



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

INGENIERO EN FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

TEMA:

La Asociatividad y su influencia en las importaciones de las pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del sector textil del cantón Esmeraldas.

AUTOR

Andrés Eliceo Reina Colorado

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Nancy Gissela Bravo Rosillo

Portoviejo – Manabí – Ecuador

2021

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

ING. NANCY GISSELA BRAVO ROSILLO MGS, CATEDRÁTICA DE LA CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES DE LA UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO.

CERTIFICA

Que el egresado: ANDRÉS ELICEO REINA COLORADO, han realizado su Trabajo de Titulación que tiene por tema: “LA ASOCIATIVIDAD Y SU INFLUENCIA EN LAS IMPORTACIONES DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES) DEL SECTOR TEXTIL DEL CANTÓN ESMERALDAS”, previo a la obtención del título de Ingeniero en Finanzas y Relaciones Comerciales, bajo mi dirección y supervisión, la misma que se encuentra concluida en su totalidad para que pueda continuar con los trámites que la Universidad así lo exige.

Ing. Nancy Gissela Bravo Rosillo

TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

TEMA

La Asociatividad y su influencia en las importaciones de las pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del sector textil del cantón Esmeraldas”

Tesis de grado sometida a consideración del tribunal examinador, como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Finanzas y Relaciones Comerciales.

TRIBUNAL

Ing. Nancy Gissela Bravo Rosillo

Tutor del trabajo de titulación

Eco. Julio Silva R.

Miembro del tribunal examinador

Ing. Martha García

Miembro del tribunal examinador

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Andrés Eliceo Reina Colorado voluntariamente declaro que el presente trabajo de titulación sobre La Asociatividad y su influencia en las importaciones de pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del sector textil del cantón Esmeraldas, es de mi autoría, por lo que no ha sido presentado antes bajo ningún concepto.

Los contenidos, criterios, análisis, conclusiones que han sido emitidos en este trabajo son responsabilidad exclusiva del autor, debido a que la información obtenida en este documento es la contribución intelectual de los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera universitaria.

Andrés Eliceo Reina Colorado

AUTOR

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mi padres Eliceo Reina Castro y a mi madres Silvia Yina Colorado Márquez, con mucho esfuerzo hicieron esto posible, brindándome el apoyo incondicional en cada paso de este logro, sintiéndome muy orgulloso por todo el esfuerzo realizado por ellos y que gracias a eso hoy se cristaliza un sueño de un joven que no era manabita pero tenía todas las ganas de superarse.

Andrés Eliceo Reina Colorado

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por permitirme cumplir una de mis metas, a mi padre Eliceo Reina Castro y a mi madre Silvia Yina Colorado Márquez, por ese apoyo incondicional a lo largo de esta carrera universitaria y distintas personas que de una u otra manera hicieron que esto fuera posible, así también agradecer a la universidad San Gregorio de Portoviejo por abrirme las puertas de esta institución y permitirme llenarme de conocimiento a lo largo de la carrera, agradecer a los docentes de mi carrera que han sido un pilar fundamental para llegar hasta aquí.

Andrés Eliceo Reina Colorado

UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO**CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

La Asociatividad y su influencia en las importaciones de las pequeñas y medianas empresas
(MIPYMES) del sector textil del cantón Esmeraldas

AUTOR

Andrés Eliceo Reina Colorado

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación busca establecer la Asociatividad y su influencia en las importaciones de las pequeñas y medianas empresas(MIPYMES) del sector textil del cantón Esmeraldas, la Asociatividad es un paso para el progreso de los gremios y asociaciones que permitirán la mayor competitividad comercial, el sector textil del cantón Esmeraldas, en busca de nuevas relaciones internacionales con países exportadores de textiles que le permitan al sector textil del cantón Esmeraldas progresos significativo y un desarrollo económico dentro de la asociación, tomando en cuenta puntos importantes como son las importaciones, ya que el sector textil que cuenta con un amplio mercado donde ellos realizan diferentes prendas de vestir que son realizadas con las respectivas recomendaciones del clientes en temas de la tela, modelo entre otros, pero que hay mucha deficiencia por parte de los pequeños y medianos empresarios en el manejo de las importaciones del sector textil del cantón Esmeraldas. Es importante resaltar que dentro de las necesidades que tiene el sector textil, ya que influye en su crecimiento y desarrollo, pues el mismo lleva más de 25 años en el mercado pero aún sigue sin cumplir las expectativas correspondientes a los años de trayectoria que este tiene, tomando en cuenta que es un sector exigente a las nuevas tendencias de la moda a nivel global.

Palabras claves: Asociatividad, importaciones, plan de comercialización, pequeñas y medianas empresa, textil.



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

La Asociatividad y su influencia en las importaciones de las pequeñas y medianas empresas
(MIPYMES) del sector textil del cantón Esmeraldas

ABSTRACT

This research seeks to establish Associativity and its influence on imports of small and medium-sized enterprises (MIPYMES) of the textile sector of the Esmeraldas canton, Associativity is a step for the progress of the unions and associations that will allow greater commercial competitiveness, the textile sector of the canton Esmeraldas, in search of new international relations with textile exporting countries that allow the textile sector of the canton Esmeraldas significant progress and economic development within the association, taking into account important points such as imports, since the textile sector that has a wide market where they make different garments that are made with the respective recommendations of the clients on issues of fabric, model among others, but there is a lot of deficiency on the part of small and medium-sized entrepreneurs in the management of imports from the textile sector of the Esmeraldas canton. It is important to highlight that within the needs of the textile sector, since it influences its growth and development, since it has been in the market for more than 25 years but still does not meet the expectations corresponding to the years of experience that it has, taking into account that it is a demanding sector to new global fashion trends.

Keywords: Associativity, imports, marketing plan, small and medium-sized companies, dressmaker sector.

Índice

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN	I
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
RESUMEN EJECUTIVO.....	VI
ABSTRACT.....	VIII
Índice.....	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÒN	- 1 -
CAPITULO I	- 3 -
1.1. TEMA.....	- 3 -
1.2. PROBLEMA.....	- 3 -
1.3. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	- 3 -
1.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	- 3 -
1.1.2. CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICO SOCIAL DEL PROBLEMA.....	- 4 -
1.2. DELIMITACIÒN DEL PROBLEMA	- 6 -
1.3. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS.....	- 7 -
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	- 7 -
1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	- 7 -
1.4. JUSTIFICACIÒN.....	- 7 -
CAPITULO II.....	- 8 -
2. MARCO TEÒRICO	- 8 -
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÒN	- 8 -
2.2. FUNDAMENTACIÒN TEÒRICA.....	- 13 -
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	- 18 -
2.4. FUNDAMENTACIÒN LEGAL.....	- 20 -
2.5. HIPÓTESIS	- 25 -
2.6. HIPÓTESIS LÒGICA.....	- 25 -

2.6.1.	HIPÓTESIS NULA	- 26 -
2.6.2.	HIPÓTESIS ESTADÍSTICA	- 26 -
2.7.	SEÑALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	- 26 -
2.7.1.	Variable Independiente.	- 26 -
2.7.2.	Variable Dependiente.....	- 26 -
2.8.	Operacionalización de las Variables	- 26 -
CAPÍTULO III.....		- 29 -
3.	MARCO METODOLÓGICO.	- 29 -
3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	- 29 -
3.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	- 30 -
3.3.	MÉTODOS Y TÉCNICAS	- 30 -
3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA	- 30 -
3.4.1.	TIPO DE MUESTRA	¡Error! Marcador no definido.
3.4.2.	TAMAÑO DE LA MUESTRA	¡Error! Marcador no definido.
3.5.	RECURSOS	¡Error! Marcador no definido.
3.5.1.	ECONÓMICO	¡Error! Marcador no definido.
3.5.2.	TECNOLÓGICO	¡Error! Marcador no definido.
3.6.	FUENTE Y PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
3.7.	PRESUPUESTO	¡Error! Marcador no definido.
CAPITULO IV.....		- 31 -
4.1.	ASOCIATIVIDAD	- 31 -
4.2.	NORMATIVAS LEGALES Y PROCESOS DE ASOCIATIVIDAD	- 31 -
4.2.1.	PROCESOS PARA LA ASOCIATIVIDAD	- 33 -
4.2.2.	ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE RECURSOS.....	- 34 -
4.2.3.	ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL	- 34 -
4.3.	TOMA DE DECISIONES ORGANIZACIONAL	- 35 -
4.3.1.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ASOCIATIVA.....	- 36 -
4.3.2.	PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA GESTION ASOCIATIVA... -	36 -
4.3.3.	CAPACIDAD TECNICA Y ORGANIZATIVA DE LA ASOCIATIVIDAD.. -	37 -
4.4.	HERRAMIENTAS DE REGULACIÓN EMPRESARIAL	- 38 -
4.4.1.	IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS DE CONTROL EMPRESARIAL.. -	39 -
4.4.2.	EFICACIA DE LAS HERRAMIENTAS DE CONTROL EMPRESARIAL.... -	39 -

4.4.3 EL USO DE LAS HERRAMIENTAS DE CONTROL EMPRESARIAL PARA LA ACCIÓN ESTRATEGICA.	- 40 -
4.5. OPORTUNIDADES COMERCIALES	- 40 -
4.5.1. PRODUCCIÓN	- 40 -
4.5.2. SITUACION COMERCIAL DE LA ASOCIATIVIDAD	- 41 -
4.5.3 PROCESO DE VENTA Y COMERCIALIZACIÓN ASOCIATIVA	- 41 -
CAPITULO V	- 43 -
5. IMPORTACIONES	- 43 -
5.1.1 PRODUCTOS IMPORTADOS	- 43 -
5.1.2 CANTIDAD DE PRODUCTOS.	- 46 -
5.1.3 NÚMERO DE COMPETIDORES	- 48 -
5.1.4 NÚMERO DE DEMANDANTES	- 48 -
5.2. REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS PARA IMPORTAR	- 49 -
5.2.1. TIEMPO MEDIO DE PROCEDIMIENTO PARA LA NACIONALIZACIÓN-	50
-	-
5.2.2 CANTIDAD DE TRANSACCIONES	- 50 -
5.2.3 PORCENTAJE DE DOCUMENTOS DE CONTROL PREVIO.	- 50 -
5.3. MEDIDAS ARANCELARIAS	- 52 -
5.3.1. SUBPARTIDAS ARANCELARIAS	- 52 -
5.3.2. TASAS ARANCELARIAS	- 52 -
5.3.3 TIPOS DE ARANCELES	- 53 -
5.4. INGRESOS	- 53 -
5.4.1. CANTIDAD DE VENTAS	- 53 -
5.4.2. RENDIMIENTO DE CAPITAL	- 54 -
6.2. ENTREVISTA	- 66 -
CONCLUSIONES	- 68 -
CAPITULO VI.....	- 69 -
PROPUESTA.....	- 69 -
TITULO DE LA PROPUESTA.....	- 69 -
Plan de comercialización de la Asociación de modista afines de Esmeraldas.	- 69 -
6.1 OBJETIVOS	- 69 -
6.1.1 OBJETIVO GENERAL	- 69 -
6.1.2 OBJETIVO ESPECIFICOS	- 69 -

6.2	DESCRIPCIÓN DE LA ASOCIACIÓN	- 69 -
6.3	BENEFICIARIOS.....	- 69 -
6.4	JUSTIFICACIÓN	- 69 -
	<i>ESQUEMA DE LA PROPUESTA DEL PLAN DE COMERCIALIZACIÓN</i>	<i>- 70 -</i>
	BIBLIOGRAFÍA	- 75 -
	APÉNDICES.....	- 82 -

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación basa su investigación sobre la Asociatividad y la influencia en las importaciones de las pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del cantón Esmeraldas, concretamente en el sector textil, donde se busca demostrar de qué manera se asocian estas micro, pequeñas y medianas empresas para lograr importar la materia prima para la elaboración de prendas de vestir exclusivas, tomando en consideración que este sector es bien competitivo y se encuentra a nivel de las tendencias a la altura global de la moda. Estas asociaciones o gremios del sector textil se rigen a cierto régimen de ley, como es la Ley de Economía Popular y Solidaria, que les permite obtener beneficios en la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios.

Este estudio cuenta con seis capítulos que se detallan a continuación:

En el primer capítulo, se describe la dificultad latente del problema, considerando el tema planteado y las delimitaciones del mismo.

En el segundo capítulo, se evidencia la narración de trabajos investigativos realizados en años anteriores por estudiantes o investigadores, que analizaron la problemática en el ámbito nacional e internacional.

El tercer capítulo, presenta la metodología utilizada en el proceso investigativo, así como las técnicas y tipo de investigación a desarrollar; de igual forma, y se planteó la población a quien fue dirigido el estudio y los recursos utilizados para la investigación del trabajo.

En el cuarto capítulo, se exhibe las definiciones de los puntos más relevantes que permiten analizar científicamente la variable independiente, integrando la investigación de campo que permitió comprobar la variable indicada.

En el quinto capítulo, se presentan definiciones conceptuales sobre la variable dependiente, así como los cuadros y gráficos correspondientes que validen el trabajo realizado.

Finalmente en el sexto capítulo, se diseña una propuesta que permita el fortalecimiento de las estrategias en el sector textil de los pequeños y medianos empresarios de las (MIPYMES) del cantón Esmeralda

CAPITULO I

1.1.TEMA

La asociatividad y su influencia en las importaciones de las pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del sector textil del cantón Esmeraldas.

1.2. PROBLEMA

Deficiencia de la Asociatividad en el manejo de las importaciones de las pequeñas y medianas empresas del sector textil del cantón Esmeraldas.

1.3. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

1.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Dentro del ámbito internacional Ecuador mantiene negociaciones y contratos internaciones entre bloques comerciales y acuerdos bilaterales. Se ha caracterizado por una creciente apertura comercial de los países y por la adopción de políticas de liberalización comercial.

Según (Rodríguez Flores, 2016) Estas circunstancias se han profundizado tanto por los avances logrados en materia de política comercial, como por las tendencias propias de una economía basada en la liberalización de los mercados. Una tendencia al mayor crecimiento del volumen de las importaciones con el crecimiento de las adquisiciones de mercancías por regiones entre 2010 y 2020. Vale mencionar que esta situación se da en Estados Unidos, Japón y América Latina.

A juicio de (Calderón, Dine, & Stumpo, 2016) La creciente apertura económica internacional ha influido de manera diferente en los sectores y en la estructura comercial de los países. En términos de la producción mundial de mercancías, entre 2010 y 2020, se destaca el crecimiento más dinámico de la producción de productos manufacturados y de productos de las industrias.

En el caso de América Latina, contrariamente a lo que se supone debería suceder con la adopción de políticas liberalizantes, esta región importa más de lo que exporta, es decir que en lugar de convertirse en un estímulo para aumentar las exportaciones, la liberalización comercial ha aumentado la propensión a importar.

Como expresa (Sanchez Baquerizo, 2009) Actualmente en Ecuador el sistema de importaciones, que poco a poco fue ganando espacio en la economía ecuatoriana desde sus inicios, ha ido formando parte de grupos comerciales de países amigos mediante acuerdos en políticas de comercio internacional como logro de desarrollo integral entre países. La participación o exclusión de nuestro país en este tipo de convenios comerciales con el mundo, abren o limitan las fronteras comerciales usando la escala de aranceles convenidos para facilitar esta actividad, pero también marcan el progreso que debe generarse en áreas importantes como la economía, educación, cultura o política.

Las nuevas políticas que buscan sustituir las importaciones de productos similares a los nacionales encaminando la producción, inversión y comercialización de nuestra materia prima en los mercados internacionales, se apunta a regulaciones y políticas sólidas que le generen al Ecuador algo de la riqueza perdida desde siglos atrás.

Sin embargo, inmersos en un sistema de consumismo arraigado, de tratar de ir al ritmo de los avances tecnológicos, de proveernos de productos que nos permiten ir a la par de la globalización y siendo una actividad comercial permitida y legal a fin de competir en el mercado nacional, la importación es un sistema que no debe ser subestimado y tiene que ser conocido didácticamente por el usuario común en todas sus fases y procedimientos.

En el cantón Esmeraldas de la provincia de Esmeraldas, se ha establecido un amplio mercado abierto a comercializar productos que son hechos o manufacturados en otros continentes como Asia, Europa, Estados Unidos entre otros. Teniendo una amplia acogida en mercado esmeraldeño, en productos de casa, productos tecnológicos, productos de seguridad, uno de los temas a recalcar es la falta de un plan de gestión para cumplir con todos los requisitos legales que tiene el gobierno en el tema de importaciones de productos antes mencionados en la investigación. Según (Santillán Túquerres, 2015)

1.1.2. CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICO SOCIAL DEL PROBLEMA

(Calvas, 2016) Refiere que el Ecuador perdió cinco siglos enmarcado en una política sin horizonte a futuro que le hubiera permitido alcanzar mayor grado de desarrollo. Casi dos

siglos exportó grandes cantidades de oro mientras pertenecía a la Colonia, otro siglo más en el sector textil, pero a manos de la Corona española y no de los criollos. En la vida Republicana el cacao, el banano y el petróleo otorgan grandes ingresos al estado; pero por falta de una adecuada planificación no se canalizaron los recursos para mejorar el nivel de desarrollo de los ecuatorianos.

Menciona además que, una vez que se instituyera la Primera Asamblea Constituyente, el 14 de agosto de 1830 en Riobamba, nace la República del Ecuador y, así mismo, nace el nuevo quehacer aduanero. Recoge acciones destacadas en las diversas normas, del cual se tiene registro y que dan característica a la aduana ecuatoriana en los albores de la nueva República, ante lo cual, es necesario recordar que la primera constitución del Ecuador, consta que los departamentos del Azuay, Guayas y Quito quedan reunidos en un solo cuerpo independiente con el nombre de Ecuador. (p.1)

Según (Andrade Garrido, 2017), da a conocer que, la Administración de la Real Aduana y Alcabalas de Guayaquil, fueron creadas en 1778 por el visitador y presidente de la Audiencia de Quito, Sr. Don. José García de León y Pizarro, por lo que es lógico que, con el nacimiento de la República, se seguirá contando con dichas instalaciones y aduanas, constituyéndose en un legado del período colonial. A partir de este momento, damos a conocer los acontecimientos que buscan ver lo más sobresaliente del accionar aduanero, con el respectivo orden cronológico

A inicios de 1921 – 2011 este período la agricultura para la exportación predominaba en la costa siendo ésta el motor de la economía nacional, mientras que la agricultura para el consumo interno se encontraba en la sierra. El litoral producía más del 90% de las exportaciones ecuatorianas cuyas divisas se utilizaban para pagar las importaciones consumidas en la sierra. Debido al déficit en el comercio regional Sierra – Costa, los quiteños se quejaban de la falta de circulante y crédito bancario que ellos solicitaban a los bancos del puerto, ya que el banco del Pichincha, única institución financiera de Quito, no era lo suficientemente grande para atender todos los requerimientos de los comerciantes, agricultores e industriales de la capital.

Sólo a través de la ciudad de Guayaquil se movilizaba el 70% de las exportaciones y más del 90% de todas las importaciones. En la medida que las exportaciones de cacao disminuyeron por la baja de los precios en el exterior, también se redujeron las compras de alimentos y textiles de la costa hiciera a la sierra. Consecuentemente, la dependencia de un comercio exterior decreciente trajo consigo una nueva recesión y desocupación en todo el Ecuador.

En general, muchos de los productos principales de exportación del Ecuador están atravesando y han pasado en los últimos años por reducción en los precios, lo que representa una disminución de los ingresos de divisas. Esto tanto en los productos agrícolas como los del mar. La perspectiva de comercio exterior del país se presenta desfavorable, esto ya sea por precios de los bienes en los mercados internacionales, malas políticas comerciales y económicas, contracción del crédito, restricciones mayores a la circulación de capitales, etc.

El tema aduanero ha sido de un constante accionar que, en diversos períodos gubernamentales, ha marcado su presencia, lo cual nos da mucho para resaltar, pero en lo particular, ha llamado la atención. La vigencia de la Convención sobre la Represión del Contrabando, dado que somos parte de dicha Convención y es de desconocimiento general (o mayoritario) la existencia y vigencia de dicha Convención.

Durante el período enero – noviembre de 2019, las importaciones totales en valor FOB alcanzaron USD 19,970.5 millones, nivel inferior en USD 444.5 millones en relación con las compras externas realizadas en los mismos meses de 2018 (USD 20,415 millones), lo cual representó una disminución de 2.2%.

1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

CAMPO: Comercial.

AREA: Asociatividad.

ASPECTO: Importaciones.

PROBLEMA: Deficiencia en la Asociatividad y su incidencia en el manejo de las importaciones de las pequeñas y medianas empresas del sector textil del cantón Esmeraldas.

LINEA DE INVESTIGACIÓN: Finanzas y estrategias para el fortalecimiento organizacional.

TEMA: La Asociatividad y su influencia en las importaciones de las pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del sector textil del cantón Esmeraldas.

