Cálculo del punto de equilibrio.....	74

1. TEMA

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LENCERÍA DE HOGAR, PERÍODO 2015- 2024

2. INTRODUCCIÓN

La balanza comercial del Ecuador muestra un superávit, en el 2019, por el incremento de las transacciones comerciales en el exterior. El petróleo es el producto que tuvo más influencia en la economía del Ecuador desde la década de los setentas hasta el año 2019, donde se experimentó un crecimiento de las exportaciones no petroleras en un 4.3%, hecho que supero al total de exportaciones de petróleo, las cuales además se redujeron en un 3.5% en comparación con el año anterior. El Producto Interno Bruto del país se incrementó por el aumento de las exportaciones, pero el incremento se redujo por la fluctuación similar de las importaciones, resultado que demuestra que la economía ecuatoriana es sensible al comercio internacional.

La evolución del comercio exterior se debe al incremento de tratados comerciales; esto favorece al sector privado por la reducción de barreras para la importación y exportación. Por esta razón, el gobierno continúa con el desarrollo de tratados comerciales o en su defecto con la adhesión a tratados existentes entre otros países, como la Alianza del Pacífico. El aumento de los convenios entre países sirvió de estímulo para crear negocios, que hasta el año 2019, registra un 90% de MIPYMES y un 10% de grandes empresas; donde las que realizan actividades de comercio exterior generaron un 11% en el crecimiento del PIB.

En el Ecuador, los emprendimientos, tienen una pendiente positiva, pues el número de emprendedores aumenta cada año, pero la tendencia indica que la cantidad de ingresos, no alcanzan los límites de la sostenibilidad. Este estudio determinó que los emprendedores por

oportunidad representan el 57.31%, mientras que los emprendedores por necesidad son el 42.33%. De cualquier forma, emprender conlleva afrontar barreras, que ralentizan el desarrollo de un proyecto, pero que estimulan las capacidades del ser humano.

A nivel mundial, el Ecuador no es un país textil, la exportación de ropa de hogar, registrada con la partida arancelaria 6302, tiene una participación en el mercado textil del 1%, motivo esencial para recurrir al comercio internacional en este estudio de pre factibilidad. Los países asiáticos son los mayores productores de textiles a nivel mundial, donde China es el líder; Colombia es el mayor productor de América del Sur, seguido de Brasil, esto se debe ya sea al desarrollo tecnológico, al bajo costo de la mano de obra, o a ambos factores, porque le facilita producir en economías de escala y a menores precios.

La temporalidad seleccionada se centra en la importancia del uso de información menos desactualizada, para evitar alteración en el resultado del proyecto. Se estableció al 2015 como año límite para el uso de información estadística, y una proyección de cuatro años para visualizar la sostenibilidad del proyecto a medio plazo; con un valor adicional, por las medidas económicas aplicadas por el gobierno de turno. En el periodo de investigación, el presidente de la República en funciones, Lenin Moreno, instauró medidas neoliberales en beneficio del sector privado, porque se espera que el sector empresarial estimule la economía y genere empleo. Además, se eliminó impuestos para reducir las barreras de creación de negocios a los emprendedores, se ofertaron créditos para financiar los proyectos, y se presentaron reformas laborales en beneficio del empleado y el empleador.

Con la finalidad de hacer este estudio lo más real posible, se determinó trabajar bajo el status de persona natural; otro tipo de personería representa procesos de constitución y requisitos más demandantes, además de gastos mayores, que pueden ser optimizados a través de la inversión de los mismos en factores que impulsen el desarrollo del emprendimiento, y

que proporcionan mayor control del negocio. Se estableció realizar la contratación del personal bajo honorarios profesionales, para evitar la compra de maquinaria costosa y el arriendo de un taller. Según los cálculos realizados y de acuerdo a las exigencias del Servicio de Rentas Internas del Ecuador, no hay problema en trabajar en calidad de persona natural, si no se excede en los rubros establecidos por esta institución.

Al ser China, el dominante mundial en la industria textil por sus costos de mano de obra y su nivel de desarrollo tecnológico, está en capacidad de ofertar sus productos a menor precio; razón principal para importar parte de la materia prima de este país, en el desarrollo de este proyecto; mientras que la otra parte proviene del Ecuador por preferencia hacia sus precios de venta, y por el reconocimiento favorable de sus productos en el mercado.

Una vez producida la manufactura esperada, se planea exportar al bloque económico de la Alianza del Pacífico, conformada por México, Colombia, Perú y Chile, Estados con los que hasta el año 2019, se tienen buenas relaciones comerciales. Los requisitos para formar parte de esta alianza se cumplieron, razón por la que, el gobierno está en periodo de negociaciones antes de oficializar el convenio. Los datos económicos muestran que la firma del tratado estimuló la economía de sus miembros, incluso con la inexistencia de restricciones en la importación y exportación de productos similares, como los del sector textil, decisión que genera una oportunidad para el Ecuador.

Esta disertación conlleva como objetivo general evaluar la pre factibilidad de la creación de un emprendimiento enfocado en la producción y comercialización de edredones, en base a las nuevas políticas gubernamentales. La consecución de este objetivo necesita del cumplimiento de tres objetivos específicos que comprenden ciertos componentes de esta investigación. Estos objetivos son: 1) exhibir la situación empresarial ecuatoriana, así como los beneficios para constituir una empresa; 2) exponer la normativa nacional del comercio

exterior, junto a los mercados de importación de materias primas y exportación de manufacturas textiles; 3) sistematizar la propuesta de iniciar un negocio textil a través del respectivo estudio de mercado. De la misma forma, en torno a este proyecto se plantea la siguiente hipótesis: La creación de una empresa productora y comercializadora de lencería de hogar, bajo la normativa nacional, permitirá conseguir un emprendimiento sustentable en el tiempo.

En este trabajo investigativo se emplea la teoría neoliberalista para el cumplimiento del objetivo general. El aporte de este marco teórico radica en su capacidad explicativa sobre el comportamiento del crecimiento económico, a través del apoyo al sector empresarial.

Antonio Argandoña (1990), en su artículo titulado: *El pensamiento económico de Milton Friedman*, demuestra que la aplicación de la teoría neoliberal, fomenta el desarrollo y crecimiento del sector privado, generando en consecuencia un impacto positivo en el progreso económico y social de un país. De este modo, la teoría mencionada es apropiada para cumplir con el objetivo de la investigación, puesto que se establece la relación entre la influencia de la libertad empresarial y el desarrollo económico; y además pretende explicar las desventajas de su no aplicación en comparación con otros países.

En cuanto a la metodología de esta disertación, se utiliza un enfoque cuantitativo, a partir de sus alcances descriptivo y explicativo. Por lo tanto, en primer lugar, se planea explicar la situación empresarial nacional y del sector textil, además de la relevancia de la adopción de medidas neoliberales en el Ecuador. En segundo lugar, se pretende describir el proceso comercial y los mercados de importación y exportación con sus respectivos fundamentos. Por último, para perfeccionar la respuesta del objetivo general se realiza el estudio financiero del proyecto, que demuestra si la propuesta es o no rentable. Para ello, la herramienta primordial es el empirismo, debido a que el desarrollo de este análisis de pre

factibilidad se basa en modelos existentes. Al mismo tiempo, se utilizan libros, artículos, disertaciones, leyes y ensayos electrónicos para materializar los dos primeros capítulos de este trabajo de grado.

CAPÍTULO I.

LAS MICROEMPRESAS TEXTILES EN EL ECUADOR

1.1. Antecedentes

El año 2019 presentó un incremento de las exportaciones no petroleras y una disminución de las petroleras, acompañado de un incremento en la balanza comercial y del Producto Interno Bruto. Estos resultados se deben a la consecución de tratados comerciales, puesto que aumenta el acceso a los beneficios por exportaciones e importaciones. Un estudio enfocado en emprendimiento, realizado por la Universidad Politécnica del Ecuador, determinó que el Ecuador es líder en emprendimiento en la región, lo cual se contrasta con la totalidad de PYMES existentes. No obstante emprender trae consigo barreras que dificultan el éxito de un negocio, sobre todo las arancelarias y las de financiamiento, razón por la cual el gobierno desarrolló un crédito para emprendedores menos severo en la lista de requisitos.

El sector manufacturero estimula la mayor parte del PIB del Ecuador, incluido el sector textil, aunque hay partidas arancelarias como la 6302 correspondiente a *Ropa de cama, de mesa, de tocador o de cocina, de todo tipo de materia textil* que en las exportaciones textiles ecuatorianas representan el 1% y a nivel mundial aportan el 0%, debido a la limitada capacidad productiva y a la producción en economías de escala de países como China y Colombia.

1.1.1. Realidad socioeconómica y empresarial en el Ecuador

De acuerdo a los datos presentados por el Banco Central (2019), el Ecuador registra un saldo positivo en su balanza comercial a septiembre del mismo año. Este superávit de \$365,4 millones de dólares, tiene como base la exportación de recursos no petroleros, como camarón, banano, plátano, atún, pescado, cacao, café y sus elaborados, representados por un

59.9%, mientras que el petróleo representa el 40.1% del total de exportaciones. A través de esta representación percentil se identifica que los ingresos por los recursos petroleros comienzan a disminuir su influencia, en la economía ecuatoriana, en comparación con los recursos no petroleros, que superaron sus niveles de ingresos obtenidos por exportaciones.

En cuanto al Producto Interno Bruto (PIB), existe un incremento del 0.3% en el segundo trimestre de 2019. Al igual que la balanza comercial, estos datos porcentuales se deben al incremento en las exportaciones, y al aumento en el consumo de los hogares. Cabe mencionar que las importaciones, factor que reduce el incremento del PIB, también aumentaron en 2.2% según el registro del mismo periodo en el 2018 (Banco Central del Ecuador, 2019). Con las cifras presentadas se asevera que la economía ecuatoriana es sensible al comercio internacional y al comportamiento de sus socios comerciales, en especial Estados Unidos, quien es el mayor importador de productos ecuatorianos; hasta finales del año en curso demanda un 46.2% del total de exportaciones ecuatorianas. (Banco Central del Ecuador, 2019)

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es una investigación de la Universidad Politécnica del Ecuador, que estudia el comportamiento de los emprendimientos dentro de un grupo de países, para compararlos entre sí (ESPAE, 2017). Este estudio determinó que el 29.6% de la población, entre 18 y 64 años, inició el proceso de arranque de un negocio o ya disponía de uno de 4 años de funcionamiento. En base a una muestra de 2060 personas, se calcula que la edad promedio para emprender es de 36 años, donde la mayoría de encuestados tiene instrucción de segundo nivel, y el 33.4% tiene una segunda fuente de ingreso (ESPAE, 2017). De acuerdo al índice de espíritu emprendedor (GESI), la motivación para emprender por presencia de oportunidad es de 57.31%, y el emprendimiento por necesidad representa 42.33%. Generar empleo es parte de los intereses de un emprendedor, pero la falta de

ingresos es un impedimento; el 51.5% de negocios no produce plazas de empleo, adicionales a la del propietario. (ESPAE, 2017)

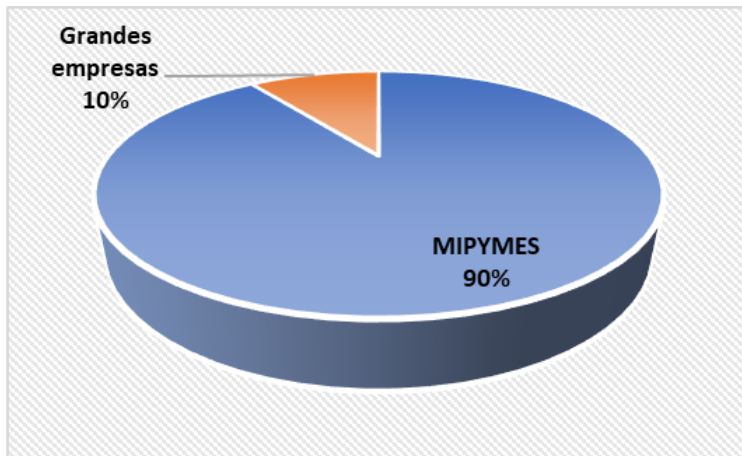
El comercio exterior en Ecuador está en evolución por el aumento de acuerdos comerciales, donde la prioridad es Latinoamérica, el Caribe y los países vecinos, de acuerdo a los objetivos de política exterior establecidos en la Constitución de Montecristi (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2017). Asimismo, el incremento de tratados con la Unión Europea, Asia y su principal socio comercial, Estados Unidos, ampliaron los ingresos por exportación. Además, el gobierno ecuatoriano tiene en mente adherirse a acuerdos existentes, como la Alianza del Pacífico, conformado por México, Chile, Colombia y Perú, a fin de promover el crecimiento económico y el desarrollo del Ecuador. (Banco Central del Ecuador, 2019)

1.1.2. Escenario de desempeño de los emprendimientos

El sector empresarial en el Ecuador está dividido en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, mismo que está distribuido en 90% por las MIPYMES y el 10% pertenece a las grandes empresas. El grupo con minoría porcentual genera un 80% de ingresos por ventas y ofrecen el 51% de plazas de empleo, pero no abarca todos los sectores económicos que aportan al desarrollo del Ecuador, factor que es aprovechado por las MIPYMES para generar mejores utilidades, como es el caso del sector textil. (Superintendencia de Compañías, 2018)

Gráfico 1

Presencia empresarial en el Ecuador



Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Sebastián Carrera

Según Gatica et al., (2014), observar al emprendimiento como estímulo al esfuerzo y las capacidades del ser humano, desemboca en el desarrollo social y al mismo tiempo en la mejora de la calidad de vida, pues conseguir un futuro próspero se convierte en un objetivo de primera necesidad. Existen barreras que causan la suspensión de actividades empresariales, el principal responsable es el gobierno, actor que, cada año, intenta tomar medidas que debiliten el problema, pero sin conseguir resultados (Gatica, Quinteros, Vasquez, y Yáñez, 2014). Milton Friedman asegura que “la intervención del gobierno, no solo coarta la libertad individual, sino que también es presa fácil de los grupos de interés” (Argandoña, 1990, p. 20). De esta manera, se visualiza que, en el intento de favorecer a todos los grupos sociales, no consigue resultados positivos a largo plazo.

Fuera de la competencia del Estado, el factor que imposibilita el comienzo de un negocio es la falta de dinero para el financiamiento del proyecto. Un estudio realizado por la Ingeniera Katherine Carrión (2017), con una muestra de 45 personas, el 42% de ellas consideran la falta de financiamiento como la primera barrera de emprendimiento, seguido de las

acciones estatales con un 31%. En comparación con los factores mencionados, la falta de preparación académica, falta de incentivos de la empresa privada con sus empleados, e incluso la carencia de espíritu emprendedor, son barreras superficiales superables. (Carrión, 2017)

El financiamiento es la mayor dificultad en la creación de una empresa, pero la solución se encuentra en créditos destinados a la creación de negocios que tienen intereses entre 8% y 12%, tal es el caso de la *Cooperativa 29 de Octubre*, *Banco del Pichincha* y *Banco del Pacífico*. Con la intención de alivianar la rigurosidad de acceso a créditos, el gobierno de Moreno desarrolló el *Crédito Impulso Joven* que tiene requisitos que certifican que el pago será hecho y que aumentan la facilidad de acceso. (Secretaría Técnica de Juventudes, 2020)

1.1.3. Evolución del sector textil

El estímulo al comercio exterior, se convirtió en un aporte sustancial de la economía del Ecuador. Según el Boletín Macroeconómico publicado por la Asociación de Bancos del Ecuador (2019), el comercio aporta en un 11% al Producto Interno Bruto, al igual que el petróleo y minas. El área manufacturera es, en el periodo de investigación, la responsable de aportar 12% del PIB; es el sector que más contribuye a la economía del país, en el cual las industrias que dominan el comportamiento del PIB industrial del Ecuador son las de producción de alimentos, bebidas, tabaco y textiles, las cuales tienen una ponderación de 49.4%. (INEC, 2019)

De acuerdo a la clasificación, presentada por Aguirre et al., (2017), el sector textil ecuatoriano produce: hilados, tejidos, prendas de vestir, lencería de hogar y productos especiales, mismos que son vendidos, en su mayoría, en el mercado nacional; el mercado

internacional es un destino explotable. Según la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (2018), hay once productos que estimulan la participación textil en el PIB.

- Materia prima
- Hilado
- Tejido plano
- Tejido de punto
- Prenda de punto
- Prenda excepto de punto
- Ropa de hogar
- Alfombras, tapices
- Prod. Especial
- Prendería, trapos
- Otros usos

Tabla 1

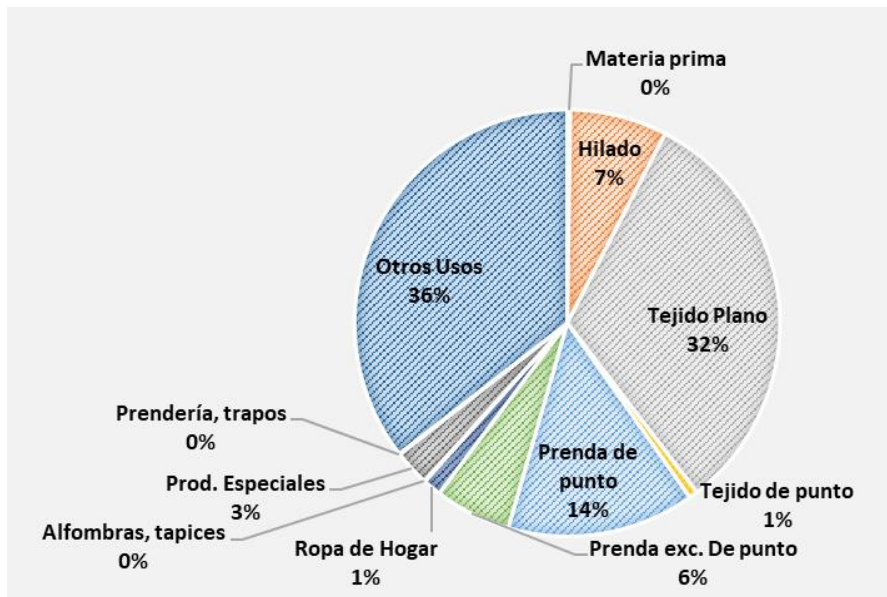
Exportaciones de textiles ecuatorianos 2018 en USD

Producto	USD \$
Materia prima	230.762,00
Hilado	7.284.315,00
Tejido Plano	31.525.235,00
Tejido de punto	644.789,00
Prenda de punto	14.060.853,00
Prenda exc. De punto	5.734.072,00
Ropa de Hogar	1.368.936,00
Alfombras, tapices	57.573,00
Prod. Especiales	2.649.096,00
Prendería, trapos	75.583,00
Otros Usos	35.007.197,00
TOTAL	98.638.411,00

Fuente: Asociación de Industrias Textiles del Ecuador
Elaborado por: Sebastián Carrera

Gráfico 2

Porcentajes de exportación de textiles ecuatorianos 2018



Fuente: AITE

Elaborado por: Sebastián Carrera

En base a la gráfica de porcentajes de exportación de textiles ecuatorianos 2018, se comprende que el tejido plano y la prenda de punto, junto a otros usos, son los productos que más participación tienen en el mercado internacional. Con percentiles menores, pero aún estimulantes en su participación, están los hilados, la producción especial y las prendas excepto las de punto, mientras que los demás productos, incluida la ropa de hogar, tienen una participación baja en el mercado internacional, con porcentajes entre 0 y 1. La insignificancia de las exportaciones de lencería del hogar, permite aseverar que el producto tratado en esta investigación, puede ser explotado en el mercado internacional.

