



**UNIVERSIDAD DE OTAVALO**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

**TEMA: “PLAN DE IMPORTACIÓN DE ROLLOS DE TELA DEPORTIVA PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS EN LA EMPRESA SUBLIMADORA ARTTEX, 2024”.**

**AUTORA: Paredez Hernández Cristina Gabriela**

**TUTOR: Ing. Pozo Cevallos Karla Amanda Msc. SCM**

**OTAVALO – ECUADOR**

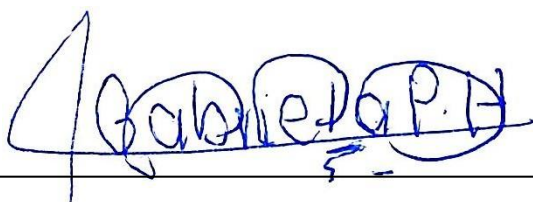
**2024**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, PAREDEZ HERNÁNDEZ CRISTINA GABRIELA, con C.I. 100434804 9, de la carrera de COMERCIO EXTERIOR.

Declaro que el Trabajo de Titulación “PLAN DE IMPORTACIÓN DE ROLLOS DE TELA DEPORTIVA PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS EN LA EMPRESA SUBLIMADORA ARTTEX, 2024” es de mi total autoría y que no ha sido previamente presentado para grado alguno o calificación profesional.

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.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gabriela P.H.', is written over a horizontal line.

**PAREDEZ HERNÁNDEZ CRISTINA GABRIELA**

**C.I. 100434804 9**

## CARTA DE CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

**Fecha:** 14 de agosto de 2024

Yo, Ing. Pozo Cevallos Karla Amanda Msc. SCM, en mi carácter de tutor del trabajo de titulación: “PLAN DE IMPORTACIÓN DE ROLLOS DE TELA DEPORTIVA PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS EN LA EMPRESA SUBLIMADORA ARTTEX, 2024”, realizado por la estudiante PAREDEZ HERNÁNDEZ CRISTINA GABRIELA titular de la cédula de ciudadanía 100434804 9, declaro mediante la presente, que el proyecto del trabajo de titulación cumple con las condiciones mínimas requeridas para ser sometido a su evaluación.



ING. KARLA AMANDA POZO CEVALLOS MSC, SCM,

C.I. 100274862-0

# INFORME RESUMEN DEL SISTEMA ANTI-PLAGIO



Identificación de reporte de similitud: oid:3117:374272250

NOMBRE DEL TRABAJO

TRABAJO DE TITULACIÓN - GABRIELA P  
AREDEZ 8VO COMEX.pdf

AUTOR

CRISTINA GABRIELA PAREDEZ HERNÁN  
DEZ

RECuento DE PALABRAS

19534 Words

RECuento DE CARACTERES

115372 Characters

RECuento DE PÁGINAS

92 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.1MB

FECHA DE ENTREGA

Aug 20, 2024 5:19 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 20, 2024 5:21 PM GMT-5

## ● 5% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 4% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 2% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

## ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)

**UNIVERSIDAD DE OTAVALO  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR  
APROBACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADO**

Otavalo, 26 de septiembre de 2024

Se aprueba el trabajo de grado con el tema:

**PLAN DE IMPORTACIÓN DE ROLLOS DE TELA DEPORTIVA PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS  
OPERATIVOS EN LA EMPRESA SUBLIMADORA ARTTEX, 2024**

Correspondiente al estudiante:

Nombre: Paredez Hernández Cristina Gabriela

C.I: 100434804 9


Para constancia firman los integrantes del tribunal evaluador:



Presidente de Tribunal de Grado

Nombre: Dr. Mantilla Salgado Jorge David

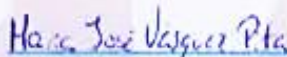
C.I: 100311243 8



Tutor del trabajo de Grado

Nombre: Ing. Pozo Cevallos Karla Amanda Msc. SCM.


C.I: 100274862 0



Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Msc. Vásquez Pita María José

C.I: 100362682 5



Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Msc. Mosquera López Iván Eduardo

C.I: 100162495 4

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Cristina Gabriela Paredez Hernández**, declaro que este trabajo de titulación: **PLAN DE IMPORTACIÓN DE ROLLOS DE TELA DEPORTIVA PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS EN LA EMPRESA SUBLIMADORA ARTTEX, 2024** es de mi total autoría y que no ha sido previamente presentado para grado alguno o calificación profesional. Así mismo declaro que dicho trabajo no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo como autores la responsabilidad ante las reclamaciones que pudieran presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de cualquier responsabilidad al respecto.

Que de conformidad con el artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social, conocimientos, creatividad e innovación, concedo a favor de la Universidad de Otavalo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos, conservando a mi favor los derechos de autoría según lo establece la normativa de referencia.

Se autoriza además a la Universidad de Otavalo para la digitalización de este trabajo y posterior publicación en el repositorio digital de la institución, de acuerdo a lo establecido en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior. Por lo anteriormente declarado, la Universidad de Otavalo puede hacer uso de los derechos correspondientes otorgados, por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.



**CRISTINA GABRIELA PAREDEZ HERNÁNDEZ**

C.C. 100434804 9



**CRISTINA GABRIELA PAREDEZ HERNÁNDEZ**

C.C. 100434804 9

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de investigación a mi madre al haber sido mi sustento y apoyo, a mis hermanos: Santiago, Alejandra, Vanessa (+) y sobrina Micaela por aconsejarme en diferentes transcurso académicos y motivarme en que, si puedo, siendo mi fortaleza y apoyo incondicional.

Aunque no estés presente, sé que estás conmigo, no me dejaste sola, éramos y seguimos siendo las dos, tú en el universo y yo en la tierra, pero seguimos juntas y en algún momento nos volveremos a encontrar. Vane te dedico este proyecto en especial a ti. Mi gemela de diferente edad, si pude.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haberme permitido cumplir una más de mis metas, a mi madre Hilda Hernández, a mis hermanos: Santiago, Alejandra, Vanessa (+) Paredez Hernández y mi sobrina Micaela (mi roja) por haber confiado en mí y motivarme en este transcurso de vida, no fue nada fácil; gracias hacerme sentir que no estoy sola, por acompañarme y haber compartido todas mis emociones.

Agradezco a mis compañeros/as, en especial a: Melany Solórzano y Lizeth Guaña, por haberme apoyado en varias ocasiones en especial decirme que no lea rápido en las exposiciones (tengo pánico escénico), por tantas story time y risas que serán difíciles de olvidar, por esas ocasiones y más, las llevaré en mi corazón y espero encontrarme en el transcurso del camino siendo colegas.

Agradezco a mi profesora Karlita Pozo por haberme ayudado en el transcurso de mi tesis, tenerme paciencia y guiarme en temas aduaneros (siquiera al último jaja), se dejó querer por tener maneras de enseñar.

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	ix
ABSTRACT .....	x
INTRODUCCIÓN.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....	2
JUSTIFICACIÓN .....	2
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	3
GENERAL .....	3
ESPECÍFICOS .....	3
ESTRUCTURA CAPITULAR.....	3
DESARROLLO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	5
CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL PLAN DE IMPORTACIÓN Y REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS .....	5
1.1.- COMERCIO EXTERIOR .....	5
1.2.- ECUAPASS.....	5
1.3.- IMPORTACIÓN.....	5
1.3.1. PASOS PREVIOS A LA IMPORTACIÓN.....	6
1.3.2. RÉGIMEN .....	6
1.3.3. ACUERDOS .....	7
1.3.4. ARANCEL .....	8
1.3.5. INCOTERMS .....	8
1.3.6. LOGÍSTICA INTERNACIONAL .....	9
1.3.7. TRANSPORTE.....	9
1.3.8. TIPO DE ALMACENAMIENTO .....	9
1.3.9. TIPO DE CONTENEDOR .....	10
1.3.10. ENVASE, ETIQUETA Y EMBALAJE .....	10
1.3.11. DOCUMENTOS DE IMPORTACIÓN .....	11

1.3.12. MEDIO DE PAGO .....	12
1.4. REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS .....	12
1.4.1. BENEFICIOS .....	12
1.5. CONCLUSIONES PARCIALES CAPÍTULO I .....	13
<b>CAPÍTULO II. DESARROLLO METODOLÓGICO .....</b>	<b>14</b>
2.1. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC) .....	14
2.2. HISTORIA DE LA EMPRESA .....	14
2.2.1. MISIÓN.....	15
2.2.2. VISIÓN.....	16
2.2.3. MATRIZ FODA DE LA EMPRESA .....	16
2.3. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....	17
2.3.1. DESCRIPTIVO .....	17
2.3.2. ANALÍTICO.....	17
2.3.3. DEDUCTIVO .....	17
2.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	18
2.4.1. CUALITATIVA.....	18
2.4.2. CUANTITATIVA.....	18
2.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: .....	18
2.5.1. NO EXPERIMENTAL.....	18
2.6. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	18
2.6.1. ENTREVISTA .....	19
2.6.2. ENCUESTA .....	19
2.7. VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	20
2.8. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	21
2.8.1. POBLACIÓN.....	21
2.8.2. MUESTRA.....	22
2.9. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	24

2.9.1. GRÁFICA DE DATOS .....	25
2.10. CONCLUSIONES PARCIALES CAPÍTULO II.....	35
<b>CAPITULO III. PLAN DE IMPORTACIÓN DE ROLLOS DE TELA DEPORTIVA PARA LA EMPRESA SUBLIMADORA ARTTEX.....</b>	<b>36</b>
3.1. EMPRESA .....	36
3.2. MATERIA PRIMA (TELA).....	36
3.3. PERSONAL QUE INTERVIENE .....	37
3.4. MAQUINARIA.....	38
3.5. PRODUCCIÓN .....	38
3.5.1. PLAZOS.....	41
3.6. PROCESOS .....	42
3.6.1. PROCESO DE CONFECCIÓN DE PRENDAS .....	42
3.7. PRODUCTO TERMINADO.....	43
3.7.1. PRENDAS CONFECCIONADAS Y PRECIOS – Catálogo de productos.....	43
3.8. EMPAQUE .....	45
3.9. TIPO DE COMERCIALIZACIÓN.....	46
3.9.1. DISTRIBUCIÓN .....	46
3.10. MARKETING .....	47
3.11. NICHOS DE MERCADO.....	49
3.12. MERCADO DE IMPORTACIÓN.....	49
g3.12.1. PROVEEDOR DE IMPORTACIÓN .....	50
3.13. MEDIOS DE PAGO.....	54
3.14. NORMATIVA LEGAL .....	54
3.14.1. PARTIDA ARANCELARIA .....	55
3.14.2. SUBPARTIDA .....	55
3.14.3. CÓDIGOS SUPLEMENTARIOS .....	56
3.14.4. RÉGIMEN ARANCELARIO.....	56
3.14.5. RESTRICCIONES.....	57

<b>3.15. CONCLUSIÓN PARCIALES CAPÍTULO III.....</b>	<b>57</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>58</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>59</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>60</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>63</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Marca.....	15
Gráfico 2. Mapa Ecuador – Provincias.....	21
Gráfico 3. Mapa Provincia Imbabura.....	22
Gráfico 4. Guayas, Pichincha y Manabí juntas, concentran al 53.5% de población del país .....	23
Gráfico 5. Población total por cantones.....	23
Gráfico 6. Tela.....	37
Gráfico 7. Foto enviada.....	38
Gráfico 8. Lista de clientes.....	38
Gráfico 9. Diseño.....	39
Gráfico 10. Sublimado.....	39
Gráfico 11. Corte.....	40
Gráfico 12. Maquilado.....	40
Gráfico 13. Producto terminado.....	41
Gráfico 14. Flujograma producción de prendas.....	42
Gráfico 15. Empaque de prendas al por mayor.....	45
Gráfico 16. Funda Biodegradable.....	45
Gráfico 17. Etiqueta.....	45
Gráfico 18. Marketing Sublimadora Arttex.....	48
Gráfico 19. Página PrimaDenim – Primatela.....	50
Gráfico 20. Cambio de moneda.....	51
Gráfico 21. Flujograma de logística directa.....	53
Gráfico 22. Descripción arancelaria.....	55
Gráfico 23. Descripción arancelaria.....	55
Gráfico 24. Código suplementario.....	56
Gráfico 25. Régimen arancelario.....	56
Gráfico 26. Restricciones.....	57

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> .....	29
<b>Figura 2</b> .....	29
<b>Figura 3</b> .....	30
<b>Figura 4</b> .....	31
<b>Figura 5</b> .....	31
<b>Figura 6</b> .....	32
<b>Figura 7</b> .....	33
<b>Figura 8</b> .....	33
<b>Figura 9</b> .....	34
<b>Figura 10</b> .....	35

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1. Matriz FODA.....</b>	<b>16</b>
<b>Tabla 2. Plazo de entrega.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 3. Prendas confeccionadas y precio.....</b>	<b>44</b>
<b>Tabla 4. Tasa de cambio de peso a dólar estadounidense.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 5. Matriz de costos.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 6. Comparación de precios.....</b>	<b>53</b>

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1. Formato de entrevista.....</b>	<b>63</b>
<b>Anexo 2. Carta de validación.....</b>	<b>65</b>
<b>Anexo 3. Carta de validación.....</b>	<b>66</b>
<b>Anexo 4. Carta de validación.....</b>	<b>67</b>
<b>Anexo 5. Entrevista a Gerente Propietario.....</b>	<b>68</b>
<b>Anexo 6. Encuesta aplicada.....</b>	<b>71</b>
<b>Anexo 7. Ficha técnica tela poliéster #1.....</b>	<b>72</b>
<b>Anexo 8. Ficha técnica tela poliéster #2.....</b>	<b>72</b>
<b>Anexo 9. Ficha técnica tela poliéster #3.....</b>	<b>72</b>
<b>Anexo 10. Cotización (pesos colombianos).....</b>	<b>72</b>

## **RESUMEN**

El proyecto de investigación titulado “Plan de importación de rollos de tela deportiva para la reducción de costos operativos en la empresa Sublimadora Arttex, 2024”, tiene como objetivo de mejorar la eficiencia económica de la Sublimadora Arttex, una empresa ubicada en el cantón Atuntaqui, dedicada a la sublimación y confección de prendas deportivas desde hace 21 años.

El estudio propone la importación de rollos de tela deportiva como estrategia para reducir los costos operativos al momento de adquirir materia prima. Actualmente, la empresa enfrenta altos costos en la adquisición de la materia prima (tela) en el mercado local, lo que afecta su competitividad y margen de beneficio. A través de un análisis detallado del proveedor internacional (País de Colombia - Primatela) y de las condiciones del mercado global, lo cual, el proyecto busca identificar opciones de importación, que ofrezcan materiales de alta calidad a precios más accesibles.

La investigación contempla varios pasos clave: la evaluación de la calidad de las telas ofrecidas por el proveedor extranjero, el cálculo de los costos asociados a la importación (transporte, aranceles y documentación legal), y el análisis comparativo de estos costos con los actuales. Se considerarán los beneficios adicionales, siendo la posibilidad de acceder a una mayor variedad de telas, tal aspecto mencionado puede contribuir a la diferenciación y mejora de los productos finales de la empresa Arttex.

En resumen, este proyecto de investigación no solo busca una reducción de costos, sino también una mejora integral en la cadena de suministro de la Sublimadora Arttex, permitiendo así a la empresa mantenerse competitiva en un mercado exigente y en constante evolución.

## **ABSTRACT**

The research project entitled "Import plan for rolls of sports fabric for the reduction of operating costs in the company Sublimadora Arttex, 2024", aims to improve the economic efficiency of the Sublimadora Arttex, a company located in the canton of Atuntaqui, dedicated to the sublimation and manufacture of sportswear for 21 years.

The study proposes the import of rolls of sports fabric as a strategy to reduce operating costs when acquiring raw materials. Currently, the company faces high costs in the acquisition of the material (fabric) in the local market, which affects its competitiveness and profit margin. Through a detailed analysis of the international supplier (Country of Colombia - Primatela) and global market conditions, the project seeks to identify import options that offer high quality materials at more affordable prices.

The research includes several key steps: the evaluation of the quality of the fabrics offered by the foreign supplier, the calculation of the costs associated with importation (transportation, tariffs and legal documentation), and the comparative analysis of these costs with the current ones. The additional benefits will be considered, being the possibility of accessing a greater variety of fabrics, such an aspect mentioned can contribute to the differentiation and improvement of the final products of the Arttex company.

In summary, this research project not only seeks a cost reduction, but also a comprehensive improvement in the supply chain of the Arttex Sublimator, thus allowing the company to remain competitive in a demanding and constantly evolving market.

# INTRODUCCIÓN

En un mundo globalizado, la competitividad y sostenibilidad de las empresas dependen en gran medida de su capacidad para optimizar costos y mejorar la calidad de sus productos.

La industria textil tiene un patrimonio histórico y cultural, entendiendo que se encuentra en todo el mundo y tomando en consideración, en Ecuador en la parroquia de Antonio Ante - Atuntaqui es un “sector de la economía que se ocupa de la producción de fibras naturales o sintéticas, hilados, tejidos (tela), prendas de vestir, artículos para el hogar, tapices y otros productos textiles para otros fines” (Leiva, 2017). La rama de la zona textil en Ecuador es un sector estratégico de la economía nacional, que, aunque las “ganancias de la industria textil han disminuido significativamente año tras año, sigue siendo uno de los sectores manufactureros más importantes y uno de los mayores creadores de empleo en el país, por lo que tiene potencial de crecimiento” (Valdivieso et al., 2022).

La historia de Arttex inicia en la ciudad de Atuntaqui – Antonio Ante, provincia de Imbabura, desde el año 2003. Siendo una empresa sublimadora, teniendo como tamaño empresarial un aproximado de 20 empleados y 2 miembros asociados, laborando durante 21 años en el mercado de textil. Su misión, en palabras de Hernán Loza, gerente de la empresa: “se ha comprometido ser una empresa líder con tecnología de punta en sublimación textil proporcionar productos y servicios de alta calidad, fabricando prendas para deportistas de alto rendimiento, convirtiéndose en un actor destacado en el sector textil del país”.

A través de las importaciones de textiles y confecciones se evidencia que mediante la Normativa Nacional e Internacional realizadas de “enero a julio de 2023 representaron alrededor del 63% en términos de volumen y el 20,6% en valor. Verificando que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a la actividad textil y confección son: Pichincha (53% del total), Tungurahua (21% del total), Guayas (14% del total) e Imbabura (5% del total)” (AITE).

Este proyecto de investigación será relevante, ya que actualmente no se cuenta con un plan de importación de textiles en la empresa sublimadora Arttex. Por lo tanto, este modelo podría convertirse en una herramienta práctica aplicativa, teniendo como base la reducción de costos en el proceso textil adicionando el hecho que brindará a la comunidad de la Universidad de

Otavaló un material real y de calidad con información importante que servirá como fuente bibliográfica a futuro para otros trabajos académicos.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Arttex actualmente adquiere sus materias primas específicamente rollos de tela deportiva a proveedores locales cuyos precios son considerablemente altos en comparación con los precios internacionales. Esta situación incrementa los costos de producción, lo que limita la capacidad de la empresa para ofrecer precios competitivos en el mercado y afecta su margen de rentabilidad. Además, la disponibilidad y variedad de telas deportivas en el mercado local es limitada, lo que restringe la innovación y variedad en los productos que la empresa puede ofrecer.