DELIMITACIÓN ESPACIAL: La presente investigación será en el cantón Esmeraldas especialmente en las pequeñas y medianas empresas del cantón.

DELIMITACIÓN TEMPORAL: Periodo Abril – Septiembre del 2021.

1.3. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

- Analizar la Asociatividad y su influencia en las importaciones de las pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del sector textil del cantón Esmeraldas.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Analizar la competitividad del sector textil del cantón Esmeraldas.
- Determinar las normativas legales de la Asociatividad.
- Analizar cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias que están afectando la importación en el cantón Esmeraldas
- Identificar las necesidades del sector textil que influyan en su crecimiento como asociación.
- Diseñar una propuesta para la solución del problema

1.4. JUSTIFICACIÓN

El mundo actual tiene como objetivo primordial la comercialización de bienes y servicios tanto nacionales como extranjeros, el cantón Esmeralda es una de las ciudades más comerciales de la provincia de Esmeraldas, teniendo incidencia en productos nacionales, como un sin número de locales comerciales que permiten adquirir productos de otras naciones, cabe recalcar que el tema de las importaciones es un tema muy importante ya que es muy tratado por el estado y registra un índice de importaciones elevado en productos extranjeros para ser comercializados en nuestro país.

Una de sus características importante en este tema de las importaciones son los procesos que llevan a cabo importar productos a nuestro país, con un sin número de condiciones, que no son de agrado de la ciudadanía pero son trámites requeridos para poder importar. Esta investigación tiene como beneficio a los próximos emprendedores que quieran llevar a cabo un proceso de importaciones, con el único beneficio de dar a conocer sus procesos en todos los niveles, aportando un granito de arena a la educación del comercio exterior, que hoy es tenencia en todo el mundo.

CAPITULO II

2. MARCO TEÒRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En la Universidad Nacional Mayor De San Marco ubicada en Lima – Perú, el estudiante Oscar Mauricio Romero Hidalgo realizó una investigación sobre la asociatividad y su influencia institucional en planes estratégicos de las universidades públicas en el año 2016, tomando en cuenta algunas conclusiones: El modelo de gestión estratégica institucional propuesto que articula cuatro niveles con los componentes de gestión organizacional y sus subcomponentes de planificación institucional, ética institucional, gestión de la calidad; la gestión infraestructura con los subcomponentes de recursos e infraestructura; gestión académica con docencia, investigación y vinculación con la sociedad; y la gestión de bienestar universitario con el subcomponente estudiantes; han sido definidos en base a planteamientos teóricos que validan una mejor calidad del proceso estratégico en sus etapas de planificación, ejecución y evaluación institucional. (Romero & Correa, 2018)

En la Universidad Autónoma del Estado de México ubicada en Toluca Estado de México se realizó una investigación a cargo de los estudiantes María Fernanda López Álvarez, Susana Daniela Rulfo Mondragón, con el siguiente tema Anteproyecto de Importación de Mango Ataulfo Deshidratado en Polvo de Chiapas, Tokio A México 2019 en el año 2019, llegando a las siguientes conclusiones. Es importante destacar que, debido a la reciente incertidumbre de la firma del nuevo Tratado comercial con América del Norte, se es necesario aprovechar las facilidades de comercio que se tienen con otros países, es por ello que en el anteproyecto anteriormente planteado se decidió incursionar en el mercado Nipón, mediante la Comercializadora SUYFER, proyectando la venta del Mango deshidratado en polvo. Por lo tanto, dado el objetivo y la hipótesis planteada al principio de esta investigación, se puede concluir que el proyecto es factible, ya que se puede hacer uso de los beneficios del Acuerdo existente entre México y Japón. Además, es viable debido a que los productos frutícolas de agroindustria son altamente aceptados en la región. (López & Rulfo, 2019)

Es imperativo que las pequeñas y medianas empresas conozcan de manera adecuada el proceso de Importación, así como las oportunidades que los productos extranjeros tienen

específicamente en el sector agrícola. En México es necesario el reforzamiento de la cadena productiva, pues el sector no ha sido explotado adecuadamente, es por ello que la deshidratación de frutos es una opción viable para hacer eficaz, competitivo y moderno dicho sector.

En la Universidad Mayor de San Andrés. Ubicada en LA PAZ - BOLIVIA. Se realizó la siguiente investigación a cargo de Gabriel Herrera y Zulema Quispe, con el tema “Plan Estratégico de Marketing de productos y servicios: Caso Museo De Arte “Antonio Paredes Candía” en el año 2014 llegando a diferentes conclusiones como. De acuerdo al estudio realizado, se analizaron varios aspectos que influyen negativamente a la promoción de los productos y servicios del Museo Antonio Paredes Candía, donde uno de los problemas principales es la aplicación de estrategias de marketing de servicios, ello implica dar un cambio al paradigma que se tiene acerca de los centros de información porque al igual que toda empresa esta requiere de promociones, propagandas, etc. (Herrera & Quispe, 2014)

Para su difusión no sólo en la ciudad de El Alto, sino también en la ciudad de La Paz. Se detectó que del 46% de personas que visitaron el Museo sólo el 31% conoce los productos y servicios que este brinda, es decir que el Museo no se encarga de promocionar los productos y servicios que ofrece a la sociedad en general y que varios de los clientes que alguna vez asistieron al Museo se fueron sin cumplir sus expectativas.

La satisfacción de los clientes se refleja con el 43% y quienes asistieron y conocen la biblioteca el 32%, es decir que de este 43% sólo el 11% quedó conforme por el servicio del Museo, y el 32% quedó conforme por el servicio de la biblioteca. Se identificó el segmento de mercado por el cual el MAAPC debe realizar los esfuerzos para obtener calidad en la atención al cliente.

En la Universidad Central Del Ecuador ubicada Quito-Ecuador los estudiantes Amboya Lema Gloria Estefani, Muñoz Salazar Melisa Valeria, realizaron la siguiente investigación Propuesta de Asociatividad de un plan estratégico para la pequeña empresa “El Lojanito” ubicada en la Provincia de Pichincha, parroquia rural Conocoto, Valle de los Chillos al sur- este del Cantón Quito periodo 2018-2022, en el año 2018 llegando a las siguientes conclusiones. EL LOJANITO, es una pequeña empresa conformada por 10 trabajadores, su principal actividad económica es la producción y comercialización de productos alimenticios nativos de la zona, como son maíz tostado con sal, dulce de higo y ají de chocho.

La empresa es relativamente joven, solamente lleva cuatro años en el mercado ecuatoriano. Pero debido a la simplicidad de su estructura organizacional y de la actividad económica, no se ha visto en la necesidad de establecer una planificación estratégica, y actúan de acuerdo con las eventualidades o situaciones que se presenten. (Amboya & Muñoz, 2018)

Debido a la necesidad de aumentar el posicionamiento en el mercado competitivo de los productos alimenticios típicos, se ven en la necesidad de gestionar cambios y establecer estrategias para lograr mejor alcance de sus objetivos y mejorar la calidad de sus productos.

Gracias al estudio situacional realizado a la pequeña empresa “El Lojanito”, se logró determinar otras debilidades a parte de la ausencia de planificación estratégica, que posee la empresa de producción de alimentos. Las principales son la falta de estructura organizacional y de funciones, de una gestión administrativa y financiera, ausencia de documentación de procesos, entre otros, los cuales justifican el actual desequilibrio en las distintas operaciones de la empresa.

En la Universidad Politécnica Salesiana de Quito. Ubicada en Quito-Ecuador se realizó la siguiente investigación de cristina Angélica León Benavides con el tema Diseño de una Planificación Estratégica para la empresa Reprodato, dedicada a la reparación y manteamientos de equipos de copiados e impresiones en la ciudad de Quito en el año 2011, llegando a las siguientes conclusiones. De acuerdo al diagnóstico situacional realizado se detalla información general de la empresa, los recurso con los que cuenta y a que se dedica y otros datos importantes, se puede observar que esta empresa carece de direccionamiento estratégico ya que de acuerdo a las encuestas realizadas internamente a nuestros clientes se evidencia que la empresa no implementado cambios significativo a su gestión estratégica de la empresa, no cuenta con un organigrama funcional que defina los distintos niveles de la empresa. (León, 2011).

En la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas ubicada en Esmeraldas-Ecuador el estudiante Ángelo Mosquera Acosta. Realizó la investigación Análisis de la incidencia del acuerdo comercial Ecuador-UE en la variación de la importación de vehículos de turismo referenciado al periodo 2008- 2018. En la que llega a las siguientes conclusiones.

El Ecuador registró distintas variaciones durante la importación de vehículos de turismo desde la Unión Europea en el periodo comprendido en el 2008 hasta 2018, pudiéndose observar que las importaciones de este tipo de vehículo son fluctuantes, donde se generaron picos importantes como en el año 2011, donde se registró un descenso a las importaciones del -61,13%; para el año siguiente se recuperó registrando un porcentaje positivo de 130.83%. Las variaciones positivas y constantes que registró nuestro país comenzaron en el año 2016 con un 49.69%, consecutivamente hubo una reducción de ese porcentaje obteniendo un 44.64% y finalmente en el año 2018 se recuperó las importaciones de vehículos de turismo quedando en un 46.83%, cifras muy interesante. (Mosquera, 2020)

Este significativo resultado que se dio en el aumento de las importaciones de los vehículos de turismo totalmente ensamblados, fue debido a la firma del Acuerdo Comercial entre Ecuador y la Unión Europea; pues desde que entró en vigencia este acuerdo se notó un notable incremento, en donde para el año 2017 la importación de vehículos registró 774.45 toneladas métricas, dando un valor de \$12,159.82 millones, posteriormente, para el año 2018 se importó 1067.56 toneladas métricas, dando un costo de \$17,853.81 millones. El acuerdo ha sido beneficioso para el Ecuador en el sector automotriz ya que, permite satisfacer las necesidades de los consumidores de este producto.

En la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, ubicada en Esmeraldas-Ecuador. La estudiante María Isabel Chila Godoy, realizó la presente investigación con el tema Manual de procedimientos para la importación de vehículos para personas discapacitadas, por el Puerto Comercial de Esmeraldas, en el año 2013 llegando a las siguientes conclusiones.

Las importaciones de vehículos para discapacitados poseen algunas particularidades por estar exentas del pago de tributos, aunque en nuestro país esta actividad no se practica con frecuencia debido a que son pocas las personas discapacitadas que cuentan con los recursos necesarios para adquirir un vehículo. Las dificultades a la hora de importar un vehículo para discapacitado no solo se presentan para los profesionales en comercio exterior sino que también se ven afectados los propietarios del bien o importadores. (Chila, 2014).

Cabe señalar que a los importadores generalmente se les dificulta la obtención de la autorización para importar, documento que es emitido por el Consejo Nacional para la Igualdad de

Discapacidades- CONADIS, este proceso puede durar varios meses, pues esta entidad estudia cada uno de los detalles de la solicitud para poder otorgar la debida autorización. En el caso de los agentes de aduana, las dificultades inician cuando no se cuenta con la documentación completa para dar inicio al trámite, otro inconveniente es la desactualización de información a causa de la escasa demanda de dichos trámites, además la intervención de tres organismos de control como son el CONADIS, el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador – SENA, y el Servicio de Rentas Internas -SRI, implica estar al tanto de cada una de las normativas que ellos aplican para estas importaciones, considerando que las leyes y reglamentos actualmente se someten a cambios constantes, provocando cambios en los requerimientos y procedimientos.

La existencia de un manual ilustrado con información actualizada sobre cada uno de los requisitos y procedimientos para la importación de vehículos para discapacitados es una herramienta fundamental tanto para los profesionales en comercio exterior como para los usuarios con discapacidad o familiares, así como también sería un material de consulta para estudiantes y demás interesados. La guía permitirá optimizar tiempo, agilizar procesos y facilitar la comprensión de los procesos en cada uno de los organismos de control que regulan estas importaciones. (Chila, 2014).

En la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, ubicada en Esmeraldas-Ecuador, el estudiante Boris Estupiñán realizó la investigación Evaluación de la gestión estratégica de la distribuidora de agua FontBella en el cantón Atacames, en el año 2015 llegando a las siguientes conclusiones:

El diagnóstico realizado a la gestión administrativa de FONTBELLA a través del uso de instrumentos permitió determinar las debilidades organizacionales de los procesos que dificultan optimizar los recursos, siendo necesario estructurar con base científicas y técnicas un modelo de gestión administrativa que permita a FONTBELLA ser eficiente a través del control adecuado de los procesos y del cumplimiento de los mismos con el involucramiento y pro actividad del personal en la gestión. Se determina la necesidad de desarrollar los componentes del modelo de gestión administrativa resumida en una propuesta que genere un impacto alto positivo que beneficie la operatividad de FontBella cuyo propósito es delinear procesos que repercutan favorablemente en el ámbito social, cultural, económico y administrativo de la misma. (Estupiñán, 2015).

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

(Liendo & Martínez, 2016) Refieren que la Asociatividad es una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las Pymes, pues los cambios estructurales acontecidos en nuestro país desde la década del 90, han producido modificaciones en las condiciones en que opera la economía que han obligado a las Pymes a un replanteo estratégico para adaptarse a las nuevas exigencias competitivas.

Los autores antes mencionados argumentan, que si bien la globalización económica brinda oportunidades de acceso a nuevos mercado como consecuencia de los avances en los flujos de información, tecnología y capital, por otro, para el sector Pyme trae amenazas que exigen a las empresas un cambio de estrategias a fin de lograr una mayor eficacia para afrontar la competencia.

En este nuevo escenario, el funcionamiento tradicional de las pequeñas y medianas empresas se ha visto en la necesidad de hacer frente a procesos de reconversión para sobrevivir en el mercado. No obstante, a pesar de la resistencia que caracteriza a este sector, una gran parte no ha podido afrontar con éxito a los nuevos retos que demanda la era tecnológica. Frente a esta realidad, el desarrollo de capacidades innovadoras, se convierte en un elemento fundamental para la búsqueda de una mayor competitividad, ya que los acontecimientos estructurales que han surgido en los últimos años, han producido diferentes cambios en condiciones que opera la economía, lo que conlleva a la obligación de las Pymes a una estructuración estratégica para poder adaptarse a las nuevas exigencias del mercado.

Dada esta realidad, surge la necesidad de diseñar estrategias colectivas no sólo como herramienta apropiada para incrementar la competitividad, sino en algunos casos, como única alternativa de supervivencia para los micros y pequeñas empresas. De ahí que cuando hablamos de asociatividad, se definen sinnúmeros de conceptos, como acuerdos, alianzas estratégicas, articulación entre grandes y pequeñas y medianas empresas, que ayuden al desarrollo colectivo para la concreción de objetivos comunes y mejorar los posicionamientos en la cadena de valor para su esquema de negociación. Es decir, la asociatividad proporciona acorde a la implementación de nuevas estrategias en conjunto, logros de altos niveles en la competitividad de las pymes similares a las empresas de gran tamaño. (Flores & González, 2015).

Desde el punto de vista de (Vélez, 2018), los retos que el mundo plantea hoy a los empresarios y directivos, hacen que sea necesario buscar nuevas formas de liderar y de innovar,

una de estas formas es por medio de la Asociatividad empresarial, donde se fusione el liderazgo, la innovación y la asociatividad empresarial, para conseguir nuevas oportunidades y a su vez obtener mejor rendimiento en la producción.

Según (Flores & González, 2015) En conclusión, el modelo de asociatividad es una de las pocas alternativas necesarias para afrontar los cambios de una manera más eficaz, ya que facilita estimular las capacidades individuales de las pequeñas y medianas empresas para lograr un mejor posicionamiento en los nuevos mercados internacionales. Es más factible que las pequeñas y medianas empresas hagan alianzas estratégicas para realizar negocios en común, teniendo una orientación hacia las acciones en conjunto y generando fortalecimiento y complementación entre ellas.

De ahí que una empresa para crear e implementar estrategias competitivas, mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible, debe estar relacionadas con diversos factores, controlados o no por las empresas, que van desde la capacitación técnica del personal y los procesos gerenciales-administrativos hasta las políticas públicas, la oferta de infraestructura y las peculiaridades de la demanda y la oferta. (Medeiros, Goncalves, & Camargos, 2019).

La importancia de la competitividad puede observarse en su relación positiva con el crecimiento económico a largo plazo. Un país puede considerarse competitivo cuando logra manejar sus recursos y competencias de manera que, además de aumentar la producción de sus empresas, mejora la calidad de vida de sus ciudadanos (IMD, 2012) citado en. (Medeiros, Goncalves, & Camargos, 2019).

En la literatura, la competitividad se define mediante diversos conceptos e indicadores. En el concepto de desempeño, la competitividad está relacionada con el rendimiento de las exportaciones industriales del país; sin embargo la definición concreta de competitividad varía históricamente en diferentes períodos, son elementos distintos los que determinan la capacidad para acceder con éxito al mercado, para obtener una participación y sostenerla o incrementarla con el tiempo. Hasta hace poco, por ejemplo, las economías de escala y la productividad eran primordiales, bajo el nuevo paradigma la calidad, la flexibilidad, la adaptación al cliente y la oportunidad en la entrega cobran creciente importancia. También cambian, de un período a otro, las formas óptimas de relación con el entorno, por la formación de redes con grados significativos de autonomía para adaptarse al medio específico donde actúa cada filial, y cambia también el tipo de unidad que se enfrenta en el mercado. (PEREZ, 2006).

Empleando las palabras de Pérez (2006) En el viejo paradigma, desde las grandes corporaciones hasta las empresas más pequeñas, actuaban como unidades cerradas, compitiendo aisladamente unas con otras. En el nuevo contexto se observa cada vez más una tendencia a la competencia sistémica y estructural. En el mercado internacional, a través de cada empresa global o local, compiten redes, regiones y países enteros. Estos rasgos son característicos de un sistema de producción crecientemente basado en el conocimiento y orientado hacia el usuario.

Por ello, es más probable que estos se originen de la especialización y concentración de esfuerzos en un segmento de mercado donde el dominio total de la tecnología sea buscado colectivamente. De allí que, para lograr la exitosa reconversión de una economía nacional, es necesario que ésta ocurra simultáneamente en todos los niveles pertinentes. La sinergia que se persigue es de tipo sistémico e implica una gama de cambios que va desde la modernización de cada empresa hasta el posicionamiento estratégico de cada economía nacional.

Como lo expresa (Delgado, 2019), las importaciones no petroleras ecuatorianas desde China en los últimos años, han tenido un efecto significativo en la balanza comercial, generando conocimiento sobre la situación del Ecuador durante el período analizado, en aspectos macroeconómicos como el saldo comercial que afectó al producto interno bruto (PIB) en un promedio del 3%; las importaciones desde China han provocado una salida de capitales de 15.262 millones de dólares; provocando inestabilidad macroeconómica, entre otros.

Importante cantidad de información disponible al respecto, que constituye una fuente de información secundaria, permitió realizar un análisis comparativo percentil de las importaciones y exportaciones no petroleras de los datos recopilados. Este análisis permitió realizar ciertas conclusiones a priori, por ejemplo que para generar desarrollo y crecimiento en el Ecuador se debe apoyar a la producción y a la industrialización, generar estrategias como convenios y acuerdos bilaterales de cooperación y apoyo mutuo que favorezcan a las partes; abriendo mercados en otras latitudes, que contribuyan a mejorar las cuentas nacionales y un posible equilibrio comercial con China. (Delgado, 2019).

La República del Ecuador profundizó en los últimos meses del año anterior la sustitución de importaciones comercial de los últimos siete años, ante esta situación coyuntural se presenta este documento como una exposición descriptiva del comercio exterior ecuatoriano, así como un análisis comparativo con Corea del Sur, pero con marcadas diferencias en los resultados alcanzados.

La información estadística ha sido obtenida de la Organización Mundial de Comercio mediante el empleo de series de tiempo del comercio mundial. La evolución del comercio exterior de ambas naciones y las diferentes medidas implementadas por sus respectivos gobiernos les han permitido en mayor o menor dimensión aprovechar las ventajas que concede altos niveles de desarrollo socioeconómico, mientras en el caso ecuatoriano continuar básicamente con una industria primario exportadora. Se mencionan además diferentes indicadores de desarrollo que registra cada país tomando como referencia el informe pertinente del Banco Mundial y se concluye con recomendaciones en base a la particularidad de la economía ecuatoriana.

Desde hace más de ocho décadas se instaura la sustitución de importaciones como una medida económica para superar los efectos adversos de la Gran Depresión estadounidense de los años treinta, de manera particular en los mercados de Latinoamérica, siendo Argentina, Brasil, Chile y México quienes por contar con un mayor desarrollo industrial lograron cumplir parcialmente con los objetivos propuestos con esta medida, sin embargo naciones con menor o nulo desarrollo industrial cayeron en la producción artesanal o abandonaron ese tipo de producción al destinar esos recursos a la agricultura (Huayamave, 2014)

Precisamente las características de desarrollo y tamaño de la industria ecuatoriana en la década referida, terminaron posicionando al país como una nación netamente agrícola, siendo sus escasas exportaciones básicamente de bienes primarios. Con posterioridad a la segunda guerra mundial, se establece con mayor fuerza esta política en la región, la industrialización mediante el proceso de sustitución de importaciones, es decir, lograr el crecimiento de una incipiente industria nacional básicamente de manufacturas, con el objetivo de atender los requerimientos de los consumidores locales con bienes producidos internamente, lo que permitiría entre otros factores incrementar la tasa de empleo y disminuir la dependencia respecto a países desarrollados.

