



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TÍTULO:
LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES DEL
SECTOR TEXTIL DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**AUTORA:
Macías Vaca, Lunnie Génesis**

**Trabajo de Titulación
Previo a la Obtención del Título de:
INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TUTOR:
Ing. Humberto Mancero M. Ms.c.**

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
CARRERA: GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Macías Vaca, Lunnie Génesis** como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional.

TUTOR

Ing. Humberto Mancero Mosquera, Ms.c.

REVISOR(ES)

Eco. Terry Chistiansen Zevallos

Lcda. Isabel Pérez Jiménez, MGed.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Dr. Alfredo Govea Maridueña

Guayaquil, a los 22 del mes de enero del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
CARRERA: GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Lunnie Génesis Macías Vaca

DECLARO QUE:

El Trabajo de **Titulación La internacionalización de las Pymes del sector textil de la ciudad de Guayaquil** previa a la obtención del Título **de Ingeniería en Gestión Empresarial internacional**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 22 del mes de enero del año 2014

LA AUTORA

Lunnie Génesis Macías Vaca



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
CARRERA: GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN

Yo, Lunnie Génesis Macías Vaca

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **La internacionalización de las Pymes del sector textil de la ciudad de Guayaquil** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 22 del mes de enero del año 2014

LA AUTORA:

Lunnie Génesis Macías Vaca

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme culminar mi etapa estudiantil con la obtención de mi título profesional, a mis padres por el esfuerzo y apoyo brindado durante el transcurso de mi vida y finalmente agradezco a mi familia, amigos y maestros por su constante presencia en el transcurso de esta etapa de mi vida

Lunnie Génesis Macías Vaca

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres que son el eje de mi vida, su sacrificio, constancia y esfuerzo me han llevado a ser la persona que soy, este logro es para Ustedes

Lunnie Génesis Macías Vaca

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN.....	xv
SUMMARY	xvii
CAPITULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1. La internacionalización de las Pymes del sector textil de la ciudad de Guayaquil	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Pregunta	2
1.3. Objetivo General.....	2
1.4. Objetivos Específicos	3
1.5. Justificación.....	3
1.5.1. Ámbito Económico	3
1.5.2. Ámbito Social	3
1.5.3. Ámbito Académico	4
1.5.4. Ámbito Profesional	4
1.6. Metodología de la Investigación	4
1.6.1. Hipótesis	4
1.6.2. Metodología.....	4
1.6.2.1. Método	4
1.6.3. Tipo de investigación	5

1.6.4.	Variables.....	5
CAPITULO II		6
2.	Fundamento Teórico.....	6
2.1.	Marco Referencial	6
Desarrollo de las PYMES en el mundo		6
2.1.1.	Las Pymes en el Mundo.....	6
2.1.2.	Internacionalización de las Pymes	8
2.1.3.	Proceso de internacionalización	9
2.1.3.1.	Objetivos.....	9
2.1.3.2.	Globalización.....	10
2.1.3.3.	Comercio Exterior/ Importación y Exportación	11
2.1.3.4.	Investigación, Desarrollo e Innovación	12
2.2.	Marco teórico	15
Teorías de internacionalización de las Pymes		15
2.2.1.	Teoría Uppsala	15
2.2.2.	Teoría de las nuevas empresas internacionales.....	16
2.2.3.	Teoría de redes	18
2.2.4.	Teoría del Ciclo de Vida.....	19
2.3.	Marco Conceptual	20
Las Pymes en la industria Textil		20
2.3.1.	Pymes del sector Textil	20
2.3.2.	Productividad	22
2.3.3.	Fuerza Laboral.....	24
2.3.4.	Tecnología de Información y Comunicación TICs	25
2.3.5.	Calidad total	26
2.4.	Marco Legal.....	28

Marco legal de las PYMES en Ecuador.....	28
2.4.1. Código de Producción	28
CAPITULO III	30
Analizar el sector textil del Ecuador	30
3. Análisis del Sector Textil	30
3.1. Tipos de Textiles	31
3.1.1. Hilado	31
3.1.2. Tejidos.....	33
3.1.3. Prendas de Vestir.....	34
3.1.4. Lencería de Hogar	37
3.2. Evolución de Volumen de Exportaciones e importaciones.....	38
3.2.1. Análisis de Importaciones	40
3.2.2. Análisis de Exportaciones.....	44
3.3. Análisis por Bloques Económicos.....	49
3.3.1. Importaciones	49
3.3.2. Exportaciones	50
CAPITULO IV.....	53
Identificar los factores que no permiten la internacionalización de las Pymes del sector textil de Guayaquil.....	53
4. Evaluación de resultados de encuestas a las PYMES del sector textil de la ciudad de Guayaquil	53
4.1. Resultados de la Encuestas	54
4.1.1. Actividades del Sector textil de Guayaquil	54
4.1.2. Nivel de Internacionalizacion.....	55
4.1.3. Sector textil preparado para la Internacionalización.....	57
4.1.4. Factores internos que no permiten la internacionalización de las Pymes del sector textil	58

4.1.4.1.	Altos costos de Producción	60
4.1.4.2.	Inexperiencia de Operaciones.....	60
4.1.4.3.	Falta de Capacitación de los empleados.....	60
4.1.4.4.	Falta de Implementación de Tecnología.....	61
4.1.4.5.	Falta de maquinaria	61
4.1.5.	Factores Externos que no permitan la internacionalización de las Pymes.....	61
4.1.5.1.	Financiamiento	62
4.1.5.2.	Desconocimiento de Procesos de Exportación.....	63
4.1.5.3.	Competencia	64
4.1.5.4.	Falta de Contactos Externos	64
4.1.6.	Incentivos por partes del sector público para las PYMES	65
4.1.6.1.	Fondepyme	66
4.1.6.2.	Exportapyme	67
4.1.6.3.	Mercados de Valores para Pymes	67
4.1.6.4.	Código de la Producción	67
4.1.6.5.	Corporación Financiera Nacional CFN	68
4.1.7.	Capacitación para PYMES	69
4.1.8.	Asociación de PYMES.....	70
CAPITULO V.....		71
5.	Beneficios de la Internacionalización	71
5.1.	Economías de Escala (Crecimientos).....	74
5.2.	Adquisición de Recursos (Tecnologías)	76
5.2.1.	Tecnología de la Información	76
5.2.2.	Maquinaria.....	77
5.3.	Diversificación de Riesgos.....	78
5.4.	Know how y Good will	79