En base a lo mencionado anteriormente, la situación problemática de la empresa sublimadora Arttex radica en que mantiene altos precios de compra de materia prima, motivo por el cual se diseñará un plan de importación de rollos de tela deportiva desde Colombia, debido a que “este país cuenta en el sector textil con una rica historia y diversidad que empezó a expandirse y a mejorar su desempeño hace más de cien años” (Neison, 2020).

## **PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

¿Cómo contribuye un plan de importación de rollos de tela deportiva en la reducción de costos operativos de la empresa sublimadora Arttex?

## **JUSTIFICACIÓN**

La justificación del presente proyecto de investigación va acorde con las líneas de investigación de la Carrera de Comercio Exterior de la Universidad de Otavaló, sobre el contexto económico, sostenible y negociable. Es decir, se enfoca en realizar el plan de importación de rollos de tela deportiva para la reducción de costos de la empresa sublimadora Arttex, siendo estos temas de gran importancia y con una fundamentación relevante para el éxito comercial y sostenibilidad de cualquier negocio.

La empresa sublimadora Arttex, dedicada a la confección, sublimación y venta de prendas deportivas, enfrenta altos costos operativos que impactan negativamente en su competitividad

y rentabilidad. En un mercado globalizado y altamente competitivo, es fundamental que las empresas optimicen sus procesos y reduzcan costos para mantenerse vigentes y sostenibles.

Por lo tanto, la creación del plan de importación servirá como guía destinada a mejorar las ofertas de ventas internacionales de la empresa y demostrar los beneficios de su aplicación en áreas importantes como la logística interior, el transporte internacional, la cadena de suministro e incluso con la comparativa de costos y precios sobre las materias primas que permiten optimizar los productos de venta al público.

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **GENERAL**

Diseñar un plan de importación de rollos de tela deportiva que contribuya a la reducción de costos operativos de la empresa sublimadora Arttex, 2024.

### **ESPECÍFICOS**

- Analizar bases teóricas y antecedentes necesarios para la importación y reducción de costos operativos para la empresa sublimadora Arttex.
- Realizar el marco metodológico de un plan de importación que proporcione información sobre la necesidad de la demanda de rollos de tela deportiva para la empresa sublimadora Arttex.
- Elaborar el plan de importación para la empresa sublimadora Arttex enfocado en la reducción de costos operativos, validando los resultados obtenidos.

## **ESTRUCTURA CAPITULAR**

La estructura de la investigación cuenta con tres capítulos así:

- El primero aborda el **marco teórico**, donde se definen los fundamentos del estudio a realizar, citando obras de referencia internacional que nos permitan analizar el contexto investigativo.
- El segundo describe el **marco metodológico** utilizado para la recolección, tabulación, presentación y análisis de la información, presentando los instrumentos desarrollados en el trabajo de investigación, así como los métodos utilizados para su ejecución.

- Finalmente, el tercer capítulo expone los resultados obtenidos en nuestra **propuesta investigativa**, detallando el plan de importación elaborado para la empresa sublimadora Arttex, con las conclusiones y recomendaciones, efectos del proceso.

# **DESARROLLO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL PLAN DE IMPORTACIÓN Y REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS**

Siguiendo la estructura del título del proyecto de investigación a realizar, el plan de importación para la reducción de costos operativos de la empresa sublimadora Arttex, se fundamenta con los siguientes conceptos básicos:

### **1.1.- COMERCIO EXTERIOR**

El término "comercio exterior" se relaciona a transacciones comerciales entre uno o varios países. En otras palabras, se trata del intercambio de bienes y servicios incluida una amplia gama de bienes, desde alimentos y materias primas hasta bienes manufacturados y servicios profesionales entre diferentes países. En medida, que el comercio exterior es la base fundamental de la economía global porque permite a los países comprar productos que ellos mismos no producen de manera eficiente, reducir costos, estimular el crecimiento económico siendo más competitivos y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos (Macías et al., 2020).

### **1.2.- ECUAPASS**

ECUAPASS se conoce por ser el sistema aduanero ecuatoriano que permite a los operadores de Comercio Exterior realizar todas las operaciones aduaneras de importación y exportación. Lo cual, tiene diferentes objetivos:

- Trabajar con transparencia y eficiencia.
- Reducir el uso de papel.
- Asegurar el control aduanero y facilitar el comercio.

### **1.3.- IMPORTACIÓN**

Se tiene como consideración el tema “importación”, debido que se va a importar materia prima (tela) desde la Ciudad de Colombia.

Las importaciones son “un grupo de bienes y servicios adquiridos por un país o empresa que se utilizan dentro de las ciudades del país. Estos bienes o servicios es el ingreso legal desde el

extranjero con el objetivo de satisfacer al consumidor. Por lo general, son actividades que dependen de dos agentes, uno que necesita el producto o servicio y otro que suministra o produce el producto o servicio. Ambas partes tienen como nombre legal y autorizado formalmente importadores y exportadores” (Tejeda, 2019).

### **1.3.1. PASOS PREVIOS A LA IMPORTACIÓN**

A continuación, conforme al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador “SENAE” los siguientes son los pasos para realizar una importación:

- Obtención del Certificado Digital para firma electrónica (Token).
- Instalación del ECUAPASS (SENAE Browser).
- Registro de importador en sistema informático ECUAPASS.
- Conocer restricciones de productos a importar.
- Trámites de desaduanización de mercancías.

### **1.3.2. RÉGIMEN**

Es el tratamiento aplicable a las mercancías, solicitado por el declarante, de acuerdo con la legislación aduanera vigente (SENAE, 2021). Se define por ser el “régimen que permite la libre comercialización y venta de la mercancía importada, con fin único de consumo, la mercancía es proveniente del exterior. Las mercancías ingresadas bajo este régimen podrán circular libremente en el Territorio ecuatoriano una vez satisfecha la obligación tributaria aduanera” (Régimen 10).

Mediante el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones “COPCI” (2020), este régimen se relaciona en base al:

**Art. 147.- Importación para el consumo.-** Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras (pág. 53).

En base a la definición mencionada, la investigación tiene finalidad de que la importación tendrá esquemas legales, ya que los bienes importados se transformarán para su posterior comercio y venta del producto final en la misma área sin ningún procesamiento. No se pueden hacer excepciones para pagar derechos de importación bajo este sistema.

### 1.3.3. ACUERDOS

El comercio exterior suele estar sujeto a diferentes regulaciones y políticas comerciales en diferentes países. Los acuerdos comerciales, como los acuerdos de libre comercio, pueden afectar el curso del comercio exterior, así como los aranceles y las barreras comerciales para los productos importados y exportados (Carrión, 2024).

Entre Colombia y Ecuador existen los siguientes acuerdos vigentes para importar como:

- **Comunidad Andina (CAN):** Entró en vigor en 1969. Las mercancías de origen de los países miembros se benefician por eliminación de arancel y barreras no arancelarias, reducción de procedimientos aduaneros y armonización de normas técnicas para su comercialización.
- **Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica (AAP.CE):** Entró en vigor el 5 de agosto de 1991. Lo cual, proporcionan preferencias arancelarias adicionales y pueden incluir disposiciones especiales para determinados sectores, como el textil, en relación con la importación de materiales deportivos.
- **Normativa y Regulaciones Comerciales:** las tarifas arancelarias entre Colombia y Ecuador pueden ser significativamente reducidas o eliminadas, facilitando el comercio bilateral.
- **Programa de Integración Fronteriza:** Consta con facilidades específicas para el comercio fronterizo.

Estos acuerdos facilitan y abaratan el proceso de importación de tela deportiva. El primer puente de relación corresponde al hecho de que estos países son miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), otorgándoles beneficios para establecer convenios bilaterales que otorguen preferencias arancelarias y mejoren la comunicación entre las partes.

Además de la CAN, Colombia y Ecuador podrán celebrar acuerdos bilaterales o participar en otros acuerdos comerciales regionales que beneficiarán el comercio entre ambos países. , la

CAN es el principal marco que rige las preferencias arancelarias y las oportunidades comerciales entre estos países.

#### **1.3.4. ARANCEL**

El arancel se caracteriza por ser parte de los ingresos de un país, son la cantidad de dinero que se paga por las mercancías que se introduce a un territorio aduanero, “impuesto o tarifa con el que los gobiernos gravan los productos que se envían a nivel internacional”. El arancel se impone para obtener una fuente adicional de ingresos.

Existen 3 tipos de aranceles comerciales:

- 1. Ad valoren:** Es el porcentaje del valor de los bienes sobre el que se calculan diversos impuestos.
- 2. Específico:** Cantidad de dinero determinada a partir de una unidad física de la mercancía.
- 3. Mixto:** Mezcla y sumatoria de los anteriores aranceles.

#### **1.3.5. INCOTERMS**

Mediante el Banco Sabadell define a Los Incoterms (International Commercial Terms) que “son términos de negociación que se consideran un conjunto no vinculante de reglas internacionales desarrolladas y determinadas por la Cámara de Comercio Internacional, fundamentado en prácticas más o menos estandarizadas de proveedores. Definiendo que los Incoterms básicamente determinan hasta qué punto el vendedor es responsable de la mercancía y los costos en los que incurre y por tanto estarán incluidos en el precio”.

Entendiendo que son disposiciones de negociación que una interpretación uniforme de las obligaciones, riesgos y costos acordados en contratos de compraventa internacional.

El incoterm que se va a emplear en el plan de importación de telas deportiva desde la Ciudad de Colombia hacia Ecuador es el FCA (Free Carrier), por motivo que,

“el comprador asume la responsabilidad y los costos una vez que las mercancías se han cargado en un medio de transporte o se entregan en un lugar específico acorde por el comprador y el vendedor; por lo general, se trata de un puerto. Tomando consideración que el proveedor es responsable del embalaje y transporte en origen. Debido a que el

proveedor tiene más responsabilidades que con ExWorks, pero el comprador sigue asumiendo costes y responsabilidades.” (FREIGHTOS, 2024).

Es uno de los términos más usados en las negociaciones, debido que este incoterm se utiliza para todos los modos de envío.

### **1.3.6. LOGÍSTICA INTERNACIONAL**

La logística es el “conjunto de actividades de una cadena de suministro que transforman las materias primas en productos terminados y agregan valor a los consumidores hasta que llegan al mercado” (Romero et al., 2023).

Las cuestiones logísticas en la actualidad son muy importantes para las organizaciones, porque de ellas depende el estado de las materias primas o del producto final, empleando una gestión logística suficiente para estar acorde con el tiempo y espacio de operación.

### **1.3.7. TRANSPORTE**

- **Transporte terrestre**

**Camiones de carga:** es el método más común y directo. Es una opción más eficiente en términos de costos y tiempo.

### **1.3.8. TIPO DE ALMACENAMIENTO**

El almacenamiento dependerá directamente de la cantidad y tipo de productos o materiales que se concentren en una determinada zona, que puede ser una bodega o almacén según las necesidades y capacidad de la empresa. Durante el almacenamiento, la inspección y control constante debe basarse en información adecuada para evitar posibles daños al producto o al estado del material.

Es crucial el almacenamiento de rollos de tela por motivo que durante todo el proceso debe mantener su misma calidad.

- **Almacenamiento en el País de Origen (Colombia):**

1. **Almacén Seco y Limpio:** Asegúrate de que el almacén esté libre de humedad y suciedad.

2. **Control de Temperatura:** Mantén una temperatura estable para evitar daños en las fibras de la tela.
3. **Ventilación Adecuada:** Un buen sistema de ventilación ayuda a prevenir la acumulación de humedad.
- **Almacenamiento en el País de Destino (Ecuador):**
  1. **Recepción y Verificación:** Al recibir los rollos, verifica el estado de los embalajes y la integridad de la tela.
  2. **Condiciones del Almacén:** Similar al almacenamiento en origen, el almacén debe ser seco, limpio y bien ventilado.
  3. **Organización y Acceso:** Los rollos deben estar organizados de manera que sean fácilmente accesibles. Utiliza estanterías adecuadas para evitar que los rollos toquen el suelo.
  4. **Control de Inventario:** Implementa un sistema de gestión de inventario para rastrear la ubicación y el estado de cada rollo de tela.

### 1.3.9. TIPO DE CONTENEDOR

Un contenedor es un “recipiente una unidad de carga que puede transportar fácilmente una gran cantidad de mercancías a nivel marítimo, terrestre o multimodal en poco tiempo. También ayuda a proteger y mantener las condiciones necesarias para el transporte de determinados productos. Dependiendo de las especificaciones de la mercancía a transportar se podrá elegir el tipo de contenedor utilizado, incluyendo tamaño, capacidad y tipo de mercancía” (iContainer).

Para el proyecto de investigación a realizar, se considerará el contenedor “Estándar de 20 pies (20’ Standard Container)”, que tiene:

- **Dimensiones externas:** 6,10 m (largo) x 2,44 m (ancho) x 2,59 m (alto).
- **Dimensiones internas:** 5,90 m (largo) x 2,35 m (ancho) x 2,39 m (alto).
- **Capacidad de carga:** aproximadamente 28 – 30 m<sup>3</sup>.
- **Peso máximo bruto:** aproximadamente 24,000 kg.

### 1.3.10. ENVASE, ETIQUETA Y EMBALAJE

Según Mendoza et al., 2015 los definen de la siguiente manera:

- **Envase:** “es un envoltorio que tiene contacto directo con el contenido de un producto, con la finalidad de presentarlo de manera adecuada, facilitar su manejo, el transporte, la manipulación, el almacenaje y la distribución; es decir que el envase es cualquier clase de recipiente: frasco, lata, caja, envoltura, que contiene algún producto o materia” (pág. 15).
- **Etiqueta:** “es una parte importante del producto que puede estar visible en el empaque y/o pegada al producto mismo y cuya finalidad es la de brindarle al cliente información útil que le permita identificar el producto mediante su nombre, marca y diseño” (pág. 22).
- **Embalaje:** “es una forma de empaque que envuelve, contiene, protege y conserva los productos envasados; facilita las operaciones de transporte porque suministra al exterior información sobre las condiciones de manejo, requisitos, símbolos e identificación de su contenido. Además, protege el producto durante su transporte, manipulación y almacenamiento” (pág. 26).

### 1.3.11. DOCUMENTOS DE IMPORTACIÓN

Mediante la SENAE, se debe presentar los siguientes documentos para que la importación sea segura y cumplir con todas las regulaciones:

- **Factura comercial:** documento que indica el valor de la mercancía y las condiciones de venta.
- **Lista de empaque:** se detalla el contenido del peso, el paquete y las dimensiones.
- **Certificado de origen:** respalda el origen de la tela deportiva, en algunos casos afecta a los aranceles.
- **Guía de transporte:** documento dirigido por el transportista que señala los detalles del envío.
- **Declaración de importación:** documento aduanero que debe ser presentado ante las autoridades aduaneras de Ecuador.
- **Certificado sanitario:** solo si aplica. Documento que certifica que las mercancías cumplen con los requisitos sanitarios del país importador.
- **Certificado de inspección:** solo si aplica. Documento que certifica que las mercancías han sido inspeccionadas y cumplen con los estándares de calidad y cantidad acordados

- **Permisos y licencias especiales:** solo si aplica. Documentos adicionales que pueden ser requeridos dependiendo del tipo de mercancía.
- **Seguro de transporte:** documento que certifica que las mercancías están aseguradas durante el transporte.

### **1.3.12. MEDIO DE PAGO**

“Se utiliza hoy en la actualidad los instrumentos de pago, por motivo que son los mecanismos que son proporcionados por el sistema financiero, para realizar el pago de los bienes o servicios adquiridos sin hacer uso del efectivo (billetes o monedas de curso legal)” (Valencia, 2015).

Es fundamental al “realizar una importación elegir un medio de pago que ofrezca protección, de manera que sea seguro y confiable tanto para el comprador como para el vendedor. El medio más recomendable en este caso para la importación de tela deportiva es la “Carta Crédito” porque permite al importador negociar mejores precios o condiciones y el pago es respalda por el banco del comprador, de esa manera se reduce el riesgo de impago” (Pico, 2018).

Un punto importante de este método de pago es la sinceridad y claridad entre el importador y el exportador, cuáles serán los documentos relevantes que recibirá el importador después de pagar la mercancía. Como parte que actúa, no es posible conseguir todos los documentos a favor, porque dependerá directamente de las relaciones entre la institución financiera seleccionada y de la situación del país.

## **1.4. REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS**

“En un entorno empresarial altamente competitivo, las empresas están constantemente preocupadas por la reducción de costes. Encontrar formas efectivas de gestionar y reducir costos es fundamental para mantener la rentabilidad, maximizando las ganancias y aumentando la competitividad a largo plazo” (Jones, 2018). Se busca mejorar la gestión de inventarios, negociar de mejor manera los términos con los proveedores y así reducir los tiempos de entrega para lograr minimizar los costos de almacenamiento y transporte.

### **1.4.1. BENEFICIOS**

(Kaplan, 2017) define que la “reducción de costos tiene beneficios al mejorar considerablemente el posicionamiento financiero que una empresa logra a tener logrando invertir en el crecimiento e innovación”, favoreciendo los siguientes puntos a mencionar:

- **Mejora la rentabilidad:** mejora los márgenes de beneficio y así las empresas puedan invertir con el objetivo de conseguir crecimiento y expansión.
- **Mayor competitividad:** las empresas con costos más bajos pueden conseguir una ventaja competitiva al proponer precios más competitivos en el mercado.
- **Sostenibilidad financiera:** ayuda a la empresa a mantener una perspectiva financiera estable y resistir las incertidumbres económicas.
- **Innovación:** crear o modificar nuevos productos.

En resumen, la reducción de costos operativos es un proceso continuo que requiere una evaluación constante y la implementación de estrategias innovadoras para mantener y mejorar la eficiencia empresarial.

## 1.5. CONCLUSIONES PARCIALES CAPÍTULO I

Un plan de importación es una estrategia estructurada que las empresas desarrollan para gestionar la adquisición de productos desde mercados internacionales. Este plan incluye una serie de pasos y consideraciones esenciales para asegurar que el proceso de importación sea eficiente, rentable y cumpla con todas las regulaciones pertinentes.

La reducción de costos operativos se define por ser un “sistema que trae ventajas para disminuir los gastos que incurren en una empresa en sus operaciones diarias, sin comprometer la calidad de sus productos o servicios” (Neison, 2020). Este enfoque es vital para mejorar la rentabilidad, aumentar la eficiencia y mantener una ventaja competitiva en el mercado

Concluyendo, un plan de importación adecuadamente organizado, construido en base a los reglamentos de importación y teniendo estrategias efectivas de reducción de costos operativos puede ayudar a mejorar la eficiencia de la empresa, logrando mayor ganancia y manteniendo una posición competitiva en el mercado global. Estos enfoques requieren una evaluación continua y la implementación de métodos innovadores para adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado y a las nuevas oportunidades de mejora empresarial.