Antes de iniciar esta política de estado que pretendía alcanzar un fuerte desarrollo industrial, Corea del Sur presentaba volúmenes de exportación de bienes, inferiores a los alcanzados por el Ecuador; con el análisis comparativo entre estos dos países, se espera determinar las condiciones que enfrentó el país asiático y que lo posicionaron en el sitial socioeconómico que se encuentra, así como las condiciones que enfrentará el Ecuador ante esta política comercial asumida nuevamente, aunque como se indicó previamente, en las décadas de

los cincuentas y sesentas se implementaron ya estas políticas sin que surtan los efectos esperados.

Con el objetivo de recopilar la mayor cantidad de información histórica del comercio mundial de los dos países analizados, se procederá a utilizar la base de datos estadística de la Organización Mundial de Comercio, mediante el empleo de series de tiempo en el desarrollo del comercio internacional, considerando la información disponible del Ecuador desde 1950 y la registrada por Corea del Sur desde 1952, el estudio incluirá los resultados comerciales de ambas naciones hasta el año 2013, del total de mercancías en millones de dólares a precios corrientes, cuyo registro consta actualmente en la misma base estadística del organismo indicado. (Moyón Allauca, 2017).

En el año 2015 la economía ecuatoriana entró en recesión. Factores externos como la apreciación del dólar y la caída del precio del petróleo contribuyeron al deterioro de la economía que había incrementado su dependencia del gasto público. Al respecto, De la Torre e Hidalgo (2017) explican que durante el periodo 2015-2017 la economía ecuatoriana estuvo caracterizada por tres desequilibrios fundamentales:

- Desequilibrio fiscal, asociado al abultado gasto público en comparación a los ingresos;
- Desequilibrio interno, asociado a la contracción de la demanda en el mercado doméstico;
- Desequilibrio externo, asociado a la pérdida de competitividad de las exportaciones.

Para mitigar el desequilibrio externo, el gobierno de Rafael Correa implementó una serie de medidas para detener la salida de divisas de la economía. Para empezar, a finales del 2014 incrementó el arancel de 588 productos de importación (maquinarias y equipos de computación).

- Luego, la primera tanda de sobretasas arancelarias en enero de 2015. El Gobierno decidió restringir las importaciones imponiendo salvaguardias del 7% y 21% a Perú y Colombia respectivamente
- Finalmente, Ecuador generalizó la disposición a nivel mundial para un tercio de los productos de importación en marzo de 2015. Las sobretasas arancelarias –de carácter temporal–, fueron del 5%, 15%, 25% y 45% dependiendo del tipo de producto.
- Estas últimas fueron eliminadas totalmente el primero de junio del 2017. Tal y como se explica en la Resolución No. 011-2015, emitida por el Comité de Comercio Exterior, el objetivo de esta medida era regular el nivel de importaciones y equilibrar la balanza de pagos.

- Desde el punto de vista contable, la medida fue eficiente. Es claro que encarecer las importaciones reduce las compras al exterior y, en consecuencia, la salida de divisas. Pero no se tomó en cuenta los efectos adversos que tendría aquella medida para la economía del país. En primer lugar, este tipo de políticas afecta de forma negativa el nivel de vida de los consumidores, encareciendo la canasta de bienes importados en comparación a la canasta producida localmente. Segundo, la capacidad de producción de las empresas se vería afectada debido al encarecimiento de bienes de capital importados. En países como Ecuador donde no se producen suficientes bienes de capital, es imperativo que las empresas puedan importar para poder producir.

Lee (1995) demuestra que, para un país en vías de desarrollo, el uso de bienes de capital importados es fundamental para la producción nacional. Bienes de capital extranjeros, que por lo general son más baratos y eficientes que bienes de capital domésticos, incrementan la eficiencia de la acumulación de capital y consecuentemente el crecimiento económico. El autor enfatiza que cualquier distorsión al comercio que restrinja la importación de bienes de capital perjudica la economía doméstica. Sposi et al. (2014), también advierten sobre los impactos negativos de establecer barreras al libre comercio de bienes de capital. Los autores indican que las restricciones resultan en menor acumulación de capital, debido a la baja tasa de transformación del consumo en inversión. (Cámara de Comercio, 2018)

2.3.MARCO CONCEPTUAL

- **Asociatividad:** Es un grupo de empresas que mediante la propia voluntad y manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial participan en un esfuerzo en común con objetivos claros y bien definidos. La asociatividad empresarial surge en base a la necesidad de crecimiento, desarrollo y oportunidades de las pequeñas y medianas empresas frente a un mundo globalizado en el cual cada día resulta más difícil mantener la competitividad y desarrollo sostenible de las mismas. (Pérez, 2020)
- **Importaciones:** En economía, las importaciones son el transporte de bienes y servicios del extranjero, los cuales son adquiridos por un país para distribuirlos en el interior de este. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado nacional con propósitos comerciales. (Kiziryan M. , 2019)
- **Comercio exterior:** El comercio exterior es la compra o venta de bienes y servicios que se realiza fuera de las fronteras geográficas de un país (en el exterior). Esto es, las partes

interesadas en transar productos se encuentran ubicadas en distintos países o regiones. El comercio exterior generalmente se encuentra sujeto a diversas normas tanto de control de los productos (sanitarios, seguridad, etc.), como de procedimientos (trámites burocráticos, registros, etc.) y de tributación (impuestos, aranceles, etc.). (Roldán, 2017)

- Comercio internacional: El comercio internacional implica la compra, venta o intercambio de bienes y servicios en diferentes divisas y formas de pago. Estos intercambios entre distintos países o distintas zonas geográficas han ido en aumento gracias a la liberalización comercial y a la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias. Las economías que participan en el comercio internacional se conocen como economías abiertas. (López J. F., 2018)
- Tecnología e innovación: El desarrollo tecnológico es el sustento último del crecimiento económico en el largo plazo. En la doble dimensión de la productividad y la incorporación de progreso técnico, los países de la región han estado y siguen estando estructuralmente rezagados. Las políticas de innovación, articuladas con las de ciencia y tecnología, son necesarias para vincular de manera eficiente los esfuerzos de empresas, gobiernos y sectores académicos. Esto permitirá fortalecer los sistemas nacionales de innovación y articularlos con las principales tendencias que operan en la economía mundial. (CEPAL, 2021)
- Mi pymes: La pequeña y mediana empresa o pyme es una empresa que cuenta con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones. Las pymes son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos. (Eolivier, 2018)
- Estudio de mercados: Un estudio de mercado es una investigación utilizada por diversos ramos de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones. Este tipo de estudio es especialmente útil para analizar aspectos como hábitos de compra, región de operación, requerimientos de productos. (Question Pro, 2020)
- Producto: En mercadotecnia, un producto es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo. El producto es uno de los componentes estructurales de la mezcla de mercadotecnia. (Pérez de León, 2021)
- Comercio electrónico: Podríamos definir un ecommerce como una tienda virtual. Un método de compraventa que utiliza Internet como medio para realizar transacciones y

contactar con sus consumidores. No sólo mediante una página web, sino también a través de las redes sociales. Estas suponen una fuente informativa con mucho impacto, y permiten acercarte y conocer más a tu público objetivo. (Bello, 2020)

- **Consumidores:** En economía, un consumidor es una persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades. También se define como aquel que consume o compra productos para el consumo. (García S. F., 2007).

2.4.FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Las importaciones es el accionar de generar comercio entre distintos países, para esto hay que cumplir ciertas reglamentos y formalidades para poder importar productos extranjeros, las importaciones se rigen a la Ley Orgánica Aduanera.

- **Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversión COPCI**

CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES

TITULO PRELIMINAR Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 1.- **Ámbito.-** Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional. El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República...

Art. 2.- **Actividad Productiva.-** Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado...

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

LIBRO I DEL DESARROLLO PRODUCTIVO, MECANISMOS Y ORGANOS DE COMPETENCIA

TITULO I Del Desarrollo Productivo y su Institucionalidad

Capítulo I Del Rol del Estado en el Desarrollo Productivo

Art. 5.- Rol del Estado.- El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado...

De los Órganos de Regulación de las MIPYMES

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.- El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

a. Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero;

b. Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno;

c. Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES y otros que se requiera para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector;

d. Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional;

e. Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES;

f. Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia;

g. Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES;

h. Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES;

i. Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES; y, j. Las demás que establezca la Ley.

De los Mecanismos de Desarrollo Productivo.

Art. 55.- Compras públicas.- Las instituciones públicas estarán obligadas a aplicar el principio de inclusión en sus adquisiciones. Para fomentar a las MIPYMES, el Instituto Nacional de Compras Públicas deberá incentivar y monitorear que todas las entidades contratantes cumplan lo siguiente:

a. Establezcan criterios de inclusión para MIPYMES, en los procedimientos y proporciones establecidos por el Sistema Nacional de Contratación Pública;

b. Otorguen todas las facilidades a las MIPYMES para que cuenten con una adecuada información sobre los procesos en los cuales pueden participar, de manera oportuna;

c. Procurar la simplificación de los trámites para intervenir como proveedores del Estado;

d. Definan dentro del plan anual de contrataciones de las entidades del sector público, los bienes, servicios y obras que puedan ser suministrados y ejecutados por las MIPYMES.

El Instituto Nacional de Compras Públicas mantendrá un registro actualizado de las compras realizadas a la economía popular y solidaria y a las MIPYMES y divulgará estos beneficios a la ciudadanía, así como los planes futuros de compras públicas a efectuarse por el Estado y sus instituciones. Las mismas obligaciones y parámetros técnicos para las compras inclusivas se deberán aplicar para beneficiar a los actores de la economía popular y solidaria. (CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI, 2018)

- **Ley Orgánica de Aduanas.**

Art. 1.- **Ámbito de aplicación.**- La presente Ley regula las relaciones jurídicas entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías dentro del territorio aduanero. Mercancías son los bienes corporales muebles de cualquier clase. En todo lo que no se halle expresamente previsto en esta Ley, se aplicarán las normas del Código Tributario y más leyes generales y especiales.

Art. 2.- **Territorio aduanero.**- Territorio aduanero es el territorio nacional en el cual se aplican las disposiciones de esta Ley y comprende las zonas primaria y secundaria. La frontera aduanera coincide con la frontera nacional, con las excepciones previstas en esta Ley.

Art. 3.- **Zonas aduaneras.**- Zona primaria es la parte del territorio aduanero en la que se habilitan recintos para la práctica de los procedimientos aduaneros; zona secundaria es la parte restante del territorio aduanero. En la zona primaria, el Gerente General de la Corporación Aduanera Ecuatoriana será la máxima autoridad aduanera y ejercerá el control a través de los órganos administrativos, operativos y de vigilancia señalados en esta Ley.

Art. 15.- **Impuestos Aplicables.**- Los impuestos al comercio exterior aplicables para el cumplimiento de la obligación tributaria aduanera son los vigentes a la fecha de la presentación de la declaración a consumo. Con sujeción a los Convenios Internacionales y cuando las necesidades del país lo requieran, el Presidente de la República, mediante decreto y previo dictamen favorable del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones COMEXI, establecerá, reformará o suprimirá los aranceles, tanto en su nomenclatura como en sus tarifas.

Art. 28.- **Retorno o Devolución de Mercancías.**- El retorno al país de mercancías exportadas a consumo o la devolución al exterior de aquellas importadas a consumo, están libres del pago de tributos conforme a las condiciones establecidas en el Reglamento.

Art. 36.- Faltantes de Mercancías.- Las mercancías que aparecieran manifestadas como destinadas a un puerto para ser descargadas en él y no hayan sido entregadas al lugar habilitado para su recepción, sin la justificación determinada en el reglamento, se considerarán como no presentadas y, el transportista quedará sujeto a las sanciones establecidas en esta Ley.

Art. 37.- Transbordo.- Realizada la recepción del medio de transporte, a solicitud del transportista, el Gerente Distrital autorizará, bajo su vigilancia y dentro de la zona primaria a que se realice el transbordo total o parcial de las mercancías manifestadas, de un medio de transporte a otro, para continuar hacia su destino en el exterior, sin que se requiera el reconocimiento de las mercancías.

Art. 38.- Transporte Multimodal.- Se entiende por transporte multimodal la movilización de mercancías por dos o más medios de transporte diferentes, fuera del territorio aduanero. Para el despacho de las mercancías provenientes del exterior que hubieren utilizado este sistema de transporte, el Distrito aceptará los sucesivos conocimientos de embarque, guías aéreas o carta de porte, según el caso.

Art. 39.- Almacenamiento Temporal.- Las mercancías descargadas serán entregadas por el transportista a las bodegas de almacenamiento temporal dentro de las veinte y cuatro horas siguientes al descargue, bajo el control Distrital, en espera de la declaración respectiva.

Art. 41.- Derechos del Propietario, Consignatario o del Consignaste.- En el manifiesto de carga el propietario, consignatario o el consignaste, en su caso, señalará la bodega en la que el transportista efectuará la entrega de sus mercancías para el almacenamiento temporal. Durante el almacenamiento temporal y antes de presentar la declaración, el propietario o consignatario o su representante, previa autorización del Gerente Distrital y bajo su control, podrá efectuar el reconocimiento de sus mercancías, para verificar la exactitud de la mercancía con la información documental recibida y, procurar su adecuada conservación.

Art. 42.- Reembarque al exterior.- El consignatario o el destinatario podrá solicitar el reembarque de las mercancías manifestadas, mientras no hayan sido declaradas al régimen de consumo, en abandono expreso o tácito, o no se hayan configurado, respecto de ellas, presunción fundada de delito aduanero.

Art. 59.- Importación Temporal para Perfeccionamiento Activo.- Importación temporal para perfeccionamiento activo es el régimen suspensivo del pago de impuestos que permite

recibir mercancías extranjeras en el territorio aduanero durante un plazo determinado para ser reexportadas luego de un proceso de transformación, elaboración o reparación.

Art. 60.- Depósito Aduanero.- Depósito Aduanero es el régimen suspensivo del pago de impuestos por el cual las mercancías permanecen almacenadas por un plazo determinado en lugares autorizados y bajo control de la administración aduanera, en espera de su destino ulterior. (LEY ORGÁNICA DE ADUANAS, 2003).

- **Código de Comercio**

1. DISPOSICIONES PRELIMINARES

Art. 1.- El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes. (Código de Comercio, 2019).

- **Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria**

3 Art. 6.- Registro.- Las personas y organizaciones amparadas por esta Ley, deberán inscribirse en el Registro Público que estará a cargo del ministerio de Estado que tenga a su cargo los registros sociales. El registro habilitará el acceso a los beneficios de la presente Ley.

Art. 7.- Glosario.- Para los fines de la presente Ley, se aplicarán las siguientes denominaciones:

- a) a) Organizaciones del sector asociativo, como "asociaciones";
- b) Organizaciones del sector cooperativista, como "cooperativas";
- c) Comité Interinstitucional de la Economía Popular y Solidaria y del sector Financiero Popular y Solidario, como "Comité Interinstitucional";
- d) Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, como "Superintendencia";
- e) Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, como "Instituto";
- f) Junta de Regulación del Sector Financiero Popular y Solidario, como "Junta de Regulación" y, g) Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias, como "Corporación.

2.5.HIPÓTESIS

2.6.HIPÓTESIS LÓGICA

La Asociatividad influye significativamente en las importaciones de las pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del sector textil del cantón Esmeraldas.

2.6.1. HIPÓTESIS NULA

La Asociatividad no influye significativamente en las importaciones de las pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del sector textil del cantón Esmeraldas.

2.6.2. HIPÓTESIS ESTADÍSTICA

$H_1 = A > B$

$H_0 = A \leq B$

Dónde:

A = Asociatividad

B = Importaciones

H_1 = Hipótesis lógica

H_0 = Hipótesis nula

2.7. SEÑALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.7.1. Variable Independiente.

Asociatividad.

2.7.2. Variable Dependiente

Importaciones.

2.8. Operacionalización de las Variables

2.8.1. Variable Independiente

Tabla 1.

Asociatividad

<i>Conceptualización</i>	<i>Categoría</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Ítems técnicos instrumentos</i>	<i>básicos o básicos</i>	<i>Ítems básicos técnicos o instrumentos</i>
--------------------------	------------------	--------------------	--------------------------------------------	----------------------------------	----------------------------------------------------------

<p><i>De acuerdo a (Galeno, 2017) la Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las pymes los cambios estructurales acontecidos en nuestro país desde la década del 90, han producido modificaciones en las condiciones en que opera la economía que han obligado a las Pymes a un replanteo estratégico para adaptarse a las nuevas exigencias competitivas.</i></p>	<p>Normativas legales en procesos de Asociatividad</p> <p>Organizacion y Control de recursos</p> <p>Asociatividad empresarial</p> <p>Toma de decisiones organizacional</p> <p>Estructura organizacional asociativa</p> <p>Procesos y procedimientos para gestion asociativa</p> <p>Capacidad tecnicas y organizativas de la Asociatividad</p>	<p>¿Cuáles son las normativas legales en proesos de Asociatividad?</p> <p>¿Cuales son las dificultades que existen en cuanto a la estructura organizacional asociativa ?</p> <p>Investigacion Bibliografica</p> <p>Encuestas</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Herramienta de regulación asociativas	Implementacion de herrmaientas de control	¿Cuáles son las herrmaientas de regulacion para las asociaciones ?	Entrevista
	Eficacia de las herramientas de control.		
	El uso de herramientas para la accion estrategica		
Oportunidades comerciales	Pruducìon Situacion commercial de la Asociatividad	¿Cual es la planificacion de las PYMES del canton Esmeraldas?	Entrevista
	Proceso de venta y comercializacion asociativa		

Nota: Elaboración propia

2.8.1 Variable dependiente

Tabla 2.

Importaciones

Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítems técnicos o instrumentos	básicos	Ítems técnicos o instrumentos	básicos
-------------------	-----------	-------------	-------------------------------	---------	-------------------------------	---------

De acuerdo con (Kiziryan M. , 2015) Las importaciones son el conjunto de bienes y servicios comprados por un país en territorio extranjero para su utilización en territorio nacional. Junto con las exportaciones, son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional.	Importaciones	Productos importados	¿Cuales son los requisitos para la importacion?	bibliográfica.
		Numero de competidores		
		Numero de demandantes		
	Requisitos y procedimientos	Tiempo medio de procedimiento para la nacionalización	¿Cuál es el procedimiento para la nacionalizacion de los productos?	Bibliografica
		Cantidad de transacciones		
		Porcentaje de documentos de control previo	¿Cuales son los tipos de importaciones para las pyme?	Investigativo
	Medidas arancelarias	Subpartidas arancelarias		
		Tasas arancelarias		
		Tipos de aranceles		
	Ingresos	Cantidad de ventas	¿Cuál es la actividad commercial de las PYMES del canton Esmeraldas?	Encuesta
		Rendimiento de capital		

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO.

3.1.TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación a emplear en este trabajo será, bibliográfica y aplicada. Con la investigación bibliográfica se caracterizará información sobre las importaciones, para identificar factores que intervienen en el desarrollo del proceso de importación de las pequeñas y medianas empresas.

Con la investigación aplicada busca la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o el sector productivo esta se basa fundamentalmente en los hallazgos tecnológicos de la investigación básica, ocupándose del proceso de enlace entre la teoría y el producto.

3.2.MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El presente proyecto de investigación se basará en la información recopilada de teorías y prácticas que han empleado a través del tiempo en el tema de las importaciones, dirigida netamente a los ciudadanos del cantón Esmeraldas, basándonos en la bibliografía para así tener un soporte técnico enmarcado en lo legal del objeto del estudio.

3.3.MÉTODOS Y TÉCNICAS

El método que se estableció en la investigación es descriptivo con el objeto de la investigación descriptiva consiste en describir y evaluar ciertas características de una situación particular en uno o más puntos del 'tiempo'. En la investigación descriptiva se analizan los datos reunidos para descubrir así, cuáles variables están relacionadas entre sí, para así analizar y evaluar sus causas y efecto que ha tenido en la sociedad Esmeraldeña.

3.4.POBLACIÓN Y MUESTRA

Según el (INEC, 2010) El cantón Esmeraldas cuenta con una población de 189.504 habitantes, siendo el cantón con más habitantes de la provincia, datos obtenidos de Así mismo con la finalidad de obtener una muestra de la población de las medianas y pequeñas empresas del sector textil en la provincia de Esmeraldas, se tomó como base los datos del 2016 de Ecuador en cifras, donde los datos registran 428 microempresas del sector textiles, para lo cual se decidió trabajar con una población de asociados que serían 28, los cuales estarían involucrados en el sector textil.

