UNIVERSIDAD DE OTAVALO

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y FINANZAS

PLAN DE EXPORTACIÓN DE PONCHOS PARA LA MICROEMPRESA NATIVE TEXTIL HACIA CALIFORNIA

TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR Y FINANZAS

AUTORAS:

DIANA ESTHELA BURGA MALES

ESTEFANY MISHELL FLORES IZA

TUTOR:

Msc. EDWIN SANTIAGO NÚÑEZ NARANJO

OTAVALO, ENERO 2021

UNIVERSIDAD DE OTAVALO
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y FINAZAS
APROBACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADO

Otavalo, **14 de Abril del 2021**

Se aprueba el empastado más el Cd correspondiente al trabajo de grado con el tema:

PLAN DE EXPORTACIÓN DE PONCHOS PARA LA MICROEMPRESA NATIVE TEXTIL HACIA CALIFORNIA.

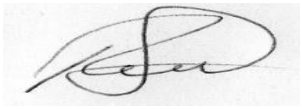
Correspondiente a las estudiantes:

Nombres: Diana Esthela Burga Males – Estefany Mishell Flores Iza

C.I: 1002531034

C.I: 1003976675

Para constancia firman los integrantes del tribunal evaluador:



Presidente de Tribunal de Grado

Nombre: Dr. Ramón Cala Aiello

C.I: 1753029998

Tutor del trabajo de Grado

Nombre: Msc. Edwin Santiago Nuñez Naranjo

C.I: 1716395221

Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Valdospinos Balda Arianna Dominique. Magister

C.I:1003765227

Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Msc. María Soledad de la Torre Altamirano

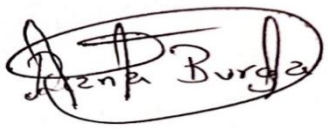
C.I: 1002817185

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Estefany Mishell Flores Iza, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100397667-5 y Diana Esthela Burga Males portadora de la cédula de ciudadanía N° 100253103-4, declaramos que este trabajo es de nuestra total autoría; que no ha sido previamente presentado para grado alguno o calificación profesional de otra persona.

La Universidad de Otavalo puede hacer uso de los derechos correspondientes, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

Estefany Mishell Flores Iza
CI. 1003976675



Diana Esthela Burga Males
CI. 1002531034

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Certifico que el proyecto de investigación titulado “PLAN DE EXPORTACIÓN DE PONCHOS PARA LA MICROEMPRESA NATIVE TEXTIL HACIA CALIFORNIA” bajo mi dirección y supervisión, constituye el trabajo de titulación para aspirar al título de Licenciada en Comercio Exterior y Finanzas de las estudiantes Estefany Mishell Flores Iza y Diana Esthela Burga Males, el mismo que cumple con las condiciones requeridas por el Reglamento de Trabajos de Titulación (Art.16 y 25).

_____

MsC. Edwin Santiago Núñez Naranjo

CI. 1716395221

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por ser mi fortaleza para concluir con esta meta planteada en mi vida.

Dedico este logro a mis amados padres, quienes con su esfuerzo, ejemplo y constancia me han inculcado valores de respeto, honestidad y humildad, lo que me ha permitido concluir cada etapa de mi vida con felicidad.

Estefany Mishell Flores Iza
Diana Esthela Burga Males

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por darnos el regalo de la vida. A mis padres por su apoyo incondicional y su ejemplo el cual me ha guiado por el camino del bien. A mis hermanos por estar siempre pendientes de mi bienestar y brindarme su apoyo.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que conforman la Universidad de Otavalo, a mis profesores los cuales me han acompañado en todo el transcurso de la carrera en especial al Msc. Santiago Núñez, principal colaborador y asesor de tesis, quien, con su amplio conocimiento, su tiempo, su dedicación y su dirección ha permitido la ejecución del presente trabajo investigativo.

Estefany *Mishell Flores Iza*

Diana Esthela Burga Males

ÍNDICE

CARÁTULA i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA iv
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR v
DEDICATORIA vi
AGRADECIMIENTO vii
ÍNDICE viii
RESUMEN xi
ABSTRACT xii
INTRODUCCIÓN 1
ANTECEDENTES 1
CONTEXTUALIZACIÓN 3
PROBLEMA CIENTIFICO 4
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN 5
OBJETIVO GENERAL 5
OBJETIVO ESPECÍFICO 6
JUSTIFICACIÓN 6
HIPOTESIS 7
DECLARACIÓN DE VARIABLES 7
VARIABLE INDEPENDIENTE: 7
VARIABLE DEPENDIENTE: 7
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES 7
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN 8
INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN 9
APORTES DE LA INVESTIGACIÓN 9
IMPACTO ECONÓMICO 9
ESTRUCTURA CAPITULAR 9
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO 11
1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA INDUSTRIA TEXTIL DE PONCHOS DE LANA ACRÍLICA ECUADOR Y OTAVALO 11
1.1.1. EVOLUCIÓN DE LAS FIBRAS TEXTILES ACRÍLICAS 13
1.1.2. PUNTOS CRÍTICOS DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS FIBRAS SINTÉTICAS EN OTAVALO 15

1.1.3. PRODUCTOS RESULTANTES DE LAS PRINCIPALES FIBRAS SINTÉTICAS EN OTAVALO 17
1.1.4. PRODUCCIÓN DE DERIVADOS DE FIBRAS SINTETICAS DE LA MICROEMPRESA NATIVE TEXTIL 18
1.2. NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO MUNDIAL 20
1.2.1. EXPORTACIÓN 21
1.2.2. LA NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO MUNDIAL APLICADA A LA EXPORTACIÓN DE FIBRAS SINTÉTICAS 25
1.2.3. LA NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO MUNDIAL APLICADA A LA EXPORTACIÓN DE PONCHOS DE FIBRA SINTÉTICA CON FIGURAS GEOMÉTRICAS 26
1.2.4. PLAN DE EXPORTACIÓN 27
1.2.4.2. PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE PONCHOS DE LANA 28
1.2.4.4. RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y ESTADOS UNIDOS 31
CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO 33
2.1 ENFOQUE METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN 33
2.2 DETERMINACIÓN DEL ALCANCE O NIVEL DE INVESTIGACIÓN 34
2.3 POBLACIÓN, UNIDADES DE ESTUDIO Y MUESTRA 35
2.3.1 UNIDADES DE ESTUDIO 35
2.3.2 POBLACIÓN 35
2.3.3 MUESTRA 36
2.4 MÉTODOS EMPÍRICOS Y TÉCNICAS EMPLEADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN 36
2.4.1. MÉTODOS 36
2.4.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS E INFORMACIÓN 38
2.4.3 ELEMENTOS DEL PLAN DE EXPORTACIÓN PARA PONCHOS DE LANA ACRILICA DE LA MICROEMPRESA NATIVE TEXTIL 47
CAPÍTULO III: RESULTADOS 53
3.1. ANÁLISIS DE LA MICROEMPRESA 53
3.1.1. RESEÑA 53
3.1.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA MICROEMPRESA 57
3.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN 59

3.3. ANÁLISIS DEL MERCADO 62
3.3.1. COMPETENCIA DEL MERCADO 63
3.3.2. PERFIL DEL CONSUMIDOR 68
3.4. PRECIO Y MATRIZ DE EXPORTACIÓN 73
3.5. LOGÍSTICA 75
3.5.1. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS 76
3.5.2. BARRERAS NO ARANCELARIAS 78
3.5.3. ETIQUETADO 78
3.4.1.3. EMBALAJE 79
3.6. PÚBLICIDAD 80
3.7. PROYECCIÓN DE VENTAS 81
3.7.1. MODELO DE NEGOCIO CANVAS 82
CONCLUSIONES 83
RECOMENDACIONES 84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 85
ANEXOS 93

RESUMEN

A través de los años la fabricación de prendas en materiales sintéticos como el acrílico, ha permitido que los otavaleños dentro de la ciudad y sus alrededores, fabriquen un sin número de prendas cotizadas por el turista nacional, pero sobre todo por los extranjeros, quienes se han mostrado interesados en productos como ponchos de lana acrílica y fibras naturales.

A la hora de realizar una negociación mediante la venta de productos a clientes mayoristas, ellos han priorizado la utilización de una exportación indirecta a través de sus canales de distribución. Sin embargo, esto no implica dejar de reconocer que la microempresa NATIVE TEXTIL pueda aplicar una Nueva Teoría del Comercio Mundial mediante una competencia imperfecta donde se logre ventaja en el mercado internacional.

La microempresa NATIVE TEXTIL está posicionada en el mercado otavaleño dentro de las organizaciones de artesanos lo cual le permite tener una mayor fujo de producción y en el marco de la Nueva Teoría del Comercio Mundial se plantea realizar un mejoramiento del precio, calidad, diseño para así llegar a captar más clientes en el mercado de California Estados Unidos, logrando un incremento en las ventas de ponchos de lana acrílica con figuras geométricas de 4.000 a 10.000 mensuales, así como la competencia y el ascenso de empresas pequeñas que compiten en mercados globales.

ABSTRACT

Through the years, the manufacture of garments in synthetic materials such as acrylic, has allowed Otavaleños within the city and its surroundings to manufacture a number of garments that are priced by national tourists, but especially by foreigners, who are They have shown interest in products such as acrylic wool ponchos and natural fibers.

When negotiating by selling products to wholesale customers, they have prioritized the use of indirect export through their distribution channels. However, this does not imply failing to recognize that the NATIVE TEXTIL company can apply a New World Trade Theory through imperfect competition where an advantage is achieved in the international market.

The NATIVE TEXTIL Company is positioned in the Otavaleño market within artisan organizations which allows it to have a greater production flow and within the framework of the New World Trade Theory, it is proposed to make an improvement in price, quality, design in order Reach more customers in the California United States market, achieving an increase in sales of acrylic wool ponchos with geometric shapes from 4,000 to 10,000 per month, as well as competition and the rise of small companies that compete in global markets.

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

La exportación permite establecer un reconocimiento de los productos, su oferta y demanda en el mercado internacional, con lo cual se obtiene mejores ganancias, inversiones, crecimiento económico, así como la entrada y salida de divisas de las empresas que se dedican a la realización de productos y servicios, para lo cual a través de la segmentación del mercado marco se debe elaborar un plan de negocios, el cual determine la calidad, la entrega, envió, fabricación del producto, restricciones como colorantes artificiales perjudiciales para la salud entre otras cuestiones, con la finalidad de considerar los posibles compradores potenciales para la comercialización del bien o servicio que se va a vender (Lerma & Márquez, 2010).

Estados Unidos en este caso California, es un mercado potencial en la compra de lanas acrílicas para el impulso de la industria textil y artesanal, pues desde la revolución industrial con el impulso de nuevas tecnologías se desarrollaron las primeras máquinas de coser por estadounidenses en el siglo XVIII como Isaac Merritt y Elías Howe que permitieron el surgimiento de nuevos telares cotizados en el mundo por lo cual “El poliacrilonitrilo o fibra acrílica, que se introdujo por primera vez en 1948, es el miembro más importante de este grupo de textiles. Se conoce por varios nombres comerciales: Acrilan y Orlon en Estados Unidos” (Warshaw, 2005, p.1-4).

La lana acrílica es un material que ha sido desarrollado en la industria textil, el cual es conocido por primera vez en Alemania en el año de 1983, denominado acrilonitrilo, producto químico del cual se realizaron estudios por Carothers y su equipo, dentro de la empresa Du Pont, la cual la impulso como fibra acrílica en 1994 y comercializándola en 1950, este material textil ha tenido gran acogida en los diferentes países del mundo, por su composición de 85% de acrilonitrilo, su costo el cual es bajo y su tejido anti alergénico, su suavidad, cuidado y calidad delicada hacen la diferencia de la lana 100% natural, sin embargo puede ser mesclado con este tipo de lana o materiales sintéticos con una composición del 100% (WordPress, 2014).

Los textiles en el Ecuador han sido una de las brechas claves para impulsar la economía, desde épocas que datan del periodo colonial en donde fue considerado un impulso de impacto mercantil, sobre todo en la ciudad de Quito, lo cual ha permitido experimentar nuevas fibras textiles como es el caso de los materiales acrílicos, que ayudan a reducir costos, pero no la esencia artesanal, por lo cual hacen que los productos elaborados a través de este material sean cotizados a nivel nacional y en el extranjero.

> La producción textil sentó sus bases en la época colonial, específicamente a finales del siglo XVI, convirtiéndose en una de las actividades más importantes de la Real Audiencia de Quito hasta la crisis de mediados del siglo XVIII. Desde el siglo XX las industrias textiles y de confección han fabricado productos de fibras naturales como algodón, lana y seda y artificiales como poliéster, nailon y todo tipo de acrílicos (Ordoñez, 2014, p.1).

En el Ecuador el material acrílico es elaborado por primera vez por algunos emigrantes franceses que se asentaron en la ciudad de Quito en 1959, con la empresa Francelana la cual en 1990 se expande y para 1992 realiza su primera exportación hacia Colombia, la industria se encarga de la segmentación de telas en relación de las lanas y mezclas como el poliéster y el acrílico, siendo reconocida en el mercado ecuatoriano e internacional, a lo largos de los años, lo que le ha permitido ser una empresa cotizada para la exportación hacia países como Colombia, Perú, Costa Rica, y Bolivia, con nuevos horizontes (Nieto, 2017).

De esta manera que la industria textil en la ciudad de Otavalo, es uno de los mercados más cotizados desde 1960 cuando la hacienda de Zuleta generaba empleos a los otavaleños, donde adquirieron el conocimiento de la industria y el manejo de las técnicas textiles, siendo implementadas estas aptitudes en la ciudad, lo cual dio luz para que los productos fueran valorados a nivel nacional e internacional por sus diseños y características inigualables, lo que ha desarrollado el surgimiento de mejores paradigmas para el sector industrial textil de la ciudad (Ecuador, 2007).

El material acrílico, ha sido trabajado por los otavaleños a fin de conservar costumbres y tradiciones desde épocas remotas en las cuales se trabaja esta fibra en telares manuales, es de esta manera que la microempresa NATIVE TEXTIL acoge estos usos ancestrales durante varios años en el mercado de la ciudad, para lo cual a fin de posesionarse como microempresa se constituye de manera jurídica y administrativa en el año del 2018, a través de este emprendimiento familiar que busca realizar exportaciones y reconocimiento en el mundo.

El problema de la microempresa radica en que no es posible la captación de clientes potenciales en países como California - Estados Unidos, debido a que los artesanos desconocen las bases del mercado potencial internacional, para la exportación directa, lo cual ha generado que al ser microempresas otavaleñas no desarrolladas o capacitadas, tengan que estar sometidos al surgimiento de intermediarios o exportaciones indirectas como sucede en la actualidad.

CONTEXTUALIZACIÓN

Ecuador es un país reconocido por la producción de hilos y telas que se utilizan para la confección de todo tipo de artículos, entre ellos los tejidos en lana acrílica, se caracterizan por su calidad, variedad y singularidad de diseños tradicionales del país, los principales destinos para los productos textiles ecuatorianos son Estados Unidos, Colombia, Chile, Brasil, Venezuela y Perú (Legiscomex, 2014).

El sector textil está constituido por pequeñas y medianas empresas, las mismas son de tipo familiar, aportando al producto interno bruto del país en 1% y 2% del PIB total, además genera varias plazas de empleo directo en el Ecuador, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018).

El principal objetivo de las microempresas es buscar un posicionamiento en los mercados Internacionales, según PROECUADOR (2020), las importaciones mundiales del sector textil registran un crecimiento promedio anual de 5.6%, liderado

por las confecciones de prendas de vestir con 14,7%, siendo la mayor demanda de importaciones en el rubro de tejidos con 581 millones de dólares.

Los productos textiles elaborados a base de lana acrílica se han convertido en un producto atractivo en las grandes capitales de la moda en el mundo, además son considerados como un producto cultural debido en que cada artículo se plasma la creatividad de los artesanos. La microempresa NATIVE TEXTIL ha visto la necesidad de dar a conocer, promover y potenciar el producto, expandirse en mercados internacionales, con la finalidad de exportar directamente y alcanzar un incremento de un 5% en las ventas.

Por lo cual el Plan de exportación fomenta e incrementa la demanda actual de los productos, abriendo puertas a un nuevo mercado para formar parte de uno de los sectores más productivos del país, las exportaciones, por tal razón la microempresa NATIVE TEXTIL pretende el incremento de las ventas y la cartera de clientes dentro del mercado textil comercializando directamente sus productos al extranjero.

PROBLEMA CIENTIFICO

Las ventas de ponchos de lana acrílica de la microempresa NATIVE TEXTIL es un producto cotizado en el exterior, sin embargo, no existe una comercialización directa a mercados como Estados Unidos en California, debido a la falta de conocimiento de los procesos de exportación, por lo cual son actores intermediarios quienes realizan esta gestión al no existir una política global que permita la promoción de estos productos en el mercado dentro del cual existan compradores potenciales.

Las exportaciones textiles nacionales a países como Estados Unidos no han podido pretender un margen de exportación directa por la falta de un tratado de libre comercio con el Ecuador, mismo que se encuentra en negociaciones a fin de brindar ventajas competitivas, el cual pretende gozar según el presidente Lenin Moreno, de las mismos beneficios del acuerdo establecido con la Unión Europea -Acuerdo Nro. 12-2019-, acuerdo a futuro que es respaldado por la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (Imbaquingo, 2020), esto sin duda alguna permitirá que productores indirectos, oligarquías o multinacionales no se aprovechan de esta

situación y generan ventas que son desleales, permitiendo a los productores nacionales asumir un mejor margen de ventas como sería el caso de la microempresa NATIVE TEXTIL al implementar y desarrollar un plan de exportación para los ponchos de lana acrílica con figuras geométricas con aranceles del 0%.

Ecuador genera la mayor parte de exportaciones textiles hacia países como Colombia en un 50% y un 7% a Venezuela, (Cevallos & Valenzuela, 2013). Pero es muy poca la comercialización de estos productos a industrias estadounidenses, debido a que no es fácil potencializar un producto cuando no existen bases de un plan de exportación y aranceles que sobrepasan del 5% al 40% al llegar al país destino, por lo cual de generarse un acuerdo internacional con Estados Unidos, los productos artesanales podrían finalmente tener una mejor competitividad frente a Perú y Colombia que exportan con el 0%, sin embargo la verdadera limitación es la falta de un plan de exportación directa, debido a que otros exportadores intermediarios se aprovechan de esta situación, por lo cual resulta difícil el posicionamiento de la Industria Textil.

Es por ello que microempresas como NATIVE TEXTIL desean posesionarse en el mercado internacional, generando una competencia del producto, para lo cual es necesario la existencia de un plan de negocios y de procesos que permitan el reconocimiento de la marca, de los ponchos en lana acrílica con figuras geométricas y de la ciudad de Otavalo en California a fin de incentivar las ventas en un 5% y el turismo, a través de políticas públicas que deben ser apoyadas e implementadas por los gobiernos de turno.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo posicionar la venta de ponchos de lana acrílica de la microempresa NATIVE TEXTIL en el mercado de California-Estados Unidos?

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de exportación para ponchos de lana acrílica con figuras geométricas de la microempresa NATIVE TEXTIL hacia el mercado de California-Estados Unidos para el año 2020-2025.

OBJETIVO ESPECÍFICO

1. Analizar las bases conceptuales, documentales, bibliográficas y la linkografía que sirvan de base para el desarrollo del plan de exportación de ponchos de lana acrílica.
2. Precisar el marco metodológico que permita realizar un plan de exportación para la microempresa NATIVE TEXTIL para un incremento del 5% anual en las ventas.
3. Desarrollar un plan de exportación, sustentado en el estudio de la comercialización del producto poncho de lana de la microempresa NATIVE TEXTIL.

JUSTIFICACIÓN

Al no existir direccionamientos claros o un plan adecuado para la exportación, varios artesanos han optado por vender sus productos nacionalmente, para que sean otros intermediarios, los que lo comercialicen fuera del país, generando una rentabilidad mucho más baja de la que podrían llegar a tener las artesanías textiles otavaleñas. La falta de conocimiento técnico, en el proceso de exportación, en el mercado internacional y clientes potenciales para la exportación y procesos de distribución, ha sido el limitante para que la microempresa NATIVE TEXTIL realice ventas directas internacionalmente, se expanda, se posicione internacionalmente y genere ingresos mucho más altos y rentables, a pesar de que esta microempresa se ha constituido hace ya 8 años, no ha realizado exportaciones directas, es por ello que se busca crear un plan de exportación directa, fijando como país destino principalmente a Estados Unidos de América, Estado de California, logrando generar conocimiento en esta microempresa, así como posicionar a la ciudad de Otavalo y por ende al Ecuador en mercados internacionales.

Los principales beneficiados con esta investigación, son los dueños de la microempresa NATIVE TEXTIL, debido a que, si se comprueba la viabilidad de una exportación directa en relación al proceso seguro, tendrán mayor ingresos económicos, se posicionaran en el mercado internacional, ya que tendrán ventas internacionales directas sin intermediarios, así mismo serán beneficiados los empleados de la microempresa, pues esto artesanos tendrán mayor producción, respetando estándares internacionales, su trabajo y mano de obra podrá ser mejor

pagada y sus ingresos mensuales podrían incrementar, artesanos que fabriquen prendas textiles, pues este plan de exportación servirá de ejemplo para otras microempresas que no han realizado exportaciones directamente.

Así mismo, se benefician los otavaleños, pues al posicionar productos artesanales de mano de obra otavaleña, subsecuentemente se posiciona a la ciudad como un lugar mucho más atractivo para los turistas internacionales, por ultimo a toda la población nacional, porque damos a conocer internacionalmente las raíces tradicionales y consuetudinarias ecuatorianas enviando un mensaje significativo en los ponchos de lana al mundo, así como las exportaciones benefician al ingreso de divisas al país y por ende que mejore la economía nacional.

