



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA:

**“ANÁLISIS DE LAS POLÍTICAS DE COMERCIO EXTERIOR Y SU
IMPACTO ECONÓMICO EN LAS EMPRESAS DE RETAIL DEL
SECTOR TEXTIL DE GUAYAQUIL”**

AUTORAS:

CEDEÑO ZAMBRANO CRISTINA MARGARITA.

GARCÍA MUÑOZ MARJORIE PAOLA

TUTOR:

ECON. JUAN GABRIEL LÓPEZ VERA, MBA.

GUAYAQUIL, MARZO DEL 2018



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

Repositorio Nacional en Ciencia y Tecnología			
Ficha de registro de tesis/Trabajo de graduación			
Título y subtítulo:			
“Análisis de las políticas de comercio exterior y su impacto económico en las empresas de retail del sector textil de Guayaquil”			
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Cedeño Zambrano Cristina Margarita/García Muñoz Marjorie Paola		
Revisor(es)/tutor(es) (apellidos/nombres):	Econ. Juan Gabriel López Vera-Tutor Ab. Julio Antonio Baque Mieles., MSc		
Institución:	Universidad de Guayaquil		
Unidad/facultad:	Facultad de Ciencias Administrativas		
Maestría/especialidad:			
Grado obtenido:			
Fecha de publicación:	21/02/2018	No. de páginas:	73
Areas temáticas:			
Palabras claves/ Keywords:	Retail, Textil, producción, mercado, salvaguardias.		
Resumen/Abstract (150-250 palabras):			
<p>Las empresas nacionales y extranjeras posicionadas en el país se han visto afectadas por medidas proteccionistas, siendo estas, las tiendas o departamentos de retail que debido a las restricciones en importaciones de mercancía extranjeras que perjudica al sector textil. El objetivo de este trabajo es analizar las políticas de comercio exterior y su impacto nacional económico en las empresas de retail sector textil de Guayaquil. Las políticas proteccionistas que involucran al incremento de aranceles deben ser implementadas sin obstaculizar el libre comercio de bienes y servicios que dicta la Organización Mundial de Comercio. Para la presente investigación se utilizaron como instrumentos entrevistas semiestructuradas destinadas a las empresas de retails de la ciudad de Guayaquil, se aplicó un enfoque cualitativo, para el análisis del impacto entre la economía del sector retails y las políticas de comercio exterior se necesitaran entrevistas de expertos en el área de los cuales se podrá determinar las ventajas y desventajas de las medidas proteccionistas de este sector.</p>			
Adjunto pdf:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
Contacto con autor/es: Cedeño Zambrano Cristina García Muñoz Marjorie	Teléfono: 0968422909 0990755247	E-mail: cristy.cze12@hotmail.com luigui2378@hotmail.com	
Contacto con la Institución:	Nombre: Secretaria de la Facultad		
	Teléfono:042596830		
	E-mail:fca_infocomputo@ug.edu.com		

Certificación del Tutor

Habiendo sido nombrado **JUAN GABRIEL LOPEZ VERA**, Tutor del Trabajo de Titulación “**Análisis de las políticas de Comercio Exterior y su impacto económico en las empresas de retail del sector textil de Guayaquil**” certifico que el presente proyecto, elaborado por **Cedeño Zambrano Cristina Margarita con CI: 1304985771**, y **García Muñoz Marjorie Paola, con CIN° 1309889952**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior, en la carrera de Ingeniería en Comercio Exterior de la Facultad de Ciencias Administrativas, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Econ. Juan Gabriel López Vera, MBA

Docente Tutor de Trabajo de Titulación

C.I. 0923620645

Registro Senescyt: 7702R-12-3049

Certificado porcentaje de similitud

Habiendo sido nombrado **López Vera Juan Gabriel**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente proyecto ha sido elaborado por **Cedeño Zambrano Cristina Margarita CC: 1304985771** y **García Muñoz Marjorie Paola, C.C.1309889952**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería en Comercio Exterior.

Se informa que el proyecto: **“Análisis de las políticas de comercio exterior y su impacto en las empresas de Retail del sector textil de Guayaquil”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa Urkund quedando el **4 %** de coincidencia.

Documento: [URKUND Cedeño y Garcia 2018.docx](#) (035206449)

Presentado: 2018-01-31 19:47 (-05:00)

Presentado por: cristy.cze12@hotmail.com

Recibido: julio.baquem.ug@analysis.orkund.com

Mensaje: TESIS: ANALISIS DE LAS POLITICAS DE COMERCIO EXTERIOR Y SU IMPACTO ECONOMICO EN LA EMPRESAS DE RATAI [Mostrar el mensaje completo](#)

4% de estas 23 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	http://marcotradenews.com/noticias/la-politica-de-comercio-exterior-de-lecuador-2...
	MAIRA ESTEFANIA GAMARRA DEL SALTO - UCET - FCE.docx
	Tesis Pastaz-Villamar SIN ANEXOS.docx
	TESIS CINTHIA MALAVE.docx
	Morán_Judith y Suárez_Yamili_FINAL.docx

Datos del Censo Nacional Económico 2010, del Instituto Nacional de Estadística y Censos CITATION INE10 \l 22538 (INEC, 2010), indican que en el país existen 396 supermercados y autoservicios, y cada uno tiene un ingreso promedio anual de USD 4 347 121. En total, en este segmento se encuentran ocupadas 18 970 personas. Los altos aranceles a las importaciones y su impacto económico en los negocios de retail obligan a desarrollar nuevas estrategias basadas en las ventajas competitivas de este sector cambiante y sumamente competitivo que exige a sus participantes estar atentos a las expectativas y perspectivas de este, con el fin de afrontar los desafíos que enfrentan CITATION Lid13 \l 22538 (Líderes, 2013).

Los aranceles son instrumentos de la política económica que tienen una larga historia que nace desde la Gran Bretaña como una doctrina de economía alternativa para abogar por la no erradicación de las colonias más pobres de aquella época, naciendo así el concepto de "proteger e impulsar la industria de una nación", los aranceles han sido catalogados como obstáculos para el crecimiento económico, pero Adam Smith fue un firme defensor en establecer a los aranceles como el mecanismo para el libre comercio y participación proporcional de todos los países del mundo CITATION Per10 \l 22538 (Medina Ramírez & Perez Gongora, 2010).

La economía de los países en desarrollo se mide acorde a sus políticas económicas y fiscales, un instrumento que aporta al control y medición de una economía es el Producto Interno Bruto, este en base a su fórmula es de vital importancia definir si las importaciones y exportaciones muestran un avance o desaceleración es así que en Ecuador tiene un incremento del 2.7% en Exportaciones de bienes y servicios, Formación bruta de capital fijo, -1.9%, Importaciones se incrementaron en 6.1% las mismas que aportan con signo negativo a la variación del PIB (2.6%). La relación de una política

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Escritorio 11:35 1/2/2018

Econ. Juan Gabriel López Vera, MBA
Docente Tutor de Trabajo de Titulación
C.I. 0923620645
Registro Senescyt: 7702R-12-3049

Licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines no académicos

Nosotras, **Cedeño Zambrano Cristina Margarita** con **C.I. No. 1304985771** y **García Muñoz Marjorie Paola** con **C.I. No. 1309889952**, certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“Análisis de las políticas de comercio exterior y su impacto en las empresas de retail del sector textil de Guayaquil”** son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad y según el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación*, autorizamos el uso de la licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

Cedeño Zambrano Cristina Margarita

C.I. No. 1304985771

García Muñoz Marjorie Paola

C.I. No. 1309889952

*Código orgánico de la economía social de los conocimientos, creatividad e innovación (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

Dedicatoria

Dedico esta tesis a Dios, por permitirme llegar a este momento de mi vida, por iluminarme y darme fortaleza y perseverancia y a mi Padre que dicen que soñó ver a sus hijas profesionales.

Cedeño Zambrano Cristina Margarita

Dedicatoria

Este trabajo de tesis se la dedico a mis padres Juan Abel y Siria por su apoyo incondicional y sus esfuerzos para que no desmaye en alcanzar esta meta, a mis hermanos por siempre creer en mí, a mis abuelos y mis tíos por alentarme a seguir adelante, y a mi esposo Luis y a mis hijas Paulette y Ariana por ser mi inspiración de vida.

García Muñoz Marjorie Paola

Agradecimiento

Agradezco a Dios, a mi madre, a Hernán a mis hijos y todas aquellas personas que me ayudaron y me apoyaron en algún momento de mis estudios y en la realización de esta tesis.

Cedeño Zambrano Cristina Margarita

Agradecimiento

Como sencillo acto de agradecimiento quiero nombrar a Dios porque sin su bendición no hubiese logrado culminar mi carrera profesional, agradezco también a cada una de las personas que de una u otra manera aportaron al desarrollo de mi tesis con éxito.

García Muñoz Marjorie Paola

“Análisis de las políticas de comercio exterior y su impacto económico en las empresas de Retail del sector textil de Guayaquil”

Autor: Cedeño Zambrano Cristina Margarita
García Muñoz Marjorie Paola

Tutor: Econ. Juan Gabriel López Vera., M.Sc

Resumen

Las empresas nacionales y extranjeras posicionadas en el país se han visto afectadas por medidas proteccionistas, siendo estas, las tiendas o departamentos de retail que debido a las restricciones en importaciones de mercancía extranjeras que perjudica al sector textil. El objetivo de este trabajo es analizar las políticas de comercio exterior y su impacto nacional económico en las empresas de retail sector textil de Guayaquil. Las políticas proteccionistas que involucran al incremento de aranceles deben ser implementadas sin obstaculizar el libre comercio de bienes y servicios que dicta la Organización Mundial de Comercio. Para la presente investigación se utilizaron como instrumentos entrevistas semiestructuradas destinadas a las empresas de retails de la ciudad de Guayaquil, se aplicó un enfoque cualitativo, para el análisis del impacto entre la economía del sector retails y las políticas de comercio exterior se necesitaran entrevistas de expertos en el área de los cuales se podrá determinar las ventajas y desventajas de las medidas proteccionistas de este sector.

Palabras Claves: Retails, Textil, producción, mercado, salvaguardias.

Analysis of foreign trade policies and their economic impact on the retail companies of the textile sector of Guayaquil

Author: Cedeño Zambrano Cristina Margarita

García Muñoz Marjorie Paola

Advisor: Econ. Juan Gabriel Lopez Vera., M.Sc

Abstract

The national and foreign companies positioned in the country have been affected by protectionist measures, these being the retail stores or departments that due to the restrictions on imports of foreign merchandise that harms the textile sector. The objective of this paper is to analyze the foreign trade policies and their national economic impact on textile retail companies in Guayaquil. The protectionist policies that involve the increase of tariffs must be implemented without hindering the free trade of goods and services dictated by the World Trade Organization. For the present investigation, semistructured interviews were used as instruments for the retails companies of the city of Guayaquil, a qualitative approach was applied, for the analysis of the impact between the retails sector economy and foreign trade policies, expert interviews will be needed. in the area of which the advantages and disadvantages of the protectionist measures of this sector can be determined.

Key words: Retails, Textile, production, market, safeguards.

Índice

Portada	I
Repositorio Nacional en Ciencia y Tecnología	II
Certificación del Tutor.....	III
Certificado porcentaje de similitud.....	IV
Licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines no académicos	V
Dedicatoria	VI
Dedicatoria	VII
Agradecimiento	VIII
Agradecimiento	IX
Resumen.....	X
Abstract	XI
Capítulo I: El Problema.....	1
1.1 Planteamiento del Problema	1
1.2 Formulación y Sistematización del Problema:	2
1.2.1 Formulación:	2
1.2.2 Sistematización:.....	2
1.3 Objetivos de la Investigación.....	3
1.3.1 Objetivo General:	3
1.3.2 Objetivos Específicos:	3
1.4 Justificación de la Investigación	3
1.4.1 Justificación Teórica.....	4
1.4.2 Justificación Metodológica:	6
1.4.3 Justificación Práctica:	6
Capítulo II: Marco Teórico.....	7
2.1 Antecedente	7
2.2 Revisión Literaria	8
2.2.1 Balanza Comercial.....	8
2.2.2 Acuerdos Comerciales	10
2.2.3 Política Económica	12
2.2.4 Aranceles	12
2.2.5 Salvaguardias	13
2.2.6 Retail	14

2.2.7	Restricciones	16
2.3	Conclusiones	19
Capitulo III: Metodología.....		20
3.1	El propósito de la investigación.....	20
3.2	Tipo de Investigación	20
3.3	Elementos de la Investigación	21
Entrevista N° 1		22
Entrevista N° 2.....		24
Entrevista N° 3.....		27
Codificación de la entrevista		37
Análisis de Resultados		40
3.4	Analizar las políticas de comercio exterior y su impacto económico en las empresas de retail sector textil de Guayaquil.....	45
3.4.1	Antecedentes históricos y económicos de la empresa De Prati S.A.....	45
3.4.2	Antecedentes históricos y económicos de la Corporación el Rosado.....	48
4	Conclusiones	50
5	Recomendaciones.....	52
6	Referencias.....	53

Capítulo I: El Problema

1.1 Planteamiento del Problema

Según (Castillo, 2016), las salvaguardias que se aplicaron en el año 2015 en Ecuador a las importaciones e insumos para la industria generaron incertidumbre política, restricciones al comercio exterior, bajos procesos productivos por falta de tecnología, razones que causaron el desinterés por parte de inversionistas, consecuencia de esto se aumentó el índice de desempleos a nivel nacional, afectando a su vez al comercio interno del país. Si bien es cierto las políticas proteccionistas ayudan a salvaguardar el bienestar de los productos nativos de un país, a causa de una competencia desleal, pero también es una razón para que el comercio no se dinamice y genere cierre de empresas en su mayoría mipymes.

Para (Márquez, 2016), las empresas nacionales y extranjeras posesionadas en el país se han visto afectadas por estas medidas proteccionistas, siendo estas, las tiendas o departamentos de retail que debido a las restricciones en importaciones de mercancía peruana, panameña, colombiana o de cualquier parte del mundo que perjudica al sector textil, calzado o enseres de casa, se han visto afectadas por el alza de los precios, pero la estructura organizacional y de comercio de estas empresas han otorgado largos plazos o créditos para pagar sus comprar a los clientes, estos planes de venta no cumplen las metas estimadas porque el medio económico del país está deprimido, las existencias caen en la antigüedad, la cartera vencida y los continuos endeudamientos para costear las operaciones, esto dirigen a las retail a buscar un producto más competitivo y que sea accesible para los clientes.