CAPITULO IV

4.1. ASOCIATIVIDAD

Las organizaciones del sector asociativo son personas naturales, productores independientes o complementarios de bienes y servicios, con el objetivo de abastecer a sus asociados o comercializar en forma conjunta, mejorando su capacidad de competitividad o implementando economías a escala.

Se podrá construir asociaciones en cualquier actividad económica, con excepción de vivienda, ahorro y crédito, las asociaciones productivas adquieren personalidad jurídica mediante los requisitos que constara en el reglamento de ley para ejercer los derechos y cumplir con las obligaciones prevista.

Según (Ley Orgánica de Economía Popular, 2018) Los requisitos para la admisión de asociados, así como sus derechos, obligaciones y las causas y procedimiento de sanciones; su forma de gobierno y administración interna, constarán en el estatuto de cada organización, que contemplará la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad interna; un órgano directivo; un órgano de control social interno; y, un administrador, que tendrá la representación legal, todos ellos elegidos por mayoría absoluta de sus asociados, en votación secreta y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato. La calidad de asociado en estas formas organizativas, es intransferible e intransmisible y, en caso de pérdida de la misma, no genera derecho a reembolso de cuotas, ni bienes de ninguna naturaleza.

4.2. NORMATIVAS LEGALES Y PROCESOS DE ASOCIATIVIDAD

Art.- 24.- Son organizaciones económicas del sector asociativo o simplemente asociaciones, las constituidas, al menos, por cinco personas naturales, productores independientes, de idénticos o complementarios bienes y servicios, establecidas con el objeto de abastecer a sus asociados, de materia prima, insumos, herramientas y equipos; o, comercializar, en forma conjunta, su producción, mejorando su capacidad competitiva e implementando economías de escala, mediante la aplicación de mecanismos de cooperación. Se podrán constituir asociaciones en cualquiera de las actividades económicas, con excepción de la vivienda, ahorro y crédito, transportes y trabajo asociado.

CONSTITUCIÓN. Art.- 25.- Las asociaciones productivas o de servicios, adquirirán personalidad jurídica, mediante resolución emitida por el Instituto, luego de verificado el cumplimiento de los requisitos que constarán en el Reglamento de la presente ley y para ejercer los derechos y cumplir las obligaciones previstas en la misma, se registrarán en el Instituto y se someterán a la supervisión de la Superintendencia.

ASOCIADOS Y ORGANIZACIÓN INTERNA. Art.- 26.- Los requisitos para la admisión de asociados, así como sus derechos, obligaciones y las causas y procedimiento de sanciones; su forma de gobierno y administración interna, constarán en el estatuto de cada organización, que contemplará la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad interna; un órgano directivo; un órgano de control social interno; y, un administrador, que tendrá la representación legal, todos ellos elegidos por mayoría absoluta de sus asociados, en votación secreta y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato. La calidad de asociado en estas formas organizativas, es intransferible e intransmisible y, en caso de pérdida de la misma, no genera derecho a reembolso de cuotas, ni bienes de ninguna naturaleza.

FONDO SOCIAL Art.- 27.- El fondo social de las asociaciones, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, que tienen el carácter de no reembolsables; por las cuotas ordinarias y extraordinarias; y por los remanentes del ejercicio económico, que no serán susceptibles de distribución entre los asociados.

IRREPARTIBILIDAD DEL FONDO SOCIAL Art.- 28.- El fondo social por su propia naturaleza, es ir repartible y, en caso de liquidación de la asociación, incrementará el presupuesto de educación y capacitación del Instituto, el mismo que lo destinará al cumplimiento de sus funciones en el domicilio de la asociación liquidada.

INTEGRACIÓN Art. 29.- Las formas y objetivos de la integración serán determinadas libremente por las asociaciones de acuerdo con sus intereses y necesidades y en el marco de los valores y prácticas de la economía popular y solidaria.

INTERVENCIÓN Art.- 30.- En caso de violaciones a la normativa jurídica, riesgos graves de quiebra o conflictos insolubles, voluntariamente, entre los asociados, la Superintendencia podrá resolver la intervención de una asociación, aplicando, para el efecto, las normas previstas en la presente ley, para la intervención a las cooperativas.

DISOLUCIÓN VOLUNTARIA Art.- 31.- La disolución voluntaria de las asociaciones productivas será resuelta en Asamblea General Extraordinaria, con el voto secreto de, al menos,

las dos terceras partes de sus asistentes, en la misma que se designará él o los liquidadores. (LEY DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, 2018)

4.2.1. PROCESOS PARA LA ASOCIATIVIDAD

En la opinión de (García C. , 2021). El Ecuador es una pequeña economía "dolarizada", bastante abierta y muy dependiente de los ingresos del petróleo (que representan entre el 14% y el 20 % del PIB, más de la mitad de los ingresos originarios de las exportaciones y entre el 20% y el 30% de los ingresos públicos).

Por tanto, como lo hace notar García (2021), la economía del país sigue siendo vulnerable frente a las conmociones externas, como la reciente desaceleración económica mundial que empezó en 2008 y ha frenado el crecimiento -en gran medida debido a la fuerte reducción de los precios y los volúmenes de exportación del petróleo-, que se vio agravada por la brusca caída de las remesas de los emigrantes, la segunda fuente más importante de divisas.

Como resultado de la "dolarización", la inflación se ha mantenido en niveles relativamente bajos. Durante el período objeto de examen, el desempleo urbano cayó del 9,3 al 6,1 por ciento. El desarrollo humano mejoró y ha habido una ligera reducción de la desigualdad de los ingresos. Por otra parte, el nivel de productividad del Ecuador hace que sea una de las economías menos competitivas del mundo.

Las redes de empresa son un tipo de Asociatividad que en la actualidad se posiciona con gran fortaleza debido a su probado impacto en indicadores de competitividad y productividad. En su libro *Redes Empresariales: Experiencias en la Región Andina*, Carlos López Cerdán (2003) plantea que a través de este modelo asociativo las empresas logran elevar su competitividad y rentabilidad y consolidan su presencia en el mercado. Este autor señala además que la pertenencia a una red le proporciona a las empresas asociadas el acceso a servicios especializados de diseño, procesos industriales, tecnología, financiación, así como propicia el desarrollo de una mayor capacidad para comprar, promocionar y comercializar sus productos, facilitando el surgimiento de economías de escala. Sobre los beneficios derivados de una red empresarial Cooke y Morgan (1993) indican que como resultado de la relación estrecha y a largo plazo entre productores y usuarios las organizaciones obtienen ventajas de especialización, ventajas de coordinación y logran aprendizaje colectivo. (Grueso, Gómez, & Garay, 2009).

4.2.2 ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE RECURSOS

Según (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) , 2018) Existen distintas formas asociativas en el mundo empresarial, para el buen manejo de la organización y control de recursos, que pueden tener nombres diferentes o variar en cuanto a sus características de país en país. Estas formas provisionarias o acotadas pueden ser buenas como primeras experiencias, para generar confianza. Algunas requieren una escritura o contrato formal, otras son de palabra, pero, en general, no requieren de inscribirse o registrarse en organismos de control.

Se pueden distinguir tres aspectos que componen una cultura: la organización: el sistema de toma de decisiones, las instituciones, las normas, los roles y las funciones; la forma en que se produce los objetivos, los fines, las máquinas, la infraestructura, la tecnología, los resultados esperados, y luego de abordar este manual, el equipo facilitador será capaz de identificar los distintos aspectos que conforman la cultura organizacional y el modo en que esta condiciona los comportamientos de los participantes, lo cual incluye conocer la existencia de diferentes estilos de liderazgo, identificar conflictos habituales en organizaciones de productores y conocer herramientas para intervenir en dichos conflictos, en particular, las estrategias de comunicación interna. IICA (2018).

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE. Cultura es el conjunto de normas, comportamientos y sistemas generados en un grupo humano (una comunidad, una organización, una empresa) que son considerados como válidos para relacionarse entre las personas que conforman dicha organización. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) , 2018).

La cultura organizacional, son las creencias, los valores, las explicaciones, los mitos y las ideas sobre lo que ocurre. Los antropólogos culturales se dedican a investigar cómo se dan estos tres aspectos (la organización social, la forma en que se produce y las creencias) en otras culturas, tratando de entender el modo en que estos organizan el sentido que la gente da a su vida, el modo de entender lo que ocurre en el mundo y la construcción de una filosofía de vida. Así, el trabajo más típico de un antropólogo consiste en viajar a una comunidad aborígen o rural, quedarse a vivir durante algún tiempo, registrar cómo se dan estos aspectos a nivel local y describirlos. (García V. O., 2007).

4.2.3. ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL

Según (Rodríguez & Cervilla, 2019) Las empresas y las características de los actores que conforman una red, una estrategia asociativa, permite a las empresas desarrollar e incorporar tecnología a través de un proceso de aprendizaje interactivo para luego aplicarla en innovaciones de productos y procesos productivos. Por su parte, López-Cerdán (2003) citado en Rodríguez&Cervilla (2019), afirman que las empresas son capaces de activar sus conocimientos de aprendizaje y conseguir nuevas economías de escala sobre la base de las relaciones establecidas con firmas complementarias, concentrando sus capacidades en los ámbitos en los que poseen mayores competencias y ventajas competitivas.

El desarrollo de estas ventajas competitivas demandan de un enfoque de gestión basado en la articulación o integración con otros sujetos (productivos y no productivos) de su entorno más cercano y de la expansión de estrategias colaborativas o de “Asociatividad”, entendida esta como un mecanismo de cooperación entre empresas, donde cada ente participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común .Rosales, (1997) citado en (Rodríguez & Cervilla, 2019)

4.3 TOMA DE DECISIONES ORGANIZACIONAL

Citando a (CruzI & Molina, 2020) ellos indican que, la importancia de toma de decisiones en una empresa adquiere un papel fundamental en la actualidad, ya que todas se enfrentan a un entorno global y digital muy cambiante, con clientes cada vez más exigentes y activos. De ahí que es necesario estar a la mira de los problemas, desde distintos enfoques y adoptar una estructura flexible que permita actuar con rapidez para adaptarse a cada situación.

Estos autores agregan además que, se trata de aprender a reflexionar y reaccionar in situ, pues el marco legal también es decisivo. En general, todas las medidas que se tomen para evitar riesgos en la fiscalidad de una empresa y para cumplir con eficacia el resto de obligaciones administrativas son fundamentales.

Las claves principales para afrontar las decisiones en una empresa son: Manejar siempre una información fiable; comprender los retos que hay que afrontar, tanto problemas como

oportunidades; analizar la incertidumbre y el riesgo de cada escenario; determinar las directrices o métodos para tomar cada decisión.

El análisis de datos (o Big Data) es un término que describe el gran volumen de datos, tanto estructurados como no estructurados, que inundan los negocios cada día. Pero no es la cantidad de datos lo que es importante, lo que importa con el Big Data es lo que las organizaciones hacen con los datos.

Mediante esta herramienta se puede analizar para obtener ideas que conduzcan a mejores decisiones y movimientos de negocios estratégicos, pues está considerado como una herramienta imprescindible para la toma de decisiones, ya que permite recopilar un gran volumen de información para presentarla de forma sencilla y agrupada, con todas las cifras relevantes a la vista. Sin embargo, hay que verificar los canales de información para evitar datos incorrectos, y/o desactualizados. La experiencia y la creatividad son más determinantes para quienes lo aplican, pues ante una amenaza o una oportunidad común, apostar por una perspectiva menos técnica puede significar un valor añadido para diferenciarse y lograr ventajas competitivas. (Power Data, 2021).

4.3.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ASOCIATIVA

La estructura Organizativa y participativa de una empresa asociativa y solidaria se conforma de Órganos de Dirección, Representante Legal, Órganos de control y entidades de vigilancia.

- Junta de Asociados para entidades con más de diez asociados,
- Comité de Administración.
- Representante Legal: Director Ejecutivo Órganos de Control: Junta (Comité de Vigilancia) y Revisor Fiscal.
- Los órganos de control podrán exonerar revisor fiscal cuando las circunstancias económicas o de ubicación geográfica o el número de asociados lo justifiquen. (Rodríguez V. M., 2017)

4.3.2 PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA GESTION ASOCIATIVA

La gestión asociativa está compuesta por dos aspectos esenciales:

1) los socio organizativos, que incluyen la definición de una visión y misión común entre los miembros de la organización, así como la promoción y el desarrollo de una serie de principios y valores básicos, como la confianza, el liderazgo, la comunicación, la participación y el compromiso.

2) los empresariales, que incluyen los temas económicos y productivos, que, a su vez, se materializan en un proceso de planificación de tres niveles: el plan estratégico, el plan de agro negocios y el plan operativo. (Artedia A. Y., 2018).

4.3.3 CAPACIDAD TECNICA Y ORGANIZATIVA DE LA ASOCIATIVIDAD

La capacidad asociativa es una cualidad propia del individuo. El ser humano cuando requiere cumplimentar una actividad que le requiere un recurso que no posee, busca conseguirlo, resultado muchas veces que el mismo puede ser provisto por otro individuo o simplemente puede tratarse de que los individuos prefieran cumplir sus objetivos en grupo por razones de disminuir sus riesgos o simplemente porque así lo desean. La asociatividad es un instrumento de mejora de la competitividad y ayuda para implementar las innovaciones necesarias para enfrentar los cambios en los mercados internacionales. (ERAS, 2016).

En el cantón Esmeraldas de la provincia Esmeraldas, se encuentran empresas como la Refinería Estatal de Petróleo, donde además se producen químicos derivados. También existe la industria pesquera, caucho, extractores de aceite de palma. Productos del mar, agrícolas, maderas, exportaciones e importaciones a través del puerto marítimo, transporte del petróleo al mercado mundial y artesanías. Productos agrícolas como tabaco, café, cacao, banano, balsa, tagua, plátano, frutas. También ganadería y productos del mar. (EcuRed, 2017) citado en, (Carló del Vecchio, 2018).

Existen también un sinnúmero de asociaciones de pequeñas, medianas y grandes empresas en el cantón Esmeraldas, los cuales en los últimos tiempos algunas de ellas se asocian para fortalecer la empresa y conseguir beneficios que la ley les otorga, pero que sin embargo para muchos es imposible salir adelante por sus propios medios, de ahí que la asociatividad es un mecanismo de cooperación, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros integrantes para búsqueda de un objetivo común.

La tabla 1xx muestra el número de empresas por tamaño de la mipymes del cantón Esmeraldas, datos que fueron tomados del directorio de empresas 2014 del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC).

Tabla 4

Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas del cantón Esmeraldas

Tamaño de la empresa	2011	2012	2013	2014
Micro empresa	13.383	15.521	16.610	16.581
Pequeña empresa	1.059	1.114	1.185	1.123
Mediana empresa	177	167	172	174
Grande empresa	37	44	54	47

Nota: INEC (2014)

4.4 HERRAMIENTAS DE REGULACIÓN EMPRESARIAL

La regulación consiste en la intervención gubernamental por medio de políticas públicas con el objetivo de modificar la conducta de los participantes en una actividad económica específica. La aplicación de una regulación supone el aumento del bienestar social o evitar la pérdida del mismo al corregir la falla de mercado. La importancia de la regulación se observa, mayormente, desde el punto de vista práctico, debido a que los agentes económicos toman decisiones en función de los efectos de la misma sobre su bienestar. (EMPÍRICA, Centro de aplicaciones económicas, 2021)

Fundamentos de Microeconomía

- Comportamiento del consumidor, estructuras de mercado, comportamiento estratégico, fallas del mercado, monopolios naturales.

Instrumentos Regulatorios

- Regulación con información simétrica, asimétrica y regulación ex ante. externalidades y bienes públicos.

Regulación del sector eléctrico

- Modelos de regulación, el papel del regulador en el sector eléctrico, la recuperación de costos, regulación de la distribución, competencia y eficiencia.

Regulación del sistema financiero

- Reforma del sistema financiero, crisis financiera y regulación, Basilea II y III, modelo integrado (supervisor único) vs modelo sectorial.

Regulación del sector telecomunicaciones

- Modelos regulatorios, recuperación de costos, precios y regulación, estructura de precios y subsidios cruzados, interconexión, servicio universal y competencia.

4.4.1 IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS DE CONTROL EMPRESARIAL

Las herramientas de control, entonces, nos permitirán lograr una mejor posición en el ámbito empresarial al ayudarnos a crear estrategias orientadas a la personalización, la mejora continua, el conocimiento de las necesidades de los clientes y el empoderamiento. (Montoya & Boyero, 2016)

Montoya y Boyero, (2016) argumentan además que, ya no basta con emplear las herramientas de control tradicionales, sino que también las empresas deben tomar en cuenta la creatividad e iniciativa de los colaboradores para hacer frente al ambiente laboral, que es cada vez más competitivo. Entre estas herramientas están: Empoderamiento, EffiWork, Connecteam, Diagramas de control, etc.

4.4.2 EFICACIA DE LAS HERRAMIENTAS DE CONTROL EMPRESARIAL

Las herramientas de control de calidad se utilizan para determinar, medir, analizar y proponer soluciones a los problemas identificados que interfieren con el rendimiento de los procesos de la organización, ayudando a mejorar los indicadores de calidad.

Permite identificar el mejor camino que el producto o servicio recorrerá en el proceso. Es mucho más fácil entender un proceso, y formular propuestas para mejorarlo, cuando podemos hacerle seguimiento paso a paso, con un diagrama de flujo. Cuando el flujo del proceso aparece representado sobre el papel, es posible observar donde se presenta desperdicio. (Iso Tools Excellence, 2017)

4.4.3 EL USO DE LAS HERRAMIENTAS DE CONTROL EMPRESARIAL PARA LA ACCIÓN ESTRATEGICA.

La forma de administrar una empresa conlleva a que en muchos casos al éxito o fracaso de la gestión de una organización, por lo tanto, influyen de forma directa o indirectamente en su calidad.

Según Lana (2008) La administración estratégica es un desafío debido a que va mucho más allá de impartir órdenes a los miembros de la organización. La dirección estratégica de una organización depende de una serie de consideraciones, entre ellas están: el análisis de dos entornos de la organización (interno y externo), el establecimiento de directrices organizacionales (metas y objetivos), la formulación de la estrategia (empresarial, unidad de negocio, funcional), la implementación de la estrategia y el control estratégico. (Lana, 2008)

El autor refiere además que, también el administrador debe saber qué tipos de sistemas de información debería adoptar, el cual viabilizaría todas las informaciones para la toma de decisiones, con una mayor agilidad y precisión para la obtención de resultados positivos.

4.5. OPORTUNIDADES COMERCIALES

La nueva dinámica mundial es el escenario propicio para el nacimiento de oportunidades comerciales, que permiten el desarrollo de nuevas ideas de negocio, por tanto es importante entender dichos conceptos y aprovecharlos al máximo. (ICESI, 2013)

La oportunidad comercial o idea de negocio es la demanda de un producto o servicio, principalmente la proveniente del exterior, que pueda ser satisfecha por un oferente y de esta manera beneficiarse de dicha circunstancia. El atractivo de una oportunidad dependerá del número de compradores potenciales y su capacidad de compra, de la disposición e interés de compra y de la capacidad de la empresa.

4.5.1. PRODUCCIÓN

Se entiende por producción, según (Chauveli S. , 2013) a la adición de valor a un bien o servicio por efecto de una producción. Producir es extraer o modificar un bien o un servicio con el objeto de volverlos aptos para satisfacer una necesidad. La palabra producción no está solamente asociada a la fabricación si no a modificación de un bien o servicio.

4.5.2. SITUACION COMERCIAL DE LA ASOCIATIVIDAD

El Diagnóstico Comercial como expresa (B leader, 2018) es una herramienta que se utiliza para identificar las áreas de oportunidad comercial de un negocio, el punto máximo de rentabilidad que se puede lograr y las posibilidades reales que el mercado le ofrece.

La situación Comercial permitirá identificar el máximo potencial comercial del negocio con base al mercado disponible y el nivel de competencia que se encuentra en la zona de influencia, así como, por la eficiencia de sus procesos comerciales.

Con base a una situación Comercial, se podrá rediseñar aquellas estrategias y tácticas de mercado que permitirán alcanzar el máximo potencial comercial (Performance Comercial) .Una empresa orientada al mercado (orientada a los clientes) selecciona y diseña los productos y servicios que ofrece en función del segmento de mercado al que dirige sus esfuerzos. Las estrategias comerciales, publicitarias y de comunicación deben de considerar las preferencias y hábitos de consumo de dichos segmentos. (Avellaneda, 2017)

4.5.3 PROCESO DE VENTA Y COMERCIALIZACIÓN ASOCIATIVA

El proceso de ventas en una empresa es el conjunto de etapas o fases por las que pasa la empresa desde que inicia sus esfuerzos de marketing hasta la consecución de una venta. Se trata, por tanto, de una secuencia de pasos a seguir con la finalidad de conseguir el objetivo del negocio.