El Ecuador está en el puesto 94 de la participación de las exportaciones mundiales con un porcentaje de 0.003%, correspondientes a la partida 6302, *Ropa de cama, de mesa, de tocador o de cocina, de todo tipo de materia textil*. Hasta el año 2019 los países que importan mercadería perteneciente a esta partida arancelaria, y que causan relevancia son, Colombia,

Guatemala, Chile, Perú, Estados Unidos y Panamá, donde los países sudamericanos y Guatemala, importan mayores cantidades (Trade Map, 2019).

En el mercado mundial, la misma partida, 6302, está dominado por países asiáticos, liderados por China, con 36%, seguido por Pakistán con 18% y Turquía con 12%. En el caso de América del Sur, Colombia es el líder regional con un 36%, seguido por Brasil con un 31% (OEC, 2017). De acuerdo a la Licenciada Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales, María Caridad Moncayo (2012), China y Colombia son grandes proveedores de tela debido a la facilidad que disponen en la producción en masa, acompañado de un precio de mano de obra menor.

1.2. Plan económico ecuatoriano 2019

El gobierno de Lenin Moreno visualizó al sector privado como el medio para reducir el desempleo e impulsar el progreso del Ecuador; desarrolló el plan económico reduciendo o eliminando aranceles e impuestos a las empresas existentes y para la creación de emprendimientos. Asimismo, se establecieron reformas laborales que modifican los tipos de contratos para los nuevos empleados con el fin de prolongar las relaciones laborales entre empleado y empleador. Una vez establecidas estas medidas, el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, en sus publicaciones, estimaron un crecimiento económico del 0,5% y 0,57% respectivamente y una inflación moderada, teniendo en cuenta un precio por barril de petróleo de \$51,30 dólares.

1.2.1. Estimaciones de crecimiento económico

La adquisición de un préstamo al Fondo Monetario Internacional y la creación de un plan económico con medidas neoliberales diseñado por el gabinete de Moreno, tenían el objetivo de mejorar sectores determinados del Ecuador, generar empleo y reducir la deuda

externa (FMI, 2019), pero fueron rechazados por la clases media y baja. Esto causó la derogatoria de determinadas medidas, y se obligó, a través de mesas de diálogo, a analizar mecanismos que desarrollen un plan económico que beneficie a todos los sectores económicos del Ecuador (Presidencia de la República del Ecuador, 2020).

Las medidas presentadas en el plan, impulsaban al desarrollo económico ecuatoriano a través del beneficio al sector privado; se planteó reducir obstáculos a las empresas existentes y a las que estén por crearse, a cambio de aumentar la producción y en consecuencia reducir el desempleo (FMI, 2019). Facilitar el desempeño de actividades del sector privado, a través de la eliminación de impuestos, permite aumentar la capacidad económica de las empresas para elevar los niveles de producción y en consecuencia las plazas de trabajo (Argandoña, 1990). De esta forma, una vez finalizadas las manifestaciones, Moreno mantuvo las medidas de reactivación productiva, en el cual certificó que el sector privado es el motor en el desarrollo económico del Ecuador. (Secretaría General de Comunicación de la Presidencia, 2020).

Una vez obtenidos los préstamos de las instituciones financieras extranjeras, el FMI, en su publicación anual de perspectivas económicas, determinó un crecimiento económico ecuatoriano, en el 2020, de 0.5% (FMI, 2019), con el justificativo de tener precios del petróleo desfavorables y a las manifestaciones; además, se estipuló la presencia de niveles inflacionarios moderados que alcanzan el 1.1% (FMI, 2019). Después de establecer las medidas del plan económico, la Agencia de Información Mundial publicó que, según el presupuesto estatal presentado, el crecimiento del Producto Interno Bruto ecuatoriano será de 0.57% y los niveles de inflación de 0.84%, todo en base a una estimación petrolera de \$51.30 dólares por barril. (Ecuavisa, 2019)

1.2.2. Incentivos para el sector privado

Los incentivos que recibió el sector empresarial, radican en la idea de estimular la creación de empleos; se estableció de una ley que suprima el anticipo de impuesto a la renta a empresas que no consigan generar ventas anuales de \$300.000 dólares, monto que es superado por alrededor del 18% de empresas. Asimismo, las microempresas en operaciones, están exentas del pago del impuesto a la renta por sus primeros \$11.000 dólares de utilidades, medida que beneficia a 36.000 empresarios. En el caso de los emprendedores, se estableció la liberación del pago del mismo impuesto, durante sus dos primeros años de funcionamiento, con el fin de mejorar la capacidad económica de la empresa para la generación de empleo (Presidencia de la República del Ecuador, 2020), como lo sugiere la teoría neoliberalista.

Se planteó la devolución gradual del impuesto mínimo, del anticipo del impuesto a la renta, a las empresas que superan en su facturación los \$300.000 dólares, a cambio de incrementar las plazas de trabajo. Por efecto de las reformas tributarias ofertadas, las industrias que generan un monto superior a \$10 millones de dólares anuales deberán aportar un pago especial por tres años, que se invertirá en el desarrollo de la educación, seguridad y salud. (Presidencia de la República del Ecuador, 2020)

En base a la idea de que el Estado debe proporcionar seguridad y normativas que garanticen el adecuado funcionamiento de las instituciones privadas (Argandoña, 1990), los emprendimientos disponen de beneficios, además de las preferencias tributarias, que les permiten mejorar su rendimiento en el mercado y en consecuencia generar empleo. La reducción de impuestos a los vehículos de un costo inferior a \$32.000 dólares, para uso del negocio; la reducción de impuestos a la salida de divisas a los materiales primarios, insumos y los bienes de capital registrados en la lista del Comité de Política Tributaria; y la devolución de los tributos generados por exportaciones, de acuerdo a un porcentaje del FOB,

son medidas que incentivan a los emprendedores a contribuir con el plan económico nacional. (El Universo, 2019)

Del mismo modo, las reducciones y eliminaciones de los aranceles a la importación de activos fijos como maquinaria, equipos y material primario agrícola e industrial, son otras medidas propuestas que invitan a constituir un nuevo negocio. Uno de los proyectos que accede a la reducción arancelaria y beneficia a los sectores sociales y empresariales es *Ecuador Digital*; disponer de materiales tecnológicos, como, celulares, computadoras y tablets, mejoran el desempeño de los emprendimientos y contribuyen en la búsqueda de competitividad. (El Universo, 2019)

1.2.3. Reformas laborales

El gobierno de Moreno planteó implementar nuevas reformas laborales que incrementen las fuentes de trabajo, medidas subjetivas porque algunos las consideran perjudiciales por la reducción de ingresos a futuro, pero favorables por la probabilidad de mantener un empleo, ya sea, con una remuneración inferior a la recibida en años anteriores, además de mejorar el desempeño del negocio. En las empresas surge el mismo efecto, pero con un impacto menos drástico y que les permite mantener el libre albedrío en cuanto a la contratación (El Universo, 2019)

En vista que el Estado debe establecer normativas que favorezcan al sector privado y al mismo tiempo “debe proteger a los ciudadanos contra la coerción interna o externa a través de reglas que gobiernan la sociedad” (Argandoña, 1990, p. 20), Moreno propuso la renovación de los contratos ocasionales con la aplicación de un descuento salarial del 20%; un contrato en caso de reemplazo por concepto de maternidad o paternidad, y también por padecimiento de enfermedades fatídicas; y la sustitución de los contratos por tiempo

indefinido, por los contratos por tiempo determinado. En la búsqueda de optar por medidas modernas, se propuso iniciar actividades que posibiliten el trabajo a distancia o también llamado *teletrabajo*, como la industria farmacéutica Merck Sharp & Dohme. (El Universo, 2019)

Es imprescindible mencionar que, estas medidas no son retroactivas; el gobierno dispuso que “mantendrán los beneficios y resguardos de la ley vigente, pero propone cambios para aquellos que sean contratados luego de su promulgación” (El Universo, 2019, p. 1).

1.3. Proceso productivo

El punto de partida del proceso productivo es la recepción de materias primas, las cuales determinan la consecución de un mayor impacto de la manufactura. De modo que, en este proyecto se utilizaran materiales primarios de empresas ecuatorianas con renombre en el mercado, a excepción de la tela, que será importada de la China. Se recurre a la subcontratación de mano de obra para evitar relación de dependencia, la contratación de maquinaria y el arriendo de un taller para la producción, todo con el objetivo de disponer de mayores recursos para aumentar la elaboración de unidades de edredones; y el desarrollo de las actividades de logística y control están a cargo de los dos socios, mismos que trabajan en calidad de persona natural

1.3.1. Definición

El proceso productivo es el conjunto de actividades que se realizan para la producción de un bien o servicio, a fin de satisfacer la demanda existente en el mercado, a través de la planificación, organización, dirección y control (Monto y Marco, 2012), mismo que necesita de cuatro elementos para su desarrollo, como son: materia prima, mano de obra, maquinaria y capital económico. Este proceso consta de cuatro etapas:

- Entrada: son los materiales y recursos que se van a utilizar para dar inicio a la transformación del producto. (Debategraph, s.f.)
- Transformación productiva: es el proceso donde los elementos de la primera etapa inician su modificación, momento en el que adquieren la definición de producto en proceso. (Debategraph, s.f.)
- Resultado: es el producto terminado (Debategraph, s.f.)
- Retroalimentación: es la información obtenida de las etapas anteriores, que permite mejorar producción en futuras ocasiones, misma que ayuda a establecer mejores precios y afrontar posibles inconvenientes. (Debategraph, s.f.)

1.3.2. Proveedores

Los proveedores abastecen la materia prima, y las características de sus productos aumentan o disminuyen la calidad de los mismos. Según la Universidad Dr. José Matías Delgado, al estar presente, la selección de proveedores, en toda organización, se debe enfocar en la búsqueda de calidad, porque las cualidades del material primario, determinan el impacto del producto final (UJMD, s.f.). En este proyecto de pre factibilidad se decidió trabajar con empresas experimentadas que, por su conocimiento en el campo, los precios y la honorabilidad en la entrega puntual de la mercadería; la calidad de los mismos, permiten la producción de un producto final de excelencia.

FIBRATEX Cía. Ltda., es una empresa ecuatoriana que produce plumón desde 1989, la cual, desde su creación, se enfocó en la innovación, por medio de la inversión en tecnología de última generación, que permiten proveer bienes de excelente calidad. La

elaboración de sus productos se basa en las normas de calidad internacionales, con el objetivo de satisfacer la necesidad del cliente. (FIBRATEX, 2017)

NILOTEX es una empresa quiteña, localizada en la mitad del mundo, la cual inició como un micro emprendimiento, y se convirtió en una de las grandes productoras de telas de punto, cordones y cintas elásticas. La experiencia académica y profesional del fundador, fue un factor clave en el desarrollo de sus productos, a precios justificables y que le brindan valor agregado a la manufactura de sus clientes (NILOTEX, 2020)

PRIMADECOR S.A. es una empresa que provee estuches de PVC, misma que importa 90% de su materia prima. Trabaja con empresas textiles y asegura las óptimas condiciones en la entrega de las fibras textiles de sus clientes (Fundas de PVC, s.f.), al igual que PLASTI JUNIOR, un pequeño almacén artesano, ubicado en la ciudad de Quito en el sector de Carapungo.

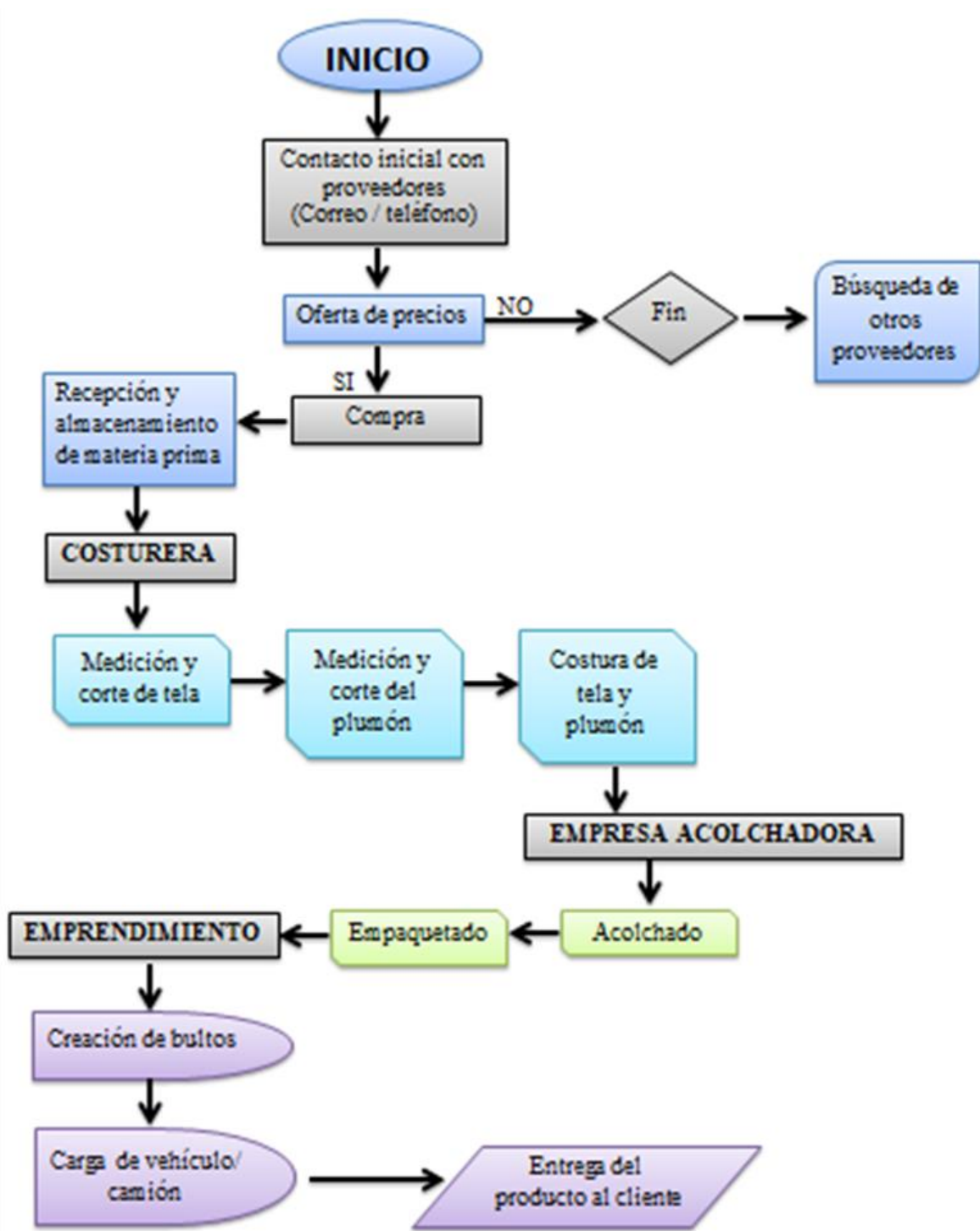
1.3.3. Mano de obra

La mano de obra hace referencia al personal que presta sus capacidades y conocimientos para producir un bien o generar un servicio, a cambio de una remuneración. La importancia de este elemento es que, sin mano de obra, no hay producto (Importancia, 2020). Está dividida en directa e indirecta, donde la primera comprende a obreros u operarios, quienes se encargan de la creación del producto final, mientras que la segunda hace referencia a las funciones administrativas de la empresa (OBS Business School, 2020). A cambio de la fuerza física y mental ofrecida por los empleados, reciben un sueldo o salario. Esta dinámica es indispensable porque permite continuar con el consumo en el mercado, factor que le da sentido a la producción de bienes o servicios. (Importancia, 2020)

El ciclo de elaboración del producto parte del contacto con los proveedores con la finalidad de saber los costos de la materia prima. Si tiene precios sobrevalorados se procederá a buscar otros proveedores, caso contrario se hará el pedido y almacenamiento correspondiente. Una vez conseguidos los materiales primarios, inicia la producción, donde se contrata a costureras independientes que se encargarán del corte de tela y plumón, de dos plazas; y después de la costura de los dos elementos que forma la base del edredón. Una vez finalizada esta etapa, se contratan los servicios de la empresa TEXTILGLOBAL, experta en acolchado, precios accesibles y figuras novedosas; y a continuación se empaqueta el producto terminado en el estuche plástico de PVC. Luego de receiptar el producto, se arman los bultos en fundas plásticas, de acuerdo a la cantidad requerida por el cliente, y se pone el cargamento en el vehículo que transportará la mercadería hasta el lugar solicitado por el cliente.