5.5.	Generación de Empleo.....	81
5.6.	Contribución al PIB	82
	CONCLUSIONES.....	84
	RECOMENDACIONES	85
	BIBLIOGRAFÍA.....	86
	ANEXO.....	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Exportaciones de Algodón	32
Tabla 2 Tipo de Tejidos.....	33
Tabla 3 Numero de establecimientos en prenda de vestir	36
Tabla 4 Exportaciones Ecuatorianas de Prendas de vestir.....	37
Tabla 5 Importaciones sector textil 2000-2010.....	41
Tabla 6 Importaciones por tipo de Producto 2011	42
Tabla 7 Importaciones de Bienes textiles 2012.....	43
Tabla 8 Exportaciones sector textil 2000-2010	44
Tabla 9 Exportaciones por tipo de producto 2011	45
Tabla 10 Principales países de destino de las exportaciones ecuatorianas de textiles y confecciones	47
Tabla 11 Exportaciones de Bienes textiles 2012	48
Tabla 12 Importaciones por Bloque Economico.....	49
Tabla 13 Exportaciones por Bloque Económico	51
Tabla 14 Actividad del Sector Textil.....	54
Tabla 15 Producción Nacional	55
Tabla 16 Producción Internacional.....	56
Tabla 17 Internacionalización de PYMES del Sector textil.....	58
Tabla 18 Factores no internacionalización factores internos	59
Tabla 19 No internacionalización Factores Externos	62
Tabla 20 Incentivos del Gobierno.....	65
Tabla 21 Asociación de PYMES.....	70
Tabla 22 Balanza Comercial Textil 2000-2013.....	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Empleo que generan las PYMES de America.....	7
Gráfico 2 Establecimientos que invierten en Investigacion y desarrollo	15
Gráfico 3 Composicion de las PYMes y sus ingresos por sector economico(2012)	21
Gráfico 4 Hilado.....	31
Gráfico 5 Destinos de las exportaciones ecuatorianas de algodón	32
Gráfico 6 Tejidos	34
Gráfico 7 Prendas de vestir Gráfico 8 Prendas de vestir 2.....	35
Gráfico 9 Lenceri de Hogar.....	37
Gráfico 10 Principales Paises Exportadores de textiles	38
Gráfico 11 Principales productos textiles exportados desde Ecuador	39
Gráfico 12 Importaciones Totales del Sector Textil 2000 – 2010.....	41
Gráfico 13 Importaciones de Bienes Textiles por tipo de Producto 2011	42
Gráfico 14 Exportaciones totales sector textil 2000-2010	45
Gráfico 15 Exportaciones de Bienes Textiles por tipo de producto 2011	46
Gráfico 16 Exportaciones de bienes textiles por Bloque Economico.....	50
Gráfico 17 Exportaciones de Bienes textiles por Bloque Economico	51
Gráfico 18 Exportaciones de Bienes textiles por tipo de producto.....	52
Gráfico 19 Actividad del Sector Textil	55
Gráfico 20 Producción Nacional	56
Gráfico 21 Producción Internacional	57
Gráfico 22 Internacionalización de PYMES del Sector Textil	58
Gráfico 23 Factores Internos	59
Gráfico 24 Factores Externos.....	62
Gráfico 25 Fuentes de Financiamiento.....	63

Gráfico 26 Incentivos del Gobierno	65
Gráfico 27 FONDEPYME.....	67
Gráfico 28 EXPORTAPYME.....	67
Gráfico 29 Código de la Producción	68
Gráfico 30 Programa de Fomento Productivo	68
Gráfico 31 Capacitación para Pymes.....	69
Gráfico 32 Asociaciones de Pymes Textil.....	70
Gráfico 33 Balanza Comercial 2000-2013	73
Gráfico 34 Principales destinos de las exportaciones de sector textil	74
Gráfico 35 Aporte del PIB por Industria (Promedio 2000-2011).....	82

RESUMEN

Las Pequeñas y medianas empresas denominadas PYMES, son consideradas como motores del desarrollo económicos en todo el mundo. Generadoras de empleo, innovación y producción han logrado su desarrollo mediante esfuerzo y perseverancia en los mercados locales e internacionales demostrando que su tamaño no es impedimento para obtener resultados positivos dentro de las economías emergentes.

En la actualidad los mercados internacionales se han vuelto más exigentes al momento de demandar productos y servicios de calidad, haciendo que las empresas se vuelvan más competitivas para ganar mercados externos. Las PYMES se enfrentan a la problemática de las internacionalización, a pesar de su desarrollo en el mundo, resulta un reto llegar a nuevos mercados, ya que esto implica asumir un riesgo que puede ser una oportunidad para expandir sus actividades o que puede repercutir de manera económica a sus actividades locales.

En Ecuador existen alrededor de 16 mil PYMES de diferentes sectores económicos de los cuales destacan el sector comercial, sector de servicios y el sector manufacturero. Solo el 6% del Total de PYMES tienen un alcance internacional, lo cual afirma la Problemática de internacionalización que existe para estas empresas. La falta de implementación de Tecnología, capacitación, financiamientos e incentivos públicos son factores que impiden a las PYMES llegar a mercados extranjeros.

Dentro del sector manufacturero, encontramos el sub sector textil, el cual destaca en la producción de hilados, tejidos, lencería de hogar y prendas de vestir. Entre las principales provincias que se dedican a esta actividad encontramos a Pichincha, Tungurahua y Guayas. Este sector cuenta con un gran número de talleres artesanales en el sector de la sierra, los cuales se dedican a la elaboración de artesanías que atraen al público extranjero,

mientras que en la Costa encontramos mayor número de talleres de confecciones de prendas de vestir.

Para este sector competir en mercados internaciones es un desafío que solo pocas PYMES han logrado. En el mercado local se enfrentan a la competencia desleal de productos importados de Colombia y china, sin contar que la cultura ecuatoriana tiende a elegir productos internacionales. Mientras que en mercados internacionales la mayor parte de sus exportaciones se enfocan en países de la Comunidad Andina, con los cuales se han establecidos tratos comerciales que favorecen el comercio entre ellos.