Cada empresa tiene su propio esquema en función de sus distintas líneas de negocio, productos y servicios, que tratará de optimizar en todo momento para lograr mayores beneficios.

El proceso de ventas debe estar claramente definido por su director comercial para mantener una homogeneidad en el proceso, pero también para poder formularlo y mejorarlo de forma estratégica. (Doe, 2018)

Algunos factores que es importante analizar a la hora de establecerlo serán:

- Presupuesto disponible: ¿Tenemos dinero para publicidad?, ¿muestras gratis?, ¿demostraciones?...
- Equipo de ejecución: ¿Contamos con un equipo comercial?
- Infraestructura: ¿Contamos con tienda online, almacén, logística...?

- Tipo de ventas: ¿Al por menor o al por mayor, a profesionales o a particulares?
- Canal de distribución: ¿Online, tiendas físicas propias, otros distribuidores...?
- Tipo de producto: ¿Físico o digital?, ¿perteneciente a qué sector (belleza, automoción, tecnología, papelería...)?
- Precio del producto: Cuanto mayor sea, la toma de decisiones de compra por parte del consumidor tardará más, y por tanto, el proceso de ventas deberá ser más largo.
- Posicionamiento del producto: ¿Es novedoso? ¿es único? ¿es la opción más barata del mercado?
- Buyer personas: ¿Qué características tienen? ¿es una única persona o un conjunto de ellas (equipo de trabajo de una empresa, familia...)?

Cada empresa debe definir cuál es su *modus operandi* en función de su realidad respecto a los factores anteriormente expuestos u otros que pudieran interferir.

Además, en cada sector y país existen unas prácticas comerciales específicas que tienden a imitarse entre empresas. Por ejemplo, en el mundo de las telecomunicaciones parece ser que la estrategia imperante es llamar por teléfono continuamente a usuarios para que porten su teléfono e internet a una nueva compañía ofreciendo ofertas por tiempo limitado a cambio de una permanencia de contratación.

Cabe señalar que un proceso de ventas bien organizado y estructurado permitirá vender más y mejor. Por tanto, la verdadera meta de todo esto es poder conseguir el mayor rendimiento posible, para lo cual el director comercial necesitará contar con una mente estratégicamente extraordinaria. (Academia de Consultores, 2019)

CAPITULO V

5. IMPORTACIONES

El término opuesto a las importaciones son las exportaciones, en donde se efectúa la operación contraria. Es decir, un país vende a otro territorio internacional bienes o servicios con el objetivo de satisfacer unas necesidades que no tienen en el propio estado. Estos dos conceptos sirven para evaluar la situación económica de un país. (Kiziryan M. , 2019)

Tanto las importaciones como las exportaciones aparecen reflejadas en la balanza comercial, que se ocupa de medir la diferencia en valor económico entre ambos términos. Un país siempre presentará un mejor estado cuando las importaciones sean inferiores a las exportaciones. Esto implica que los demás ha dejado más dinero en nuestro país de lo que hemos dejado nosotros. Con el efecto contrario (más exportaciones que importaciones) habrá un déficit en la balanza comercial.

Las importaciones, por lo general, están sujetas a una serie de restricciones económicas y reguladas por parte de los países. Para facilitar este proceso suelen alcanzar los territorios una serie de acuerdos comerciales como los que mantiene por ejemplo la Unión Europea, en donde hay una mayor agilidad y menos controles ante la falta de aduanas. De hecho entre estos estados no resulta posible hacer mediciones de importaciones, salvo a través de encuestas. (García I. , 2017)

5.1.1 PRODUCTOS IMPORTADOS

Las importaciones a Ecuador se concentran en las áreas de materias primas bienes de consumo, bienes de capital, combustibles y lubricantes. Si bien en el año 2020 la pandemia afectó la economía mundial y los niveles de importación cayeron en un 23% en relación con el año anterior. Esto según cifras emanadas por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. Ahora el 2021 se vislumbra de una forma más positiva, ya que algunas políticas de importaciones a Ecuador han sido transformadas. Aunque no son cambios radicales, la eliminación de una serie de aranceles o impuestos suponen sin duda una gran ayuda a las pequeñas y medianas industrias que necesitan y utilizan bienes de producción e insumos importados, para a su vez producir diversos productos y comercializarlos en el propio país. Esto

sin duda abastece la industria nacional y se convierte en una gran fuente de empleo. (Ascex Logic. Asesoría en Comercio Exterior y Logística, 2021).

Esta noticia se corrobora mediante fuente oficial del (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información,, 2019) que informó que se reducen los impuestos a importación de equipos tecnológicos. La reducción a los impuestos a importación de equipos tecnológicos, contribuirá con la transformación del país hacia una economía digital, ya que estos equipos no son herramientas de lujo, sino de trabajo, desarrollo y crecimiento.

El ministro de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, Andrés Michelena Ayala, destacó esta decisión del Gobierno Nacional, tras resaltar que los aranceles de las computadoras, teléfonos inteligentes y tabletas se suprimen al 0%. Esto contribuirá con la transformación del país hacia una economía digital, ya que estos equipos no son herramientas de lujo, sino de trabajo, desarrollo y crecimiento, añadió.

Los aranceles para los equipos tecnológicos como: Teléfonos Inteligentes (Smartphone), computadoras de escritorio y portátiles; así como los decodificadores de televisión digital estaban gravados con el 15%, 10% y 20%, respectivamente.

La baja de estos aranceles incentivará el despliegue de infraestructura; así como el incremento de la penetración de Smartphone del 42% al 62%, mejorando la conectividad y la adopción tecnológica por parte de la población, y por otra parte se incentiva la generación de emprendimientos basados en las TIC

Según Andrés Burbano de Lara, presidente del Directorio de la Asociación Ecuatoriana de Software, esta decisión permitirá las inversiones sectoriales en el país. “Desde nuestro punto de vista es positivo el anuncio y aplaudimos la iniciativa, porque nos dan los insumos para poder insertarnos en la economía digital”.

Para Jorge Cevallos, director Ejecutivo de la Asociación de Empresas de Telecomunicaciones, esta decisión es favorable para el país. “Con esto se mejora el acceso a las tecnologías, sobretodo de los sectores más vulnerables. Sin duda, es una decisión acertada, positiva y que tendrá efectos en los consumidores y en la industria, en general, permitiendo aumentar las inversiones y abaratar los precios para los consumidores”, acotó.

La mayor parte de las importaciones a Ecuador proceden de China y Estados Unidos. Esto se debe en primer lugar a los costos y a la facilidad de conseguir proveedores. La competencia en el continente asiático es muy alta, lo que influye directamente en los precios.

Los acuerdos comerciales con diversos países han favorecido el Comercio Exterior. Los tratados con la Unión Europea, la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA) y Reino Unido brindarán mayores oportunidades a importadores y sobre todo exportadores. Por ejemplo, actualmente por el lado de las importaciones a Ecuador, aproximadamente un 60% de los productos que se traen desde la Unión Europea, tienen un arancel 0%.

En el ámbito de Latinoamérica, la firma del Acuerdo de Integración Comercial entre la República de Ecuador y Chile, permitirán las importaciones a Ecuador de algunos productos con un impuesto menor, tales como: aceites y grasas vegetales, trigo, harina de trigo, pastas, edulcorantes, carnes de bovinos y semillas. Actualmente desde este país se traen frutas, productos químicos, cereales y enlatados. (Ascex Logic. Asesoría en Comercio Exterior y Logística, 2021).

Entre los productos que importa el Ecuador están: Materias primas, Productos farmacéuticos, Plásticos, Químicos, Fibras textiles, Productos de acero, Productos de hierro, Maquinaria, Productos electrónicos, Vehículos, Repuestos, entre otros.

Los regímenes aduaneros es el tratamiento aplicable a las mercancías, solicitado por el declarante, de acuerdo a la legislación aduanera vigente. Los regímenes aduaneros se clasifican en: Regímenes de importación, Regímenes de exportación, Otros regímenes aduaneros, Regímenes de Excepción y Culminación del régimen. (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2021)

Los regímenes de importación al consumo, es el régimen aduanero que regula las normas especiales contenidas en la Ley de Zonas Francas. Según el (Régimen 10) del (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2021) Es el régimen aduanero de ingreso definitivo de mercancías al país, cuyos procedimientos para su aplicación serán establecidos por el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Las mercancías ingresadas bajo este régimen podrán circular libremente en el Territorio ecuatoriano una vez satisfecha la obligación tributaria aduanera. (Art. 120 del Reglamento al Copci).

Admisión temporal para reexportación en el mismo estado (Régimen 20) Es el régimen especial aduanero a través del cual se puede introducir mercancías al territorio ecuatoriano, para

ser utilizadas en un fin determinado, con suspensión total o parcial de los derechos e impuestos a la importación. Las mercancías importadas a este régimen deberán ser individualizadas y susceptibles de identificación, sometidas por ley a aforo físico. (Art. 123 del Reglamento al Copci).

Reimportación en el mismo estado (Régimen 32) Es el régimen aduanero que permite la importación para el consumo con exoneración de los derechos e impuestos a la importación y recargos aplicables, de las mercancías que han sido exportadas de manera definitiva. Condiciones: La mercancía debe ser la misma que se exportó y no haberse sometido a ningún tipo de transformación en el extranjero, contar con el certificado de origen y deberá estar consignada a nombre de quién realizó la exportación a consumo. (Art. 121 del Reglamento al Copci).

Reposición con franquicia arancelaria (Régimen 11) Es el régimen aduanero que permite importar con exoneración de los derechos e impuestos a la importación y recargos con excepción de las tasas aplicables, mercancías idénticas o similares por su especie, calidad y sus características técnicas a aquellas nacionalizadas y que hayan sido utilizadas para obtener las mercancías exportadas previamente con carácter definitivo.

Depósitos aduaneros (Régimen 70) El Depósito Aduanero es un régimen especial aduanero, mediante el cual las mercancías importadas son almacenadas por un periodo determinado sin el pago de derechos e impuestos y recargos aplicables; y, podrá ser público o privado. Los depósitos aduaneros privados estarán destinados al uso exclusivo de su titular. Los depósitos aduaneros públicos podrán almacenar mercancías de propiedad de terceros. (Art. 146 de Reglamento al Copci).

5.1.2 CANTIDAD DE PRODUCTOS.

A nivel general, a las pequeñas y medianas empresas (pymes), que representan la inmensa mayoría del empresariado local, se les dificulta importar exitosamente desde Ecuador debido a que su reducido tamaño comparativo les impide contar con una estructura financiera que les proporcione una capacidad de producción significativa y una estructura de costos eficiente. Por esta situación, se propone como alternativa de solución la implementación de un modelo de asociatividad entre este tipo de empresas para que aspiren a ubicar exitosamente su oferta en los mercados externos.

La industria textil es una de las actividades que tiene mayor participación en el sector de las manufacturas en el país, y que genera mayor número de plazas de empleo, durante el 2017 generó 174.125 puestos de trabajo, además de ventas por un monto aproximado de \$1313 millones de USD. Sin embargo a pesar de las cifras antes mencionadas dicho sector ha sido afectado en la última década por externalidades como por ejemplo el contrabando de textiles provenientes de países vecino, sobretasas arancelarias que si bien buscaban proteger la producción nacional, estas también aumentaban el costo de producción ya que determinados insumos son producidos en el exterior. (Tayo, 2018)

En la actualidad el sector textil ecuatoriano está viviendo un proceso de transformación hacia una mayor industrialización y una reducción de los costos permitiendo a las empresas del país poder competir con sus socios más cercanos, que son Perú y Colombia, y en menor medida con Brasil. La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sin número de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. (Rosero, 2012, p.25) citado en (Alcívar, 2015)

Como lo cita Aite, 2015, p.1) en (Alcívar, 2015) La industria textil ecuatoriana se remonta a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. Las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy en día, se fabrican productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

Ecuador al igual que otros países se enfrenta a su peor enemigo que se conoce como contrabando, retos difíciles de superar para todos los comerciantes., ya que el contrabando textil es uno de los más comunes en nuestro país, puesto que factura cantidades de dinero considerables y su rentabilidad está en un elevado consumo. Si hablamos del mercado chino siempre ha presentado imponente frente a los demás países, siendo considerado una amenaza para la industria de otros estados, entre estos está Ecuador. Los productos chinos se encuentran en su gran mayoría distribuidos en cada local a largo de nuestro país de manera legal o ilegal afectando a todo el comercio de productos hecho en Ecuador.

Con respecto a la cantidad de productos textiles importados, de los datos obtenidos del Banco Central del Ecuador, donde se muestra la importación de textiles del 2013 al 2017, se puede observar que en el 2014 hubo un crecimiento de 0,20% ya que en el 2013 las importaciones fueron de \$ 888.055,76 USD y en el 2014 se registró un valor de \$ 890.220,26, sin

embargo en el 2015 hay una reducción en las importaciones que fueron de \$ 782.947,79 USD, lo que se observa una variación de -12% en el periodo 2016, notándose una reducción mayor que en el periodo anterior, y para el periodo 2016 las importaciones siguen presentando una reducción mayor traducido a una variación del -31%, representando una afectación bien marcada con relación a los años analizados.

De los productos que importan los empresarios de las pequeñas, medianas y grandes empresas del cantón Esmeraldas están: las prendas de vestir, que en el año 2013 se incrementaron por un valor de \$274.213,19 USD, lo cual se contrastó con el ingreso de ropa con menor precio y el contrabando de textiles, puesto que el Servicio Nacional de Aduana (SENAE), en dicho año aprehendió productos textiles valorados en \$ 690.075 USD. (El telégrafo, 2013) .

Las importaciones de las industrias textiles del cantón Esmeraldas, están compuestas por artículos de materias textiles y sus manufacturas, las cuales comprenden: 14% de algodón, 12% de sintéticos o artificiales, 10% de telas recubiertas, artículos técnicos de materia textil, tejidos de puntos, prendas y accesorios de vestir, entre otros, siendo los países que más compran:

- Estados Unidos de América (22,3%)
- China (22,2%)
- Colombia (8,3%)
- Brasil (3,7%)
- Perú (3,4%)
- México (3,3%) (Ministerio de Comercio Exterior, 2021)

5.1.3 NÚMERO DE COMPETIDORES

Ecuador es un país importador, el sector industrial tiene los porcentajes más altos de importaciones de materias primas y bienes, como lo expresa (SUR, DATA, 2019) . La materia prima para la industria llega de: Colombia, Estados Unidos, Brasil, Canadá y China. La maquinaria para otras industrias llega de: Estados Unidos, China, Alemania, Italia y Brasil.

Entre las 100 primeras empresas importadoras del año 2019, representan el 51% del total, y tan solo entre las principales 10 del ranking, internaron el 26% equivalente a 6.992 millones de dólares. La empresa Pública de hidrocarburos del Ecuador lidera la lista, aportando con el 16% de las importaciones totales del año 2019. (González, 2020).

5.1.4 NÚMERO DE DEMANDANTES

El comercio exterior constituye una de las actividades más influyentes en el crecimiento económico de un país; sobre esta base el Ecuador ha dado paso al acuerdo comercial con la Unión Europea, un mercado con más de 500 millones de consumidores, con alto poder adquisitivo, y que puede impulsar el crecimiento de nuestras exportaciones, con importantes efectos sobre el crecimiento económico y por ende, sobre el desarrollo y bienestar de todos los ecuatorianos, si se establecen las políticas públicas acertadas para aprovechar los beneficios y oportunidades que promete su suscripción. (MESIAS, 2019)

Este estudio parte de un breve análisis de las principales teorías de comercio exterior y se establece los factores que determinan la oferta y la demanda, cuyo abordaje permite medir la influencia del acuerdo comercial sobre el comportamiento de las exportaciones e importaciones ecuatorianas. Así también, se analiza el origen de los acuerdos comerciales, sus características y aspectos positivos y negativos, que son contrastados con los efectos evidenciados sobre la economía de Colombia y Perú, países que forman parte del acuerdo multipartes con la Unión Europea.

Se profundiza en el análisis del comportamiento y principales características de las exportaciones e importaciones ecuatorianas, desembocando en la evaluación del resultado de la balanza comercial. Por último, se establecen los antecedentes de las relaciones comerciales entre Ecuador y la UE, identificando los productos que, durante el primer año de vigencia del tratado, presentan un comportamiento más cambiante, y, se analiza los resultados del IHH para exportaciones e importaciones, respaldándolos con las respuestas de los expertos entrevistados.

5.2. REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS PARA IMPORTAR

Requisitos para ser Importador en la Aduana

- Obtenga RUC en el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- 2. Obtener el Certificado digital para la firma electrónica y Autenticación otorgado por el Banco Central del Ecuador y Security Data en: <http://www.eci.bce.ec/web/guest> y <http://www.securitydata.net.ec>
- Registrarse en el Portal de ECUAPASS : <http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>
- Busque la asesoría y servicios de un Agente de Aduana.

Figura 1

Pasos previos a la importación



Nota: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>

5.2.1. TIEMPO MEDIO DE PROCEDIMIENTO PARA LA NACIONALIZACIÓN

En el 2015 el promedio fue de 5.08 días; 4.49 en el 2016; subió a 4.56 en el 2017 y bajó a 4.33 en el 2018 y 3.93 el año pasado. Sin embargo, se espera que para el 2020 se alcance un máximo de 3 días para nacionalizar sus mercancías en el país.

5.2.2 CANTIDAD DE TRANSACCIONES

Es posible importar lo que se desee y con el valor que sea, siempre y cuando no sea una mercancía prohibida y cumpla con las regulaciones que se marcan para su importación.

5.2.3 PORCENTAJE DE DOCUMENTOS DE CONTROL PREVIO.

El control previo es el proceso de análisis, investigación, fiscalización y supervisión de toda la mercancía objeto de importación.

El control previo se realiza en cumplimiento de un conjunto de medidas competencia de las. Esto, con el fin de vigilar el tránsito de toda que cruce a través de las fronteras terrestres, marítimas y aéreas. Se incluye la mercadería de origen extranjero, nacional o nacionalizado. Además de la mercancía, en control de aduanas también comprende el tránsito de personas. (Paéz, 2020)

El cumplimiento de los procedimientos de control, se verificará a través de un sistema electrónico de Documentos de Control Previo que permita consultas electrónicas e interconecte las bases de datos de los organismos nacionales de control correspondientes.

Los documento de control previo se estiman registros, permisos, autorizaciones, notificaciones obligatorias y certificados que deben cumplir determinadas mercancías para su posterior ingreso a territorio ecuatoriano.

Deben estar aprobado por parte de las entidades de control correspondientes según las restricciones indicadas en el arancel nacional el cual puede ser revisado en el sistema informático de aduana Ecuapass en la opción “2.1.1 Consulta de Arancel”.

Los documentos de control previo son imprescindibles ya que son las autorizaciones o permisos que necesitan ciertas mercancías para poder ser nacionalizadas, estos documentos deben ser registrados en el portal Ecuapass para proceder a transmitir la declaración aduanera de importación

Etapas del control de aduanas

Las etapas del control de aduana son:

- Control preliminar: Es el que se realiza previo a que la mercancía sea sometida a régimen aduanero. Está etapa se lleva a cabo mediante la revisión de documentación enviada previo al arribo de la carga. Por ejemplo, el manifiesto de carga. Desde ese momento, los administradores aduaneros comienzan a investigar posibles inconsistencias con la mercancía.
- Control inmediato: Este control es el realizado desde el arribo al territorio aduanero hasta que se autoriza su levante. En esta etapa, la mercancía puede ser sometida a inspección directa por parte de los Administradores de Aduana.
- Control posterior: Es posterior al levante. Comprende los procesos de tributación y procesos de. También se pueden realizar auditorías documentarias o comerciales.

Objetivos del control de aduana

El objetivo principal del control de aduanas es garantizar el cumplimiento de la normativa vigente por parte de los agentes. Esto, para detectar acciones como fraude a la nación o contrabando.

5.3. MEDIDAS ARANCELARIAS

Las barreras arancelarias son los impuestos (aranceles) que deben pagar los importadores y exportadores en las aduanas de entrada y salida de las mercancías. Restricciones al comercio exterior, mediante impuestos a la exportación e importación de bienes o servicios.

5.3.1. SUBPARTIDAS ARANCELARIAS

Según el ministerio de comercio exterior La Subpartida Arancelaria en un código numérico del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías que se asigna a una o varias mercancías luego del proceso de clasificación arancelaria.

Se entiende como la identificación o codificación numérica de una mercancía que se basa en el Sistema Armonizado (SA), que es una nomenclatura de mercancías desarrollada por la Organización Mundial de Aduanas (OMA).

5.3.2. TASAS ARANCELARIAS

Ecuador - Tasa arancelaria

Tasa arancelaria, aplicada, media simple, productos manufacturados (%)

Tasa arancelaria, aplicada, media simple, productos manufacturados (%) en Ecuador fue 11.16 en 2016. Su valor más alto durante los últimos 23 años fue 13.63 en 1999, mientras que su valor más bajo fue 6.97 en 2014.