## **CAPÍTULO II. DESARROLLO METODOLÓGICO**

En este capítulo se profundiza el conocimiento de la empresa objeto de investigación; y, mediante la utilización de instrumentos de investigación empleando la metodología de enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) aplicado sobre la muestra obtenida en la ciudad de Atuntaqui, se recaban datos que al ser analizados proporcionan la base principal para estructurar en el capítulo tres el plan de importación que se ajusta a la realidad y necesidades de la empresa Arttex. Para conocer el estado interno de la empresa, se utilizará la herramienta de la Matriz FODA analizando el nivel de competencia que la empresa tiene en el mercado nacional con la finalidad de que a través de la propuesta presentada más adelante se logre reducir costos operativos en beneficio de la empresa que tiene una larga trascendencia en el mercado Textil.

### **2.1. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)**

Sublimadora “ARTTEX”

Mediante el Servicio de Rentas Internas (SRI), la empresa tiene los siguientes datos generales:

**RUC:** 1001479987001

**Razón social:** LOZA RECALDE HERNÁN EDMUNDO

**Estado:** Activo

**Actividad económica:** Elaboración de indumentaria deportiva

**Tipo:** Persona natural – No lleva contabilidad

Acorde a los datos encontrados en el SRI, la empresa lleva trabajando en el mercado textil desde el año 2003 hasta la actualidad del año 2024 (21 años de trayectoria)

### **2.2. HISTORIA DE LA EMPRESA**

Tomando como referencia la información obtenida dentro del (Anexo 1) para resaltar la historia de la empresa tomando como referencia las palabras del gerente propietario, hace 21 años la empresa ARTTEX fue creada por el Sr. Hernán Loza (entrevistado). La empresa inicia como un emprendimiento de familia (4 integrantes), el apoyo de las personas más cercanas al fundador (esposa e hijas) brindó la motivación para que la idea de generar una empresa líder en el mercado textil se vaya desarrollando día a día, conforme pasó el tiempo la empresa funcionó

haciendo realidad la idea de emprendimiento, y empieza a crecer en cada una de las ramas de manera interna con el objetivo de que su producción y logística funcione de mejor manera.

Actualmente, la empresa funciona aproximadamente con 20 personas que colaboran de manera directa o indirecta en conseguir un posicionamiento dentro del mercado de la ciudad de Atuntaqui, tomando en cuenta que este sector es reconocido en la rama de textiles, y al enmarcarse la Sublimadora Arttex dentro de ese ámbito como su principal actividad económica; la comercialización de diferentes prendas de vestir y la sublimación de las mismas, ha permitido que con el pasar del tiempo la empresa adquiera fuerza y que el esfuerzo de su propietario y familia haya generado competitividad y reconocimiento por los ciudadanos oriundos de Atuntaqui y sus alrededores; teniendo que recalcar aspectos importantes, tanto positivos como negativos, que en el transcurso del tiempo ha marcado pautas principales para mejorar la marca y sobre todo la calidad en las prendas de vestir, lo que ofrece una diferenciación y satisfacción a las necesidades y requerimiento de sus clientes potenciales.

*Gráfico 1. Marca*



**Fuente:** Sublimadora Textil ARTTEX

### 2.2.1. MISIÓN

Nuestra misión se basa en proporcionar prendas deportivas personalizadas y a la moda de la más alta calidad mediante el uso de tecnología de sublimación avanzadas. Nos comprometemos siempre a satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, ofreciendo diseños únicos, durabilidad excepcional y comodidad inigualable. Trabajamos con pasión y dedicación

para impulsar el rendimiento y bienestar de nuestros clientes, asegurándonos de que cada prenda refleje su identidad única.

### 2.2.2. VISIÓN

Nuestra visión es ser reconocidos en la actualidad como líderes en la industria de la sublimación textil deportiva a nivel nacional y a futuro internacional, distinguiéndonos por nuestra innovación, excelencia en el servicio al cliente y compromiso con la sostenibilidad. Aspiramos establecer nuevas tendencias en el diseño y la personalización de prendas deportivas, manteniendo un enfoque constante en la calidad y mejora continua, siendo un motor de cambio positivo en la industria, promoviendo prácticas responsables y apoyando el crecimiento de la comunidad deportiva de nuestra nación.

### 2.2.3. MATRIZ FODA DE LA EMPRESA

*Tabla 1. Matriz FODA*

	<b>ANÁLISIS INTERNO</b>	<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>
	<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<b>P O S I Y I V O</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indumentaria para dama y caballero</li> <li>• Capital humano para la administración del local y desarrollo de acciones competitivas.</li> <li>• Variedad de tallas, colores y modelos (diversificación de productos)</li> <li>• Aceptación de cambios y/o devolución mientras las prendas adquiridas se encuentren en condiciones aceptables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expansión del negocio nacional e internacionalmente.</li> <li>• Creación de promociones en épocas especiales.</li> <li>• Lograr establecer una presencia nacional.</li> <li>• Utilización de mejor y más avanzada tecnología en maquinaria.</li> <li>• Ganar posicionamiento de mercado por diferenciación de productos.</li> </ul>
	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>N E G A T</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lanzamiento de productos innovadores por parte de la competencia.</li> <li>• Baja inversión en publicidad.</li> <li>• No contar con mucha maquinaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tener contrato a largo plazo con clientes potenciales.</li> <li>• La ubicación de la empresa coincide con dos negocios (competencia) que se dedican a la misma actividad.</li> </ul>

<b>I V O</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso a tecnología limitada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencia de productos con costo más reducido que cumplen las mismas necesidades.</li> </ul>
----------------------	---	--

**Elaboración:** Propia de autor

## **2.3. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

De acuerdo con (Kuprian, 1978) el método de investigación lo define como “Cadena de pasos (acciones) basados en un apartado conceptual determinado y en reglas que permiten avanzar en el proceso de conocimiento”. Dando a entender que, es el conjunto de pasos en la investigación del conocimiento científico.

### **2.3.1. DESCRIPTIVO**

Este método “busca un conocimiento inicial de la realidad que se produce de la observación directa del investigador y del conocimiento que se obtiene mediante la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores” (Abreu, 2014).

### **2.3.2. ANALÍTICO**

Para realizar este proyecto se utilizó el método analítico, se define por ser un “modo ordenado de proceder para llegar a un fin determinado. Siendo un camino, una manera de proceder, que puede constituirse en un modo de ser al incorporarse como un estilo de vida, lo que expresa su dimensión ética” (Echavarría, 2010) con la calidad y cantidad de los productos ofertados por Arttex.

### **2.3.3. DEDUCTIVO**

(Espinoza, 2023) da referencia a deductivo como “analítico, lógico, crítico y reflexivo. Explicando que es una vía ideal para el tipo de enseñanza por indagación en la que, los aprendices deben construir el nuevo conocimiento a partir de la información dada, la que es descompuesta en todos sus elementos para su estudio, para dar precisión formal desde lo general a lo particular, de lo plural a lo singular”.

## **2.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

### **2.4.1. CUALITATIVA**

“Es un proceso de reflexión en la investigación, que se utilizan para obtener una visión general del comportamiento y la percepción de las personas sobre un tema en particular. Lo cual, implica recopilar y analizar datos no numéricos para comprender conceptos, opiniones o experiencias” (GARCÍA, 2023).

“La investigación cualitativa es cuando se selecciona el propósito a examinar y la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizan en sus puntos de vista, interpretaciones y significado” (Hernández et al, 2014).

### **2.4.2. CUANTITATIVA**

“Se define por ser una estrategia investigativa que está centrada en cuantificar la recopilación y el análisis de datos a partir de un enfoque deductivo en el que se hace resaltar en la comprobación de la teoría, con las posibles variables, moldeadas por filosofías empiristas y positivistas” (BELLOSO, 2023).

## **2.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:**

### **2.5.1. NO EXPERIMENTAL**

No se manipularán las variables, sino que se observarán tal como ocurren en la empresa con cada situación mencionada en el apartado anterior.

## **2.6. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

Los dos siguientes instrumentos de información permiten la recolección de datos relevantes por motivo que se aplica al gerente propietario para conocer sobre las áreas que intervienen en el proceso de producción, si tiene interés para realizar el plan de importación y referente al país proveedor de la tela. Así mismo, se obtiene datos con mayor precisión en base al tamaño de la muestra, lo cual los datos serán expresados en números y recomendaciones para después ser tabulados con referencia a precios y preferencias de los consumidores.

### **2.6.1. ENTREVISTA**

Se basa en ser un “instrumento para recolectar información cualitativa y tiene como eje principal obtener datos para aplicar en el estudio que estemos realizando, con el fin de siempre ser determinado y enfocado en los objetivos y preguntas de investigación del trabajo designado” (Lopezosa, 2020).

La entrevista elaborada como instrumento de investigación, se aplicó de manera presencial al gerente propietario de Arttex, con la finalidad de conocer cuál es el proceso y fabricación de su catálogo de productos; empleando como base objetiva de la herramienta, indagar sobre si existiesen beneficios al aplicar un plan de importación para la reducción de costos en la empresa. La información obtenida se encuentra consolidada en base a las preguntas con sus respuestas directas (Anexo 3. Entrevista a Gerente Propietario), conociendo en ella principalmente los factores internos de la empresa, así como los procesos de productividad y crecimiento que se han ido desarrollando conforme pasaron los años hasta llegar al punto actual en el que se encuentra la sublimadora.

Como constancia de lo indicado, mediante el siguiente enlace se puede escuchar la entrevista realizada al Sr. Hernán Loza, obteniendo información que permitió dar continuidad al desarrollo del presente trabajo de titulación:

[https://drive.google.com/drive/folders/1--io2wX7pt86lT9NB7v1\\_umVvp3e4a95](https://drive.google.com/drive/folders/1--io2wX7pt86lT9NB7v1_umVvp3e4a95)

### **2.6.2. ENCUESTA**

Se define por ser un “método de investigación a partir de un muestreo de personas, enfocado en estudios cualitativos y cuantitativos a través de diferentes preguntas del tema que se quiera tratar” (Romero et al., 2021). Este instrumento de investigación es cuantitativo, y fue aplicado a los clientes potenciales de la empresa para manejar una referencia (estándar) en lo que respecta a calidades y satisfacción del cliente con las prendas de vestir de la empresa. En el Anexo 4. “Encuesta aplicada” se adjunta el cuestionario aplicado a 266 potenciales clientes (número resultante del muestreo calculado) con los cuales se obtuvo la información primaria base para continuar con el desarrollo del presente trabajo de titulación.

Para verificación del instrumento realizado, se puede ingresar a la plataforma FORMS a través del siguiente enlace con el cual se pudo obtener las respuestas de los 266 potenciales clientes que adquieren las prendas de la empresa sublimadora Arttex:

<https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=BeaT4z3N9kKzgtPdKYx4dRMuVaB-Epf9Bm6wvmxTd6W1URFdQRUG2N1BMSDIBREFIOFBKTFhBQzZLSy4u>

## **2.7. VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

Mediante el Anexo 2. “Carta de validación” los “Instrumentos de Recolección de Información” citados en el apartado anterior, fueron validados por 1 docente experto en Comercio Exterior perteneciente a la Universidad de Otavalo, 1 docente experto en metodología de la investigación perteneciente a la Universidad de Otavalo y 1 profesional externo con área de experticia “comercio exterior”; profesionales que por sus conocimientos y experiencia profesional desarrollada en el ámbito y ambiente internacional, han sido seleccionados para validar los instrumentos de investigación utilizados, asegurando con ello que la información obtenida una vez aplicados, propicien al presente trabajo de titulación un ámbito adecuado que asegure que la propuesta determinada para la empresa objeto de estudio sea coherente, real y válida.

La primera persona experta designada es la Msc. Arianna Valdospinos, quien tiene una trayectoria en ramas relacionadas con el Comercio Internacional y el Marketing de Negocios, la segunda persona experta seleccionada es la PhD. Lidia Díaz Docente a tiempo completo de la Universidad de Otavalo quien tiene experticia en el campo de la investigación y es una técnica metodóloga, asegurando con su verificación que los instrumentos a aplicar aportarán relevancia en el presente proyecto, finalmente el tercer experto en la validación de los instrumentos de investigación es el Tnlgo. Darwin Navarrete quien consta como Gerente de la Zona Norte de la reconocida empresa “Laarcourier Express” que, al ser una empresa con una amplia trayectoria en procesos de importación y exportación, aporta positivamente en el presente trabajo. Con los filtros de aprobación de dichos expertos, y tras las correcciones realizadas a los instrumentos propuestos, se determina que las preguntas entabladas en los instrumentos usados son de total fiabilidad y aportarán de manera positiva al objeto de estudio.

La validación de los instrumentos dio como resultado un **95% de aprobación** por parte de los profesionales validadores, porcentaje que tiene congruencia, amplitud en los contenidos, adecuada y entendible redacción en los ítems, destacando la pertinencia con el trabajo de titulación; esto ha permitido asegurar que la aplicación a realizarse sobre los instrumentos de investigación garantice la calidad de éstos. Siendo consciente la autora del presente trabajo, que al tener fines académicos la investigación realizada, los estándares de rigor científico son necesarios para fortalecer el presente documento que a futuro puede convertirse en fuente de información para otros posibles profesionales del comercio internacional.

## 2.8. POBLACIÓN Y MUESTRA

### 2.8.1. POBLACIÓN

(Vizcaíno et al., 2023) definen por población al “conjunto completo de por nación o grupo de personas u objetos, elementos o fenómenos que comparten una característica común y son objeto de estudio”.

*Gráfico 2. Mapa Ecuador - Provincias*



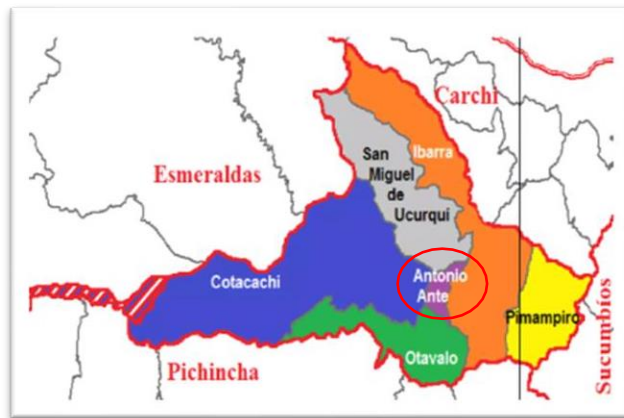
**Fuente:** Pinterest <https://pin.it/Zb1RQ2ZYM>

Ecuador consta de 24 provincias, sobre el proyecto investigado se considera relevante hacer énfasis en la provincia de Imbabura por cuanto dentro de ella está ubicada la fábrica objetivo del estudio, por lo que se sabe que: “la Provincia de Imbabura que fue creada el 25 de junio de 1824 de acuerdo con la Ley de División Territorial de Colombia, mencionando que en la actualidad tiene como población un aproximado de 398.244 habitantes” (INEC).

## 2.8.2. MUESTRA

El tamaño de la muestra “tiene aspectos esenciales del diseño de estudios cuantitativos. Lo cual, nos permite establecer cuál es la mínima cantidad de participantes necesarios para probar nuestra hipótesis de utilidad. Podemos reducir costos, maximizar el uso de nuestros recursos de investigación y garantizar la factibilidad del estudio” (Quispe, 2020).

**Gráfico 3. Mapa Provincia Imbabura**



**Fuente:** Pinterest <https://pin.it/6zWVozMPD>

Como se indicó anteriormente, la empresa objeto de estudio se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, ciudad de Atuntaqui en las calles Bolívar y Luis Humberto Gordillo teniendo una zona de libre movilidad. La ciudad es conocida por la industria textil, siendo uno de los principales centros de producción de ropa en el país. Muchas personas en la ciudad están empleadas en fábricas de textiles, tiendas y comercios relacionados.

Mediante los datos obtenidos por el INEC (2023) se resalta como referencia que Imbabura siendo la décima octava provincia del país, cuenta con 469.879 (cuatrocientos sesenta y nueve mil ochocientos setenta y nueve) número de habitantes y durante los años 2010 – 2022 transcurridos tuvo una tasa de crecimiento poblacional del 16.8%.

**Gráfico 4. Guayas, Pichincha y Manabí juntas, concentran al 53.5% de población del país**

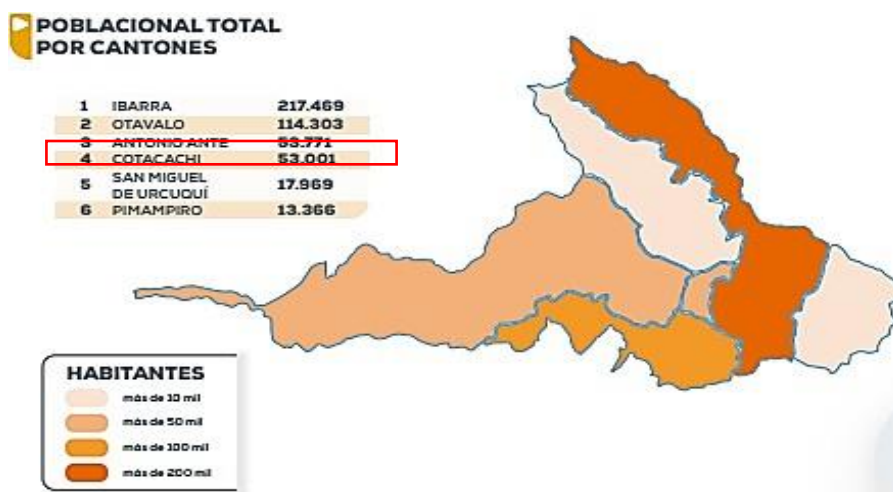


**Fuente:** CENSO ECUADOR

[https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2023/10/Presentacio%CC%81n\\_Nacional\\_1%C2%B0entrega-4.pdf](https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2023/10/Presentacio%CC%81n_Nacional_1%C2%B0entrega-4.pdf)

Mencionando que la ciudad de Atuntaqui tuvo un crecimiento poblacional elevado y con referencia del (INEC, 2023) se especifica que en la actualidad hay 53.771 (cincuenta y tres mil setecientos setenta y un) números de habitantes, incluyendo personas extranjeras que residen desde ya hace varios años.

**Gráfico 5. Población total por cantones**



**Fuente:** CENSO ECUADOR <https://www.censoecuador.gob.ec/ecuadormap/>

Se determina entonces el tamaño de la muestra con la siguiente fórmula estadística, fundamentando que el Nivel de Confianza de Z es 90% y Error el 5%:

**n**= Muestra / X

**N**= Número de Población / 53.771

**D**<sup>2</sup>= Constante / 0,5<sup>2</sup> = 0,25

**Z**= Nivel de confianza / 1,64<sup>2</sup> = 2,6896

**E**= Error / 0,05<sup>2</sup> = 0,0025

#### Fórmula

$$n = \frac{N d^2 Z^2}{(N-1) E^2 + d^2 Z^2}$$

Con referencia a los datos obtenidos del (INEC, 2023), la fórmula será la siguiente:

$$n = \frac{53771 * 0,25 * 26896}{53771 - 1 * 0,0025 + 0,25 * 26896}$$

$$n = \frac{361556204}{1350974}$$

$$n = 268$$

El total de la muestra obtenida para la realización de las encuestas, aplicando la fórmula indicada es de **268 (doscientas sesenta y ocho) en total**.