Para Méndez (2016), el gobierno busca fortalecer a la industria nacional mediante la implementación de políticas económicas, pero si bien es cierto, las empresas ecuatorianas necesitan tecnificarse sus instalaciones, la calidad es otra variable que influye para que la economía sea sostenible. El sector textil debe ofrecen telas y prendas que se adapten a las

nuevas tendencias del mercado o en su defecto crear nuevas modas en el mercado nacional con impacto internacional.

Según (Duarte & Ramón, 2017) La industria local de textiles ha logrado un crecimiento leve debido a su gran esfuerzo en fortalecerse en temas de turismo, tradiciones y culturas que han generado un ingreso o aporte para este sector, pero a su vez el contrabando juega un gran factor negativo para la industria ya que muchos comerciantes ecuatorianos tienen esa cultura de ingresar mercancía de manera ilegal, siendo este un indicador por el que las empresas se aprovechan y de una u otra manera para no perder en sus ventas, pero buscan maneras de generar planes de pagos a sus clientes .

Conforme (Anchundia Vasquez & Torres Miranda, 2017)La falta de pago en créditos e incentivos por parte de los comerciantes a los bancos nacionales, la necesidad de tener mano de obra calificada y encarecimiento del productos importados son algunos problemas que inciden en el sector textil. Los negocios de retail se ven muy afectados en sus inventarios por falta de oferta de productos nacionales y las salvaguardias que se aplican en textiles, estos factores infieren en las ventas y ofertas a sus posibles clientes y afectan gravemente a la imagen y pérdida en las empresas.

1.2 Formulación y Sistematización del Problema:

1.2.1 Formulación:

¿Cuál es el impacto económico de las políticas de comercio exterior de las empresas de retail del sector textil de Guayaquil?

1.2.2 Sistematización:

¿Cuál es la situación actual del sector textil Guayaquileño y su participación en las empresas de retails?

¿Qué impacto ha tenido el sector textil desde la implementación de las salvaguardias en el 2015?

¿Cómo aumentar la competitividad del sector textil a través de las políticas al comercio exterior del Ecuador?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General:

Analizar las políticas de comercio exterior y su impacto económico en las empresas de retail sector textil de Guayaquil.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- Determinar la situación actual de los textiles y su participación en los negocios de retail.
- Evaluar el impacto comercial y las ventajas competitivas y comparativas del sector textil en los negocios de retail de Guayaquil.
- Identificar las medidas oportunas que implementaron las empresas de retails en textiles para sobrellevar el periodo de las salvaguardias 2015-2016.

1.4 Justificación de la Investigación

El análisis está enfocado a la rentabilidad y pérdida de posicionamiento en el mercado de las empresas de retail debido a la falta de materia prima y producto terminado del sector textil ecuatoriano, esto debido al alto costo de prendas de vestir que se ven afectados por aranceles y salvaguardia como medidas proteccionistas para salvar a la industria textil nacional, viéndose reflejado en las balanza de pagos y comercial debido a la poca salida de divisas y de exportaciones e importaciones de este sector.

A través de este estudio se pretende presentar alternativas que ayuden a mejorar la competitividad de sector textil nacional, ya que, si bien es cierto, la producción nacional se ha visto afectada por el contrabando ropa que ingresa al país generando una competencia desleal en este sector. Se propone plantear alternativas o estrategias que beneficien a este sector destacando que los productos ecuatorianos son de buena calidad, precio, diseños, pero

necesitan el aporte y apoyo del sector gobierno para obtener maquinarias y materiales en óptimas condiciones para llegar a la calidad y exigencias del mercado internacional y de esta manera generen fuentes de trabajo que es lo que más necesita el país.

1.4.1 Justificación Teórica

En marzo de 2015, se anunció la aplicación de sobretasas arancelarias que, de acuerdo con la Resolución No. 011-2015 del Ministerio de Comercio Exterior, son de carácter temporal y no discriminatorias y tienen como fin regular el nivel general de importaciones. Esta resolución entró en vigencia el 11 de marzo de 2015 (Registro Oficial, 2015).

En la resolución, se menciona que las sobretasas Arancelarias serán adicionales a los aranceles aplicables que se encuentren en vigencia. Además, se señala que quedan excluidas de la aplicación de esta medida las mercancías provenientes de países de menor desarrollo relativo que son miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración: Bolivia y Paraguay.

Así mismo, se publicó un comunicado oficial de la Presidencia de la República que explica que el panorama externo impacta negativamente sobre la balanza de pagos. El documento justifica aplicar una salvaguardia para regular el nivel general de las importaciones y equilibrar la balanza comercial.

En la lista de sobretasas, publicada por el Consejo de Comercio Exterior (Comex), se pueden determinar alrededor de 600 subpartidas relacionadas con el área textil. Las prendas de vestir importadas tendrán una sobretasa arancelaria del 45%, impuesta por el Gobierno, en este caso, las categorías más afectadas por la medida son las prendas de vestir; El grado de sustitución de las importaciones debido a la sobretasa dependerá de la elasticidad de la demanda sus diferentes prendas. Cuanta más elasticidad tenga la demanda, mayor será el efecto de sustitución (COMEX, 2016). El 16 de octubre del 2015 se llevó a cabo reunión de

consultas del Comité de Restricciones por Balanza de Pagos en la OMC en la cual el Ecuador se comprometió a establecer un calendario desgravación progresiva (BCE, 2016)

Datos del Censo Nacional Económico 2010, del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010), indican que en el país existen 396 supermercados y autoservicios, y cada uno tiene un ingreso promedio anual de USD 4 347 121. En total, en este segmento se encuentran ocupadas 18 970 personas. Los altos aranceles a las importaciones y su impacto económico en los negocios de retail obligan a desarrollar nuevas estrategias basadas en las ventajas competitivas de este sector cambiante y sumamente competitivo que exige a sus participantes estar atentos a las expectativas y perspectivas de este, con el fin de afrontar los desafíos que enfrentan (Lideres, 2013) .

Los aranceles son instrumentos de la política económica que tienen una larga historia que nace desde la Gran Bretaña como una doctrina de economía alternativa para abogar por la no erradicación de las colonias más pobres de aquella época, naciendo así el concepto de “proteger e impulsar la industria de una nación”, los aranceles han sido catalogados como obstáculos para el crecimiento económico, pero Adam Smith fue un firme defensor en establecer a los aranceles como el mecanismo para el libre comercio y participación proporcional de todos los países del mundo (Medina Ramirez & Perez Gongora, 2010).

La economía de los países en desarrollo se mide acorde a sus políticas económicas y fiscales, un instrumento que aporta al control y medición de una economía es el Producto Interno Bruto, este en base a su fórmula es de vital importancia definir si las importaciones y exportaciones muestran un avance o desaceleración es así que en Ecuador tiene un incremento del 2.7% en Exportaciones de bienes y servicios, Formación bruta de capital fijo, -1.9%, Importaciones se incrementaron en 6.1% las mismas que aportan con signo negativo a la variación del PIB (2.6%). La relación de una política arancelaria y el PIB se da en la

medición de esta ya que si un país tiene mayor índice de importaciones su saldo será negativo ya que las exportaciones no aportan al desarrollo de un país (BCE, 2017).

La demanda de una política arancelaria es debida a la necesidad de incrementar la productividad de un país, mediante las restricciones a ciertos productos en los que se deban especializar y potencializar a la industria nacional en que los gobiernos deben establezcan medidas para incrementar conocimientos, tecnología, calidad y desarrollo de productos primarios y secundarios. Las políticas proteccionistas que involucran al incremento de aranceles deben ser implementadas sin obstaculizar el libre comercio de bienes y servicios que dicta la Organización Mundial de Comercio (OMC, 2015)

1.4.2 Justificación Metodológica:

Para la presente investigación se utilizaran como instrumentos entrevistas destinadas a las empresas de retails de la ciudad de Guayaquil, el método será no experimental ya que es un sector con antecedentes de análisis en el que se obtendrá el impacto de la aplicación de las salvaguardias como medida de protección al sector textil, por ende será un estudio cuantitativo, en el que la información se la tomara de fuentes primarias y secundarias como sitios oficiales de gobierno, páginas de interés científicas, revistas, libros y trabajos de aporte para el desarrollo de esta investigación.

1.4.3 Justificación Práctica:

Con el análisis de las políticas de comercio exterior y su impacto económico en las empresas de retail del sector textil de Guayaquil se presenta una propuesta de permanencia del negocio de retail en el mercado ecuatoriano, según las políticas de comercio exterior que se apliquen en los gobiernos de turno, aprovechando las ventajas del sector que son variables de acuerdo a la moda de sector, mediante la búsqueda de nuevos productos que reemplacen perdidas enfocados a mejorar la competitividad y oferta tanto en precio, diversidad y calidad.

Capítulo II: Marco Teórico

2.1 Antecedente

Las variaciones en la estructura de precios entre los bienes primarios y las manufacturas, entre los productos exportados y los importados han sido preocupación de todos los países latinoamericanos. Un deterioro acentuado de los términos de intercambio tiene una incidencia directa en la balanza de pago y los países de la región lo experimentaron en forma reiterada durante los años anteriores a la segunda guerra (Comexi E. , 2010).

Según Rivera & Rosero (2017) mencionaron que la protección a los consumidores es un conjunto de normas que brinda a los clientes diferentes vías legales para reclamar por sus derechos cuando estos se ven vulnerados por los productos que consumen, el problema radica en la falta de conocimiento sobre las normativas ya que los mecanismos no son nuevos. Actualmente los consumidores están cada día informados, existe un desconocimiento del movimiento en el mercado.

Lo expresado por (Hanna, 2015), se han desarrollado fuertes decisiones sobre el comercio exterior desde el 2007 en que el gobierno se ha enfocado en la exportación de petróleo a altos precios y aumentando en su similar la producción nacional pero desde aristas que necesitan ser potencializadas. Las políticas al comercio exterior han otorgado la seguridad nacional e internacional para fomentar nuevas proyecciones hacia mercados internacionales, pero es necesario que se replanteen nuevas metas debido a los problemas sociales, políticos y tecnológicos en los cuales Ecuador lleva mucha desventaja.

Según el (BCE, 2017), la Balanza Comercial del Ecuador del primer semestre del presente año registró un superávit de 615,0 millones de dólares. Esto debido a la recuperación de valor FOB de las exportaciones petroleras y también de las no petroleras especialmente de camarón, banano, enlatado de pescado, flores y aceite crudo de palma. Es por esto que, la

política de comercio exterior ha girado en torno al establecimiento de convenios y tratados comerciales, ya sea de libre comercio o de tratamiento preferencial, para eliminar o disminuir la discriminación en los aranceles aduaneros.

Para (Navas & Prieto, 2011) el Ecuador es uno de los países latinoamericanos que no se ha arriesgado a la firma de tratados de libre comercio con las grandes potencias, sin embargo tienen firmados ciertos Acuerdos Comerciales unilaterales o binacionales que en la mayoría benefician al Ecuador por ser un país en desarrollo, los mismos que le otorgan el beneficio de preferencia arancelaria total o parcial para el ingreso de productos ecuatorianos a muchos de esos países con que constan en el Acuerdo, de un país contra los productos originarios de otro, o bien para reducir los trámites de que deben seguir para ingresar.

2.2 Revisión Literaria

2.2.1 Balanza Comercial

Según la página de (Proecuador, 2017), una Balanza Comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período, el saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. La Balanza Comercial se la considera positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones.

El informe denominado “Datos Macros” de (Aguilar, 2017), menciona que en el 2016 Ecuador registró un superavit en su Balanza comercial de 427,7 millones de euros, un 0,48% de su PIB, lo que supone un cambio importante respecto al año anterior, en el que la balanza comercial fue negativa y registró un déficit, de 2.872,8 millones de euros 3.187,4 millones de dólares, el 3,18% del PIB. La variación de la Balanza comercial se ha debido a que se ha producido un descenso de las exportaciones en Ecuador y un incremento de las importaciones. Como referencia la balanza comercial con respecto al PIB, en 2016 Ecuador ha ganado

posiciones. Se ha movido del puesto 66 que ocupaba en 2015, hasta situarse en la posición 48 de dicho ranking.

La Balanza Comercial Total en el informe del Banco Central del Ecuador (BCE, 2016), durante el período enero a octubre de 2017, registró un superávit de USD 186.8 millones, resultado que responde a una recuperación en valor FOB de las exportaciones petroleras y a un crecimiento de las exportaciones no petroleras. Las exportaciones petroleras, en volumen, durante el período de análisis de enero a octubre 2017, disminuyeron en -3.1% comparado con el resultado registrado entre enero a octubre de 2016, al pasar de 18.515 miles de toneladas métricas a 17.950 miles de toneladas métricas. En valor FOB, las ventas externas petroleras experimentaron un aumento de 26.9% (USD 1,187.6 millones), pasando de USD 4,407.3 millones a USD 5,594.9 millones. El valor unitario promedio del barril exportado de petróleo y sus derivados fue mayor en 30.8%; al pasar de USD 33.1 a USD 43.3.

Las exportaciones no petroleras registradas en el Banco Central del Ecuador (2017) en los diez meses transcurridos de 2017 fueron de USD 10,126.5 millones, monto superior en 8.1% (USD 755.4 millones) respecto a enero – octubre de 2016, que fue de USD 9,371.1 millones. Este grupo de productos registró un aumento en volumen (toneladas métricas) de 3.9%, entre los dos períodos (de 8,214 TM a 8,538 TM). Las exportaciones no petroleras tradicionales totalizaron USD 5,902.8 millones, valor superior al registrado en enero – octubre de 2016 en 11.1% (USD 589.8 millones); mientras que las no tradicionales alcanzaron USD 4,223.7 millones, 4.1% (USD 165.6 millones), más que las ventas efectuadas en el mismo período de 2016 (USD 4,058.1 millones).

Según informe del (BCE, 2017), en el período enero a octubre de 2017, las importaciones totales en valor FOB alcanzaron USD 15,534.6 millones, nivel superior en USD 2,958 millones en relación con las compras externas realizadas en enero – octubre de

2016 (USD 12,576.6 millones), lo cual representó un aumento de 23.5%. De acuerdo a la Clasificación Económica de los Productos por Uso o Destino Económico (CUODE), en el cuadro se aprecia que al comparar los períodos enero – octubre de 2016 y de 2017, las importaciones en valor FOB, fueron mayores en los grupos de: combustibles y lubricantes (31.3%), bienes de consumo (28%), materias primas (21.9%); bienes de capital (17.8%); y, los productos diversos disminuyeron en (-20.2%).