Definición: El arancel aplicado de media simple es el promedio sin ponderar de las tasas efectivamente aplicadas para todos los productos sujetos a aranceles, calculados para todos los bienes transados. Los datos se clasifican usando el Sistema Armonizado de comercio a nivel de seis u ocho dígitos. Los datos de líneas arancelarias se igualaron con los códigos de la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI), revisión 3, para definir los grupos de productos básicos. Las tasas arancelarias efectivamente aplicadas a nivel de producto de seis y ocho dígitos se promedian para los productos en cada grupo de productos básicos. Cuando no se dispone de la tasa efectivamente aplicada, se utiliza en su lugar la tasa de la nación más favorecida. En la medida de lo posible, las tasas específicas se convirtieron a sus equivalentes según valor y se incluyeron en el cálculo de los aranceles de media simple. Los productos fabricados son productos básicos que se clasifican en la SITC revisión 3, secciones 5 a 8 sin incluir la categoría 68.

5.3.3 TIPOS DE ARANCELES

Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros.

- **AD-VALOREM** (Arancel Cobrado a las Mercancías) Son los establecidos por la autoridad competente, consistentes en porcentajes según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la importación).
- **FODINFA** (Fondo de Desarrollo para la Infancia) Se aplica el 0.5% sobre la base imponible de la importación.
- **ICE** (Impuesto a los Consumos Especiales) Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen. (Consulte en la página del SRI: www.sri.gob.ec, link: Impuestos)
- **IVA** (Impuesto al Valor Agregado) Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE. (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2021)

5.4. INGRESOS

En 2020 las importaciones en Ecuador cayeron un 21,99% respecto al año anterior. Las compras al exterior representan el 20,87% de su PIB, por lo que se encuentra en el puesto 40, de 191 países, del ranking de importaciones respecto al PIB, ordenado de menor a mayor porcentaje. Las importaciones supusieron ese año 15.723,3 millones de euros. Ecuador ocupa el puesto número 118 del ranking mundial. Ese año hubo superávit en la Balanza comercial, ya que las exportaciones, cayeron pero fueron mayores que las importaciones.

Si miramos la evolución de las importaciones en Ecuador en los últimos años se observa que ha caído respecto a 2019, como ya hemos visto, aunque han subido respecto a 2010 cuando fueron de 15.532,1 millones de euros, que suponía un 24,14% de su PIB.

5.4.1. CANTIDAD DE VENTAS

Debes tener en consideración que tus productos deben ingresar bajo la importación al consumo, es decir, deberás nacionalizar las mercancías extranjeras que ingresen al país para su libre disposición, uso o consumo definitivo, una vez realizado el pago respectivo de impuestos y ordenado el levante de estos por parte del funcionario de aforo. .). (Fernández-Balaguer, 2017)

Se debe analizar qué productos en el Ecuador tienen una mayor demanda y qué costos tendrían su importación para un mayor beneficio. Por ello te presentamos una pequeña lista de los principales productos de importación en el Ecuador:

- Químicos orgánicos, medicamentos.
- Máquinas eléctricas, plásticos y sus manufacturas, maquinarias y equipos.
- Maquillaje.
- Productos editoriales de prensa e industria gráfica.
- Muebles de madera o de metal.
- Juguetes.
- Golosinas.
- Artículos de cocina.
- Ropa y calzado.
- Accesorios de autos (llantas, motores, cajas de cambio, transmisiones, etc

5.4.2. RENDIMIENTO DE CAPITAL

Totalidad de utilidades o contraprestaciones (dinerarias o en especie), que provengan directa o indirectamente de los elementos patrimoniales de los que es titular el sujeto pasivo, y que no estén afectos a actividades empresariales o profesionales. Según (GUTIERREZ, 2018) Se dividen en rendimientos del capital inmobiliario los provenientes de bienes inmuebles, rústicos o urbanos o de derechos reales que recaigan sobre los mismos y en rendimientos del capital mobiliario los que provienen principalmente de acciones y obligaciones.

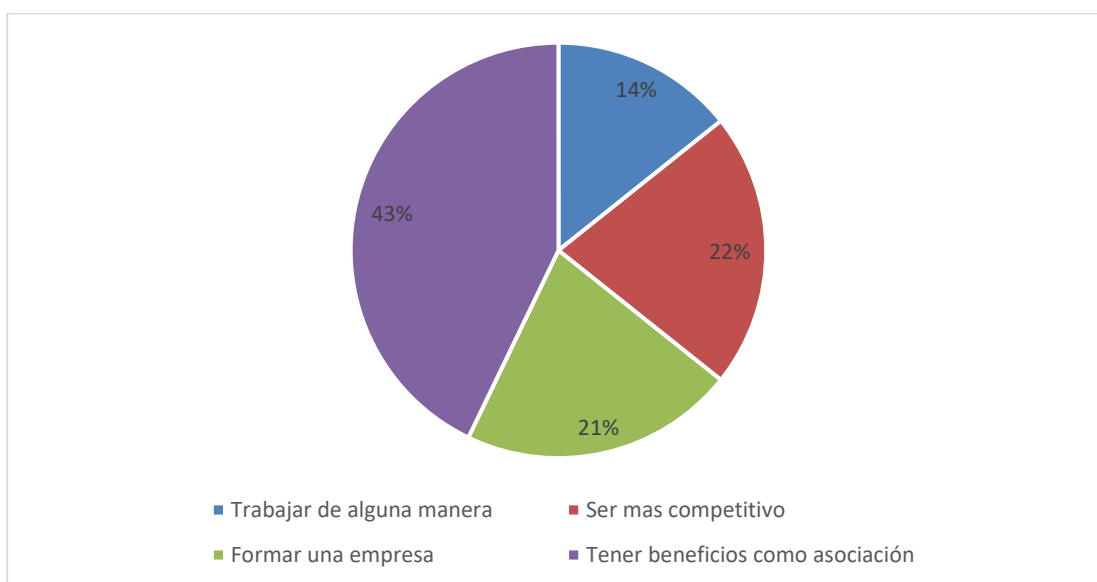
Resultados de las encuestas realizadas al sector textil del cantón Esmeraldas.

1. ¿Cuál fue la razón para adherirse a la asociación?

Tabla 4.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Trabajar de alguna manera	4	14.29
Ser más competitivo	6	21.43
Formar una empresa	6	21.43
Tener beneficios como asociación	12	42.86
TOTAL:	28	100.00

Figura 1



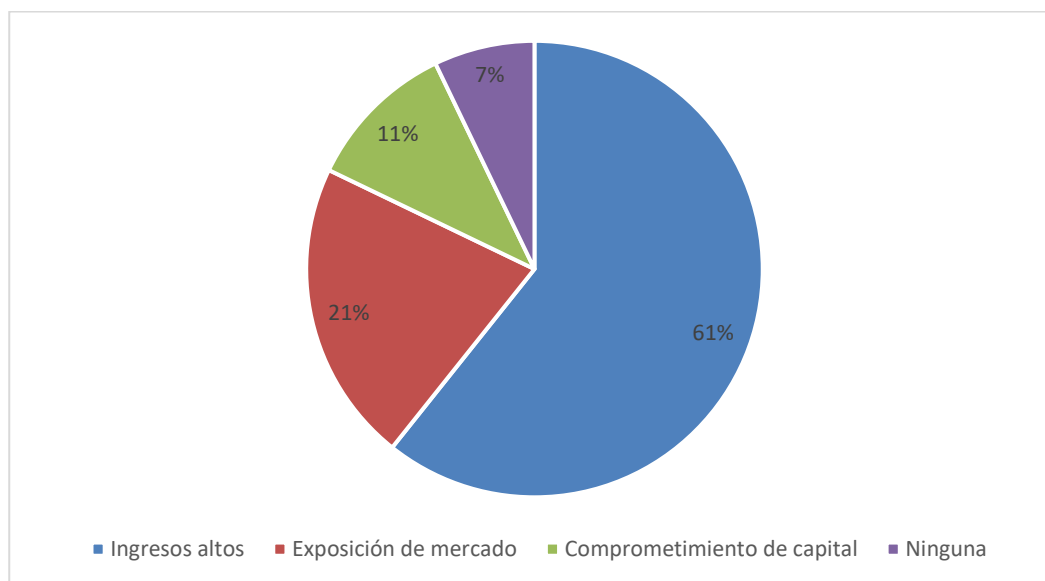
Dando respuesta a la primera pregunta de la encuesta, los socios supieron manifestar que su unidad como asociación desde un principio fue tener los beneficios que estas tienen como asociación, entre otros socios supieron manifestar que ellos buscaban trabajar de alguna manera y ser un poco más competitivo al nivel modista en el cantón Esmeraldas y otros solo buscaban formar una empresa.

2. ¿Usted piensa que la Asociatividad le trajo ventajas en?

Tabla 5.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ingresos altos	17	60.71
Exposición de mercado	6	21.43
Comprometimiento de capital	3	10.71
Ninguna	2	7.14
TOTAL:	28	100.00

Figura 2



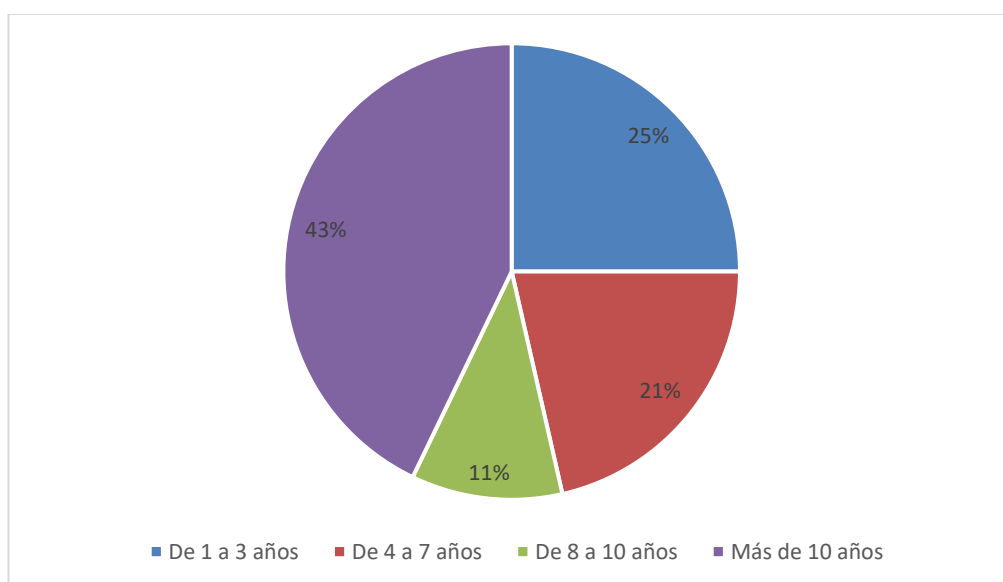
Una de sus principales ventajas que los socios pudieron explicar es que sus ingresos cada año como asociación fueron incrementando y así también fueron expandiendo su mercado.

3. ¿Hace cuánto tiempo es usted miembro de la asociación?

Tabla 6.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 3 años	7	25.00
De 4 a 7 años	6	21.43
De 8 a 10 años	3	10.71
Más de 10 años	12	42.86
TOTAL:		28
		100.00

Figura 3



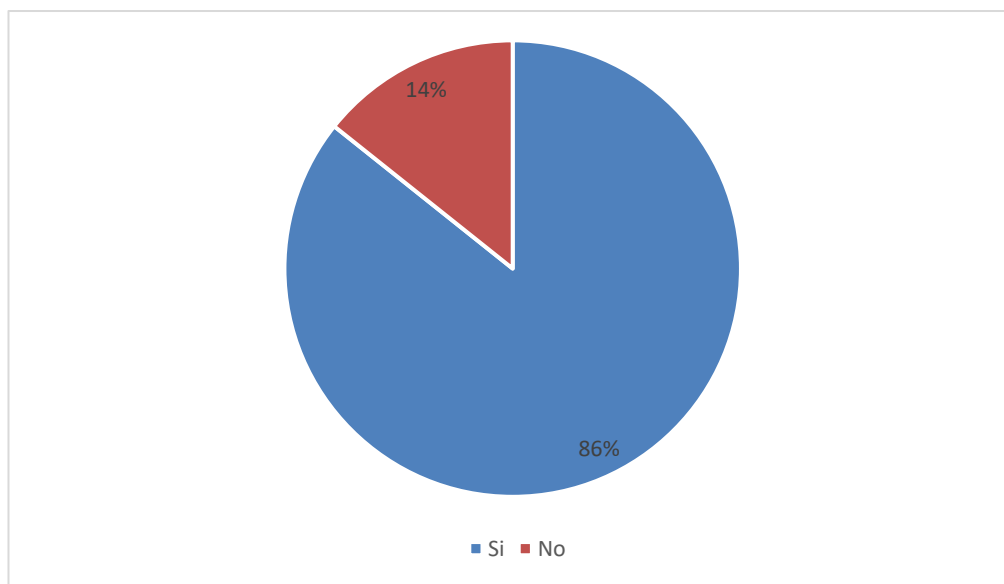
El mayor porcentaje de socios tiene más de 10 años, en un principio se supo manifestar que esta asociación de modista cuenta con más de 25 años laborando en el cantón Esmeraldas.

4. ¿Ha participado en capacitaciones para mejorar la gestión asociativa?

Tabla 7.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	85.71
No	4	14.29
TOTAL:	28	100.00

Figura 4



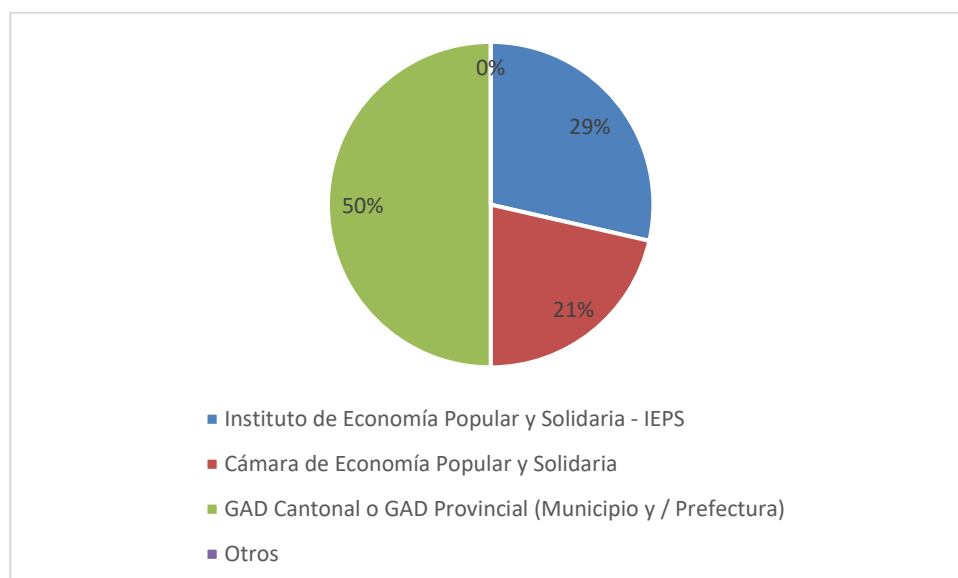
En caso de responder afirmativamente a esta pregunta pasa a las pregunta número 5.

5. ¿En qué organismo le han brindado capacitaciones?

Tabla 8.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Instituto de Economía Popular y Solidaria - IEPS	8	28.57
Cámara de Economía Popular y Solidaria	6	21.43
GAD Cantonal o GAD Provincial (Municipio y / Prefectura)	14	50.00
Otros	0	0.00
TOTAL:	28	100.00

Figura 5



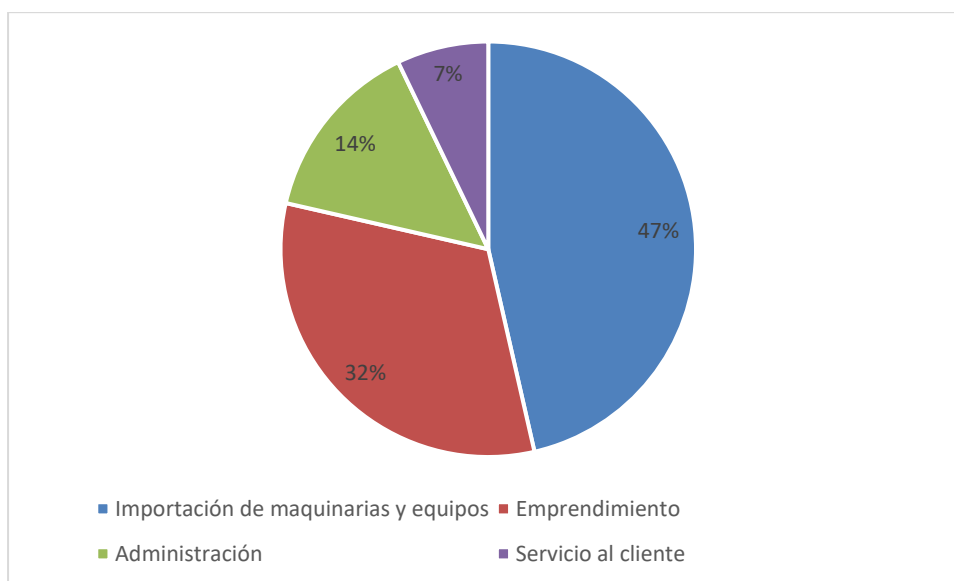
6. ¿Cuál de los siguientes cursos de capacitación considera que permitirá mejorar

su Asociatividad?

Tabla 9.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Importación de maquinarias y equipos	13	46.43
Emprendimiento	9	32.14
Administración	4	14.29
Servicio al cliente	2	7.14
TOTAL:	28	100.00

Figura 6



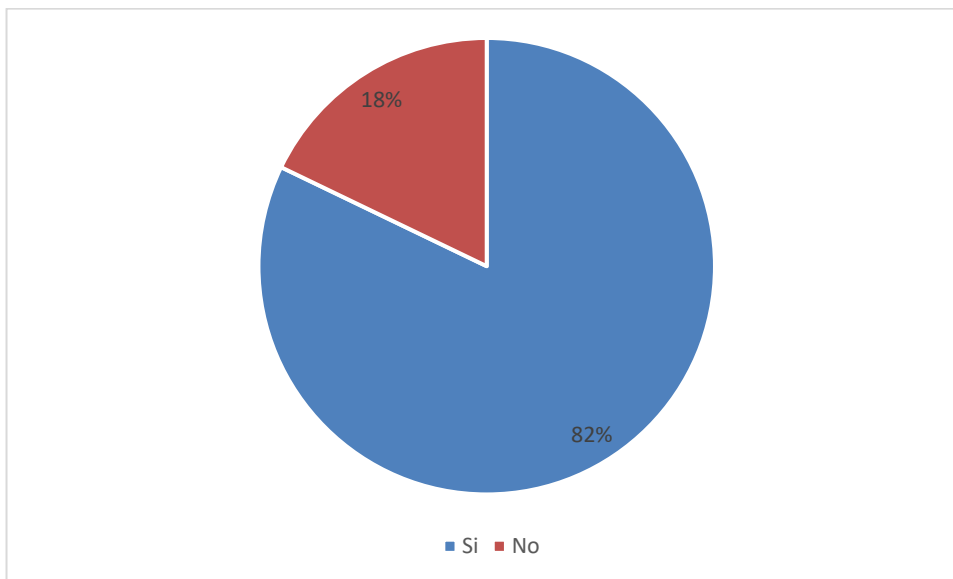
El sector modista asociado si ha recibido a lo largo de su creación de más de 25 años, diferentes capacitaciones en diferentes áreas, tomando en cuenta que los más preocupados en capacitar a este sector han sido los GAD provinciales y cantonales.

7. ¿Han recibido créditos para las importaciones de maquinarias y equipos o insumos en la asociación?

Tabla 10.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	82.14
No	5	17.86
TOTAL:	28	100.00

Figura 7



En caso de responder afirmativamente a esta pregunta pasa a las pregunta número 8.

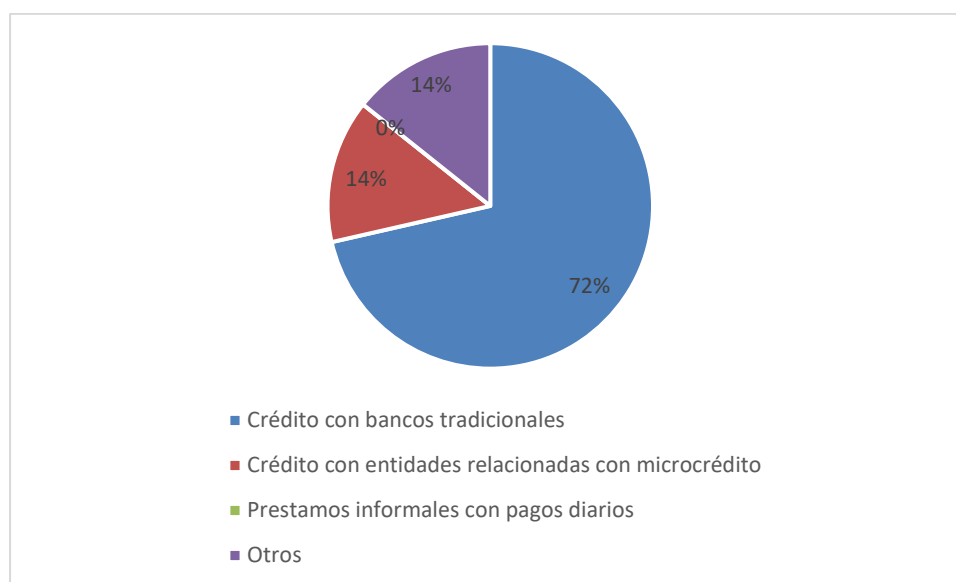
8. De las siguientes opciones seleccione las opciones correspondientes a los

créditos para importaciones.