Gráfico 3

Flujograma del negocio



Fuente: Investigación producción y venta
Elaborado por: Sebastián Carrera

1.3.4. Logística

Según Thompson (2007), “El éxito final de un proyecto depende, en buena parte, de la logística” (p. 1)

Ferrel et al., (2004), consideran que la logística es una actividad operativa relevante, porque engloba a todas acciones que posibilitan la consecución y administración del material primario, de los empaques, del bien terminado, como de la distribución del mismo. Lamb et al., (2002), piensan que es el manejo adecuado de las existencias en proceso y del producto terminado hasta llegar al punto de venta, mientras que, Franklin (2004), dice que es la movilización de productos de calidad, en cantidades exactas y en el momento acertado. Las tres definiciones tienen el mismo punto en común, que habla de la adecuada administración de las materias primas y manufacturas hasta situar el bien elaborado en el mercado.

Una vez comprendida la logística desde tres puntos de vista distintos, se espera que en este proyecto de pre factibilidad se puedan evitar los retrasos causados por la mala funcionalidad logística, tanto en la elaboración del producto, como en la entrega del mismo; así como disponer de las cantidades necesarias de tela y plumón, tener mayor producción, y tener en existencias el número de edredones que el cliente requiera, porque la fabricación bajo pedido está expuesta a retrasos, disminución de las ventas, y a largo plazo, pérdida de clientes.

Al ser la distribución parte de la logística, se decidió utilizar el vehículo de uno de los socios para realizar las entregas del producto terminado, con el objeto de aminorar costos y tener mayor control en el manejo del producto hasta el destino final. No obstante, la contratación de un camión o camioneta no se descarta, según la cantidad demandada por el cliente; de modo que se pueda hacer la entrega de acuerdo directrices establecidas entre las partes.

1.3.5. Estructura de la cadena de valor

“La cadena de valor es una herramienta de análisis estratégico que ayuda a determinar la ventaja competitiva de la empresa” (Gestión, 2018, p. 1). El proceso de producción comienza con la adquisición de la materia prima, de los proveedores, para convertirlos en el producto final. Los proveedores escogidos en este proyecto son FIBRATEX, NILOTEX, y PLASTI JUNIOR, de los que se obtiene el plumón y los estuches de PVC. Todas las empresas mencionadas tienen renombre en sus respectivos mercados, factor que permite conseguir edredones de óptima calidad y con precios competitivos. En el caso de la tela, el Ecuador no es un país textil, y como fue mencionado, los países asiáticos son los dominantes de este sector; razón que incita a realizar actividades de comercio exterior, con la importación de dicho material primario del principal productor, como es, China, que además es el principal proveedor mundial.

El Ingeniero en Comercio Exterior Víctor Jurado (2018), comenta que los precios de la tela importada eran menores hasta que en los años 2012 - 2015, el gobierno de turno estableció aranceles que protejan la industria nacional. Estas medidas afectaron de manera notable al sector textil, puesto que, en el 2016, se redujeron las importaciones y las confecciones textiles en 38%, solo en la ciudad de Guayaquil (Jurado, 2018). La aplicación de estas medidas anti neoliberalistas, provocaron reducción de ventas, y, por lo tanto, de ingresos para el país. A partir del alza de aranceles, productores e importadores continúan con una producción limitada, por la carencia de beneficios arancelarios, tal es el caso de empresas como FLORTEX y GCV.

Una vez obtenidas las materias primas de los distintos proveedores, se los mantendrá almacenados hasta dar inicio al proceso productivo, mismo que consta de medición y corte de tela y plumón, para así proceder a la costura de los dos elementos antes mencionados,

acolchado y empaquetado del producto terminado. Previa a la entrega se realizan bultos de acuerdo a la cantidad solicitada por el cliente, que dan protección al bien elaborado, para finalizar con el establecimiento de las directrices de entrega entre las partes intervinientes. Los clientes de este producto son los almacenes dedicados a la venta de productos de hogar como muebles y camas; y se espera poder trabajar en un futuro con empresas de prestigio como CORPORACIÓN FAVORITA y COMOHOOGAR, para lo cual se deberá ajustar a los estándares de calidad demandados por estas empresas.

Como se mencionó, las actividades de soporte, no tienen relación con el ámbito productivo y comercial, sino solo sirven de apoyo. En el caso de este proyecto de pre factibilidad, se decidió mantener el estatus de persona natural a fin de evitar los trámites y costos excesivos que una empresa debe afrontar, para invertir en otros requerimientos. Este negocio no dispone de infraestructura, ni empleados; los dos socios se encargan del área administrativa y ventas, mientras que la producción se paga por honorarios. De acuerdo al SRI (2020), las personas naturales se clasifican en, obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se consideran personas naturales obligadas a llevar contabilidad a todo individuo nacional o extranjero que ejerce cualquier actividad económica y supera los \$300.000 dólares de ingresos brutos anuales, mismos que deberán llevar contabilidad si superan un capital propio mayor a \$180.000 dólares, y si sus costos y gastos anuales superan los \$240.000 dólares (SRI, 2018).

El campo de las exportaciones no petroleras desempeña un rol importante en el desarrollo del Ecuador; de modo que la relevancia de los acuerdos comerciales conseguidos, le permiten continuar con el estímulo de la balanza comercial. El apoyo que le brinda el gobierno a las empresas, a través de las medidas neoliberales, es una oportunidad para el desarrollo de emprendimientos sin afrontar las principales barreras para la creación de un

negocio, además de aumentar el empleo. En base a estos datos se piensa poner en marcha una empresa de exportación de edredones, producto que será fabricado con materia prima nacional y china por su renombre en la industria, mientras que para la producción se contratan servicios profesionales independientes con el fin de optimizar recursos económicos; y para reducir inconvenientes en la constitución del negocio, se trabajará con el estatus de persona natural.

CAPÍTULO II.

INTERCAMBIOS INTERNACIONALES DE MATERIAS PRIMAS Y MANUFACTURAS TEXTILES

2.1. Normativa para la importación y exportación

Para garantizar un funcionamiento adecuado de las actividades de comercio exterior existen instituciones, tanto extranjeras como nacionales, que tienen a cargo actividades desde la creación de acuerdos comerciales, hasta el establecimiento y control de leyes, y solución de disputas entre socios comerciales, entre ellas la OMC y el COMEX. La documentación es uno de los requisitos que demandan estas instituciones, mismos que son imprescindibles para realizar cada paso del proceso de importación o exportación y que serán revisados en por las aduanas de los países intervinientes en el proceso comercial. De modo que, antes, durante y después del ejercicio se debe contar con estos documentos y se debe detallar la información verídica para evitar sanciones, para gozar de las preferencias arancelarias y para garantizar la limpidez en el desarrollo de actividades.

2.1.1. Instituciones reguladoras del comercio exterior

Dentro del rol de las instituciones reguladoras del comercio exterior se aprecia la influencia de la teoría neoliberal de Friedman, la cual habla de la participación del Estado en el establecimiento de normas, sin interferir en las actividades empresariales (Argandoña, 1990). Para garantizar la transparencia y mantener la equidad en el mercado existen reglamentos nacionales, establecidos por el gobierno, para que todas las empresas que realicen actividades de comercio exterior dispongan de los mismos beneficios, sin importar el tamaño del negocio. Una de las leyes nacionales se trata de la documentación del importador/exportador y de las cantidades del producto a transaccionar, mismos que son

manejados por la Aduana; sirve como medio de control y respaldo de la legitimidad de las operaciones (SENAE, 2015), y no necesariamente de intervención estatal.

Otras instituciones nacionales influyentes en el comercio exterior son, el Comité de Comercio Exterior (COMEX), institución ecuatoriana responsable de la aprobación de las políticas públicas en el aspecto comercial (Ministerio de Producción, Comercio exterior, Inversiones y Pesca, s.f.); el Ministerio de Comercio Exterior, quien busca oportunidades comerciales con el resto de países, además de, aumentar la productividad y competitividad de los distintos sectores comerciales, con la intención de estimular la inversión extranjera y nacional (Ministerio de Producción, Comercio exterior, Inversiones y Pesca, s.f.); PRO ECUADOR cuya función es efectuar las leyes de promoción de exportación e inversión del Ecuador, con el objetivo de potenciar los mercados, los productos, y obtener apertura en el mercado mundial. (Exporta Fácil, 2017)

Del mismo modo, Friedman asegura que las instituciones determinan las necesidades del Estado (Argandoña, 1990). Existen reglas internacionales para realizar actividades de comercio exterior, las cuales son establecidas por la Organización Mundial del Comercio. Al estar, la OMC, estructurada en base a los convenios establecidos y aceptados por la mayoría de los países que practican actividades comerciales de forma internacional (OMC, 2020), se entiende que la raíz de los acuerdos se encuentra en las necesidades de las empresas de cada nación; se evidencia la influencia de las empresas en las decisiones del Estado. Algunas de estas normas son las reglas antidumping, normas de origen y manejo de salvaguardias. De esta forma, los importadores y exportadores conocen los procesos, requisitos e impedimentos que forman parte del comercio exterior, y así se mantiene el control y la satisfacción de quienes ejercen transacciones internacionales.

2.1.2. Documentación legal

“Es importante guardar cuidadosamente documentos valiosos que serían difíciles de reemplazar o que tardaría mucho tiempo para hacerlo” (Porter y Kubin, 1908, p. 1).

En el territorio nacional, ejercer actividades de comercio exterior, demanda el manejo de documentos que legitiman las transacciones comerciales internacionales, mismas que son dictaminadas por el gobierno, como parte de un conjunto de normas que buscan la equidad y autenticidad de las actividades. Friedman menciona que el Estado es el encargado del establecimiento y aplicación de leyes que rijan la sociedad (Argandoña, 1990). De modo que, los documentos solicitados por instituciones gubernamentales, como la aduana; y también por las empresas partícipes de la negociación (PROMPERÚ, 2016), sirven para mantener el registro respectivo, con el fin de avalar una transacción. Disponer de este registro en el momento que las instituciones gubernamentales lo demanden, para demostrar el pago de impuestos, justificar las acciones y utilidades de una empresa, libra a los responsables, de sanciones establecidas y aplicadas por las entidades estatales. Se debe recordar que cada país establece la normativa conveniente, de acuerdo a las necesidades de sus ciudadanos, en este caso, de quienes realizan importaciones y exportaciones.

En el Ecuador los documentos que se exige son:

- RUC. - Es una herramienta que permite el registro y reconocimiento a los contribuyentes, con el objetivo de establecer cargas obligatorias, y formar una red de información para la Administración Tributaria. Este instrumento es necesario en la realización de cualquier actividad económica, ya sea constante o eventual y permite a las personas naturales y jurídicas pagar sus impuestos. (SRI, 2020)

- ECUAPASS. - Es el sistema de aduana del Ecuador que da la posibilidad, a quienes realizan actividades de comercio exterior, a realizar sus actividades comerciales aduaneras de compra-venta en el extranjero. A través de este sistema se asegura el control aduanero, y la transparencia y eficiencia de las actividades de la aduana. Antes de su creación se debía realizar el registro en el portal de la Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Aduana del Ecuador, s.f.)
- Firma Digital o TOKEN. - Es un documento virtual, emitida por el Registro Civil, que corrobora la vinculación de un individuo específico con una firma digital, al igual que la firma hecha a mano; la diferencia es que el TOKEN está salvaguardado en la Ley de Comercio Electrónico. Esta firma es utilizada en facturas electrónicas, en el ECUAPASS, entre otros. (Registro Civil, s.f.)
- Factura comercial. - Es un documento, físico o electrónico, emitido por una persona natural o jurídica que realiza actividades comerciales de manera formal, a un cliente. Se lo considera un título valor, ya que respalda una compra o una venta; y en caso de que no se cumpla con las obligaciones de las dos partes da paso a un proceso judicial. (SRI, s.f.)
- Autorizaciones. - En cuanto a las autorizaciones, son documentos requeridos, con carácter obligatorio, en la importación o exportación de determinados productos, mismo que son emitidos por instituciones específicas. En el caso de material textil se debe conseguir la autorización de exportación de cueros y pieles. (SENAE, 2017)
- Certificado de origen. - Este documento garantiza la proveniencia de los artículos en una compra, y permite favorecerse de las preferencias arancelarias convenidas entre los dos países, o entre bloques económicos. La consecución de este documento, debe

seguir un proceso que inicia con una declaración juramentada a través del portal ECUAPASS, y finaliza con un informe hecho en base a la inspección de la producción del producto. (Tapia, 2017)

- Declaración Aduanera de Exportación (DAE). - La información que se debe presentar en la declaración son los datos del exportador, el detalle de la mercadería por ítem de factura, los datos del consignante, el destino de la mercadería, las cantidades, dimensiones y peso. Esta declaración debe enviarse en conjunto con la factura comercial original, las autorizaciones previas en caso de ser necesarias y el certificado de origen, a través del sistema ECUAPASS. (SENAE, 2017)
- Documento de transporte. - En el comercio internacional es indispensable tener el documento de transporte internacional. Cada forma de transporte tiene su propio documento, por ejemplo, en el transporte marítimo es el “Conocimiento de Embarque B/L”, en el terrestre es la “Carta de Porte”, en el aéreo “Carta de Porte Aéreo AWB”, y cuando se utiliza dos modos de transporte “Conocimiento de embarque multimodal FBL”. Este documento certifica la recepción de la mercadería y el cumplimiento de la entrega por parte de las compañías de transporte. (Global Negotiator Blog, 2013)

2.1.3. Proceso aduanero para importación y exportación

En el proceso aduanero para importar y exportar se identifica la idea neoliberal que puntualiza que el papel del Estado es encargarse de fijar el marco jurídico (Argandoña, 1990). De este modo, todos los usuarios deben seguir la estructura específica, para utilizar estas herramientas del comercio. En el caso de las exportaciones, el primer paso es enviar la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) al portal ECUAPASS. Junto a este requisito se debe incluir la factura de la mercadería y la documentación descrita, antes de embarcar. A

partir del envío de esta declaración se contraen obligaciones que deben ser respetadas y cumplidas con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. A continuación, cuando la DAE es aceptada, la mercadería entra a *Zona Primaria* del distrito, en donde estará lista para proceder a embarcar. En este punto, se registran y almacenan los bienes antes de realizar la exportación. (SENAE, 2017)

Se debe considerar tres factores que determinan el momento de embarcar la mercadería, mismos que tienen el nombre de aforo.

- Aforo Automático
- Aforo Documental
- Aforo Físico Intrusivo (SENAE, 2017)

En primer lugar, si la DAE tiene Aforo Automático, la mercancía procederá a embarcarse de forma automática en el instante de ingreso a la zona primaria. En segundo lugar, si se determina un Aforo Documental, se establecerá un miembro del personal que se encargue de movilizar la mercancía a la zona primaria, después inspeccionará los datos y documentación virtual de los mismos, con el objetivo de certificar que no haya irregularidades. Una vez que la declaración se cierre, adquirirá el estado de salida autorizada y procederá al embarque. En tercer lugar, si se tiene Aforo Físico Intrusivo, se realiza la misma revisión del Aforo Documental, y además se inspecciona de forma física la mercadería a fin de confirmar la veracidad de lo descrito en la documentación virtual enviada en la Declaración Aduanera de Exportación. (SENAE, 2017)

En el caso de las importaciones, se necesitan los mismos requisitos de las exportaciones, como son, el RUC, el TOKEN y registrarse en el sistema ECUAPASS como importador. Es imprescindible la participación de un Agente de Aduana autorizado, para

desaduanar la mercadería. Se debe presentar en el sistema de la SENAE la Declaración Aduanera de Importación a partir de los 15 días previos a la llegada de la mercadería, hasta las 30 después de haber llegado; si no se lo hace se considerará como abandono de la misma. (SENAE, 2017)

La Declaración Aduanera de Importación debe estar acompañada del documento de transporte, la factura comercial, el certificado de origen y cualquier documento adicional que la SENAE solicite, mismos que se entregan de manera física o virtual. Después de haber entregado estas formalidades se recibirá un número de validación y el canal de aforo que es clasificado de la misma manera que los aforos de exportación. El canal de aforo será asignado según la investigación de perfil de riesgo. (SENAE, 2017)

2.2. Logística comercial

Dentro del proceso comercial existen reglas adicionales que determinan el momento en el que debe hacerse cargo de los costos el comprador o el vendedor, así como sobre quien recaen las responsabilidades; las más utilizadas son CIF, FOB y Ex works. Asimismo, existen métodos de pago, ofrecidos por instituciones financieras, para determinar el momento de pago de un intercambio comercial, mismo que sirve de intermediario entre las partes intervinientes. Estos elementos, aplican en cualquier tipo de transporte, ya sea aéreo, terrestre o marítimo, y deben ser pactados entre las dos partes. Existen factores a considerar antes de la selección de uno de los métodos de transporte, todo en base a la necesidad, ya sea velocidad, peso, cantidad, dimensiones y costo, para así satisfacer las necesidades del comprador y evitar inconvenientes con el vendedor.

2.2.1. Incoterms

International Commerce Terms son un conjunto de reglas, en los intercambios internacionales, que sirven para interpretar los términos comerciales de una transacción de compraventa. Desde el neoliberalismo se considera que las empresas deben mediar los intereses para llegar al bien común (Argandoña, 1990). De esta forma, estos términos al ser establecidos por la Cámara de Comercio Internacional, institución conformada por empresas que efectúan transacciones internacionales y organizaciones empresariales (Yon, s.f.), demuestran que el desarrollo de estas normas fue creado en base a los intereses de las empresas y para beneficio de las mismas, sin necesidad de la participación de una entidad gubernamental. De este modo, se identifica que la mediación de las empresas en la resolución de un inconveniente, permite alcanzar un interés colectivo.