HIPOTESIS

La elaboración de un plan de exportación de pochos para la microempresa NATIVE TEXTIL de Otavalo, permite la comercialización internacional directa de ponchos de lana acrílica con clientes potenciales de California.

DECLARACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE:

Plan de exportación

VARIABLE DEPENDIENTE:

Posicionamiento Internacional de ponchos de lana acrílica de la microempresa NATIVE TEXTIL al mercado de California.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

La variable independiente, es el plan de exportación que se desarrollará de acuerdo con el perfil microempresarial, producto, instalaciones, precio, relaciones comerciales y su segmentación. De acuerdo con la variable dependiente que refiere al posicionamiento internacional de ponchos de lana acrílica de la microempresa NATIVE TEXTIL, al mercado de California se determinara los procesos de distribución y el manejo del sistema de ventas del producto.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación, se aplicará desde un enfoque cualitativo y cuantitativo, debido a que permitirá realizar un análisis subjetivo de los procesos de exportación, conocimiento del mercado y los canales de distribución de los ponchos elaborados en lana acrílica con figuras geométricas, así como corroborar información cuantitativamente con respecto a la viabilidad y aceptación del producto en el exterior, para generar conocimiento técnico y amplio que permita realizar una exportación directa y segura por parte de la microempresa NATIVE TEXTIL, situándose puntualmente en Estados Unidos y determinar los mecanismos que generen un incremento en las ventas de la microempresa, para lograr un crecimiento en el aspecto empresarial, generando posicionamiento internacional.

El nivel de investigación que se aplicará es explicativo, debido a que se determinará los procesos de exportación, el mercado internacional para realizar estas exportaciones, los limitante que impidieron a NATIVE TEXTIL realizar con antelación exportaciones directas, pero sobre todo permitirá reconocer a nivel internacional los potenciales clientes de los ponchos elaborados en lana acrílica, así como los beneficios que acarrea realizar estas exportaciones, en el ámbito global, nacional, zonal y sectorial, permitiendo determinar si existe incremento en la producción, en el poder adquisitivo del mismo, y posicionando el producto nacional en mercados internacionales.

Esta investigación se apoya en el método analítico y deductivo, pues el estudio de la presente investigación se basa, en teorías, documentos de tipo administrativo en relación a los procesos de exportación, documentos que afianzan el plan de exportación directa de los ponchos de lana acrílica con diseños geométricos tradicionales que permitirán reconocer y diagnosticar los procesos de exportación en mercados internacionales, identificar potenciales clientes y la viabilidad de las exportaciones de forma directa en cuanto a costos y ganancias de la microempresa de artesanías textiles de la ciudad de Otavalo.

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

En relación a los métodos, el instrumento a aplicarse será el modelo CANVAS, en la elaboración del plan de exportación atendiendo a los nueve bloques que se aplican en el mismo, “el modelo intenta mostrar la efectividad de la idea de negocio estableciendo sus rasgos más importantes dentro de cada uno de los nueve bloques, si no se logrará completar los bloques la idea simplemente pierde factibilidad”(Carvajal, 2018, p. 22), con este método se pretende, establecer los procesos y viabilidad de la exportación directa que pretende realizar NATIVE TEXTIL.

Así mismo se aplicará la entrevista, la cual estará dirigida a Artesanos de textiles que hayan realizado exportaciones al país destino, un experto en exportaciones de artesanías textiles, así mismo se realizará encuestas dirigidas a posibles potenciales clientes en Estados Unidos, para que brinde un contexto amplio sobre la aceptabilidad del producto y la viabilidad del proceso de exportación. Con la misma importancia se utilizará la técnica documental, debido a que se realizará un análisis doctrinario, documental administrativo y legal en base a los procesos de exportación.

APORTES DE LA INVESTIGACIÓN

IMPACTO ECONÓMICO

El impacto económico que genera el presente proyecto es que al establecer los procesos de comercialización directa de la microempresa NATIVE TEXTIL con clientes potenciales de California; determinará un mercado más uniforme, con lo cual los ingresos por concepto de exportaciones de ponchos de lana acrílica aumentarán, al potencializarse como productores directos al cumplimiento de las normas nacionales e internacionales exigidas, lo que permitirá ampliar las plazas de empleo, generará competencia del producto y evitara existan intermediarios que se lleven las ganancias que le corresponden a la microempresa fabricante.

ESTRUCTURA CAPITULAR

Este proyecto de investigación consta de Introducción, tres capítulos, conclusiones, recomendaciones, anexos y bibliografía.

INTRODUCCIÓN:

En ella constan los antecedentes, la contextualización, la justificación de la investigación, así como los objetivos, la hipótesis, la operacionalización de variables, cronograma de actividades y presupuesto a ser utilizado para la elaboración del plan de exportación.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO:

Contextualización descriptiva debido a la parte doctrinaria, teórica y documental en las que se sustenta el proyecto de Investigación, en relación a la elaboración del plan de exportación de ponchos.

CAPÍTULO II. DESARROLLO METODOLÓGICO:

Análisis y descripción de los datos obtenidos en base al método y las técnicas utilizadas en la problemática, así como la aplicación ordenada y lógica de los conceptos y fundamentos obtenidos en el marco teórico.

CAPÍTULO III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN:

Exposición y descripción de los resultados obtenidos con la investigación, para lograr determinar la eficacia de elaborar un plan de exportación de ponchos de lana acrílica de la microempresa NATIVE TEXTIL hacia california.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA INDUSTRIA TEXTIL DE PONCHOS DE LANA ACRÍLICA ECUADOR Y OTAVALO

La fabricación de prendas textiles en el Ecuador data desde la época prehispánica cuando en aquel momento del periodo incaico se utilizaba el algodón como materia prima para la elaboración de prendas textiles y como fuente de ingreso para el trueque de productos artesanales con productos de consumo de agricultura y ganadería.

Otavalo, en el entonces denominado pueblo Sarance es un productor intangible del algodón dentro de la provincia de Imbabura, establece su producción tanto en el periodo incaico que se conoce como la primera conquista de los pueblos de América, en donde los aborígenes, lucharon en el lago de sangre Yahuarcocha para conseguir su independencia y posteriormente para el pago de tributos a los españoles, sin embargo, con el transcurso de los años los sembríos de algodón en Imbabura desaparecen notablemente cuando surgen nuevas fibras textiles.

La conquista española en el denominado periodo colonial que abarca desde el siglo XVI, introduce la manufactura de los indígenas en la utilización de productos de lana, lo cual fue instaurado por los españoles de la época a través del obraje, debido a que los indígenas debían trabajar en la elaboración de productos textiles, bajo la supervisión de los españoles, como una manera de recibir un salario para pagar sus tributos, esta concepción histórica fue adoptada en la Real Audiencia de Quito la cual duró hasta el siglo XIX (Troya, 1987).

La fabricación de telas textiles, se concentró en el norte y centro de la audiencia de Quito y en sus alrededores dentro de los cuales se denomina a Otavalo como uno de los principales productores textiles para la comercialización de sus productos dentro del obraje y las haciendas “en concordancia con todo un sistema de producción en el que los obrajes y la crianza de ovejas constituían elementos esenciales” (Miño, 1989, p. 46), los indígenas empiezan a realizar el proceso de

elaboración, la tintura de colores, lavado e hilado de las lanas en los telares manuales, lo cual se realizaba mediante la obtención de la lana de oveja, por lo cual, no solo se hace importante la elaboración de prendas e hilos, sino la crianza de ovejas en el sector ganadero de las grandes haciendas.

Por lo cual una de las principales prendas que se empieza a producir son los ponchos como un atuendo ancestral, consuetudinario y tradicional de las principales ciudades del Ecuador del pueblo indígena, elementos apreciados en el extranjero desde épocas de la antigüedad, sobre todo la fabricación de chales de lana de oveja, remplazados en la década de los 60 por fibras sintéticas y maquinas industrializadas.

> En Imbabura se han empleado, tradicionalmente, las fibras de algodón, lana y cabuya para· la elaboración de tejidos. Desde la década de los 60 se introdujo al mercado una fibra de origen químico -el orlón- que ha reemplazado a la lana y se ha convertido en la principal materia prima utilizada en la región (Jaramillo, 1990, p. 22).

El Orlón es un material de fibra sintética conocido como acrílico el cual es empleado en Imbabura sobre todo en la ciudad de Otavalo y sus alrededores como Peguche, insumo que se usa para la fabricación de ponchos con figuras geométricas que representan la cosmovisión del pueblo indígena, así como las costumbres ancestrales y la historia, los cuales son vendidos en la plaza de ponchos a turistas nacionales y extranjeros, por lo cual son un producto cotizado en el exterior.

> Aquí desde el periodo incaico se ve que estas particularidades culturales vinculadas a la actividad del tejido y a esta voluntad siempre de hacer este comercio esporádico e internamente permitió tener cierta autonomía y eso ya a lo largo de la historia permitió también que luego ya con el uso de algunas herramientas tecnológicas y de alguna tecnificación, luego también la articulación a la globalización pues los otavaleños pudieran disputar ya un espacio y reconquistar el espacio urbano dentro de Otavalo (Peralta, 2019, p.35).

Es de esta manera que tras pasar un proceso histórico de comercio, fabricación y mercado a través de los años, los otavaleños se asentaron hace varios siglos en la denominada plaza de ponchos lugar en el cual dan a conocer sus productos y diseños a nacionales y extranjeros, el producto de los ponchos de lana natural y con fibras sintéticas como el orlón son fabricados principalmente en los sectores de Ilumán y Peguche con mayor afluencia, lo que ha permitido el reconocimiento de los tejidos y figuras geométricas que han sido apreciadas en tres puntos de auge como lo son el periodo colonial del siglo XVI, en el periodo de la migración ecuatoriana al exterior -periodo bancario- y en la época globalizada como nuevas rutas de comercialización, el uso de tecnologías y los productos innovados.

1.1.1. EVOLUCIÓN DE LAS FIBRAS TEXTILES ACRÍLICAS

La Industria Textil fue la primera industria en desarrollarse, el hombre primitivo tuvo la idea de vestirse con pieles de animales, aprendió a coser las pieles con tendones, tiras de piel y tripas. Luego fabricó hilos con fibras animales y vegetales (lana, lino, seda), las pesadas pieles fueron sustituidas por materias hechas con hilos muy apretados y entrecruzados, inventando el tejido (Pérez, 2014).

La fibra acrílica es una fibra sintética hecha de un polímero (poliacrilonitrilo), formada por polímeros lineales con un peso molecular aproximado de 1900 unidades de monómero. Para ser llamado acrílico en los EE. UU, el polímero debe contener al menos 85% de acrilonitrilo monómero y 15% de aditivos que producen una estructura más abierta, permitiendo que los tintes sean absorbidos por la fibra mediante un proceso de compatibilidad química entre fibra acrílica y colorante catiónico (Gacén, 2010).

Los enormes esfuerzos realizadas durante la Segunda Guerra Mundial, en la consecución de un caucho sintético, trajo como consecuencia el descubrimiento de numerosos productos químicos, entre ellos se encontró el acrilnitrilo, desarrollado por el científico DuPont en 1941 descubriendo el polímero acrílico el cual no se descompone ni se derrite, el material fue identificado como un reemplazo de la lana. El principal uso de las fibras acrílicas es la fabricación de prendas exteriores de

punto, mantelerías, cortinas, tapicerías, mantas, alfombras, terciopelo y tejidos (Bonet, 2013).

1.1.1.1. La Industria Textil en el Ecuador

Los inicios de la industria textil en el Ecuador se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. Las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. En la actualidad la industria textil artesanal fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas, el poliéster, el nylon, el algodón los acrílicos, la lana y la seda.

A lo largo del tiempo, las empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país, las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua e Imbabura. En la provincia de Imbabura, en los cantones de Otavalo, Antonio Ante y Cotacachi existe producción de artículos textiles, en los que sobresalen los tapices, sacos cardados, blusas de fibra proletarizado, manteles y prendas de vestir con tejidos autóctonos. En esta provincia se encuentra el 46% de los talleres textiles (Asociación De Industrias Textiles Del Ecuador, 2015).

1.1.1.2, Industria textil en la provincia de Imbabura

La provincia de Imbabura se identifica por ser el sector textil artesanal más productivo de todo el Ecuador, antiguamente, los productores realizaban su trabajo satisfaciendo sus necesidades y se dedicaban especialmente a la confección de hilados y tejidos elaborados con lana de oveja, con el paso del tiempo, fueron apareciendo las fibras textiles de origen químico como el poliéster, algodón, acrílico, nylon y orlón. En la actualidad la mayoría de los artesanos otavaleños se han dedicado a elaborar prendas de vestir y tejidos en base a este material. Las principales ciudades artesanales de la provincia con pequeñas y medianas industrias reconocidas por su enfoque y gran visión de éxito son Otavalo y Antonio Ante (Grijalva, 2016).

1.1.1.3. Industria textil en el cantón de Otavalo

Las artesanías textiles de Otavalo son conocidas en varios países, por la representación de su habilidad textil, son consideradas las más importantes en los mercados de América del Sur, siendo el centro económico de 7 comunidades indígenas de la región, por su comercio textil los Otavaleños representan un grupo indígena famoso y próspero del Ecuador y probablemente de América Latina (Civallero, 2011).

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. Cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto de prendas de vestir como de textiles de hogar, en la actualidad, la industria textil y confección es la tercera más grande en el sector manufacturero, aportando más del 7% del Producto Interno Bruto (PIB) Manufacturero nacional (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018).

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, alrededor de 158 mil personas laboran directamente en empresas textiles y de confección. A esto se suma los miles de empleos indirectos que genera, ya que la industria textil y confección ecuatoriana se asocia con un total de 33 ramas productivas del país (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018).

1.1.2. PUNTOS CRÍTICOS DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS FIBRAS SINTÉTICAS EN OTAVALO

Las fibras sintéticas han debido pasar por diversos túneles para que en la modernidad sean un producto cotizado, debido a que en un principio por las mezclas entre las fibras artificiales y los productos naturales se creía que su calidad era menor y no gozaba de la autenticidad de los pueblos y sus tradiciones, sin embargo,

con el progreso de las industrias y con los nuevos diseños incorporados se empieza a establecer nuevas ideas de manufactura plasmadas en diversos productos que no solo representan la cosmovisión indígena a través de figuras geométricas que los representan, sino también a las ciudades como los son las figuras de la provincia de galápagos y las de personajes de importancia mundial (Porcel & Artetxe, 2016, p. 32).

La producción de estas indumentarias textiles han debido acoplarse a las novedosas formas de industrialización, como lo es la utilización de nuevas máquinas de coser, que permitan la fabricación de nuevos hilares y productos, pues cabe mencionar que la comercialización al exterior, posee un impulso económico en la oleada de los 90, misma que por 1998 sufre algunos cambios con la dolarización, por lo cual varias familias emigraron al extranjero con sus productos los cuales los vendían en plazas o calles de ciudades europeas, estadounidenses, venezolanas, entre otras con las cuales empieza a establecerse la exportación a diferentes países y a potencializarse la economía (Peralta, 2019, p.p. 52-54).

> En efecto, la industria textil y confección es la tercera más grande en el sector de la manufactura aportando más del 7% del PIB, manufacturero nacional de acuerdo a la “AITE”, Visto que a lo largo del tiempo la industria ha recibido buenas críticas respecto a la calidad de su materia prima, con la que fabrican sus prendas y tejidos, sin embargo existe una desventaja que es el elevado costo de producción lo que aleja a los futuros compradores o socios para las empresas textiles ecuatorianas, pero eso no quiere decir que la calidad y las ganas de producir disminuya (Gómez, 2020, p.1).

Es de esta manera, que en el Ecuador el sector textil se encuentra en el segundo escalón de las fuentes de la economía ecuatoriana que han permitido otorgar fuentes de empleo, tributar y exportar diferentes productos al exterior (El Comercio, 2017, p.1), sin embargo, la principal limitación al surgimiento de esta rama económica es la falta de una política global que permita a los artesanos, MIPYMES, y diversos sectores empresariales la producción y exportación masiva de sus productos mediante un plan de manejo o tratados comerciales internacionales, que

ayuden a reducir aranceles para la importación y exportación de productos a las diversas esferas del mundo.

Los puntos críticos que pueden afectar a la comercialización y producción por parte de una microempresa otavaleña son; “Las economías de escala, la diferenciación del producto, las necesidades de capital, las desventajas de costes no relacionadas con el tamaño, el acceso a los canales de distribución, las políticas de los gobiernos” (Bain cit. p. Vallejo, 2013), al ser estos los factores que sobresalen para la exportación y el reconocimiento internacional de una microempresa, la cual debe generar competencia pero además tener selectividad en sus diseños, ofertas y productos de acuerdo a los demás competidores.

En dicho sentido, en la ciudad de Otavalo los productos que son llevados al exterior son aquellos que son expuestos en la plaza de ponchos, al cual llega el turista con una visión de exportar y con ello asumir las tarifas, pero además las ganancias y su reconocimiento en el mundo, lo cual dificulta el posicionamiento de las microempresas nacionales, así como su producción, pero sobre todo su comercialización con el mercado internacional.

1.1.3. PRODUCTOS RESULTANTES DE LAS PRINCIPALES FIBRAS SINTÉTICAS EN OTAVALO

Entre las principales fibras sintéticas se encuentra el poliéster, acrílico u orlón, polipropileno y nylon, fibras que sufren algunos cambios en razón de sus compuestos químicos, para ser manipulados en las diferentes industrias, para lo cual su perfeccionamiento depende de la utilidad para la cual es dirigida, sin embargo, de estas fibras sintéticas se pueden desarrollar una variedad de tejidos aplicados a la industria textil, como lo es el acrílico que es utilizado desde 1948 bajo el nombre de orlón, fibra sintética que ha sido mayormente aprovechada en prendas de vestir y telas de uso doméstico, pues dicho material es realmente acogido por las diferentes industrias manufactureras, como es el caso de los otavaleños que se han permitido, darle un uso inigualable para que sea cotizado e instaurado en el mercado nacional e internacional.

“De acuerdo con la norma UNE, las fibras acrílicas pueden separase de sus mezclas con otras fibras (entre otras, lana, fibras animales, algodón, viscosa, modal, poliamida, poliéster) por disolución en dimetilformamida a una temperatura comprendida entre 90 y 95°C” (Mondragon,2013), lo que permite la obtención de hilos para la fabricación de diversos productos a través del acrílico por su parecido con la lana, el cual es agradable a la percepción del tacto humano, brindando resultados positivos para la elaboración de los ponchos de lana acrílica con figuras geométricas.

“Las Artesanías Otavaleñas han sufrido ciertos cambios pues en Carabuela se dedicaban a fabricar ponchos, ahora familias enteras prefieren tejer suéteres de lana, orlón o hilo de lana industrial. En Peguche se tejen ponchos y chalinas; en Quinchuqui, cobijas, y, en San Juan, lienzos” (Vallejo, 2013).

Las fibras sintéticas permiten la elaboración de diferentes productos que resultan de las mezclas con diferentes fibras naturales u otras fibras sintéticas y artificiales para la elaboración de hilos, los cuales han sido usados para la producción de ponchos, sacos, chales, chalecos, bufandas, blusas, camisas, bolsos, pantalones, gorros etc., que en su mayoría son diseñados mediante figuras geométricas, paisajes andinos en colores vivos, degradados, con contrastes, multicolores que poseen una distinción zoomorfos, antropomorfos y geométricos que llaman la atención artesanal del extranjero.

Estos productos resultantes de fibras sintéticas o naturales permiten ser apreciados y exportados, generando nuevas posibilidades a las microempresas que han incursionado en el sector textil, logrando una producción diversificada hacia nuevas corrientes rentables mediante el diseño y publicidad de los insumos elaborados por los microempresarios que se arriesgan a generar alternativas de cambio y empleo.

1.1.4. PRODUCCIÓN DE DERIVADOS DE FIBRAS SINTETICAS DE LA MICROEMPRESA NATIVE TEXTIL

La microempresa se constituyó bajo la denominación de TEXTILES RUIZ hace 20 años, mediante la calificación artesanal emitida por la Junta Nacional del Artesano a

nombre de uno de sus propietarios, el señor Carlos Alberto Ruiz Muenala, en el año 2018 se reinventa la microempresa y se le otorga el nombre NATIVE TEXTIL.

Es una microempresa dedicada a la elaboración y venta al por mayor y menor de tejidos artesanales en materiales acrílicos, para lo cual realiza una inversión financiera, con el fin de obtener réditos, el principal instrumento para satisfacer las necesidades del consumidor son los telares, los cuales representan una inversión costosa, así como la inversión material y los recursos humanos necesarios para la realización de los ponchos de lana.

Se encuentra en el mercado por más de 20 años, constituyéndose como uno de los emprendimientos familiares, que más ha crecido en el mercado artesanal, debido a los ponchos acrílicos de lana siendo los productores primarios, contribuyendo en la economía del país, al generar plazas de empleo con un aproximado de 11 trabajadores directos con la microempresa e indirectamente unos cuantos, con las maquilas, por el sector de su domicilio tributario que es en la comunidad de Peguche. NATIVE TEXTIL ha ido innovando en sus productos, pues sus diseños son exclusivos manteniendo sus figuras geométricas y rasgos andinos, ofreciendo a sus clientes productos de calidad y exclusivos.

El proceso de producción comienza con el abastecimiento de materia prima, que son las fibras derivadas del petróleo 100% acrílico, hilo chinille “” mink”, así mismo se da la gamatización y diseño, el cual consiste en la imaginación y combinación de colores, parando los colores para el proceso de urdiembre, en la elaboración de urdiembre, se cruza de manera ordenada dos series de hilos, se hace el montaje de urdiembre en la máquina, el proceso de tejido, el almacenamiento de tela, el corte y distribución para la amarada, la recepción de ponchos amarados y se obtiene los ponchos en piezas y comienza la confección en las maquinas recta y overlock, finalmente se hace la revisión del producto en buen estado, todo el proceso cumple con las más exigentes normas internacionales de calidad generando una producción de 80 a 100 ponchos de lana acrílica diarios, 3000 unidades al mes y 36000 unidades al año.