## 2.9. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Según Sandín, se define que el análisis de la información son los “Proceso cíclico de selección, categorización comparación, validación e interpretación inserto en todas las fases de la investigación que nos permite mejorar la comprensión de un fenómeno de singular interés”

## **2.9.1. GRÁFICA DE DATOS**

Según los autores Paitán et al., (2014), la representación gráfica de datos se define por “graficar los datos de la tabla de frecuencia (encuesta), mediante pasteles, polígonos, barras, etc, con el fin de evidenciar de manera más didáctica los resultados para su respectivo análisis”. Demostrando que en base a los datos obtenidos por parte de los clientes para el proyecto de investigación universitario se proyectará mediante la plataforma forms gráficos en barra y pasteles con colores neutros.

### **2.9.1.1. TABULACIÓN DE LA ENTREVISTA**

#### **a) EVOLUCIÓN DEL PERSONAL**

En base a la entrevista desarrollada se evidenció que la empresa Arttex es de carácter familiar. En particular, está constituida por una pareja de esposos y sus dos hijas. A partir de esta estructura familiar básica, la compañía se ha posicionado, creciendo en el número de trabajadores. Actualmente consta con 20 personas que trabajan de manera directa o indirecta para la empresa. En palabras del gerente: “Se empieza con una empresa de familia, siempre se cuenta con el apoyo en primer lugar de las personas que están más cerca de uno, en este caso mi esposa y mis dos hijas. A partir de ahí cuando la empresa ya empieza a funcionar empieza a crecer cada una de las ramas dentro de la empresa para que funcione de mejor manera”.

#### **b) FUNCIONALIDAD DE LA TELA**

La competitividad textil en Atuntaqui es grande, a pesar de eso, Arttex ha logrado el crecimiento empresarial. En la actualidad, la empresa es productora y la materia prima con la que trabaja se encuentra en variedad de calidades como de colores, características a tomar en cuenta en función de las demandas de sus clientes y el mercado en general. En palabras del gerente: “Dentro de las múltiples etapas de mi fábrica, siendo como una empresa de servicios luego de ello analizando la demanda de mercado, hemos ido creciendo y ahora mismo somos productores, nuestra especialidad es la línea deportiva y variedad de telas hay muchas y no podría especificar porque la demanda que tiene el cliente conmigo yo me adapto al mercado y prácticamente mi producción es bien variada, tengo mucha calidad de tela con las que trabajo pero fundamentalmente en el área deportiva”.

### **c) PROCESO DE FABRICACIÓN**

Arttex es una fábrica productora que ha desarrollado trabajo en el mercado textil al por mayor y menor por 21 años. La empresa trabaja con diferentes procesos de mano de obra, en función de cumplir a cabalidad con las calidades, exigencias, gustos y preferencias de cada consumidor. El gerente menciona que el proceso de fabricación incluye fases de diseño, y de elaboración que deben ser aprobadas por sus clientes, asegurando con ello no solo una personalización en las prendas, sino que, sobre todo mantener la fidelidad del cliente en el largo plazo. En sus palabras: “Al ser una fábrica de producción de prendas de vestir siempre se empieza por el diseño, por la creación o la idea que uno se tiene del producto que quiere conseguir, trabajando con los diferentes procesos de mano de obra, elaborar el diseño, eligiendo los materiales y confeccionando las prendas.”

### **d) FRECUENCIA DE ABASTECIMIENTO DE MATERIA PRIMA**

La producción de la sublimadora Arttex es constante y diaria, por motivo que se debe mantener una materia prima continua y almacenar grandes cantidades de rollos de tela para que su línea productiva no se vea afectada, esa es la motivación para la implementación del presente plan de importación, con la finalidad de investigar nuevos mercados que brinden mercancía de exportación de calidad y de esa forma entregar a los clientes diferentes telas para que la selección se realiza por su gusto y preferencia y no solo por descarte. El gerente indicó: “Mi producción es diaria y los requerimientos igual son diarios. Nosotros nos proveemos de diferentes industrias nacionales. La frecuencia es constante y no podría decir cada que tiempo, por ejemplo, en un mes podemos tener unos 10 – 15 requerimientos”.

### **e) PROVEEDORES**

La sublimadora no consta con un número determinado de consumidores, debido que trabaja en función de las necesidades de cada cliente y en varias ocasiones la compra se define por ser al por mayor o menor. Normalmente trabaja con proveedores nacionales, sin tener problema alguno. Pero en ocasiones hay excepciones como, por ejemplo, proveedores que incumplen con pedidos y entorpecen el proceso de producción y el proceso logístico directo de la productora. Por ese motivo se intenta buscar nuevos proveedores y diversificar la cartera de Arttex para tener variedad, optimización de recursos, disponibilidad constante y mitigar el riesgo de pérdida de clientes por incumplimiento de pedidos de ser el caso. En palabras del gerente:

“No tengo un número determinado. Siempre mi fábrica trabaja en función del pedido de los clientes y muchas veces el mismo cliente requiere dos o tres productos diferentes y al tener varios clientes es un abanico extenso en cuanto a calidad y materiales. Normalmente trabajo con empresas nacionales. Agregando que por regla general casi no ha existido problema con los proveedores, pero siempre hay excepciones y en este caso a veces si se tiene este tipo de inconvenientes, pero la única manera de solventar estos inconvenientes es teniendo del mismo producto varios proveedores, en tal razón, si por cualquier motivo alguno proveedores no pueden por plazos, se soluciona adquiriendo el producto similar con otro proveedor. Por lo cual, siempre hay un margen de error en fechas porque a veces el requerimiento que uno se tiene es corto en plazo para poder cumplir y eso requiere agilidad y ante el requerimiento urgente, uno tiene que ver la solución más adecuada para que la empresa quede bien con nuestros clientes”.

#### **f) IMPORTACIÓN DIRECTA**

Implementar un plan de importación de rollos de tela deportiva tendría beneficios y sería una solución para lograr el crecimiento de la empresa. La negociación directa que se desarrolle con los proveedores internacionales para tener un alcance óptimo a través de las negociaciones, que permita completar el proceso de importación de manera ideal es el objetivo principal. En palabras del gerente: “De hecho, hemos estado en planificación para importar varios tipos de materia porque la empresa no es exclusivamente telas sino también son insumos y otros materiales que alguno de ellos no son fabricados aquí en el país, necesariamente son productos importados de Brasil, China o de algunos países, en todo caso, estamos en análisis del tema de importar y la verdad es que es la salida que tenemos nosotros ante el crecimiento de la empresa, cada vez va dando pasos o estamos enfocados en brindar un mejor servicio y por ende, nosotros también queremos a través de una negociación directa con proveedores de afuera poder tener ese alcance y llegar a completarlo sería lo ideal”.

#### **g) IDÓNEA IMPORTACIÓN DESDE COLOMBIA**

En cuanto a la idoneidad de la importación de tela, se determina que no solamente Colombia es idóneo, también en Perú existe materia prima con rangos más accesibles en términos económicos y de alta calidad, aunque para el presente caso, Perú es considerado como un buen proveedor textil, pero como segunda opción ya que las negociaciones, beneficios y sobre todo el transporte internacional es mucho más económico desde Colombia. En palabras del gerente:

“En verdad no solo Colombia, también hay el vecino Perú que tienen materia prima mucho más asequible en cuestión económica y siendo de la misma calidad. Colombia y Perú son nuestros vecinos que de alguna manera pueden ser unos buenos proveedores, pero lo importante también sería conseguir buen material a través de negociaciones con proveedores de China y de otros países más”.

#### **h) CONSECUENCIAS EN EL ASPECTO ECONÓMICO-SOCIAL Y PRODUCTIVO**

Teniendo como prioridad el aspecto socioeconómico y productivo, la empresa podría lograr ser más competitiva si realiza importaciones de tela desde países como Colombia. A nivel de costos, si bien la tela ecuatoriana es de buena calidad, sus precios son muchos más elevados. Por otra parte, si se logra tener acceso a un mercado directo con importación directa, Arttex podría ser más competitiva y ofrecer mejores precios al consumidor final. En palabras del gerente: “Sería un paso grande para ser más competitivo en líneas generales. Ahora mismo tenemos una competencia en cuestión de precios, que no podemos estar a la par con nuestros vecinos Colombia y Perú porque tienen mejores precios en insumos, materia prima y maquinaria, nuestro producto ecuatoriano si es de buena calidad, pero estamos en precios muy por encima de ellos, pero lo importante es si uno conseguiría tener el acceso a un mercado directo con importación directa, lograríamos ser más competitivos y tener un mejor precio para el consumidor final”.

En resumen, con referencia a la entrevista realizada al gerente propietario de la Sublimadora Arttex se tiene en cuenta que la empresa está en proceso de planificación para importar diversos tipos de materia prima. Colombia y Perú, siendo vecinos, ofreciendo materia prima asequible y de calidad, por motivo que les convertiría en buenos proveedores potenciales, tomando en cuenta que la empresa actualmente enfrenta una competitividad en precios. Sin embargo, si la empresa logra acceder a un mercado directo con importación directa, podría ser más competitiva y ofrecer mejores precios al consumidor final, considerando que mejoraría su posicionamiento en el mercado, brindando un mejor servicio.

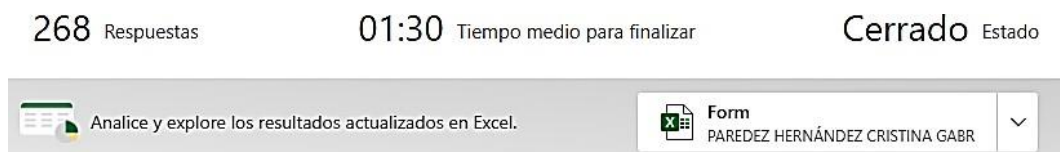
#### **2.9.1.2. TABULACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS**

Tomando en consideración que, tras haber aplicado la fórmula para cálculo de muestra, el número de encuestados debe ser de 268, se aplicó el instrumento propuesto y elaborado para el

presente trabajo de titulación a los posibles clientes de la empresa Arttex que fueron considerados para el muestreo conforme se puede evidenciar en la imagen recuperada de la plataforma forms, por lo tanto, los siguientes análisis se realizan a los resultados obtenidos con la finalidad de crear una base sólida de información que sirva como punto de partida real y consistente, para la elaboración del plan de importación objeto del presente trabajo.

### Figura 1

Número de ciudadanos encuestados



Fuente: Encuesta forms

#### a) GÉNERO

Mediante al (*Gráfico 3. Género,*) se estima que los clientes potenciales de la empresa Arttex corresponden a un 55% (147 personas) femenino y 45% (121 personas) masculino, debido que los productos que la empresa ofrece no son para uso exclusivo en deportes (futbol, básquet, etc.), sino que las prendas confeccionadas en base al gusto del cliente son deportivas por ser ligeras y con la finalidad de brindar comodidad para usarlas los diferentes días de la semana.

### Figura 2

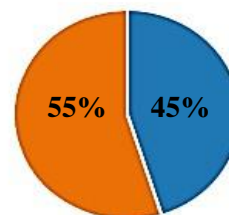
Género

1. ¿Cuál es su género? (0 punto)

Más detalles

Información

Masculino 121 (45%)  
Femenino 147 (55%)



Nota: Encuesta forms

#### b) TELA

Al obtener información sobre las percepciones de los clientes sobre el tipo de tela, se obtuvieron los siguientes resultados: Un total de 158 personas respondieron con la valoración máxima de 5 (en una escala de 1 a 5). Según el total de encuestados, la calificación que otorgan a las

prendas de la empresa Arttex está valorada en un rango entre 4 – 5; para lo cual se determina que el 91% de consumidores están conformes con la calidad de tela de las prendas adquiridas.

### Figura 3

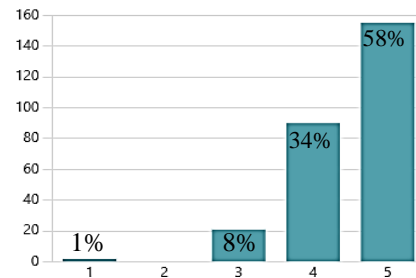
#### Tela

2. ¿Qué tal le parece la tela de las prendas adquiridas? (0 punto)

[Más detalles](#)

[Información](#)

4.48  
Clasificación promedio



**Fuente:** Encuesta forms

#### c) PRIORIDAD






Visualizando el (*Gráfico 5. Prioridad*) se analiza que el 38% (203 personas) de clientes potenciales al momento de comprar diferentes prendas deportivas se centra en la calidad de la tela, el 33% (176 personas) lo hace en el precio, el 13% (68 personas) consideran el lugar de compra porque prefieren visitar tiendas físicas que les permiten probarse el producto antes de adquirirlo, 10% (51 personas) eligen originalidad de la prenda porque ofrecen ventajas a largo plazo en durabilidad y valor, y el 7% (38 personas) escogen la marca por motivo que garantiza la calidad y a largo plazo resulta en un ahorro de dinero porque la ropa tendrá muchos años más de uso. Al observar que el 71% del total de la población encuestada considera la calidad y el precio como aspectos trascendentales que permiten decidir su proceso de compra, podemos concluir que la elección de un producto se encuentra directamente relacionada en la comparación y valoración que se hace entre calidad vs precio.

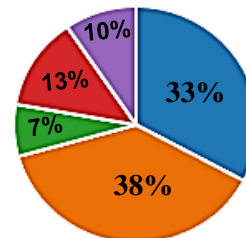
## Figura 4

### Prioridad

3. ¿Qué aspectos prioriza a la hora de comprar ropa deportiva? (0 punto)

[Más detalles](#)

 Precio	176 (33%)
 Calidad de las prendas	203 (38%)
 Marca de la prenda	38 (7%)
 Lugar donde la compra	68 (13%)
 Originalidad de la prenda	51 (10%)



**Fuente:** Encuesta forms

## d) PREFERENCIA


La interpretación de los datos obtenidos en la encuesta indica que el 31% (83 personas) de los clientes potenciales tiene preferencia por adquirir un producto de la marca Arttex priorizando su característica de impermeabilidad, al permitir que sea usada para deporte o para el diario evitando la entrada de agua; por otra lado el 14% de la población (39 personas) manifiesta que su decisión de compra se basa en el hecho de que las prendas sean livianas, porcentaje que no influye mucho en la muestra total por lo que la marca debería asegurar e incrementar su catálogo de productos con prendas impermeables que sean de calidad y aunque se complementen con otras características como: ser livianas o tener diseños diferentes, podría dar un realce al producto de la empresa, y posicionarla mejor en el mercado porque se está cuidando la principal tendencia de consumo (impermeabilidad del producto).





## Figura 5

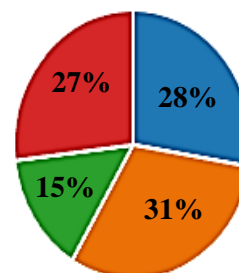
### Preferencia

4. ¿Cuál es su preferencia a la hora de elegir sus prendas deportivas? (0 punto)

[Más detalles](#)

 Información

 Que sea ajustable al cuerpo	74 (28%)
 Que sean materiales impermeab...	83 (31%)
 Que sean en materiales libres d...	39 (15%)
 Que sean prendas livianas y de f...	72 (27%)



**Fuente:** Encuesta forms

### e) PRECIO ESTIMADO DE CAMISETA

El resultado conforme se puede visualizar en el pastel, refleja que el 53% de los encuestados (143 personas) estarían dispuestos a pagar un valor entre \$10 hasta \$15 dólares por camisetas que ofrece Arttex, esto indica que en caso de que la empresa oferte productos de mayor valor, tomando como referencia el análisis realizado en la pregunta 3 de la misma encuesta, se debe siempre cuidar y considerar la tendencia del consumidor inclinada a comparar la calidad y el precio. Por la encuesta realizada, se percibe que los clientes potenciales con relación a la adquisición de camisetas Arttex, fomentan la necesidad en la empresa de mantener la calidad actual sin dejar de innovar, asegurando con ello que la valoración que hoy por hoy mantiene el consumidor final se mantenga y crezca, afirmación que se realiza al conocer que una camiseta de la empresa se comercializa alrededor de los \$8,00 más IVA.

#### Figura 6

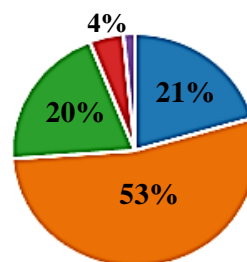
##### *Precio de camisetas*

5. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por una camiseta deportiva? (0 punto)

[Más detalles](#)

[Información](#)

Menos de \$10	55	(21%)
Entre \$10 a \$15	143	(53%)
Entre \$15 a \$20	54	(20%)
Entre \$20 a \$25	12	(4%)
Más de \$25	4	(1%)



**Fuente:** Encuesta forms

### f) PRECIO ESTIMADO DE LEGGINS

El gráfico indica que el 47% (127 personas) de los consumidores potenciales encuestados, se encuentran dispuestos a pagar por un leggins de marca Arttex entre \$15 a \$20 dólares; referenciando con ello que la calidad de las prendas (diseño, presentación y confección) así como la de la materia prima (nylon-licra), es buena y se encuentra aceptada en el mercado. Al considerar los resultados de la pregunta anterior se concuerda que la empresa debe mantener la buena percepción del mercado en calidad, sin dejar de innovar para que a futuro sus productos crezcan y se posicionen mejor tanto nacional como internacionalmente.

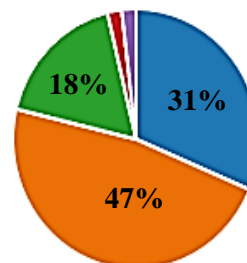
### Figura 7

#### Precio de leggins

6. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por un leggins? (0 punto)

Más detalles

● Menos de \$15	84 (31%)
● Entre \$15 a \$20	127 (47%)
● Entre \$20 a \$25	47 (18%)
● Entre \$25 a \$30	5 (2%)
● Más de \$30	5 (2%)



**Fuente:** Encuesta forms

### g) PRECIO ESTIMADO DE CALENTADOR

La mayoría de los clientes potenciales encuestados, con un valor de representación del 80% (135 personas) manifiesta que por adquirir un calentador marca Arttex, máximo estarían dispuestos a pagar \$30; si consideramos la competencia existente en Atuntaqui, los productos similares manejan un valor promedio entre \$20 y \$30 usd; por lo que al considerar el calentador de Arttex como una prenda deportiva diferente, personalizada, con diseño exclusivo y que brinda comodidad; la encuesta afirma que en el caso de que la empresa desee colocar precios más altos por nuevos productos, primero debe cuidar la relación de calidad vs precio y añadir de ser pertinente características que los permitan diferenciarse del común denominados del sector en el que se encuentran, para que obtengan una preferencia del consumidor, se posicionen mejor en el mercado y sus productos tengan buena acogida independientemente del precio colocado.