El uso de este mecanismo es beneficioso de cara al aspecto legal, por la determinación de responsabilidades de los intervinientes en la entrega de la mercadería; comercial por la ventaja de competitividad; fiscal por la precisión en cuanto a cantidades; y aduanal por la fijación de la base gravable (Moncayo, 2012). Para gozar de los beneficios mencionados, los Incoterms se encargan de determinar los siguientes puntos:

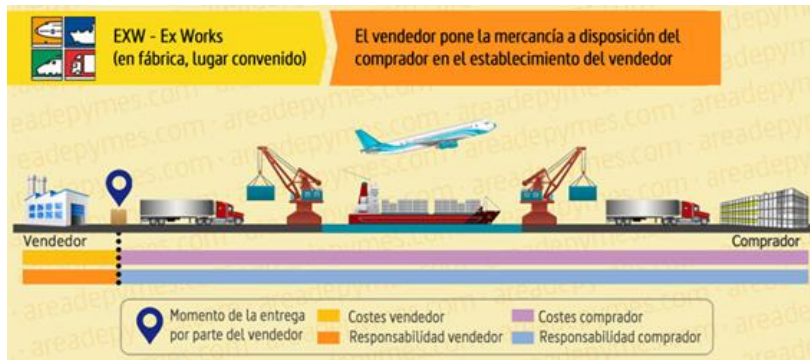
- El precio
- Las directrices de descargo de responsabilidad entre comprador y vendedor
- El lugar de descargo de la mercadería
- El contratante del transporte y del seguro
- El responsable del pago del transporte y del seguro
- El costo y documentación que gestiona cada parte

Según la Cámara de Comercio Internacional (2010), los Incoterms permiten clarificar costos, establecer competencias, y asumir los riesgos de transportación. Asimismo, se considera que, al ser un lenguaje global, deben comprenderse a la perfección con la finalidad de aplicarlos de manera correcta, y reducir inconvenientes. La nueva normativa de Incoterms 2020 consta de 11 modalidades, de las cuales las que destacan son, Ex works (EXW), Libre a bordo (FOB), Costo, Seguro y Flete (CIF), Entrega de Derechos Pagados (DDP), y Transporte pagado hasta (CPT) (CCI, 2010). Los Incoterm más utilizados en Latinoamérica son CIF, FOB y EXW.

Ex works es el Incoterm que describe que la mercadería consta como entregada al comprador, una vez que la misma se encuentra a disposición en el almacén del vendedor, excepto si se convino que el vendedor se encargue de cargar los bienes en el vehículo terrestre. Esto significa que el comprador se hace cargo del transporte hacia el puerto, el transporte principal, procesos aduaneros, gastos, y reembolsos al vendedor por su ayuda. Dentro de este conjunto de términos de comercio exterior se considera que EXW, es la metodología óptima para los neo exportadores, debido a que por la falta de experiencia es recomendable descargar la responsabilidad desde el propio almacén. (Arango, Benavides, Mallma, Pillman, 2018)

Gráfico 4

Incoterm “Ex works”



Fuente: Área de PYMES

Recopilado por: Sebastián Carrera

Costo, Seguro y Flete es una modalidad que se usa solo en el transporte marítimo o fluvial. Las reglas de este Incoterm son que el vendedor debe hacerse responsable del coste del seguro y del flete de la mercadería desde que la misma sale de su establecimiento, hasta que llega al puerto de destino, donde una vez que se inicie el descargue desde el buque, la responsabilidad se la transmite al comprador. Además, durante el traslado de la mercadería en el transporte principal, el comprador es quién será el responsable. (Arango, Benavides, Mallma, Pillman, 2018)

Gráfico 5

Incoterm “CIF”



Fuente: Área de PYMES

Recopilado por: Sebastián Carrera

Libre a bordo es el incoterm más utilizado en Ecuador. La responsabilidad del vendedor se mantiene hasta que la mercadería se encuentra sobre el buque que haya sido contratado por el comprador, a través de un consignatario. En consecuencia, el comprador se hace cargo de los trámites y costos posteriores a partir del traslado de la mercancía hasta llegar a su almacén. También, tiene la libertad de contratar un seguro que cubra los riesgos existentes mientras la mercancía está a bordo. Este incoterm es de uso estricto en el transporte marítimo y fluvial. (Arango, Benavides, Mallma, Pillman, 2018)

Gráfico 6

Incoterm “FOB”



Fuente: Área de PYMES

Recopilado por: Sebastián Carrera

2.2.2. Métodos de pago

La Banca es la entidad que permite perfeccionar la forma de pago acordada entre compradores y vendedores, de modo que reduce los riesgos comerciales. A través de las formas de pago, se determina el momento en el cual se cancelará la deuda contraída por la compra de un bien o servicio. Los medios de pago internacional más utilizados son las cartas de crédito y la cobranza, debido a que garantizan la satisfacción de las partes intervinientes y su precio es accesible. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2006)

La Carta de Crédito es el mecanismo utilizado por el importador, para poner a disposición del exportador, el pago de la suma de dinero que represente la exportación de la mercadería, como acordado entre las partes. Esta forma de pago es la más utilizada, debido a que es la más segura, porque si el importador no realiza el pago de la mercadería, su Banco adquiere la obligación; de modo que, el exportador recibirá por seguro el pago. Además, por seguridad del Banco en caso de impago del importador, bloquea las cuentas del deudor. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2006)

La Cobranza es el mecanismo que delega a la institución financiera, la gestión de cobro bajo el concepto de exportación. En el desarrollo de este proceso, el Banco del exportador transmite los documentos, correspondientes a la mercadería, al Banco del importador, y a su vez recibe el compromiso de pago (cheque, pagaré, letra de cambio). Empero, la institución financiera no certifica la efectivización del compromiso. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2006)

La transferencia es la operación de pasar dinero de una cuenta a otra, bien de la misma entidad o bien en otra entidad. Una forma de pago similar es el pago por adelantado o prepago el cual consiste en anticipar el importe del consumo que se realizará. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2006)

2.2.3. Transporte en el comercio exterior

Al momento de pactar la forma de transporte de la mercancía en cualquiera de los dos casos, es preferible que se busque un intermediario, llamado *agente de carga*, que facilita el procedimiento y soluciona los problemas que puedan aparecer durante el traslado de la mercadería a su destino, como, el almacenamiento, la documentación fiscal y la documentación aduanera. (Moncayo, 2012)

Existen tres maneras de transportar mercadería en el comercio exterior, de entre las cuales las dos partes de la negociación deben determinar el que garantice la satisfacción de la transferencia; las tres posibilidades son, aéreo, marítimo y terrestre. El transporte aéreo es utilizado si la entrega de los bienes debe ser inmediata. Así, cuando las distancias entre importador y exportador son largas, se recurre a este tipo de transporte. Los inconvenientes que se presentan en el transporte aéreo son el precio, las dimensiones y el peso de la mercadería. El transporte marítimo es el preferido a nivel mundial porque la capacidad de carga es mayor y sus costes son inferiores a los aéreos. Uno de los beneficios que dispone el transporte marítimo es que no es necesario rentar un contenedor completo, sino solo la fracción del contenedor que se vaya a utilizar. (Moncayo, 2012)

Los factores que deben considerarse antes de decidir qué tipo de transporte utilizar son los siguientes:

- Factibilidad logística
- Estiba
- Costo de envío
- Dimensiones de la mercadería
- Durabilidad de la carga
- Tiempo de entrega
- Riesgos
- Costes y trámites (Kanvel, 2017)

2.3. Antecedentes de China

El dominio de China en la industria textil parte de las relaciones comerciales con Europa, donde aprovechó que la demanda de sus productos textiles ganó presencia en el

mercado, de esta manera los textiles se volvieron uno de los sectores más importantes de dicho país. El éxito se basa en el desarrollo tecnológico y el costo de su mano de obra, puesto que estos factores le permiten producir en economías de escala, así es que, durante el periodo de investigación, es el mayor proveedor de textiles a nivel mundial. No obstante, sus márgenes de ganancia se redujeron en los últimos años porque el costo de la mano de obra se aumentó, provocando que haya migración de empresas chinas a países donde la mano de obra es menor.

La balanza comercial del Ecuador con China es deficitaria debido a las barreras arancelarias y a la capacidad productiva del Ecuador, y aunque los márgenes de diferencia se redujeron en el 2019, hay una diferencia amplia. Existe un inconveniente para el sector textil, mismo que al no constar en el plan económico del presidente Lenin Moreno, tiene que afrontar aranceles que alcanzan el 20%, hecho que desde su aplicación redujeron las importaciones en el Ecuador. Para exportar la manufactura se escogió a través de una matriz de selección de mercados a la Alianza del Pacífico donde los elementos considerados permitieron identificar una oportunidad, además de las preferencias arancelarias que tendrá Ecuador al momento de ingresar a este bloque económico.

2.3.1. China productor de fibras textiles

Se considera que la industria textil fue una de las que primero se desarrolló. Al ser uno de los elementos básicos en la vida humana, se convirtió en uno de los primeros empleos del hombre. Inició como una actividad artesanal, pero durante el transcurso del siglo XVIII comenzó su evolución. El desarrollo del ferrocarril en 1830, permitió la explotación del producto debido a la facilidad de traslado de la materia prima, suceso que dio inicio a la industria textil en Europa, hasta esparcirse por todo el mundo; donde cada vez se ofrecen productos innovadores debido al desarrollo de la tecnología (Palermo, s.f.). Los principales

importadores de la producción textil son Europa Occidental, Norteamérica y Japón. Mientras que los principales productores se encuentran en Asia, liderado por China. (Cui, 2013)

Gran Bretaña fue quien inició con la supremacía de la materia textil, hasta expandirse por toda Europa, acontecimiento que se mantuvo durante décadas, incluso cuando China ya inicio con la producción de textiles. La ambición del país asiático por convertirse en un productor y exportador, de esta materia, en potencia, generó la privatización del sector textil en China; y se realizaron inversiones elevadas de dinero, con el objetivo de incorporar maquinaria avanzada que mejore la producción, tanto en cantidad, como en calidad. Esto amenazó la producción de utilidades europeas, y dio origen a un acuerdo con China, que estableció márgenes de exportaciones a Europa, el cual fue aceptado, pero también irrespetado por China. Parecía una solución óptima evitar la entrada de su mercancía, pero los comerciantes la rechazaron por la reducción de sus niveles de ventas. El resultado final fue la aplicación de aranceles a la mitad de las importaciones, hecho que no evitó el dominio chino en el campo textil. (Pepermans, 2019)

La industria textil China, es la más grande a nivel mundial; es uno de los generadores de ingresos más tradicionales y que además tiene acogida en los mercados internacionales. El desarrollo de este sector productivo, permite que el crecimiento económico de China sea dinámico, no sólo por los ingresos que recibe por exportaciones, sino por la reducción del desempleo en el país (Cui, 2013). De acuerdo a la página Textile World, las exportaciones chinas en el 2018 alcanzaron un 37.6% del total mundial, donde el mayor importador fue Estados Unidos, seguido de Japón y Vietnam. Esto significa un incremento del 3.5% en comparación con el año anterior (Textile World, 2019)

Tabla 2

Exportación de textiles desde China 2018 en millones USD

#	Importador	USD \$ en millones
1	Estados Unidos	45,9
2	Japón	20,2
3	Vietnam	15,9
4	Hong Kong, China	11,9
5	Alemania	8,2
6	República de Corea	7,7
7	Reino Unido	7,2
8	Bangladesh	6,9
9	Rusia	5,8
10	Filipinas	5,5
11	Austria	5,1
12	Indonesia	5,06
13	Italia	4,9
14	Países Bajos	4,7
15	España	4,61
16	Francia	4,6
17	India	4,39
18	Canadá	4,3
19	Emiratos Arabes Unidos	3,8
20	Brasil	3,56

Fuente: World Bank

Elaborado por: Sebastián Carrera

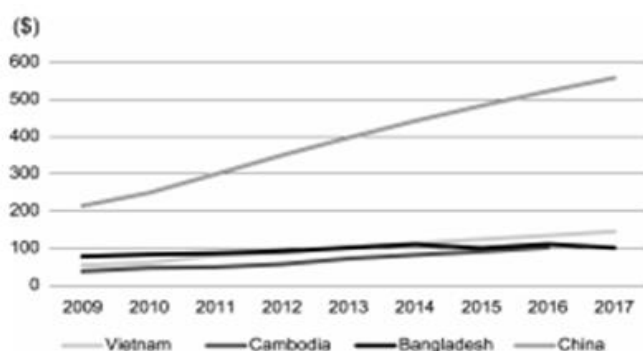
El modelo de gobierno chino es considerado comunista, donde uno de los factores que destacan es la tendencia al totalitarismo. Sin embargo, la riqueza que posee China en el periodo de estudio, tiene antecedentes neoliberales; en el 2019 se presentan cuestionamientos sobre la ideología china, por parte de analistas políticos como Kelsey Broderick, bajo el argumento de la existencia de prácticas capitalistas (Smink, 2019). Friedman dice que la institución está sobre el Estado y que este debe proporcionar normativas que garanticen el adecuado funcionamiento empresarial (Argandoña, 1990). La ventaja competitiva de China en todas sus áreas productivas, incluso en el sector textil, es el costo de la mano de obra

fundamentado en la explotación al trabajador; factor que contribuyó en la transformación de China, de subdesarrollado, a desarrollado (Project Partner, s.f.). Existen leyes en amparo de los empleados, pero no se respetan, ni tienen control gubernamental porque la aplicación de las mismas, representa una disminución económica para el país. De esta manera, se demuestra que pese a la existencia de normas que protegen al trabajador, no son vigiladas, y se prioriza el crecimiento empresarial; China es una nueva súper potencia mundial. (Smink, 2019)

El modelo expuesto es el párrafo anterior se considera como riesgo de la aplicación neoliberal. No obstante, Friedman menciona que debe haber intervención estatal en la protección civil (Argandoña, 1990). De modo que, se traduce dicha aplicación como mal ejecutada. En los últimos diez años, las utilidades en el sector textil chino se disminuyeron, pese a tener los mismos rangos de ventas que años anteriores, debido al aumento del precio de la mano de obra. La influencia del neoliberalismo en el tema de apertura a inversión extranjera, es uno de los motivos para incrementar el valor del salario de los empleados en China; puesto que, la presión social, obliga a estas empresas a promover los derechos del trabajador, a cambio de evitar reducción de la demanda. En consecuencia, empresarios chinos mudaron sus empresas a países subdesarrollados como Pakistán, Vietnam, Bangladesh, Camboya, Etiopía y Kenya, los cuales tienen mejores convenios de comercio exterior con naciones, como Estados Unidos. (Pepermans, 2019)

Gráfico 7

Promedio salario mensual en USD en China, Vietnam y Camboya



Fuente: Pepermans Astrid

Recopilado por: Sebastián Carrera

2.3.2. Balanza Comercial Ecuador - China

La Balanza Comercial es el registro de los flujos de importaciones y exportaciones de un país con los demás, con el objetivo de saber si el periodo en cuestión fue favorable o desfavorable, en el aspecto económico. Para el cálculo, se resta el total de exportaciones del total de importaciones, donde un resultado negativo, significa que existe déficit, y un saldo positivo significa que hay un superávit comercial. (BCRP, s.f.)

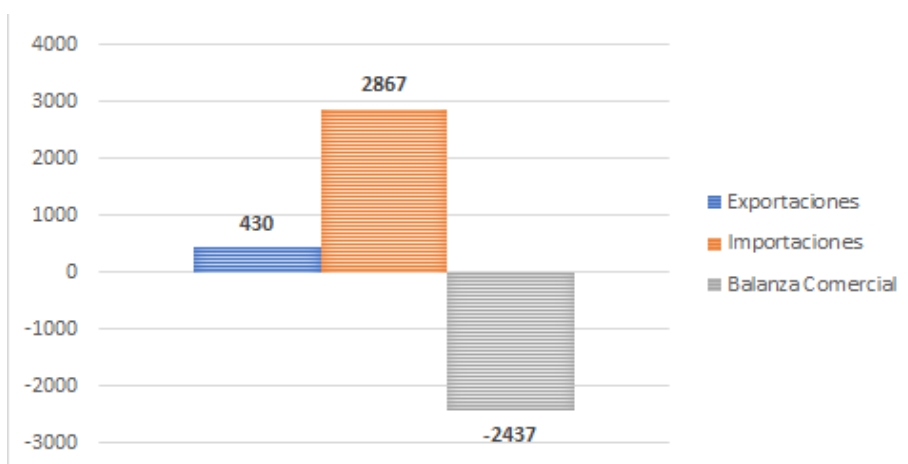
Los resultados que refleja la balanza comercial, en el año 2018, entre Ecuador y China, son desfavorables para el Ecuador debido a que hay un desequilibrio en cuanto al comercio. Este déficit se basa en la existencia de aranceles y a la falta de capacidad productiva del Ecuador. De modo que, según el neoliberalismo, la ausencia de libre mercado obstaculiza el crecimiento económico (Argandoña, 1990). La inexistencia de un acuerdo comercial con China es un factor que incrementa el déficit en la balanza comercial; la aplicación de aranceles imposibilita el equilibrio de la misma. La brecha negativa se redujo en comparación con el año 2015 y los años siguientes, pero el déficit que se evidencia es alto.

El valor de las exportaciones registrado en el año 2018 es de \$1,012 millones de dólares, es decir, un crecimiento porcentual del 135.34% en comparación con el mismo periodo del año anterior, mientras que el registro de importaciones en el mismo periodo alcanza un valor de \$3,568 millones de dólares, un 24.45% mayor que el año anterior. La balanza comercial tiene un saldo negativo de \$2,556 millones de dólares, con un porcentaje de incremento de déficit de 4.8% (Pro Ecuador, 2019).