En la Balanza comercial existen dos sectores estratégicos que son los productos petroleros y el no petrolero, estos sectores en los últimos cuatro años ha tenido un comportamiento económico a la baja, al analizar los datos estadísticos se evidencia que el valor del petróleo se redujo por ende su precio al haber un desfase se redujeron también los recursos para comparar insumos en el exterior, es por esto que se debe fortalecer los sectores de producción no tradicionales en potencializar la oferta exportable mediante la fomentación de emprendimientos para que el país se enfrente con nuevos retos.

2.2.2 Acuerdos Comerciales

Ecuador ha firmado Acuerdos comerciales bilaterales o multilaterales con bloque económico, que le otorgan el beneficio de preferencia arancelaria total o parcial para el ingreso de productos ecuatorianos a muchos de esos países con que constan en el Acuerdo (Proecuador, 2016).

Los bloques económicos a los cuales pertenece Ecuador son:

- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)
- Comunidad Andina (CAN)
- Sistema Global de Preferencias Comerciales entre los países en desarrollo (SGPC)

Un Acuerdo de Alcance Parcial se basa en el otorgamiento de preferencias, con respecto a los gravámenes y demás restricciones aplicadas por las Partes a la importación de los

productos negociados en el mismo, cuando éstos sean originarios y provenientes de sus respectivos territorios (SICE, 2016)

Para (Proecuador, 2016), las preferencias acordadas podrán ser permanentes, de carácter temporal o estacional, estar sujetas a contingentes o cupos de importación o recaer sobre productos de uno o más sectores de sus respectivas nomenclaturas arancelarias. Las preferencias arancelarias que se otorgan en base a este Acuerdo consisten en rebajas porcentuales, cuyas magnitudes se aplicarán sobre los aranceles de importación establecidos para terceros países.

Se entenderá por “gravámenes” los derechos aduaneros y cualesquiera otros recargos de efectos equivalentes, que incidan sobre las importaciones. No quedarán comprendidos en este concepto las tasas y recargos análogos cuando respondan al costo aproximado de los servicios prestados.

(Velez, 2015) Definió que “Las preferencias arancelarias que se otorgan en base a este Acuerdo consisten en rebajas porcentuales, cuyas magnitudes se aplicarán sobre los aranceles de importación establecidos para terceros países”.

Para (Mosquera, 2017), la unión aduanera es un área de libre comercio que además, establece una tarifa exterior común; es decir, que los estados miembros establecen una política comercial común hacia los estados que no son miembros. Sin embargo, en algunos casos, los estados tienen el derecho de aplicar un sistema de cuotas de importación único. Uno de los propósitos principales para la creación de las uniones aduaneras es incrementar la eficiencia económica y la unión entre los estados miembros.

Las barreras al comercio exterior producen que los acuerdos comerciales se eliminen debido a la inestabilidad de las políticas económicas y comerciales de una de las partes, es importante que el Ecuador se expanda a nuevos mercados en el que le permitan desarrollar o

potencializar su producción, por tal los acuerdos multilaterales que está desarrollando deben especificarse y conocerse ante la ciudadanía para aprovechar las preferencias arancelarias y poder incrementar la oferta exportable que tanto lo necesita, el plasmar en los exportadores los ideales de crecimiento económicos.

2.2.3 Política Económica

Según (COMEX, 2015) La Política Comercial del Ecuador está normada por la Ley de Comercio Exterior e Inversiones -LEXI- aprobada por el Congreso Nacional el 22 de mayo de 1997. Las áreas sobre las cuales tiene competencia el COMEXI son:

- Política Arancelaria
- Negociaciones internacionales.
- Políticas para el desarrollo de los regímenes especiales
- Medidas para contrarrestar el comercio desleal.
- Definir las políticas tendientes a lograr mayor competitividad de la producción nacional.
- Aprobar el plan de promoción de exportaciones.

Para (Osorio, 2016), las políticas al Comercio Exterior planteadas por el Gobierno impulsan a la generación de divisas petroleras y no petroleras, por tres vías: incrementar sustancialmente, diversificar y desarrollar tecnológicamente las exportaciones del Ecuador, multiplicando los productores, los productos y los destinos; reducir las importaciones, especialmente las de combustibles y de productos de consumo; y, crear las condiciones de infraestructura y servicios para que eso se produzca en alto grado y en el menor plazo posible.

2.2.4 Aranceles

Para (Lopez, 2014), los aranceles son las tarifas fijadas por autoridades competentes para la prestación de servicios públicos o privados. Son también las tarifas de impuestos de

importación o exportación que perciben las aduanas. Política arancelaria es la graduación de aumentos, rebajas o exenciones de derechos aduaneros con vistas a fomentar la producción nacional, incrementar o restringir el comercio internacional o buscar compensaciones de carácter económico mediante el juego de las tarifas arancelarias.

Según (Finger, 2005) indica que existen dos tipos de aranceles: el arancel fijo que es utilizado sobre cantidades fijas de un bien importado, mientras que un arancel ad Valorem, es aplicado como un porcentaje específico sobre el valor total de los productos que se están importando.

2.2.5 Salvaguardias

De acuerdo con Mueller (2015) manifiesto que: Las medidas de salvaguardia tienen un significado de salvar o proteger un ente o una situación. Estas medidas pueden adoptar la forma de un aumento de aranceles por sobre los compromisos Organización Mundial del Comercio OMC, o bien la forma de una restricción cuantitativa a la importación del producto de que se trate, de esta forma poder dar prioridad a la adquisición del producto elaborado dentro del país y este sea consumido.

Para (Del Piano Liria, 2015) definió: “Son medidas de defensa comercial que tienen por objeto hacer frente a un aumento imprevisto de las importaciones cuando estas causan o amenazan causar un daño grave a los productores nacionales de productos similares o directamente competidores en ese territorio”

Según (Cedeño, 2017) Los impuestos que se cancelan en Importaciones:

- Los derechos arancelarios establecidos en los respectivos aranceles, emitidos COMEX con sobretasas de 45% para repuestos, partes y accesorios de bicicletas.
- Tasas por servicios aduaneros (FODINFA), que son impuestos adicionales a las importaciones destinado a formar parte de los recursos del Fondo de Desarrollo para la

Infancia (FODINFA). Este impuesto externo corresponde al 0.5% de la base imponible del CIF, el cual es administrado por el Instituto Nacional de la Niñez y la Familia.

- Impuestos establecidos en leyes o disposiciones especiales (ICE)
- El impuesto a los consumos especiales ICE, se aplica a los bienes y servicios de procedencia nacional o importados, detallados en el artículo 82 de la Ley de Régimen Tributario Interno. (SRI, 2015)
- Impuesto al valor agregado (IVA)

2.2.6 Retail

En el 2010, en el país existían 321 autoservicios. Para este año ese número se incrementó a 390, según datos del estudio Overview 2012 de IPSA Group. Estas cifras reflejan la creciente tendencia del retail en Ecuador, es decir, de las cadenas especializadas que ofrecen de forma masiva y segmentada diferentes gamas de productos al consumidor final (alimentos, ropa, electrodomésticos...). Xavier Ortega, analista de Advance Consultora, explica que luego de la crisis bancaria (1999), el fenómeno del retail en Ecuador comenzó a despertar. Países como EE.UU, Chile y Brasil ya experimentaron esta tendencia. Las facilidades crediticias actuales hacen que las grandes cadenas distribuidoras apuesten por el retail. Las ofertas hacen que los negocios pequeños adquieran cantidades mayores con la finalidad de lograr los descuentos, pero sin llegar a ventas al por mayor. La tendencia a nivel mundial es adquirir productos y servicios bajo un mismo techo, por eso la expansión del retail en el Ecuador” (Iturralde, 2012).

La demanda de productos es variada, los clientes buscan desde productos de la canasta básica hasta electrodomésticos, ropa, zapatos, etc, los ítems más demandados por el consumidor ecuatoriano en los autoservicios son cuatro: electrodomésticos, ropa, muebles y alimentos básicos. Datos del Censo Nacional Económico 2010, del Instituto Nacional de

Estadística y Censos (INEC), indican que en el país existen 396 supermercados y autoservicios, y cada uno tiene un ingreso promedio anual de USD 4 347 121. En total, en este segmento se encuentran ocupadas 18 970 personas (INEC, 2010).

El Consumo de los Retails en el 2015 tuvo un aumento de 2.400 millones de dólares destinan los hogares ecuatorianos para la compra de productos textiles (hilados y tejidos) y sus confecciones (hogar, vestimenta, calzado y productos elaborados con cuero).

Aporto con la economía del país en un 0,84% (PIB real a septiembre de 2015). Los principales productos textiles que se elaboran en el país son, de acuerdo al volumen, telas planas y telas de punto. No obstante, también ha crecido mucho la confección de prendas de vestir, principalmente en rubros como camisetitas, polos, ropa en tela denim (jean), suéteres, ropa interior, sábanas, cobijas, toallas, medias nylon, ropa deportiva y de aventura, ropa de niños y bebés, pijamas, entre los más importantes .

El principal canal de ventas son los mayoristas, luego está el retail (minoristas) y finalmente los almacenes/ tiendas especializadas (Boutiques). Esta ha generado las 166.000 personas empleadas directamente en textiles y confección, a septiembre de 2015. El 34,4% se encontrarían en empleo adecuado y 65,6% en empleo inadecuado. También se indica que el 31.186 personas que estarían vinculadas al sector textil y confección, pero bajo la categoría de subempleados.

Para (Iturralde, 2016) el Ecuador tiene una representación significativa de 66,4 millones exportados en valor FOB. Una caída del 27,16% en comparación con octubre de 2014 a octubre de 2015. Y 597,8 millones importados en valor CIF. Una caída del 5,34% en comparación con octubre de 2014. La compleja situación macroeconómica que atraviesa el Ecuador se traslada rápidamente a los negocios, a la microeconomía, al sector privado. Para la industria textil y confección ecuatoriana este fenómeno ocurre desde 2012, año en el cual

cayó un 7,67 por ciento en su Producto Interno Bruto (PIB) real frente al año inmediatamente anterior. En 2013 y 2014, según las mismas cifras, el sector creció 3,28 y 2,92 por ciento, pero hasta el tercer trimestre de 2015 vuelve a tener un decrecimiento de 2,64 por ciento.

Según (Moposita, 2016), las exportaciones textiles en 2015 hasta octubre tuvieron una caída cercana al 30 por ciento frente al mismo mes del 2014. A pesar de que las cifras de ventas recién se conocerán oficialmente a mediados de 2016, todo hace pensar que el año pasado se redujo -en promedio- un 15 por ciento dentro de este sector. En 2016 se avizora un año al menos igual de difícil que el que acaba de cerrar. A más de la caída en ventas, la liquidez de las compañías está en riesgo por el aumento en los días de cobro y por lo limitado del crédito ofrecido por el sistema financiero privado. Además, se incrementan los costos de producción por subida del precio de los combustibles y la energía eléctrica para la industria.

Para (Lucas, 2017), en este contexto, las estrategias de las empresas irán en la línea de la subsistencia, cuidando al máximo los puestos de trabajo que se generan y procurando mejorar su eficiencia para palear las adversidades. Es hora de dar el espacio protagónico que nunca debió dejar el sector privado. Es momento de generar confianza y promulgar políticas vinculadas al área productiva enfocada en mejorar la competitividad sistémica del país, para que las empresas puedan continuar sus actividades y evitar así quiebras que tengan como resultado más desempleo y subempleo en el Ecuador.

2.2.7 Restricciones

En un gobierno democrático como el que existe hoy en concreto, las reivindicaciones sociales: mejor educación, mejor salud, mejor seguridad social, consumo básico, se traducen en la necesidad de un aumento de los salarios y no necesariamente en el aumento del gasto del estado en su función social. De hecho el estado no sólo procedió a un adelgazamiento curativo

de su aparato productivo, como dejó de cumplir parte sustancial de su función redistribuidora de la renta (Izurieta, 2016).

Según (Chiriboga, 2004), a partir de 1982 Ecuador entró en un período de permanente ajuste debido a que no contaba con la cantidad suficiente de recursos externos para dar el cumplimiento a sus deudas internacionales con la deuda externa que mantenía el país. La política que se manejaba en aquella época se basaba en la reducción de gasto, el presupuesto general del estado tuvo cambios significativos basados en una serie de medidas de carácter monetario, cambiario y fiscal.

Según (Zambrano, 2016), el gobierno en el año 2000 implementó políticas económicas que restringían a ciertos sectores importar mercancías que afecten a la producción nacional. La mayor parte de la inversión extranjera se direccionó a potencializar el sector primario que le daba resultados positivos en la balanza comercial del país, como es el caso del sector textil, minero y de telecomunicaciones se tuvo que implementar nuevas estrategias desde la parte privada para poder potencializar servicios que el país necesitaba. Ecuador se vio en la obligación de buscar alianzas multilaterales y bilaterales para generar una mayor inversión directa, en la que no siempre se llegaba a un acuerdo, pero el poder generar la mayor parte de las veces era la compra de activos de empresas. La industria textil del Ecuador aún opera de forma tradicional o, dicho de otra manera, funciona verticalmente, puesto que la cadena de producción empieza en la hilatura, continúa por la tejeduría y los acabados, y termina en la confección (Ceballos, 2014, pág. 34).

La provincia de Imbabura cuenta con la mayor actividad textilera en la Sierra. Aquí se encuentra el 45.99% de los talleres textiles. Chimborazo posee el 15.02% de la actividad textil artesanal. En Azuay se concentra el 11.65% de estos talleres. A Carchi le corresponde el 10.83% de los talleres. La provincia de Tungurahua cuenta con más 397 talleres de textiles y

tejidos autóctonos, representando el 5.15% de la producción nacional. Existen otras provincias donde la producción textil artesanal es de alta calidad, el porcentaje de talleres oscila entre el 1.36% al 0.14%, como la provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Salinas (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2012, pág. 4). La industria textil es el segundo sector manufacturero más afectado por el contrabando (17% del total), solo superado por el sector de la metalmecánica (18%), si se traduce este porcentaje a dólares, el total del contrabando textil estimado por el estudio es de 360 millones en los 5 años (72 millones anuales) (Nuñez, 2010)

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la participación promedio del sector textil en el PIB total es de 1% a 2%, y en la industria manufacturera representa 15,87% (Sánchez, 2013, pág. 53).