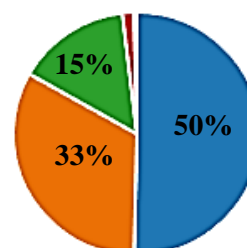
### Figura 8

#### Precio de calentador

7. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por un calentador deportivo? (0 punto)

Más detalles

● Menos de \$30	135 (50%)
● Entre \$30 a \$40	88 (33%)
● Entre \$40 a \$50	40 (15%)
● Entre \$50 a \$60	4 (1%)
● Más de \$60	1 (0%)



**Fuente:** Encuesta forms

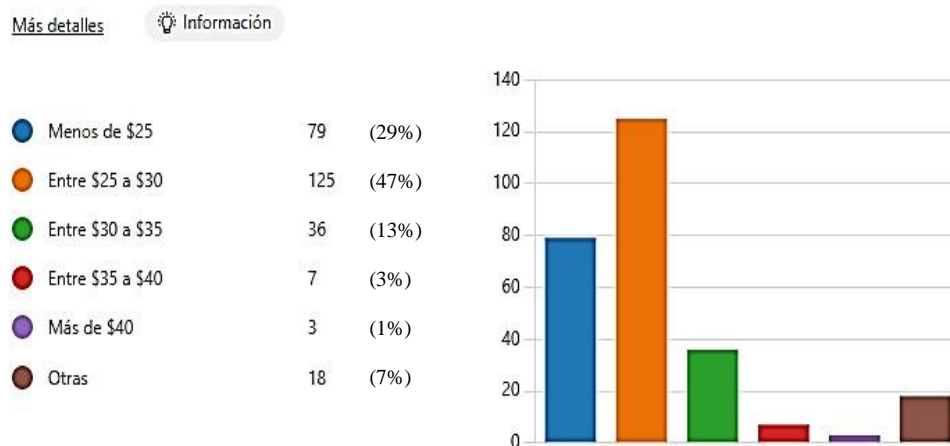
## h) PRECIO ESTIMADO DE CHOMPAS DEPORTIVAS

Al adquirir una chompa deportiva, el 47% (125 personas) de la muestra encuestada manifiesta que se encuentran dispuestos a pagar entre \$25 a \$35 usd, dando un indicativo a la empresa que comercialmente sus chompas al venderse por un monto de \$20 usd más IVA se encuentran incluso por debajo del rango resultante. Esto es una fortaleza para Arttex porque indica que la calidad de las prendas, y en sí la integridad del producto (diseño, peso, color, fabricación, entre otros) le conceden ante la población un posicionamiento fuerte que brinda aceptación en el mercado, y que esa posición debe fortalecerse e ir creciendo poco a poco.

**Figura 9**

*Precio de chompas deportivas*

8. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por una chompa deportiva? (0 punto)



**Fuente:** Encuesta forms

## i) RECOMENDACIONES PRECIO/SERVICIO

Esta pregunta al ser abierta obtuvo 268 respuestas, de las cuales sobresalen conforme el (Gráfico 11. Recomendaciones) los términos: *prendas, variedad, publicidad, calidad, producto, precio y color*. Tomando en consideración lo expuesto es necesario indicar que la empresa como se ha analizado a lo largo de la encuesta, mantenga y mejore constantemente su **calidad** ya que es un factor decisivo en conjunto con el **precio**, para que se concrete la compra de los productos por parte del consumidor, sin descuidar por otro lado la aplicación y desarrollo de estrategias que involucren las 4P del Marketing con la finalidad de que los principales términos abordados en esta pregunta, como sugerencia de los encuestados se fusionen a través de una integración cooperativa que permita desarrollar un proceso productivo de posicionamiento,

integración y desarrollo económico de la empresa en el mercado nacional e internacional desde mediana escala en adelante.

**Figura 10**  
*Recomendaciones*



**Fuente:** Encuesta forms

## 2.10. CONCLUSIONES PARCIALES CAPÍTULO II

El capítulo dos se ha desarrollado aplicando instrumentos de investigación que fueron validados por profesionales capacitados, con la finalidad de asegurar que la calidad de la información no se encuentre sesgada y sea sustanciosa para aportar adecuadamente a la investigación no experimental aplicada. La metodología analítica y deductiva utilizada, ha conseguido que con las respuestas obtenidas tanto en la entrevista como en la encuesta ejecutada; se logre determinar aspectos importantes que la empresa debería tomar en cuenta al momento de centrar sus esfuerzos en mantener y continuar mejorando la calidad del producto ofrecido en la actualidad. Los datos primarios obtenidos por el levantamiento de los instrumentos seleccionados han generado información relevante, que brinda la oportunidad de proponer un plan de importación adecuado, ajustado a la empresa, personalizando así los requerimientos de acuerdo con la percepción de gustos y preferencias del consumidor.

## **CAPITULO III. PLAN DE IMPORTACIÓN DE ROLLOS DE TELA DEPORTIVA PARA LA EMPRESA SUBLIMADORA ARTTEX**

### **3.1. EMPRESA**

Arttex surge desde hace 21 años atrás (2003) y en este tiempo se ha distinguido en brindar sus productos en el mercado nacional por ofrecer calidad y precio competitivos e inigualables, encaminando el trabajo textil de la mano de la familia Loza López en la ciudad de Atuntaqui cabecera cantonal del Cantón Antonio Ante, localizándose al norte de la Región Interandina del Ecuador. Conforme fue posicionándose en el mercado, ha ido ampliando su proceso productivo, teniendo como tamaño empresarial en la actualidad 20 empleados que cumplen con estándares de calidad y brindan sus servicios eficazmente, para que así, el crecimiento de la empresa se desarrolle de manera continua y constante. Arttex ha logrado actualizar su conjunto de maquinaria de forma progresiva, y la atención al público se ha centrado en un único establecimiento físico que cuenta con una posición de mercado consolidada y que está ubicado en el barrio San Luis calle Bolívar 20-74 y Luis Humberto Gordillo, a media cuadra del parque de San Luis.

La implementación del plan de importación de rollos de tela deportiva para la empresa sublimadora Arttex, tiene como finalidad mejorar la calidad de sus prendas, cumpliendo a cabalidad con las expectativas y las necesidades de los clientes potenciales lo que en un futuro le permitirán incrementar su competitividad en el mercado nacional; al contar con una mano de obra más productiva y preparada, la importación de la materia prima ayudará a que el capital de la empresa logre una rentabilidad sostenible. Por lo tanto, siendo conocedores de que actualmente existe un alto interés de los dueños de la sublimadora Arttex para establecer un plan de importación de rollos de tela deportiva que le permita diversificar su portafolio de proveedores, conseguir una cartera de productos más variada y con una calidad que permita distinguir modelos, diseños y colores, el presente plan de importación se desarrolla para brindar la oportunidad a la empresa de crecer y mejorar al cumplir adecuadamente un objetivo trazado a largo plazo.

### **3.2. MATERIA PRIMA (TELA)**

Los rollos de tela adquiridos nacionalmente se caracterizan por constar de 50 metros y el precio por proveedor tiene un promedio que oscila entre los \$260 y los \$280 dólares de los estados

unidos de américa. La tela que ocupa actualmente la empresa Arttex para la confección de las prendas deportivas se caracteriza por tener una textura licrada, generalmente el porcentaje mínimo de poliéster que se requiere para sublimar la tela es de 60%, y nacionalmente Arttex trabaja con proveedores que le entregan materia prima en rollos de tela que bordean en su constitución del 60 al 65% de poliéster.

**Gráfico 6. Tela**



**Fuente:** Redes Sociales Sublimadora Arttex

### **3.3. PERSONAL QUE INTERVIENE**

La empresa Sublimadora Arttex conforme ha ido creciendo en el tiempo, se ha visto en la necesidad de incrementar su personal y hoy en día cuenta con 20 trabajadores, los cuales se distribuyen entre los siguientes puestos y/o denominaciones:

- a) Asistentes encargados de materia prima
- b) Diseñadores gráficos
- c) Personal de impresión
- d) Personal de maquilado
- e) Operadores de máquina

Con este personal, la empresa se ha encargado de brindar un producto distintivo en el mercado, el mismo que es, conforme los resultados de las encuestas obtenidos valorado por: su calidad, su accesibilidad económica y su personalización y diseños.

### 3.4. MAQUINARIA

Aunque Arttex depende mucho de la mano de obra calificada que constantemente se encuentra en actualización, es necesario recalcar que también requiere de maquinaria especializada que permite obtener el producto de calidad que se ofrece en el mercado; de tal forma a continuación se enlistan algunas máquinas que son principalmente necesarias para desarrollar todo el proceso de confección, debido que en la actualidad por la demanda del producto, fue necesario no solo implementar procesos que optimicen los recursos sino sobre todo el tiempo estimado de entrega, de tal forma las principales maquinas utilizadas por Arttex sublimadora son:

- a) Máquinas de coser
- b) Máquinas especializadas para sublimado
- c) Máquinas para acabados
- d) Máquina de calandra
- e) Máquina de bordado

### 3.5. PRODUCCIÓN

Arttex al ser fabricante realiza producción de prendas tanto al por mayor (para entrega a distribuidores nacionales de otras ciudades) como para venta al por menor en su tienda física establecida. De tal forma, los procesos de confección independientemente del destino o la cantidad de la mercancía a fabricar son los mismos, así:

- a) Se recibe la foto de la prenda que el cliente necesita o requiere se confeccione, así como el listado de los jugadores y/o la cantidad de prendas a fabricar.

*Gráfico 7. Foto enviada*



**Fuente:** Redes Sociales Sublimadora Arttex

*Gráfico 8. Lista de clientes*

#	Apellidos Nombres	Cédula	Devol	Talla	NOMBRE
1	FARRANGO RAFAEL JUAN RENE	1000407797	22	L	JUAN R
2	ENCARNA SARRIA ALEJANDRO DANIEL	1000052297	24	L	DANNY
3	SANTOS AGUIRRE RODER ANDERSON	1000109085	8	M	SANTOS
4	TRINDA ENRIQUETA JOHN EMMEL	1000367798	60	L	JOHN E
5	TRINDA ISIDORO JUAN CARLOS	1000356898	23	XL	JUAN C
6	FLERES SANPABLO JUAN CARLOS	1000014040	31	M	JUAN C
7	RUISERO MARVAZ DIEGO RUBEN	0401474440	30	L	DIEGO
8	ROZO REYES JORGE ANDRES	1000099487	38	L	JORGE
9	ANGAMARCA SOLANO HAYDIN FIDELIO	1000197817	38	M	HAYDIN
10	GIACOMETTI BUSTOS JARRET ANDRES	0401468442	32	M	JARRET
11	MONTENEGRO BARRILA HECTOR WALADIVER	1000333427	23	L	WALADIV
12	ANDINO BARRIL HENRY MARCELO	1000068396	36	L	HENRY
13	PORTILLA CHANDI WILSON EDIBERTO	1000048896	3	L	WILSON
14	BRADARDO VINUEZA MARLON ALEJIS	1054025814	9	M	MARLON
15	...	...	...	...	...

 **NOMINA DE JUGADORES.pdf**  
85 KB, Microsoft Edge PDF Document

**Fuente:** Redes Sociales Sublimadora Arttex

- b) Cuando la foto del requerimiento del cliente es procesada por el diseñador gráfico, el resultado de ese diseño o rediseño es enviado a los clientes para su apreciación, revisión, corrección y aprobación de ser pertinente; es importante indicar que el diseño propuesto por el personal de Arttex se puede modificar las veces que sean necesarias tanto en color como en modelo, con la finalidad de que la necesidad, así como los gustos y preferencias del cliente se cumplan.

*Gráfico 7. Diseño*



**Fuente:** Redes Sociales Sublimadora Arttex

- c) Realizados los cambios que hayan sido requeridos por parte del cliente, y una vez el diseño ha sido aprobado en su totalidad, se envía al personal de impresión para que realice el sublimado del diseño en la tela que sea necesaria para cumplir con la elaboración de las prendas conforme a la cantidad solicitada.

*Gráfico 8. Sublimado*



**Fuente:** Redes Sociales Sublimadora Arttex

- d) Sublimada la tela y tras haber verificado que no existen errores de sublimación ya sea por tinta corrida, diseño distorsionado, entre otros posibles que pueden generarse; el siguiente paso se encuentra a cargo del personal de corte, en donde se realiza el proceso de cortado de la tela respetando los patrones planos que se posee para la elaboración de cada prenda que fabrica Arttex.

**Gráfico 9. Corte**



**Fuente:** Redes Sociales Sublimadora Arttex

- e) Con el corte de la tela respetando los patrones establecidos para cada prenda se continúa con el maquilado de cada prenda, es decir con la elaboración y armado de los patrones hasta que se genere el producto final (camiseta – calentador – leggins, etc.)

**Gráfico 10. Maquilado**



**Fuente:** Redes Sociales Sublimadora Arttex

- f) Elaborada la prenda, se realiza el respectivo control de calidad y concluido el mismo se puede decir que la prenda se encuentra en perfectas condiciones para ser empaquetada y realizar su entrega al cliente final.

**Gráfico 11. Producto terminado**



**Fuente:** Redes Sociales Sublimadora Arttex

### 3.5.1. PLAZOS

Se conoce que una empresa que provea tanto productos o servicios requiere indicar a sus clientes un plazo de entrega. Tomando en cuenta que Arttex elabora productos a requerimiento del cliente (personalizados) el plazo que maneja es diferente para cada necesidad y eso depende de varios factores, los dos principales son:

- La aprobación del diseño por parte del cliente (cuando existen muchas correcciones o la inclinación del cliente por el diseño varía constantemente).
- El número de unidades requeridas por el cliente.

Por ejemplificar un caso, si se hizo un requerimiento de prendas deportivas con anticipación a la fecha que el cliente necesita usarlas, cuando la cantidad no es muy representativa se entregarán las prendas al día siguiente o máximo dentro de las 48 horas siguientes, en caso de que las prendas sean al por mayor, el tiempo estimado de entrega es a los 30 días después de haber sido aprobado el diseño para la confección.

**Tabla 2. Plazo de entrega**

<b>PRENDAS</b>	<b>PLAZO DE ENTREGA (DÍAS LABORABLES)</b>
1	Día siguiente
2 a 10	2 días
20 a 40	5 días
50 a 70	10 días
+80	Al mes

**Elaboración:** Propia de autor

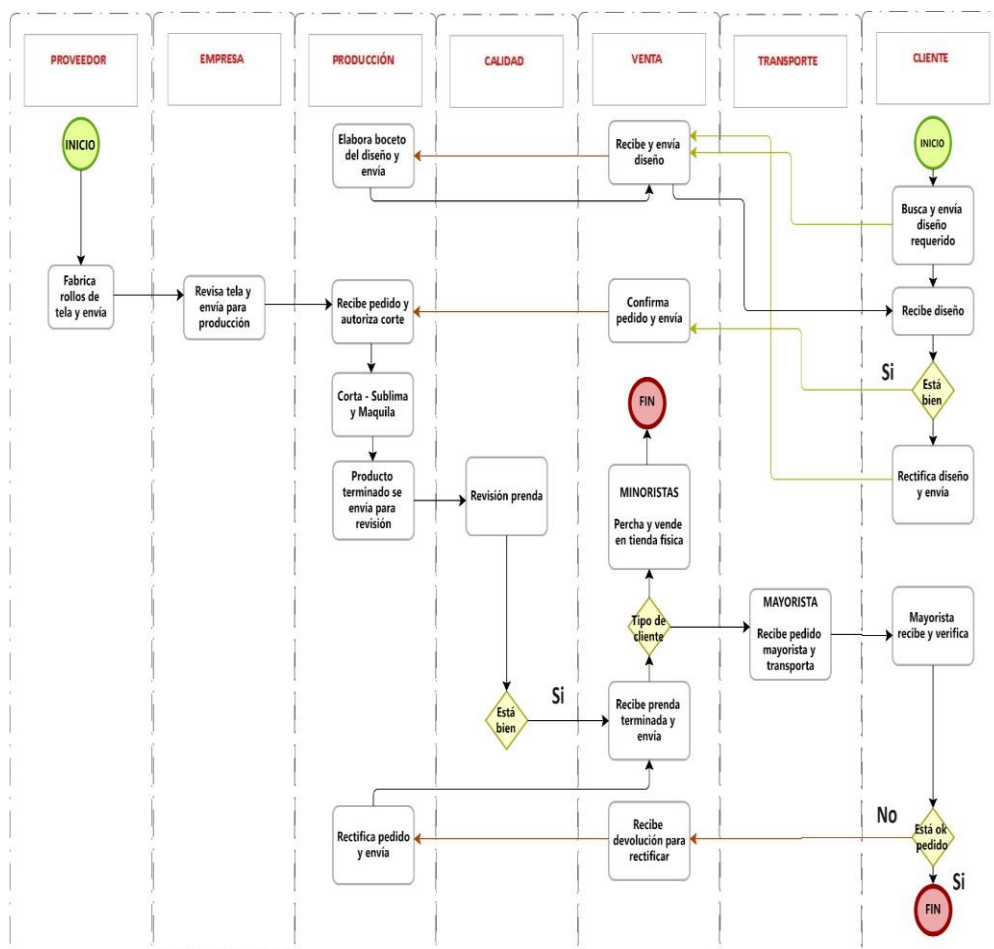
### 3.6. PROCESOS

En el presente apartado, se presenta un análisis de la cadena de suministro de Sublimadora Arttex, desde la adquisición de insumos hasta la distribución de productos terminados. Se incluye un flujograma que visualiza las etapas del proceso productivo y los actores involucrados. La empresa ofrece una variedad de prendas confeccionadas con telas de alta calidad, seleccionadas por su comodidad y durabilidad. Se detallan los precios de venta de cada producto y los procedimientos de empaque y embalaje utilizados. Además, se identifica el nicho de mercado al que se dirige la empresa y se describe su estrategia comercial. Un aspecto relevante es la selección del proveedor de telas, que cumple con los estándares de calidad requeridos para garantizar la satisfacción del cliente.

#### 3.6.1. PROCESO DE CONFECCIÓN DE PRENDAS

Presentación del flujograma del proceso de confección de las prendas deportivas.

**Gráfico 12. Flujograma producción de prendas**



**Elaboración:** Propia de autor

Mediante el *Gráfico 14. Flujograma producción de prendas* es posible representar gráficamente a los siete actores que participan en el flujo de trabajo enfocado en la confección de prendas deportivas. Este flujo abarca desde la adquisición de la materia prima hasta la entrega del producto final al cliente, quien ha enviado su diseño personalizado según sus gustos, preferencias y necesidades.

### **3.7. PRODUCTO TERMINADO**

La empresa Arttex se dedica a la fabricación de prendas de vestir, tanto deportivas como para el uso diario de sus clientes debido a la comodidad que brindan a quien las usa. La selección de la tela adecuada para la elaboración de las prendas deportivas es el punto clave que permitirá aplicar un plan de importación en la empresa Arttex, la adquisición enfocada en tela deportiva se direcciona al hecho de que esta materia prima logra mejorar la calidad de las prendas, de esa manera se consigue atraer más clientes y que ellos se encuentren a gusto con el uso de los productos principalmente por la característica de comodidad que brindan al usarse.



Las diferentes prendas de la empresa son confeccionadas por el personal encargado en base al estilo, tela, color, diseño, gusto y preferencia de cada cliente; sin embargo, hay que recalcar que para la empresa, las camisetas son las prendas más vendidas, ya que los consumidores prefieren adquirirlas por su precio accesible, su variedad, estilo, diseño y calidad; el producto es conocido en la zona y en muchos casos las camisetas de Arttex se han destacado por formar parte de diferentes eventos y actividades deportivas en los cuales participan ciudadanos oriundos de Atuntaqui así como de ciudades aledañas.