1.2. NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO MUNDIAL

La Nueva teoría del Comercio Internacional nace a finales de los setenta, su principal aportación ha sido el descubrimiento y análisis de variables que han servido para comprender la economía contemporánea, entre sus principales exponentes se encuentra "Paul Krugman y Maurice Obstfeld, quienes dan respuesta a la interrogante y demuestran que aproximadamente la cuarta parte del comercio mundial es intraindustrial" (Gracia,2009), los mismos que han realizado un planteamiento teórico sobre la existencia de las fallas del mercado.

La Nueva Teoría del Comercio se enfoca en el comercio intraindustrial, direccionado al intercambio de productos similares que pertenecen a la misma industria, comportándose bidireccionalmente al importar y exportar productos de la misma industria, ya que el comercio mundial de mercancías y servicios representa alrededor del "20% de las exportaciones mundiales (…), tomando en cuenta los últimos 30 años, el comercio mundial de mercancías y el de servicios comerciales han aumentado a un ritmo medio anual de alrededor del 7%," (Organización Mundial del Comercio, 2013).

En el comercio intraindustrial al existir intercambios comerciales, existe el beneficio de producir un bien, diferenciarlo, exportarlo e importarlo "se estima que el 70 % de los intercambios comerciales que se establecen entre países industrializados se produce dentro de las mismas industrias y no surge como consecuencia de especialización interindustrial orientada por la ventaja comparativa" (Kluwer, s/f), generando beneficios, ya que, gracias al intercambio que existe el país puede reducir la cantidad de producción, pero aumentar la variedad y por ende potenciar la economía, porque aumenta la producción en variedad a bajos costos.

La Nueva Teoría del Comercio basa sus postulados en la Economía de Escala, "Paul Krugman demuestra que el comercio internacional es resultado de las economías de escala y de la concentración de la producción, porque éstas permiten reducir los costos, dada la especialización de la producción" (Mayorga, & Martínez, 2008), es así como los beneficios de intercambio se obtienen cuando la industria se especializa en bienes que satisfagan las necesidades, así el producto exista en el

país con el cual se pretende comerciar, sobre todo con las economías de escala, existe mayores volúmenes de producción, menores costos y por ende existe diversificación en la oferta de productos.

En la Nueva Teoría del Comercio se plantea una economía de escalas, generando un mercado de competencia imperfecta en el cual las grandes empresas tienen ventajas sobre las pequeñas “lo que trae como consecuencia que los mercados tiendan a estar dominados por monopolios u oligopolios, que tienen influencia directa sobre los precios de los productos” (Mayorga, & Martínez, 2008), generando la necesidad de intervención estatal, debido a que las multinacionales se vuelven más fuertes, obligando a la pequeña y mediana empresa a retirarse del mercado, incluso en países subdesarrollados influyen en las decisiones estatales, creando políticas agresivas que desestabilizan a las empresas más débiles.

Las externalidades que influencian la Nueva Teoría del Comercio Internacional “hacen referencia a los efectos que las empresas obtienen al concentrarse en un territorio determinado, dado que obtienen rendimientos crecientes para el conjunto de la agrupación empresarial” (Gracia,2009), estas externalidades pueden ser positivas o negativas, ya que los costos o beneficios no se reflejan en el precio de mercado.

El Óptimo de Pareto hace alusión a que “nadie puede ver incrementado su beneficio, si ello implica la disminución de la utilidad del otro” (Gracia,2009), no siempre se hace efectivo este equilibrio, puesto que los agentes económicos no toman siempre las mejores decisiones y más aún cuando no existe plena información de aquello, además la estructura del mercado es una competencia imperfecta es por ello que no se llega a tener el beneficio equilibrado en el que todos ganan, debido a que la utilidad no puede ser beneficiosa si esto implica pérdidas para el otro.

1.2.1. EXPORTACIÓN

La exportación es un término que ha sido utilizado a través de los tiempos para realizar él envió de ciertos productos a otro país que lo requiera, generando un crecimiento económico en las políticas monetarias del país que es exportador,

debido a que de la comercialización realizada por los promotores nacionales en el exterior depende la oferta y demanda de los productos y la internacionalización del Estado de acuerdo con la balanza comercial.

> La palabra exportación procede del latín ‘exportatio’, se refiere así al acto de enviar y recibir mercancías y géneros, cuyo resultado final incide en unas ganancias para la empresa o país emisor. Existen diferentes procedimientos o variedades de exportación: por ejemplo, hacerlo desde la empresa base hacia una sucursal en otro país (Montes, 2015, p.1).

La exportación como se ha indicado proviene de una palabra latina la cual explica la acción de que los bienes o servicios sean diversificados y entregados a un mercado debidamente segmentado, a fin de obtener ganancias sea para la persona natural o jurídica que realiza esta demanda o para el Estado, a través de la salida de divisas y el registro de aduanas, en donde la exportación determina una clasificación autorizada de cuando, como y donde se realizará su proceso.

> La exportación consiste en la obtención de beneficios por la venta de productos y servicios a otros países. De ahí que los vendedores (exportadores) gocen de privilegio de tener clientes fuera de fronteras (importadores) y por su puesto se deben tomar muy en cuenta las normas aplicables al mercado metan en cuestión (Lerma, & Márquez, 2010, p. 113).

En el Ecuador la exportación consiste en una de las principales fuentes de ingresos y tributos, siendo la industria textil una brecha de impulso económico, para la obtención de beneficios por las ventas realizadas, a fin de crear fuentes de empleo en el mercado seleccionado, mediante la debida captación de los clientes potenciales que otorgan el reconocimiento internacional, mediante políticas públicas que se deben enfocar a una política global que permita exportaciones seguras y con mejores acuerdos comerciales.

> Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones

establecidas en la normativa legal vigente (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017, p.1).

En Ecuador para realizar exportaciones y obtener beneficios es necesario el registro en el Servicio Nacional de Aduanas, a fin de que las mercancías lleguen a su destino final sin ninguna eventualidad que genere pérdidas al productor y al Estado, permitiendo se garantice y respete las normas nacionales e internacionales impuestas por las comunidades extranjeras, para el surgimiento y posicionamiento empresarial, mediante la comercialización fuera del territorio nacional, a fin de asumir riesgos y oportunidades en un mercado fuera de fronteras de un determinado Estado.

1.2.1.1. Exportación Directa

Él envió de productos al exterior permite el reconocimiento y manejo del mercado, a fin de que la microempresa exportadora supervise todo el proceso, mediante un contacto directo con los clientes potenciales en el país de destino, como por ejemplo la microempresa NATIVE TEXTIL, una vez que cuente con un registro de aduanas y un plan de manejo aplicado a la exportación podrá identificar el mercado de California para una correcta organización, distribución de competencias y productividad, entrega del producto al cliente final cumpliendo con la logística, administración y la normativa legal vigente.

> Articulo. 154.- Exportación definitiva. - Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones-COPCI-, 2010).

De acuerdo a lo expuesto y en concordancia con el artículo 158 del Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, la exportación directa también conocida como exportación definitiva pertenece al régimen 40 código

establecido para la Declaración Aduanera de Exportación, la cual debe ser realizada mediante una solicitud, y otorgada por la autoridad competente de aduanas, a fin de que todo contribuyente u operador de comercio exterior se encuentre debidamente registrado en el sistema informático ECUAPASS para así generar las órdenes de embarque para el transito aduanero sin ninguna limitante (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017).

1.2.1.2. Exportación Indirecta

Este tipo de exportación es común, debido a que muchas veces los artesanos, MIPYMES, micro, medianas y pequeñas empresas, no cuentan con la rentabilidad o el conocimiento para seguir los procesos administrativos, logísticos y el cumplimiento de la normativa legal, lo cual en muchos de los casos se compone del principal factor de inseguridad, riesgo y desventaja al existir menor flexibilidad para el surgimiento de dichas sociedades, permitiendo que empresas debidamente registradas para el comercio exterior realicen dicha exportación, sirviéndose de las utilidades y ventajas, que obtendrían los artesanos de realizar una exportación directa. Esta exportación indirecta permite que personas intermediarias se encarguen de realizar los procesos y generen su reconocimiento a nivel mundial, creando beneficios propios, debido a que los clientes o el mercado de destino no les interesa quien fabrica el producto sino la calidad y destino final de los ponchos de lana acrílica, dejando a un lado al productor artesanal por no contar con los medios adecuados (Aguilar, 2018).

En Otavalo los principales intermediarios SADECOM CIA. LTDA Sistemas aéreos de venta de productos folklóricos y empaques, Planeta Cargo CIA. Ltda, Ati Express, Exportlar Logistics International, EXPOSERVIS, American Export, entre otras empresas con personas naturales y jurídicas que realizan el proceso de exportación a otros países, con la finalidad de asegurar el destino del producto, pero sin asumir ciertas desventajas o riesgos que podrían afectar su competitividad, lo cual genera una competencia desleal.

1.2.2. LA NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO MUNDIAL APLICADA A LA EXPORTACIÓN DE FIBRAS SINTÉTICAS

La Nueva Teoría del Comercio Mundial al estar enfocada en dar una respuesta al comercio internacional, ha indicado que los mercados deben ser competitivos mediante una buena economía de escala que les permita índices de producción mayores, pero con mejores costos y a menor precio, debido a que del incremento de las ventas depende el futuro de toda empresa, es por ello que al aplicar la NTM, las pequeñas, micro y medianas empresas generan una competencia por sus estrategias de mercado como lo es generar publicidad, precios de línea y de descuentos de oferta, e implementar diseños novedosos, variados y ancestrales, que logren generar una competencia imperfecta frente a otros países que poseen el mismo canal de comercialización como lo es la exportación de hilos y fibras sintéticas -Telas, Ponchos, Zapatos, Cobijas- (Jiménez & Lahura,1999).

Las asociaciones de la ciudad de Otavalo y sus alrededores tienen una de las mayores ventajas frente a las multinacionales, esto es la unión, dedicación, empleo y condicionamiento de crear sus telares y productos confeccionados con estructuras del pueblo indígena, pero sobre todo la ayuda de trabajar en conjunto para que el artesano saque el total de la mercadería que debe entregar a los clientes mayoristas cuando la microempresa no puede abastecer por si sola, pues poseen una línea de calidad y perfeccionamiento manejada de forma general, lo que ha permitido el que sus tendencias hayan llegado hacer exportados de forma indirecta, pues hasta el año 2014 se da una exportación a Estados Unidos de 19,052 y a 2015 una exportación de 11,771 estableciéndose que a nivel de producto de fibras textiles un margen de 23,337 artículos de fibras textiles (Banco Central, 2015), se ha determinado una disminución debido a la situación arancelaria que tiene Ecuador con Estados Unidos al no poseer un tratado de libre comercio a diferencia de China, Perú y Colombia (Aguilar, 2018).

Los proveedores mayoristas nacionales y otavaleños de fibras sintéticas, como lo es el caso de NATIVE TEXTIL para generar una competencia imperfecta deben arriesgarse e incursionar en nuevas perspectivas que le permitan innovar y llegar a una relación directa para la exportación con los clientes potenciales al escoger como

su primer país de destino a Estados Unidos, California, para lo cual debe asegurar la inversión y desarrollar su fundamento solido que la diferencie de las multinacionales, para generar sus propias ganancias mediante la calidad y el precio de venta final en las exportaciones, posicionando sus productos y su nombre sin necesidad de un tercero, permitirá que los ponchos de lana acrílica u otros productos de fibras sintéticas sean cotizados e incursionen en otros países del mundo, mediante una producción elevada a menor precio y con mayor ganancias, es de ahí la importancia de innovar y dar otra perspectiva de venta al cliente de afuera.

1.2.3. LA NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO MUNDIAL APLICADA A LA EXPORTACIÓN DE PONCHOS DE FIBRA SINTÉTICA CON FIGURAS GEOMÉTRICAS

La Nueva Teoría del Comercio Mundial se enfatiza en la comercialización armónica y beneficiosa no solo entre países, sino también entre industrias, basándose en el intercambio de productos o materia prima, reduciendo su producción, pero al mismo coste y diversificando su producción generando variedad, permitiendo potenciar la economía.

Al mencionar la Economía de escala planteada por Paul Krugman, se plantea la idea de que el comercio internacional funciona gracias a esta economía de escala puesto que, si la producción crece de cualquier producto en una empresa, el costo por unidad inmediatamente se reduce (Mayorga & Martínez, 2008), es decir si los productores se especializan en bienes que satisfagan las necesidades de su entorno pero también visualizándolas al mundo internacional, podrán surgir y posicionarse en los mercados, este es uno de los grandes problemas que afrontan las microempresas y pequeñas empresas al no existir una competencia equilibrada, si una empresa transnacional ofrece el mismo producto a menor precio se genera la competencia desleal.

La Nueva Teoría del Comercio Mundial se puede aplicar en el caso de NATIVE TEXTIL, al ser una microempresa, que se dedica a la producción y comercialización de ponchos en lana acrílica, se puede intentar potenciar esta microempresa para que exporte directamente sus productos al exterior, generando ingresos directos a la

microempresa, para que se posicione en el mercado internacional y crezca, aunque en la actualidad aun no es una empresa con economía a escala, si logra cumplir con los estándares de calidad exigidos en el mercado internacional, puede convertirse en una microempresa con economía a escala y competir con el mayor exportador de textiles en lana acrílica que es china.

NATIVE TEXTIL puede aplicar esta teoría innovando en sus productos y logrando un comercio intraindustrial, la mano de obra puede ser ecuatoriana, los diseños en su totalidad geométricos que representan la interculturalidad y sobre todo a los nativos del Ecuador, estos diseños podrían ser complementados con material sintético que provenga del país al cual se pretende enviar los ponchos de lana acrílica, generando el comercio intraindustrial, equilibrando las economías pues se beneficiaran los dos países, y se potenciaría aún más la producción, logrando llegar a muchos países, para satisfacer las necesidades entre los ecuatorianos y el comercio internacional.

1.2.4. PLAN DE EXPORTACIÓN

Aplicar un plan de exportación es una ventana al progreso de los emprendedores de microempresas, lo que implica el compromiso, trabajo arduo, motivación, paciencia y sobre todo un análisis que permita visualizar las oportunidades que pretenden alcanzar en el mundo, sin embargo, para llegar a este objetivo y realizar un buen proyecto que permita la exportación, es necesario tener una guía segura, para planear y estructurar cada uno de los objetivos y metas que se requiere lograr con la exportación que se dirige a un mercado previamente estudiado y seleccionado, como lo es el mercado textil.

Es así que “un plan de exportación es una herramienta fundamental para que los esfuerzos por llevar a cabo una exportación exitosa repercutan en beneficios para la compañía o agente emprendedor” (Sánchez, 2005, p.11), el hacer un análisis previsible y con antelación genera confianza en la empresa o microempresa que se va a adentrar en las exportaciones, generando seguridad, pero sobre todo réditos económicos beneficiosos, al existir un estudio o un plan para evitar imprevistos o perjuicios.

Los productos que han sido llevados a todo el mundo, a través de un plan de exportación, sirven de estructura o base para visualizar necesidades y oportunidades dentro de la microempresa que realiza exportaciones; mediante la aplicación de la estrategia FODA –fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas- en la microempresa y el producto, para determinar su competitividad e identificar y reducir riesgos en el mercado internacional, antes de ponerlo en práctica (Morales, 2000, p.p. 22-23).

1.2.4.2. PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE PONCHOS DE LANA

Los países dedicados a la producción textil ponen énfasis a la producción textil a base de lana, pues es considerado como un lujo en cuanto a la moda “es por ello que China, el mayor productor textil del mundo, adquiere el 40% de la producción de lana a nivel mundial, todo esto con el esfuerzo de poder cubrir las demandas de los nuevos mercados” (Montero, 2015), al existir nuevas tendencias en el mundo de la moda las industrias deben propender a satisfacer dichas demandas.

Según Trade Map, Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas (ITC), las exportaciones de Ecuador representan un porcentaje mínimo en cuanto a los ponchos de lana acrílica, puesto que, al no tener el grupo singularizado, según el código entran más productos de la misma línea, al fijar en el listado de mercados importadores de un producto que exporta el Ecuador, con su código 620219, que hace referencia dentro de este grupo a los abrigos de lana o pelo fino, o en fibras sintéticas, los principales destinos para la exportación desde el año 2012 hasta el año 2019, de los que se encuentra registrada la información.

Tabla 1. Listado de mercados importadores de un producto exportado por Ecuador. Producto: 620219

Unidad: miles de dólares estadounidenses

Importadores	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Mundo	5	0	1	12	9	4	0	0

Costa Rica	4	0	0	0	4	0	0	0
Panamá	0	0	0	0	0	0	0	0
Perú	0	0	0	11	2	4	0	0
España	0	0	1	0	3	0	0	0
Estados Unidos de América	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: (Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas (ITC), 2020)

En la presente tabla, se encuentran fijados los ponchos de lana acrílica, aunque no existen datos singularizados, se puede establecer que en los principales países importadores o países destinos a los cuales Ecuador exporta sus productos de acuerdo al código antes mencionado, son Costa Rica; Panamá; Perú; España; Estados Unidos de América, en el año 2012 el único país que importó fue Costa rica la cantidad de $ 4,000 Dólares de los Estados Unidos de América; en el año 2013, no se realizaron exportaciones de estos productos; en el año 2014. Solo España realizo una exportación de $ 1,000 Dólares de los Estados Unidos de América.

En el año, 2015 surge un incremento y se realiza una exportación por Perú de $11,000 Dólares de los Estados Unidos de América; en el año, 2016 surge un decrecimiento y se realizan tres exportaciones, una por Costa Rica por 4,000, Perú una por 2,000 y en España una por 3,000 Dólares de los Estados Unidos de América. En el año 2017, Perú es el único país importador, con una cantidad de 4, 000 Dólares de los Estados Unidos de América, a partir del año 2018 y en el año 2019 no se visualizan exportaciones de esta índole decreciendo las importaciones completamente, no existe datos registrados del año 2020, debido a la pandemia, el mundo se paralizó sin embargo los datos relevantes se visualizarán cuando culmine el año vigente.

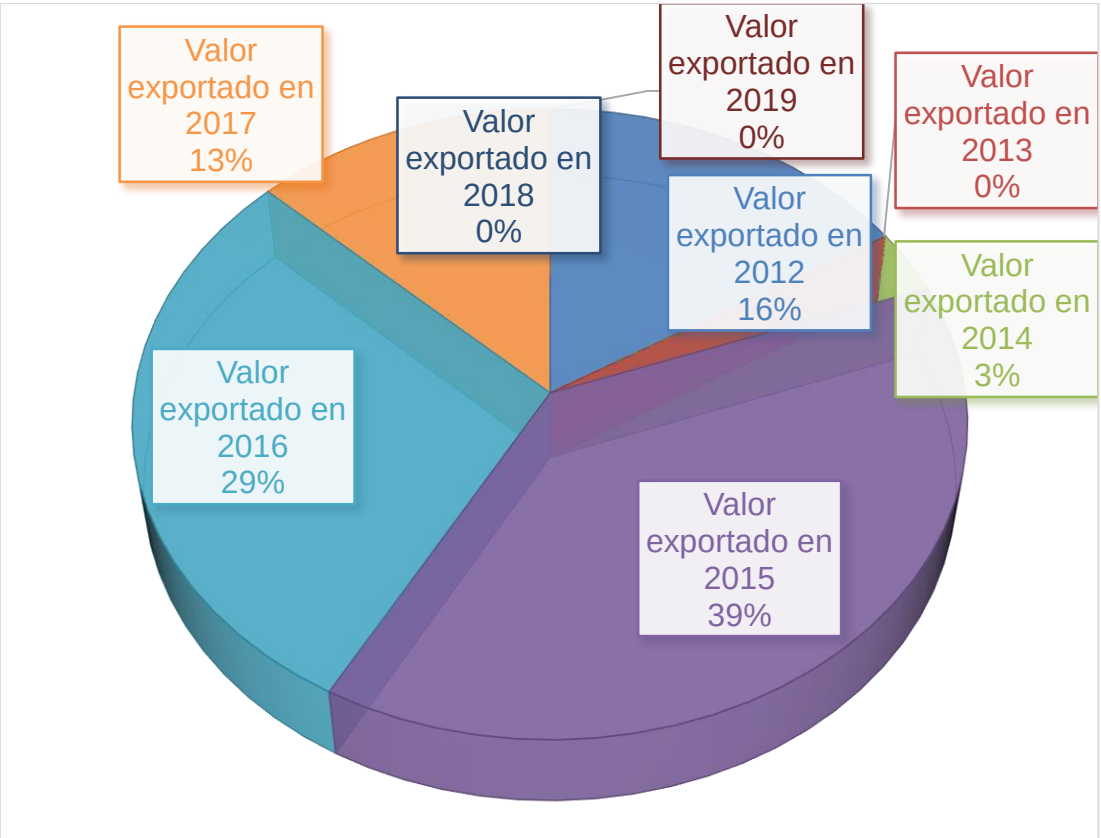


Gráfico 1: Listado de mercaos importadores de un producto exportado por Ecuador. Producto: 620219
Fuente: (Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas (ITC), 2020)

En el Ecuador los principales productos no petroleros exportados son el banano, productos pertenecientes a la acuacultura y pesca, es decir los productos textiles o artesanías son mínimamente tomados en cuenta como una fuente de ingresos por la exportación, en el presente año las importaciones y exportaciones no varían en gran medida pues debido a la pandemia mundial no ha existido movimiento en cuanto a las exportaciones, pero en relación a los anteriores años, el año en el que ha existido una exportación mínimamente grande, es en el año 2015 por el País vecino Perú con el 39% en la exportación de esta línea de productos.