De acuerdo a las estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas: International Trade Center, Ecuador ha importado en el lapso de tiempo analizado un total de 3 117 068 USD en productos textiles, de los cuales el 9,91% proviene de Perú, mientras que en 8 777 120 USD que ha exportado Perú, Ecuador tiene una representatividad del 3,52%.

De un total de 308784 USD de productos importados desde Perú, las partidas con mayor representatividad la muestran los siguientes productos: algodón con un 23.77%, fibras sintéticas o artificiales discontinuas con un 20.65%, guata, fieltro, telas sin tejer; hilados especiales, cordeles con un 12.83%, tejidos de punto con un 11.86%, prendas y complementos de vestir, de punto con un 13.34% y las prendas y complementos de vestir, excepto los de punto con un 10.47%.

Debido a la carencia de oferta nacional de algodón sin cardar ni peinar, el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEX) aprobó mediante varias disposiciones recogidas

en la Cuadro No. 16: Resoluciones emitidas por el COMEXI a favor de la importación de algodón sin cardar, del epígrafe 3.2.1. Política arancelaria, de la presente investigación. Gracias a esta medida se observa un despunte en la importación de este producto, siendo Perú una plaza importadora hacia Ecuador a partir del 2011, reconociéndose la calidad del mismo. Según declaraciones a la revista Líderes de Javier Díaz, presidente de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), (2012), en el país se consumen unas 24 000 toneladas de algodón anuales, de las cuales sólo el 6% es ecuatoriano y el resto proviene de las importaciones. Aunque reconoce la calidad de la materia prima ecuatoriana, ésta no es rentable para la industria y no es utilizada por todas las industrias del país. Asimismo no todos los ecuatorianos se identifican con el producto nacional.

2.3 Conclusiones

El reforzar el sistema institucional de dirección del comercio exterior y de promoción de las exportaciones, para que al interior del país y en el exterior, trabaje técnicamente y con total autonomía del manejo político de las relaciones internacionales, es importante se trabaje en la formación y la capacitación al sector productor en economía internacional y comercio exterior.

Se debe trabajar el mejorar el sistema nacional de información sobre el comportamiento del comercio internacional y exterior, para que los empresarios puedan conocer datos ciertos y suficientes sobre la evolución de las exportaciones e importaciones en el menor plazo. Es básico que el gobierno facilite información especializada y oportuna por Internet sobre el marco legal nacional e internacional que rige la producción que orienten a los inversionistas.

La industria nacional debe trabajar en aportar con el desarrollo de este sector al establecer nuevas estrategias que le den el impulso para el desarrollo de estos, los pequeños productores suelen verse afectados debido a la falta de tecnificación de sus procesos y por ende no pueden cumplir con los parámetros estandarizados de calidad para impulsarlos a una exportación.

Capítulo III: Metodología

La presente investigación pretende analizar las políticas de comercio exterior y su impacto económico en las empresas de retail del sector textil del Guayaquil para las que se dan a causa de los problemas socioeconómicos de este sector es importante definir el tipo de investigación que den esa relación de impacto que intervienen en el comercio exterior.

3.1 El propósito de la investigación

Para (Barragan, 2016) definió que el propósito de las investigaciones inicia con la búsqueda intencionada de información y ciencia provoca que el ser humano indague cada vez más en temas de interés científicos sean estos de base primarias o secundarias separados así por el grado de dificultad de información en la cual se los representa como primarias a fuentes directas que aporten a una investigación y de base secundaria a fuentes teóricas de libros, revistas, medios electrónicos que aporten de manera estratégica en una investigación

La presente investigación consiste en describir fenómenos y situaciones inherentes del sector de retails de la ciudad de Guayaquil, por tal el propósito es poder analizar el impacto socioeconómico de este sector desde la industria textil, el medir el impacto entre las políticas de comercio exterior que tiene el país.

3.2 Tipo de Investigación

Investigación Cualitativa

Este tipo de investigación está desarrollado para concebir y mirar las distintas realidades que componen el orden de lo humano, así como también comprender la lógica de los caminos, que se han construido para producir, intencionada y metódicamente conocimiento sobre ellas. Se define que es la manera en que se enfocan los problemas, como la forma en que le buscamos las respuestas a los actores que intervengan (Sandoval, 2012)

3.3 Elementos de la Investigación

Para la presente investigación se utilizarán entrevistas semiestructuradas como punto de partida para la toma de información, las cuales tendrán una relevancia de apoyo al medir el impacto que tienen las empresas de *retails* del sector textil y las políticas de comercio exterior proteccionistas que mantiene el Ecuador, acorde al desarrollo de la entrevista se procesará información de vital aporte.

Según (Cepeda, 2012), define a una entrevista semiestructurada como:

El extracto que el entrevistador debe llevar al cabo para realizar preguntas referente a un tema de interés a un entrevistado, es un extracto que le permitirá analizar y manejar situaciones lingüísticas y los procesos cognitivos sobre la visión de la contraparte, así mismo al momento de desarrollar la entrevista se puedan explotar o indagar en temas de profundidad dominada por el experto a entrevistar, el contenido subyacente del mensaje es muy importante. Los resultados de este Análisis son crítico del discurso ya que indican que la dimensión cognitiva del control del poder se ejerce, entre otras variables, por el origen racial y posición sociocultural del entrevistado (págs. 73-82).

Se procedió a realizar entrevista a tres representantes de empresas de renombre del sector de *retails* como es De Prati a la Gerente de Importaciones y a la Gerente de Operaciones. Y, a Almacenes el Rosado a un representante del Departamento de Importaciones. Siendo estos de aporte para el desarrollo de la investigación, por tal, se definió tres preguntas claves para el desarrollo de la investigación que servirá como punto de partida, pero en el transcurso de la ejecución de las entrevistas se abrieron nuevas preguntas de relevancia acorde al área de cada entrevistado. El enfocarse en el impacto de las políticas de comercio exterior como estrategia para proteger a la producción nacional son preguntas de vital importancia para la investigación, se desarrollan las siguientes entrevistas:

Entrevista N° 1

TEMA: Análisis de las políticas de comercio exterior y su impacto económico en las empresas de retail del sector textil de Guayaquil.

Gerente de Operaciones - Adela Amaris.

1.- ¿Las políticas de comercio exterior aplicadas en el Ecuador durante el periodo 2015 - 2017, de qué manera han impactado en la economía en su empresa: Sector textil?

El Gobierno anterior en el año 2015 aplicó salvaguardas arancelarias con el fin de proteger a la industria nacional, en nuestra empresa en lo que a textil se refiere se vio afectada por el encarecimiento del producto terminado al momento de la nacionalización, esto causó la caída de nuestras importaciones y menores ventas.

2.- ¿Al encarecerse la mercadería y caídas de sus ventas la empresa tuvo que reducir personal?

No, los directivos de De Prati no recurrieron a este tipo de decisiones, durante unos meses no se contrató personal nuevo e implementaron estrategias en departamentos de ventas y marketing.

3.- ¿Por qué su empresa busco proveedores locales?

Aunque la producción nacional no satisface la demanda de textiles y la industria ecuatoriana se considera principalmente artesano industrial, de PRATY decidió arriesgar y optar por este mercado, el gobierno intentó darle mayores méritos a la producción nacional con el certificado “¡Mucho mejor! si es hecho en Ecuador”.

Pero esta campaña no fue suficiente ya que el producto nacional no cumplía las expectativas de calidad y diseño que el consumidor final desea y De Prati buscaba, pero si llego acuerdos y beneficios mutuos-

4.- ¿Cuándo concluyo el periodo de las salvaguardias las ventas en porcentaje aumentaron?

Si, aunque la economía del país no es la mejor, la ventas si mejoraron en un 25%.

5-. Usted cree que el producto nacional no es competitivo con el producto importado?

En cuanto a calidad y diseño se refiere no es competitivo el producto nacional no cubre la demanda ni en producción así mismo en calidad, diseño y moda, países como Perú y Colombia tienen mayor desarrollo este sector nuestras mayores importaciones son de estos países y en menor porcentaje otros de la región EEUU y Europa.

6. ¿Los textiles y prendas producidas localmente satisfacen la necesidad de la demanda del mercado?

La producción nacional no satisface la demanda de textiles, pues la industria ecuatoriana se considera principalmente artesano industrial, el gobierno intentó darle mayores méritos a la producción nacional con el certificado “¡Mucho mejor! si es hecho en Ecuador”.

Pero esta campaña no fue suficiente ya que el producto nacional no cumplía las expectativas de calidad y diseño que el consumidor final busca.

7. ¿Qué alternativas considera usted para minimizar las afectaciones de las empresas de retail debido a las políticas de comercio exterior?

Considero dos alternativas principales, primero que el Gobierno Nacional incentive el desarrollo de proveedores locales, segundo que para el sector industrial textil se considere nuevas normas de calidad y diseño acorde con las exigencias del mercado.

Entrevista N° 2

TEMA: Análisis de las políticas de comercio exterior y su impacto económico en las empresas de retail del sector textil de Guayaquil.

Gerente de Importaciones de Almacenes De Prati S.A.

C.P.A. Lucia Muñoz

1.- ¿Las políticas de comercio exterior aplicadas en el Ecuador durante el periodo 2015 - 2017, de qué manera han impactado en la economía en su empresa: sector textil?

En nuestro negocio nos afectaron seriamente, mencionaré varias políticas aplicadas por el Gobierno:

Enero-2015 Se establecen cupos para importaciones. El cupo establecido por el MIPRO para Almacenes De Prati S.A. para el año 2015 es de \$22'015.880,59, esta medida nos obligó a reprogramar las compras al exterior y comprar a aquellos importadores mercaderías a los cuales tenían acceso por sus cupos.

Enero-05-2015 Entra en vigencia la salvaguardia cambiaria para importaciones originarias de Colombia (21%) y Perú (7%). Se negoció con los proveedores de Colombia y Perú para que asumieran el 50% de estos valores, de esta manera no afectábamos el precio de venta.

Febrero-2015 Cambios en requisitos de etiquetado RTE INEN 157 Marroquinería, tuvimos retrasos en los ingresos de mercadería, costos más altos.

Febrero-10-2015 Entra en vigencia el RTE INEN 135 Rotulado para artículos de fiestas, aun cuando no había un organismo acreditado para emitir los certificados, continuamos con la compra de productos navideños, en agosto se publicaron los nombres de las verificadoras autorizadas y aun cuando contábamos con los certificados, el INEN se demoraba un mes en aprobar las licencias siendo el tiempo establecido en el reglamento de 5 días. La Navidad llegó a nuestras tiendas a finales del mes de octubre, todo el comercio inició tarde sus ventas de artículos navideños.

Febrero-27-2015 Se levantan salvaguardias cambiarias para importaciones originarias de Colombia y Perú.

Marzo 11-2015 Salvaguardia por balanza de pagos, vigencia de 15 meses, se afectan las subpartidas arancelarias con incrementos del 25% y 40%. Todo producto importado se volvió caro, se cancelaron muchos pedidos al exterior y nos enfocamos más en producto local.

2. ¿Quiénes de los proveedores aceptaron asumir parte del costo de las salvaguardas temporalmente?

Se negoció con los proveedores de Colombia y Perú para que asumieran el 50% de estos valores, de esta manera no afectábamos el precio de venta.

3. ¿Qué producción propia tiene la empresa y cubre la demanda de sus clientes?

No, no satisfacen nuestra demanda la cual está enfocada en la pirámide de estructura de mercadería. Encuentras básicos, pero falta moda. Para suplir esa falta de prendas de moda, en nuestro caso hemos venido trabajando en el desarrollo de proveedores locales durante 10 años, durante este tiempo se ha reforzado a través de nuestros departamentos de diseño y control de calidad el desarrollo de colecciones basados en la moda, compras de muestras y telas al exterior. Así como el desarrollo de proveedores de calzado

4. ¿Los textiles y prendas producidas localmente satisfacen la necesidad de la demanda del mercado?

No, no satisfacen nuestra demanda la cual está enfocada en la pirámide de estructura de mercadería. Encuentras básicos, pero falta moda. Para suplir esa falta de prendas de moda, en nuestro caso hemos venido trabajando en el desarrollo de proveedores locales durante 10 años, durante este tiempo se ha reforzado a través de nuestros departamentos de diseño y control de calidad el desarrollo de colecciones basados en la moda, compras de muestras y telas al exterior. Así como el desarrollo de proveedores de calzado. De nuestra parte seguimos trabajando en el desarrollo de proveedores nacionales los cuales los catalogamos por

categorías A, B y C. Los proveedores A tienen acceso a muchos beneficios, podemos mencionar entre estos beneficios el acceso a préstamos bancarios con las tasas que negociamos con los bancos, pronto pago, confirming, anticipos para producción.

5. ¿Los proveedores nacionales obtienen beneficios al producir para ustedes?

Sí, estamos trabajando en el desarrollo de proveedores nacionales los cuales los catalogamos por categorías A, B y C. Los proveedores A tienen acceso a muchos beneficios, podemos mencionar entre estos beneficios el acceso a préstamos bancarios con las tasas que negociamos con los bancos, pronto pago, confirming, anticipos para producción.

6. ¿En qué provincias del país se encuentran sus mayores proveedores?

Se encuentran en Guayas, Pichincha y Chimborazo.

7. ¿Qué alternativas considera usted para minimizar las afectaciones de las empresas de retail debido a las políticas de comercio exterior?

Nos enfocaremos en: Rentabilización del espacio en las tiendas de hogar, Rentabilización del m² de las marcas propias versus marcas de terceros, Reconstrucción del surtido en categorías estrellas, Mitigar riesgos en productos importados: renegociar con proveedores del exterior las condiciones de pago y descuentos comerciales, Revisión de precios de entrada de productos básicos en las tiendas de moda, Parametrizar marcas por líneas de precios, Desarrollo local e incremento de compras en la Comunidad Andina.

Entrevista N° 3

TEMA: Análisis de las políticas de comercio exterior y su impacto económico en las empresas de retail del sector textil de Guayaquil.

Almacén el Rosado- Departamento de Importaciones

1.- ¿Las políticas de comercio exterior aplicadas en el Ecuador durante el periodo 2015 - 2017, de qué manera han impactado en la economía en su empresa: sector textil?

En la empresa donde laboro impactaron negativamente, como a todo el comercio en general pero si hablamos de textiles las bajas ventas, llevo a los dueños y administradores tomar medidas económicas en diferentes departamentos desde importaciones, en talento humano dar por terminados los contratos o no renovar, importar prendas en la menor cantidad posible y buscar entre proveedores internacionales que tengan convenios con Ecuador para tener mejores precios y abaratar si se podría decir así los costos finales de las prendas .