#### **3.7.1. PRENDAS CONFECCIONADAS Y PRECIOS – Catálogo de productos**

A continuación, se presentan las prendas que Arttex en su amplia trayectoria como empresa, ha venido ofertando tanto a la ciudadanía nacional como a los visitantes extranjeros que deciden adquirir productos en Antonio Ante.

Las prendas que se detallan en la tabla 3, corresponden a ejemplos reales (fotografías del producto propio de la empresa) de las prendas confeccionadas en la empresa Sublimadora Arttex y el precio que se registra hace referencia al valor con el que actualmente la empresa comercializa esos productos en sus tiendas físicas. Es importante recalcar que el precio se encuentra determinado por la empresa y ya cuenta con el incremento del IVA que actualmente se maneja en el país el mismo que corresponde al 15%.

**Tabla 3. Prendas confeccionadas y precio**

PRENDAS	PRECIO
<ul style="list-style-type: none"> <li>Camiseta</li> </ul> 	<p>8 USD (IVA)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Leggin</li> </ul> 	<p>11 USD (IVA)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Chompa</li> </ul> 	<p>20 USD (IVA)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Calentador</li> </ul> 	<p>30 USD (IVA)</p>

**Fuente:** Redes Sociales Sublimadora Arttex

**Elaboración:** Propia de autor

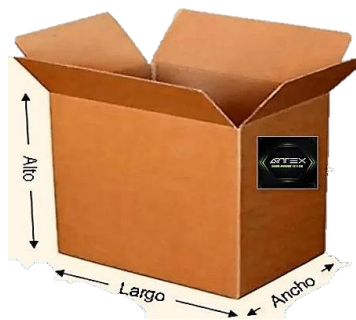
### 3.8. EMPAQUE

El empaque de las prendas confeccionadas en la empresa Sublimadora Arttex se realiza de la siguiente manera:

#### a) Empaque de prendas al por mayor

Las prendas confeccionadas al por mayor son empacadas en **cajas de cartón** debido a que el material mantiene controlada la humedad y por lo tanto se mantienen las prendas secas y en perfectas condiciones de protección hasta que llegue a manos del cliente.

*Gráfico 13. Empaque de prendas al por mayor*



**Fuente:** Sitio web

#### b) Empaque de prendas al por menor

Las prendas clasificadas por unidad tienen su respectivo empaque en fundas plásticas, constando en la prenda el etiquetado de cinta de papel Kraft que diferencia y permite mejorar la imagen de la marca. Tanto el empaque plástico como el etiquetado se encuentran elaborados con materiales biodegradables; la empresa se preocupa por el medio ambiente y la reducción de la contaminación, usando materiales al ser de fácil descomposición.

*Gráfico 15. Funda biodegradable*



**Fuente:** Redes Sociales Sublimadora Arttex

*Gráfico 14. Etiqueta*



**Fuente:** Redes Sociales Sublimadora Arttex

### 3.9. TIPO DE COMERCIALIZACIÓN

La comercialización de una empresa sublimadora textil se centra en el proceso y venta de productos, debido a que ofrece una amplia variedad de artículos, camisetas, chompas, leggins y calentadores, haciendo uso de diferentes textiles que se personalizan al gusto del cliente a través del proceso de sublimación, cumpliendo así con la necesidad y el requerimiento esperado por el usuario final. La empresa Sublimadora Arttex puede clasificarse con diferentes tipos de comercialización según la estrategia y el mercado objetivo, incluye la venta directa a consumidores potenciales a través de la tienda física o por las plataformas de redes sociales, así como la colaboración con distinguidas clientelas que requieren productos personalizados para eventos, promoción o uniformes corporativos. Se relaciona también que, la empresa textil anteriormente mencionada puede participar en ferias comerciales y utilizar el marketing digital para atraer a un público más amplio, aprovechando las diferentes redes sociales y el contenido visual atractivo para dar publicidad a sus productos y captar nuevos clientes de diferentes partes del país.

#### a) Venta directa

La venta directa a través de la tienda física y las plataformas digitales como Instagram, WhatsApp y Facebook, se realiza de la siguiente manera:



#### 3.9.1. DISTRIBUCIÓN

El canal de distribución frecuente es el conocido como C2B o Consumer to Bussines, éste es un canal de distribución directo debido a que los clientes de la empresa Arttex prefieren retirar sus prendas en la fábrica y/o tienda física para poder acceder directamente a ellas y revisar cantidades, diseños, entre otros aspectos importantes para el cliente dependiendo de sus necesidades; esto les brinda la oportunidad de que, en el caso de que exista alguna falla de

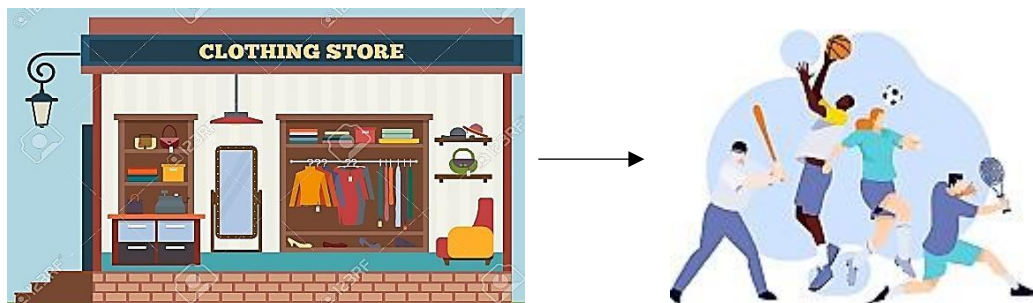
confección, se pueda actuar en el momento y se entregue la prenda a Arttex para rectificación o cambio, cabe resaltar que estas modificaciones en caso de existir corren por cuenta de la empresa, sin representar ningún valor adicional para el cliente.

### CONSUMER TO BUSINESS



Aunque el canal directo es el más usado, existen pocos casos que requieren de una entrega en un punto establecido diferente a la fábrica o tienda física de Arttex, de tal forma se incluye para la empresa el uso del canal de distribución B2C o Bussines to Consumer, frecuentemente cuando existen estos casos, el requerimiento surge por pedidos grandes que involucran eventos, actividades deportivas y principalmente las cantidades superan el ciento de prendas.

### BUSINESS TO CONSUMER



## 3.10. MARKETING

La empresa Arttex trabaja de manera online promocionando sus prendas deportivas a través de plataformas digitales, utilizando redes sociales como: Instagram, Tik Tok, WhatsApp y Facebook, de esta forma logra interactuar directamente con sus clientes potenciales enviando publicidad a través de estados o publicaciones que le permiten compartir información sobre las prendas que realiza, los servicios que presta (sublimación, calandra y confección), atender

requerimientos de información puntuales (relacionados con calidades y precios) y solventar dudas personalizadas de los posibles interesados.

De igual manera, el marketing que desarrolla la empresa, también lo ha realizado de manera indirecta, desde un ámbito offline, esto debido a que ha participado, patrocinado y estado presente en eventos deportivos como ya se ha recalado en párrafos anteriores por reiteradas ocasiones. Las prendas de la empresa son cómodas y al ser direccionadas al mundo fitness, poseen una cualidad difícil de igualar y/o ser reemplazada en el mercado competitivo en el que se maneja; adicional, la oportunidad que brinda a los usuarios de que sus prendas se puedan utilizar en el día a día, posiciona la confianza del cliente en adquirir un producto que, incluido a todos sus beneficios, maneja un precio accesible en el mercado.

Estas estrategias de marketing aplicadas correctamente proporcionan beneficios para la empresa si son aplicadas regularmente, ya que su masificación sería más amplia y la publicidad y el renombre que ganaría la marca Arttex lo volvería más competitivo en el mercado, posicionándose de una manera tanto directa como indirecta en la mente del consumidor, abarcando mayores y mejores nichos de mercado.

**Gráfico 16. Marketing Sublimadora Arttex**



**Fuente:** Redes Sociales Sublimadora Arttex

### **3.11. NICHO DE MERCADO**

Las prendas deportivas de la empresa Arttex, están diseñadas para adaptarse a las necesidades de sus clientes potenciales, los gustos y preferencias de los consumidores son variados al comprender un rango de edades desde los 10 años en adelante. La versatilidad del producto y la calidad que tiene le permite a la empresa sublimadora Arttex, brindar comodidad para disfrutar y utilizar las prendas desde campeonatos deportivos, ciclismo, salidas entre amigos incluso hasta en el trabajo, agregando que al adquirir prendas de Arttex el cliente luce diferente porque tienen un estilo de vida activo y dinámico.

### **3.12. MERCADO DE IMPORTACIÓN**

Seleccionar a Colombia como proveedor de telas deportivas para Ecuador es beneficioso, debido a que, por la proximidad geográfica entre estos países, se reduce considerablemente los costos y precios a causa del tipo de cambio fluctuante existente entre el dólar americano (Ecuador) y el peso colombiano (Colombia); de igual manera, los tiempos de transporte se optimizan de una manera considerable. Existe una ventaja medible e inigualable que tiene Colombia, la cual se enfoca a su fuerte y marcada trayectoria como país en la industria textil y de confecciones, ofrece materia prima (telas) con una alta calidad, durabilidad, resistencia y confort.

Las empresas distribuidoras de Colombia se caracterizan por tener materiales innovadores, y entre las principales características que se pueden identificar se encuentran: telas transpirables, antimicrobianas y de secado rápido, siendo acorde estas particularidades con los gustos y preferencias de los consumidores que demandan la confección de prendas deportivas en el mercado nacional.

En comparación con otros países, Colombia se destaca por ofrecer precios competitivos debido a que sus costos de producción son relativamente bajos con relación a los que se encuentran en Ecuador. Sin embargo, Colombia tiene diferentes tratados de libre comercio “TLC” que le otorgan beneficios al permitirle reducir o eliminar aranceles, medidas que permiten que el proceso de importación en muchos casos se optimice y sea más económico. Para el Ecuador es un beneficio el ser países aliados a través de la unión aduanera denominada Comunidad Andina de Naciones “CAN”, llegando a un nivel de integración que permite armonizar ciertas políticas comerciales y a través de la presentación del documento denominado “certificado de origen”,

considerando que es un documento de soporte en la declaración aduanera de importación, hay que recalcar su importancia al permitir conciliar una importación más favorable y con menos impuestos (libera el pago del tributo ad-valorem), generando competitividad en el mercado ecuatoriano para el producto final, todas esas características y sumado a ello el contar con una buena calidad de tela y el necesitar menos costos operativos para producir productos de calidad, le brindan a Arttex la oportunidad de consolidarse en el mercado de mejor manera.

Durante el proceso de selección de proveedores, se evaluaron varias opciones como: **“Protela, Fabricato S.A., Teks, Napoli, entre otros”** con base en criterios específicos relacionados con la calidad del material siendo entre 60% hasta 85% de poliéster, la composición textil y el cumplimiento de los estándares requeridos para la confección de las prendas deportivas. Entre los proveedores considerados, se incluyeron aquellos que ofrecían diversas mezclas de tejidos. Sin embargo, tras un análisis exhaustivo, se decidió optar por **“Primatela”**, debido a que este proveedor garantizaba un 100% de poliéster en su oferta, lo que aseguraba la durabilidad y la calidad deseada para el producto final. Esta selección se alineó con los objetivos del proyecto, que priorizan la consistencia en la textura y la resistencia del material utilizado.

### 3.12.1. PROVEEDOR DE IMPORTACIÓN

Se seleccionó a **“PrimaDenim – Primatela”** empresa textil colombiana por su reputación, su compromiso con la calidad y su historial comprobado de cumplimiento con los plazos de entrega. Además, ofrece una relación calidad-precio superior en comparación con otros proveedores evaluados, lo que asegura una optimización de los recursos de la empresa Arttex sin sacrificar la excelencia del producto que actualmente se maneja en el mercado. La capacidad de adaptarse a las necesidades específicas de Arttex y su enfoque en la innovación también fueron factores determinantes en la decisión tomada.

*Gráfico 17. Página PrimaDenim – Primatela*



*Fuente: Red Social Primatela <https://primatela.com>*

## **a) FICHA TÉCNICA**

Para importar rollos de tela deportiva desde Colombia, es esencial contar con una ficha técnica, la información proporcionada anteriormente se visualiza en la ficha técnica recibida por el proveedor el 22/07/2024, constando como **Anexos del 7 al 9**. En estos documentos se obtiene detalles críticos sobre el producto (tela deportiva), tales como: la composición del material, las dimensiones de los rollos, el peso, las características técnicas específicas y cualquier tratamiento especial que haya recibido la tela en el país de origen, añadiendo información sobre las normativas de calidad y seguridad que cumple el producto; la ficha técnica se enfoca en asegurar su aceptación en el mercado de destino, describiendo correctamente cada aspecto legal del producto vendido. Finalmente, la ficha técnica facilita los trámites aduaneros, al proporcionar datos precisos y verificables que el importador necesita para completar el proceso de importación en el país de destino, ayudando a evitar retrasos y complicaciones en el proceso de importación.

## **b) COTIZACIÓN**

La fluctuación entre pesos colombianos y dólares estadounidenses es un factor importante al realizar la importación de rollos de tela deportiva desde Colombia hacia Ecuador. La tasa de cambio es la que permite determinar el costo final del producto en dólares, influyendo directamente en el precio final al consumidor, así como en la competitividad que la empresa genere en el mercado ecuatoriano.

La cotización recibida del proveedor el 22/07/2024 (Anexo. 10), permite identificar una proforma con valores favorables, optimizando de tal forma el presupuesto destinado a la importación que tiene Arttex, de igual forma permite asegurar una mejor relación costo-beneficio entre proveedor y consumidor. Es vital realizar un seguimiento continuo de las fluctuaciones existentes al tipo de cambio y, si es posible, asegurar una cotización fija en la negociación para evitar cambios bruscos e inesperados que pueden afectar la rentabilidad de la operación comercial que Arttex proyecte.

### c) CONVERSIÓN

La conversión aplicada a la cotización recibida fue con la información oficial del 22/07/2024 en el Banco Central del Ecuador, encontrándose el peso colombiano con la tasa de 0.0002502 frente al dólar americano.

#### Gráfico 18. Cambio de moneda

CONSULTA POR MONEDAS EXTRANJERAS			
CONSULTA POR MONEDAS EXTRANJERAS (COP) PESOS COLOMBIANOS Periodo desde 2024-07-22 hasta 2024-07-22			
Fechas Disponibles	Valor en Dólares		
	Tasa Oficial (1)	Compra	Venta
2024-07-22	0.0002502	0.0002501	0.0002503

(1) Tasa Oficial: Valor promedio de compra y venta; utilizado para fines contables del Banco Central del Ecuador.

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla 4. Tasa de cambio de peso a dólar estadounidense

PESO COLOMBIANO (COP)	DÓLAR ESTADOUNIDENSE (USD)
0.0002502	1

Elaboración: Propia de autor

### d) POSIBLES TRIBUTOS

Tabla 5. Matriz de costos

MATRIZ DE COSTOS			
FCA PESOS COLOMBIANOS	1382185	TIPO DE CAMBIO BCE	0,0002502
EXW EN DOLARES AMERICANOS	\$ 345,82		
		ROLLOS DE TELA 80MT	\$ 3,00
TOTAL FCA USD	\$ 345,82	VALOR POR ROLLO	\$ 115,27
FLETE INTERNACIONAL	\$ 250,00	VALOR POR METRO	\$ 1,44
TOTAL CPT	\$ 595,82		
SEGURO 1%	\$ 3,46		
TOTAL CIP	\$ 599,28		
AD-VALOREM 20% (CON C.O. 0%)	\$ -		
ARANCEL ESPEFÍFICO	\$ -		
FODINFA 0,50%	\$ 3,00		
I.C.E 0%	\$ -		
BASE IMPONIBLE IVA	\$ 602,28		
IVA 15%	\$ 90,34		
<b>TOTAL TRIBUTOS</b>	<b>\$ 93,34</b>		
COSTOS A CONSIDERAR PARA SACAR PVP			
CERTIFICADO DE ORIGEN	\$ 10,00		
TRANSPORTE LOCAL EN DESTINO TULCAN - ATUNTAQUI	\$ 250,00		
AGENTE ADUANERO	\$ 200,00		
<b>TOTAL COSTOS ADICIONALES</b>	<b>\$ 460,00</b>		
TOTAL GASTOS PAGADOS HASTA LLEGAR A DESTINO	\$ 553,34		
TOTAL GASTO POR ROLLO IMPORTADO	\$ 184,45	METROS POR ROLLO DE TELA NACIONAL	50
TOTAL COSTO POR ROLLO DE TELA IMPORTADO	\$ 299,72	TOTAL COSTO POR ROLLO DE TELA NACIONAL	\$ 250,00
TOTAL COSTO POR METRO DE TELA IMPORTADA	\$ 3,75	TOTAL COSTO POR METRO DE TELA NACIONAL	\$ 5,00

Elaboración: Propia de autor

Con la elaboración de la Tabla 5, se puede identificar que el valor total de la cotización de los rollos de tela es 1'382.185 pesos colombianos (\$345,82 dólares de los estados unidos de américa) costando cada rollo \$115,27 USD; realizando los cálculos de impuestos y aranceles cada rollo de 80m de tela deportiva tiene el valor de \$299,72 USD versus el valor de los rollos de tela que actualmente adquiere la sublimadora Arttex al proveedor nacional que cuesta \$250 USD cada rollo de 50 metros. Con ello se puede comparar para que sea más entendible que importando los rollos de tela desde Colombia, el metro de tela importada termina costado en dólares \$3,75 USD mientras que el metro de tela comprada al proveedor nacional cuesta \$5 USD, entendiendo que la diferencia de \$1,25 USD se tiene como reducción de costos para Arttex al importar y por lo tanto hace que los productos de la empresa sean más competitivos tanto en calidad como en precio en el mercado en el que se está desarrollando actualmente.

**a) ANÁLISIS COMPARATIVO**

Durante el análisis de costos y calidad de los materiales, se realizó una comparación exhaustiva entre proveedores nacionales e internacionales. Los proveedores nacionales presentaron ofertas competitivas, pero en general, los precios eran más altos en comparación con los proveedores internacionales.