Pese a estos datos, el presidente de FEDEXPORT, Felipe Rivadeneira, informó que el consumo de productos ecuatorianos en China se incrementó con una proyección del 6%, misma que debe ser aprovechada para aumentar las exportaciones. Asimismo, la cónsul de China en Ecuador, Zhang Tao, destacó el interés chino en establecer un acuerdo comercial, del mismo modo que con los otros países de Sur América; además sugirió que una estrategia que deben aplicar los empresarios ecuatorianos, es visitar las ferias que se realizan en su país para identificar las oportunidad que existen. (El Universo, 2019)

Gráfico 8

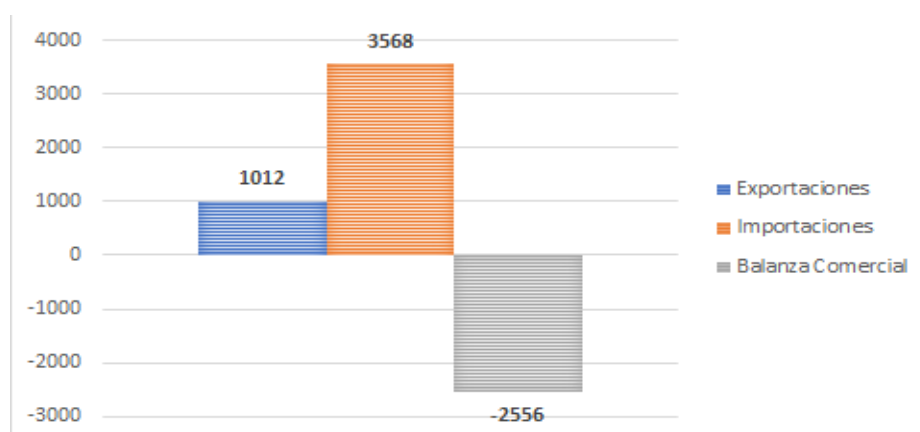
Balanza comercial Ecuador - China 2017 en millones USD



Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad
Elaborado por: Sebastián Carrera

Gráfico 9

Balanza comercial Ecuador - China 2018 en millones USD



Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad
Elaborado por: Sebastián Carrera

Las importaciones de Ecuador a China, son cuantiosas, pero en comparación con las cantidades que importan otros países con niveles de desarrollo superiores, no tiene mayor representación. De acuerdo al Ministerio de Industrias y Productividad (2018), los principales destinos de exportación chinos que superan los \$100,000 millones de dólares son Estados Unidos, Hong Kong, Japón y Corea. Entre los 29 productos reconocidos como principales bienes importados se encuentran las telas, que tiene una representación porcentual del 0.8%, valor insignificante en comparación con productos tecnológicos. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2018)

2.3.3. Barreras arancelarias y no arancelarias

Uno de los factores que deben considerarse, son las barreras del comercio exterior, mismas que se dividen en arancelarias y paraarancelarias. La falta de conocimiento de estos requisitos puede dar como resultado el incumplimiento de contratos, y en consecuencia pérdidas económicas y retrasos, en cuanto a los trámites de las dos partes de un intercambio

comercial internacional; a largo plazo refleja una mala imagen en el ámbito de los negocios internacionales. (Sarquis, 2002)

Las barreras arancelarias son los tributos que se pagan, por concepto de importación o exportación, en la aduana, mientras que las barreras paraarancelarias son las medidas que restringen el libre movimiento de mercaderías entre países, que no están ligadas a impuestos (Sarquis, 2002). De acuerdo al testimonio de empresas importadoras del sector textil, el gremio de industrias textiles y los organismos de control de importaciones, para la importación de telas se presentan las siguientes barreras del comercio exterior, Arancel Nacional, el Registro en la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE) como importador de textiles, Certificado de origen, y las normas técnicas INEN 1 y 1875. (Villamar, Pastaz y Castillo, 2017)

Las medidas arancelarias en la importación de telas son:

- 20% Arancel Ad Valorem: Es un tributo establecido por la autoridad que se aplica sobre la base imponible de la importación (costo, seguro y flete)
- 0.5% Fondo de Desarrollo para la Infancia (FODINFA): Este tributo se aplica sobre la base imponible de la importación
- 12% IVA: Este impuesto se aplica sobre la base imponible, más el arancel Ad Valorem, y más el FODINFA. (SENAE, 2017)

Las medidas no arancelarias en la importación de telas son:

- Registro como importador de textiles en la VUE. (Villamar, Pastaz y Castillo, 2017)
- Certificado de origen del producto importado

- Las normas INEN 1 y 1875: Corresponde al reglamento de etiquetado, donde se debe especificar tamaño, tratamiento del material, la clasificación porcentual de la composición del producto, entre otros. (INEN, 2017)

La existencia de barreras arancelarias no permite el despegue de la industria textil. En base al libre mercado de Friedman, si se aplica la eliminación o reducción arancelaria en la importación de materia prima, las empresas pueden fabricar mayores cantidades y a precios competitivos. De esta manera, se incrementa desarrollo económico empresarial, se genera fuentes de trabajo y se mejora el PIB del país. No obstante, el gobierno no consideró las reducciones arancelarias en el sector textil, decisión que mantiene un 20% de arancel a todo tipo de tela. Esta medida es ilógica porque la importación de textiles terminados tiene 10% de arancel Ad Valorem y \$5.5 dólares por kilogramo de arancel específico; la importación de productos terminados con precios menores sin que las empresas nacionales puedan competir, a causa de las medidas proteccionistas, son perjudiciales para todo el sector textil. Se entiende que el objetivo es evitar el contrabando e impulsar la producción nacional (Bustamante, 2019), pero al no tener costos competitivos en comparación con países como Perú, México y Colombia, se pone en riesgo a la industria textil.

2.3.4. Selección de mercado de exportación

En base al libre comercio, Friedman establece que el mercado mundial es prioritario, donde a través del movimiento de capitales se mejora la economía (Argandoña, 1990). La saturación que se genera en el mercado nacional, en parte causada por las medidas proteccionistas, es una muestra de la necesidad de internacionalizar el producto. Seleccionar el mercado de exportación, es la decisión más relevante en el proceso de internacionalización

empresarial, porque un error en el análisis de elementos, causa pérdidas económicas. Juan Suárez (2010), opina que “lo que se decida en este campo, compromete a la empresa a medio y largo plazo” (p. 1). El desarrollo adecuado de este proyecto de lencería de hogar, depende de la minuciosidad en el estudio de las variables; el mínimo fallo pone fin al proyecto.

La elección de los elementos a analizar se hizo de acuerdo a las cualidades que afectan a este proyecto. Se necesita una matriz de selección, que estudia los mercados de Estados Unidos, la Alianza del Pacífico y Alemania, debido a la influencia en los niveles de importación y en la cercanía geográfica que hay con dos de ellos. Las variables de selección del mercado se detallan a continuación, junto a las calificaciones asignadas a cada sección; la matriz considera la accesibilidad de mercado, el riesgo país y la potencialidad de mercado. (Estrella y Carrera, 2018)

Tabla 3

Matriz de selección de mercado

Variables	Ponderación	Calificación sobre 5 puntos		
		Estados Unidos	Alianza del Pacífico	Alemania
Accesibilidad del mercado	100%	4,33	5	4
Factores físicos	25%	4	5	3
Factores socioculturales	25%	4	5	4
Factores económico-políticos	50%	5	5	5
Riesgo país	100%	3,67	4,00	3,67
Riesgo de confiscación	30%	3	4	3
Problemas de financiamiento	30%	4	4	4
Retrasos en los pagos	40%	4	4	4
Potencialidad de mercado	100%	5	5	5
Demanda actual	35%	5	5	5
Apertura comercial	35%	5	5	5
Participación ecuatoria en el mercado	30%	5	5	5

Variables	Ponderación	Estados Unidos	Alianza del Pacífico	Alemania
Accesibilidad del mercado	40%	4,33	5	4
Riesgo país	30%	3,67	4,00	3,67
Potencialidad de mercado	30%	5	5	5
TOTAL		4,33	4,67	4,22

Fuente: Investigación información gubernamental
 Elaborado por: Sebastián Carrera

Los tres mercados muestran índices favorables, pero al estar compuesta, la Alianza del Pacífico, por cuatro países latinos que se encuentran cercanos al Ecuador, obtiene una ventaja por las cortas distancias entre territorios, en comparación con los otros candidatos, así como en la similitud cultural. El requisito para ingresar a esta alianza es tener convenios comerciales con cada uno de los miembros, Chile, Perú, Colombia y México, exigencia que sí cumple el Ecuador; las negociaciones respectivas para el ingreso ecuatoriano a este bloque económico están en curso.

El funcionamiento adecuado del comercio exterior está determinado por instituciones como la OMC, debido a que, con sus exigencias, lineamientos y requisitos, permiten controlar la legalidad del proceso; existen documentos que avalan la legalidad de los productos y garantizan la satisfacción de las partes intervinientes. En cuanto a los Incoterms, para el desarrollo de este proyecto se decidió utilizar Ex works para la exportación y CIF para la importación debido a la falta de experiencia, práctica, en los intercambios comerciales. La existencia de aranceles es una barrera en el sector textil ecuatoriano, motivo por el que disminuyó la producción en el 2019. Sin embargo, los costos siguen siendo menores a los que existen en producto nacional, motivo por el cual se importará la materia prima determinante de los edredones de la China y para la exportación de la manufactura se determinó a la Alianza del Pacífico, puesto que la similitud en cultura, la cercanía geográfica, la estabilidad de su economía, y la posibilidad de ingreso de Ecuador a este bloque económico, es un atractivo para las exportaciones ecuatorianas.

CAPÍTULO III.

ANÁLISIS FINANCIERO

3.1. Estudio de mercado

La consecución de objetivos de un negocio está ligada a la segmentación de mercado, porque la especificidad de la población objetivo permite desarrollar mejores estrategias de venta e incluso elaborar un producto acorde a las necesidades. La situación económica de los países de la Alianza del Pacífico es estable, de modo que la demanda de productos que no son de primera necesidad es mayor, y sin que el precio de venta se convierta en una condición determinante. Entre Colombia, México, Perú y Chile se realizan intercambios comerciales de lencería de hogar, pese al hecho de ser grandes productores regionales, y las cantidades de consumo son elevadas; el Ecuador tendría una oportunidad al momento de ingresar a la Alianza del Pacífico. En el caso de la oferta, la capacidad productiva de los países asiáticos les brinda una ventaja en el mercado mundial, incluyendo América del Sur, de modo que su presencia en dicho mercado es destacada.

El estudio de prefactibilidad de este proyecto cuenta con un análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que permiten saber los puntos aprovechables en comparación con otros productores, así como los problemas que requieren de investigación, presión e inversión para obtener mayor provecho del proyecto. De esta forma, se mencionaron elementos que dependen de los socios, así como las relaciones comerciales, la participación del Estado en el comercio y la relevancia del comprador de la manufactura, que ayudan a interpretar los elementos clave del proyecto.

3.1.1. Descripción de la empresa

Objetivo general

Diseñar y producir lencería de hogar de óptima calidad, en base a los gustos y preferencias del cliente, para brindarle la satisfacción deseada; además de cooperar, de esta forma, con el desarrollo social y económico del Ecuador.

Objetivos específicos

- Generar utilidades que permitan evitar la subcontratación de servicios
- Satisfacer la demanda insatisfecha mediante la oferta de diseños innovadores y de alta gama
- Conseguir una mayor participación en el mercado internacional
- Ser una fuente generadora de empleo

Población objetivo

Este producto espera la acogida de personas que requieran modelos innovadores, con acabados de calidad sobresaliente y de materiales que brinden el confort, a fin de cubrir las necesidades insatisfechas y a precios competitivos.

Tabla 4

Segmentación de mercado

Segmentación de mercado	
Criterios	Segmento
Tipo de cliente	Ciudadanos de los países miembros de la Alianza del Pacífico
Nivel de ingresos	Personas con ingresos mínimos de \$500 dólares
Edad	Entre 18 y 60 años

Fuente: Investigación consumo de producto
Elaborado por: Sebastián Carrera

Tabla 5

Gasto USD mensual individual en artículos del hogar de personas con ingresos de un SBU

	México	Colombia	Perú	Chile
USD mensual para gastos en artículos del hogar por persona	\$10	\$19	\$10	\$30
Población con gastos mayores que sus ingresos	45%	21%	40%	60%

Fuente: Investigación gasto del salario por país
 Elaborado por: Sebastián Carrera

El porcentaje que una persona proveniente de alguno de los países de la Alianza del Pacífico, con ingresos de un salario básico, gasta al mes en artículos del hogar oscila entre el 5% y el 10%. Para realizar este cálculo se escogió a este grupo de personas, puesto que se considera que tienen la capacidad de gasto en este producto. Así, se determina que invertir en un producto que no es de primera necesidad y que es de larga duración no está fuera del alcance del público objetivo en los cuatro países, en especial en Chile, donde ahorrar no es indispensable para acceder a este producto. Se debe mencionar que, en México, Perú y Chile, el 45%, 40% y 60% respectivamente, de la población gasta más de lo que gana. Esto significa que recurren a endeudamientos para satisfacer sus necesidades. Colombia muestra un porcentaje menor, 21%, pero que es representativo para una población de 49,9 millones de habitantes.

Segmentación de mercado

El segmento de mercado se utiliza como estratificador del principal grupo de personas capaz de adquirir el producto en venta. La especificidad en la delimitación del target, eleva la eficiencia del negocio; los recursos a invertir se direccionarán solo al grupo determinado de

clientes. Definir al grupo de clientes, genera un mejor entendimiento sobre la reacción a las acciones tomadas por la empresa, y así diseñar estrategias de marketing, que incrementan la necesidad de adquisición. Esto sitúa al negocio en una situación beneficiosa, tanto económica, como social, en la consecución de objetivos (Espinoza, Alchundia, Layana, Zúñiga, Tapia y Espinoza, 2018).

La promoción del neoliberalismo, a través del concepto de libre mercado, entre los países de la Alianza del Pacífico mejoró la situación económica de sus miembros, en comparación con otros países latinos. De esta manera, se sitúan incluso sobre el Ecuador en las estadísticas del PIB per cápita 2019. La estabilidad económica en este bloque, aumenta la capacidad adquisitiva de sus ciudadanos. Por esta razón, los precios de venta que se establecen a este producto, y en base al cálculo realizado con quienes ganan mínimo un salario básico unificado, demuestran la accesibilidad al producto. La población con ingresos de al menos dos SBU por hogar, tendrá las posibilidades económicas para adquirir este producto, pero se estableció que los ingresos del cliente o de su representante sean superiores a \$500 dólares, con el objetivo de dar garantía de la calidad del producto.

Gráfica 10

PIB per cápita 2019



Fuente: Banco Mundial
Elaborado por: Sebastián Carrera

Se consideró que los 18 años es la edad que da legitimidad a una transacción comercial, además de que ya es un ser humano con voz y voto en cuanto a ciertas decisiones en el hogar. Por otro lado, el rango máximo es 60 años porque se considera que, pasado ese periodo, la necesidad de consumo de edredones disminuye; podría decirse que pasado este tiempo la compra de edredones está destinada a convertirse en un regalo.

3.1.2. Investigación de mercado

Determinación de la demanda

En base a la información expuesta en la página The Observatory of Economic Complexity (2018), se interpreta que México, Chile, Colombia y Perú son consumidores en potencia de ropa de hogar. Según la partida arancelaria 6302, con la descripción *Ropa de cama, de mesa, de tocador o cocina*, China es su mayor proveedor, y existen transacciones comerciales, tanto de importación como de exportación, de la misma partida, entre sus miembros. Friedman asegura que las instituciones determinan las necesidades del Estado

(Argandoña, 1990). Su aplicación en este contexto se traduce como la necesidad del sector industrial textil, de cruzar fronteras para impactar en una densidad demográfica mayor, con el fin de incrementar los ingresos por ventas, motivo para que los gobiernos establezcan tratados de libre comercio. Detractores del neoliberalismo señalan que el libre comercio es perjudicial para un país, porque desplaza a la producción nacional; no obstante, empresarios peruanos aseguran que la competencia generada por la reducción de aranceles, mejoraron el desempeño de productores nacionales, y, en el periodo de estudio, tienen el reconocimiento por ser proveedores mundiales de materias primas.

Tabla 6

Comercio de la partida arancelaria 6302, descripción “lencería de hogar” año 2018

	México	Colombia	Perú	Chile	TOTAL
Producción nacional ropa de cama USD anual	\$164,89 M	\$242,39 M	\$11,07 M	S/I	\$418,35 M
Exportación ropa de cama USD anual	\$57,3 M	\$42 M	\$4,56 M	\$37.2 M	\$141,06 M
Importación ropa de cama USD anual	\$97,8 M	\$27,4 M	\$60,4 M	\$201 M	\$386,6 M

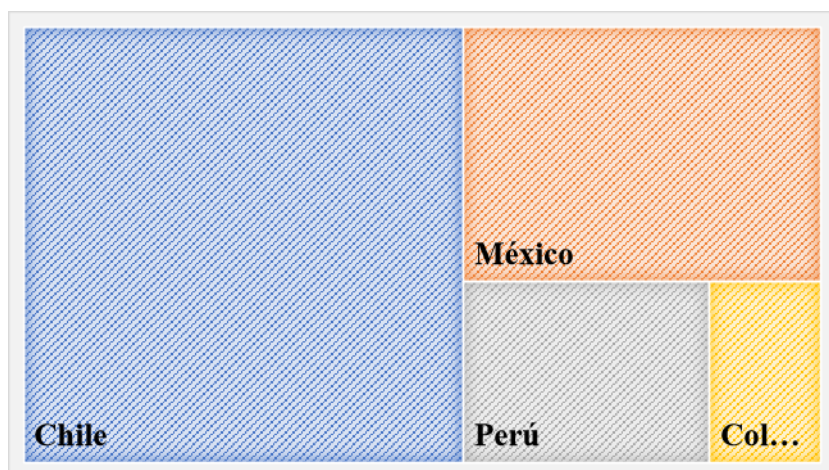
Fuente: Observatory of Economic Complexity
Elaborado por: Sebastián Carrera

Para el cálculo de la demanda país se utiliza la siguiente fórmula:

Producción nacional menos exportaciones más importaciones. El resultado que refleja el bloque de la Alianza del Pacífico a través del uso de esta fórmula es que existe una demanda de lencería de hogar de \$663,89 millones dólares.