A pesar de no existir una singularización en cuanto al producto, las exportaciones de este tipo son mínimas, que dentro de los últimos años el país vecino Perú, es quien más ha realizado la importación de este producto, seguido por Costa Rica y España, es decir a Estados Unidos de América no se han realizado exportaciones de este

producto por lo cual se hace un mercado atractivo, ya sea por la cercanía y también por la divisa que utilizan igual a la ecuatoriana que es el Dólar.

1.2.4.4. RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y ESTADOS UNIDOS

Las relaciones comerciales son fundamentales para el crecimiento económico de los países, en la era moderna las economías y las finanzas se encuentra abiertas e interconectadas, para dinamizar el comercio Internacional se han propiciado las suscripciones de acuerdos comerciales, como instrumentos que ayudan al fortalecimiento de las relaciones comerciales entre los países (Blanco, 2011). En 1830, a partir de la formación como República la relación con Estados Unidos ha sido importante, en 1839 se firmó un primer acuerdo diplomático llamado “Tratado de paz, Amistad, Navegación y Comercio”, determinando en gran medida que nuestra política Internacional gire en torno a lo que se exporta e importa a los Estados Unidos (Bonilla, 1998).

La ley de Preferencias Arancelarias Andinas y erradicación de la droga (Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act) ATPDEA, es un régimen de excepción otorgado por los Estados Unidos a Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, con los objetivos de apoyar a la lucha contra el tráfico ilícito de drogas y exonerar el pago de aranceles a una larga lista de productos provenientes de las economías andinas, fue otorgado por primera vez en 1991, y finalizo en el año 2013 debido a la decisión del congreso Estadounidense (Quimi, 2017). Asimismo, en 1991, el Ecuador se suscribió al Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias (SGP), obteniendo la eliminación de derechos de importación para cientos de productos, actualmente el país sigue suscrito a este programa que fue renovado en el 2018 hasta 2020, exonerando al menos 380 productos procedentes del país (Sosa, 2019).

En 2019, las exportaciones totales de Ecuador alcanzaron USD 22.329 millones. De ese total, el 30%, equivalente a USD 6.732 millones corresponde al comercio con Estados Unidos, mientras que el 14% de las importaciones de Ecuador provino de Estados Unidos, lo que equivale a USD 5.269 millones, dejando una balanza comercial positiva para Ecuador entre las importaciones y exportaciones en el año 2019 (Banco Central, 2020).

Actualmente, Estados unidos y Ecuador tienen una fuerte y creciente relación comercial, sin embargo, ambos países buscan la firma de un acuerdo de libre comercio, pese a los roces a nivel político y discrepancias, estas naciones demuestran que los vínculos son más fuertes y su mantenimiento una verdadera necesidad para los 2 países. El avance hacia un acuerdo bilateral se basa en el T-MEC (El Tratado de libre comercio entre México, Estados Unidos y Canadá) es el tipo de acuerdo que Ecuador quiere firmar con Estados Unidos, incluye protecciones y reformas más estrictas en materia laboral, comprometiéndose los 2 países a explorar nuevas áreas de comercio, desarrollando una hoja de ruta a corto plazo para mejorar la relación comercial existente (Banco Central, 2020).

CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO

2.1 ENFOQUE METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se establece el enfoque de investigación requerido para alcanzar los objetivos propuestos, de manera que permitió conocer las limitaciones y potencialidades de la microempresa NATIVE TEXTIL, esta investigación aplicó un paradigma de carácter cuantitativo y cualitativo, “El método cuantitativo consiste en aplicar técnicas cuantitativas para mejorar la toma de decisiones, suele llamarse investigación de operaciones o bien ciencia de la administración” (Robinson, 2005, p. 35).

Por ende, este enfoque tiene como fin explicar, predecir, controlar y verificar los fenómenos y teorías; una de las características más importantes es el uso de instrumentos y estrategias que permiten al investigador el uso de procedimientos cuantitativos como cuestionarios, observación, y medición, etc., y la medición de aquellos a través del análisis cuantitativo de los resultados de su aplicación en el contexto científico de la investigación (Robinson, 2005, p. 35).

Esté enfoque se caracteriza por profundizar casos específicos y no por generalizar, en el cual no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno, social a partir de determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada (Torres, 2006).

Con lo expuesto, para esta investigación se va a usar el enfoque cuantitativo, con el cual se pretende levantar información sobre la microempresa NATIVE TEXTIL y para ello se debe hacer énfasis en los indicadores como capacidad de producción, oferta, proyección económica, procesos de exportación, etc. Por lo que se infiere que se debe utilizar este enfoque de carácter cuantitativo para que la medición de la información recabada pueda ser analizada mediante herramientas estadísticas de carácter netamente cuantitativo.

Esta investigación también es de carácter cualitativa, Sampieri (2014) determina que "Un enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación" (p.16). De esta forma el método cualitativo es un modo específico de análisis que busca la compresión de fenómenos sociales, por lo cual, desde la experiencia de dichos actores sociales, se aplicó la investigación en la microempresa NATIVE TEXTIL.

2.2 DETERMINACIÓN DEL ALCANCE O NIVEL DE INVESTIGACIÓN

En lo que se refiere al nivel de investigación se debe establecer que, con los estudios explicativos se busca determinar los procesos de exportación, el mercado internacional para realizar estas exportaciones, los limitantes que impidieron a NATIVE TEXTIL realizar con antelación exportaciones directas, pero sobre todo permitirá reconocer a nivel internacional los clientes potenciales de los ponchos elaborados en lana acrílica, así como los beneficios que acarrea realizar estas exportaciones. "Es decir, que se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto" (Avendaño, 2006, p.32). En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas como de los efectos, mediante la prueba de hipótesis puesto que sus resultados constituyen el nivel más alto de conocimiento (Avendaño, 2006, p.33).

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables (Sampieri, 2014, p.82).

2.3 POBLACIÓN, UNIDADES DE ESTUDIO Y MUESTRA

2.3.1 UNIDADES DE ESTUDIO

En lo referente a las unidades de estudio, para la recolección de datos, es necesario recalcar lo que manifiesta Sampieri (2014); “el interés se centra en los participantes, objetos, sucesos o colectividades de estudio que permiten obtener información, lo cual depende del planteamiento y los alcances de la investigación” (p.172). Por otro lado, “se denominan unidades de observación a aquellas entidades en las cuales el investigador va a poder obtener información relativa a sus variables o categorías de análisis” (Urbano, 2014).

Bajo esta visión se puede entablar que las unidades de análisis son los directivos de la microempresa NATIVE TEXTIL, y opcionalmente la organización que demande el producto poncho de lana acrílica en Los Ángeles, en base a lo que se plantearán las cuestiones contenidas en los indicadores de las cambiantes de la indagación referidas mayoritariamente al desconocimiento de los procesos y operaciones de negocio exterior.

2.3.2 POBLACIÓN

La población es el “conjunto de unidades o ítems que comparten algunas notas o peculiaridades que se desean estudiar” (Hernández, 2001, p.127). En relación a la población para esta indagación se toma presente la alusión al mercado al que se va a guiar la exportación por medio del proyecto que se propone; es decir, la población va a ser la resultante del análisis y hallazgo de mercado que se va a hacer, por medio del estudio de diferentes cambiantes comparativas que presenten los primordiales países importadores, de tal forma que posibilite elegir de entre ellos, al que mejor propiedades comerciales y económicas tenga para transformarse en mercado objetivo de este proyecto de exportación.

2.3.3 MUESTRA

En lo referente a la muestra se debe establecer primero que: “la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (Sampieri, 2014). En relación con nuestro proyecto de investigación no se realizará un muestreo, ni se establecerá una muestra matemática, debido a que se realizó un hallazgo de mercado, para la segmentación del cliente a los que van dirigidos los ponchos de lana acrílica, el mismo que se desarrollara en el tercer capítulo de esta investigación.

2.4 MÉTODOS EMPÍRICOS Y TÉCNICAS EMPLEADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

En este punto se procede a determinar los métodos y técnicas que se van a utilizar para la recolección y análisis de la información de la presente investigación; recalcando en la determinación efectiva de los instrumentos de investigación los mismos que cumplirán con los requisitos de validez y confiabilidad.

2.4.1. MÉTODOS

2.4.1.1 Método Deductivo

Se aplicó el método deductivo, método con el cual se determinan los principios descubiertos a casos particulares a partir de la vinculación de juicios. El papel de la deducción en la investigación se realiza desde dos paradigmas:

1. Primero consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos. Una ley o principio puede reducirse a otra más general que la incluya. Si un cuerpo cae decimos que pesa porque es un caso particular de la gravitación (Behar, 2008, p. 152).
2. También sirve para descubrir consecuencias desconocidas, de principios conocidos. Si sabemos la fórmula para calcular la velocidad, podremos

> calcular entonces la velocidad de un avión. La matemática es la ciencia deductiva por excelencia; parte de axiomas y definiciones (Behar, 2008, p. 152).

Por lo tanto, el método deductivo al ser aplicado de lo más general a lo más específico, permite estudiar la variable independiente para fundamentar y desglosar las dimensiones tanto interna, externa, canales de distribución y ventas con las cuales se busca probar la hipótesis, al ir de lo general a lo particular; en nuestro caso, se partirá de las ventas semestrales y anuales que ha tenido la microempresa NATIVE TEXTIL, para establecer los porcentajes de rentabilidad y así poder asegurar nuestro objetivo microempresarial.

2.4.1.2 Método Analítico

Este método permite conocer más del objeto de estudio, con la finalidad de establecer de forma análoga el fenómeno social y el comportamiento microempresarial al aplicar la nueva teoría de la exportación.

> Respecto a este método Augusto (2006), el Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia.

En nuestro caso se procedió a analizar cada uno de los componentes del proceso operativo de exportación, además de buscar nuevas rutas para el incremento de compradores potenciales, consecuentemente integrarlos en la propuesta final, sintetizar el proceso, para establecer el mercado y la propuesta de valor del producto poncho de lana acrílica de la microempresa NATIVE TEXTIL.

2.4.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS E INFORMACIÓN

2.4.2.1. Entrevista

Según Diaz, (2013) afirma: “La entrevista es una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico de gran utilidad en la investigación cualitativa, para recabar datos” (p.132).

Con esta técnica se obtuvo datos mediante un diálogo abierto y mediante una llamada por Skype, la cual se dio entre las investigadoras y el señor Carlos Alberto Ruiz propietario de la microempresa NATIVE TEXTIL en calidad de vendedor mayorista fututo exportador directo, además se entrevistó a la a la señora Olga Esthela Males Cachimuel propietaria de la empresa Importadora Ecuatoriana, quien es la receptora del producto de poncho de lana acrílica situada en Los Ángeles California.

- **Análisis de la técnica de la Entrevista**

  - **Entrevista 1:** Señor Carlos Alberto Ruiz

¿La microempresa ha realizado exportaciones anteriormente?

No, la microempresa no ha realizado exportaciones, debido al desconocimiento.

¿Existe una organización estructural de la microempresa?

Si, la microempresa cuenta con 11 trabajadores los cuales se desempeñan en diferentes áreas en las cuales se encuentra el área de corte, costura y confección y ventas.

¿Cuál es su forma de etiquetado, empaquetado y embalaje del producto poncho?

El producto va con una etiqueta de cartón y después se le envía dentro de una funda plástica.

¿Podría citar los tres productos más representativos en ventas de la microempresa?

Los productos más vendidos son los ponchos, seguidos de cobijas y en estos momentos las mascarillas artesanales.

¿Cómo determina el costo de producción y comercialización de su producto (Poncho)?

El costo es determinado a través de la materia prima que se utiliza los costos anexos en los que incurre los trabajadores y un préstamos anual el cual nos ayuda a la adquisición de la materia prima.

¿Existe personal asociado encargado de las ventas y comercialización de los ponchos de lana acrílica?

Si, tenemos una encargada en ventas en nuestro local el cual se encuentra ubicado en la ciudad de Otavalo.

¿Por qué su producto (Poncho), se diferencia de la competencia?

Debido a que contamos con diseños únicos e irrepetibles, además de ser uno de los pioneros en la producción de ponchos con diseños ancestrales.

¿Cuáles son los principales competidores?

Nuestros principales competidores son Ayamarka, Runascraft.

¿Cuáles son sus clientes potenciales en la adquisición del producto poncho?

Son personas naturales, las cuales exportan nuestro producto a sus locales ubicados en el extranjero.

¿Qué conocimientos poseen en su microempresa sobre procesos y operaciones de Comercio Exterior (exportaciones)?

Ninguno, debido a que hemos solo vendido localmente nuestro producto.

ANÁLISIS

De acuerdo con la entrevista realizada al Sr. Carlos Ruiz, y con las variables e indicadores consultados que se pueden inferir en lo siguiente:

En cuanto a la microempresa NATIVE TEXTIL, está es constituida formalmente el 01 de enero del año 2018, como una microempresa con calificación artesanal bajo el número 92240 que fue emitido por la Junta Nacional del Artesano cuenta con 11 trabajadores en los cuales se encuentra incluido el propietario cuenta con su fábrica ubicada en la comunidad de Peguche y su local comercial en la ciudad de Otavalo.

Existen aspectos que se deben tomar en cuenta para la presente investigación y es el desconocimiento de la exportación por parte del propietario de la microempresa NATIVE TEXTIL, por ello se debe proponer la implementación de un plan de

exportación a fin de que la microempresa comience a exportar directamente y consecuente obtenga un beneficio económico la microempresa.

En cuanto al conocimiento de los procesos y operaciones del comercio exterior, el propietario no cuenta con los conocimientos suficientes para incursionar en el proceso de exportación, posteriormente no se ha realizado una investigación de mercado internacional para determinar el mercado objetivo en donde el producto pueda ser exportado, por ello solo se ha incurrido en exportaciones a través de intermediarios los cuales acuden al local para realizar su compra.

Finalmente, el producto que es lo más importante en este caso, es altamente competitivo de acuerdo con lo antes expuesto y esa es la razón por la que se propone el presente plan de exportación.

- **Entrevista 2:** Olga Esthela Males Cachimuel Propietaria (IMPORTADORA)

¿Cómo usted clasifica su manufactura?
Ofertamos productos con manufactura de calidad, debido a que somos mayoristas en productos textiles de diferentes partes del mundo.
¿Podría citar los tres productos más representativos en ventas de la empresa?
Ofrecemos ponchos, suéteres y cobijas los cuales son los más representativos en ventas dentro de nuestra microempresa.
¿Qué medio de pago suele utilizarse en su empresa?
Los medios de cobro son: efectivo, tarjetas de crédito, transferencias y cheques.
¿Qué tipo de transporte utiliza para sus operaciones logísticas?
Terrestres y aéreo
¿Qué Incoterm es el preferido por su empresa para el transporte de mercancías textiles?
El Incoterm más utilizado por la compañía es FOB.
¿Qué empaque y embale suele emplear su empresa para la importación de productos textiles?
Cajas de cartón corrugado, cinta de embalaje, sunchos de plástico.
¿Cuáles son sus principales competidores en el sector?
En la ciudad de los Ángeles se encuentran Native y Andes Import.

¿Qué países son sus principales clientes?

Estados Unidos y Canadá

¿Cuáles son sus clientes potenciales en el sector?

La mayoría son personas las cuales cuentan con locales comerciales en las que venden al por menor y al por mayor lo que serían artesanías y productos textiles.

¿Sus ventas son al por mayor o por unidad?

Somos distribuidores por lo tanto son ventas al por mayor y menor.

ANÁLISIS

De acuerdo con la entrevista realizada a la Sra. Olga Males propietaria de la empresa Importadora Ecuatoriana, se pudo determinar que la empresa cuenta con una excelente acogida hacia nuestro producto a exportar poncho, además de ser una de las empresas la cual se distingue por sus ventas al por mayor y menor.

En cuanto a la empresa se pudo determinar que la empresa realiza sus importaciones de varios países en los cuales se encuentra Ecuador, ya que es un país el cual cuenta con una gran variedad de productos textiles y artesanías los cuales son llamativos en países extranjeros

Finalmente se determinó que la empresa realiza sus importaciones a través del incoterm FOB, el cual es un beneficio hacia nuestra microempresa la cual va a realizar su primera exportación directa a través de este incoterm, además se determinó que los medios de pago con los que suele utilizar la empresa Importadora Ecuatoriana son convenientes para nuestra microempresa NATIVE TEXTIL.

2.4.2.2. Encuesta

Según Yuni (2006) “la encuesta alude a un procedimiento mediante el cual los sujetos brindan directamente información al investigador” (p.28). Por lo cual con esta técnica se obtuvo datos de los clientes con los que cuenta la microempresa NATIVE TEXTIL y la empresa Importadora Ecuatoriana en la cual se recolecto información sobre sus preferencias al momento de adquirir su producto poncho de la acrílica.

- **Análisis de la Técnica de la Encuesta**

La encuesta fue dirigida a un grupo de mujeres como clientes finales, quienes supieron realizar la exposición de sus respuestas permitiendo solventar dudas y perspectivas del producto de ponchos de lana acrílica con figuras geométricas en razón del Anexo 3.

- **Encuesta 1:** Mujeres mayores de 18 años

Edad:

Seleccione con una X su respuesta y argumente en las que sea necesario.

1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando los productos de la microempresa NATIVE TEXTIL?
   - Más de un año
   - Entre un año y seis meses
   - Menos de un mes
2. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con nuestros productos?
   - Completamente satisfecho
   - Satisfecho
   - Insatisfecho
3. En comparación con otras alternativas del mercado, la calidad de nuestros productos es:
   - Excelente
   - Aceptable
   - Deficiente
   - Otro (Por favor especifique)
4. La calidad de nuestro producto poncho es
   - Alta
   - Media
   - Baja
5. La atención y respuesta a sus inquietudes, quejas y reclamos es:
   - Excelente y oportuna
   - Excelente pero inoportuna

- Regular e inoportuna

6. ¿Comprará o utilizará usted nuestros productos de nuevo?
- Si
- Probablemente
- No

7. ¿Considera que nuestro producto es de alta durabilidad?

8. ¿Cuál es la probabilidad de que nos recomiende con sus conocidos?

9. En general, ¿qué tan satisfecho está con los productos textiles de la microempresa NATIVE TEXTIL?

10. ¿Cuál es el aspecto o aspectos que mejoraría en su experiencia con nuestra marca?

- **Discusión de los datos obtenidos en la encuesta**

Edad

Edad	Cantidad	Porcentaje
18-25 años	2	10%
26-35 años	3	15%
36-50 años	5	25%
51- en adelante	10	50%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración Propia

Análisis:

Para realizar las encuestas se tomó en cuenta una edad mínima de 18 años en adelante. Del total de las encuestadas fue un grupo de 20 personas, se puede observar en el gráfico anterior que el 50% de las mujeres que adquieren el producto poncho son mujeres de 51 años en adelante seguido de mujeres de 36

a 50 años con el 25 %, dándonos una referencia que nuestro producto es acogido mayormente por mujeres de esa edad.

¿Cuánto tiempo lleva utilizando los productos de la microempresa NATIVE TEXTIL?

Native Textil	Cantidad	Porcentaje
Mas de un año	11	55%
Un año seis meses	5	25%
Menos de un mes	4	20%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración Propia

Análisis

Se determinó que 11 de las 20 personas encuestadas llevan utilizando más nuestros productos, con lo cual se logró determinar que nuestro producto cuenta con una excelente acogida y esto se debe a la calidad de todos nuestros productos.

¿Cuál es su grado de satisfacción general con nuestros productos?

Satisfacción de Productos	Cantidad	Porcentaje
Completamente satisfecho	16	80%
Satisfecho	4	20%
Insatisfecho	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración Propia

Análisis

Se determinó que 16 de las 20 personas encuestadas se encuentran completamente satisfechas con nuestros productos, dándonos así un porcentaje de un 80% y el 20% se encuesta satisfecho y esto se debe a la calidad y compromiso por parte de nuestra microempresa.

En comparación con otras alternativas del mercado, la calidad de nuestros productos es:

Calidad del Producto	Calidad del Producto	Calidad del Producto
Excelente	14	70%
Aceptable	6	30%
Deficiente	0	0%
Otro	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración Propia

Análisis

Se determinó que el 70% menciona que nuestro producto es de excelente calidad y un 30% que es de una calidad aceptable, lo que nos demuestra que seguirán adquiriendo nuestros productos.

La calidad de nuestro producto poncho es

Calidad del Poncho	Cantidad	Porcentaje
Alta	17	85%
Media	3	15%
Baja	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración Propia

Análisis

Se analizó que nuestro producto poncho el cual va a ser exportado cuenta con una aceptación del 85% por parte de nuestros clientes los cuales han adquirido el producto y esto se debe a la calidad de la materia prima al momento de confeccionarlos.

La atención y respuesta a sus inquietudes, quejas y reclamos es:

Atención Quejas y Reclamos	Cantidad	Porcentaje
Excelente y Oportuna	18	90%
Excelente pero Inoportuna	2	10%
Regular e Inoportuna	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración Propia

Análisis

Se determinó que la respuesta a reclamos e inquietudes es excelente y oportuna dándonos así un 90% en atención hacia todos nuestros clientes es así que nosotros brindamos una excelente atención antes y después de adquirir nuestros productos.

¿Comprará o utilizará usted nuestros productos de nuevo?

Utilización de Productos	Cantidad	Porcentaje
Si	16	80%
Probablemente	4	20%
No	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración Propia

Análisis

Se determinó que el 80% si adquiriría a futuro nuestros productos, debido a sus características, calidad y durabilidad en nuestros productos.

¿Considera que nuestro producto es de alta durabilidad?

Durabilidad del Producto	Cantidad	Porcentaje
Si	18	90%
No	2	10%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración Propia

Análisis

El 90% determino que nuestro producto es un producto textil perecedero por lo que es factible la exportación de nuestro producto hacia un mercado extranjero.

¿Cuál es la probabilidad de que nos recomiende con sus conocidos?

Análisis

Se analizó que la mayor parte de nuestros clientes han sido recomendados por parte de familiares o conocidos, en los cuales no explicaron que la mayoría recomendara nuestro producto a otras personas.