Los precios son los siguientes:

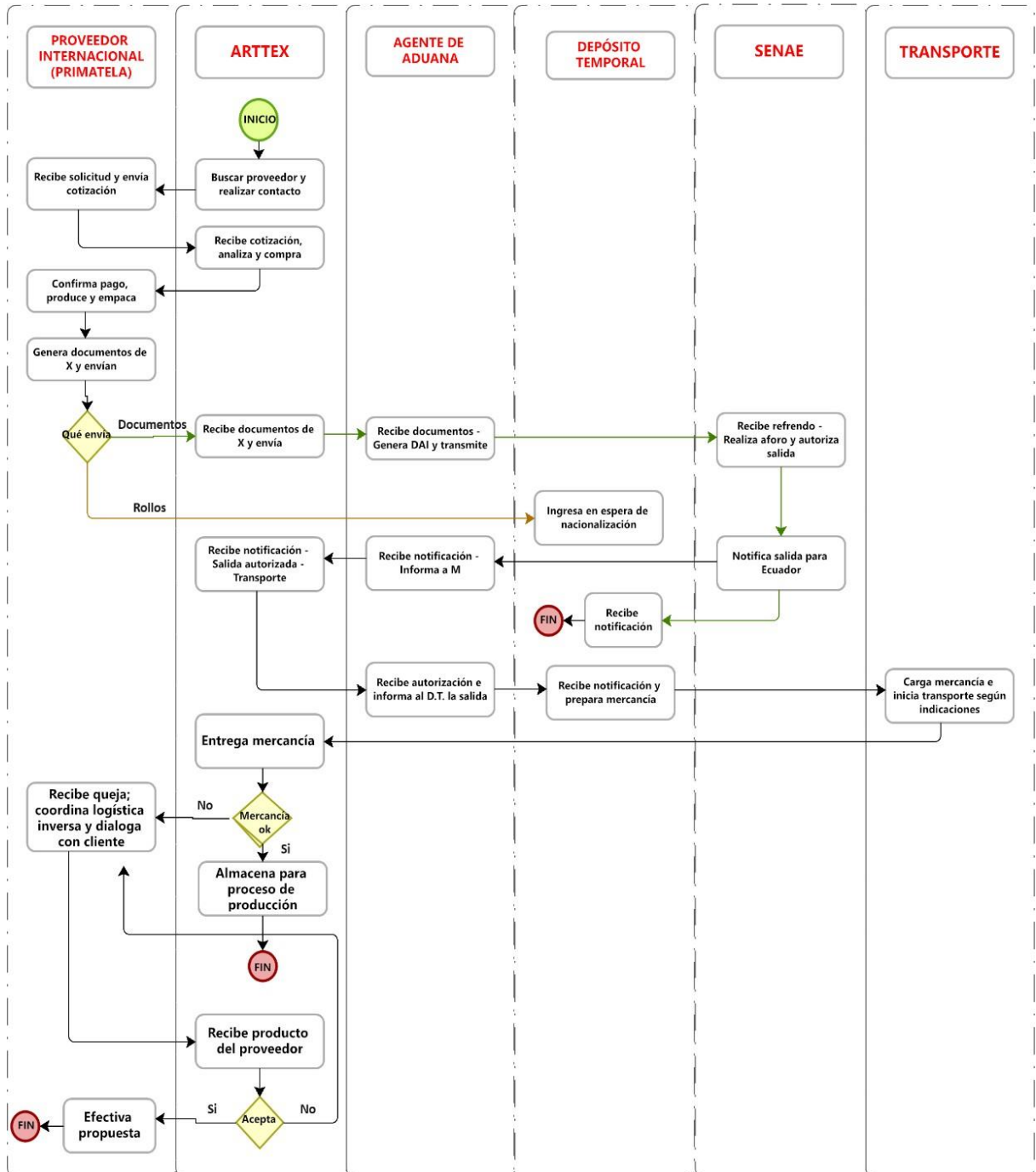
***Tabla 6. Comparación de precios***

<b>PRECIO DE ROLLO DEPORTIVO</b>	
<b>NACIONAL</b>	<b>INTERNACIONAL</b>
250 USD	115,27 USD

Además, al evaluar la calidad de los materiales ofrecidos, se observó que los proveedores internacionales no solo ofrecían precios más bajos, sino que también garantizaban una mejor calidad en los productos, cumpliendo con los estándares de composición y durabilidad requeridos. Esta combinación de un precio más accesible y una calidad superior fue determinante en la decisión de optar por proveedores internacionales para asegurar el éxito y la competitividad del producto final en el mercado.

a) LOGÍSTICA DIRECTA PARA LA IMPORTACIÓN DE ROLLOS DE TELA DESDE COLOMBIA HACIA ECUADOR

Gráfico 19. Flujoograma de logística directa



Elaboración: Propia de autor

La logística directa para la importación de rollos de tela deportiva va encaminada por el INCOTERM FCA anteriormente mencionado en el **Capítulo I** literal **1.3.5. INCOTERMS**. La empresa Sublimadora Arttex ha decidido utilizar este término, debido que el vendedor será responsable de entregar la mercancía en el lugar acordado, listo para ser transportado, mientras que el comprador asumirá los costos y riesgos a partir de ese punto.

### **3.13. MEDIOS DE PAGO**

El medio de pago escogido para la transacción del siguiente plan de importación es la siguiente:

- **Efectivo Anticipado a través de Transferencias Bancarias:** Las transferencias bancarias permiten utilizar el método de pago de efectivo directo, o efectivo anticipado; respetando las condiciones establecidas en el contrato de compra venta internacional como montón mínimos establecidos, entre otros, se conoce que estos tipos de pagos son establecidos en las primera transacciones entre nuevos colaboradores, debido a que la confianza entre importador y exportador no es tan fortificada como para conseguir un crédito directo; por lo tanto, considerando la cotización enviada por PRIMATELA, el efectivo anticipado con % establecido es la forma de pago que se va a realizar, y la transferencia bancaria se realizará con Banco Pichincha al tener Arttex cuentas en esta institución financiera; porque facilita las transferencias internacionales entre Ecuador y Colombia, y al contar con sucursales en ambos países, las operaciones suelen ser rápidas, con un tiempo de procesamiento de alrededor de 24 horas. Aunque se aplican comisiones por este servicio, la conveniencia y rapidez de las transferencias hacen que sea una opción atractiva para quienes necesitan enviar o recibir dinero entre los países vecinos.

### **3.14. NORMATIVA LEGAL**

La normativa legal para el proceso de importación de rollos de tela deportiva desde el país de Colombia hacia el país de Ecuador es fundamental para garantizar que los negocios comerciales se realicen de manera ordenada, segura y conforme a las leyes de ambos países. Estas regulaciones establecen los requisitos aduaneros, arancelarios y documentos necesarios para la importación de “**Rollos de tela deportiva**”, asegurando el cumplimiento de normas de calidad, estándares fitosanitarios y acuerdos comerciales bilaterales. Asimismo, la normativa ayuda a prevenir el contrabando, proteger la industria local y asegurar que los productos importados no

provoquen daños a la salud pública, ni al medio ambiente. Entendiendo, que al cumplir con las normativas legales es esencial para facilitar el comercio internacional, reducir riesgos y costos asociados, promoviendo diferentes relaciones comerciales transparentes y beneficiosas entre Colombia y Ecuador.

### 3.14.1. PARTIDA ARANCELARIA

La partida arancelaria de la tela deportiva es necesaria para clasificar el producto correctamente en el sistema armonizado y dentro del sistema informático Ecuapass; de igual forma permite determinar los impuestos y aranceles aplicables a la mercancía de manera correcta. Esta codificación armonizada permite identificar las características específicas del producto, facilitando su despacho aduanero y asegurando el cumplimiento de las normativas comerciales y regulares, esto porque la partida arancelaria ayuda a evitar retrasos por desconocimiento y posibles sanciones al proporcionar información precisa y estandarizada, que las autoridades aduaneras utilizan para verificar y procesar la importación de manera eficiente y continua.

**Gráfico 20. Descripción arancelaria**

	Detalle
6006	Los demás tejidos de punto
	- De fibras sintéticas:

**Fuente:** Pudeleco

### 3.14.2. SUBPARTIDA

La subpartida arancelaria de la tela deportiva importada desde Colombia hacia Ecuador es fundamental para el proceso aduanero y comercial. Contar con la subpartida arancelaria correcta, asegura una importación eficiente y sin contratiempos, evitando sanciones y retrasos en el despacho aduanero, y garantizando que el producto cumpla con los requisitos legales.

**Gráfico 21. Descripción arancelaria**

6006.31.00.00	-- Crudos o blanqueados
---------------	-------------------------

**Fuente:** Pudeleco

### 3.14.3. CÓDIGOS SUPLEMENTARIOS

El código suplementario complementa la clasificación arancelaria, permitiendo una identificación más precisa de las características particulares del producto, como el tipo de material, el uso previsto o cualquier otra especificación relevante.

*Gráfico 22. Código suplementario*

Cod.Sup.	Detalle
0000	Sin Código Suplementario específico. Use el Código 0000

**Fuente:** Pudeleco

### 3.14.4. RÉGIMEN ARANCELARIO

El régimen arancelario establece las tarifas que debe pagarse, promoviendo la protección de las industrias nacionales al encarecer los productos extranjeros, contribuyendo a mantener un equilibrio comercial y proteger los intereses económicos-sociales del país importador.

*Gráfico 23. Régimen arancelario*

Detalle	Dato
Arancel Advalorem	20.00%
Arancel Específico	\$0.00
Fodinfra	0.50%
I.V.A.	15%
I.C.E.	0%
Unidad Física	Kilogramos
Requisitos del INEN	No
INEN SENA	No
Producto del SAFF	No

**Fuente:** Pudeleco

### 3.14.5. RESTRICCIONES

Las restricciones de la tela deportiva importada desde Colombia hacia Ecuador son medidas establecidas para asegurar que el producto cumpla con las normas y estándares de calidad y seguridad del país importador. El análisis de las restricciones garantiza que la importación no afecte negativamente a la industria textil local, protegiendo así los intereses económicos sociales. Por lo tanto, para la materia prima (tela poliéster) importada desde el país colombiano no se mantiene prohibición, y el ingreso al país ecuatoriano es legal, teniendo constancia la normativa mediante la plataforma Pudeleco.

*Gráfico 24. Restricciones*

Tipo	Cod.Sup.	Det.Cod.Sup.	Cod.Entidad	Entidad	Documento	Fuente	Notas	Instancia
Prohibición	0000	Sin Código Suplementario específico. Use el Código 0000	066	Comité de Comercio Exterior		Resolución No. 2397 (2017) del Consejo de Seguridad de las Naciones	Prohibida importación de Corea del Norte	

**Fuente:** Pudeleco

### 3.15. CONCLUSIÓN PARCIALES CAPÍTULO III

En el capítulo III del proyecto de investigación, se aborda la implementación de un plan de importación de rollos de tela deportiva como una estrategia clave para la reducción de costos operativos en la empresa Sublimadora Arttex. Este estudio detallado permite comprender los varios factores involucrados en el proceso de importación, incluyendo los proveedores internacionales (Colombia) y las regulaciones aduaneras, debido que los resultados obtenidos demuestran que la admisión de un plan de importación bien estructurado puede generar ahorros económicos significativos para Arttex. Teniendo en cuenta que la mejora en la calidad y disponibilidad de las telas importadas resultarán positivamente en la eficiencia operativa y en la competitividad de la empresa en el mercado local.

En resumen, la implementación de este plan no solo contribuirá a la reducción de costos operativos, sino también potenciará el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo de ARTTEX en la industria de la sublimación deportiva.

## CONCLUSIONES

El análisis detallado de las bases teóricas proporcionó información principal para entender los diferentes fundamentos sobre la importación y reducción de costos operativos para optimizar sus operaciones y sea más eficientes.

La realización del marco metodológico de un plan de importación para la empresa sublimadora Arttex, ha sido fundamental para proporcionar información primaria sobre la necesidad, gustos, preferencias y demandas de los rollos de tela deportiva.

La elaboración del plan de importación para la empresa sublimadora Arttex, con un enfoque en la reducción de costos operativos, ha sido una tarea integral que ha permitido validar los resultados obtenidos por expertos en el comercio.

Mediante la información obtenida, se tiene como resultado que los rollos de 50m de tela deportiva adquiridos por proveedores nacionales tiene el costo de \$250 USD; y haciendo referencia al valor indicado en la cotización, el proyecto si es factible porque se obtiene como consecuencia posterior al cálculo de tributos que los rollos de 80m de tela deportiva adquiridos al proveedor internacional (Primatela) dan como resultado un valor importado de \$299,72 USD. En base al resultado apreciado, se constata que adquiriendo los rollos de tela en el país vecino de Colombia se tiene una disminución de \$1,25 por metro de tela; reduciendo costos y permitiendo que Arttex recupere el capital invertido con mayor facilidad y que pueda comercializar las prendas con precios más competitivos en el mercado nacional e internacional de ser el caso.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda socializar con el gerente propietario de la empresa Sublimadora Arttex el Sr. Hernán Loza para comentarle que, si es viable adaptar el plan de importación de rollos de tela deportiva, verificando cuales han sido los impactos enfocados en la reducción de costos operativos.

Tomando en consideración, mediante la metodología que se ha utilizado se recomienda llevar a cabo un análisis exhausto del mercado, identificando tendencias y proyecciones de consumo en el sector textil. Por motivo que, es fundamental evaluar y seleccionar proveedores internacionales confiables que ofrezcan productos de alta calidad a precios competitivos.

Elaborando el plan de importación para la empresa Sublimadora Arttex se recomienda optimizar los procesos logísticos implementando un sistema de monitoreo continuo, permitiendo evaluar el desempeño y los costos en tiempo real. Validando los resultados obtenidos por expertos en el comercio asegurando que las medidas implementadas reduzcan los costos operativos sin comprometer la calidad y eficiencia.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, L. (2014). El método de la investigación Research Method. *Daena: International journal of good conscience*, 9(3), 195-204. Obtenido de: [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- AITE. (s.f.). *Industria textil y confecciones*. Historia y actualidad. Obtenido de: [www.aite.com.ec](http://www.aite.com.ec)
- Banco Sabadell. (2020). Incoterms. España. Obtenido de: [https://www.bancosabadell.com/cs/Satellite/SabAtl/Incoterms-2020/1191332202955/es/#:~:text=Los%20Incoterms%20\(International%20Commercial%20Terms,menos%20estandarizadas%20por%20los%20comerciantes.](https://www.bancosabadell.com/cs/Satellite/SabAtl/Incoterms-2020/1191332202955/es/#:~:text=Los%20Incoterms%20(International%20Commercial%20Terms,menos%20estandarizadas%20por%20los%20comerciantes.)
- Belloso, G., & Lizardo, A. (2023). El proceso de investigación científica en las ciencias políticas: enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto: The Scientific Research Process in Political Sciences: Qualitative, Quantitative and Mixed Approach. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 24(51), 250-266. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10059973>
- de la Producción, C. O. (2010). *Código orgánico de la producción, comercio e inversiones. REGISTRO OFICIAL N° 351, Libro IV del Comercio Exterior, sus órganos de Control e Instrumentos, Capítulo VII, 29.*
- Echavarría, L., Gómez, R., Aristazábal, Z., & Vanegas, O. (2010). El método analítico como método natural. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 25(1). Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/181/18112179017.pdf>
- ECUAPASS. (s.f.). *Sistema Aduanero Ecuatoriano*. obtenido de: [https://www.gob.ec/tramites/buscar?search\\_api\\_fulltext=ECUAPASS](https://www.gob.ec/tramites/buscar?search_api_fulltext=ECUAPASS)
- Espinoza, E. (2023). La enseñanza de las ciencias sociales mediante el método deductivo. *Revista Mexicana de Investigación e Intervención Educativa*, 2(2), 34-41. doi: <https://doi.org/10.62697/rmie.v2i2.50>
- FREIGHTOS. (2024). Incoterms. Obtenido de: <https://www.freightos.com/es/freight-resources/incoterms-2024-significado-grafico-y-lista-de-incoterms/>
- García, G. (2023). Investigación cualitativa desde el método de la investigación acción: Qualitative Research from the Action Research Method. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 24(51), 196-210. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10048464>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. 6, pp. 102-256). México: McGraw-Hill. Obtenido de:
- iContainer*. (s.f.). Guía de los distintos tipos de contenedores marítimos y sus dimensiones. Obtenido de: <https://www.icontainers.com/es/tipos-de-contenedores-y-sus-dimensiones/>
- INEC. (2023). Presentación de resultados nacionales. Obtenido de: [https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2023/10/Presentacio%CC%81n\\_Nacional\\_1%C2%B0entrega-4.pdf](https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2023/10/Presentacio%CC%81n_Nacional_1%C2%B0entrega-4.pdf)

- Jones, H. (2018). *La reciente gran reducción en el costo de los lanzamientos espaciales*. 48.<sup>a</sup> Conferencia Internacional sobre Sistemas Ambientales. Obtenido de: <http://hdl.handle.net/2346/74082>
- Kaplan, S. (2017). *Time-driven activity-based costing: a simpler and more powerful path to higher profits*. Retrieved from Harvard business press.
- Kuprian, P. (1978). Problemas metodológicos del experimento social. *La Habana: Ciencias Sociales*.
- Leiva, V. (2017). *La planificación tributaria como instrumento idóneo para maximizar los beneficios económicos: caso del sector textil, subsector hilatura, tejeduría y acabados de productos textiles* (Master's thesis, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador). Obtenido de: <http://hdl.handle.net/10644/5520>
- Lopezosa, C. (2020). Entrevistas semiestructuradas con NVivo: pasos para un análisis cualitativo eficaz. *Lopezosa C, Díaz-Noci J, Codina L, editores Methodos Anuario de Métodos de Investigación en Comunicación Social, 1. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra; 2020. p. 88-97. doi:http://dx.doi.org/10.31009/methodos.2020.i01.08*
- Chóez, M., Quijije, B. M., Chele, M., & Chancay, G. (2020). Exportaciones ecuatorianas: un análisis a la producción no afectada por la emergencia sanitaria. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 5(10), 89-103. doi: <https://doi.org/10.23857/pc.v5i10.1790>
- García, M., & Valencia, V. (2018). Impacto que genera la investigación de mercados en la toma de decisiones por la gerencia. *ECA sinergia*, 9(2), 68-79.
- Masaquiza, A. (2024). *El comercio exterior de los principales productos no petroleros y su efecto en el ciclo económico del Ecuador* (Bachelor's thesis). doi:<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/41337>
- Mendoza, R., Alfaro D., & Paternina, D. (2015). *Manual práctico para gestión logística: envase y embalaje, transporte y cadena de frío, preservación de productos del agro*. Editorial Universidad del Norte.
- Neison, C. (2020). *Los sistemas de gestión de costos en la industria textil en Colombia*. 73 - 79. doi:<http://dx.doi.org/10.21017/rimci.2020.v7.n13.a77>
- Paitán, Ñ., Mejía, M., Ramírez, N., & Paucar, V. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones de la U.
- Pico, L., & Yagual, C. (2018). Cartas de crédito como medio de pago que genera confianza en el mundo de los negocios internacionales. *INNOVA Research Journal*, 3(8), 26-33. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v3.n8.2018.613>
- Quispe, M., Pinto, F., Huamán, R., Bueno, M., & Valle, A. (2020). Metodologías cuantitativas: Cálculo del tamaño de muestra con STATA y R. *Revista del Cuerpo Médico Hospital Nacional Almanzor Aguinaga Asenjo*, 13(1), 78-83.
- SENAE. (s.f.). *Régimen 10*. Obtenido de: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>

- Romero, A. (2023). *Diseño de un proceso logístico de distribución de productos para la empresa tallarines “Valeria” de la ciudad Ambato Ecuador*. Repositorio UNIANDÉS. Obtenido de: <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/16053>
- Romero, M., Barrientos, T., Cuevas, L., Bautista, S., Colchero, A., Gaona, B., ... & Shamah, T. (2021). Metodología de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2020 sobre Covid-19. *salud pública de méxico*, 63(3), 444-451.
- Sandín, B. (2003). El estrés: un análisis basado en el papel de los factores sociales. *International Journal of clinical and health psychology*, 3(1), 141-157.
- SENAE. (s.f.). Para Importar. Obtenido de: <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2023/03/BANNER-PREVIO-A-IMPORTACION-1.jpg>
- SENAE. (2021). Regímenes Aduaneros. Obtenido de: <https://www.aduana.gob.ec/servicios-para-oces/regimenes-aduaneros/>
- Tejeda, B. (2019). *Importación como una de las opciones para que la empresa se internacionalice y también analizar y evaluar los factores significativos que intervienen en el proceso de compras de importación*. Scielo, 48(124). Obtenido de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782019000200002](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000200002)
- Valencia, F. (2015). Sistema de dinero electrónico, un medio de pago al alcance de todos. *CEMA Bulletin*.
- Véjar, J. (2022). *Mercado ferretero ecuatoriano*. El Comercio. Obtenido de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/tecnologia/aplicacion-busca-mercado-ferretero-ecuatoriano.html>
- Zúñiga, V., Cedeño, C., & Palacios, M. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723-9762. doi:[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i4.7658](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658)

# ANEXOS

## Anexo 1. Formato de entrevista

### FORMATO DE ENTREVISTA AL GERENTE PROPIETARIO DE LA EMPRESA SUBLIMADORA ARTTEX

¿Cómo surgió la idea de crear la empresa sublimadora Arttex?