El propósito de esta investigación es analizar las PYMES del sector textil de la ciudad de Guayaquil y determinar los factores que no permiten su internacionalización. Para lo cual se ha realizado un estudio del proceso de internacionalización desde diversas teorías internacionales, así como el análisis del sector textil del Ecuador para conocer la realidad nacional. Además se realizó una encuesta a las Pymes de la ciudad de Guayaquil para analizar los diversos factores que impiden la internacionalización. Finalmente se mostrara los beneficios que obtendrían las PYMES del sector textil al momento de tomar el reto de internacionalización.

Palabras Claves: PYMES, internacionalización, textil, financiamiento, incentivos, innovación, tecnología, asociaciones, beneficios

SUMMARY

Small and medium enterprises SMEs are considered as engines of economic development worldwide. Generating employment; innovation and production have achieved their development through effort and perseverance in local and international markets by demonstrating that its size is no an obstacle in obtaining positive results in emerging economies.

Nowadays, international markets have become more demanding about quality of products and services provided by companies, for this reason companies become more competitive to win foreign markets. SMEs are facing the problem of internationalization, despite its development in the world, it is a challenge to reach new markets, as this involves taking a risk that can be an opportunity to expand their activities or that can impact their local economic activities.

In Ecuador there are about 16 thousand SMEs in different economic sectors which include the commercial sector, service sector and the manufacturing sector. Only 6 % of total SMEs has an international that asserts the problem of internationalization that exists for these companies. The lack of implementation of technology, training, financing and public incentives are factors that don't allow SMEs reach foreign markets.

In the manufacturing sector, we find the textile sub sector, which excels in the production of yarns, fabrics, household linen and clothing. The main provinces engaged in this activity find Pichincha, Tungurahua and Guayas. This sector has a large number of craft workshops in the area of highline, which are dedicated to making crafts that appeal to foreign market, while in Cost finds as many workshops garment of clothing.

For this sector to compete in foreign markets is a challenge that only few SMEs have achieved. In the local market are facing unfair competition from products imported from Colombia and China, also Ecuadorian culture tends to choose international products. While in international markets most of its exports are focused on countries of the Andean Community, which established trade deals favorable trade between them have.

The purpose of this research is to analyze the SMEs in the textile sector of the city of Guayaquil and determine the factors that prevent its internationalization. For which it has conducted a study of the internationalization process from various international theories and analysis of textiles for Ecuador national reality. In addition, a survey was conducted among SMEs of Guayaquil city to analyze the various factors impeding internationalization. Finally the benefits that accrue to the SMEs in the textile sector when making the challenge of internationalization.

Keywords: SMEs, internationalization, textiles, financing, incentives, innovation, technology, associations, benefits

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1. La internacionalización de las Pymes del sector textil de la ciudad de Guayaquil

1.1. Planteamiento del problema

El entorno económico internacional en la actualidad se caracteriza cada vez más por la globalización. Tendencias como la formación de bloques regionales, el surgimiento de economías emergentes en Asia y América Latina, así como los sorprendentes avances tecnológicos en diferentes sectores, configuran un entorno mundial crecientemente competitivo lo cual pone en desventaja a los países en vías de desarrollo.

Según el diagnóstico de Micro, Pequeña y Mediana empresas del plan de buen vivir ¹(2010), indica que de las 38,000 compañías registradas, el 96% se consideran Pymes, de éstas el 56% se consideran microempresas; 30% pequeñas empresas; 10% medianas empresas y 4% grandes empresas. También nos indican que los sectores con mayor absorción de puestos de trabajo son, en orden de importancia: alimentos; textil y confecciones; maquinaria y equipo; productos químicos, que en conjunto concentran el 74%.

Podemos ver reflejadas en cifras la importancia de las Pymes en la economía del Ecuador, debido a que, favorecen a la oferta de empleo, generación de riqueza y la producción de bienes y servicios; así mismo vemos que uno de los sectores más representativos en generación de empleo es el sector Textil.

¹ Plan del Buen Vivir: es el instrumento del Gobierno Nacional para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública.

Sin embargo al medir el grado de internacionalización su desarrollo no es significativo debido a que las detienen diversos factores que afectan su desenvolvimiento y que impiden que pueda desarrollarse a otros mercados. Para el 44% de las Pymes el mercado es básicamente local, para el 26%, sería de alcance regional, el 8% extiende su radio de acción a las provincias limítrofes, solamente el 6% de Pymes estaría sosteniendo un flujo exportable.

En factores en general está comprobado que la insuficiencia e inadecuada tecnología, capacitación de personal, financiamiento e inadecuación de los procesos propios y normativas de calidad exigidas en otros países son unas de las cuantas razones principales por lo que las Pymes ecuatorianas no tomen la decisión de internacionalizarse. Encontrado en Revista CEPAL² (2011).

Considerando los factores mencionados, Para las Pymes del Ecuador tomar la decisión de internacionalizarse por estrategia o crecimiento organizacional representa un desafío ya que deben asumir riesgos de mayor magnitud como la falta de recursos, poco conocimiento de cultura, certificados especiales que solicitan ciertos países, tecnología, financiamiento, políticas del país a internacionalizarse entre otros, lo cual dificulta asumir el reto de la internacionalización.

1.2. Pregunta

¿Cuál es la incidencia de los factores que no permiten la internacionalización de las Pymes del sector textil en la ciudad de Guayaquil?

1.3. Objetivo General

Analizar los factores que inciden en la no internacionalización de las Pymes del sector textil en la ciudad de Guayaquil.

² Comisión Económica para América Latina CEPAL: Ayuda contribuir al desarrollo económico de América Latina, coordinar las acciones encaminadas a su promoción y reforzar las relaciones económicas de los países entre sí y con las demás naciones del mundo.

1.4. Objetivos Específicos

- Conocer las diversas teorías sobre la internacionalización de Pymes
- Analizar el sector textil de Ecuador
- Identificar los diversos motivos por los cuales las Pymes del sector textil de la ciudad de Guayaquil no se internacionalizan
- Mostrar el beneficio de la internacionalización de las Pymes del sector textil

1.5. Justificación

1.5.1. Ámbito Económico

Poder determinar las causas principales por las que cuales las Pymes del sector textil no asumen el reto de internacionalizarse, para posteriormente poder atacar estos factores y así las Pymes se internacionalicen con el propósito de obtener mayores beneficios como: aumentar el PIB³ en proporción al aumento de las ventas de productos existentes, crear economías de escala, tener acceso a un mercado más amplio, mejorar procesos, técnicas y acceso a financiación internacional produciendo un efecto positivo tanto para la misma empresa ,como para los empleados y al país.