¿Cuál es el aspecto o aspectos que mejoraría en su experiencia con nuestra marca?

Análisis

Se analizó y la mayoría coincide con que se debería mejorar el empaque es por ello por lo que en el presente proyecto se toma en cuenta añadir al empaque una funda de celofán para así mejorar la experiencia de nuestros clientes al momento de adquirir nuestro producto.

2.4.3 ELEMENTOS DEL PLAN DE EXPORTACIÓN PARA PONCHOS DE LANA ACRILICA DE LA MICROEMPRESA NATIVE TEXTIL

Para la elaboración del plan de exportación de productos textiles se debe cumplir con formalismos necesarios para su constitución, por lo cual en este escenario la microempresa NATIVE TEXTIL debe cumplir con requisitos que permitan la estrategia de exportación directa a mercados como es el caso de California Estados Unidos.

La microempresa NATIVE TEXTIL ha sido calificada desde hace más de 20 años en la elaboración de ponchos de lana acrílica teniendo un margen de ventas anual de 60.000 dólares, para el correcto desarrollo de un plan de exportación la microempresa debe contar con su registro único de contribuyentes, certificado de

seguridad emitido por el cuerpo de bomberos, la patente municipal, el permiso de funcionamiento y su registro en la Cámara de Comercio, debe cumplir con el perfil que la habilite como microempresa, dentro de lo cual se debe destacar los datos geográficos, registros, documentos habilitantes, número de empleados en un margen de 1 a 15 personas, misión, visión, objetivos que desea alcanzar, con lo cual la microempresa establezca su posicionamiento internacional, generando un mejor margen de ventas al realizarlo de manera directa, pues por desconocimiento NATIVE TEXTIL no ha exportado directamente por lo cual es necesario cumplir con un correcto y adecuado plan de exportación que le habilite las fronteras.

De esta manera los procesos y requisitos de acuerdo a lo expuesto serán analizados desde un ámbito general, por lo cual para toda microempresa se debe desarrollar su plan mediante ciertos requisitos además de los aludidos, como lo es establecer la situación actual en la que se encuentra la microempresa, a fin de poder conocer las ventajas que le permitan su interacción en otros mercados y sus desventajas de acuerdo a su conformación, producción o estrategias de mercadeo, para lo cual se debe situar de manera experimental la estructura administrativa, así como el ámbito cultural o en este caso artesanal de quienes realizan la producción.

Se debe establecer el producto a ser exportado de manera precisa sin que se expongan todos los productos dejando a la microempresa sin variedad, para lo cual se debe determinar las características del producto permitiendo resaltar su competitividad, su importancia, su historia, él porque es especial, su calidad, utilidad, promoción, las instalaciones y los procesos de producción que lo hacen calificado para su venta mediante el diseño de flujos, como sería el caso de los ponchos de lana acrílica con figuras geométricas, producto que debe contar con una capacidad amplia de producción semanal, mensual y anual, asesoramiento del control de calidad de las fibras acrílicas utilizadas, los costos que conlleva su elaboración a fin de determinar el precio con el que podrá salir al mercado nacional e internacional, una vez efectuado el análisis de precios referenciales (Compañía de Comercio y Exportación, 2012).

Es necesario conocer los recursos financieros que representa la aplicación de un plan de exportación, así como sus riesgos, inversión y posicionamiento de la marca

e industria, es importante determinar el desgaste y compromiso humano que ello implica a fin de avanzar hasta el final, en el caso de los textiles artesanales se debe establecer sus principales conceptos y definiciones como un punto de mercadeo, conocer el mercado nacional de origen y el mercado internacional a ser posicionado en razón del crecimiento, ventas y proyecciones de la microempresa, en el que se permita identificar el mercado meta, la oferta y demanda que ofrece al cliente respecto del producto, a fin de no generar pérdidas a la microempresa (Compañía de Comercio y Exportación, 2012).

Existen diversos canales de distribución que permiten llevar el producto del fabricante al destino del consumidor, pues el más cotizado es el canal directo mismo que busca ser implementado en la microempresa NATIVE TEXTIL en el que solo existen dos agentes el fabricante y el cliente potencial, se ha de identificar y seleccionar los principales clientes a los que se realizará la venta directa para generar una demanda amplia del producto, se ha de considerar la accesibilidad, comunicación, garantías y seguridad con los clientes, por otro lado se encuentra el canal detallista, mayorista e agente intermediario el cual se busca excluir en su mayoría de las microempresas (Compañía de Comercio y Exportación, 2012).

Se deben desarrollar estrategias de promoción como publicidad, promoción, relaciones públicas, presentaciones del producto de manera oral en las instalaciones de la microempresa dando a conocer el producto y su fabricación sea mediante un ambiente presencial o virtual, así también se debe analizar la competitividad del producto de acuerdo con las otras micro, medianas, pequeñas y grandes empresas y su posicionamiento en el mercado a fin de poder generar una mejor oferta de acuerdo a la competencia, es importante desarrollar un cronograma del FODA es decir de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee la microempresa lo cual le permita segmentarse en el ámbito nacional e internacional.

La microempresa siempre debe plantearse dudas respecto a la internacionalización después del estudio desarrollado desde un punto interno y otro externo, con la finalidad de establecer estrategias que le permitan realizar el plan de exportación para lo cual debe conocer y seleccionar el mercado del país o países a los que va a exportar su producto para determinar la factibilidad de hacerlo de acuerdo al

consumidor, en dicho sentido al seleccionar el país se debe conocer las relaciones comerciales pero además los tratados de libre comercio que puedan existir de acuerdo al país con el cual se quiere desarrollar un comercio en el tema textil como en este caso sería el Estado de California en Estados Unidos.

Una vez identificado el sector de exportación se deberá desarrollar criterios de selección en base a políticas globales, que se deban acatar, para lo cual se aplicarán encuestas al mercado, con respecto al posicionamiento del producto, así como de su comercialización y consumo, para que de esta manera al aplicar el plan de exportación no existan limitantes que puedan afectar las relaciones con los clientes potenciales.

En el plan de exportación debe existir el perfil del país con el cual se realizará la comercialización del producto, en los que consten datos sobre la injerencia de la industria textil en dicho país, referente a la zona demográfica, económica, administración, idioma, acuerdos comerciales bilaterales, el enfoque arancelario a la salida de divisas, cumplimiento del registro de aduanas y los documentos en regla en razón de la exportación del producto, la logística (transporte, almacenaje, embarque y embalaje), costos que generen la exportación, etiquetado y empaque de acuerdo a la normativa legal -requisitos ecológicos y técnicos-, un cronograma de los plazos y producción del producto el cual deberá servirse de un plan de acción y un plan de financiamiento que permita una exportación directa del producto sin ninguna salvaguardia.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) es una empresa estatal, autónoma y moderna, activa al servicio nacional e internacional, facilitando el comercio exterior, con un nivel profesional, técnico y tecnológico (Sistema Nacional de Aduana del Ecuador, 2012).

El Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, es una nomenclatura Internacional de productos multipropósito desarrollada por la Organización Mundial de Aduanas (OMA), este sistema es utilizado por más de 200 países y economías como base para sus aranceles aduaneros y para la recopilación de estadísticas de comercio internacional.

Comprende alrededor de 5.000 grupos de productos básicos, cada uno identificado por un código numérico desde dos hasta diez dígitos, organizado en una estructura legal y lógica por normas para lograr una clasificación uniforme entre el importador y el exportador con el objetivo de: identificarlas, determinar sus impuestos, sus obligaciones y derechos, las mercancías pueden clasificarse en función de su uso o material que están compuestas, aplicando reglas generales para la interpretación de la nomenclatura arancelaria de la comunidad Andina (Nandina) y el arancel nacional (Bustamante, 2015).

Los aranceles son la forma más antigua de la política comercial, son impuestos que deben soportar las mercancías cuando son objeto de comercio entre dos países que atraviesan la frontera, son utilizados como fuente de ingresos al Estado y como protección para la industria nacional de la competencia exterior. Todas las importaciones están sujetas a este pago de derechos mediante el establecimiento de arancel, este impuesto se aplica a bienes de objeto de importación o exportación (Carbaugh, 2012). Las tarifas arancelarias varían para cada mercancía o producto que sea objeto de importación y son fijadas discrecionalmente por el presidente de la república mediante decreto ejecutivo (Toro, 2011).

La Organización Mundial de Comercio, refiere que los tipos de aranceles son: Arancel Fiscal: Sirve como fuente de ingresos para el estado. Arancel Proteccionista: Es un instrumento de proteccion para la industria nacional. Arancel Desarrollista: Aplicada a industria nacientes, utilizado por países desarrollados. Arancel ad-valorem: Se establece un porcentaje según la clasificación arancelaria de la mercancía y su origen. Arancel Específico: Se establece una cantidad fija por unidad de medida. Arancel Mixto: Es la aplicación de aranceles ad- valorem y específicos a la vez. Aranceles Generales: Se aplican a todos los miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC). Aranceles Convencionales: Se determinan a través de tratados bilaterales o multilaterales entre países. Aranceles Preferenciales: Son aranceles aplicados mediante la Ley de Preferencias Arancelarias (Organización Mundial de Comercio, 2011).

El Arancel del Ecuador es un conjunto de normas y disposiciones arancelarias y de política comercial de aplicación nacional, emitido y revisado periódicamente por el Comité de Comercio Exterior (COMEX), el cual recopila los códigos arancelarios para cada mercancía, con sus respectivas tarifas arancelarias y observaciones para las actividades de importación, exportación, está conformado por 21 secciones, 98 capítulos, 1222 partidas y 5387 subpartidas (Bustamante, 2015).

De cumplir con cada uno de los requisitos y procesos en la elaboración del plan de exportación, una vez efectuados los estudios al país de origen internacional y haber reconocido el mercado, los clientes potenciales, el consumidor final, permitirá la efectivización de un correcto manejo en el plan de exportación que se requiere desarrollar para la microempresa NATIVE TEXTIL, con la finalidad de subir el número de ventas y generar una mejor inversión y ganancias que permita el posicionamiento de la microempresa en el mercado de California Estados Unidos.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE LA MICROEMPRESA

3.1.1. RESEÑA

La microempresa inicialmente se constituyó bajo la denominación de TEXTILES RUIZ en el año 2000, a través de los años consiguió obtener la calificación artesanal bajo el número: 92240 que fue emitido por la Junta Nacional del Artesano, a nombre de uno de sus propietarios el señor Carlos Alberto Ruiz Muenala, su nombre comercial fue restructurado en el año 2018, con la razón social o nombre comercial NATIVE TEXTIL, debidamente regulada por el Registro Único de Contribuyentes.

La microempresa está en un proceso de constitución para su debida inscripción en el Registro Mercantil, la cámara de comercio y el registro de la marca en el Servicio de Derechos Intelectuales, para lo cual se realizará la escritura ante notario de la constitución en la cual figurara los Estatutos, Forma de administración y financiamiento de la microempresa, con la finalidad de ser regulada no solo por el Servicio de Rentas Internas, sino por la Superintendencia, el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, el Registro Mercantil, que van a facilitar el tránsito de los productos.

Los datos principales con los que cuenta la microempresa para su correcto funcionamiento, es el número de RUC: 1002787495001 a nombre del propietario Carlos Ruiz Muenala, el cual a través de las funciones delegadas realiza sus declaraciones mensuales cumpliendo con el Valor Agregado, sin embargo, al encontrarse registrado por la Junta Nacional del Artesano, no está obligado a llevar una contabilidad tributaria, pero si cuentan con libros o cuadernos sobre la administración de la fábrica, pues otro de los beneficios es que no se encuentran obligados a pagar a sus trabajadores los décimos y fondos de reserva, la microempresa y su local comercial cuenta con la patente municipal debidamente otorgada por el cuerpo de Bomberos de la ciudad.

Se dedica a la elaboración y venta al por mayor y menor de tejidos artesanales en materiales acrílico dentro de su local comercial lugar donde se oferta el producto así como en redes sociales, para lo cual realiza una inversión financiera de 60.000,00 dólares anuales incluido la tasa de interés efectiva, la cual es apoyada gracias a los préstamos Bancarios con la Institución Financiera Produbanco, con el fin de obtener réditos económicos, el principal instrumento para satisfacer las necesidades del consumidor son los telares, los cuales representan una inversión costosa, así como la inversión material y los recursos humanos necesarios para la realización de los ponchos de lana, lo cual es representado a través de un presupuesto de ingresos y egresos. “La actividad artesanal en el país es el gran sustento de los pueblos y nacionalidad del Ecuador, los trabajadores artesanales que cada artesano posee en sus diferentes trabajos manuales razón por la cual sus productos están reconocidos a nivel mundial” (Ruiz, 2018).

El mercado artesanal ha sido un ente de la economía dentro de la ciudad de Otavalo, por la cual microempresas familiares han desarrollado diversos emprendimientos (Jácome & King, 2013, p.p. 262-263); como es el caso de la microempresa NATIVE TEXTIL que se encuentra por más de 20 años dedicada a la fabricación y elaboración de ponchos de lana acrílica, la cual ha empleado sus recursos en el reconocimiento de sus prendas, para lo cual en un principio contaban con un margen de 5 trabajadores y actualmente gracias al esfuerzo que emplean, poseen un grupo de 11 trabajadores distribuidos de la siguiente forma; 3 en manufactura o máquinas de coser, 4 en telas 1 en diseño, 1 en área de ventas, 1 gerente que es la hermana y el propietario señor Carlos Ruiz Muenala con la finalidad de satisfacer la oferta y demanda a sus clientes logrando tener ventas de 3000 ponchos mensuales y 36000 al año.

Uno de sus productos primarios son los ponchos de lana acrílica opinión referida por el señor Carlos Ruiz, quien manifiesta que de acuerdo a la reseña familiar su emprendimiento radica en que fueron una de las primeras familias productoras dedicadas a realzar este producto dentro de la ciudad manteniendo dicho estatus hasta la actualidad, debido a que han ido innovando en sus productos y diseños mediante el uso de nuevas tecnologías como lo es el estampado, sin dejar de lado las figuras geométricas y rasgos andinos que hacen de sus ponchos un producto

exclusivo y de calidad, que cautiva al consumidor nacional y extranjero al estar compuestos de 70% de material acrílico y 30% de algodón.

La microempresa NATIVE TEXTIL cuenta con una fábrica ubicada en la calle Atahualpa intersección Faccha Ñan, en la Parroquia Dr, Miguel Egas Cabezas en el Centro de la Comunidad de Peguche a cien metros del Centro de Salud del sector, en la Ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura, constituyéndose como su domicilio tributario principal de acuerdo con el **(gráfico 1 y 2),** la microempresa cuenta con su propio local comercial el cual se encuentra funcionando desde hace 15 años y actualmente tiene su domicilio en la calle Quiroga intersección Pasaje Moreano, frente a la Plaza de Ponchos en la Ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura, **(gráfico 3)** lugar en el cual se exponen sus productos y diseños para el consumidor.

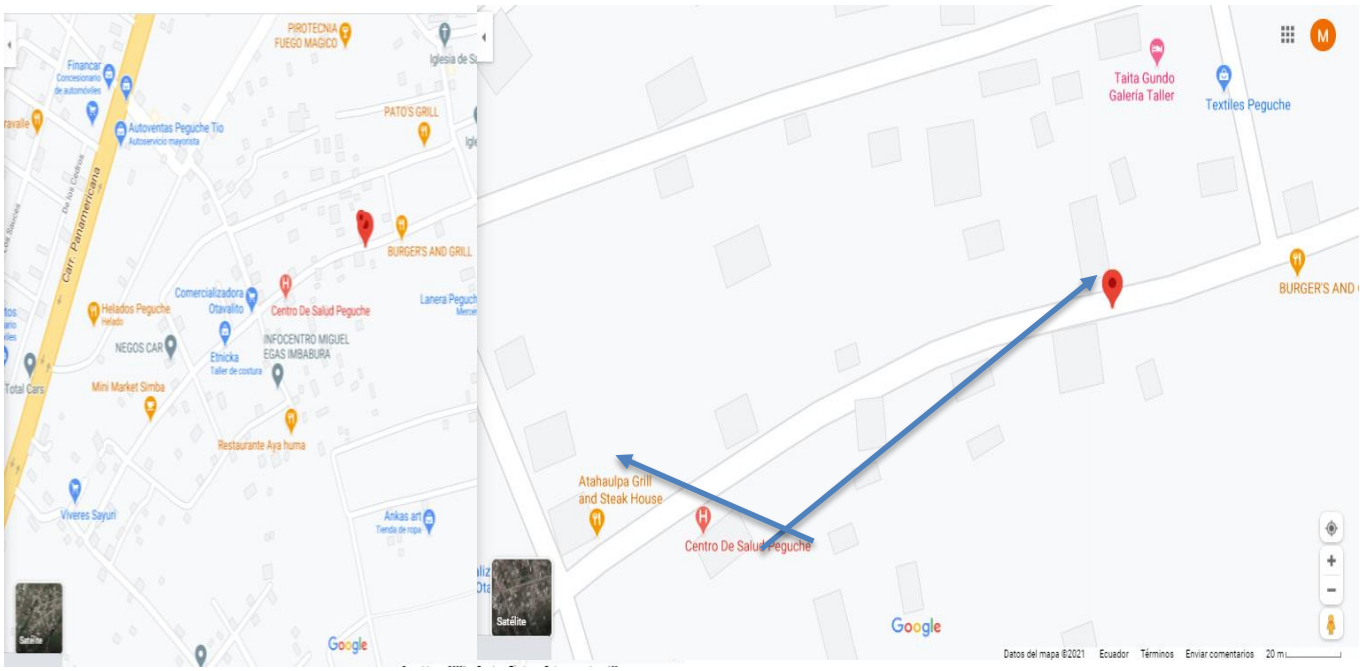


Gráfico 2: Ubicación de la microempresa
Fuente: Google Maps

Gráfico 3: Fotos de la microempresa
Elaboración Propia

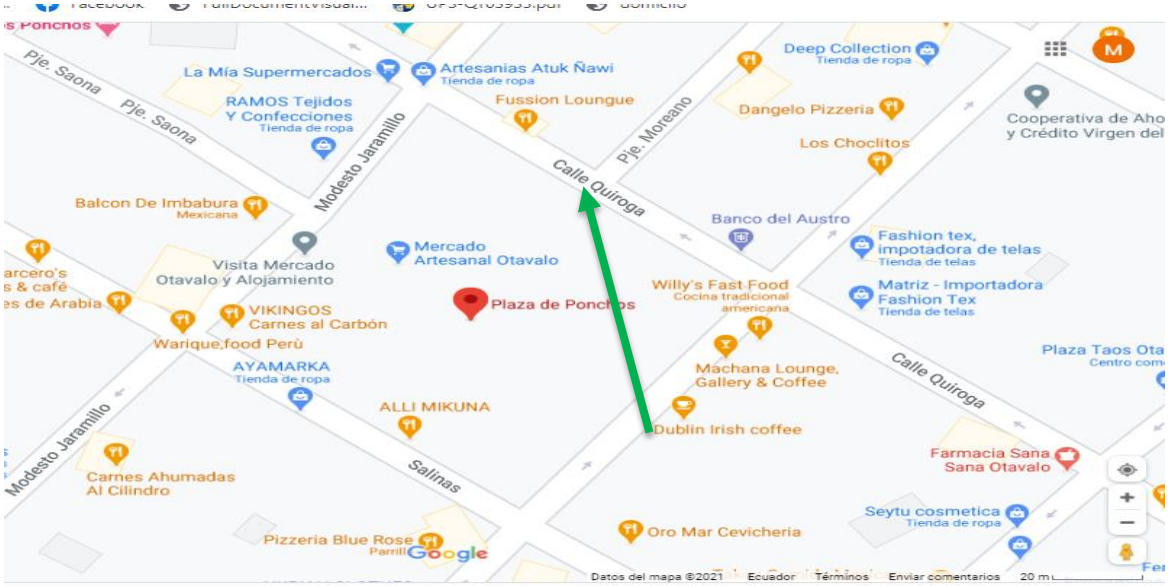


Gráfico 4: Ubicación del Local Comercial
Fuente: Google Maps

3.1.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA MICROEMPRESA

El presente apartado fue desarrollado y creado por Mishel Flores y Diana Burgos a fin de poder proyectar un plan de exportación sólido para la microempresa NATIVE TEXTIL, la cual cuenta con los medios necesarios, pero carece del conocimiento respecto al tema, en dicho sentido con la finalidad de cumplir con los requerimientos básicos para su composición, se ha hecho necesario elaborar los siguientes puntos.

3.1.2.1. Misión

NATIVE TEXTIL es una microempresa dedicada a la producción y comercialización de artesanías textiles otavaleñas exclusivas y de alta calidad a nivel nacional e internacional, mediante un control exhaustivo que permite satisfacer las necesidades y exigencias de nuestros clientes.

3.1.2.2. Visión

Para el año 2025 la microempresa NATIVE TEXTIL lograra posicionarse como líder nacional con el fin de llegar a nuevos mercados a nivel internacional, a efecto que nuestros clientes nos perciban como una microempresa efectiva, satisfaciendo de esta manera sus necesidades y las de la organización.

3.1.2.3. Objetivos Microempresariales

El objetivo principal que persigue la microempresa han sido conceptualizados por las autoras del presente trabajo, gracias a la información otorgada por el señor Carlos Ruiz, la cual denota que se basa en “Producir y distribuir ponchos de lana acrílica con figuras geométricas hechas a base de productos naturales, mediante el uso de una fibra derivada del petróleo llamada “HILO CHINILLE MINK” para así cumplir las expectativas de clientes potenciales internacionales y ser exportadores directos del producto base, mediante la aplicación de ciertos objetivos estratégicos como lo es en un primer punto, producir los ponchos de lana con material 100% ecuatoriano, segundo el respetar los estándares de calidad internacionales, tercero el exportar directamente los ponchos de lana acrílica a países destino como Estados Unidos de

América y finalmente Ayudar a las comunidades indígenas asentadas en los alrededores, generando fuentes de empleo todo ello en base a una economía sostenible y sustentable amigable con el amiente.