2.- ¿Los textiles y prendas producidas localmente satisfacen la necesidad de la demanda del mercado?

En mi concepto y los reportes que en departamento de compras elaboran, puedo observar que no se cumple con la demanda para el mercado local, puesto que los clientes exigen calidad, buen gusto en el diseño de prendas pues lamentablemente el producto nacional no cumple en ocasiones los requerimientos del consumidor final, quien es, en este negocio quien decide cómo vestir y cuánto dinero gastar pues en algo que es imprescindible para la vida cotidiana el vestir.

3. ¿Cuál de las empresas de corporación se afectó más económicamente por las salvaguardias del 2015?

En la empresa donde laboro se afectó negativamente, pues el retail es a lo que a lo que se dedica la cooperación el Rosado, sin duda fue Ferrisariato, y Rio Store la primera por que el 90% de su stock es importado y la segunda en menor porcentaje pero se vio afectada en reducción de prendas importadas.

4. ¿Cómo afrontaron lo administradores esta crisis?

Se tomaron precauciones, de reducir al mínimo las importaciones los dueños y administradores, decidieron que, en talento humano se dieran por terminados los contratos o no renovarlos, importar prendas en la menor cantidad posible y buscar entre proveedores internacionales que tengan convenios con Ecuador para tener mejores precios y abaratar si se podría decir así los costos finales de las prendas, también decidieron contratar a diseñadores y textileros de el país para vender el producto nacional.

5. ¿Qué tiempo tomo recuperar las pérdidas generadas por las salvaguardias?

Bueno, desde mi departamento que es importaciones, fueron quince meses que las importaciones de textiles se realizaron en cantidades mínimas.

6. ¿Qué hace Rio Store para contratar proveedores locales?

Tenemos una página virtual de la corporación para contactarnos si desean ser nuestros proveedores, asistimos a la semana de moda para conocer nuevos diseñadores ecuatorianos.

7. ¿Por qué considera usted los proveedores locales no son contratados?

No cumplen con la demanda de Rio store, puesto que los clientes exigen calidad, buen gusto en el diseño de prendas pues lamentablemente el producto nacional no cumple en ocasiones los requerimientos del consumidor final, quien es, en este negocio quien decide cómo vestir y cuánto dinero gastar es el cliente pues en algo que es imprescindible para la vida cotidiana.

8. ¿Cuáles son los planes a futuro para minimizar los efectos económicos?

Trabajar con proveedores locales, que como dije en la respuesta anterior cumplan con los estándares que se exigen en el mercado esto implica que como empresa comprometerse a comprar sus producciones pactadas, también ofrecer ofertas atractivas a los clientes para atraerlos.

Tabla 1. Resultados significativos

Preguntas	Gerente de Operaciones - Adela Amaris	Gerente de Importaciones de Almacenes De Prati S.A. C.P.A. Lucia Muñoz	Almacén el Rosado- Departamento de Importaciones
¿Las políticas de comercio exterior aplicadas en el Ecuador durante el periodo 2015 -2017, de qué manera han impactado en la economía en su empresa: Sector textil?	<ul style="list-style-type: none"> • Encarecimiento del producto terminado. • La caída de nuestras importaciones. Menores ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reprogramar las compras al exterior. • Compras a aquellos importadores que tenían cupos para importar. • Negociación con proveedores para que asuman el 50% de los valores importados para no afectar el precio de venta. • Retrasos en los ingresos de mercadería. • Costos más altos. Incremento de los precios. Compra de productos locales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las bajas ventas. • Importar prendas en la menor cantidad. • Búsqueda de nuevos proveedores internacionales que tengan convenios con Ecuador.
¿Al encarecerse la mercadería y caídas de sus ventas la empresa tuvo que reducir personal?	<ul style="list-style-type: none"> • No. • Se implementaron estrategias en 		<ul style="list-style-type: none"> • Si. Despido de trabajadores.

- departamentos de ventas y marketing.
- ¿Por qué su empresa busco proveedores locales?
- Debido a los incentivos del Gobierno con acuerdos y beneficios mutuos.
- ¿Cuándo concluyo el periodo de las salvaguardias las ventas en porcentaje aumentaron?
- Las ventas si mejoraron en un 25%.
 - No es competitivo.
 - No cubre la demanda ni en producción así mismo en calidad, diseño y moda.
- ¿Usted cree que el producto nacional no es competitivo con el producto importado?
- No, no satisfacen nuestra demanda.
 - Falta de Diseño.
 - No se apega a las modas.
 - Falta de Competitividad
- ¿Los textiles y prendas producidas localmente satisfacen la necesidad de la demanda del mercado?
- No satisface la demanda de textiles
 - No se cumple con la demanda para el mercado.
 - El cliente exigen calidad, diseños y productividad.

¿Qué alternativas considera usted para minimizar las afectaciones de las empresas de retail debido a las políticas de comercio exterior?

- Incentivar al desarrollo de proveedores locales por parte del Gobierno.
- Nuevas normas de calidad y diseño acorde con las exigencias del mercado.

¿Quiénes de los proveedores aceptaron asumir parte del costo de las salvaguardas temporalmente?

- Rentabilización del espacio en las tiendas de hogar.
- Reconstrucción del surtido en categorías estrellas.
- Mitigar riesgos en productos importados.
- Renegociar con proveedores del exterior las condiciones de pago y descuentos comerciales.
- Revisión de precios de entrada de productos básicos en las tiendas de moda.
- Parametrizar marcas por líneas de precios.
- Desarrollo local e incremento de compras.
- Los proveedores de Colombia y Perú para que asumieran el 50% de estos valores, de esta manera no afectábamos el precio de venta.

¿Qué producción propia tiene la empresa y cubre la demanda de sus clientes?

¿Los proveedores nacionales obtienen beneficios al producir para ustedes?

¿En qué provincias del país se encuentran sus mayores proveedores?

- No satisfacen nuestra demanda.
- Trabajos con proveedores locales.
- Se ha reforzado el departamento de diseño y control de calidad.
- Desarrollo de colecciones basadas en la moda.
- Compras de muestras y telas al exterior
- Beneficios en acceso a préstamos bancarios con las tasas que negociamos con los bancos, pronto pago, confirming, anticipos para producción.
- Se encuentran en Guayas, Pichincha y Chimborazo.

¿Cuál de las empresas de corporación se afectó más económicamente por las salvaguardias del 2015?

¿Cómo afrontaron lo administradores esta crisis?

¿Qué tiempo tomo recuperar las pérdidas generadas por las salvaguardias?

¿Qué hace Rio Store para contratar proveedores locales?

- Ferrisariato, y Rio Store ya que son las que más se importan.
- Reducción de importaciones.
- No renovación de contratos del personal.
- Contratar a diseñadores y textileros del país para vender el producto nacional.
- 15 meses
- Paginas virtuales.
- La semana de moda para conocer nuevos diseñadores ecuatorianos.

¿Por qué considera usted los proveedores locales no es contratado?

¿Cuáles son los planes a futuro para minimizar los efectos económicos?

- No cumplen con la demanda de Rio store.
- No llegan a la calidad óptima.
- Trabajar con proveedores locales.
- Cumplir con los estándares que se exigen en el mercado.
- Ofertas atractivas a los clientes para atraerlos.

Fuente: Propia

Elaborado por: Las Autoras

Codificación de la entrevista

Acorde a lo descrito por (Follari, 2015) “Los códigos representan el vínculo decisivo entre los datos brutos, la materia textual tal como transcripciones de las entrevistas, usualmente se diferencian por palabras, frases o párrafos completos pueden ser palabras o números fáciles de recordar y de aplicar”.

Codificar es el proceso mediante el cual se agrupa la información obtenida en categorías que concentran las ideas, conceptos o temas similares descubiertos por el investigador, o los pasos o fases dentro de un proceso. Además, pueden tomar la forma de una etiqueta categorial directa o una más compleja.

T1: Entrevista 1

AA: Adela Amaris

EPCE: Efectos de la Política de Comercio Exterior	{ <ul style="list-style-type: none"> E: Encarecimiento PT: Producto Terminado ... I: Importaciones MV: Menores Ventas 	El aumento de los precios a nivel nacional de los productos importados genera que las empresas registren menores ventas.
EA: Estrategias para Atenuar el PCE	{ <ul style="list-style-type: none"> TPL: Trabajo con Proveedores Locales ... NC: Normas de calidad EM: Exigencias del mercado 	Las empresas de retails para minimizas las afectaciones efectuaron estrategias como alearse con productores locales y exigiendo las normas de calidad de acuerdo al mercado local.
(+/-)PNC: Percepción del Producto Nacional	{ <ul style="list-style-type: none"> NC: No Competitivo CDM: Calidad, diseño y moda ... (-)NDT: No Satisface la demanda textil 	En el sector textil la producción nacional no se despunto como competitiva, se mostró una demanda insatisfecha ya que los consumidores exigen calidad, precio, diseño y moda.

T2: Entrevistado 2**LM: Lucia Muñoz**

IEE: Impacto Económico Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> BC: Balanza Comercial CE: Compras en el exterior CI: Cupos de Importación RIM: Retrasos en los ingresos de mercancías CA: Costos Altos IPV: Incremento de precios de venta CPL: Compras de productos locales 	<p>El impacto económico del sector textil se ve reflejado en la balanza comercial el cual debido a la baja de las importaciones las empresas debieron negociar con otras empresas para comprar de los cupos expuestos y así no afectar los precios de venta al público.</p>
	PND: Percepción Del PN	<ul style="list-style-type: none"> (-)SD: No satisfacen la demanda D: Diseño M: Moda FC: Falta de competitividad
EPCE: Estrategias para PCE	<ul style="list-style-type: none"> R: Rentabilidad R: Riesgos PI: Productos Importados CP: Condiciones de Pago TM: Tiendas de Moda PM: Parametrizar Marcas DL: Desarrollo Local DC: Descuentos Comerciales 	<p>Las empresas deben implementar estrategias para aumentar la rentabilidad del sector mediante alternativas como el variar los surtidos de carteras de productos, mitigar riesgos al momento de importar mediante condiciones de pago que favorezcan ambas partes, definir una lista de precios y desarrollar planes de marketing donde se alineen precios por temporadas</p>

<p>ECST: Estrategias Para contrarrestar Las Salvaguardias Temporales</p>	<p>CC: Control de Calidad T: Telas PL: Proveedores locales B: Beneficios TN: Tasas negociables C: Confirming AC: Afectación a las Corporaciones BB: Beneficios Bancarios</p>	<p>...</p>	<p>El sector textil debe plantearse como propósito controlar la calidad de las telas así como las estrategias para aumentar la productividad del sector.</p>
---	--	------------	--

T3: Entrevistado 3

AR: Almacenes el Rosado

<p>ES: Efectos de La Salvaguardias</p>	<p>PI: Proveedores Internacionales Cnv: Convenios DT: Despido de Trabajadores BV: Bajas ventas IP: Importación de productos</p>	<p>...</p>	<p>El sector textil en el Ecuador no representa una fuerza competitiva debido a que los proveedores internacionales mantienen alianzas estratégicas con empresas de retails para introducir mercancías de países aledaños, esto provoco que con la implementación de las salvaguardias se den despidos de trabajadores y bajas ventas.</p>
<p>PPN: Percepción Del PN</p>	<p>DM: Demanda del Mercado CDP: Calidad, Diseño y Productividad CS: Clientes Satisfechos PP: Prendas Producidas</p>	<p>...</p>	<p>La demanda del mercado local no se veía con alcances significativos por ende los clientes no consumían prendas producidas en el Ecuador.</p>

ES: Efectos de las Salvaguardias	S: Sucursales RI: Reducción de las Importaciones CP: Contrato de Personal D: Diseñadores PN: Productos Nacionales	Las empresas deben tomar medidas estratégicas para no perder la rentabilidad financiera de los negocios, es así que a través de las sucursales se deben realizar controles para que los trabajadores cumplan con metas de ventas a su vez ofrecer productos nacionales con el plus de darles apertura a diseñadores Ecuatorianos.	
	EF: Efecto de Las salvaguardias	PSS: Pérdidas Significativas para el Sector PgV: Paginas Virtuales DE: Diseñadores Ecuatorianos (-)CD: No Cumple con la Demanda CO: Calidad Optima PL: Proveedores Locales EE: Efectos Económicos EM: Exigencias del Mercado O: Ofertas CC: Captación de Clientes	Cuando una empresa ha tenido pérdidas significativas, esta, debe implementar planes que beneficien el futuro del negocio es así que la captación de clientes depende de las tendencias que se generen en el mercado para eso se debe establecer alianzas con proveedores locales e internacionales para satisfacer la demanda local e incentivar a exportaciones futuras.

Análisis de Resultados

Los entrevistados tuvieron un nivel de participación alto, pese a los problemas por agendar una cita, estos se mostraron abiertos al momento de la ejecución, el dominio del tema fue la principal labor de aporte fue así que la Gerente de importaciones de Almacenes De Prati mostró mayor aceptabilidad en el rango de preguntas, sus respuestas fueron contundentes, al manifestar los efectos que la aplicación de la salvaguardia cambiaria para importaciones originarias de Colombia y Perú, así como la salvaguardia por balanza de pagos

que entró en vigencia una vez concluida la salvaguardia cambiaria, se afectaron los ingresos de mercadería importada, se incrementaron los costos de las mismas, el open orden que controlaba las semanas de abastecimientos direcciono a las compradoras de las diferentes divisiones a buscar productos sustitutos en el mercado local con la finalidad de cumplir los planes de venta que los administradores ofrecieron a los Directores.

Adicional otro efecto de las salvaguardias, fue el establecimiento de cupo a las importaciones esto obligó a reducir sus compras al exterior, este cupo limitaba la compra a las sub partidas arancelarias bajo las cuales se importaron mercaderías en el año 2013- La planificación se enfocó entonces en grupos de mercaderías que no se podían obtener fácilmente en el mercado local. Afortunadamente en el mes de junio del 2015, se obtuvo respuesta favorable por parte del MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad) que indicaba que las sub partidas arancelarias sujetas a Reglamentación INEN, no se contabilizan en el cupo anual otorgado por el SENA E a la compañía. Incluso ciertas sub partidas arancelarias de mercaderías originarias de la Comunidad Andina y Unión Europea no se sumaban a dicho cupo.