.....  
.....

1. ¿Cómo ha evolucionado la cantidad de personal requerido desde los inicios hasta la actualidad?

.....  
.....

2. ¿La tela deportiva en qué productos de su catálogo se usa?

.....  
.....

3. ¿Podría explicarme qué áreas intervienen en el proceso de fabricación y las actividades que cumple cada uno?

.....  
.....

4. ¿Con qué frecuencia adquiere materia prima (tela deportiva)? ¿Tiene una cantidad establecida?

.....  
.....

**5.** ¿Cuántos proveedores tiene para la adquisición de rollos de tela deportiva?

.....  
.....

**6.** ¿Estaría abierto a la idea de importar directamente? ¿Por qué?

.....  
.....

**7.** ¿Considera que Colombia podría ser idóneo para la importación?

.....  
.....

**8.** ¿Qué consecuencias cree tendría en la empresa en el aspecto económico – social y productivo la importación directa?

.....  
.....

## Anexo 2. Carta de validación

### CARTA DE VALIDACIÓN #1

Yo, Msc. Arianna Dominique Valdospinos Balda, titular de la cédula de identidad N° 100376522 7. Docente Tiempo Completo como directora de Marketing y Coordinadora de Posgrados de la Universidad de Otavalo, mediante la presente hago constatar que el instrumento utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación: “PLAN DE IMPORTACIÓN DE ROLLOS DE TELA DEPORTIVA PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS EN LA EMPRESA SUBLIMADORA ARTTEX, 2024”, elaborado por la estudiante de la Universidad de Otavalo.

Nombres Apellidos	N° de Cédula
Cristina Gabriela Paredez Hernández	100434804 9

La estudiante antes mencionada se considera aspirante al título de Licenciada en Comercio Exterior. Una vez efectuada la revisión correspondiente, expresamos que el Proyecto de Investigación reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean.

ÍTEMS	DEFICIENTE 20%	ACEPTABLE 40 AL 60%	BUENO 61 AL 80%	MUY BUENO 81 AL 90%	EXCELENTE 91 AL 100%
Congruencia de ítems					X
Amplitud de contenidos					X
Redacción de ítems					X
Claridad y precisión					X
Pertinencia					X

Promedio de la valoración: 95%

Observaciones y/o comentarios: \_\_\_\_\_

Y para la constancia de la presente misiva, se firma en la Ciudad de Otavalo el 07 de junio del 2024.



FIRMA

Nombre: Arianna Valdospinos Balda

**Carrera Comercio Exterior**

**Universidad de Otavalo**

**Anexo 3. Carta de validación**

**CARTA DE VALIDACIÓN #2**

Yo, PhD. Lidia Inés Díaz, titular de la cédula de identidad N° 175668767 7, Docente Tiempo Completo experta en el campo de la investigación y metodóloga de la Universidad de Otavalo, mediante la presente hago constatar que el instrumento utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación: “PLAN DE IMPORTACIÓN DE ROLLOS DE TELA DEPORTIVA PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS EN LA EMPRESA SUBLIMADORA ARTTEX, 2024”, elaborado por la estudiante de la Universidad de Otavalo.

<b>Nombres Apellidos</b>	<b>N° de Cédula</b>
Cristina Gabriela Paredez Hernández	100434804 9

La estudiante antes mencionada se considera aspirante al título de Licenciada en Comercio Exterior. Una vez efectuada la revisión correspondiente, expresamos que el Proyecto de Investigación reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean.

<b>ÍTEMS</b>	<b>DEFICIENTE 20%</b>	<b>ACEPTABLE 40 AL 60%</b>	<b>BUENO 61 AL 80%</b>	<b>MUY BUENO 81 AL 90%</b>	<b>EXCELENTE 91 AL 100%</b>
Congruencia de ítems					X
Amplitud de contenidos					X
Redacción de ítems					X
Claridad y precisión					X
Pertinencia					X

Promedio de la valoración: 95%

Observaciones y/o comentarios: \_\_\_\_\_

Y para la constancia de la presente misiva, se firma en la Ciudad de Otavalo el 07 de junio del 2024.

  
\_\_\_\_\_  
FIRMA  
Nombre: Lidia Inés Díaz Paredez  
Carrera Comercio Exterior

**Docente, Carrera  
Universidad de Otavalo**

#### Anexo 4. Carta de validación

### CARTA DE VALIDACIÓN #3

Yo, Tnlgo. Edwin Gonzalo Navarrete Cerón, titular de la cédula de identidad N° 100327144 0. Gerente representante Zona Norte de la empresa “Laarcourier Express”, mediante la presente hago constatar que el instrumento utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación: “PLAN DE IMPORTACIÓN DE ROLLOS DE TELA DEPORTIVA PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS EN LA EMPRESA SUBLIMADORA ARTTEX, 2024”, elaborado por la estudiante de la Universidad de Otavalo.

Nombres Apellidos	N° de Cédula
Cristina Gabriela Paredez Hernández	100434804 9

La estudiante antes mencionada se considera aspirante al título de Licenciada en Comercio Exterior. Una vez efectuada la revisión correspondiente, expresamos que el Proyecto de Investigación reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean.

ÍTEMS	DEFICIENTE 20%	ACEPTABLE 40 AL 60%	BUENO 61 AL 80%	MUY BUENO 81 AL 90%	EXCELENTE 91 AL 100%
Congruencia de ítems					X
Amplitud de contenidos					X
Redacción de ítems					X
Claridad y precisión					X
Pertinencia					X

Promedio de la valoración: 95%

Observaciones y/o comentarios: \_\_\_\_\_

Y para la constancia de la presente misiva, se firma en la Ciudad de Otavalo el 07 de junio del 2024.



Nombre:

  
FIRMA  
Edwin Gonzalo Navarrete Cerón

Carrera Comercio Exterior  
Universidad de Otavalo

## Anexo 5. Entrevista a Gerente Propietario



**Fecha:** 09/06/2024

**Entrevistado:** Sr. Hernán Loza Gerente Propietario Empresa Sublimadora Arttex

**Entrevistadora:** Estudiante Srta. Gabriela Paredez

La entrevista fue realizada al gerente propietario de la empresa sublimadora Arttex sobre aspectos de historia, producto, trabajadores, proveedores y acerca del plan de importación. Las preguntas a continuación:

**Gabriela:** Me puede contar cómo surgió la idea de crear la empresa sublimadora Arttex

**Hernán:** La historia sería un poco extensa, pero resumiré. Ahora vivimos en un mundo de mercado y cuando uno quiere emprender una cosa siempre se empieza con la idea principal que es lo que uno quiere conseguir. A partir de ahí va desarrollando punto a punto cada aspecto necesario para poder conformarse como empresa, y en este caso, al ser de Atuntaqui todo mundo conoce las raíces del Cantón Antonio Ante, somos un cantón conocido por excelencia textil y dentro de ello hemos considerado con mi esposa y mi familia la posibilidad de emprender en esta misma área que es lo que ahora mismo mi empresa se dedica.

**Gabriela:** 1. ¿Cómo ha evolucionado la cantidad de personal requerido desde los inicios hasta la actualidad?

**Hernán:** Se empieza con una empresa de familia, siempre se cuenta con el apoyo en primer lugar de las personas que están más cerca de uno, en este caso mi esposa y mis dos hijas. A partir de ahí cuando la empresa ya empieza a funcionar empieza a crecer cada una de las ramas

dentro de la empresa para que funcione de mejor manera. Actualmente, tenemos aproximadamente con 20 personas trabajando directa o indirectamente para nuestra empresa.

**Gabriela: 2. ¿La tela deportiva en qué productos de su catálogo se usa?**

**Hernán:** Dentro de las múltiples etapas de mi fábrica, siendo como una empresa de servicios luego de ello analizando la demanda de mercado hemos ido creciendo y ahora mismo somos productores, nuestra especialidad es la línea deportiva y variedad de telas hay muchas y no podría especificar porque la demanda que tiene el cliente conmigo yo me adapto al mercado y prácticamente mi producción es bien variada, tengo mucha calidad de tela con las que trabajo pero fundamentalmente en el área deportiva.

**Gabriela: 3. ¿Podría explicarme qué áreas intervienen en el proceso de fabricación y las actividades que cumple cada uno?**

**Hernán:** Al ser una fábrica de producción de prendas de vestir siempre se empieza por el diseño, por la creación o la idea que uno se tiene del producto que quiere conseguir.

1. Elaborar el diseño.
2. Elegir materiales.
3. Elaboración de la prenda.

**Gabriela: 4. ¿Con qué frecuencia adquiere materia prima (tela deportiva)? ¿Tiene una cantidad establecida?**

**Hernán:** Mi producción es diaria y los requerimientos igual son diarios. Nosotros nos proveemos de diferentes industrias nacionales. La frecuencia es constante y no podría decir cada que tiempo, por ejemplo, en un mes podemos tener unos 10 – 15 requerimientos.

**Gabriela: 5. ¿Cuántos proveedores tiene para la adquisición de rollos de tela deportiva?**

**Hernán:** No tengo un número determinado. Siempre mi fábrica trabaja en función del pedido de los clientes y muchas veces el mismo cliente requiere dos o tres productos diferentes y al tener varios clientes es un abanico extenso en cuanto a calidad y materiales. Normalmente trabajo con empresas nacionales. Agregando que por regla general casi no ha existido problema con los proveedores, pero siempre hay excepciones y en este caso a veces si se tiene este tipo de inconvenientes, pero la única manera de solventar estos inconvenientes es teniendo del

mismo producto varios proveedores, en tal razón, si por cualquier motivo alguno proveedores no puede por plazos, se soluciona adquiriendo el producto similar con otro proveedor. Por lo cual, siempre hay un margen de error en fechas porque a veces el requerimiento que uno se tiene es corto en plazo para poder cumplir y eso requiere agilidad y ante el requerimiento urgente, uno tiene que ver la solución más adecuada para que la empresa quede bien con nuestros clientes.

**Gabriela: 6. ¿Estaría abierto a la idea de importar directamente? ¿Por qué?**

**Hernán:** De hecho, hemos estado en planificación para importar varios tipos de materia porque la empresa no es exclusivamente telas sino también son insumos y otros materiales que alguno de ellos no son fabricados aquí en el país, necesariamente son productos importados de Brasil, China o de algunos países, en todo caso, estamos en análisis del tema de importar y la verdad es que es la salida que tenemos nosotros ante el crecimiento de la empresa, cada vez va dando pasos o estamos enfocados en brindar un mejor servicio y por ende, nosotros también queremos a través de una negociación directa con proveedores de afuera poder tener ese alcance y llegar a completarlo sería lo ideal.

**Gabriela: 7. ¿Considera que Colombia podría ser idóneo para la importación?**

**Hernán:** En verdad no solo Colombia, también hay el vecino Perú que tienen materia prima mucho más asequible en cuestión económica y siendo de la misma calidad. Colombia y Perú son nuestros vecinos que de alguna manera pueden ser unos buenos proveedores, pero lo importante también sería conseguir buen material a través de negociaciones con proveedores de China y de otros países más.

**Gabriela: 8. ¿Qué consecuencias cree tendría en la empresa en el aspecto económico – social y productivo la importación directa?**

**Hernán:** Sería un paso grande para ser más competitivo en líneas generales. Ahora mismo tenemos una competencia en cuestión de precios, que no podemos estar a la par con nuestros vecinos Colombia y Perú porque tienen mejores precios en insumos, materia prima y maquinaria, nuestro producto ecuatoriano si es de buena calidad, pero estamos en precios muy por encima de ellos, pero lo importante es si uno conseguiría tener el acceso a un mercado directo con importación, lograríamos ser más competitivos y tener un mejor precio.

## **Anexo 6. Encuesta aplicada**

**1. ¿Cuál es su género?**

- Masculino
- Femenino

**2. ¿Qué tal le parece la tela de las prendas adquiridas?**



**3. ¿Qué aspectos prioriza a la hora de comprar ropa deportiva?**

- Precio
- Calidad de las prendas
- Marca de la prenda
- Lugar donde la compra
- Originalidad de la prenda

**4. ¿Cuál es su preferencia a la hora de elegir sus prendas deportivas?**

- Que sea ajustable al cuerpo
- Que sean materiales impermeables
- Que sean en materiales libres de algodón y poliésteres
- Que sean prendas livianas y de fácil secado

**5. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por una camiseta deportiva?**

- Menos de \$10
- Entre \$10 a \$15
- Entre \$15 a \$20
- Entre \$20 a \$25
- Más de \$25

**6. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por un leggins?**

- Menos de \$15
- Entre \$15 a \$20
- Entre \$20 a \$25
- Entre \$25 a \$30
- Más de \$30

**7. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por un calentador?**

- Menos de \$30

- Entre \$30 a \$40
- Entre \$40 a \$50
- Entre \$50 a \$60
- Más de \$60

**8. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por una chompa deportiva?**

- Menos de \$25
- Entre \$25 a \$30
- Entre \$30 a \$35
- Entre \$35 a \$40
- Más de \$40

**9. Qué recomendaciones ofrecería para mejorar nuestro producto/servicio**

.....  
.....

**Anexo 7. Ficha técnica tela poliéster #1**

# Primatela SAS

Bogota D.C. 22.07.2024

Por medio de la presente estamos dando respuesta a su solicitud, sobre la informacion de esta ficha tecnica.

**Referencia:** NEWCLASICLAB

**Origen:** CHINA

**Tejido** TEJIDO DE PUNTO

**Elaboracion** PREPARADO O BUENO PARA TEÑIR (BPT), SIN AGENTES DE BLANQUEOOPTICO (BLANQUEADO)

**Acabado** ELASTICO, MICROESMERILADO

**Ligamento** POR TRAMA, TIPO JERSEY SENCILLO

<b>Composicion</b>	POLIÉSTER FIBRAS DISCONTINUAS	ELASTOMERO	0	0	0	<b>%TOTAL</b>
--------------------	-------------------------------	------------	---	---	---	---------------

<b>Porcentaje</b>	96.03	3.97	0	0	0	100
-------------------	-------	------	---	---	---	-----


<b>Partida</b>	60.06.31.00.00	0	0	0		
----------------	----------------	---	---	---	--	--

**Peso** 185.62 - 190

**Ancho** 1.5 - 1.54

Cordialmente:

ATTE.



**SANDRA GISELA ALEMAN**  
JEFE DE COMERCIO EXTERIOR

**Anexo 8. Ficha técnica tela poliéster #2**

# Primatela SAS

Bogota D.C. 22.07.2024

Por medio de la presente estamos dando respuesta a su solicitud, sobre la informacion de esta ficha tecnica.

**Referencia:** INNOVALAB

**Origen:** CHINA

**Tejido** TEJIDO PLANO DE PUNTO

**Elaboracion** BLANQUEADO Y TEÑIDO

**Acabado** ELASTICO, ESMERILADO

**Ligamento** POR TRAMA, TIPO JERSEY SENCILLO


<b>Composicion</b>	POLIESTER FIBRAS	ELASTOMERO	0	0	0	<b>%TOTAL</b>
<b>Porcentaje</b>	96.06	3.94	0	0	0	100

**Partida** 60.06.31.00.00 60.06.32.00.00 0 0

**Peso** 141 - 145.38

**Ancho** 1.6 - 1.65

Cordialmente:



**AITE.**  
**SANDRA GISELA ALEMAN**  
**JEFE DE COMERCIO EXTERIOR**

**Anexo 9. Ficha técnica tela poliéster #3**


# Primatela SAS

Bogotá D.C. 22.07.2024


Por medio de la presente estamos dando respuesta a su solicitud, sobre la información de esta ficha técnica.

<b>Referencia:</b>	POWERPEACHLAB					
<b>Origen:</b>	CHINA					
<b>Tejido</b>	TEJIDO DE PUNTO					
<b>Elaboracion</b>	PREPARADO O BUENO PARA TEÑIR (BPT), SIN AGENTES DE BLANQUEOPTICO, (BLANQUEADO)					
<b>Acabado</b>	ELÁSTICO, ESMERILADO					
<b>Ligamento</b>	POR TRAMA, TIPO JERSEY SENCILLO					
<b>Composicion</b>	POLIÉSTER FIBRAS DISCONTINUAS	ELASTOMERO	0	0	0	<b>%TOTAL</b>
<b>Porcentaje</b>	95.32	4.68	0	0	0	100
<b>Partida</b>	60.06.31.00.00	0	0	0		
<b>Peso</b>	162					
<b>Ancho</b>	1.6					

Cordialmente:

  
 ATTE.  
 SANDRA GISELA ALEMAN  
 JEFE DE COMERCIO EXTERIOR

**Anexo 10. Cotización (pesos colombianos)**

	<b>PRIMATELA S.A.S</b> 800.150.223-0 Carrera 63 17 B 50 446 35 35	Documento de Pedido *****
---	--	------------------------------

<b>Cliente :</b> LOZA RECALDE HERNAN EDMUNDO <b>Direccion:</b> BRR SAN LUIS, BOLIVAR, #20-74 <b>Telefono:</b> +593958943988 <b>Ciudad:</b> PROV DE IMBABURA, ECUADOR	<b>Fecha cotización :</b> 22.07.2024 <b>Vendedor:</b> 606 PRIMASTORE <b>Pedido:</b> N/A <b>Condiciones de Pago:</b> <b>Fecha Entrega:</b> N/A
---	---

Material	Cantidad	UN	Fecha estimada de entrega	Precio Unitario	Total
NEWCLASSICLAB-1900	50.00	MTR	23.07.2024	7,935.00	396,750.00
INNOVALAB-0000	50.00	MTR	23.07.2024	8,970.00	448,500.00
POWERPEACHLAB-1900	50.00	MTR	23.07.2024	6,325.00	316,250.00

<b>Observaciones:</b> 1. Este documento no aplica como orden de pedido 2. Los precios pueden variar de acuerdo con la importación y precio del dólar	SUBTOTAL:	1,161.500
	IVA	220,685.00
	Total:	1,382.185

**Firma Gerente**

**Firma Cliente**