3.1.2.4. Estructura de Administración de la Microempresa NATIVE TEXTIL.

La microempresa NATIVE TEXTIL presenta un organigrama funcional, en el que cada persona que ostenta un cargo especificó, se fija una producción mínima diaria para que exista una producción rentable, en los cargos se encuentran personas con la debida experiencia, para que exista funcionalidad en las actividades que desempeñan, distribuidas en cuanto a la producción de los ponchos de lana acrílica, la meta de NATIVE TEXTIL es potenciar este producto, en base a la calidad de elaboración, para seguir exportándolos al exterior y posicionar el mismo en varios países.

3.1.2.5. Manejo Empresarial

La microempresa NATIVE TEXTIL cuenta con el siguiente personal: el propietario el cual lleva la administración de la microempresa, seguido por la gerente general, la cual cuenta con conocimientos en comercio exterior dentro del área de producción se encuentran los trabajadores artesanos, el personal de ventas, el personal de mantenimiento del siguiente **(Gráfico 5).**

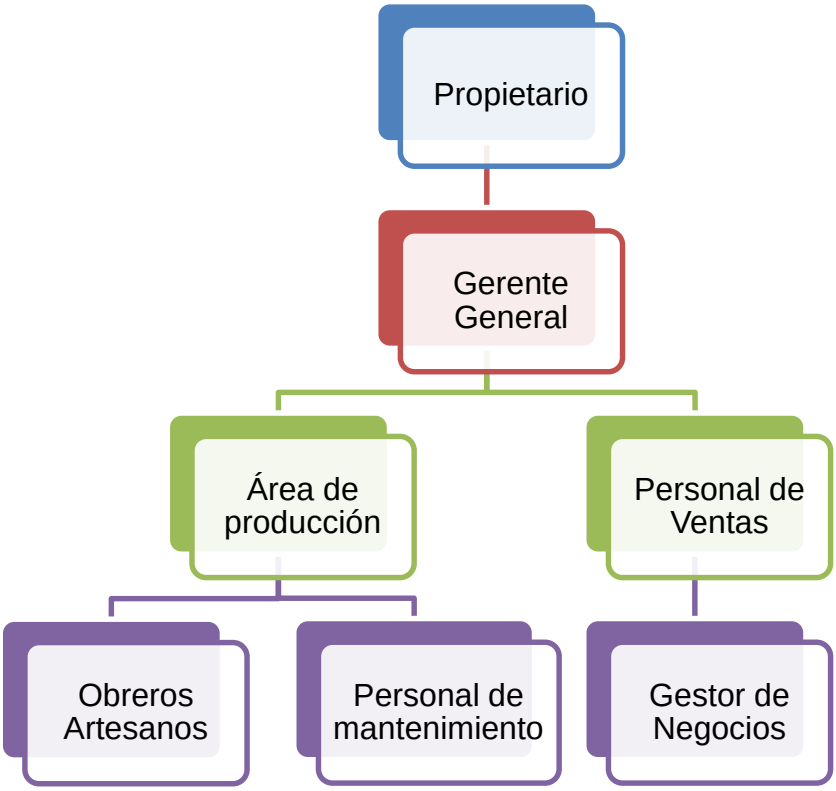


Gráfico 5: Distribución de Funciones en el Manejo Empresarial
Elaboración Propia

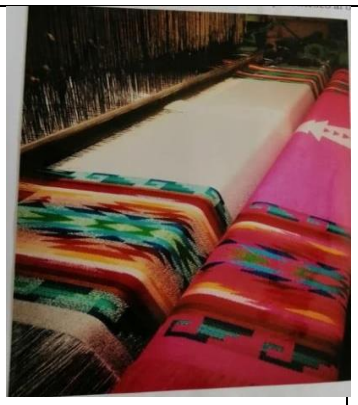
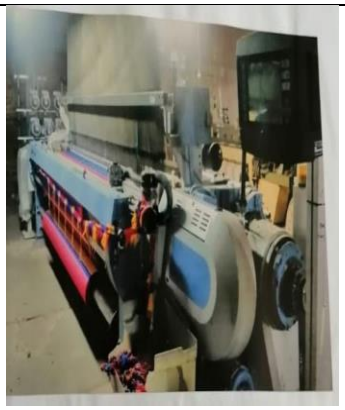
3.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN

Los ponchos de lana acrílica, protagonista de este plan de exportación son confeccionados a base de material acrílico, adquirido a los proveedores, en diferentes gamas de colores, siendo 11 pasos a realizarse para crear y producir el producto final, se selecciona principalmente el Hilo chinille “Mink”, el cual es la base para la creación de los diseños, esta es una fibra derivada del petróleo, que la convierte en una fibra acrílica presente en varias gamas de colores, es utilizada en varios productos textiles.

Después de seleccionar adecuadamente la materia prima viene la gamatización de colores, la cual consiste en imaginar la unión de colores y combinarlos con colores del parentesco del otro, se realiza la parada de colores en la cual se organiza la materia prima los colores y los espacios para proseguir con la elaboración de la urdiembre, la cual consiste en cruzar de manera ordenada dos series de hilos.

Consecuentemente empieza el montaje de urdiembre en la máquina, se recoge todo el hilo acumulado para luego ser clasificado por colores y realizar la envoltura, comienza el proceso de tejido se hace el amarrado entre cruzado de forma ordenada y luego se empieza con el trabajo de tejido verificando la correcta calidad, el resultado de todos estos procesos desencadena en una tela la cual es almacenada.

Para realizar el producto final se corta y distribuye por piezas para luego armar las piezas, se obtienen los ponchos amarados con las piezas cortadas en diferentes modelos, se confecciona en las maquinas recta y overlook con el fin de formar la puntada en la tela, por último, se obtiene el producto es decir los ponchos de lana acrílica, se realiza su revisión, el almacenamiento, la clasificación por tallas y finalmente la comercialización del producto **(Gráfico 6).**

GAMATIZACION DE COLORES		**PARADA DE COLORES**	
CONFECCIÓN EN EL TELAR		**ELABORACIÓN DE URDIEMBRE**	

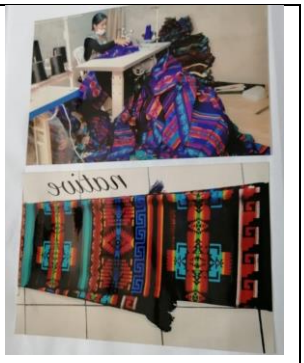
ALMACENAMIENTO DE TELA		**CONFECCIÓN DE PONCHOS, EN LA MAQUINA RECTA Y OVERLOCK**	
PRODUCTO FINAL		**PRODUCTO EN EXHIBICIÓN**	

Gráfico 6: Producto final de la microempresa NATIVE TEXTIL
Elaboración Propia

Gráfico 7: Matriz BCG
Elaboración Propia

Una vez analizadas las características del producto y el mercado al cual va dirigido se puede concluir que los ponchos de lana acrílica, realizado a base del el Hilo chinille “Mink”, se encuentra en el cuadrante de alta competitividad empresarial en relación a la cuota de mercado relativa, así como la tasa de crecimiento de mercado es alta en cuanto al producto, ya que al ser una artesanía ecuatoriana, tiene demanda en países extranjeros, en relación a los demás productos que produce NATIVE TEXTIL, en cuanto a la cobija es un producto que tiene acogida media, sin embargo, el producto estrella de esta microempresa son los ponchos debido a la acogida que tiene en el exterior, generando rentabilidad mucho más alta que los demás productos.

3.3. ANÁLISIS DEL MERCADO

El mercado en el que se implementa el presente plan de exportación de ponchos de lana acrílica con figuras geométricas es en Estados Unidos ciudad de los Ángeles California, al ser un país al cual el Ecuador envía sus productos, en la rama de productos sustentables, teniendo una variación entre 2019 y 2020, en el sector de confecciones y textil del 7,75 (0,32%) de exportaciones (Organización de Oportunidades Comerciales con Estados Unidos, 2020), lo cual permite generar una oportunidad para la microempresa NATIVE TEXTIL dentro del mercado otavaleño al ser E.E.U.U. un punto estratégico de negocios más allá de las formalidades contractuales.

Los Ángeles California cuenta con una población de alrededor 44 millones de personas, pues es considerada con la ciudad con más habitantes, representan en un 15% del Producto Interno Bruto, representando en el año 2017 la quinta economía más grande del mundo, pues existe una gran demanda de los productos ecuatorianos, por consumidores estadounidenses, gracias a la promoción comercial Products Expo West, en la que se dan a conocer sus productos y se generan relaciones comerciales, lo cual para el 2023 podría potencializar las diversas industrias en la que están los textiles (Organización de Oportunidades Comerciales con Estados Unidos, 2020).

La ciudad de california se encuentra ubicada a 3km del puente de Rumichaca, está ubicada en el sur de California y abarca una superficie de 1215 km². Las principales actividades económicas en Los Ángeles son: La agricultura, el ocio, la energía eléctrica y el turismo, es por ello por lo que se ha fijado a este lugar como mercado meta, debido a que existen varios distribuidores de productos textiles artesanales que han realizado la compra de los productos, no específicamente a microempresas como NATIVE TEXTIL, sino a través de un canal de distribución indirecto, por lo cual mediante el presente sistema se realizara una comercialización directa de ponchos de lana acrílica a varios locales de California, con la finalidad de que llegue al distribuidor final.

3.3.1. COMPETENCIA DEL MERCADO

Para el reconocimiento del mercado es necesario considerar los riesgos de venta, las empresas afines al producto a ser exportado, sus costos y amenazas debido a las demás microempresas, para lo cual se ha determinado la rentabilidad que implica la exportación del producto base.

En la ciudad de Otavalo la mayor parte de microempresas dedicadas al sector textil, han podido manejar sus destrezas y elevar su producción, la mayoría de artesanos y MYPIMES realizan sus ventas y la comercialización de sus productos desde el canal de mayoristas a diferentes sectores y provincias del país como Guayaquil, Quito, Riobamba, Cuenca, a fin de que la denotación artesanal sea verificada y vendida en los diversos puntos, para lo cual encontramos que la principal competencia nacional en la fabricación de fibras sintéticas o acrílicas se encuentran (**Tabla 2**):

Tabla 2: Matriz de Competencia de Mercado

FRANCELANA S.A	Industria Textil fundada en 1956 en el Ecuador, maneja una gran gama de productos en lana pura y mezclas con fibras sintéticas como el resultado del acrílico para la elaboración de paños, ponchos y sacos, teniendo un posicionamiento internacional por la calidad del servicio, se encuentra ubicada en la

	provincia de Pichincha de la Ciudad de Quito (Vallejo, 2013, p.50).
DELLTEX INDUSTRIAL S.A. y la Empresa ENNOTEX S.A.	Son empresas que permiten solventar la demanda de hilos acrílicos, fibras artificiales y sintéticas del Ecuador, mediante el mejoramiento continuo se encuentran ubicadas en la ciudad de Quito, teniendo un posicionamiento a nivel local por la calidad y empero de sus hilos, los cuales son aprovechados por las diversas industrias textiles del Ecuador al igual que la empresa FABRILANA ubicada en la provincia de Guayaquil en Duran (Vallejo, 2013, p.50).
La Plaza de Ponchos	En la ciudad de Otavalo el principal lugar de competencia es la Plaza de Ponchos debido a que ahí se asientan varias familias que realizan la venta al por menor y al por mayor de sus productos, es importante mencionar que los indígenas otavaleños se apoyan en la comercialización y manejan un estándar de precios a fin de no perjudicarse entre sí, sin embargo los ponchos poseen ciertas características que lo hacen diferente, el principal competidor de los ponchos de lana acrílica es el poncho de lana natural por su composición y diseño al público.
Textiles Diaz	Microempresa Otavaleña dedicada por más de 10 años a la venta al por mayor y menor de ponchos de lana acrílica con figuras geométricas, misma que maneja un margen de precio de 14 dólares por el poncho de lana acrílica, estableciendo un precio parecido al de NATIVE TEXTIL que es 13,50 precio de venta al público del poncho.

Tejidos Ruiz	Productores de la ciudad de Otavalo por más de 8 años, encaminados a la venta al por mayor de ponchos de lana acrílica, actualmente ubicados en la plaza de ponchos, realizando la venta del producto a 13,50.
Aly Textiles	Esta microempresa es una de las más recientes, lleva en el mercado otavaleño por solo 5 años, realizando la fabricación y venta de los Ponchos de lana acrílica con figuras geométricas, su precio de venta al público es de 14 a 14,50 dólares al por mayor y de manera unitaria 16 dólares.

Elaboración Propia

La concentración de los clientes potenciales en el mercado internacional para la exportación de ponchos de lana acrílica es beneficiosa debido a que son productos cotizados por el contexto artesanal que los diferencia y por sus prácticas y diseños andinos que se implementan en la elaboración de los productos lo cual permite que sean productos cotizados en el extranjero y le permite generar competencia con países de Perú y Colombia que ciertamente no conocen ciertas técnicas empleadas por el indígena lo que permite establecer un 0,01% de margen de error.

La competencia generada por los otavaleños ante otros mercados es leal pues sus productos gozan de la calidad, utilidad, manejo, originalidad, precios, innovación, entrega del producto y venta al consumidor final, para lo cual la principal arma de captación del cliente, es a través de las ferias desarrolladas en el lugar turístico de Otavalo en la plaza de ponchos en especial los miércoles, sábados y domingos donde sale todos los productores para la comercialización a nacionales y extranjeros, sin embargo también depende del conocimiento y las relaciones comerciales que posea el indígena otavaleño para el proceso de una exportación directa.

3.3.1.1. Análisis de la Oferta y Demanda del Mercado

Los productos textiles artesanales poseen una gran demanda de mercado nacional e internacional pues son cotizados por la variedad y calidad, en dicho sentido son varios los compradores potenciales que buscan adquirir el bien como mayoristas o minoristas, lo que permite un mejoramiento en la competitividad e innovación de sus productos que deben salir al mercado meta.

> La demanda tiene que ver con lo que los consumidores desean adquirir, Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición. La demanda refleja una intención de que los consumidores desean y pueden comprar, mientras que la compra constituye una acción (Europa Press, 2011, p.2)

Mientras que la oferta permite determinar la intención de venta de los productos elaborados por la microempresa NATIVE TEXTIL, a fin de que salgan a la venta final del consumidor como lo es en este punto el vender cobijas, chales, carpas, ponchos y su capacidad de producción y de oferta puede variar de acuerdo a las necesidades del consumidor y la factibilidad de endeudamiento de la microempresa para la entrega del producto.

“El lado de la oferta tiene que ver con los términos en los que las microempresas desean producir y vender sus productos (…) La oferta recoge las intenciones de venta de los productos” (Europa Press, 2011, p.5).

> En el Ecuador a lo largo del tiempo, han aumentado las empresas dedicadas a la actividad textil, se pude afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas. La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. Cada vez existe una mayor demanda de este sector y es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar. Pero todavía se debe continuar con el crecimiento del sector (Vallejo, 2013, p.56).

Es de esta manera que el sector de producción y confección de hilos y prendas de vestir de la ciudad de Otavalo ha diseñado y elaborado diferentes artículos que permitan su demanda y oferta, estas prendas son elaboradas en fibras sintéticas, naturales y artificiales dependiendo la necesidad del sector o la actividad a la que se dedique la microempresa y el artesano, como es en este caso la microempresa NATIVE TEXTIL, que elabora los ponchos de lana acrílica en 70% de acrílico y 30% de algodón con un costo de fabricación y producción razonable, el cual podría tener mínimas alteraciones con la finalidad de mejorar la oferta en el extranjero.

Existe diversidad de los productos en dicho sentido las microempresas se sirven de la historia, de personal técnico como confeccionistas, diseñadores, elaboración de telas y personal administrativo recursos humanos, área de ventas, manejo empresarial que permita garantizar la diversidad étnica del producto y que las técnicas empleadas, cumplan con la calidad del bien y servicio que se entrega al consumidor.

Es relevante que para que el sector local cumpla con la elaboración de prendas textiles, se sirvan del apoyo de instituciones en este caso del Municipio de Otavalo, a través del departamento de desarrollo, que potencialicen el sector artesanal y de paso el turístico al ser un atractivo de índole mundial, debido a que la ciudad es un sector de alto alcance textil, en el cual la mayoría de familias otavaleñas forman sus microempresas de tejidos, hilos y afines desde una perspectiva artesanal y ponen en funcionamiento sus negocios, llegando a existir fábricas que aunque poseen el registro único de contribuyentes, no han sido constituidas formalmente, pero que sin embargo son punto importante del desarrollo económico.

Finalmente la oferta y demanda a la que debe enfrentarse el mercado de la industria textil artesanal otavaleña, permite una participación público y privada que genera relaciones comerciales y el reconocimiento y posicionamiento de la ciudad actualmente, por lo cual es necesario exista asociatividad entre los sectores manufactureros, que permita su reconocimiento internacional, no como punto estratégico de la ciudad de Otavalo, sino como empresas, microempresas, medianas y pequeñas empresas de acuerdo al producto y nombre de la microempresa lo que permitirá aumentar la demanda y la oferta, al realizar comercializaciones

internacionales, en donde el extranjero pueda conocer las instalaciones de la microempresa y sea un atractivo de visita y negociación.

3.3.2. PERFIL DEL CONSUMIDOR

Al direccionar el producto, lo hacemos en relación con los posibles clientes potenciales es así que se ha establecido a Estados Unidos de América, debido a que es un país diverso étnica y religiosamente, provocando que este mercado sea competitivo y exigente, “les gusta incursionar en nuevos productos, más que todo artesanías por su diversidad en la población y sus culturas” (Santos, 2019).

El consumidor Estadounidense, tiene una relevante inclinación por lo novedoso, valoran más la calidad del producto que el costo que este puede tener en el mercado, es por ello que los productos que ingresan al País, deben cumplir con las normas exigidas por las autoridades que deben ser certificadas y emitidas por las instituciones correspondientes “Estados Unidos solo representa el 2% del total del mercado ecuatoriano, el cual está conformado por bisutería y artesanías, estados unidos es uno de los principales importadores de artesanías ecuatorianas” (Santos, 2019).

Tabla 3: Matriz del perfil del consumidor en Estados Unidos

Información básica	El consumidor estadounidense lleva un estilo de vida muy bueno, pues busca calidad en un producto así el precio de este sea elevado.

<table>
<tr><td>Selección Geográfica</td><td><table><tr><td>City population</td><td>4 million people (country rank:2nd) (2017 estimate)</td></tr><tr><td>Urban area population</td><td>11.79 million people (los Angeles urban area country rank:2nd) (2000estimate)</td></tr><tr><td>Metro area population</td><td>12,94 million people (los Angeles urban area country rank:2nd) (2011 estimate)</td></tr></table>Fuente: (Wolframlpha, s.f.)
Elaborado por Burga y Flores (2021)</td></tr>
<tr><td>Demográfica</td><td><table><tr><td>Race</td><td>White:52.2%</td><td>Other:22.9%</td><td>Asian:11.7%</td></tr><tr><td>Hispanic origin</td><td colspan="3">48.7%</td></tr><tr><td>US citizens</td><td colspan="3">79.7%</td></tr></table>Fuente: (Wolframlpha, s.f.)
Elaborado por Burga y Flores (2021)</td></tr>
<tr><td>Económica</td><td>Es la economía nacional más grande del mundo en términos nominales</td></tr>
<tr><td>Organización política</td><td>Es un país soberano constituido por una república federal constitucional.</td></tr>
</table>

Elaboración Propia

El estadounidense como consumidor es atraído por productos textiles extranjeros, por productos elaborados a mano, donde se priorice la calidad, aunque su costo pueda llegar a incrementar, es así como Estados Unidos de América exige normas certificadas de calidad en los productos de importación.

En cuanto a la selección geográfica, los Ángeles (en su abreviatura L.A) esta ciudad es una de las más pobladas en los Estados Unidos de América, después de New York. Con sus 4 millones de habitantes, es una de las áreas metropolitanas más grandes del mundo, la ciudad está en un condado poblado y étnicamente diverso del país.

En cuanto a la selección demográfica, se ha identificado que, en este país, específicamente en los Ángeles existe diversidad étnica, es por ello que el 48.7% de la población son hispanos, es un país atractivo para realizar la exportación de los ponchos de lana acrílica.

El mercado que identifica la microempresa NATIVE TEXTIL es Estados Unidos donde, la economía es una de las más poderosas del mundo, siendo un 26% consumidor en cuanto a valores de consumo mundial, partiendo de que su PIB es la cuarta parte del valor nominal de la economía mundial.

> Estados unidos es la primera economía del mundo por volumen de PIB. Su deuda pública en 2017 fue de 18.331.051 euros, es el país más endeudado del mundo, con una deuda respecto al PIB del mundo, su deuda per cápita es de 56.347 euros por habitante, sus habitantes son los más endeudados del mundo, según el PIB per cápita los habitantes tienen un buen nivel de vida en el 2018 fue de 53.341 euros (Santander, 2019, p.4).

Es decir que, de acuerdo al Producto Interno Bruto, y del valor que mantienen en referencia a su deuda externa, existe estabilidad económica, Estados Unidos a pesar de que su deuda es alta, es así que, gracias a ser pioneros en la investigación científica y tecnológica, son una potencia que mantiene el estilo de vida adecuado de sus ciudadanos.

Por otra parte, la situación política que se evidencia entre el índice de Desarrollo humano, pues el "Índice de Percepción de la comunidad de la corrupción del sector público en Estados Unidos ha sido de 71 puntos esto demuestra que sus habitantes tienen un bajo nivel de percepción de corrupción gubernamental" (Santander, 2019, p.13), por la tanto la calidad de vida de los habitantes se mantiene estable, debido a que en Estados Unidos existe un bajo nivel de corrupción gubernamental y por ende los recursos estatales se ven reflejados en su desarrollo.