La importación de artículos navideños fue otro tema complejo para la empresa, la entrada en vigencia de reglamentación INEN y al no existir un organismo acreditado por parte del OAE - Organismo de Acreditación Ecuatoriano- para la emisión del certificado de conformidad, documento básico para la obtención de la Licencia INEN, nos llevó a dudar si se confirmaba la compra o no a los proveedores panameños. Finalmente se hicieron las compras y en el lapso de varios meses, se acreditaron varias empresas y la mercadería aunque tarde, ingresó a las tiendas a finales del mes de octubre, los inventarios que no se vendieron, quedaron guardados para el próximo año, estos son los efectos de las salvaguardias aplicadas a textiles que se importan para las empresas de retail en Guayaquil.

Como alternativas según las entrevistas realizadas en este estudio las compañías optaron por negociar con proveedores estratégicos del exterior, asumir 50% del valor de las salvaguardias y reducir el margen, así el impacto en el precio de venta no era tan fuerte.

También desarrollaron, un programa de proveedores nacionales tuvo mayor énfasis en dicho año, por ejemplo de cada 10 pantalones de mujer que se ofrecían a los clientes, 7 eran nacionales. El compromiso de los proveedores en producir nuestras colecciones y bajo nuestras marcas, significo para ellos tener acceso a líneas de crédito con los diferentes bancos y tasas que ha negociado De Prati; otro beneficio fue y sigue siendo el factoring con el Banco Guayaquil.

Ante las crisis, las empresas entrevistadas se ha enfocaron en buscar alternativas de productos de calidad y moda para sus clientes, para la Gerente Senior de Marketing de De Prati el incremento de las estrategias publicitarias apporto a que pese a pagar aranceles y salvaguardias en productos importados, el 3.5% de las ventas netas se destinaron a campañas y eventos de publicidad, actividades mapeadas sobre el plan de venta de dicho año.

Las estrategias que se usaron para atenuar los efectos de las Políticas de Comercio Exterior y su impacto económico en las empresas de retail del sector textil, fueron entre otras, desarrollar y potenciar proveedores nacionales mediante la producción de colecciones trabajadas por las diseñadoras de moda y validadas por el departamento de calidad de producto con sello de las marcas propias es así que de Almacenes De Prati (H&O, Tribu, Expressions, Amanda, Baby Kids, Kiddo, Giancarlo, Stefano). Se renegociaron condiciones de compra y fechas de entrega con proveedores del exterior, principalmente con aquellos proveedores con los cuales el Ecuador tiene acuerdos comerciales y el beneficio de liberación arancelaria Comunidad Andina y preferencia arancelaria MERCOSUR al cumpliese con las condiciones de normas de origen.

La Corporación EL Rosado también mostro aceptación en las preguntas más significativas al dar a conocer que para mantener la productividad en el sector retail se implementaron estrategias como el realizar contratos con proveedores que tuvieran a su vez convenios con empresas extranjeras para usarlos como intermediarios y poner productos en los stocks. El realizar alianzas estratégicas con empresas del sector público para captar producción nacional con calidad, sin embargo tuvieron pérdidas significativas debido al factor precio y calidad, la entrada de productos básicos en las tiendas de moda, se tuvieron que armar publicidades, no tuvieron el respaldo de los consumidores.

Para el análisis de códigos se desarrolló el siguiente análisis:

Debido al encarecimiento de la materia prima como es la tela, la empresa de retails De Prati, busco estrategias para sobrellevar la situación política y económica que afrontaba el Ecuador en el 2015, pese a esto las ventas bajaron en sobremanera teniendo que comprarle a otras empresas parte de sus cupos de importación para trabajar con telas de calidad.

Las estrategias que su usaron para atenuar las Políticas de Comercio Exterior fueron el trabajar con proveedores locales e internacionales con las cuales Ecuador mantenga con contacto directo fue que entre Perú y Colombia tuvieron que negociar los estatutos de los contratos de compra y venta para asegurar la calidad y exigencias del mercado local.

La percepción del producto nacional del sector retails no fue positiva por ente ecuador no se consolido como principal proveedores para el mundo ni tampoco como un país competitivo en este sector debido a la falta de calidez, diseño y moda.

La empresa mostro un impacto económico negativo ya que el sector se mostró decaído por los altos precios, y debido a que las mercancías de temporada llegaron en tiempos no estimados. Esto provocó que la Balanza de pagos del 2015 muestre una pérdida significativa en este sector, pese a esto en el 2016 despunto en gran manera que desde indicios del 2013 el sector textil solo representaba el 0.58% y en el 2017 ya representaba más del 1.68%. Para la empresa

el acogerse a las medidas y arancelarias e incentivos por parte del gobierno apor to a que no incrementaran las pérdidas.

Debido a la escasa percepción de los productos nacionales por parte de los consumidores se vieron en la necesidad de implementar estrategias para aumentar la competitividad en moda, diseño y calidad por esto se realizaron concursos y llamados para los diseñadores Ecuatorianos para mitigar de una u otra manera con proyectos de emprendimientos locales.

Para obtener una rentabilidad oportuna se debió crear alianzas con proveedores de países vecinos para mitigar el riesgo de pérdida, los productos importados ingresaron bajo modalidades de pago del 50% de la mercancía entregada y el restante bajo condiciones de crédito que les aporte a sobrellevar las perdidas venideras. De tal manera que para captar e incrementar los bienes capitales del negocio se ofrecieron descuentos con los cuales captaron clientes selectos y de toda clase de consumidores.

La implementación de salvaguardias es para el control de la producción nacional y para incentivar a las empresas de retails adquieran productos locales y para que los proveedores de insumos textiles nacionales puedan acceder a créditos con tasas negociables y así obtener beneficios bancarios.

El principal efecto de las salvaguardias en Corporación el Rosado fue el despido de trabajadores de manera masiva pese a esto también fue considerada como una de las empresas con mayor captación de trabajadores ya que sus casas comerciales se vieron envueltas en desesperados intentos por parte de las personas por conseguir un puesto temporal, ahora tratando de un tema de impacto económico por parte de las salvaguardias esta empresa paso por convenios con proveedores internacionales con los cuales se pudo solventar los precios de las importaciones, pero provoco que las ventas disminuyan en estos periodos.

La producción nacional se vio afectada debido a la falta de calidad, diseño y productividad, se mostraron clientes insatisfechos y la no aceptación por parte de los consumidores de estos productos.

Para Corporación el Rosado la afectación más significativa la tuvo en la sucursal de artículos de ferretería y hogar debido a que estos productos también pasaron por aumentos de las aranceles e impuestos de la época, la reducción de los cupos de importación también aportó a que se vieran afectados en varias áreas de la empresa, y las quejas por los procesos productivos no favorecían a que la industria crezca en su apetecer nacional. Las empresas textiles deben establecer alianzas con los diseñadores Ecuatorianos para aportar con la calidad y cumplimiento de productividad. Fue así que Corporación el Rosado empezó a reclutar diseñadores nacionales con potencial a expansión internacional esta pudo aportar a mejorar la oferta local y la captación de clientes a finales del 2016.

3.4 Analizar las políticas de comercio exterior y su impacto económico en las empresas de retail sector textil de Guayaquil

Para este análisis se tomó como fuente principal a dos empresas de retail predominantes del sector textil en Guayaquil, de las cuales se presentan a De Prati S.A y Corporación el Rosado, se presentaran los antecedentes y la evolución de económica en referencia al impacto económico de ambas empresas en los últimos 4 años que se implementaron las políticas regulatorias del comercio exterior del Ecuador que de un análisis se tuvieron tendencias crecientes y decrecientes de este sector.

3.4.1 Antecedentes históricos y económicos de la empresa De Prati S.A

Es una empresa de retail de moda, principalmente comercializa ropa de damas, caballeros, niños y artículos para el hogar. Sus operaciones se basan en la compra de estos artículos, sea de origen nacional o importado, negociando márgenes de ganancia y generando tráfico en sus tiendas con exhibiciones atractivas, marcas exclusivas y campañas

promocionales, además de la financiación para los clientes con el uso de su tarjeta de crédito directo. Historia de la compañía Almacenes De Prati (ADP), es una tienda por departamentos con 75 años en el mercado ecuatoriano, comercializa básicamente ropa de damas, caballeros, niños y productos para el hogar. En 1940 empezó como un almacén de venta de tejidos en la ciudad de Guayaquil, 5 años después abrió su primera tienda.

En 1949 abrieron la división de productos para el hogar, completando su oferta aún más. En 1968 siguiendo con las tendencias del mundo dieron inicio al sistema de crédito en sus tiendas (crédito directo, en Ecuador por ley una casa comercial no puede ser banco, no puede ofrecer otros servicios financieros, además las tasas de interés son reguladas por el Estado).

Para el año 2014 obtuvieron el quinto puesto en el GREAT PLACE TO WORK y en el 2015 el tercer lugar, para ese mismo año la empresa contaba con 3,000 empleados, aun así no contaba con sindicato ni gremio de empleados y era la compañía más importante dentro del sector retail y el número 60 más importante del Ecuador.

En el año 2014, la empresa facturó 213 millones de dólares americanos (moneda oficial del Ecuador), con un EBITDA del 25% sobre las ventas y una utilidad neta del 14%. Sin embargo, el año 2015 cerró con apenas 2% de crecimiento y una 5 fuerte caída en los márgenes. La crisis del petróleo había tocado a Ecuador y con un golpe directo al consumo.

Ecuador durante el periodo 2010 al 2014 no contaba con acuerdos comerciales con la Unión Europea lugar donde se encuentran los principales consumidores de ropa, esto ocasionó que exista una gran desventaja para el país originando inestabilidad en las negociaciones. El 12 de Diciembre del 2014 Ecuador llega a un acuerdo comercial con la Unión Europea, el cual fue cerrado en Bruselas, Bélgica, lo que permitirá reducir costos, incrementar el desarrollo y crecimiento del país. El algodón es una planta muy importante en el mundo textil, es la materia prima con la que se procede a la elaboración de prendas de

vestir; su proceso consiste en la transformación de hilo, el tejido de los hilos, el teñido, estampados y otros procesos de acabado. Existe poca producción de algodón, la demanda en el país es de 22 mil toneladas, en su producción es de mil toneladas, lo que significa un 10% de producción para el país, por este tipo de problemas Ecuador se ve en la necesidad de importar algodón de los países como China, Estados Unidos, India, Colombia y Brasil pues cuentan con las ventajas necesarias para su producción, su aporte al país haciende al 90%, para poder cubrir la demanda local.

Para el año 2015 tenían 15 tiendas entre Guayaquil y Quito, además del canal On Line y un centro de distribución. Como parte de la evolución de la cadena se adjudicaron la representación exclusiva de marcas de reconocimiento mundial como Cortefiel, Springfield y Women Secret, además de contar con sus propias marcas sobre todo en damas y niños. En el 2013, los dueños fundadores dan un paso al costado y forman parte del directorio, cediendo la presidencia de la compañía a Francisco Ramírez.

En el 2015 Ecuador sufrió el desplome del precio del petróleo, llegando hasta 40 dólares el barril. El petróleo es la principal fuente de ingresos del gobierno para mantener la política asistencialista (financia casi el 15% del presupuesto del Estado), responsable del casi el 57% de sus exportaciones. Cualquier precio por debajo de 50 dólares el barril es pérdida para el gobierno ecuatoriano. A este factor se sumó la apreciación del dólar americano en la región, lo que le restó competitividad a las exportaciones ecuatorianas, sufriendo fuga de divisas principalmente hacia Colombia y Perú. Ante esta situación, en los primeros meses del 2015, el presidente Rafael Correa estableció salvaguardas a las importaciones que variaban entre el 10% y el 45% a cerca de 2900 partidas arancelarias. Estas salvaguardas se sumaron a los aranceles propios de toda importación.

En estos últimos años el mercado chino ha incrementado su desarrollo y crecimiento en la industria textil pues este país cuenta con tecnología, industria, y financiación, esto ha

permitido que se convierta en un fuerte competidor en el mercado ecuatoriano. La competencia desleal puede darse en diferentes etapas de la cadena productiva, cuando ingresan telas de origen extranjero al Ecuador a un menor precio ocasiona una desventaja a la mitad de la cadena productiva pero cuando se ingresa ropa terminada afecta por completo al sector general

3.4.2 Antecedentes históricos y económicos de la Corporación el Rosado

Los orígenes de Corporación El Rosado datan de 1936 en Guayaquil como una pastelería, el negocio se encontraba en la actual avenida 9 de Octubre, la más representativa de la ciudad, debido al afán de desarrollo de los dueños permitió que el negocio crezca y deje de vender únicamente dulces. Fue entonces que apareció el restaurante El Rosado, que se convirtió en un centro de reuniones sociales guayaquileñas durante las décadas de 1940 y 1950, en el siglo pasado. A este negocio le siguió la apertura de la Importadora El Rosado, en la misma zona. Allí se comercializaban víveres y otros artículos, siendo el precursor de los supermercados El Rosado.

Conforme el paso de los años este negocio dio paso a los actuales Mi Comisariato. Actualmente, la empresa posee 46 locales a escala país e incluye productos nacionales e importados. Asimismo, en los últimos años ha optado por la comercialización de las denominadas marcas blancas, en diversos productos. El Rosado creció convirtiéndose en una de las empresas más grandes en la línea de retail. Actualmente, la empresa indica que tiene, al menos, nueve negocios vinculados a este sector entre los que están Mi Comisariato, Mi Juguetería, las tiendas de barrio Mini, Ferrisariato, Río Store, Baby Center e Hipermarket, según información corporativa. Este último reúne bajo un mismo techo a las tiendas de venta de víveres, ferretería, ropa y calzado y juguetes.

Sus 26 locales en el país tienen un área de hasta 22 000 metros cuadrados. Además, este grupo diversificó su oferta y cuenta con centros comerciales, cadenas de cines y una

radio. Del mismo modo, tiene diferentes restaurantes. En el 2008, El Rosado se convirtió en una Corporación. Un año antes había cambiado también su razón social de Importadora El Rosado a El Rosado. Mientras que dos años más tarde la compañía se estrenó en el mercado bursátil. Para el 2010 efectuó una emisión de obligaciones por un monto de USD 25 millones con el fin de conseguir recursos para capital de trabajo. La operación se hizo tanto en las bolsas de valores de Quito como de Guayaquil. El mayor valor se colocó en esta última. La empresa se ha concentrado en la producción de artículos propios. En el 2014 fue una de las compañías que participó en el proceso de sustitución de importaciones con la fabricación de productos. Según la Superintendencia de Compañías, actualmente Corporación El Rosado es una compañía anónima con una oficina principal en Guayaquil. La entidad de control la describe como una firma de compraventa, importación, industrialización, entre otros.