1.5.2. Ámbito Social

En el ámbito social lo que se busca es que las Pymes del sector textil puedan asumir el riesgo de internacionalizarse por medio del uso de una metodología adecuada para su expansión y así no solo crecer como entidades dentro del país, sino generar beneficios a la sociedad con la de plazas de trabajo para aumentar la producción textil del país.

³ Producto Interno Bruto PIB: es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período

1.5.3. Ámbito Académico

Uno de los factores a considerar dentro de las líneas de investigación de mi carrera, está la búsqueda de negociación internacional adoptando nuevas técnicas para permitir la internacionalización, por lo cual la investigación serviría para brindar conocimiento a los jóvenes universitarios sobre el sector textil y su impedimento de cruzar fronteras, además de técnicas que permitan internacionalizarse.

1.5.4. Ámbito Profesional

Finalmente el tema de investigación propuesto, fue elegido con el propósito de incursionar en temas del sector textil y alinearlos a los negocios internacionales para obtener como resultado un estudio previo sobre el tema, para posteriormente poner a disposición una propuesta de internacionalización a una empresa textil de Guayaquil y aportar de manera eficiente a los tres ámbitos antes expuestos.

1.6. Metodología de la Investigación

1.6.1. Hipótesis

Existen diferentes factores externos e internos por los cuales las Pymes de sector textil no asumen el reto de internacionalizarse.

1.6.2. Metodología

1.6.2.1. Método

El método que se utilizará en nuestra investigación es el método *expost facto* debido a que nos permite el estudio de la causa-efecto de una situación específica. El método nos guiará en nuestra investigación para detectar cuáles son los factores claves que causan que las pymes del sector textil no asuman el reto de internacionalizarse.

El Diseño a utilizar en este caso es el comparativo-causal debido a que en este tipo de investigación se interesa en identificar relaciones causa-efecto. Por lo cual el objetivo del diseño es detectar los factores que parecen hallarse a ciertos hechos lo que significa que la información se recaba una vez que los eventos se han realizado u ocurrido.

Debido a que la metodología a utilizar es cuantitativa la técnica de recolección de datos debe ser de instrumento de medida para lo cual se usaran encuestas y observación del sector textil (Anexo 1).

1.6.3. Tipo de investigación

El tipo de investigación será descriptiva, ya que la información obtenida durante el proceso de investigación, nos dará como resultado los factores principales que no permite la internacionalización de las Pymes del sector textil.

1.6.4. Variables

Calidad de Producción

Tamaño de las Pymes

Importaciones

Exportaciones

Nivel de implementación de Tecnología

CAPITULO II

2. Fundamento Teórico

2.1. Marco Referencial

Desarrollo de las PYMES en el mundo

2.1.1. Las Pymes en el Mundo

Pequeñas y medianas empresas (Pymes) son aquellas que pertenecen a una industria específica y cuentan con un número limitado de trabajadores e ingresos, el concepto de Pymes varia de pendiendo de los marcos judiciales del país ya que las diferentes entidades de control son los que limitan los montos y los ingresos para determinar cuándo se considera a una empresa como Pymes.

En Europa las pymes juegan un papel muy importante en la economía, ya que de los 25 países que conforman la unión europea, existen alrededor de 23 millones de Pymes que aportan aproximadamente 75 millones de puestos de trabajo y representan el 99 % de todas las empresas, Comisión Europea (2006). Mientras que en Latinoamérica las pymes son consideradas como motores que impulsan a la economía, las cifras que nos muestra la Fundación Desarrollo Sostenible (2011) nos dice que existen 716 mil empresas pequeñas y 145 mil medianas, las mismas que generan el 88% del total de empleos y siempre relacionado con el sector comercial. Todo ello frente a un 10% que avivan las grandes compañías.

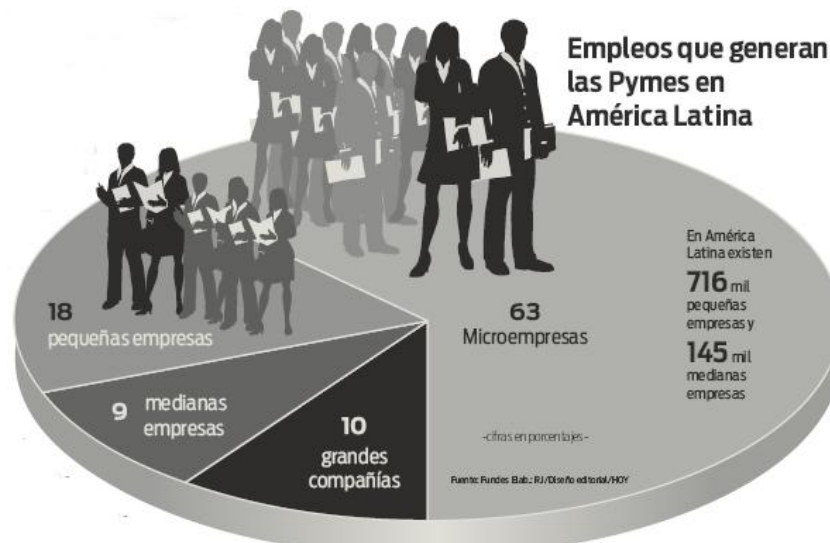


Gráfico 1 Empleo que generan las PYMES de America

Fuente : <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/las-pymes-generan-88-de-empleos-en-america-latina-458599.html>

Se puede constatar por lo ante mencionado que las Pymes son consideradas como parte fundamental de la economía mundial, ya que en la actualidad el crecimiento de la tecnología, innovación, conocimiento y las fuertes inversiones en capacitación para el capital humano, han ocasionado que los mercados se vuelvan cada vez más competitivos, obligando a las empresas a mejorar su rendimiento y calidad para competir en iguales condiciones que los demás.