Tabla 4: Posibles clientes potenciales

Runas crafts

Información básica	Su gerente y propietaria es la señora Amparo Burga, tiene 5 años en el mercado, esta empresa se dedica a la comercialización de artesanías y ponchos.
Geográfica	Boston (Massachusetts); Square one mall. 1201 Broadway Saugus MA 01906
Estructura de la empresa	
Funcionamiento de la em presa	
Native Import Export	
Información básica	Su gerente y propietaria es la señora Cecy Burga, tiene 10 años en el mercado, esta empresa se dedica a la comercialización de artesanías y ponchos.
Geografíca	Chicago
Estructura de la empresa	
Funcionamiento de la empresa	

Elaboración Propia

3.3.2.1. Riesgo País

Estado de Los Ángeles C.A.

Específicamente Los Ángeles California se encuentra dentro de los cinco países de las grandes economías a nivel mundial, define Diez (2018) que, “El estado más poblado de Estados Unidos acaba de regresar al privilegiado grupo de las cinco economías más grandes del mundo” (p.7), permitiendo una buena alternativa para realizar las exportaciones a este mercado.

El logro es excepcional y no se debe tanto a lo grande que es, añade Diez (2018) el estado “tiene casi 40 millones de habitantes, pero su economía ha superado por ejemplo la de Reino Unido, que tiene más de 60 millones), sino que denota la alta productividad de sus trabajadores" (p.9), por consiguiente, existe un excelente desarrollo de las labores con la población Angelina.

Además, es indudable el atractivo que tiene California si se tiene en cuenta que todo esto sucede en un momento en que los precios de la vivienda son muy elevados, el tráfico es difícil, los impuestos son altos, hay que pagar tasas adicionales para luchar contra la contaminación. Por otra parte, manifiesta Coraggio (2004) que “el total del PIB de California superó los US$2,7 billones en 2017. Como referencia, el PIB de Brasil fue de US$1,8 billones y el de México, de US$1,04 billones” (p.6), colocando en el primer lugar al PIB estadounidense.

La economía dentro de California se divide de la siguiente manera:

> Todos los sectores económicos -excepto el agrícola- contribuyeron a la subida del PIB de California el año pasado, que aumentó en US$127.000 millones. Los servicios financieros y el sector inmobiliario lideraron el avance aportando US$26.000 millones al crecimiento del PIB.
> Les siguió el sector tecnológico con un aporte de US$20.000 millones y el de las manufacturas, US$10.000 millones (Asmundson, 2018, p.1)

Es decir que la mayor parte proviene de empresas racionalmente pequeñas que están muy especializadas en el crecimiento de la industria manufacturera (Adsmunson, 2018).

3.3.2.2. Segmento del Cliente

La microempresa NATIVE TEXTIL realiza la comercialización con la empresa IMPORTADORA ECUATORIANA INC. Ubicada en la dirección 211 E 5TH. Street No1 Los Ángeles, CA 90013 Ruc. 12133594542, Telf.: 310 615 0367, la cual se mantiene posicionada doce años, comercializando productos artesanales tales como textiles, cerámica, accesorios, trajes típicos, entre otros provenientes de países tales como México, Perú, Guatemala, y Ecuador, su comercialización es ventas al por mayor y menor, se encuentra ubicado en el sector central de comercialización de ventas a mayoristas, el cual es una ubicación estratégica para las negociaciones.

Tarjeta de presentación de Importadora Ecuatoriana

Dirección Google map de importadora ecuatoriana

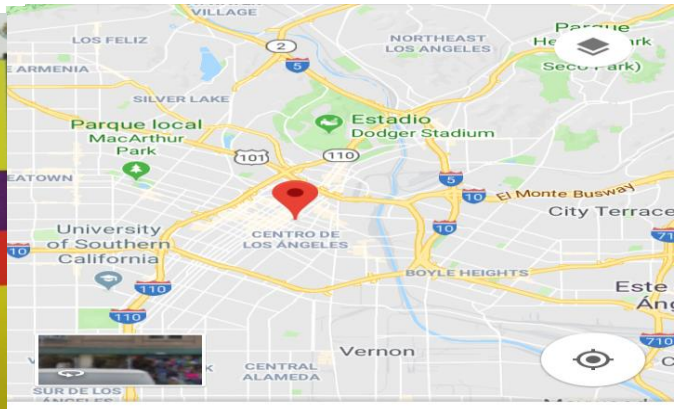


Gráfico 8: Contacto con el cliente
Fuente: Google Maps
Elaboración Propia

El producto que será entregado por un canal de distribución directo en contacto con el cliente potencial identificado en California con la finalidad de que este pueda llegar al consumidor final esto es los habitantes de california en especial a mujeres adolescentes y adultas de la ciudad de los Ángeles las cuales gracias a la innovación y a la tendencia de la moda tiene el gusto de adquirir un poncho para formar parte de un complemento en su diario vestir.

La microempresa NATIVE TEXTIL establece el precio de exportación considerando los distintos gastos adicionales que implica la logística. Dentro de la determinación de los costos de venta se analiza la modalidad del INCOTERMS que se utilizara para realizar la negociación, y de acuerdo con ello se establece la obtención de un precio de exportación.

3.4. PRECIO Y MATRIZ DE EXPORTACIÓN

Para sacar los costos de exportación del producto, se considera todos los gastos que incurren dentro del proceso a exportar.

Para lo cual la microempresa NATIVE TEXTIL vende cada unidad de sus ponchos de lana acrílica en 13,50 precio de mayorista a la IMPORTADORA ECUATORIANA INC misma que adquiere cada seis meses la cantidad de 5.040 unidades de ponchos y se encarga de exportar a la ciudad los Ángeles, generando una utilidad de 3 dólares por cada unidad misma que al no ser el comerciante directo NATIVE TEXTIL la está perdiendo.

Al aplicar el presente plan de exportación NATIVE TEXTIL en razón de un solo cliente potencial en el mercado de california, podrá realizar su exportación directa con la misma cantidad de 5040 ponchos, fijando un costo de producción de fábrica de 10,28 por cada unidad, a la cual se sumaran precios del etiquetado de 0,05ctv, el empaque 1$ por cada caja, embalaje 1$ por cada caja la estiba 90$, transporte por carretera de 600$ de Otavalo a Guayaquil, declaración de exportación 100$, certificado de origen 90$, transporte hacia el puerto costado del buque 50$, derecho de muelle 70$, una vez aplicados estos valores cada poncho tendrá un valor de 12,49$ y al ser vendido al cliente potencial será en 18,75 permitiendo un margen utilidad de 6,26$ de acuerdo a los valores reflejados en la **(Tabla 5).**

Tabla 5: Matriz de Exportación de Ponchos de Figuras Geométricas al Mercado de California – Estados Unidos (Unidades por contenedor)

Presupuesto Base	**UNIDADES (POR CONTENEDOR)**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
COSTO DE FÁBRICA	5040	10.28	51.811.20
ETIQUETADO	5040	0,05	252.00
EMPAQUE	5040	1.00	5.040.00
EMBAJE	5040	1.00	5.040.00
ESTIBA	5040	0.01	90.00
EXW OTAVALO	5040	12.34	62.233.20
DECLARACIO DE EXPORTACION	5040	0.01	100.00
CERTIFICADO DE ORIGEN	5040	0.01	90.00
TRANSPORTE INTERNO OTAVALO - GUAYAQUIL CONTECON INARPI	5040	0.11	600.00
FCA GUAYAQUIL	5040	12.47	63.023.20
TRANSPORTE AL PUERTO COSTADO DEL BUQUE	5040	0.001	50.00
FAS GUAYAQUIL	5040	12.48	63.073.20

DERECHOS DE MUELLE Y CARGA GUAYAQUIL	5040	0.01	70.00
UTILIDAD	5040	6.26	31.550.40
FOB GUAYAQUIL	5040	18.75	94.693.60

Elaboración Propia

3.5. LOGÍSTICA

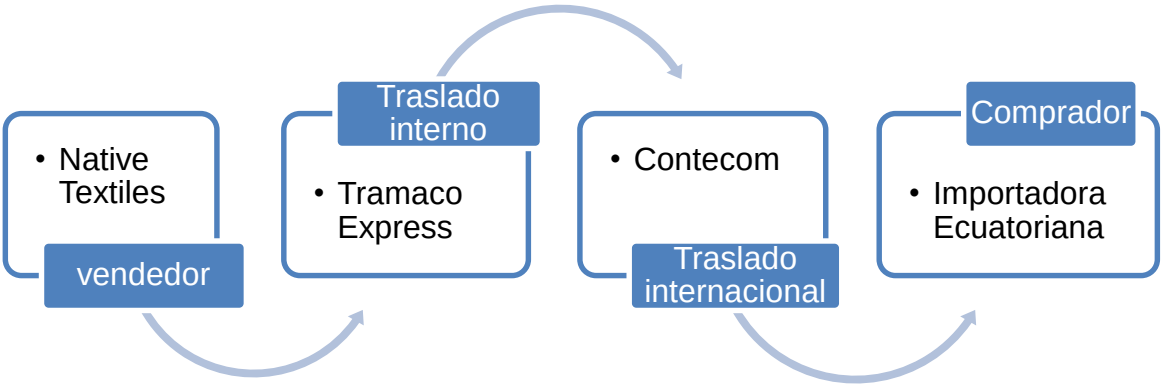


Gráfico 9: Contenerización y forma de distribución del producto

Elaboración Propia

Para realizar las exportaciones, se ha realizado previamente la negociación entre NATIVE TEXTIL y el comprador IMPORTADORA ECUATORIANA por medio de su representante Olga Males, en la que se estableció que la negociación se realizará en términos FOB, que el transporte que se utilizará para el traslado de los ponchos de lana acrílica internamente desde Otavalo es Tramaco Express, hasta la ciudad de Guayaquil y para el transporte en forma marítima desde el puerto de Guayaquil hasta el país destino se la hará con la empresa CONTECOM.

Para realizar la exportación de los ponchos se utilizará la siguiente forma de cubicaje:

Contenedor común Dry Van de 20 pies, el cual:

Tabla 6: Cubicaje

Caja:	Medidas (Largo 72 cm, Ancho 56 cm, Alto 82 cm)
Cantidad por caja:	60 unidades ponchos
Cantidad de cajas:	84 cajas
Cantidad total:	5040 unidades ponchos
Peso caja vacía:	0.5 Kg
Peso cargado por caja:	65 Kg
Peso total de cajas:	5460 Kg

Elaboración Propia

Las cajas van apiladas paradas ya que es más conveniente, porque entra 84 cajas en contenedor de 20 pies, debido a que estas se encuentran diseñadas de acuerdo con las siguientes medias, lo que permite una ubicación organizada dentro del contenedor.

Tabla 7: Contenedor

Alto 5,98	0,82	7,18
Ancho 2,35	0,56	4,19
Largo 2,39	0,72	2,91
Elaboración Propia		84 cajas

Con el fin de realizar la exportación la microempresa NATIVE TEXTIL, llega a un acuerdo con el comprador IMPORTADORA ECUATORIANA, por medio de su representante Olga Males, en que la negociación se realizará en términos FOB, el transporte utilizado en el país de origen será de la fábrica al puerto CONTECOM en Guayaquil.

Además, se utilizará un transporte interno para el traslado de Otavalo a Guayaquil por parte de la empresa Tramaco Express.

3.5.1. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS

Diana Burga y Mishel Flores mediante la microempresa NATIVE TEXTIL se permitirán garantizar y potencializar los productos para su explotación al extranjero,

para lo cual como necesidad y ventaja competitiva se ayudará a que la microempresa cuente con la Certificación ISO 9001 el cual es el correspondiente para la manufactura del ciclo de productos textiles que permitirá acreditar la calidad y diseño artesanal, creando seguridad y satisfacción a los clientes potenciales de California.

> Por otro lado, cabe mencionar a la Corporación Ecuatoriana de Calidad Total (CECT), creada en abril de 1992 mediante Decreto Ejecutivo de 1994 en la ciudad de Quito, como una Sociedad Jurídica de carácter privado y sin fines de lucro. La Corporación Ecuatoriana de Calidad Total otorga y fomenta en las empresas la inmersión de la cultura de calidad a través del Premio Nacional de Calidad (PNC). Las empresas son premiadas con la Medalla de Oro a la Excelencia y se entrega a 67 países en el mundo y en el Ecuador se hace mediante el Decreto Presidencial N° 1659 del año 1994. Este reconocimiento se otorga una vez al año a las empresas que obtengan más de 500 puntos en una evaluación de siete criterios, tales como: (a) Resultados del negocio, (b) Gestión de procesos, (c) Enfoque en el RRHH (Capacitación, competencia), (d) Análisis y gerencia del conocimiento, (e) Enfoque en el cliente y mercado, (f) Planificación estratégica y (g) Liderazgo de la gerencia, que componen el modelo internacional Malcolm Baldrige (Corporación Ecuatoriana de la Calidad Total, 2015).

Las tarifas que se deben pagar por derecho para el ingreso de los ponchos en el país destino Estados Unidos es un 16,65%, pues es el arancel aplicado por Estados Unidos de América a Ecuador para el producto 620219 (Abrigos, chalecos, capas, capas y abrigos similares, que no sean de punto, para mujeres o niñas, de lana o de pelo fino).

Tabla 8: Tratamiento Arancelario por SubPartida Nacional Ecuador

Para el producto 62021100 - Abrigos, capas, mantos, ponchos y abrigos o similares, para mujeres o niñas, que no sean de punto, de lana o de pelo fino			
Exportado de Ecuador a Estados Unidos de América			
Año Trifario. 2020 (HS Rev.2017)			
Fuente: ITC (Market Access Map)			
Régimen de Tarifas	Tarifa Aplicada	AVE	Nota

Derechos MFN (aplicados)	41 cents/kg + 16,3%	16,65%	

Fuente: Sistema de Consulta de Aranceles Aduaneros
Elaborado por: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (2020).

3.5.2. BARRERAS NO ARANCELARIAS

Simultáneamente no se presentan barreras arancelarias sin embargo para la certificación de calidad del producto se detallan todo lo que el producto necesita para el ingreso al país de destino a continuación se observa los requerimientos del producto para la exportación a Estados Unidos California.

3.5.3. ETIQUETADO

Para el ingreso de producto textil a Estados Unidos todos los productos textiles deben llevar etiquetado y en su etiqueta debe contar lo siguiente, Según Pro-Ecuador (2018) los requisitos generales de etiquetado de los productos textiles son los siguientes:

Gráfico 10: Etiqueta de los Ponchos de lana acrílica con figuras geométricas
Elaboración Propia

- Origen del producto
- Talla
- Marca registrada
- Instrucciones de cuidado y conservación
- Número de identificación registrado

- Símbolo
- Porcentaje de fibra o lana

3.3.4. Embace

La microempresa NATIVE TEXTIL actualmente no cuenta con un embalse por lo cual a fin de garantizar el traslado del producto en buena calidad en razón de la Certificación Obtenida ISO 9001 se hizo necesario crearlo para que este llegue en buenas condiciones a los clientes potenciales, pues la funda permite que la fibras sintéticas no se sometan a exposiciones de calor que pudiesen afectar la composición del poncho, así como evita se introduzca agua o se arrugue, la funda al ser biodegradable permite a la microempresa reducir costos y ser amigable con el ambiente.

Gráfico 11: Embace biodegradable con cierre hermético
Elaboración Propia

3.4.1.3. EMBALAJE

Es considerado embalaje a la envoltura o en muchos casos a la caja de cartón o de diferentes materiales en el que se va a transportar un producto.

Gráfico 12: Los ponchos se embalarán en cajas de cartón corrugado.
Elaboración Propia

- Caja: Medidas (Largo 72 cm, Ancho 56 cm, Alto 82 cm)
- Cantidad por caja: 60 unidades ponchos
- Cantidad de cajas: 84 cajas
- Cantidad total: 5040 unidades ponchos
- Peso caja vacía: 0.5 Kg
- Peso por caja: 65 Kg
- Peso total de cajas: 5460 Kg.

3.6. PÚBLICIDAD

Cabe destacar que en cuanto al below the line, al ser una práctica de marketing que se direcciona a nichos al no ser masiva podemos decir que esta técnica por lo general se enfoca en el uso de publicidad no convencional, es decir se utilizan las herramientas convencionales, pero con publicidad que llama la atención , es así como se prevé promocionar el producto a través del portal exporta fácil, y por medio de páginas web que ofertan en forma gratuita, además de ser promocionado de una forma innovadora como lo es por medio de un catálogo, promocionándolo por redes sociales como Facebook, WhatsApp y demás redes sociales. Se pretende aplicar el

BTL, de una forma creativa potenciando el producto como artesanía ecuatoriana de uso común.

3.7. PROYECCIÓN DE VENTAS

La microempresa NATIVE TEXTIL ha generado ingresos y egresos administrativamente responsables, lo que ha permitido tenga clientes potenciales para la venta de su producto estrella, los ponchos de lana acrílica con figuras geométricas, de esta manera una vez que se aplique el presente plan de exportación durante los años 2020 al 2025, se lograra realizar un incremento de ventas del 5% por año, a nivel de la microempresa y a nivel de exportación directa, permitiendo crear un índice de utilidad proporcionable, al riesgo empresarial en el mercado de California.

Tabla 9: Costos de Producción de NATIVE TEXTIL

	Mensuales	Anuales
Ponchos	3.000	36.000
Costos de Fabricación	7.50 c/u	270.000,00
Trabajadores a tiempo completo y medio tiempo.	5 = 200 5 = 400	36.000,00
IESS	11.15% c/u	4.374,00
Préstamo	5.000,00	60.000,00
Total, Egresos		370.374,00
Total, de costo de producción del poncho	10,28 c/u	370.080,00
Venta al por mayor e Ingresos	13,50 c/u	486.000,00
Utilidad sin exportación	3,21 c/u	115.626,00

Fuente: Ingresos, Egresos y Utilidad de la Producción Anual de NATIVE TEXTIL
Elaboración Propia

Tabla 10: Aplicación del Plan de Exportación Directa con un Cliente

		Semestral	Anual
Exportación de Ponchos		5040	10.080
Valores	Costos Unitarios	Semestral	Anual
Costo de Producción del Poncho	10,28 c/u	51.811,20	103.622,40
Costos de Logística hasta FOB	2.21 c/u	11.138,40	22.276,80
Total, de Egresos	12.49 c/u	62.949,60	125.899,20
Valor de Venta del Poncho al Extranjero Directamente	18,75 c/u	94.500,00	189.000,00
Utilidad de Exportación Directa por un cliente.	6.26 c/u	31.550,40	63.100,80

Elaboración Propia

Al aplicar dentro de las ventas generales de la microempresa NATIVE TEXTIL el 5% por cada año hasta el 2025, se pretende un crecimiento general en la producción y venta de 45.944 ponchos es decir un aumento del 25% de ponchos en los 5 años y en razón de las exportaciones directas al aplicar el presente plan por la microempresa NATIVE TEXTIL se dará un aumento del 5% por cada año en razón del cliente potencial permitiendo generar hasta el 2025 una venta de 12.863 ponchos es decir un 25% del margen de ventas del 2021 al 2025.