Corporación el Rosado ha manejado una política de diversificación de sus servicios por ende su estructura la ha consolidado como una de las más ejemplares en el ámbito de los retails, generando ingresos por \$ 2.808 millones y tercer lugar en el top 20 de la SCVS, con activos por \$ 14.262 millones, frente a los \$ 14.067 que corresponden al sector industrial, lo que la posesiona como una empresa en supremacía del comercio en el quehacer económico del país, pero tampoco libera a la industria local, pero es una de las empresas que también más le debe al estado debido a que las políticas restrictivas que presenta Ecuador esta opta por enviar su capital a otros países, tomando en consideración que ellos representan una índice significativo de ingresos al estado es una balanza que debe ser medida en ejes sistemáticos y de análisis de los problemas sociales y económicos de estos.

El impacto causado por la aplicación de las sobretasas arancelarias afecto la situación financiera de la Corporación directamente a los costos de los inventarios al incrementar 45% de impuesto en los productos de la sección cerrajería lo cual exige la búsqueda de estrategias que permitan seguir con el nivel competitivo en el mercado.

4 Conclusiones

Una vez desarrollada la investigación sobre la Política de Comercio Exterior y su impacto económico en las empresas de retail del sector textil de Guayaquil, se concluye:

Acorde al primer objetivo específico se determina que el sector textil antes del 2013 representaba el 0.58% de ingresos en la Balanza Comercial, las Exportaciones No Petroleras representaron el USD 19,961 millones en el 2013 antes de la aplicación de las Salvaguardias en el 2016 USD 12,915 millones una reducción significativa debido a la aplicación de las medidas restrictivas a sectores donde se evidenciaba la competencia desleal, en el 2017 este sector aumento en una representación del 2%, debido a la aplicación de medidas restrictivas como son las salvaguardias, y las fuertes campañas como “Mejor si es hecho en Ecuador” “Primero Ecuador” entre otra, empresas de retails como DePrati y Corporación el Rosado mostraron un aporte a la industria textil pero a su vez se apreciaban problemas como la falta de tecnificación por parte de los proveedores locales, provocando que las empresas busquen medidas para ingresar productos peruanos y colombianos, en el 2016 estas empresas tuvieron pérdidas significativas debido a que la tendencia y exigencias de los consumidores no aportaban a satisfacer las demandas.

Del cumplimiento del segundo objetivo, el evaluar el impacto comercial del sector textil de Guayaquil, percibiendo que las ventajas comparativas de este sector dependen las riquezas en materias primas, pero una de sus grandes desventajas es que la producción queda para el mercado internacional y el mercado local no progresa en términos de mejoras a la productividad, innovación y tecnificación. La industria textil tiene un punto de quiebre que es la producción de algodón esta no ha potencializado debido a que, se esperaba desde el 2013 cuando se empezaron a entregar insumos agrícolas al sector algodonero por parte del estado para mejorar la producción local pero estos requieren de mayor inversión. Las empresas De Prati y Corporación el Rosado expresaron que el sector textil de Ecuador no satisfacía la

demanda local, debido a la falta de tecnificación y debido a las medidas implementadas por el gobierno para proteger la producción nacional se acogieron a las disposiciones estatales pero en evaluación al impacto en ventas, no tuvieron rentabilidad desde el 2015 y por debieron tomar medidas como despido de personal o el abstenerse de contratar personal, el apoyar a los productores a través de programas impulsados por el sector público, por tal, crezcan en producción y ventas pero hay maquinarias y especificaciones técnicas que no les permiten en desarrollo adecuado de este sector, es así que envían su producción a las salidas rápidas como son las empresas de retails para obtener una fuente de ingreso directo.

El tercer objetivo específico y en respuesta a la tercera pregunta de la formulación del problema de identifica que las medidas aplicadas por las empresas de retails para sobrellevar las medidas aplicadas por el gobierno, la empresa De Prati para aumentar la competitividad de su empresa en el área textil en tiempos de perdida debido a las salvaguardias del 2015 y 2016, implementaron en sus instalaciones espacios de tiendas de hogar, rentabilizaron marcas nacionales apoyando al consumo local, surtieron sus categorías o tendencias, consiguieron más proveedores locales a través de varias plataformas como apoyando a sectores estratégicos de producción textil y contratando nuevos diseñadores para mejorar las tendencias y modas para satisfacer la calidad y demanda de los consumidores, se otorgaron plazos y descuentos comerciales para captar de manera directa a los clientes. Corporación el Rosado que pese a incrementar los precios de sus productos importados empezaron a otorgar descuentos y publicidad en precios. Las empresas de retails para no sufrir por las acciones o medidas implementadas por el gobierno en momentos de escases o de problemas ambientales, catástrofes o de cualquier índole emergente que requiera el país, estos aplican medidas estratégicas como el solicitar créditos a los proveedores, para tener una gama de productos que les aporte al desarrollo del sector en tiempos de crisis nacional y el brindar charlas a los proveedores de insumos textil para que sepan de la importancia de sus labores en el área.

5 Recomendaciones

Una vez concluido el análisis es importante destacar aspectos relevantes para que los proyectos de investigación aporten a futuros estudios.

El analizar el impacto que tienen las políticas de comercio exterior de las empresas de retails permite responder a la importancia que deben tener el sector privado en tomar medidas estratégicas que aporten al desarrollo económico del sector textil creando vínculos o acuerdos con los pequeños productores para que tecnifiquen sus procesos de producción, de esta manera puedan ir trabajando en mejorar la calidad de sus prendas. Esto lo logran con el aporte del Gobierno nacional no solo implementando restricciones al comercio exterior, también deben establecer una distribución equitativa y de apoyo para el aporte de este sector.

Capacitar al sector textil nacional sobre temas de tendencias y modas para que los nuevos productos y diseños sean de impacto no solo local también internacional, los textiles nacionales requieren de un fuerte impulso para su desarrollo tecnológico y de industrialización, debido a que el sector público y privado del sector textil se ven centradas en la desventajas de encontrarse geográficamente en medio de Perú y Colombia iconos de la industria textil en América Latina, por ende, el trabajo es arduo y de gran impacto para su desarrollo.

Ampliar la investigación, y que las empresas de retails den apertura para que los estudiantes puedan realizar análisis de campo sobre temas de competitividad en este sector, para que un país sea competitivo requieren de esfuerzo en educación, salud, tecnología, seguridad y registros de patentes ya que muchos de los productores nacionales venden sus ideas a empresas multinacionales quedándose con una ganancias mínima sin patentar sus ideas o líneas de modelos, por tal, es importante se capacite a este sector en los ejes primordiales para que esta industria crezca.

6 Referencias

- Anchundia Vasquez , J., & Torres Miranda, E. (Marzo de 2017). *LAS SALVAGUARDIAS ARANCELARIAS Y SU IMPACTO EN LOS ESTADOS FINANCIEROS*. Obtenido de Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/arancel.html>
- Aguilar, A. C. (Diciembre de 2017). *Datos Macros*. Obtenido de Balanza Comercial del Ecuador: <https://www.datosmacro.com/comercio/balanza/ecuador>
- Barragan, A. B. (Septiembre de 2016). *Propósitos de la Investigación científica*. Obtenido de https://prezi.com/u8e_jfanmjr/propósito-de-la-investigación-científica/
- BCE. (Junio de 2016). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Balanza de Pagos: www.bce.gob.ec
- BCE. (2017). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Producto Interno bruto: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/975-producto-interno-bruto-2>
- BCE. (Diciembre de 2017). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Balanza Comercial enero octubre 2017: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201712.pdf>
- CAF. (2010). *Dirección de la Política exterior*. Obtenido de <http://www.flacsoandes.edu.ec/web/imagesFTP/10642.PLADESPE.pdf>
- Castañeda, Z. F. (2017). CRECIMIENTO Y DESARROLLO DEL ECUADOR MEDIANTE ALIANZAS Y COMERCIO EXTERIOR. *Observatorio Latinoamericano de Economía*.
- Castillo, A. C. (2016). Fundamentos del Régimen de Salvaguardias de la OMC: ¿Evolución imprevista de las circunstancias? *Revista Jurídica*, 1-49.
- Cedeño, K. G. (2017). *LAS SALVAGUARDIAS Y SU IMPACTO EN LA LIQUIDEZ Y RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS*. Obtenido de Observatorio Economía Latinoamericana. ISSN: 1696-8352 : <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/salvaguardias-empresas.html>
- Cepeda, G. (Octubre de 2012). *Análisis crítico del discurso en una entrevista semiformal*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0071-17131999003400006
- Chiriboga, M. N. (2004). *Dos décadas perdidas: Los ochenta y noventa* (Vols. Vol. 20, No 1:3,2004). Quito: Cuestiones Económicas. Obtenido de https://www.bce.fin.ec/cuestiones_economicas/images/PDFS/2004/No1/Vol.20-1-2004MarcoNaranjo.pdf
- COMEX. (2015). *Comercio Exterior y su historia*. Obtenido de Política Comercial del Ecuador:

- http://www.comercioexterior.ub.edu/fpais/ecuador/politica_comercial_del_ecuador.htm
- COMEX. (2016). *Todo Comercio Exterior*. Obtenido de Importaciones de prendas de vestir: www.todocomercioexterior.com
- Comexi, E. (2010). CONTEXTOS DE CONFLICTIVIDAD EMERGENTE. *Revista Transporte y Territorio*, 77-102.
- Comexi, M. E. (2010). CONTEXTOS DE CONFLICTIVIDAD EMERGENTE. *Revista Transporte y Territorio*, núm. 3, 77-102.
- Duarte, H., & Ramón, S. (Abril de 2017). *Análisis del impacto comercial de las cláusulas de salvaguardias*. Obtenido de Observatorio de la Economía Latinoamericana: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/avisar.html>
- Fernández, L. (Febrero de 2006). *Butlletí LaRecerca*. Obtenido de <http://www.ub.edu/ice/recerca/pdf/ficha7-cast.pdf>
- Follari, J. E. (Marzo de 2015). *El código de transcripción de Gail Jefferson: adaptación para las ciencias sociales* (Vols. Vol. 17.). Santiago, Chile: Quaderns de Psicologia. doi:<http://dx.doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.1252>
- Hanna, S. C. (2015). El Comercio y el hispanismo. *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura*, 213-244.
- Hurtado, F. (2015). *El entorno y su impacto en los negocios: El caso ecuatoriano*. Obtenido de GSB: <http://gbs.com.ec/index.php/11-noticias/25-lorem-ipsum>
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Estadística del Sector Retail en Ecuador: www.inec.gob.ec
- Iturralde, D. O. (2012). ANÁLISIS DEL INTERCAMBIO DE BIENES DESDE LA COLONIA HASTA LA ACTUALIDAD. *Observatorio de Economía en Latinoamérica*(ISSN 1696-8352.).
- Iturralde, D. O. (2016). ECUADOR: COMERCIO EXTERIOR Y COEFICIENTE DE APERTURA DE LA ECONOMÍA. *Observatorio de Economía en Latinoamérica*.
- Izurieta, N. P. (2016). EL ECUADOR Y EL PROCESO DE CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA: CONSIDERACIONES PARA EL DESARROLLO Y EQUILIBRIO DE LA BALANZA COMERCIAL. *Observatorio Economía Latinoamericana*. ISSN: 1696-8352 .
- Lideres. (octubre de 2013). *Revista de Emprendimiento LIDERES*. Obtenido de Las ventas de Retail engancha a mas consumidores: <http://www.revistalideres.ec/lideres/ventas-retail-enganchan-consumidores.html>
- Lofland, J. (1971). *Analyzing Social Settings: A Guide to Qualitative Observation and Analysis* . Wadsworth: Wadsworth ISBN-10: 0534528619; ISBN-13: 978-0534528614.
- Lopez, O. R. (2014). *La logística y el Comercio Internacional*. Obtenido de Clasificación de Aranceles; Barreras Arancelarias y No Arancelarias.

- Lucas, G. C. (2017). INCIDENCIA DE LA BALANZA DE PAGOS DEL ECUADOR EN RELACIÓN A SU COMERCIO EXTERIOR. *Observatorio Iberoamericano de Economía*.
- Márquez, J. L. (Octubre de 2016). IMPACTO ECONÓMICO DE LAS SALVAGUARDIAS EN LA EMPRESA COMERCIAL CORPORACION JARRIN HERRERA CIA LTDA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, PERÍODO 2014 - 2015. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador*. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2016/salvaguuardias.html>
- MCE. (mayo de 2017). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de Acuerdos Comerciales del Ecuador desde el 2008: <http://www.comercioexterior.gob.ec/acuerdos-comerciales/>
- Medina Ramirez, S., & Perez Gongora, J. C. (Marzo de 2010). La politica arancelaria y el comercio exterior. *Comercio Exteror*, 60(3), 233-241.
- Méndez, F. (Marzo de 2016). *Politic Economica del Ecuador*. Obtenido de El Mundo, Economía y Negocios: <http://www.elmundo.com.ve/firmas/franklin-mendez/politica-economica-en-ecuador.aspx>
- Moposita, N. L. (2016). Retos del comercio exterior del Ecuador ante la no renovación o ratificación del ATPDEA en julio del 2013. *Comercio Exterior*.
- Mosquera, A. (2017). *Comite Empresarial Ecuatoriano*. Obtenido de Acuerdos Comerciales del Ecuador: <http://cee.org.ec/category/acuerdos-comerciales-de-ecuador-vigentes/>
- Navas, G., & Prieto, P. (2011). Geoportales en el Ecuador. *Revista de Ciencias de la Vida*, 58-64.
- Olivares, M. G., & Guedes , C. (2005). *Globalización, Inversiones Extranjeras y Desarrollo en América Latina*. Obtenido de Enciclopedia Multimedia virtual interactiva: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2005/gog/2x.htm>
- OMC. (2015). *Examen de las Politcas Comerciales*. Organización Mundial de Comercio. Obtenido de Examen de las Politcas Comerciales .
- Osorio, L. L. (2016). *Macro Trade New*. Obtenido de La política de comercio exterior del Ecuador 2016: <http://marcotradenews.com/noticias/la-politica-de-comercio-exterior-del-ecuador-2016-43015>
- Proecuador. (2016). *PROECUADOR*. Obtenido de Acuerdos Comerciales : <https://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-acuerdos-comerciales/>
- Proecuador. (Diciembre de 2017). *PROECUADOR*. Obtenido de Balanza Comercial: <https://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>
- Registro Oficial. (2015). *Resolución N° 011-2015*. Quito: Ministerio de Comercio Exterior.
- Rivera , D., & Rosero, D. (2017). El Comercio y Ecuador en Vivo. *Universidad de los Hemisferios*, 475-485.
- Sandoval, C. (marzo de 2012). *Investigación Cualitativa*. Obtenido de <https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/manual%20colombia%20cualitativo.pdf>

- Shoppe, N. (2015). *6 tendencias del mercado de Retails en America latina*. Obtenido de <http://www.nielsen.com/content/dam/nielsen-global/co/docs/Reports/2016/6%20Tendencias%20del%20Retail%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina.pdf>
- SICE. (2016). *Organización de los estados americanos*. Obtenido de Acuerdos Comerciales del Ecuador: http://www.sice.oas.org/ctyindex/ECU/ECUAgreements_s.asp
- Velez, N. (Febrero de 2015). *Todo Comercio Exterior*. Obtenido de Acuerdos Comerciales: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/acuerdos-comerciales-del-ecuador-que-benefician-a-los>
- Zambrano, S. C. (2016). LA INVERSIÓN EXTRANJERA Y EL RIESGO PAÍS EN EL ECUADOR. *Observatorio Economía Latinoamericana*. ISSN: 1696-8352.
- Zambrano, S. C. (2016). LA INVERSIÓN EXTRANJERA Y EL RIESGO PAÍS EN EL ECUADOR. *Observatorio Economía Latinoamericana*. ISSN.