Pero el papel que desempeñan las pymes en las economías globales ha dependido de las grandes compañías ya que Gracias a la fragmentación de sus procesos han ampliado sus operaciones con el objeto de permitir un mayor volumen de producción para competir con otros mercados, Según nos indica Romero(2009) que las Pymes se han beneficiado de gran manera ya que las grandes compañías están externalizando frecuentemente determinadas actividades o procesos hacia las pymes especializadas brindando nuevas oportunidades, lo cual implica que parte de las operaciones de las grandes empresas están siendo cedidas a las Pymes, permitiendo un crecimiento en cadena tanto para las grandes empresas aumentando su cantidad de producción

y para las Pymes al tener que crecer tanto en recursos humanos como en recursos físicos para generar pedidos de gran volumen.

Para Josep Capó-Vicedo, J., Expósito-Langa, M. y Masiá-Buades, E. (2007) la tendencia a la cual debe sumarse las Pymes para aumentar sus beneficios es establecer relaciones entre ellas de tal forma que constituyan redes dinámicas, en las cuales se eliminen las barreras al aprendizaje, con lo que el conocimiento pueda fluir libremente a través de ellas. De esta manera trabajarían en conjunto y surgirían de manera homogénea.

Las Pymes en el mundo están en constante evolución y adaptándose a las nuevas tendencias de las economías globales, lo cual las vuelve competitivas y atractivas en los mercados locales e internacionales, esto se debe al nivel de emprendimiento e innovación que representan en cada región, lo cual ha permitido que sean un eje principal en el desarrollo de la economía mundial.

2.1.2. Internacionalización de las Pymes

La definición de Internacionalización según Villareal (2005) considera a la Internacionalización de la Empresa como una estrategia corporativa de crecimiento tanto como empresa en la diversificación de sus productos como el alcance geográfico hacia otros países, para lo cual es necesario un proceso a largo plazo para que su crecimiento sea gradual y al mismo tiempo evolutivo, de esta manera no se vería ni la cadena de valor, ni la estructura organizativa de la empresa.

Entonces podemos decir que la internacionalización es una decisión de carácter evolutivo, lo cual ayuda a la ampliación de una empresa, permitiendo crecer en todo sentido: infraestructura, fuerza laboral, conocimiento, producción, teniendo como objetivo la ampliación geográfica y el aumento de ingresos económicos.

Según nos indica la Comisión Europea (2008) que solamente una quinta parte de las Pymes europeas exportan, y solamente un 3% de las Pymes tiene filiales sucursales o empresas conjuntas en el extranjero, de forma aún más

preocupante un porcentaje sustancial de las Pymes europeas ni siquiera piensan en la internacionalización; mientras que en Latinoamérica ocurre lo mismo, pese al crecimiento de las pymes y su aporte dentro de las economías de cada país, son pocas las que se han internacionalizado o piensan hacerlo.

Teniendo en cuenta que la internacionalización es una oportunidad de crecimiento, la problemática surge al momento que las Pymes quieren internacionalizarse ya que debido al tamaño de estas empresas resulta muy complicado tomar este reto, a causa de las complejidades de gestión a desarrollar y asumir.

Para las Pymes existen ciertas barreras que impiden poder explorar nuevos mercados, según nos indica Cambra, Vázquez (2004) los principales obstáculos para la internacionalización son la falta de recursos financieros, problemas vinculados al lenguaje y la comprensión, o la estructura organizativa, así como el talento humano y mecanismos de control eficientes.

Sin embargo actualmente existe un programa apoyado por la Unión Europea que trata de fomentar cultura dentro de las Pymes para internacionalizarse, tanto para Europa como Latinoamérica. El programa se denominó AL-INVEST (2013) el cual pretende incorporar un número significativo de Pymes en los procesos de internacionalización y consolidar la competitividad de las mismas marcando tendencias y demostrando con resultados concretos la importancia que la colaboración entre el sector público (a nivel nacional, regional y local) y el sector privado puede tener para dar continuidad a iniciativas como la presente.

2.1.3. Proceso de internacionalización

2.1.3.1. Objetivos

La internacionalización de las empresas tiene como objetivo el desarrollo económico de las mismas, este concepto es uno de los motivos principales por el cual las empresas expanden sus procesos de producción o servicios a otros países, sin embargo el proceso de la internacionalización conlleva muchos más objetivos para su expansión.

Según Alonso (1994), la internacionalización depende mucho de los Factores de producción. Primero de los costos de localización que consiste en ubicar a las empresas en un país en el cual los costos de materia prima y fuerza laboral sean bajos para obtener así una ventaja competitiva. Segundo, los costos de transacción, para lo cual la empresa entraría directamente a la distribución de productos y aumentar su capacidad para cubrir la demanda y llegar a un equilibrio de sus costos de producción y de distribución.

Por otro lado para Medina (2005) existen tres enfoques que están interrelacionados que nos dan una explicación sobre los motivos que llevan a una empresa a internacionalizarse, el enfoque decisional de Hirsch (1976), Enfoque eléctrico de Dunning y enfoque de la ventaja competitiva, los cuales nos indican que la internacionalización se puede dar de dos formas la primera por medio de la exportación de productos y servicios siempre y cuando los costos de comercialización intentos sean mayores a los externos y teniendo en cuenta una ventaja competitiva que nos haga diferente a los demás. La segunda por medio de inversión directa a otro país considerando que las ventajas del otro país deben ser superiores a las del país de origen de la empresa, además antes de optar por esta opción para internacionalizarse, se debe cumplir con la primera opción de internacionalización.

Se puede observar que existen diversas opiniones sobre los motivos que llevan a una empresa a la internacionalización de sus productos o servicios, pero al final se puede corroborar que no solo el aspecto económico es el principal objetivo de la internacionalización, sino que existen factores geográficos y de expansión que llevan a una empresa a internacionalizarse.

2.1.3.2. Globalización

Beck (1998) define a la globalización como el procesos en virtud de los cuales los estados nacionales soberanos se entremezclan y se relacionan entre

sí mediante actores transnacionales y sus respectivas probabilidades de poder, orientaciones, identidades y entramados varios.

Basándonos en este concepto, se puede definir a la globalización como un proceso en el cual interactúan la mayoría de países del mundo por medio de las transacciones de comercio, alianza, acuerdos, etc., para obtener beneficios de manera global.

Al mismo tiempo la globalización conlleva otros actores como los avances tecnológicos, comunicación, innovación, maquinarias que vuelven más competitivos los mercados.