Gráfica 11

Importaciones de la partida arancelaria 6302, descripción “lencería de hogar” año 2018



Fuente: Observatory of Economic Complexity
Elaborado por: Sebastián Carrera

De los miembros de la Alianza del Pacífico, Chile es el mayor importador de artículos correspondientes a esta partida arancelaria. De los \$201 millones de dólares que adquiere del exterior, el Ecuador provee \$72,4 mil dólares en mercadería, el segundo país es México, con \$92,3 millones de dólares. De los cuatro países, México es el único que no recibe exportaciones ecuatorianas de este producto. El tercer lugar lo ocupa Perú con un total de \$60,4 millones de dólares, donde las exportaciones ecuatorianas ascienden a \$57,6 mil dólares, y Colombia ocupa el último lugar, debido a que al ser uno de los mayores productores de textiles de América del Sur, no necesita realizar importaciones altas como sus socios. Del total de importaciones valoradas en \$27,4 millones de dólares, \$261 mil dólares provienen de importaciones hechas al Ecuador. (OEC, 2017)

En base a los datos financieros expuestos, se determina que estos países latinos enfatizan la inversión de dinero en la importación de manufacturas textiles para el hogar. Al reflejarse que entre los tres países existen intercambios de este tipo de productos, se entiende

que los Estados priorizan al crecimiento económico y la mejora de la competitividad, a través del libre comercio; de modo que, el ingreso del Ecuador no enfrentaría un limitante en ese mercado. De acuerdo a los registros previos a la entrada del Ecuador en la Alianza del Pacífico, se muestra que la participación ecuatoriana en el mercado de textiles de cada uno de los miembros es mínima, lo que permite suponer que conseguir el ingreso al bloque económico, puede incrementar las exportaciones del producto. (OEC, 2017)

Determinación de la oferta

Según la página de la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (2018), esta asociación registra la participación del 80% de productores textiles del país. Los datos expuestos en su página web muestran que, en el campo de ropa de hogar existen once productores, tales como Textiles Tornasol, Delltex Industrial, Cortinas y Visillos Cortyvis, entre otros (AITE, 2018). De todos ellos, se logró en el 2018 un total de exportaciones de \$1,3 millones de dólares, lo que representa el 1% del total de textiles exportados (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2018). La saturación del mercado nacional es una reacción normal, porque es el punto de partida de todo negocio; al enfocarse en este mercado, quedan abiertas las puertas a los mercados extranjeros que, según Friedman son una oportunidad para generar mayor dinamismo económico (Argandoña, 1990).

China al ser el mayor productor de textiles a nivel mundial, es el principal proveedor de lencería de hogar de la Alianza del Pacífico. De la misma manera, la participación de Pakistán e India, quienes tienen capacidad productiva en economías de escala a menor costo, abarcan gran parte del mercado de la lencería de hogar. En el caso de los países del bloque económico en cuestión, los países asiáticos mencionados dominan más de la mitad de ese mercado con sus exportaciones (OEC, 2018). Con esta información, se entiende que Asia no

se limita a comerciar en el mercado nacional, sino que impulsa la generación de ingresos a través de las ventas internacionales.

3.1.3. Análisis FODA

Tabla 7

Análisis FODA

Análisis FODA	
Fortalezas	Debilidades
Cultura similar. Contactos. Conocimiento técnico de comercio exterior.	Mano de obra informal. Capacidad de producción. Poca variedad de productos. Disponibilidad de capital. Infraestructura.
Oportunidades	Amenazas
Políticas para emprendimientos. Buenas relaciones comerciales.	Limitado acceso a créditos. Poder de negociación de los importadores. Productos sustitutos.

Fuente: Investigación situación empresarial
Elaborado por: Sebastián Carrera

Fortalezas

- Similitud cultural → Al ser países latinos y estar localizados en occidente, su manera de consumo es similar. Esto permite que la diferenciación del producto sea mínima, factor que reduce las dificultades de producción en cuanto a gustos y preferencias.
- Contactos → Aunque la empresa no tiene amplio conocimiento del mercado de edredones, ya se realizan actividades comerciales, en el Ecuador, con productos distintos, tales como sábanas, cobijas y toallas, donde los contactos establecidos son un método para aumentar el conocimiento en este giro de negocio.

- Conocimiento técnico del comercio exterior → Los estudios universitarios en negocios internacionales, donde se recibió la cátedra de Comercio Exterior y Gestión Comercial, sirven como fuente de información en cuanto a documentación, elementos y procedimientos, para la internacionalización del producto.

Debilidades

- Mano de obra informal → Contratar los servicios de costura y acolchado de terceras personas, impide la eficiencia en la producción, genera una pérdida de tiempo y también una pérdida en las ventas.
- Capital → La limitada disponibilidad de recursos económicos destinados a la inversión en el desarrollo de la empresa es uno de los problemas fundamentales. Por este motivo, se decidió evitar el gasto en infraestructura o mano de obra directa, para invertir en materia prima y promoción del producto.
- Capacidad de producción → Relacionado al factor anterior se determina que, al no tener recursos económicos altos, no se puede contratar los servicios de más personal que pueda producir mayor cantidad.
- Poca variedad de productos → Con el objetivo de evitar pérdidas económicas mayores, se decidió comprar un solo tipo de tela, situación que esto genera poca variedad de productos

Oportunidades

- Política gubernamental para emprendimientos → para mejorar la economía del Ecuador, el Estado adoptó políticas neoliberales que favorecen al sector privado y generan plazas de empleo.

- Relaciones comerciales favorables → Las relaciones comerciales entre los países de la Alianza del Pacífico con Ecuador son buenas, incluso se mostró interés por parte de estos países, en la adhesión del Ecuador.

Amenazas

- Limitado acceso a créditos → La falta de patrimonio y experiencia en el mercado se convierten en limitantes para tener acceso a un crédito, por falta de garantías, y limitantes en los montos.
- Poder de negociación de los importadores → Al haber competencia en el mercado, los compradores tienen el poder en la determinación del precio del producto. Esto obliga al vendedor a acogerse a las políticas requeridas por el comprador, a fin de darle posición en el mercado a este producto.
- Productos sustitutos → La oferta del producto, de la competencia, obliga a disminuir el precio de venta al público, a fin de evitar la pérdida de clientes. En este caso, la principal amenaza es China, debido a que sus costos de producción son inferiores y les permite establecer precios más bajos.

3.2. Marketing Mix

El desarrollo del marketing mix en este proyecto es necesaria, al igual que el análisis FODA, para determinar la dirección a seguir, así como las directrices de la manufactura, como son el producto, el precio, la plaza y la promoción. De esta manera, se tiene bases sólidas en cada uno de los aspectos y permite desarrollar o modificar elementos determinados, sin alterar el orden general de los mismos. Los edredones a fabricar tienen la especificidad de dimensiones y tipo de materia prima que será utilizada, además de un precio

similar a los ofrecidos en el mercado de la Alianza del Pacífico, a fin de no dañar el mercado y obtener utilidades. Se describe, también, la cantidad poblacional en los países de dicho bloque y la oportunidad que representa para el Ecuador, apoyado con los métodos de promoción que estimulen la necesidad de comprar este producto.

3.2.1. Producto

La mejora de la tecnología ecuatoriana en el sector textil, en la línea de lencería de hogar, y el mayor acceso a materia prima importada y con precios razonables, posibilita la elaboración de productos de calidad y con acabados de vanguardia. La saturación del mercado nacional es una barrera para las empresas textiles, pero la desatención ecuatoriana del mercado internacional, acompañado de las óptimas características del producto, aseguran la capacidad de competencia en el exterior y un impacto positivo en el sector textil y económico del Ecuador.

La versatilidad, peso y excelente calidad de la tela denominada MICROFIBRA de 90 gramos, misma que en su composición está hecha de poliéster al 100%, es la que se pretende utilizar en la elaboración de cobertores, tela que viene en rollos de 100 metros. Se considera un ancho de tela de 240 centímetros, que permite elaborar dicho producto bajo la medida de 2 plazas o Double; y la esponjosidad y calidez, será satisfecha con fibra sintética o también denominada plumón, con un espesor o estándar de 2 centímetros y al igual que con la tela, el ancho debe ser de 240 centímetros, que viene en rollos de 40 metros. En cuanto a los hilos, se utilizará hilo de seda, 100% poliéster, e hilo de algodón, y para la protección y mejora de la presentación del producto, se hará uso del plástico de PVC, donde internamente se añadirá la etiqueta de descripción del bien.

El diseño del producto se basa en los aspectos culturales de cada país, donde la ventaja es que, al ser países latinos, no existen diferencias amplias en la preferencia de modelos, permitiendo que la producción del bien sea eficiente. Con el transcurso del tiempo se analizará la posibilidad de vender combos, por ejemplo, el edredón acompañado de un segundo producto como una sábana o una cobija, a fin de darle un valor adicional.

3.2.2. Precio

El precio del producto no tiene una variación representativa con el objetivo de no dañar los precios del mercado y también para evitar ser eliminados por los grandes productores; a nivel productivo, los factores que cambian el valor del bien son el tamaño del mismo, como especificado en la sección anterior, y el aporte empresarial en el diseño. El fundamento de todo precio de venta considera los costos de producción, costos administrativos, costos de ventas, y adicional se le suma un lucro (Baca, 2013), mismo que debe ser establecido de forma cuidadosa para evitar sobrevaloraciones que se transmita con la falta de ventas y problemas económicos.

Hay dos elementos a considerar en la fijación del precio de venta, como son, la demanda potencial y la capacidad económica de cada país. Las fluctuaciones económicas son comunes en cada país; de modo que, en algún momento llega el periodo de bonanza. Durante esta época se puede aumentar los precios, bajo el argumento del incremento de la capacidad adquisitiva. En momentos de crisis, se realiza lo opuesto (Baca, 2013); es imprescindible buscar estrategias que permitan adaptarse a la inestabilidad del mercado. (Meléndez, 2017)

Tabla 8

Precios de venta de la competencia en la Alianza del Pacífico

Talla	Chile	Colombia	México	Perú
Double	26,4	36,03	23,51	35,28
Queen	31,5	41,91	29,9	40,83
King	35,72	56,82	35,2	46,2

Fuente: Investigación de pvp

Elaborado por: Sebastián Carrera

3.2.3. Plaza

Chile, México, Colombia y Perú son los cuatro países latinos que conforman la Alianza del Pacífico, los cuales tienen economías estables, en base al PIB per cápita, que les permite tener una calidad de vida aceptable. Como consecuencia de su alianza, las importaciones y exportaciones de todos los miembros se mantienen activas y en representaciones porcentuales altas, de acuerdo al rubro *Ropa de cama, de mesa, de tocador o cocina*. Ecuador está en sus rondas de negociación para ingresar a esta alianza, donde ya se cumplió el requisito de tener mínimo un tratado comercial con cada uno de los cuatro países. Estos países producen textiles, pero esto no ha sido limitante en la exportación e importación de este producto, entre ellos, hecho que garantiza que, una vez ingresado el Ecuador, no tendrá que restricción, sino al contrario, podría aumentar las ventas debido a las preferencias arancelarias.

Según los datos del 2018 de la DANE, Colombia tiene 48.258.494 habitantes, donde el 68.2% corresponde a personas entre 15 y 65 años, Perú registra hasta el mismo año un total poblacional de 32.162.184 ciudadanos, 52.1% de personas entre 21 y 59 años (Perú21, 2018), Chile, hasta el año 2019 contabiliza 18.629.746 personas, (T13, 2018) y México en el 2018 tiene 124.738.000 habitantes (Datosmacro, 2018). A partir de las cantidades expuestas, y en

consideración a que los mercados importan cantidades considerables de este producto, se considera que hay oportunidades de ventas en dichos mercados.

3.2.4. Promoción

Con el objetivo de conseguir mayor impacto en el mercado de la Alianza del Pacífico, se planea establecer cuatro metodologías de promoción. Según Gabriel Baca (2013), conseguir clientes es el trabajo que mayor esfuerzo requiere para un emprendedor; de modo que, se aconseja utilizar cualquier recurso disponible para publicitar el producto. Con esto se consigue que el público receptor tenga en mente la presencia de una nueva marca y de los productos que dispone. Es necesario que los productos sean de excelente calidad, con la intención de que los compradores transmitan su experiencia positiva a sus contactos.

Para promocionar el producto se utiliza una cuenta empresarial en las principales redes sociales como Facebook, Instagram, LinkedIn, donde se postean fotos y videos con información minuciosa de los mismos. También, se plantea una inversión en el desarrollo de un catálogo para clientes potenciales, y la creación de una página web empresarial, para detallar la información de los productos a disposición. Por último, la oferta de descuentos es una metodología para incrementar las cantidades de venta; por este motivo se ofrece disminuciones porcentuales por la compra de mayores cantidades, así como el por pago a la vista.

Tabla 9

Métodos de promoción del producto

Métodología	Características	Tiempo de actualización	Costo
Redes Sociales	Instagram, Facebook, LinkedIn	Anual	\$ -
Catálogo	Catálogo autónomo	3 años	\$ 3.000,00
Página Web	Empresarial	Anual	\$ 500,00
Descuentos en ventas	Porcentaje	Anual	Entre 3 y 5%

Fuente: Investigación métodos de publicidad
Elaborado por: Sebastián Carrera

3.3. Estudio financiero

El estudio financiero está compuesto por todos los cálculos que se deben tener en consideración para determinar la viabilidad del proyecto. De modo que, se inicia con el registro de los rubros que se debe invertir, como los activos fijos, diferidos y capital de trabajo, acompañado de la forma de financiar el proyecto. Después se realiza el estado de situación inicial, seguido del cálculo del costo de producción del producto final y las proyecciones a cuatro años del mismo para demostrar la sustentabilidad. En último lugar se procede a calcular el punto de equilibrio en cuanto a cantidad y precio mensual; y el valor actual neto y la tasa interna de retorno que certifican la factibilidad de la inversión. De esta manera, se obtiene el resultado final de la hipótesis.

3.3.1. Inversión

La inversión de este proyecto está enfocada en la compra de materia prima con la finalidad de producir mayor cantidad de unidades. En el rubro de activos fijos se considera solo una computadora como herramienta de trabajo. No registra valores para maquinaria e inmuebles, porque no se los considera necesarios para el desarrollo de este proyecto. En

cuanto a los servicios básicos, se considera que el internet es el único servicio a pagar, puesto que se trabaja desde casa. Para la publicidad se utilizan panfletos que serán entregados en los pequeños almacenes, a fin de dar a conocer el producto. Un gasto adicional, es la creación de una página web empresarial que sirve para mostrar el producto en el extranjero, sin necesidad de estar presente. Por decisión de los dos socios, ninguno de los dos hará aportes al IESS y se limitarán a recibir el valor neto, de \$400 y \$600 dólares, durante los 12 meses del año, a fin de disponer de ingresos mayores para reinvertir. Los gastos de constitución fijados son de \$30 dólares por el hecho de trabajar como persona natural; y el monto de inversión es asumible, sin necesidad de solicitar un crédito, esto evita endeudamientos innecesarios.

Tabla 10

Cálculo de inversiones

INVERSIONES				
Descripción	Q	VU	VT	
Fijas:				600,0
Equipos de computación	1	600,00	600,00	
Diferidas:				80,0
Gastos de Constitución	1	30,00	30,00	
Publicidad, propaganda y promoción	1	50,00	50,00	
Capital de trabajo:				31.988,36
Materia prima:				
Tela	143	88,80	12.685,71	
Plumón	176	66,40	11.717,65	
Estuche PVC	3000	1,50	4.500,00	
Etiqueta	3000	0,15	450,00	
Gasto Honorarios Profesionales				
Costureras	1	750,00	750,00	
Acolchadoras	1	300,00	300,00	
Gastos administrativos:				
Sueldo socio 1	1	600,00	600,00	
Sueldo socio 2	1	400,00	400,00	
Página web	1	500,00	500,00	
Derecho de dominio	1	50,00	50,00	
Útiles de oficina	1	5,00	5,00	
Servicios básicos	1	30,00	30,00	
TOTAL DE INVERSIONES				32.668,4

Fuente: Investigación de costos
 Elaborado por: Sebastián Carrera

Tabla 11

Financiamiento de la Inversión

Recursos propios	%	Monto
Socio 1	60%	19.601
Socio 2	40%	13.067
Total	100%	32.668,4

Fuente: Investigación de costos
Elaborado por: Sebastián Carrera

3.3.2. Indicadores Financieros

Tabla 12

Estado de Situación Inicial

Estado de Situación Inicial		
Al 31 de diciembre del 2019		
(En USD)		
ACTIVOS		32.668,4
Fijos:		600
Equipos de computación	600	
Diferidos:		80
Publicidad, propaganda y promoción	50	
Gastos de Constitución	30	
Bancos		31.988,4
PASIVOS		0,0
PATRIMONIO		32.668,4
Jorge Carrera	Sebastián Carrera	
Gerente General	Contador	

Fuente: Investigación de costos
Elaborado por: Sebastián Carrera

Tabla 13

Cálculo del costo de producción

DESCRIPCION:	2019			2020	2021	2022	2023	2024
3000 unidades	Q	CU	CT	CT	CT	CT	CT	CT
Materia prima								
Tela			12.685,71	13.522,97	14.415,49	15.366,91	16.381,13	17.462,28
Plumón			11.717,65	12.491,01	13.315,42	14.194,24	15.131,06	16.129,71
Estuche PVC			4.500,00	4.797,00	5.113,60	5.451,10	5.810,87	6.194,39
Etiqueta			450,00	479,70	511,36	545,11	581,09	619,44
Prestadores de servicios:								
Acolchadoras	1	300,00	3.600,00	3.837,60	4.090,88	4.360,88	4.648,70	4.955,51
Costureras	1	750,00	9.000,00	9.594,00	10.227,20	10.902,20	11.621,74	12.388,78
Costos indirectos de fabricación:								
Depreciación equipos de computo			199,80	199,80	199,80	199,80	199,80	199,80
Internet			360,00	383,76	409,09	436,09	464,87	495,55
COSTO DE PRODUCCION TOTAL			42.513,16	45.305,84	48.282,84	51.456,32	54.839,25	58.445,46
CPU			14,17	15,10	16,09	17,15	18,28	19,48

Fuente: Investigación de costos y proyección
 Elaborado por: Sebastián Carrera

Tabla 14

Estado de Resultados proyectado

VENTAS	2019			2020			2021			2022			2023		
	Q	PU	VTS.	Q	PU	VTS.	Q	PU	VTS.	Q	PU	VTS.	Q	PU	VTS.
Edredones	3000	24,00	72.000,00	3198	24,48	78.287,04	3409	24,97	85.123,06	3634	25,47	92.556,01	3874	25,98	100.638,00
TOTAL VENTAS BRUTAS			72.000,00			78.287,04			85.123,06			92.556,01			100.638,00
(-) IVA			8.640,00			9.394,44			10.214,77			11.106,72			12.076,56
(=) VENTAS NETAS			63.360,00			68.892,60			74.908,30			81.449,29			88.561,44
(-)COSTOS PRODUCCIÓN			42.513,16			45.319,03			48.310,09			51.498,55			54.897,46
(=)UTILIDAD BRUTA			20.846,84			23.573,57			26.598,21			29.950,74			33.663,98
(-) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			12.420,00			13.239,72			14.113,54			15.045,04			16.038,01
Sueldo Socio 1			7.200,00			7.675,20			8.181,76			8.721,76			9.297,40
Sueldo Socio 2			4.800,00			5.116,80			5.454,51			5.814,51			6.198,26
Suministros			60,00			63,96			68,18			72,68			77,48
Servicios básicos			360,00			383,76			409,09			436,09			464,87
(-) GASTOS DE VENTAS			650,00			692,90			738,63			787,38			839,35
Publicidad			600,00			639,60			681,81			726,81			774,78
Página web			500,00			-			-			-			-
Derechos de dominio			50,00			53,30			56,82			60,57			64,57
(=) UTILIDAD OPERACIONAL			7.776,84			9.640,95			11.746,04			14.118,32			16.786,63
(-) IMPUESTO A LA RENTA 0%			-			-			-			-			-
(=) UTILIDAD NETA			7.776,84			9.640,95			11.746,04			14.118,32			16.786,63