Apéndices

BALANZA COMERCIAL (1)										
<i>Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones</i>										
	Ene - Oct 2014		Ene - Oct 2015		Ene - Oct 2016		Ene - Oct 2017		Variación 2017 - 2016	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	Absoluta	Relativa
Exportaciones totales	25,702.7	22,036.4	26,573.8	15,661.3	26,729.6	13,778.4	26,487.7	15,721.4	1,943.0	14.1%
<i>Petroleras</i>	<i>17,982.9</i>	<i>11,705.6</i>	<i>18,684.9</i>	<i>5,942.9</i>	<i>18,515.5</i>	<i>4,407.3</i>	<i>17,949.7</i>	<i>5,594.9</i>	<i>1,187.6</i>	<i>26.9%</i>
<i>No petroleras</i>	<i>7,719.8</i>	<i>10,330.8</i>	<i>7,888.9</i>	<i>9,718.3</i>	<i>8,214.2</i>	<i>9,371.1</i>	<i>8,538.0</i>	<i>10,126.5</i>	<i>755.4</i>	<i>8.1%</i>
Importaciones totales	14,120.3	21,886.6	13,056.0	17,585.5	10,970.1	12,576.6	13,115.9	15,534.6	2,958.0	23.5%
<i>Bienes de consumo</i>	<i>901.0</i>	<i>4,096.9</i>	<i>747.6</i>	<i>3,454.1</i>	<i>609.0</i>	<i>2,658.5</i>	<i>791.2</i>	<i>3,406.0</i>	<i>747.5</i>	<i>28.1%</i>
<i>Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)</i>	<i>3.5</i>	<i>174.4</i>	<i>2.2</i>	<i>98.6</i>	<i>2.4</i>	<i>99.8</i>	<i>3.2</i>	<i>124.6</i>	<i>24.8</i>	<i>24.9%</i>
<i>Materias primas</i>	<i>7,173.7</i>	<i>6,717.7</i>	<i>6,142.0</i>	<i>5,901.5</i>	<i>5,407.7</i>	<i>4,571.0</i>	<i>6,948.5</i>	<i>5,571.9</i>	<i>1,000.9</i>	<i>21.9%</i>
<i>Bienes de capital</i>	<i>479.2</i>	<i>5,514.0</i>	<i>421.0</i>	<i>4,629.4</i>	<i>297.7</i>	<i>3,213.0</i>	<i>394.3</i>	<i>3,785.0</i>	<i>572.0</i>	<i>17.8%</i>
<i>Combustibles y Lubrificantes</i>	<i>5,558.3</i>	<i>5,329.7</i>	<i>5,737.7</i>	<i>3,447.9</i>	<i>4,648.2</i>	<i>1,984.9</i>	<i>4,974.0</i>	<i>2,605.8</i>	<i>620.9</i>	<i>31.3%</i>
<i>Diversos</i>	<i>4.6</i>	<i>40.8</i>	<i>5.5</i>	<i>49.1</i>	<i>5.1</i>	<i>48.9</i>	<i>4.7</i>	<i>39.1</i>	<i>-9.9</i>	<i>-20.2%</i>
<i>Ajustes (3)</i>		<i>13</i>		<i>5.07</i>		<i>0.5</i>		<i>2.17</i>		<i>319.8%</i>
Balanza Comercial - Total		149.8		-1,924.3		1,201.8		186.8		-84.5%
<i>Bal. Comercial - Petrolera</i>		<i>6,417.9</i>		<i>2,544.6</i>		<i>2,423.7</i>		<i>2,975.4</i>		<i>22.8%</i>
<i>Exportaciones petroleras</i>		<i>11,705.6</i>		<i>5,942.9</i>		<i>4,407.3</i>		<i>5,594.9</i>		<i>26.9%</i>
<i>Importaciones petroleras</i>		<i>5,287.7</i>		<i>3,398.3</i>		<i>1,983.6</i>		<i>2,619.5</i>		<i>32.1%</i>
<i>Bal. Comercial - No petrolera</i>		<i>-6,268.1</i>		<i>-4,468.9</i>		<i>-1,221.9</i>		<i>-2,788.5</i>		<i>-128.2%</i>
<i>Exportaciones no petroleras</i>		<i>10,330.8</i>		<i>9,718.3</i>		<i>9,371.1</i>		<i>10,126.5</i>		<i>8.1%</i>
<i>Importaciones no petroleras</i>		<i>16,598.9</i>		<i>14,187.2</i>		<i>10,593.0</i>		<i>12,915.0</i>		<i>21.9%</i>

Figura 1. Balanza Comercial Diciembre del 2017

Fuente (BCE, 2017)

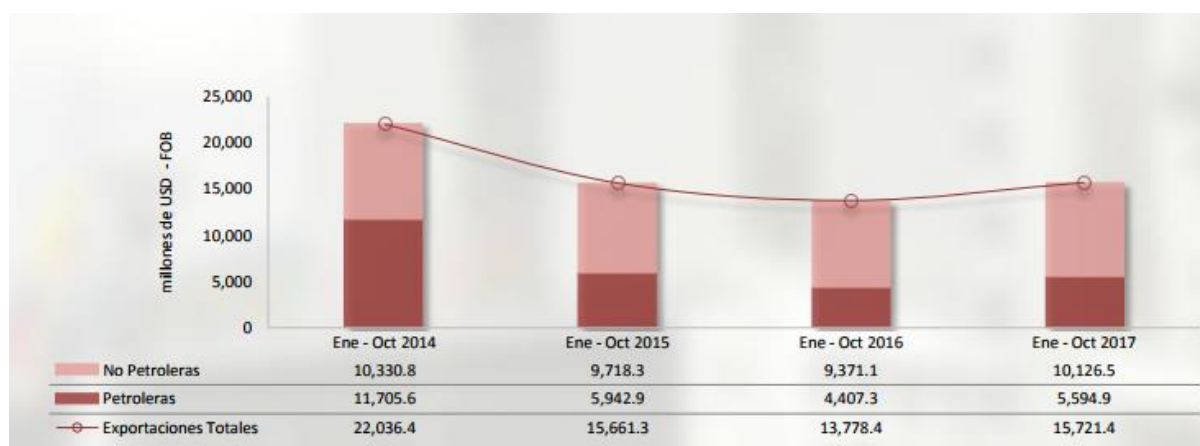


Figura 2. Exportaciones Petroleras 2017

Fuente: (BCE, 2017)



Figura 3. Importaciones 2017

Fuente: (BCE, 2017)

Tabla 1. Convenios Bilaterales y Multilaterales del Ecuador desde 2008

Instrumentos en materia comercial suscritos desde el 2008			
País	Instrumento	Fecha de Suscripción	Fecha de Entrada en Vigencia
Chile	Acuerdo de Complementación Económica entre la República de Chile y la República del Ecuador	10-mar-08	29-ene-10
	VIII Protocolo al ACE Nro. 59 con el cual la República		
Brasil	Federativa del Brasil otorga preferencias arancelarias a la República del Ecuador	30-dic-09	16-feb-11
	II Protocolo Adicional al Acuerdo de Complementación		
Cuba	Económica Nro. 46 Celebrado entre la República del Ecuador y la República de Cuba	10-mar-10	25-ene-11
	Acuerdo Marco de Cooperación entre la República de Ecuador		
Venezuela	y la República Bolivariana de Venezuela para Profundizar los Lazos de Comercio y Desarrollo	26-mar-10	02-dic-10

Turquia	Acuerdo de Cooperación Comercial entre el Gobierno de la República de Ecuador y el Gobierno de la República de Turquía	01-dic-10	no vigente / se encuentra en la Asamblea
Brasil	Memorando de entendimiento para la promoción e implementación de proyecto “Exportación por envíos postales para medias, pequeñas y micro empresas” entre el Gobierno de la República federativa del Brasil y el Gobierno de la República del Ecuador	21-dic-10	21-dic-10
Guatemala	Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica entre el Gobierno de la República de Ecuador y el Gobierno de la República de Guatemala	15-abr-11	10-feb-13
	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdo de Alcance Parcial Complementación Económica • Anexo 3A Preferencias Ecuador otorga a Guatemala • Anexo 3B Preferencias Guatemala otorga a Ecuador 	15-abr-11	10-feb-13
Iran	Acuerdo Comercial entre el Gobierno de la República del Ecuador y el Gobierno de la República Islámica de Irán	21-abr-11	no vigente / se encuentra en la Asamblea
Brasil	Acuerdo complementario al acuerdo básico de cooperación técnica entre el gobierno de la república federativa de Brasil y el Gobierno de la República de Ecuador para la implementación de la televisión digital terrestre en Ecuador.	17-jul-11	17-jul-11
Belarus	Memorando de Entendimiento entre el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración de la República del Ecuador y el Ministerio de Asuntos Exteriores de la República de Belarús, para la Creación de la Comisión Mixta de Cooperación Económica – Comercial	17-oct-11	17-oct-11

	Memorando de entendimiento entre los gobiernos de la república		
Brasil	federativa de Brasil y el Gobierno de la República del Ecuador	21-nov-11	21-nov-11
	en materia de monitoreo comercial, inversiones y financiación		
Panamá	Protocolo de Adhesión de la República de Panamá – Apertura de Mercados a Favor de Ecuador	02-feb-12	25-sep-12
	<ul style="list-style-type: none"> • TM80 AP Mercados • TM80 Cooperación científica y tecnológica • TM80 Intercambio de bienes culturales, educacional, científico • TM80 OTC • TM80 Preferencia Regional 	02-feb-12	25-sep-12
	Memorando de Entendimiento entre el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración de la República del Ecuador y el Ministerio de Comercio de la República de Indonesia sobre Cooperación en Comercio e Inversiones	23-jun-12	23-jun-12
Indonesia			
	Acuerdo de Cooperación Económica, Comercial y Técnica entre el Gobierno de la República del Ecuador y el Gobierno del Estado de Catar	16-feb-13	no vigente / se encuentra en la Presidencia
Catar			
	Memorando de Entendimiento sobre Cooperación Económica entre el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración de la República del Ecuador y el Departamento de Comercio de la República de la India		
India			
	Acuerdo para la Cooperación en el área de la Economía Solidaria y Comercio Justo , suscrito entre Ecuador y Francia	–	
Francia			
	Acta de la Reunión del Comité Técnico Binacional de Asuntos Económicos y Comerciales en el marco de la Comisión de la Vecindad e Integración Colombo Ecuatoriana.	05-abr-13	05-abr-13
Colombia			

Colombia	Declaración Presidencial	25-nov-13	25-nov-13
Colombia	Acuerdo de Reconocimiento Mutuo.	05-mar-97	05-mar-17
Perú	Comité Técnico Binacional de Facilitación del Comercio, Inversiones y Turismo.	18-mar-11	18-mar-11
Perú	IX Comisión de Vecindad Ecuatoriano-Peruana.	19-sep-12	19-sep-12
Perú	Memorando De Entendimiento en Materia de Promoción Turística entre la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación del Turismo Promperu y el Ministerio de Turismo del Ecuador.	23-nov-12	23-nov-12
Perú	Memorando de Entendimiento Pro Ecuador y Pro inversión	23-nov-12	23-nov-12
Perú	Declaración Conjunta Presidencial Ecuador- Perú.	14-nov-13	14-nov-13
Argentina	Acuerdo de cooperación en el área de la promoción comercial y transferencia de tecnología en materia de comercio internacional entre la republica del ecuador y la República Argentina.	22-mar-07	22-mar-07
Argentina (arg168)	CAddendum n° 1 al memorandum de entendimiento sobre colaboración en materia de acciones de promoción comercial entre el ministerio de relaciones exteriores, comercio e integración de la República del Ecuador y el Ministerio de Relaciones Exteriores, comercio internacional y culto de la República Argentina.	21-abr-2008	21-abr-2008

Argentina (arg154)	Memorándum de entendimiento sobre colaboración en materia de acciones de promoción comercial entre el Ministerio de Relaciones Exteriores, comercio internacional y culto de la República argentina y el Ministerio de Relaciones Exteriores, comercio e integración de la República del Ecuador	20-sep-2007	20-sep-2007
Chile (chl255)	Acta I Reunión de la comisión económico comercial del Acuerdo de complementación económica n° 65 entre Chile y Ecuador	22-jul-11	13-mar-13
Uruguay	Convenio de Cooperación Institucional entre el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR) y la Agencia de promoción de Inversiones y Exportaciones (Uruguay XXI).	–	22-nov-12
Panamá (aic066)	Acuerdo regional de apertura de mercados a favor de Ecuador – Protocolo de adhesión de la República de Panamá	22-feb-12	25-sep-12
Panamá	Acuerdo regional que instituye la preferencia arancelaria regional – Protocolo de adhesión de la República de Panamá.	2-feb-12	25-sep-12
República Dominicana	Grupo conjunto de estudio de factibilidad para la profundización de las relaciones económicas y comerciales entre la Republica Dominicana y el Ecuador	14-oct-11	14-oct-11

Fuente: (MCE, 2017)