Para Soto (2003) gracias a todos los cambios en tecnología y en la economía mundial, las pymes se han visto obligadas a adaptarse para poder subirse a esta ola de la globalización, así mismo menciona que los aspectos más importantes a destacar dentro del desarrollo de las pymes en este nuevo orden mundial son: la flexibilidad de su estructura organizacional ya que es una ventaja frente a grandes empresas, las nuevas formas estratégicas como llegar a mercados exteriores por medio de alianzas, finalmente la capacidad que tienen para innovar y trabajar bajo presión para dar mayores niveles de rendimiento.

Sin duda alguna la globalización para las Pymes puede ser vista como la oportunidad de crecimiento siempre y cuando se tome en cuenta las ventajas y desventajas y los mecanismos a implementar para ser parte de ella y mantenerse dentro del mercado.

2.1.3.3. Comercio Exterior/ Importación y Exportación

El comercio como tal es una transacción entre oferta y demanda en la cual puede estar en juego el tipo de cambio, salario, tipo de interés y mercaderías. Una vez que hallamos equilibrio entre ambas partes se establece un precio. Este

concepto es manejado a nivel local es decir en cada uno de los países para poder realizar el comercio, sin embargo, según nos indica Torres (2005), el comercio exterior es simplemente la ampliación del comercio interno, es decir que el mismo concepto que se maneja a nivel local aplica al exterior simplemente que las transacciones de bienes y servicios se realiza con otros países.

Teniendo claro el concepto de comercio exterior, el cual nos indica que las transacciones se realizan cuando hay un oferente y un demandante, así mismo el comercio exterior tiene dos factores de importancia vital para su funcionamiento las importaciones que corresponde a la compra de bienes y servicios de otros países y las exportaciones que son las ventas de bienes y servicios de un país, ambas afectan a la balanza comercial de manera positiva o negativa.

La Balanza comercial es favorable si las exportaciones superan a las importaciones o pueden ser desfavorables si son inferiores las exportaciones en comparación con las importaciones. Mercado (2005), lo cual nos demuestra la importancia de la internacionalización de las Pymes ya que su aporte no sería solamente para la empresa sino que el beneficio sería también a nivel país, ayudando a elevar el volumen de sus exportaciones para obtener una balanza comercial favorable para el país y sostener el proceso de dolarización que vivimos desde el 2000.

2.1.3.4. Investigación, Desarrollo e Innovación

La investigación en el ámbito empresarial tiene una definición diferente a la que comúnmente se utiliza, Fernández (2004) nos indica que la investigación que realiza una empresa se denomina investigación comercial la cual va ligada directamente con el marketing ya que la información obtenida ayuda al desarrollo o mejora de los productos o servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores dependiendo de sus gustos y preferencias.

La investigación para una empresa es sinónimo de inversión ya que una vez obtenida la información, se comienza a desarrollar los productos necesarios que en mediano plazo darán como resultado la recuperación de la inversión y ganancias para la empresa, es por esto que la investigación es utilizada por empresas grandes que tienen los recursos necesarios para realizar este tipo de inversión.

Pese que la inversión de la investigación es necesaria en una empresa, para las pymes incurre muchas veces en un costo fuerte que no están preparadas para asumir, según Castellán, Galvez, Montoya, Lagos & Montoya (2008) la función de investigación y desarrollo en las Pymes con frecuencia se interpreta como un gasto innecesario, debido a que la eficiencia de sus resultados y los retornos de la investigación no son muy relevantes. También influye el tamaño de la empresa y el sector al que se dirige, ya que una empresa dedicada a la tecnología tiene que realizar investigaciones constantes mientras que las empresas manufactureras su inversión es más enfocada a la infraestructura y sostenibilidad de los gastos y retención de los consumidores.

La investigación para las Pymes es recomendable siempre y cuando la empresa tenga los recursos necesarios, no solo financieros sino organizaciones para manejar la información la cual van a adquirir para realizar cambios que generen retornos monetarios y de mejora organizacional.

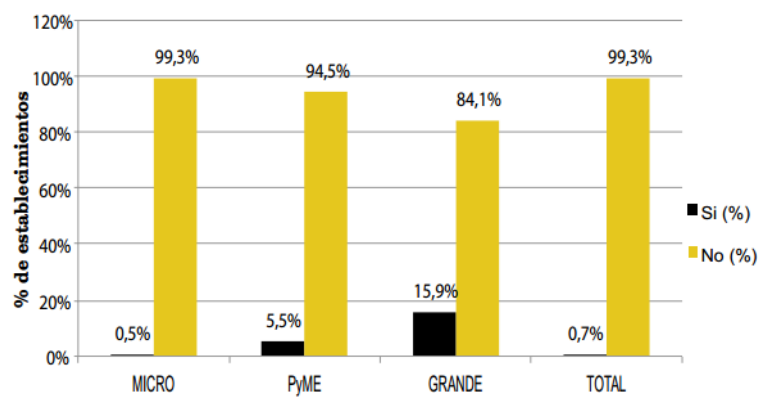
La innovación suele ser confundida o ligada de manera muy estrecha con la tecnología, según el manual de Oslo (2005) define a la innovación como la puesta en práctica de un producto o proceso productivo nuevo o significativamente mejorado, por otra parte López, Montes & Azquez (2008) proponen el concepto de innovación como el proceso a través del cual la empresa genera nuevos o mejorados productos y/o procesos productivos, o nuevas formas de organización con objeto de adaptarse al entorno y generar ventajas competitivas sostenibles.

Ambos conceptos están enfocados a la creación o mejora de los procesos para tener como resultado la constante búsqueda de adaptarse a los cambios, lo cual está ligado con la internacionalización de productos o servicios por medio del comercio exterior.

La innovación representa una ventaja competitiva para las Pymes al momento de querer internacionalizarse, ya que la innovación permite que las pymes busquen nuevas formas de entrar a los mercados sin dejar de lado el enfoque que tiene la empresa. Para López, Montes y Vázquez (2008), la comercialización con éxito de una innovación requiere de servicios post-ventas. Lo cual indica que la innovación sola no funciona sino que depende de otros factores para poder implementarse dentro de una organización y verse reflejada en el producto final.