Fuente: Investigación de costos y proyección
 Elaborado por: Sebastián Carrera

Tabla 15

Estado de Situación Inicial proyectado

	2019-12-31	2020-12-31	2021-12-31	2022-12-31	2023-12-31
ACTIVOS	32.698,36	40.395,20	50.036,15	62.381,58	75.899,90
Fijos:	630,00	430,20	230,40	630,00	430,20
Equipos de computación	600,00	400,20	200,40	600,00	400,20
Depreciación 33,3%		199,80	199,80	199,80	199,80
Internet	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Diferidos:	80,00	-	-	-	-
Publicidad, propaganda y promoción	50,00				
Gastos de Constitución	30,00				
Bancos	31.988,36	39.965,00	49.805,75	61.751,58	75.469,70
PASIVOS	-	-	-	-	-
Utilidad ejercicio anterior		7.776,84	9.640,95	11.746,04	14.118,32
Repartición utilidades 0% del periodo		-	-	-	-
Capitalización utilidades ejercicio anterior 100%		7.776,84	9.640,95	11.746,04	14.118,32
PATRIMONIO	32.698,36	40.475,20	50.116,15	61.862,18	75.980,50

Fuente: Investigación de costos y proyección

Elaborado por: Sebastián Carrera

Tabla 16

Cálculo del punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO		
COSTOS FIJOS T.	13.709,80	PE ANUAL=CFT/1-(CVT-VT)
		PE ANUAL= \$ 40.588,15
Depreciación equipo de cómputo	199,80	
Sueldo Socio 1	7.200,00	PE unidades = cft/(pvu-cvu)
Sueldo Socio 2	4.800,00	cft mensual= 1.829,80
	600,00	PE unidades mensuales= 182,73
Publicidad		
Internet	360,00	
Página web	500,00	
Derecho de dominio	50,00	
COSTOS VARIABLES	41.958,4	
Tela	12.685,71	
Plumón	11.717,65	
Estuche	4.500,00	
Etiqueta	450,00	
Acolchadoras	3.600,00	
Costureras	9.000,00	
Suministros	5,00	
cvu	\$ 13,99	
pvp	\$ 24,00	

Fuente: Investigación de costos y proyección
 Elaborado por: Sebastián Carrera

Tabla 17

Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno

VALOR ACTUAL NETO						
Dinero propio Pol	4,00%					
Prestamos banco	0,00%					
Inflación	6%					
T.descuento	10,0%					
		0	1	2	3	4
		-32.668,36	7.776,84	9.640,95	11.746,04	14.118,32
						16.786,63
VAN =		\$ 10.236,70				
TASA INTERNA DE RETORNO						
VR=	20%					
		0	1	2	3	4
		-32.668,36	7.776,84	9.640,95	11.746,04	14.118,32
						16.786,63
TIR=		41,04%				

Fuente: Investigación de VAN y TIR
 Elaborado por: Sebastián Carrera

Como se explicó con anterioridad, la demanda en el mercado de estudio es amplia, de modo que la producción de 3000 unidades de edredones, está dentro de dicho rango. Se determinó esa cantidad de producto debido a que una producción mayor se sale del presupuesto de los dos socios y obligaría a recurrir a préstamos y por tanto al pago de intereses. Además, al no tener la suficiente experiencia práctica en el campo del comercio internacional, se considera mejor trabajar con cantidades menores a fin de reducir riesgos. Pese a que el mercado de la Alianza del Pacífico tiene una demanda país de lencería de hogar que se aproxima a los \$663,89 millones de dólares, empresarios como Eugenio Oller y Miquel Baixas (2020), recomiendan seguir un proceso de ventas lento y al mismo tiempo seguro, de modo que garantice el éxito de un negocio.

En el Estado de Resultados proyectado se tiene en cuenta los costos y gastos multiplicados por 12 meses del año, incluida la depreciación del equipo de cómputo a tres

años; el cual a partir del tercer año requiere de una nueva inversión, bajo el mismo rubro, para adquirir un nuevo aparato electrónico. No hay amortizaciones porque ninguno de los gastos será pagado a crédito, al igual que el impuesto a la renta es de 0% porque el nivel de ingresos está en el primer nivel de la tabla de retención, y se decidió que del total de utilidades se reinvertirá el 100%, a fin de continuar con el desarrollo del negocio.

La proyección del estado financiero inicial garantiza un crecimiento empresarial, el cual bajo la consideración de los parámetros establecidos, el primer año posterior al 2019 es el que menores ingresos genera, mientras que los años siguientes muestran un aumento de rentabilidad mayor. De acuerdo al cálculo del punto de equilibrio, para evitar pérdida, es necesario vender \$40588,15 dólares anuales, y un total de 183 unidades al mes.

3.3.3. Evaluación financiera de la propuesta

La compra de una computadora está valorada en \$600 dólares, debido a la necesidad de un equipo de computación con un procesador avanzado para realizar múltiples funciones al mismo tiempo, que optimicen tiempo y mejoren la calidad del trabajo. Al cabo de tres años de uso, este bien se deprecia por completo, lo que obliga a reinvertir \$600 dólares para comprar un nuevo aparato electrónico. Se considera que, al trabajar con el perfil de persona natural, se debe gastar máximo \$30 dólares en los gastos de constitución, y para publicitar el producto en los almacenes por medio de *flyers*, se necesita una inversión total de \$50 dólares.

En lo referente a la materia prima se calcula que, el rollo de tela hecho de 100% poliéster de 100 metros tiene un costo de \$88.80 dólares, el rollo de plumón estándar de 40 metros tiene un costo de \$66.40, la unidad de estuche plástico de PVC está valorada en \$1.50 dólares, y la etiqueta del diseño tiene un precio unitario de \$0.15 centavos de dólar. Cada uno

de estos rubros calculados para producir 3000 unidades, está valorado en \$29353,36 dólares. Así se entiende que la mayor parte de la inversión se localiza en este rubro.

Para la producción del bien final se recurrirá a una costurera que se estima produzca 250 edredones al mes, por lo cual será remunerada con \$750 dólares; mientras que para el acolchado se paga el precio mensual de \$300 dólares, por la misma cantidad de unidades de edredones. El sueldo estimado para los dos socios engloba un valor de \$1000 dólares netos mensuales, a razón de disponer de mayor capital de reinversión.

La creación de la página web del negocio, para realizar las ventas, requiere de una inversión de \$500 dólares para en su desarrollo, y un pago de \$50 dólares para mantener los derechos de dominio de la página. Se considera no habrá gastos en útiles de oficina, pero se asignó \$5 dólares como precaución. Al no disponer de una oficina, el trabajo se realizará desde casa, de modo que el único servicio básico a pagar mensualmente es el internet, el cual tiene un costo de \$30 dólares. La inversión total del capital de trabajo está valorada en \$24600 dólares. En base a todos estos rubros, el costo de producción unitario es de \$14.17 dólares, mientras que el precio de venta establecido es de \$24 dólares. Esto muestra que la propuesta de emprendimiento es favorable

En base a los cálculos del Valor Actual Neto y de la Tasa Interna de Retorno, se determina que una inversión inicial de \$32668.36 dólares y un valor de \$14268,36 dólares en el quinto periodo, con una tasa de descuento del 10%, producen una ganancia bruta de \$4246.42 dólares y una rentabilidad del 15%. De modo que, al ser el VAN mayor a cero, y el TIR mayor a la tasa de descuento, el proyecto puede ser aceptado.

Por lo tanto, una vez analizados los componentes del estudio financiero, se evidencia que la mayor parte de la inversión de este proyecto que no cuenta con mano de obra,

maquinaria y local propio, se focaliza en la materia prima, a fin de producir en mayor cantidad. Del mismo modo en el caso de los sueldos para los socios, se establecieron sueldos básicos, debido a que se prioriza el crecimiento y estabilización del negocio, de modo que se dispone de mayores utilidades, mismas que se planean reinvertir en su totalidad. Demostrada la sustentabilidad del proyecto con las proyecciones, se acompaña con el cálculo del VAN y del TIR, mismo que muestran que la inversión en este proyecto es favorable una vez alcanzados los parámetros del punto de equilibrio.

3. ANÁLISIS

La creación de un emprendimiento, enfocado en la producción y comercialización de edredones, en el Distrito Metropolitano de Quito, en base a las nuevas políticas gubernamentales, está ligada a un conjunto de factores internos y externos que, durante el desarrollo de este trabajo de investigación, demuestran favorabilidad. La aplicación de normativas neoliberales en el Ecuador, por parte del Estado, en base a las necesidades empresariales, genera crecimiento económico y un mayor desarrollo social. El valor del emprendimiento para el país, radica en la capacidad para generar fuentes de empleo y así mantener una economía activa, más aún en el área manufacturera que es de las tres industrias que generan más plazas de trabajo en el Ecuador. De modo que, por medio de la reducción de aranceles y tributos, para producir en mayor volumen con cargas menores, se presenta una posibilidad para desarrollar un emprendimiento textil en el país.

La capacidad de influencia del sector privado en la toma de decisiones del Estado, parte de la necesidad empresarial de incrementar los volúmenes de ventas. Por esta razón, formar ambientes de negocio propicios para que los emprendedores lleven a cabo sus iniciativas y obtengan más beneficio, como es el caso del incremento de acuerdos comerciales a nivel mundial, en especial en el área manufacturera que es el sector que más

aporta al PIB ecuatoriano, favorece a la solidificación y fortalecimiento de las MIPYMES; que, a su vez, permite generar mayor productividad y brinda valor agregado a la economía por medio de la generación de empleo y un aumento de la capacidad adquisitiva. Tener facilidad de acceso a mercados extranjeros, permite afrontar los niveles de saturación existentes en el mercado nacional de ropa de cama, más aún cuando los exportadores nacionales de esta línea, tienen un aporte porcentual reducido. Así el dinamismo económico que pueden generar los intercambios comerciales de ropa de cama, contribuiría en mayor cantidad al progreso del país.

El libre comercio es uno de los responsables del crecimiento económico de las potencias mundiales y de países en vías de desarrollo, como Chile y Perú. Esto se debe a que sirve como conducto para atraer la cooperación en la producción y así incrementar la posibilidad de satisfacer las necesidades de un mayor número poblacional a cambio de un mayor rédito económico. Al rechazar su aplicación en el área textil ecuatoriana, por prevalecer el consumo de materias primas nacionales, se pone en riesgo a toda la industria textil, porque los niveles de confección descienden. Tal es el caso de del año 2016 en donde el establecimiento de medidas proteccionistas redujo un 32% las confecciones textiles, sólo en la ciudad de Guayaquil; lo que incrementa los niveles de desempleo de forma exorbitante, teniendo en cuenta que el sector manufacturero es de las industrias que más plazas de trabajo generan en el Ecuador.

Un ejemplo de desarrollo por medio del neoliberalismo es China, país que, al ofrecer materias primas a costos menores por su capacidad de producción, lo convierten en un destino atractivo para la importación. Por otro lado, al disponer de libertad e igualdad de oportunidades dentro del mercado se puede elevar la calidad de vida de los ciudadanos, puesto que se incentiva al desempeño de actividades productivas de mayor valor, a la

cooperación, al crecimiento económico y la reducción del desempleo; tal es el caso de la Alianza del Pacífico, bloque económico que por medio de la libertad de mercado entre sus naciones elevó sus niveles de desarrollo, al punto de situarse, en la actualidad, por encima del Ecuador en cuanto al PIB per cápita. Las políticas públicas dentro de esta organización regional, permiten que las empresas incrementen su productividad que resulta de la recombinación de los factores de producción y provocan un cambio estructural importante. He ahí el interés de las industrias ecuatorianas, incluyendo la textil, en agilizar el ingreso a la alianza.

La no injerencia en el desarrollo empresarial, así como el establecimiento de normativas que rijan a la sociedad, son concepciones neoliberales que se aplican de forma relativa en el Ecuador. Si se canaliza estos conceptos dentro del proceso de exportación e importación, se observa que existe una estructura y requisitos predeterminados, utilizados para garantizar equidad y legitimidad de una transacción; mas no de intervención gubernamental, en el desarrollo de las actividades del sector privado. Asimismo, bajo el pensamiento del poder empresarial para mediar los intereses y alcanzar un bien común, y con la prueba de la satisfacción de los actores de un intercambio, en el establecimiento de los Incoterms, formas pago y medios transporte, conseguidos en conceso entre los actores intervinientes de la transacción comercial, se rebela la capacidad del sector privado para perfeccionar los intercambios comerciales; además de la innecesaridad de la intervención del Estado en los asuntos empresariales, y la libertad de los mismos en el Ecuador.

Dentro de este proyecto es importante trabajar en conjunto con talleres establecidos para efectivizar así su capacidad de producción y a la vez generar fuentes de empleo independientes. De esta manera se prioriza la producción sin necesidad de invertir en maquinaria e infraestructura, y en consecuencia se obtienen mejores utilidades que permitan

una reinversión mayor, y que a largo plazo generen la oportunidad de expandir el patrimonio de la empresa, además de ofertar plazas de trabajo en relación de dependencia.

4. CONCLUSIONES

A través del aumento de tratados comerciales, el Ecuador obtuvo un superávit comercial. Estos acuerdos, conseguidos por la influencia empresarial en las decisiones del Estado, permitieron el incremento de las exportaciones no petroleras del país. De modo que, el dominio petrolero sobre la balanza comercial, pasó a segundo plano. Por otro lado, el resultado del liderazgo regional ecuatoriano, en emprendimiento, determina que existe una sobrecarga en la oferta de productos y servicios, dentro del territorio local; no obstante, invita, al sector privado, a focalizar el interés en mercados internacionales, donde una mayor densidad demográfica significa una mayor demanda; y en consecuencia mayores beneficios económicos, tanto para las empresas, como para todos los sectores sociales.

La adopción de medidas neoliberales en el Ecuador, se basa en la posibilidad de mejorar la economía del país y aumentar las fuentes de trabajo. De modo que, debido a la supresión de impuestos, se considera existe una oportunidad para desarrollar nuevos proyectos con menos barreras, y con la probabilidad de obtener mayor posicionamiento en el mercado. Del mismo modo, en función de la necesidad de reducir el desempleo y garantizar la protección civil que debe brindar el Estado, las reformas laborales propuestas, establecen equidad entre empleado y empleador, y fomentan la sostenibilidad de empleo y el crecimiento empresarial.

No ser un país textil, obliga al Ecuador a depender del resto del mundo. Sin embargo, la existencia de aranceles a la importación de materia prima de esta industria impide que, la misma, contribuya con el progreso del país. Es verdad que, con las medidas proteccionistas aplicadas, se elevó los niveles de consumo de producción nacional; pero también, alcanzar el

grado de competitividad de países vecinos, o incluso de cualquier producto local que goza de preferencias arancelarias, fue imposible. De modo que, la ausencia de libertad de mercado en dicho sector, proyecta una curva de crecimiento mínima o incluso neutral, a largo plazo; y, por lo tanto, un aporte imperceptible en el progreso del Ecuador.

Con el apoyo del Estado al sector empresarial, China potencializó sus industrias; mismas que disponen de la facilidad de producir en cantidades exorbitantes a costos menores. Esto la convierte en un mercado atractivo para la importación de materias primas, incluido las del sector textil, que, pese a la existencia de barreras arancelarias, sus costos no superan a los de producción nacional. Un modelo de desarrollo, por medio de la adopción del libre mercado, es la Alianza del Pacífico; bloque económico en el que sus miembros muestran un mayor Producto Interior Bruto per cápita que el Ecuador. Por lo tanto, la intención de asemejar la economía ecuatoriana a la de los participantes de esta alianza, marca como objetivo prioritario la vinculación a esta organización; meta que está cerca de ser alcanzada y que beneficia al sector privado.

Establecido un marco referencial, por parte del Estado ecuatoriano, en cuanto al proceso y requisitos de importación y exportación, permite que exista equidad y legitimidad en las transacciones comerciales. Del mismo modo, la independencia del sector privado, en la selección de los componentes de un intercambio comercial internacional, evidencia que la intervención del gobierno en los asuntos empresariales no es necesaria; así como que la mediación, de la empresa privada, para lograr objetivos colectivos es eficiente. Por lo tanto, continuar con este sistema de no injerencia estatal en el Ecuador, más que para establecer estructuras y leyes, es favorable para el sector público, como para su contraparte.

Una vez conseguido el apoyo estatal al sector privado, a través de estructuras, normas, reducción de barreras comerciales y tributarias, obtener la acogida del producto depende del

diseño, calidad, precio y promoción del mismo. De modo que, tras el análisis de costos e inversiones prioritarias, además del soporte del Estado, y la probabilidad de ingresar al bloque de la Alianza del Pacífico, se concluye que la hipótesis de esta disertación, *la creación de una empresa productora y comercializadora de lencería de hogar, bajo la normativa nacional, permitirá conseguir un emprendimiento sustentable en el tiempo*, se cumple.