Tabla 11.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Crédito con bancos tradicionales	20	71.43
Crédito con entidades relacionadas con microcrédito	4	14.29
Prestamos informales con pagos diarios	0	0.00
Otros	4	14.29
TOTAL:	28	100.00

Figura 8



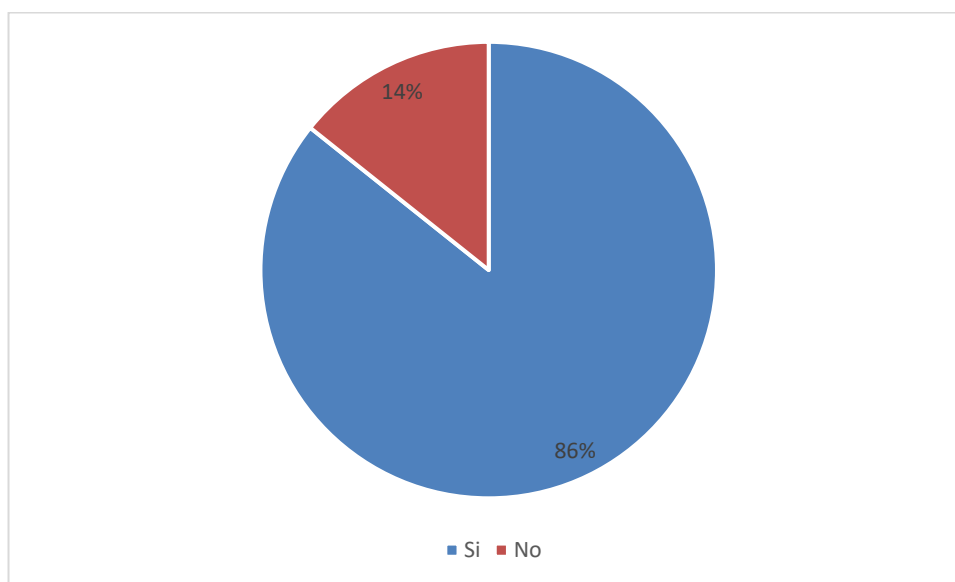
Una de sus mayores fuentes de ingresos son los bancos tradiciones, ya que ellos están constituidos legalmente, entonces son parte de grupo selecto para hacer acreedor de estos créditos, que lo único que quieren es fomentar el trabajo y el crecimiento de estas asociaciones.

9. ¿cuentan con un área específica para los procesos de importaciones?

Tabla 12.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	85.71
No	4	14.29
TOTAL:	28	100.00

Figura 9



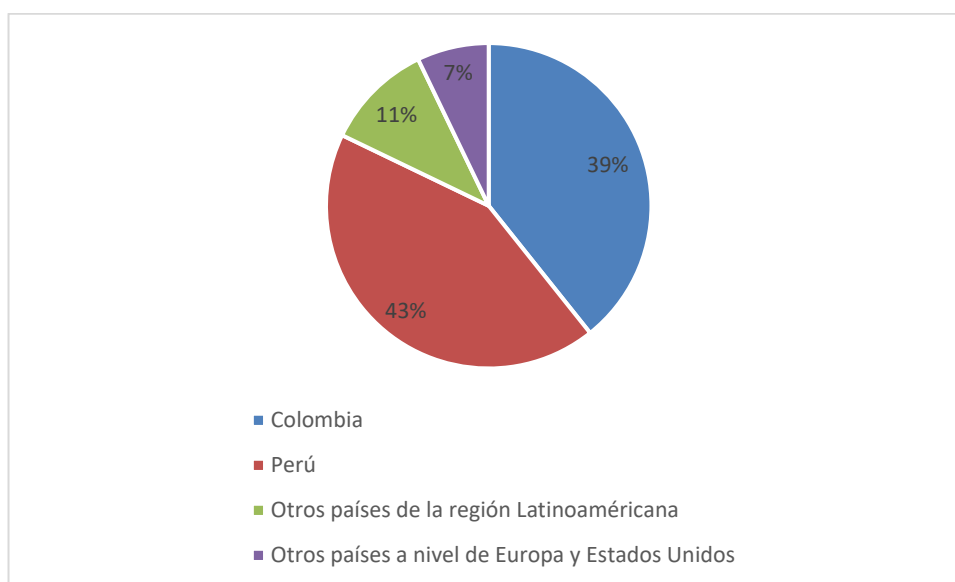
La asociación de modista Esmeraldas si cuenta con un área específica en que tratan sus temas de procesos de importaciones, cabe recalcar que el tema de las importaciones es un tema muy importante para esta asociación de eso dependerá, sus procesos de comercialización y venta de diferentes prendas de vestir,

10. ¿Cuáles son sus principales proveedores de telas para los diseños modistas?

Tabla 13.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Colombia	11	39.29
Perú	12	42.86
Otros países de la región Latinoamericana	3	10.71
Otros países a nivel de Europa y Estados Unidos	2	7.14
TOTAL:	28	100.00

Figura 10



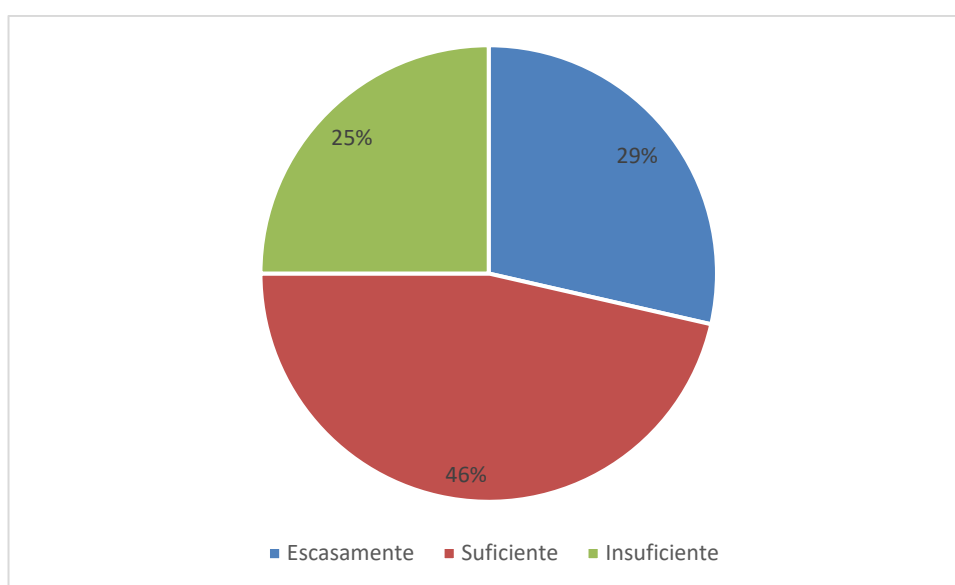
Los socios supieron manifestar que uno de sus principales proveedores de telas para los diseños en el país vecino de Perú, tomando en cuenta sus precios y su calidad para elaborar las prendas de vestir.

11. ¿Cómo socio de la asociación de modista cuanto usted conoce de los procesos de importaciones de la asociación?

Tabla 14.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Escasamente	8	28.57
Suficiente	13	46.43
Insuficiente	7	25.00
TOTAL:	28	100.00

Figura 11



Los socios tienen un conocimiento suficiente en este tema de los procesos de importaciones, por otro lado otros socios supieron manifestar que tienen un escaso conocimiento en estos temas y otros con un insuficiente conocimiento en este tema.

6.2. ENTREVISTA

Preguntas dirigida a la representante legal de la asociación de modistas afines de esmeraldas.

Enfocándonos en el tema de la Asociatividad y su influencia de las importaciones de las pequeñas y medianas empresas del sector modista del cantón Esmeraldas.

- ¿Cuál es el proceso que llevan a cabo para el proceso de importación?

La parte administrativa se encarga de estos procesos tomando en cuenta lo siguiente, la tela será escogida por diferentes factores tendencia en la actualidad, luego de eso se evalúa a los proveedores que se tomaran en cuenta para dicha transacciones

Para la evaluación de proveedores se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos:

- a. Información brindada por el proveedor
 - b. Cantidades mínimas por pedido
 - c. Calidad del producto
 - d. Costo por kilogramo
 - e. Costo del producto
 - f. Impuestos
- ¿De qué manera los procesos asociativos han podido mejorar a la organización?

Los procesos asociativos han hecho que se mantenga tanto tiempo en el mercado local, provincial, han mejorado a la organización y más allá de eso se han constituido legalmente acogándose a muchos beneficio por estar asociados, cuenta con una asociación consolidada que va estar mucho tiempo más en el mercado gracias a su organización.

- ¿De acuerdo a los procesos de importaciones las tasas arancelarias varían dependiendo de la materia prima que se importa cuál es su ventaja ante esto?

En los procesos de importaciones se toma mucho en cuenta las tasas arancelarias, impuesto entre otras cosas, nuestra ventaja ante esto es buscar el mejor precio y mayor calidad cotizando en diferentes países que se dedican a la venta al por mayor de textil, como es Colombia, Perú.

- ¿Cómo asociación de modista existe algún limite en las importaciones de telas para la fabricación de las prendas de vestir?

No existe ningún límite para importar, solo tener en cuenta los costos de estas transacciones.

- ¿Cree usted que la Asociatividad es una solución para las problemáticas identificadas en los comerciantes del cantón Esmeraldas?

Uno de los mayores problemas del cantón Esmeraldas es su falta de organización, esta asociación se ha sabido mantener gracias a un personal capacitado, las otras organizaciones tiene que tomar en cuenta mucho el criterio de sus socios para así poder tomar las mejores decisiones.

- ¿Cuál cree usted que es un efecto negativo que pueden percibir los participantes de un modelo de Asociatividad importadora?

No hay ningún efecto negativo en asociarse al contrario, estar asociado es estar legalmente constituido, mi recomendación para los próximos emprendedores y comerciante que se han participe de un modelo organizativo si queremos mantenernos fuerte en el mercado.

CONCLUSIONES

- El sector textil es un sector competitivo, dinamizado a la elaboración de prendas de vestir de exclusividad, la asociación cuenta con su propia clientela ya que llevan más de 25 años en el mercado lo cual permite reconocer este tipo de actividad económica productiva para el desarrollo del cantón Esmeraldas.
- Las asociaciones son gremios constituidos legalmente, las cual buscan su crecimiento y desarrollo a través de socios y apegándose a la Ley De Economía Popular Y Solidaria la cual brinda beneficio para este tipo de asociaciones, así mismo se acoge a préstamos que les permiten desarrollarse como asociación.
- La asociación textil afines a Esmeraldas, es una asociación dedicada a la elaboración de prendas de vestir exclusivas por ende, se dedica a lo que son las importaciones de materia prima textil, así mismo ellos buscan los proveedores que permitan llegar a un acuerdo con ellos, con precios accesibles para el mercado, importando y pagando sus obligaciones a la aduana para que esta materia prima pueda llegar al Ecuador
- Para culminar identificamos las necesidades que el sector textil le influye en su crecimiento y desarrollo, el sector textil en el cantón Esmeraldas, lleva más de 25 años en el mercado pero aún sigue sin cumplir las expectativas correspondientes a los años de trayectoria que este tiene, tomando en cuenta que es un sector exigente a las nuevas tendencias de la moda a nivel global, una de las necesidades y su carencia de un plan de comercialización que les permita dinamizar su ingresos para así invertirlos de una mejor manera, por ende desarrollaremos un plan de comercialización interno y externo que nos permita continuar y generar más ganancias

CAPITULO VI

PROPUESTA

TITULO DE LA PROPUESTA

Plan de comercialización de la Asociación de modista afines de Esmeraldas.

6.1 OBJETIVOS

6.1.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de comercialización de la Asociación de textil afines de Esmeraldas.

6.1.2 OBJETIVO ESPECIFICOS

- Definir los aspectos teóricos sobre propuestas de plan de comercialización
- Establecer un plan de comercialización de la asociación de textil afines de Esmeraldas.
- Definir el presupuesto e impactos de la propuesta para la Asociación de textil afines del cantón Esmeraldas

6.2 DESCRIPCIÓN DE LA ASOCIACIÓN

La Asociación de textil afines de Esmeraldas se dedica a la venta y comercialización de prendas de vestir, diseñadas exclusivamente como el cliente la requiere, es de decir a su gusto, a sus tallas y a su medida, esta organización también se dedica a la elaboración de uniformes y equipos de mantenimiento ya sea para la empresa privada o para las entidades públicas, siendo así ganadores de concursos para confección en catálogos inclusivos.

6.3 BENEFICIARIOS

Los beneficiarios directos es la asociación textil afines de Esmeraldas ya que contará con un plan de comercialización que les permitirá dinamizar sus estrategias de ventas y poder generar más ingresos y de esta manera podrá abrirse mercados más competitivos que les permita posicionarse en los mismos.

6.4 JUSTIFICACIÓN

De acuerdo con la presente propuesta la Asociación de textil afines de Esmeraldas fortalecerá sus ingresos y sus ventas, ya que contará con un plan de comercialización que será beneficioso para la asociación, es gran importancia para este gremio contar con un plan de comercialización,

así podrá captar más clientes y visualizar sus debilidades y fortalezas en este mercado competitivo.

Tabla 15

ESQUEMA DE LA PROPUESTA DEL PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Parámetro	Estrategia	actividades
Presentación en general	<p>El tipo de estrategia por el cual la asociación se siente identificada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actitud: son marcas que representan el esfuerzo, el honor, la victoria y la implicación. Tienen una actitud y Espíritu de ganador. • Mensaje: “lucha por tus sueños y ten mente ganadora. El esfuerzo tiene su recompensa” • Atributos: son modelos que transmiten motivación, esfuerzo, disciplina, triunfo, competencia. • Colores predominantes: gris, negro, azul y rojo, principalmente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de una nueva imagen corporativa por parte de expertos en publicidad. • Aplicación de los colores corporativos a los avisos y etiquetas. • Aplicación del diseño la página web y redes sociales • Informarse y presentarse en: Ministerio de Economía Social y Solidaria. • Informarse y aplicar al programa: Importa Ecuador, Primero Ecuador y importa Fácil del Ministerio de comercio Exterior.
Relación costos beneficios		<ul style="list-style-type: none"> • Iniciar campaña de publicidad por medios de comunicación • Realizar presentación de la marca a través de

		una rueda de prensa y agasajo a los medios.
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación e Información acerca de los productos del sector modista. 	<ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones promocionales (artículos de prensa, entrevistas en radio y tv).
Servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de ventas 	<ul style="list-style-type: none"> • Estructurar un plan de ventas para la ciudad de Guayaquil dirigido en dos sentidos • Ventas al mayor a empresas con máximo 30 días de crédito. • Ventas al detal a través de catálogos de ventas.

El plan de comercialización es la herramienta básica de gestión que toda empresa que quiera ser competitiva en el mercado debe utilizar. En el marketing, como en cualquier actividad gerencial, la planificación constituye un factor clave para minimizar riesgos y evitar el desperdicio de recursos y esfuerzos. En este sentido, el plan de comercialización se torna imprescindible, ya que proporciona una visión clara de los objetivos que se quieren alcanzar y, a la vez, informa de la situación en la que se encuentra la empresa y el entorno en el que se enmarca. Esto permite definir las estrategias y acciones necesarias para su consecución en los plazos previstos, tal como afirma (Baros, 2018).

Del mismo modo, el plan de comercialización es un documento escrito en el que de una forma estructurada se definen los objetivos comerciales a conseguir en un periodo de tiempo determinado y se detallan las estrategias y acciones que se van a acometer para alcanzarlos en el plazo previsto.

Utilizando un símil cinematográfico, el plan de marketing es el guion de la película, pues permite saber qué es lo que tiene que hacer y decir cada actor (personal del departamento de

marketing) en cada momento. Su elaboración no es un trabajo puntual y administrativo, sino que requiere de un proceso previo de estudio, reflexión y toma de decisiones.

El objeto de análisis de un plan de comercialización puede ser muy diverso:

Un producto, una marca o una línea de producto concreta de una empresa (plan de marketing de producto). Puede aplicarse tanto para el caso de un producto que ya existe en el mercado como para el lanzamiento de un nuevo producto.

El plan de comercialización debe partir de una investigación exploratoria dirigida a analizar la situación actual del objeto de análisis, tanto en lo que se refiere a aspectos internos (análisis interno) como a aspectos de su entorno (análisis externo). Para organizar correctamente este proceso de análisis, es recomendable seguir las siguientes etapas: Determinación de las Variables a Analizar: En esta etapa debemos reflexionar sobre qué información es relevante para conocer la situación actual, evolución en los últimos años y perspectivas de futuro del objeto del plan de marketing. (Laínez, 2017)

PROPUESTA GRÁFICA DE LA PROPUESTA

Logo



Slogan

“Hecho a tu medida”

Publicidad



Estrategia publicitaria



Capacitación a Socios, Administrativos y personal de ventas.



Tabla 16

ESQUEMA DE PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE MODISTA AFINES DE ESMERALDAS.

ITEM	CONCEPTO	VALOR
	COMERCIALIZACIÓN	
1	Estudio de mercado (diseños de última tendencia).	\$300,00
2	Estrategia de publicidad.	\$200,00
3	Campaña por medios de comunicación	\$250,00
	COMUNICACIÓN	
1	Evento de lanzamiento de nuevos modelos exclusivos	\$600,00
2	Capacitaciones a socios.	\$150,00
3	Capacitaciones para zona administrativa y venta.	\$250,00
TOTAL		\$1.750,00

BIBLIOGRAFÍA

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR. (2021). *Cantidad de productos importados*.

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información,. (2019). Importación de equipos tecnológicos.

Academia de Consultores. (2019). PROCESOS DE VENTAS. *ACADEMIA DE CONSULTORES*.

aduanas, s. n. (2020). importaciones .

Alcívar, S. M. (2015). Ingeniera en Comercio Exterior. *Estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de jean con calidad de exportación en la ciudad de Esmeraldas como fomento al desarrollo de la industria textil ecuatoriana*. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, SEDE ESMERALDAS., Esmeraldas. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/609/1/ALCIVAR%20SOSA%20MARIA%20JOSE.pdf>

Amboya, L. G., & Muñoz, S. M. (2018). Ingeniero en finanzas. *Propuesta de un Plan para la pequeña empresa "El Lojanito" ubicada en la provincia de Pichincha , parroquia rural Conocoto, Valle de los Chillos al sur- este del Cantón Quito periodo 2018-2022*. Universidad Central del Ecuador, Quito.

Andrade Garrido, G. M. (2017). incidencia del Impuesto a la Salida de Divisas en el Sector Importación de Vehículos en el Ecuador. *Bachelor's*.

Artedia, A. Y. (2018). *Orientaciones Estratégicas*. México.

Artedia, A. Y. (2018). *Orientaciones Estratégicas*. México.

Ascex Logic. Asesoría en Comercio Exterior y Logística. (2021). *Agencia de Aduana*. Obtenido de Importaciones a Ecuador: ¿Qué tendencias hay en el 2021?: <https://ascexlogic.com/importaciones-a-ecuador/>

Avellaneda, P. J. (2017). Asociatividad comercial.

B leader. (2018). *Gropo Zona México*. Obtenido de Diagnóstico comercial, Micro, Pequeña, y Mediana Empresa: https://0201.nccdn.net/1_2/000/000/18a/2fb/Diagn--stico-Comercial-2018.pdf

Banco Central del Ecuador. (2010). *La economía ecuatoriana luego de 10 años de dolarización*. Obtenido de Dirección General de Estudios: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Dolarizacion/Dolarizacion10anios.pdf>

Baros, G. (2018). Plan de comercializacion . *Marketing Plus*.

Bello, E. (agosto de 2020). *E-COMMERCE Blog*. Obtenido de Qué es un Ecommerce y cómo crear tu propio comercio electrónico: <https://www.iebschool.com/blog/comercio-online->

ecommerce/#:~:text=Formaci%C3%B3n%20en%20ecommerce-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20ecommerce%3F,trav%C3%A9s%20de%20las%20redes%20sociales.