Según Ekos ⁴(2013) con lo que respecta a Pymes del Ecuador que invierten en investigación y desarrollo se muestra que solo 5,5% de establecimientos realizan inversiones de este tipo para mejorar sus procesos, esto se puede observar en el grafico (2) el cual refleja que la falta de investigación para el desarrollo de las Pymes, estancando el desarrollo de este tipo de empresas y limitando su producción a distribución local y no internacional.

Establecimientos que invierten en Investigación y desarrollo



⁴ Ekos revista: Brindamos información estratégica y conocimientos únicos para la efectiva toma de decisiones gerenciales.

2.2. Marco teórico

Teorías de internacionalización de las Pymes

Para tener una idea concreta sobre las bases fundamentales de la internacionalización, se tomara en cuentas las diversas teorías que se han planteado para conocer a fondo por qué las empresas toman el reto de expandir sus actividades hacia otros países.

2.2.1. Teoría Uppsala

La teoría Uppsala o conocida también como Gradualista tiene sus inicios en la universidad de Uppsala, según nos indica Aranda & Montoya (2006), este modelo fue desarrollado en su primera fase por Johanson y Wiedersheim (1973) y Johanson y Vahlne (1977), y posteriormente se añadieron dos autores más que aportaron a la teoría Johanson y Vahlne (1990) y Vahlne y Nordstrom (1993). La suma de los conocimientos de estos personajes nos da como aporte la teoría Uppsala.

Esta teoría, se basa en el estudio Del crecimiento gradual de las empresas, la cual indica que las empresas crecen de forma progresiva, es decir que adquieren recursos a medida que la empresa gana posicionamiento en el mercado local, para posteriormente llegar a mercados internacionales con experiencia en sus actividades ya establecidas Johanson y Wiedersheim-Paul (1975), esto quiere decir que a medida que la empresa va ganando mercado en el exterior, sus actividades crecen de igual manera.

Además, a este crecimiento gradual se le suma cuatro etapas que se denominan la cadena de establecimiento: actividades esporádicas o no regulares de exportación, exportaciones a través de representantes independientes, establecimiento de una sucursal en el país extranjero y establecimiento de

unidades productivas en el país extranjero. Estas cuatro etapas van de menor a mayor según crezca la empresa en un país extranjero.

La teoría realiza el análisis de pequeñas empresas y su crecimiento gradual al ingresar a nuevos mercados, así mismos sus autores aportan hacen énfasis sobre la distancia psicológica, que mide más allá de las barreras comerciales para la internacionalización y se centra en los choques culturales que puede afectar a la internacionalización tales como lenguaje, la cultura, los sistemas políticos, el nivel de capital humano, el nivel de desarrollo industrial o, incluso, las prácticas empresariales; la distancia geográfica, que contempla entre sus tamaño del mercado y el destino, posee una relevancia apreciable Vahlne y Nordström(1993).

Según Zaffora (2011), La hipótesis principal de este modelo consiste en considerar que muchas empresas comienzan sus operaciones internacionales cuando son aún pequeñas y las expanden gradualmente. Así, la empresa se desarrolla primero en su mercado nacional y la internacionalización es la consecuencia de una serie de decisiones de crecimiento.

Por lo tanto el proceso de internacionalización que nos muestra la teoría de Uppsala, es una de las formas más comunes que las pequeñas y medianas empresas adoptan al momento de internacionalizarse, ya que va desde una exportación a un país vecino para luego establecer sucursales en otros países y adaptarse de a poco a la distancia psicológica que implica la internacionalización.

2.2.2. Teoría de las nuevas empresas internacionales

Las nuevas empresas internacionales (INV) o Born Global, son pequeñas o medianas empresas que han tenido un crecimiento acelerado y que prácticamente desde su creación (menos de 5 años) sus actividades se realizan en el ámbito internacional, según Oviatt y McDougall (1994) las INV se las define como un negocio que desde sus inicios busca ventaja competitiva en la utilización de los recursos y vender en diferentes países, así mismo Breines y

León (2008) mencionan que las Born Global poseen particularidades que las diferencian de las Pymes convencionales, debido a que incursionan en mercados internacionales desde el momento mismo del nacimiento de la empresa o en un periodo muy cercano a este.

Definitivamente la innovación y los avances tecnológicos obligan a estas empresas a desarrollar sus actividades comerciales en otros países a temprana edad, ya que sus estructura son de fácil adaptación, además existen tres factores que han definido Madsen y Servais (1997) que influyen en la creación de las INV y en su proceso acelerado a la internacionalización, las nuevas condiciones en los mercados, avances tecnológicos en transporte, producción y telecomunicación, además de fundadores y emprendedores más capacitados para el desarrollo e incursión en los mercados internacionales.

La teoría de las nuevas empresas internacionales nos muestra que pese a que son pequeñas y medianas empresas, las condiciones actuales del mercado permiten una aceleración en su proceso de internacionalización, además el hecho de que la mayoría son manejadas por emprendedores, facilita su adaptación gracias a la visión y características de estas personas.

Sin embargo existen ciertas limitantes para este tipo de empresas, ya que poseen pocos recursos debido a su aparición reciente, lo cual limita sus actividades y al contrario de las grandes empresas que su enfoque es global y llegan a todas partes, las INV se limitan a un solo mercado y se especializan en un solo producto para poder aprovechar sus recursos y no agotar su productividad.

Entonces a diferencia de otros modelos que nos explican que la internacionalización de un empresa debe ser de manera gradual para poder establecer bien sus bases, la teoría de las nuevas empresas internacionales nos muestra que su enfoque está basado en cierto segmento de mercado global en su sector de actividad, aplicando tecnologías innovadoras de reciente o última generación para desarrollar productos o servicios altamente especializados y de una mayor calidad. Rial, Knight (2000).

Por lo tanto esta teoría nos muestra que a pesar de la inexperiencia de las Pymes en mercados internaciones, es posible llegar a internacionalizarse siempre y cuando se establezca un solo nicho de mercado y se especialice en producto determinado que no altere las funciones locales de las Pymes.

2.2.3. Teoría de redes

Los avances tecnológicos que nos ofrece el mundo de hoy, nos han llevado a ampliar nuestra comunicación, permitiéndonos romper barreras de distancias geográficas. Lo cual se ha vuelto una ventaja para las pequeñas y medianas empresas ya que de esta forma cada vez que ellas realizan un contacto con empresas o clientes del exterior su red de Stakeholders⁵ se amplía, permitiendo el crecimiento de la empresa a nivel internacional.