5. RECOMENDACIONES

- Visualizar al mercado nacional como un posible punto de partida, mas no como un objetivo absoluto; y enfocar el interés en mercados internacionales para generar mejores utilidades, producidas por una demanda mayor.
- Aprovechar las medidas neoliberales establecidas en el plan económico del gobierno de Moreno, para mejorar la situación económica empresarial, antes de que sean modificadas.
- Presionar al gobierno, a través de asociaciones de industria, para liberar los aranceles, y fomentar el libre comercio; a fin de mejorar la competitividad de los productos.
- Definir el mercado de importación y exportación, a través del análisis de una matriz de selección. Considerar los costos de venta menores, que ofrece China, para importar materia prima; y aprovechar las ventajas que se pueden generar en el mercado de la Alianza del Pacífico.
- Respetar el proceso comercial establecido por las autoridades; y utilizar las medidas que garanticen mayor seguridad en el proceso de importación o exportación.

- Analizar con minuciosidad las prioridades, y no invertir en maquinaria, infraestructura o empleados sin haber consolidado la existencia de un capital.
Establecer un límite de tiempo para innovar la empresa, a fin de que esta crezca y genere más ingresos; y en consecuencia más empleo

BIBLIOGRAFÍA

Libros y artículos

- Baixas, M., y Oller, E. (2020). El gran libro de los negocios online.
- Estrella, A., y Carrera, S. (2018). Análisis de la empresa Banchisfood S.A. para la exportación de snacks tipo chifles sabor fritada al mercado de Colombia.
- Franklin, E. (2004). Organización de Empresas. Mc Graw Hill
- Ferrel, O., Hirt, G., Ramos, L., Adriaenséns, M., y Flores, M. (2004). Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante. Mc Graw Hill
- Lamb, C., Hair, J., y McDaniel, C. (2002). Marketing. International Thomson Editores S.A.
- Moncayo, M. (2012). La cadena de Valor del producto porta-laptop de madera, para la exportación en el marco de la comunidad andina en el periodo 2010-2015. PUCE, Ecuador - Quito

Páginas WEB

- Aduana del Ecuador. (s.f.). Ecuapass. Recuperado de:
https://www.aduana.gob.ec/archivos/Ecuapass/faqs_ECUAPASS.pdf
- Aguirre, R., Navarrete, R., y Zambrano, J. (2017). Análisis Industrial del Mercado Ecuatoriano. Recuperado de:
https://www.academia.edu/24382088/AN%C3%81LISIS_INDUSTRIAL_DEL_MERCADO_TEXTIL_ECUATORIANA
- AITE. (2018). Socios. Recuperado de: <http://aite.com.ec/socios.html>
- Arango, E., Benavides, D., Mallma, K., y Pillman, L. (2018). Incoterms. Recuperado de:
https://www.academia.edu/36832178/UNIVERSIDAD_NACIONAL_MAYOR_DE_SAN_MARCOS_FACULTAD_DE_INGENIER%C3%8DA_INDUSTRIAL
- Área de PYMES. (2010). Guía de Incoterms 2010. Recuperado de:
<https://www.areadepymes.com/?tit=exw-ex-works-guia-de-incoterms-2010&name=Manuales&fid=em0bcab>
- Argandoña, A. (1990). El pensamiento de Milton Friedman. Recuperado de:
<https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0193.pdf>
- Asociación de Bancos del Ecuador. (2019). Boletín Macroeconómico 2019. Recuperado de:
<https://www.asobanca.org.ec> > file > download
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (2018). Exportaciones por tipo de producto. Recuperado de:

<https://www.aite.com.ec/estadisticas/2018/EXPORT%202018%20TIPO%20PRODUCTO.pdf>

- Baca, G. (2013). Evaluación de proyectos. Recuperado de: [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P Presentaciones/zimapan/contaduria/2017/estudio de mercado.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/Presentaciones/zimapan/contaduria/2017/estudio_de_mercado.pdf)
- Banco Central del Ecuador. (2019). La economía ecuatoriana creció 0,3% en el segundo trimestre de 2019. Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1206-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-creci%C3%B3-03-en-el-segundo-trimestre-de-2019>
- Banco Central del Ecuador. (2019). Evolución de la Balanza Comercial Enero - Septiembre 2019. Recuperado de: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201911.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2019). Ecuador y los Acuerdo Comerciales. Recuperado de: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/BOLETIN312019.pdf>
- Banco Mundial. (2019). PIB per cápita (US\$ a precios actuales) - Latin America & Caribbean, Chile. Recuperado de: <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>
- BCRP. (s.f.). Balanza Comercial. Recuperado de: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Guia-Methodologica/Guia-Methodologica-07.pdf>
- Bustamante, F. (2019). La industria textil nacional. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/cartas/industria-textil-nacional-reduccion-aranceles.html>
- Carrión, K. (2017). Análisis de las principales barreras que enfrentan los potenciales emprendedores en el norte de Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20085/1/AN%C3%81LISIS%20DE%20LAS%20PRINCIPALES%20BARRERAS%20QUE%20ENFRENTAN%20LOS%20POTENCIALES%20EMPRENDEDORES%20EN%20EL%20NORTE%20DE%20G.pdf>
- CCI. (2010). Términos Internacionales de Comercio (Incoterms) de CCI. Recuperado de: <http://tfig.unece.org/SP/contents/icc-incoterms.htm>
- Cui, P. (2013). Análisis del comercio exterior del textil chino, la internacionalización del textil chino especialmente en la actualidad de crisis financiera mundial. Recuperado de: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Yz-hJOE5ju8J:https://www.comercioexterior.ub.edu/tesina/Proyectos12-13/primer_proyecto/Proyecto_CuiPingping.docx+&cd=7&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec
- DANE. (2018). Censo Nacional de Población y Vivienda 2018 - Colombia. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/cuantos-somos>

- Datosmacro. (2018). Crece la población en México en 1.220.000 personas. Recuperado de: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/mexico>
- Debategraph. (s.f.). Procesos Productivos. Recuperado de: <https://debategraph.org/Handler.ashx?path=ROOT%2Fu17693%2FProcesos+Productivos.pdf>
- Ecuavisa. (2019). Ecuador estima inflación de 0,84% para 2020. Recuperado de: <https://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/542016-ecuador-estima-inflacion-084-2020>
- El Universo. (2019). Eliminación de subsidio a gasolina y diésel, entre medidas económicas del Gobierno de Ecuador. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/01/nota/7543657/eliminacion-subsidio-gasolina-diesel-medidas-economicas-gobierno>
- El Universo. (2019). China busca que Ecuador participe más en su mercado. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/05/29/nota/7350919/china-busca-que-ecuador-participe-mas-su-mercado#:~:text=Camar%C3%B3n%20y%20banano%20son%20los,balanza%20comercial%20a%20su%20favor.&text=Camar%C3%B3n%20y%20banano%20son%20los%20principales%20productos%20que%20Ecuador%20vende,balanza%20comercial%20a%20su%20favor.>
- ESPAE. (2017). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017. Recuperado de: <http://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>
- Espinoza, R., Alchundia, J., Layana, X., Zúñiga, X., Tapia, D., y Espinoza, W. (2018). La Segmentación De Mercado Y La Satisfacción Del Cliente En Los Negocios Comerciales De La Bahía De Guayaquil. Recuperado de: <https://pdfs.semanticscholar.org/4ed5/e581f970b0fb9cd290c5dff0bf6ea67e883.pdf>
- Exporta Fácil. (2017). Asesoría al Exportador - PRO ECUADOR. Recuperado de: http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Itemid=122
- FIBRATEX. (2017). Acerca de Nosotros. Recuperado de: <http://www.fibratex.com.ec/index.php/acerca-de-nosotros>
- FMI. (2019). Análisis del nuevo plan económico de Ecuador. Recuperado de: <https://www.imf.org/es/News/Articles/2019/03/20/NA032119-Ecuador-New-Economic-Plan-Explained>
- FMI. (2019). Perspectivas Económicas: Las Américas. Recuperado de: <https://www.imf.org/es/Publications/REO/WH/Issues/2019/10/22/wreo1019>
- Fundas de PVC. (s.f.). Bolsos de pvc con cierre para empacar sabanas y edredones. Recuperado de: <https://www.fundaspvc.com/nosotros>

- Gatica, K., Quinteros, C., Vásquez, R., y Yáñez, L. (2014). El emprendimiento social como estrategia para mejorar la calidad de vida. Recuperado de: https://www.academia.edu/27772307/El_emprendimiento_social_como_estrategia_para_mejorar_la_calidad_de_vida
- Gestión. (2018). Qué es la cadena de valor y cómo ayuda a tu empresa a generar una ventaja competitiva. Recuperado de: <https://www.gestion.org/la-cadena-valor/>
- Global Negotiator Blog. (2013). Documentos de transporte internacional más utilizados. Recuperado de: <https://www.globalnegotiator.com/blog/documentos-de-transporte-internacional/>
- Importancia. (2020). Importancia de la mano de obra. Recuperado de: <https://www.importancia.org/mano-de-obra.php>
- INEC. (2019). Índice de Producción de la Industria Manufacturera. Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/IPI-M/2019/Enero/BOLETIN_TECNICO_IPI-M_2019_01.pdf
- INEN. (2017). Textiles. Etiquetado de prendas de vestir y ropa de hogar. Requisitos. Recuperado de: https://181.112.149.204/buzon/normas/nte_inen_1875-4.pdf
- Jurado, V. (2018). Análisis del reglamento técnico ecuatoriano 013:2013 y su incidencia en el sector importador textil en el periodo 2012 - 2015. Recuperado de: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2110/1/T-ULVR-1911.pdf>
- Kanvel. (2017). Todo lo que debes saber sobre el transporte internacional de mercancías. Recuperado de: <https://kanvel.com/transporte-internacional-de-mercancias/>
- Meléndez, H. (2017). La importancia de tener la capacidad de adaptarse a los cambios. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2017/02/17/la-importancia-de-tener-la-capacidad-de-adaptarse-a-los-cambios/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2006). Formas y Medios de Pago Internacionales. Recuperado de: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/960767905rad810CE.pdf>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2018). Ecuador - China. Recuperado de: http://www.inteligenciaproductiva.gob.ec/archivos/informes_de_economia_internacional/informe_economia_internacional_ecuador_china.pdf
- Ministerio de Producción, Comercio exterior, Inversiones y Pesca. (s.f.). COMEX. Recuperado de: <http://www.produccion.gob.ec/comex/>
- Ministerio de Producción, Comercio exterior, Inversiones y Pesca. (s.f.). Objetivos estratégicos. Recuperado de: <http://www.produccion.gob.ec/objetivos-estrategicos/>
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (2017). La integración, especialmente con América Latina y el Caribe y los países vecinos, constituyen un

- objetivo estratégico de la política externa del Ecuador. Recuperado de:
<https://www.cancilleria.gob.ec/la-integracion-especialmente-con-america-latina-y-el-caribe-y-los-paises-vecinos-constituyen-un-objetivo-estrategico-de-la-politica-externa-del-ecuador/>
- Montoyo, A., y Marco, M. (2012). Proceso de producción. Recuperado de:
https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19047/1/Tema_4_-_Proceso_de_produccion.pdf
- NILOTEX. (2020). Conócenos. Recuperado de: <http://nilotex.com/conocenos.html>
- OBS Business School. (2020). Costos directos e indirectos de un proyecto. Recuperado de:
<https://obsbusiness.school/int/blog-project-management/viabilidad-de-un-proyecto/costos-directos-e-indirectos-de-un-proyecto>
- OEC. (2018). Ropa de cama, de mesa, de tocador o cocina. Recuperado de:
<https://oec.world/es/profile/hs92/6302/>
- OMC. (2020). La OMC. Recuperado de:
https://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm
- Ospina, P. (2019). Ecuador: ¿realmente hay un «giro a la derecha»? Recuperado de:
<https://nuso.org/articulo/ecuador-moreno-correa-elecciones-politica/>
- Palermo. (s.f.). Industria Textil. Recuperado de:
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/39726_149027.pdf
- Pepermans, A. (2019). China as a Textile Giant Preserving its Leading Position in the World, and What it Means for the EU. Recuperado de:
<http://ntupsr.s3.amazonaws.com/psr/wp-content/uploads/2019/06/03-4-Astrid-Pepermans.pdf>
- Perú21. (2018). Perú supera los 32 millones de habitantes y su esperanza de vida es mayor a los 75 años. Recuperado: <https://peru21.pe/peru/peru-supera-32-millones-habitantes-esperanza-vida-mayor-75-anos-394712-noticia/?foto=1>
- Porter, N., y Kubin, L. (1908). CSU Extension - A division of the Office of Engagement. Providing trusted, practical education to help you solve problems, develop skills and build a better future. Recuperado de: <https://extension.colostate.edu/topic-areas/family-home-consumer/sus-documentos-importantes-que-se-debe-conservar-por-que-y-durante-cuanto-tiempo-9-165/>
- Presidencia de la República del Ecuador. (2020). Medidas económicas apuntan a reactivar la producción y fortalecer la dolarización sin paquetazos. Recuperado de:
<https://www.presidencia.gob.ec/medidas-economicas-apuntan-a-reactivar-la-produccion-y-fortalecer-la-dolarizacion-sin-paquetazos/>
- Pro Ecuador. (2019). Ficha técnica de China. Recuperado de:
<https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-de-china/>

- Project Partner. (s.f.). Hukou System Explained: China's Internal Passport. Recuperado de:
<https://projectpartner.org/poverty/hukou-system-explained-chinas-internal-passport/>
- PROMPERÚ. (2016). Manual de documentos de exportación. Recuperado de:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>
- Registro Civil. (s.f.). Firma Electrónica. Recuperado de:
<https://www.registrocivil.gob.ec/certificado-de-firma-electronica/>
- Sarquis, A. (2002). Barreras arancelarias y no arancelarias. Recuperado de:
<http://www.iri.edu.ar/images/Documentos/primercongreso/economia/sarquis.pdf>
- Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (2020). “¡Sin paquetazos, sin afectar a los más pobres!”, Presidente de la República presentó el Programa Económico. Recuperado de: <https://www.comunicacion.gob.ec/sin-paquetazos-sin-afectar-a-los-mas-pobres-presidente-de-la-republica-presento-el-programa-economico/>
- Secretaría Técnica de Juventudes. (2020). ¿Qué es Impulso Joven?. Recuperado de:
<http://www.juventudes.gob.ec/que-es-impulso-joven/>
- SENAE. (2017). Para Exportar. Recuperado de: <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- SENAE. (2017). Para Importar. Recuperado de: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- SENAE. (2015). Plan Estratégico 2015. Recuperado de:
https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/k_ago_2015_PlanEstrategico.pdf
- Smink, V. (2019). ¿Cuán comunista es realmente Chino hoy?. Recuperado de:
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-49749240>
- SRI. (s.f.). Aspectos Básicos de Factura Comercial Negociable. Recuperado de:
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:DHzSBJ79R2oJ:https://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/a445b4ca-a221-4429-8a3e-68a7e1981a11/Factura%2BComercial%2BNegociable%2B-%2BAspectos%2BB%25E1sicos.pdf+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>
- SRI. (2018). Impuesto a la Renta. Recuperado de:
<https://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-renta>
- SRI. (2018). Personas Naturales Obligadas a Llevar Contabilidad. Recuperado de:
<https://www.sri.gob.ec › DocumentosAlfrescoPortlet › descargar › Guia 5 -...>
- SRI. (2020). Registro Único de Contribuyentes. Recuperado de:
<https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC#%C2%BFqu%C3%A9-es>
- Suárez, J. (2010). Cómo Seleccionar Los Mercados De Destino. CESMA Business School. España. Recuperado de:
http://www.aranzadi.es/sites/aranzadi.es/files/creatividad/Marketing/HTML_c%20om_ext/images/indice_libro.pdf

- Superintendencia de Compañías. (2018). Estudio Sectorial: MIPYMES y GRANDES EMPRESAS EN EL ECUADOR PERÍODO 2013 - 2017. Recuperado de: <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2018/09/Panorama-de-las-MIPYMES-y-Grandes-Empresas-2013-2017.pdf>
- Tapia, E. (2017). ¿Qué es un certificado de origen y cómo obtenerlo?. Recuperado de: <https://somosemprendedores.byclaro.com.ec/que-es-un-certificado-de-origen-y-como-obtenerlo/>
- Textile World. (2019). Latest Figures From China's Textile Industry Reported At Intertextile Apparel Round Table. Recuperado de: <https://www.textileworld.com/textile-world/2019/12/latest-figures-from-chinas-textile-industry-reported-at-intertextile-apparel-round-table/>
- Thompson. (2007). Definición de logística. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-logistica.html>
- Trade Map. (2019). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador en 2018. Metadata Producto: 6302 Ropa de cama, de mesa, de tocador o de cocina, de todo tipo de materia textil (exc. bayetas, franelas y artículos simil. de limpieza para encerar, aclarar, desempolvar, etc.). Recuperado de: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c6302%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1
- T13. (2018). INE proyecta que hay 18.751.405 personas en Chile y para 2050 cifra llegará a 21.6 millones. Recuperado de: <https://www.t13.cl/noticia/nacional/ine-y-proyecciones-poblacion-censo-2017-2050-habra-216-millones-personas-chile>
- UJMD. (s.f.). Selección de proveedores. Recuperado de: <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADPS0000636/C3.pdf>
- Villamar, Y., Pastaz, M., y Castillo, F. (2017). Barreras Arancelarias y no arancelarias a las importaciones de textiles en Ecuador y su impacto en los niveles de rentabilidad de la industria nacional. Recuperado de: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/importaciones-textiles-ecuador.html>
- World Bank. (2020). China Textiles and Clothing Exports By Country 2018. Recuperado de: https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/CHN/Year/LTST/TradeFlow/Export/Partner/by-country/Product/50-63_TextCloth
- Yon, J. (s.f.). Beneficios de utilizar términos internacionales de comercio en exportación e importación. Recuperado de: [https://cpn.gob.gt/xi-congreso-maritimo-portuario/docs/D%C3%ADa%201/7.%20Beneficios%20de%20utilizar%20t%C3%A9rminos%20internacionales%20de%20comercio%20en%20exportaciones%20e%20importaciones%20\(arbitrajes%20mar%C3%ADtimos\)%20-%20Julio%20Yon.pdf](https://cpn.gob.gt/xi-congreso-maritimo-portuario/docs/D%C3%ADa%201/7.%20Beneficios%20de%20utilizar%20t%C3%A9rminos%20internacionales%20de%20comercio%20en%20exportaciones%20e%20importaciones%20(arbitrajes%20mar%C3%ADtimos)%20-%20Julio%20Yon.pdf)