- Calderón, Á., Dine, M., & Stumpo, G. (Diciembre de 2016). *Los desafíos del Ecuador para el cambio estructural con inclusión social*. Obtenido de CEPAL: https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/40863/S1601309_es.pdf
- Calvas, A. (16 de Agosto de 2016). *Comercio Exterior Ecuatoriano hasta 1859*. Recuperado el 20 de septiembre de 2021, de Blog Comercio Exterior Ecuatoriano hasta 1859: <http://historiaycienciasociales2do.blogspot.com/2016/08/comercio-exterior-ecuatoriano-hasta-1859.html>
- Cámara de Comercio. (2018). El impacto de las salvaguardias sobre la producción en el Ecuador. Departamento de Investigación y Proyectos. *INVESTIGACION Y PROYECTO VOL 21*, 205-216.
- Carló del Vecchio, T. N. (2018). Ingeniero en comercio exterior. *Estudio de caso: Análisis de la planificación estratégica de las Mipymes en la ciudad de Esmeraldas*. Pontífica Universidad Católica del Ecuador, sede Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1486/1/CARL%C3%93%20DEL%20VECCHIO%20TAMI%20NICOLE%20.pdf>
- CEPAL. (2021). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Revista Cepal*. Obtenido de Innovación, Ciencia y Tecnología: <https://www.cepal.org/es/temas/innovacion-ciencia-tecnologia>
- Chauveli, S. (2013). teorías de producción.
- Chauveli, S. (2013). teorías de producción.
- Chila, G. M. (2014). Ingeniería en Comercio Exterior. *Manual de procedimientos para la importación de vehículos para personas discapacitadas, por el Puerto Comercial de Esmeraldas*. Pontífica Universidad Católica del Ecuador. Repositorio Digital PUCESE, Esmeraldas, Ecuador. Recuperado el 21 de septiembre de 2021, de <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/136>
- Código de Comercio. (29 de mayo de 2019). Registro Oficial. Suplemento 497. *Artículos del Código de Comercio*. Quito, Ecuador: Asamblea Nacional República del Ecuador. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI. (21 de agosto de 2018). *Registro Oficial Suplemento 351 de 29-dic.-2010*. Obtenido de Asamblea General: <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

- CruzI, Y. R., & Molina, M. P. (2020). toma de decisiones organizacionales. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud (ACIMED)*.
- CruzI, Y. R., & Molina, M. P. (2020). Toma de decisiones organizacionales. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud (ACIMED)*.
- Delgado, O. R. (2019). Impacto de las importaciones no petroleras desde China, en la balanza comercial del Ecuador, período 2013-2017. *INNOVA*.
- Doe, J. (19 de julio de 2018). *Academia de Consultores*. Obtenido de Qué es el proceso de ventas y cuáles son sus fases: <https://academiadeconsultores.com/proceso-de-ventas/>
- EMPÍRICA, Centro de aplicaciones económicas. (21 de agosto de 2021). *Regulación Económica y Defensa de la Competencia*. Obtenido de <https://empirica.do/capacitacion/economia/regulacion-economica-y-defensa-de-la-competencia>
- Eolivier. (21 de agosto de 2018). *Emprendedores y Negocios*. Obtenido de PYMES: Qué son y cuál es su importancia?: <https://emprendedoresynegocios.com/pymes-que-son/>
- ERAS, M. A. (2016). *Alcances y límites de la capacidad asociativa de las empresas públicas*. QUITO ECUADOR .
- Estupiñán, O. B. (2015). Magister en Administración de empresas, mención Planeación. *Evaluación de la gestión administrativa de la distribuidora de agua FontBella en el cantón Atacames*. Pontífica Universidad Católica del Ecuador, Esmeraldas, Ecuador. Recuperado el 21 de Septiembre de 2021, de <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/430>
- EXTERIOR, C. (2020). *SUBPARTIDAS ARANCELARIAS* .
- Fernández-Balaguer, G. (2017). plan de ventas.
- Flores, O. A., & González, S. J. (2015). Ingeniería en negocios internacionales. *La importancia de la asociatividad para generar una alianza estratégica con la institución SEBRAE para la incursión de las MIPYMES colombianas en el mercado brasilero*. Universidad Piloto de Colombia, Colombia. Obtenido de La importancia de la asociatividad para generar una alianza estratégica con la institución SEBRAE para la incursión de las MIPYMES colombianas en el mercado brasilero
- Galeno, M. (2017). ASOCIATIVIDAD. UNA ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO DE LAS PYMES. *ESCUELA ECONOMICA*.
- García, C. (16 de julio de 2021). *Situación o realidad económica del Ecuador*. Scribid. Obtenido de Derecho Económico y Financiero: <https://es.scribd.com/document/516132073/Situacion-o-realidad-economica-del-Ecuador>

- García, I. (8 de noviembre de 2017). *Economía simple net*. Obtenido de Definición de Importación: <https://www.economiasimple.net/glosario/importacion>
- García, I. (2017). La definición de internacionalización. *Economía simple*.
- García, S. F. (2007). Derecho de los consumidores a la información. Una aproximación a la publicidad engañosa de México. *Rev. de los investigadores del Instituto de Investigaciones Jurídicas U.V.*(16), 317-322. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5173972>
- García, V. O. (2007). La cultura y su interpretación desde la perspectiva de la cultura organizacional. *Pensamiento y Gestión*(22). Recuperado el Septiembre de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64602204.pdf>
- González, D. (11 de septiembre de 2020). *¿Cuáles son los Productos que Importa Ecuador?* Obtenido de Ecuadorec.com: <https://ecuadorec.com/cuales-son-los-productos-que-importa-ecuador/>
- Grueso, M. P., Gómez, J. H., & Garay, L. (noviembre de 2009). *Documento de Investigación N° 44. Universidad del Rosario*. Obtenido de Proceso de asociatividad empresarial: aproximaciones conceptuales e impacto económico, social, y organizacional: https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3783/BI_44_5_2_10.pdf?sequence=5
- GUTIERREZ, M. (2018). ROE . *ECONOMIA PLUS*.
- Herrera, G., & Quispe, M. Z. (2014). Licenciatura en Bibliotecología y Ciencias Informáticas. *“PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING DE PRODUCTOS Y SERVICIOS: Caso Museo de arte "Antonio Paredes"*. Universidad Mayor Pccensis Divi Andre, La Paz, Bolivia.
- Huayamave, G. (2014). LA SUSTITUCIÓN DE IMPORTACIONES COMO POLÍTICA PARA ALCANZAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL ECUADOR. CASO DE ESTUDIO: ECUADOR – COREA DEL SUR (1950 – 2013) ANÁLISIS COMPARATIVO DE SU COMERCIO EXTERIOR. *Gaceta Sansana*.
- Hurtado, S. (2018). Comercio Internacional Aspectos generales.
- ICESI. (2013). *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacional y el Muisca Negociación Internacional*. Obtenido de WordPress.org: <https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/09/26/oportunidades-comerciales/>
- INEC. (2010). POBLACIÓN CANTON ESMERALDAS . *INEC*.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) . (2018). *Gestión Asociativa*. Obtenido de Programa de fortalecimiento de capacidades agroempresariales y asociativas: <http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7127/BVE18040228e.pdf;jsessionid=4DDF6D3E0614C1357338BF0610689E9A?sequence=1>

- Iso Tools Excellence. (24 de agosto de 2017). *Blog corporativo*. Obtenido de Cómo usar herramientas de control de calidad para mejorar su SGC:
<https://www.isotools.cl/herramientas-de-control-de-calidad/>
- Kiziryán, M. (2015). importaciones . *economipolis*.
- Kiziryán, M. (febrero de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Importación:
<https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>
- Laínez, M. &. (2017). Plan de Negocios para la Asociación Artesanal De Sastres Y Modistas .
- Lana, -r. A. (2008). La Administración Estratégica como Herramienta de Gestión. *Rev. Científica Visión del futuro*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935469001.pdf>
- León, B. C. (2011). ingeniera en sistemas. *Diseño de una planificación estratégica para la empresa Reprodata Cía Ltda. dedicado a la reparación y mantenimiento de equipos de copiados e impresión (impresoras multifuncionales) marca Lexmark de la ciudad de Quito*. Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.
- LEY DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA. (2018). *MIES. Ministerio de Inclusión Económica y Social*. Obtenido de De las Formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria:
https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/Ley_de_la_economia_popular_y_solidaria_ecuador.pdf
- LEY ORGÁNICA DE ADUANAS. (26 de noviembre de 2003). *Registro Oficial. Suplemento 219*. Obtenido de Comisión de Legislación y Codificación:
http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2_ecu_anexo30.pdf
- Ley Orgánica de Economía Popular. (23 de octubre de 2018). *Ley 0 Registro Oficial 444 de 10-may.-2011*. Obtenido de www.seps.gob.ec:
<https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>
- Liendo, G. M., & Martínez, M. A. (Noviembre de 2016). *Instituto de Investigaciones Económicas, Escuela de Economía*. Obtenido de Asociatividad, una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las PYMES:
https://www.fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuartas/Liendo,%20Martinez_asociatividad.pdf
- López, Á. M., & Rulfo, M. S. (2019). LICENCIADO EN RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES. “*ANTEPROYECTO DE EXPORTACIÓN DE MANGO ATAULFO DESHIDRATADO*”. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO, México.
- López, J. F. (01 de diciembre de 2018). *Economipedia.com*. Obtenido de Comercio Internacional: <https://economipedia.com/definiciones/comercio-internacional.html>

- Medeiros, V., Goncalves, G. L., & Camargos, T. E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: Un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista Cepal*(129).
Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf
- MESIAS, R. (2019). *El acuerdo comercial de Ecuador con la Unión Europea* .
- Ministerio de Comercio Exterior. (2021). *cantidad de productos importados*.
- Montoya, A. C., & Boyero, S. M. (2016). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *Rev. Científica Visión de futuro*, 20(2), 1-20. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357947335001.pdf>
- Mosquera, A. A. (2020). Ingeniero en Comercio Exterior. *Analisis de la incidencia del acuerdo comercial Ecuador-UE en la variación de la importación de vehículos de turno referenciado al eriodo 2008-2018*. Pontifica Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador. Recuperado el 22 de septiembre de 2021, de <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/2055>
- Moyón Allauca, M. I. (2017). Las importaciones del sector manufacturero y su incidencia en la balanza comercial del ecuador, período 2000-2015. *Gaceta Sansana*.
- Paéz, G. (5 de mayo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Control Aduanero: <https://economipedia.com/definiciones/control-aduanero.html>
- Pérez de León, J. (2021). *Course Hero. Universidad Rafael Landivar*. Obtenido de En.docx- En mercadotecnia un producto es una opción...: <https://www.coursehero.com/file/25786692/Endocx/>
- PEREZ, C. (2006). *La modernización industrial en América Latina y la herencia de la sustitución de importaciones(COMERCIO EXTERIOR)*. MEXICO : BITEEX.
- Pérez, S. F. (2020). Asociatividad empresarial: Estrategia para la competitividad de las PYMES en el Ecuador. *Eruditus*, 1(2), 39-52. Obtenido de <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re/article/view/308>
- Power Data. (2021). *Big Data: ¿En qué consiste? Su importancia, desafíos y gobernabilidad*. Obtenido de <https://www.powerdata.es/big-data>
- Question Pro. (mayo de 2020). *Qué es un estudio de mercado*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>
- Rodríguez Flores, A. M. (2016). Plan asociativo aplicado a las modistas .
- Rodríguez, d. P., & Cervilla, R. M. (2019). Estrategias y Organizaciones. *Innovar Journal*, 30(77), 107-122. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/818/81866068009/html/>
- Rodríguez, V. M. (14 de abril de 2017). *Organizaciones solidarias*. Obtenido de La estructura organizativa y participativa de una empresa asociativa y solidaria:

<https://silo.tips/download/la-estructura-organizativa-y-participativa-de-una-empresa-asociativa-y-solidaria>

Roldán, P. N. (26 de mayo de 2017). *Economipedia.com*. Obtenido de Comercio exterior: <https://economipedia.com/definiciones/comercio-exterior.html>

Romero, O., & Correa, H. (2018). Plan de negocio. Un enfoque práctico en el sector comercio. *Repositorio UTM*, 1-22. Recuperado el 21 de septiembre de 2021, de Repositorio de la UTM. Recuperado de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12497/4/PlanDeNegociosUnEnfoquePracticoEnElSectorcomercio.pdf>

Sanchez Baquerizo, M. I. (2009). El rol del comercio internacional en el crecimiento económico del Ecuador: antecedentes y perspectivas. *Comercio Internacional*.

Santillán Túquerres, Y. A. (2015). Las Licencias de Importación y su incidencia en la Comercialización de Vehículos en Ecuador. *Importaciones comercializacion*.

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (2021). *Servicios para OCEs*. Obtenido de Régimenes aduaneros: <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>

solidaria, Ley de economía popular y. (2020). normas legales.

SUR, DATA. (2019). *INFORME DE LAS EMPRESAS IMPORTADORAS LIDERES*.

SUR, DATA. (2019). *INFORME DE LAS EMPRESAS IMPORTADORAS LIDERES*.

Tayo, S. K. (2018). Economista. *ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DEL SECTOR TEXTIL EN LA ECONOMÍA NACIONAL. PERIODO 2013-2017*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/34513/1/SILVA%20TAYO.pdf>

Vélez, B. I. (2018). Asociatividad empresarial y liderazgo ambidiestro como generadores de innovación. *Dialnet*.

APÉNDICES

APÉNDICE 1



APÉNDICE 2



PRESIDENTA DE LA ASOCIACION DE TEXTIL AFINES DE ESMERALDAS

APÉNDICE 3



ENCUESTA DIRIGIDA A LA ASOCIACIÓN DE MODISTAS PROFESIONALES Y AFINES DE ESMERALDAS

Objetivo: Analizar la Asociatividad y su influencia en las importaciones de las pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del sector modista del cantón Esmeraldas.

1. ¿Cuál fue la razón para adherirse a la asociación?

- a) Trabajar de alguna manera
- b) Formar una empresa
- c) Ser más competitivo
- d) Tener beneficios como asociación.
- e) Otra

2. ¿Usted piensa que la Asociatividad le trajo ventajas en?

- a) Ingresos altos
- b) Comprometimiento de capital
- c) Expansión de mercado
- d) Ninguna

3. ¿Hace cuánto tiempo es usted miembro de la asociación?

- a) De 1 a 3 año
- b) De 4 a 7 años
- c) De 8 a 10 años
- d) Más de 10 años

4. ¿Ha participado en capacitaciones para mejorar la gestión asociativa?

- a. Si
- b. No

En caso de responder afirmativamente a esta pregunta pasa a las pregunta número 5.

5. ¿En qué organismo le han brindado capacitaciones?

- a) Instituto de Economía Popular y Solidaria – IEPS
- b) Cámara de Economía Popular Y Solidaria.
- c) GAD Cantonal o GAD Provincial (Municipio y / Prefectura)
- d) Otros, ¿Cuál ? _____

6. ¿Cuál de los siguientes cursos de capacitación considera que permitirá mejorar su Asociatividad?

- A. Emprendimiento
- B. Servicio al cliente
- C. Contabilidad
- D. Administración
- E. Importación de maquinarias y equipos
- F. Otra, cuál: _____

7. ¿Han recibido créditos para las importaciones de maquinarias y equipos o insumos en la asociación?

- a) Si
- b) No

En caso de responder afirmativamente a esta pregunta pasa a las pregunta número 8.

8. De las siguientes opciones seleccione las opciones correspondiente a las créditos para importaciones.

- a) Crédito con bancos tradicionales
- b) Crédito con entidades relacionadas con microcréditos
- c) Prestamos informales con pagos diarios
- d) Otros. Cuales _____

9. ¿cuentan con un área específica para los procesos de importaciones?

- a) Si

b) No

10. ¿Cuáles son sus principales proveedores de telas para los diseños modistas?

- a) Colombia
- b) Perú
- c) Chile
- d) Otros países de la región Latinoamérica
- e) Otros países a nivel de Europa y Estados Unidos

11. ¿Cómo socio de la asociación de modista cuanto usted conoce de los procesos de importaciones de la asociación?

- a) Escasamente
- b) Suficiente
- c) insuficiente

¡Gracias!

APÉNDICE 4



PREGUNTAS DIRIGIDA A LA REPRESENTANTE LEGAL DE LA ASOCIACIÓN DE MODISTA AFINES DE ESMERALDAS.

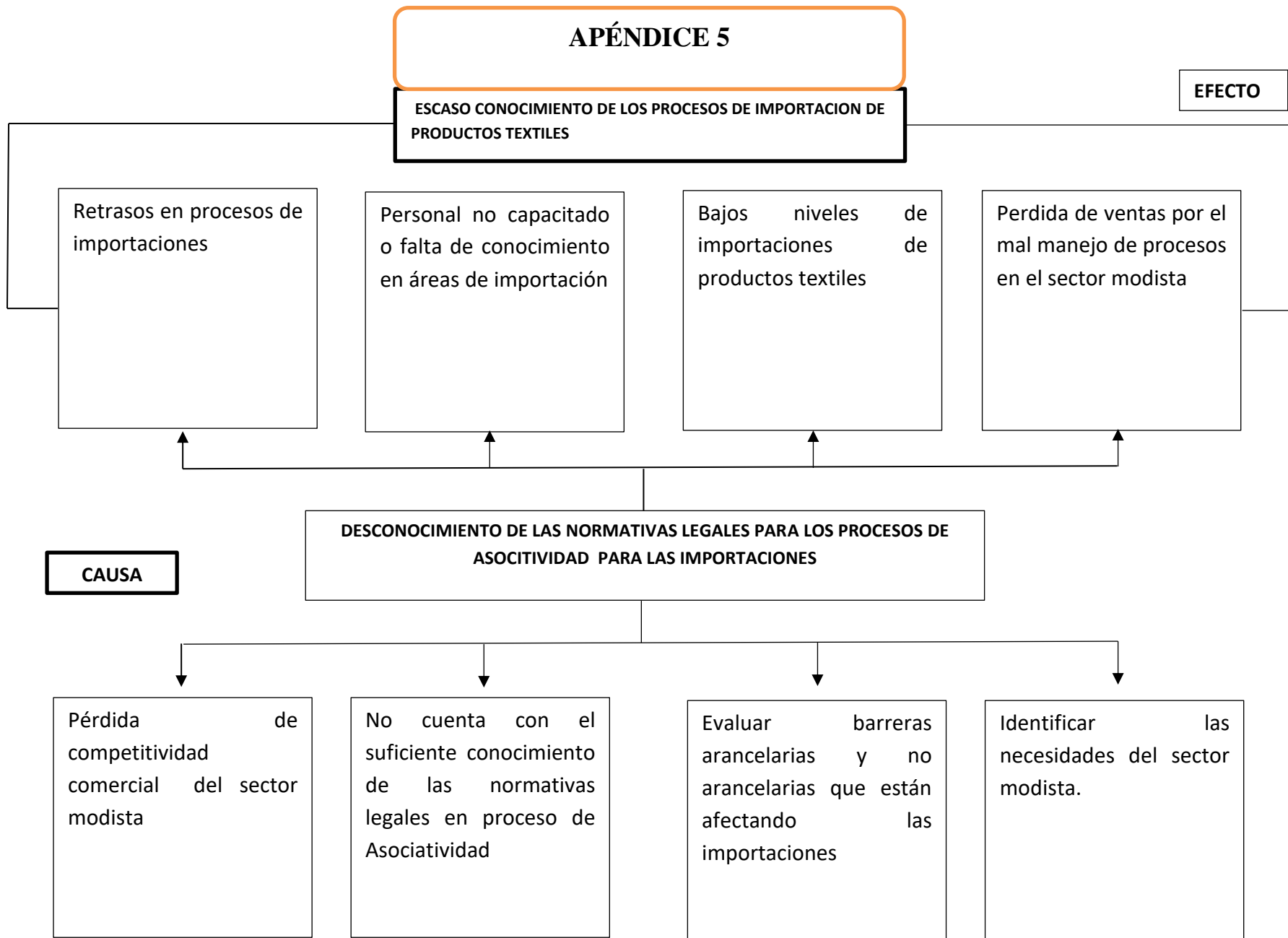
Enfocándonos en el tema de la Asociatividad y su influencia de las importaciones de las pequeñas y medianas empresas del sector modista del cantón Esmeraldas.

- ¿Cuál es el proceso que llevan a cabo para el proceso de importación?
- ¿De qué manera los procesos asociativos han podido mejorar a la organización?
- ¿De acuerdo a los procesos de importaciones las tasas arancelarias varían dependiendo de la materia prima que se importa cuál es su ventaja ante esto?
- ¿Cómo asociación de modista existe algún limite en las importaciones de telas para la fabricación de las prendas de vestir?
- ¿Cree usted que la Asociatividad es una solución para las problemáticas identificadas en los comerciantes del cantón Esmeraldas?
- ¿Cuál cree usted que es un efecto negativo que pueden percibir los participantes de un modelo de Asociatividad importadora?

¡Gracias!

APÉNDICE 5

88



88