Tabla 11: Aplicando el Plan de Exportación Directa por la Microempresa NATIVE TEXTIL

2021	5%	504
2022	5%	529
2023	5%	555
2024	5%	583
2025	5%	612
Total de aumento de ventas	25%	2.783

Gráfico 13: Aplicación del Plan de Exportación Directa por un Cliente

3.7.1. MODELO DE NEGOCIO CANVAS

<table>
<tr>
<td rowspan="2">Aliados Clave

• Asociación de Industrias Textiles del Ecuador
• Asociación de Artesanos
• Pro-ecuador
• La Cámara de comercio
• Asesoría Jurídica en Contratos Internacionales
• Universidad de Otavalo (a través del Observatorio de comercio exterior e inversión extranjera).</td>
<td>Actividades Clave

• Insumos materiales
• Elaboración y Producción de Ponchos de lana Acrílica
• Búsqueda de Clientes Potenciales</td>
<td rowspan="2">Propuesta de Valor

• Diseños de figuras geométricas y conceptos consuetudinarios.
• Rentabilidad de Precios (Estudio de Mercado)
• Productos antialegóricos, ligeros y elegantes.
• Ponchos de material acrílico con procesos de producción calificados.</td>
<td>Relación con el Cliente

• La técnica publicitaria “below the line” (Redes Sociales)
• Videos</td>
<td rowspan="2">Segmentación de los Clientes

Clientes Potenciales de California Estados Unidos de 20 a 65 años que aprecian la venta directa al por mayor del producto final del Poncho de Lana Acrílica con Figuras Geométricas a fin de realizar la venta al consumidor en sus tiendas del extranjero</td>
</tr>
<tr>
<td>Recursos Clave

• Conocimiento estratégico fabricación y exportación.
• Maquinaria Instrumental
• Mano de obra calificada (Empleados)</td>
<td>Canales de Distribución

• E-commerce
• Fabrica y Local Comercial en Otavalo
• Exportación Directa al cliente potencial
• Comercialización publicitaria
• Importadoras</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">Estructura de Costes

• Insumos de Acrílico y Algodón
• Mano de obra producción
• Mantenimiento de maquinas
• Etiquetado.
• Envase.
• Diseño.
• Pago de impuestos
• Gastos portuarios, transporte
• Documentación, Flete y seguro interno
• Costos de Envíos courier por compras mayoristas</td>
<td colspan="3">Ingresos a la Microempresa NATIVE TEXTIL

• Transferencia Bancaria Internacional al Banco Pichincha Swift code/ IBAN (PICHECEQ) 50% al solicitarlo y 50% al embarcarlo.
• Préstamo de 60.000,00 dólares a Produbanco.
• Venta al por mayor y menor del producto en su domicilio tributario en el Ecuador.</td>
</tr>
</table>

CONCLUSIONES

- El posicionamiento internacional de la microempresa NATIVE TEXTIL, dentro del mercado de California-Estados Unidos, de acuerdo con la presente investigación es posible desarrollarlo, debido que al aplicar el plan de exportación se logra visualizar un incremento anual del 5% desde el año 2020 al 2025, mediante la compra directa de los clientes potenciales.
- Se determina que para el 2025 la microempresa NATIVE TEXTIL fabrique y realice una exportación directa de 12.863 ponchos de lana acrílica, con lo cual se genere el crecimiento en la balanza comercial de la microempresa y el comercio en la venta de este producto, llegando a tener una utilidad por exportación de 80.522,38 Dólares de los Estados Unidos de América.
- Una vez que se ha desarrollado el plan de exportación y se ha segmentado el mercado, permite a la microempresa NATIVE TEXTIL, el realizar una comercialización directa, debido a que al no ser quienes exportan su índice de utilidad actual es de 3,21 dólares por cada poncho de lana acrílica, pero al aplicar el presente plan de exportación hacia California Estados Unidos, su índice de ganancia al ser productores y exportadores, sin intermediarios seria de 6,26 dólares por unidad.
- Se comprobó, que NATIVE TEXTIL al implementar el plan de exportación directa de los ponchos en lana acrílica con figuras geométricas y ejecutarlo, tendrá un crecimiento en los ámbitos administrativos, comerciales, laborales, económicos y empresariales a nivel nacional e internacional permitiendo generar una oferta y demanda del producto y el incremento de mano de obra.
- La nueva teoría del comercio le permite a NATIVE TEXTIL, abrirse a un paradigma de crecimiento empresarial, pero sobre todo la direcciona a aplicar la economía de escalas en la cual mientras más productos elaboremos, más competentes seremos contra otros productores de artículos similares, además al amenorar costos de producción se puede innovar con otros productos para exportarlos a los países en los cuales se encuentran los clientes potenciales, consecutivamente se abrirá mercado en varios países internacionales,

basándose en la identidad cultural y tomando en cuenta que las artesanías ecuatorianas son apreciadas a nivel americano y europeo.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la microempresa NATIVE TEXTIL aplicar el plan de exportación, planteado en base al proyecto, la matriz precio y utilidad en razón del método canva´s, al ser claro, practico, sencillo y viable para el posicionamiento internacional de la microempresa.
- Se recomienda a la microempresa NATIVE TEXTIL, negociar con el mercado de California Estados Unidos y concretar con los posibles clientes potenciales como RUNAS CRAFTS situada en Boston y NATIVE IMPORT EXPORT en Chicago, la venta y exportación directa de su producto estrella en la temporada de invierno y otoño, épocas del año en el que los clientes requieren con más frecuencia el producto por ser ligero, cómodo, hipoalergénico y abrigado.
- Se recomienda trabajar y generar una mejor oferta y demanda con su cliente potencial la IMPORTADORA ECUATORIANA a fin de elevar la balanza comercial y cumplir con el incremento del 5% por cada año hasta el 2025, y así proseguir atrayendo a los demás clientes potenciales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adams, J. (2011). Guía de exportación de artesanías de madera hacia Los Estados Unidos- California. *Ecconomía, empresas y negocios*, 34-35. Obtenido de https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/01/AEM/ADTESDG0001310.pdf

Asmundson, I. (31 de mayo de 2018). Economista en jefe de California, sobre las tablas del gobernador y la proyección del futuro fiscal del estado. *KQED Informar, Inspirar, Involucrar.* Obtenido de *https://www.kqed.org/news/11671866/california-chief-economist-irena-asmundson-on-the-governors-charts-and-projecting-the-states-fiscal-future.*

Aguilar, W. (2018). *Plan de exportación de cobijas sintéticas de la empresa aly artesanías hacia estados unidos* (Pontificia Universidad Católica del Ecuador): Ibarra, Ecuador. Facultad de Comercio Internacional. Obtenido de https://dspace.pucesi.edu.ec/handle/11010/87

Asociación De Industrias Textiles Del Ecuador. (2015). AITE. *Actualidad textil del Ecuador*. Industria Textil y Confeccion Ecuatoriana. Obtenido de https://www.aite.com.ec/

Avendaño, P. G. (2006). *Introducción a la investigación bioantropológica en actividad física.* Venezuela : Universidad de Venezuela .

Behar, D. (2008). *Metodologia de la Investigación.* Editorial Shalom.

Banco Central. (2015). Boletin Mensual de Exportaciones e Inversionistas. *Dirección de Inteligencia de Negocios*, 1-2. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp

Banco Central. (2020). Banco Central del Ecuador. *Economía*, 1-2. Obtenido de https://www.primicias.ec/noticias/economia/modelo-ecuador-acuerdo-comercio-estados-unidos/

Bonet, M. (2013). Bioecapsulados biomateriales. *Industria textil N 404*, 44-45. Obtenido de http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28361/1/Espada%20Mar%C3%ADa.pdf

Bonilla, A. (1998). Las relaciones entre Ecuador y Estados Unidos: Entre el sobresalto y la rutina. *Estados Unidos y los paises Andinos*, 15. Obtenido de https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57005.pdf

Bustamante, X. (2015). La Economía y la Globalización. *FLACSO*, 56-57. Obtenido de https://www.acavir.com/comercio-exterior/sistema-armonizado/

Blanco, R. (2011). *Diferentes Teorías del Comercio Internacional - Tendencias y Nuevos Desarrollos de la Teoría Económica*, 24. Obtenido de https://revistas.unisucre.edu.co/index.php/rpg/article/view/156/198

Carbaugh , R. (2012). *Economía Internacioal*, 112. Obtenido de http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6103/1/T2570-MT-Tonato-Analisis.pdf

Carvajal, C. (2018). *Implementación de la metodología CANVAS en el desarrollo de la pequeña industria,* (Tesis de grado con mencion maestria en gestion de empresas)*.* Quito-Provincia de Pichincha. Universidad Andina Simón Bolivar. Obtenido de http://repositorionew.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6393/1/T2735-MBA-Carvajal-Implementacion.pdf

Cevallos, J., & Valenzuela, E. (2013). Momentos difíciles para el textil ecuatoriano*. Revista Gestión.* Industria. Obtenido de: https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy_pdfs/237_003.pdf

Civallero, E. (2011). Sonidos, voces y ecos de América Latina. *Tierra de vientos*, 7-8. Obtenido de https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4831/1/UPS-GT000421.pdf

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones-COPCI-. (2010). *Asamblea Nacional.* Quito: Función Legislativa. Obtenido de https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf

Compañia de Comercio y Exportacion. (2012). *Guía Practica Plan de Exportación.* Puerto Rico: División Promoexport. Obtenido de http://www.comercioyexportacion.com/images/documentos/exportar/Guia_Practica_del_Plan_de_Exportacion-Version_Final_Oficial_LV.pdf

Coraggio, J. (2004). *Economía del trabajo (La otra Economía).*Brasil: Altamira. Obtenido de http://www.cepalforja.org/economiasolidaria/wp-content/uploads/2017/06/Laotraeconomia.pdf#page=151

Corporación Ecuatoriana de la Calidad Total. (2015). El ISO 9001 y TQM en las empresas de Ecuador. *Revista Journal*, 1-24.

Díaz, L. (2013). *Metodología de investigación en educación.* México .

Diez, B. (28 de Mayo de 2018). Cómo logró California convertirse en la 5ª economía del mundo (y cuáles son algunos de los inconvenientes). *BBC NEWS Mundo. Obtenido de: https://www.bbc.com/mundo/noticias-44204832*.

Hernández, B. (2001). *Técnicas estadísticas de investigación social.* Madrid : diazdesantos.

El Comercio. (15 de 04 de 2017). Sector textil es el segundo de Ecuador que genera más empleo. *EL COMERCIO. COM*. Obtenido de https://www.elcomercio.com/actualidad/sectortextil-ecuador-feria.html

Ecuador. (01 de 02 de 2007). Productos Textiles del Ecuador. *Ecuador.com*. Obtenido de https://www.ecuador.com/blog/productos-textiles-del-ecuador/

Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas (ITC). (2020). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas, Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volumenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.* Obtenido de Trade Maps: trademap.org/AdvancedProductSearch.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c%7c620219%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

Europa Press. (13 de 07 de 2011). Oferta, Demanda y Mercado. *El Mundo*, pág. 24. Obtenido de https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf

Gacén, H. (2010). Fibras Textiles, propiedades y descripción. *En TERRASSA* (pág. 91). Catalunya. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/286457627_Introduccion_a_la_ciencia_de_los_polimeros

Gómez, S. (26 de 05 de 2020). La Industria Textil en el Ecuador. *FASHION, LUXURY & RETAIL*. Obtenido de https://enriqueortegaburgos.com/la-industria-textil-en-el-ecuador/

Gracia, M. (2009). La Nueva Teoría del Comercio Internacional en la posmodernización de la economía global (*Temas de Ciencia y Tecnologia*), Vol. XIII. *Universidad del Mar, Adscrito al Instituto de estudios internacionales.* Obtenido de http://mixteco.utm.mx/edi_anteriores/temas037/E3-.pdf

Grijalva, M. (2016). Grupos Étnicos del Ecuador, (Análisis del sector textil artesanal de la ciudad de Otavalo para el año 2016). *Pro-Ecuador.* Quito., 45. Obtenido de http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/7687/1/140336.pdf

Imbaquingo, J. (13 de 02 de 2020). Se abre la ruta para el tratado comercial entre Ecuador y Estados Unidos. *EL COMERCIO*. Obtenido de https://www.elcomercio.com/actualidad/compromisos-reunion-moreno-trump-washington.html

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2018). Encuesta Estructura Empresarial .*INEC*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-a-empresas/

Jácome, H., & King, K. (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. *FLACSO, 1*(ISBN: 978-9978-67-396-6), 262-263.

Jaramillo, H. (1990). *Tecnicas Artesanales en Imbabura.* (FLACSO, Ed.) Otavalo, Ecuador: Instituto Otavaleño de Antropologia. Obtenido de http://repositorio.flacsoandes.edu.ec:8080/bitstream/10469/9815/1/REXTN-SA14-03-Jaramillo.pdf

Jimenez, F., & Lahura, E. (1999). *La Nueva Teoria del Comercio Internacional*: Perú. Pontificia Universidad Cátolica de Perú. Obtenido de http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/DDD149.pdf

Kluwer, W. (s/f). *Wolters Kluwer*. Obtenido de https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASMjcyMTtbLUouLM_DxbIwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAdAzhbjUAAAA=WKE

Legiscomex. (12 de Marzo de 2014). *Inteligencia de Mercados: Sector Textil y confecciones en el Ecuador*. Obtenido de http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/estudio-textil-confecciones-ecuador-produccion-rci283.pdf

Lerma, A. & Márquez, E. (2010). Comercio y Marketing Internacional. *CENGACE Learning, 4*(ISBN-13: 978-607-481-450-7), 675. Obtenido de http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Comercio%20y%20Marketing%20internacional.pdf

Mayorga, J. & Martinez, C. (2008). Paul Krugman y el Nuevo Comercio Internacional. *Universidad Libre*. Obtenido de file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-PaulKrugmanYElNuevoComercioInternacional-4547087%20(1).pdf

Miño, M. (1989). *La Economia de la Real Audiencia.* Ecuador: Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe. Obtenido de https://www.jstor.org/stable/j.ctv6mtc2z.4?seq=4#metadata_info_tab_contents

Mondragon, K. (2013). *FIBRAS SINTÉTICAS Y ESPECIALES*. Ecuador: Instituto Politécnico Nacional. Obtenido de http://fibrologia.blogspot.com/2013/04/fibras-sinteticas.html

Montero, S. (2015). *Plan de negocios para exportar ponchos artesanales tejidos de lana de salinas de Guaranda hacia Moscú, año 2016.* Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial . Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/18254/1/64895_1.pdf

Montes, J. (14 de 05 de 2015). Exportación . *Economipedia*, pág. https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html.

Morales, C. (2000). *Plan de Exportación. Lleve sus productos a todo el mundo .* Maxico: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.

Nieto, E. (01 de 06 de 2017). *Historia FRANCELANA*. Obtenido de Industria Textil: https://www.francelana.com/2017/06/01/historia/

Ordóñez, M. (2014). Los Dos Lados de la Tela. *Revista Gestión* , 8. Obtenido de https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy_pdfs/255_004.pdf

Organizacion de Oportunidades Comerciales con Estados Unidos. (10 de 06 de 2020). *Datos del Mercado de Usa Marco de Negocios, Político, Social y Económico.* Obtenido de https://amchamgye.org.ec/agye/wp-content/uploads/Intertradebiz-Oportunidades-Comerciales-con-Estados-Unidos.pdf

Organización Mundial de Comercio. (2011). OMC. *Adhesión de Estados miembro*, 1. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/historywto_04_s.pdf

Organización del Comercio Mundial. (2013). *Informe sobre el comercio mundial.* Publicaciones de la Organización Mundial del Comercio. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/reser_s/wtr13_brochure_s.pdf

Peralta, G. (2019). *Estudio de la Éstetica de los productos vestimentarios en la plaza de los ponchos del pueblo indigena de Otavalo.* (E. d. Moda, Ed.) Cuenca, Ecuador: Universidad del Azuay.

Pérez, M. (2014). Historia y Evolución Industria Textil. *Historia de los Textiles.* Obtenido de

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/39726_149027.pdf

Porcel , A., & Artetxe , E. (2016). Una introducción a los textiles artificiales en las colecciones de indumentaria del siglo XX y su conservación. *GE Grupo Español de Conservación , ISSN: 1989-8568*.

PROECUADOR. (2015). Mercado Textil. *Monitoreo de Exportaciones*, 2-3. Obtenido de https://www.proecuador.gob.ec/monitoreo-de-exportaciones/

PROECUADOR. (2020). *Ficha Tecnica de Ecuador.* Quito. Obtenido de https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-de-ecuador/

Quimí, W. (2017). *Comercio y Gestión empresarial, ATPDEA y su influencia en el comercio de bienes entre Ecuador- USA*, 21-23. Obtenido de https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7623/7/TFLACSO-2010DETR.pdf

Robinson, S. (2005). *Administración Décima Edición.* Naupacal de Juarez: Cámara Naciaonal de la Industrial mexicana.

Ruiz, C. (2018). *Memorias del Artesano Tejedor.* Otavalo.

Sampieri. (2014). *Metodología de la Investigación.* México D.F, México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.

Sánchez, D. (2005). *Plan de exportación de pulque enlatado marca "Néctar del Razo" a Vancouver, BC*. Canadá. Universidad de la Amèricas Puebla. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/sanchez_r_da/capitulo2.pdf

Santander, B. (2019). Regimenes Arancelarios. *Tramites Aduaneros*. Estados Unidos. *https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/estados-unidos/tramites-aduaneros-importacion*

Santos, G. (2019). PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS. *UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL*. Obtenido de http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2628/1/T-ULVR-2421.pdf

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador . (04 de 2017). *¿Qué es una exportación?.* Para Exportar. Obtenido de: https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2020). Materiales Textiles y sus Manufacturas (Sistema de Consulta de Aranceles Aduaneros). Tratamiento Arancelario por SubPartida Nacional Ecuador. Obtenido de http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=6201110000

Sistema Nacional de Aduana del Ecuador. Obtenido de http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

Sosa, R. (2019). *Negocios Internacionales La Incidencia de la Artesanía Importada en la Ciudad De Otavalo*, 40-42. Obtenido de https://ar.usembassy.gov/es/que-es-el-sistema-generalizado-de-preferencias/

Toro, J. (2011). El Impacto del Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos. *Balanza Comercial*, 78-79. Obtenido de https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5279/1/UPS-QT03767.pdf

Torres, B. (2006). *Metodología de la Investigación para administración, economía y humanidades.*

TRADE MAP (2019). *Lista de los mercados importadores para un producto exportado porEcuador en 2019. (*Estadísticas comerciales para el desarrollo empresarial internacional Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado). Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c218%7c%7c%7c%7c51%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c2%7c1%7c1%7c1

Troya, A. (1987). Obrajes en la Audiencia de Quito. *Universidad Catolica del Ecuador Quito*, 1-60. Obtenido de www.raco.cat › BoletinAmericanista › article › download

Urbano, J. A. (2014). *Técnicas para investigar* (2º ed.). Cordoba: Editorial Brujas

Vallejo, C. (2013). *Estrategia para generar valor a la Comercialización de Chales de Orlón de Otavalo para la exportación al Mercado Alemán (Para la Obtención del Título de Ingeniera en Negocios Internacionales).* Quito, Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de https://1library.co/document/q7wmnvkz-estrategia-generar-comercializacion-charles-otavalo-exportacion-mercado-aleman.html

Warshaw, L. (2005). *Industria de Productos Textiles.* Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo. Madrid: Enciclopedia. Obtenido de La Industria Textil.

Historia y Salud y Seguridad: https://www.insst.es/documents/94886/161971/Cap%C3%ADtulo+89.+Industria+de+productos+textiles

WordPress. (2014). *Historia Fibras Sinteticas y Especiales* . Obtenido de Fibra Acrilica: https://noelisglez.wordpress.com/acrilico/

Yuni, J. A. (2006). *Tecnicas Para Investigar 2.* Argentina: Brujas.

ANEXOS

UNIVERSIDAD DE OTAVALO

PLAN DE EXPORTACION DE PONCHOS PARA LA MICROEMPRESA NATIVE TEXTILES HACIA CALIFORNIA ENTREVISTA

ENCUESTA 1, DIRIGIDA: Sr. Carlos Alberto Ruiz (EXPORTADOR)

OBJETIVO: Determinar la situación actual de la MICROEMPRESA NATIVE TEXTILES mediante las interrogantes basadas en los indicadores propuestos en la Operacionalización de variables, para la implementación de un plan de exportación para el aumento de un 5% en las ventas.

A continuación, se presenta un listado de preguntas se sugiere responda con la verdad de forma clara y concisa.

Guía

1. **¿La microempresa ha realizado exportaciones anteriormente?**
2. **¿Existe una organización estructural de la microempresa?**
3. **¿Cuál es su forma de etiquetado, empaquetado y embalaje del producto poncho?**
4. **¿Podría citar los tres productos más representativos en ventas de la microempresa?**
5. **¿Cómo determina el costo de producción y comercialización de su producto (Poncho)?**
6. **¿Existe personal asociado encargado de las ventas y comercialización de los ponchos de lana acrílica?**
7. **¿Por qué su producto (Poncho), se diferencia de la competencia?**
8. **¿Cuáles son los principales competidores?**
9. **¿Cuáles son sus clientes potenciales en la adquisición del producto poncho?**
10. **¿Qué conocimientos poseen en su microempresa sobre procesos y operaciones de Comercio Exterior (exportaciones)?**

UNIVERSIDAD DE OTAVALO

PLAN DE EXPORTACION DE PONCHOS PARA LA MICROEMPRESA NATIVE TEXTILES HACIA CALIFORNIA ENTREVISTA

ENCUESTA 2, DIRIGIDA: Olga Esthela Males Cachimuel Propietaria (IMPORTADORA)

OBJETIVO: Determinar la situación actual de la empresa IMPORTADORA ECUATORIANA mediante las interrogantes basadas en los indicadores propuestos en la Operacionalización de variables.

A continuación, se presenta un listado de preguntas se sugiere responda con la verdad de forma clara y concisa.

Guía

1. **¿Cómo usted clasifica su manufactura?**
2. **¿Podría citar los tres productos más representativos en ventas de la empresa?**
3. **¿Qué medio de pago suele utilizarse en su empresa?**
4. **¿Qué tipo de transporte utiliza para sus operaciones logísticas?**
5. **¿Qué Incoterm es el preferido por su empresa para el transporte de mercancías textiles?**
6. **¿Qué empaque y embale suele emplear su empresa para la importación de productos textiles?**
7. **¿Cuáles son sus principales competidores en el sector?**
8. **¿Qué países son sus principales clientes?**
9. **¿Cuáles son sus clientes potenciales en el sector?**
10. **¿Sus ventas son al por mayor o por unidad?**

UNIVERSIDAD DE OTAVALO

UNIVERSIDAD DE OTAVALO

PLAN DE EXPORTACION DE PONCHOS PARA LA MICROEMPRESA NATIVE TEXTILES HACIA CALIFORNIA

ENCUESTA

OBJETIVO: Conocer el grado de aceptación del producto (Poncho) a través de la encuesta virtual a los principales consumidores del producto en Ecuador.
ENCUESTA 3, DIRIGIDA A: Mujeres de 18 años en adelante

Edad:

Seleccione con una X su respuesta y argumente en las que sea necesario.

1. **¿Cuánto tiempo lleva utilizando los productos de la microempresa NATIVE TEXTIL?**
   - Más de un año
   - Entre un año y seis meses
   - Menos de un mes
2. **¿Cuál es su grado de satisfacción general con nuestros productos?**
   - Completamente satisfecho
   - Satisfecho
   - Insatisfecho
3. **En comparación con otras alternativas del mercado, la calidad de nuestros productos es:**
   - Excelente
   - Aceptable
   - Deficiente
   - Otro (Por favor especifique)
4. **La calidad de nuestro producto poncho es:**
   - Alta
   - Media
   - Baja
5. **La atención y respuesta a sus inquietudes, quejas y reclamos es:**
   - Excelente y oportuna
   - Excelente pero inoportuna

- Regular e inoportuna

6. **¿Comprará o utilizará usted nuestros productos de nuevo?**
   - Si
   - Probablemente
   - No
7. **¿Considera que nuestro producto es de alta durabilidad?**
8. **¿Cuál es la probabilidad de que nos recomiende con sus conocidos?**
9. **En general, ¿qué tan satisfecho está con los productos textiles de la microempresa NATIVE TEXTIL?**
10. **¿Cuál es el aspecto o aspectos que mejoraría en su experiencia con nuestra marca?**