Johanson y Mattson (1998) se basan en la teoría de redes sociales para implementarla en las Pymes, ya que dicen que todos los actores de la red que tiene una empresa, son oportunidades que abren nuevos mercados internacionales.

Para ampliar el concepto de la teoría de redes, los autores explican por medio de una matriz los cuatro modelos de empresas que pueden existir dependiendo de su nivel de internacionalización:

Las empresas iniciadoras tiene una red de contactos local, por lo cual no pueden valerse de ellas para internacionalizarse, así que buscan fronteras cercanas para poder exportar y comenzar su internacionalización.

Las empresas solitarias aunque llevan más tiempo en el mercado y han logrado su internacionalización, siguen dependiendo de su red local, pero como han logrado su internacionalización podría ayudar a los otros locales a que también se organicen para abrirse a más mercados externos.

⁵ Stakeholders: es un término en inglés que utiliza para denominar a todos los agentes indirectos o directos que forman parte de una empresa tales como clientes, trabajadores, proveedores, etc.

Las empresas internacionales, este tipo de empresas han aprovechado su nivel de internacionalización, permitiéndose llegar a otros mercados no solo por medio de sus productos sino también transfiriendo recursos a otros países por medios de los actores de su red.

Para las Pymes, este modelo de internacionalización permitiría ampliar sus operación siempre y cuando tenga a todos los actores de su red de contacto externa afianzados para poder ampliar sus operaciones en otro país, al mismo tiempo depende del tipo de pyme y el tiempo de funcionamiento que esta tiene para poder tener una red de contacto lo suficientemente amplia para exteriorizar sus productos o servicios.

2.2.4. Teoría del Ciclo de Vida

Los productos al igual que las personas, cumplen un ciclo de vida en el caso de los productos, el ciclo de vida puede tener ciertas variables ya que una vez que inicia y llegan a su maduración, al momento de declinar los productos o servicios pueden ser renovados e impactar nuevamente al mercado. Basado en esto Vernon (1966) desarrolla la teoría del ciclo de vida de un producto enfocado en la internacionalización.

La internacionalización enfocada desde esta teoría, nos indica según su autor que una vez que el producto que la empresa ha desarrollado, y se ha posesionado dentro del mercado, adquiere ventajas competitivas que se vuelven atractivas para otros mercados por lo tanto el producto comienza a ser exportado a otros países gracias al procesos evolutivo del producto.

Así mismo existen otros autores quienes presentan otro enfoque sobre el proceso de ciclo de vida de un producto para llegar a la internacionalización, Chen y Huchan (2004) nos muestran cuatro fases por las cuales los productos pueden llegar a mercados exteriores: 1) alianzas de servicios después de la venta, 2) alianzas para la distribución de sus productos, 3) alianzas para desarrollar productos y 4) alianzas para construir canales de distribución al menudeo en mercados globales y locales. En este enfoque las alianzas son el

canal más efectivo para desarrollar estrategias de migración de los productos utilizando menos recursos y esfuerzo, ya que la alianza distribuye los riesgos al momento de internacionalizar un producto.

2.3. Marco Conceptual

Las Pymes en la industria Textil

En el marco conceptual referente a las Pymes, se hará hincapié a los conceptos fundamentales que envuelven al sector textil del Ecuador, así como la realidad a la cual se afronta el país sobre las Pymes en la actualidad. Los conceptos a estudiar tienen como finalidad profundizar en el conocimiento general del sector del cual se realizara la investigación y el análisis.

2.3.1. Pymes del sector Textil

En el Ecuador se define a las Pymes como al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. SRI (2010). Según cifras presentadas en el censo económico (2010) las Pymes aportaron con el 26% de las ventas locales en todo el país y han sido responsables de dotar el 68% del empleo.

Ekos (2012) nos indica que existen alrededor de 16 mil Pymes en el país, de las cuales destacan tres sectores: el sector comercial con un 36,6% de la del total de empresas del Ecuador y un 41,3% de los ingresos de Pymes pymes. Seguido por el sector de servicios que representa el 15,7% de empresas y 13,1% de los ingresos de pymes. Finalmente el sector manufacturero representando el 10,8% de las pymes y 11,7% de ingreso de Pymes como se puede observar en el grafico (3).

1 Composición de las PYMES y sus ingresos por sector económico (2012)

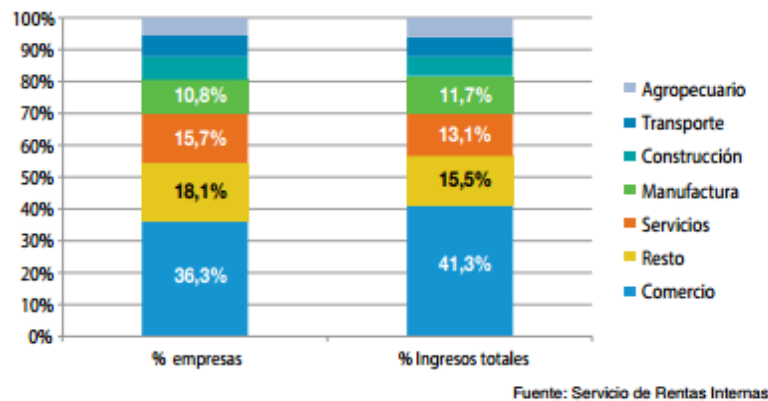


Gráfico 3 Composición de las PYMES y sus ingresos por sector económico(2012)
Fuente: Revista Ekos Ranking Pymes 2013

Como podemos observar en el Ecuador al igual que a nivel internacional las Pymes juegan un papel importante en el desarrollo económico del país, siendo generadores de empleo y aumentando capital dentro de la economía, pero pese a su desarrollo la falta de incentivos y de conocimiento han dado como resultados que solo el 6% de este tipo de empresas pueden exportar sus productos.

Teniendo en cuenta que el sector manufactura se encuentra en el tercer lugar de representación numérica y de ingresos de las pymes es importante tener en claro que las actividades de Manufactura cuentan con 11.006 establecimientos, de los cuales el 74,2% corresponde a la fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel; con el 8,2% a fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir; el 8,2% a fabricación de calzado y el 9,5% restante a otras actividades de manufactura según Censo Económico (2010).

El sector textil forma parte del sector manufacturero siendo el segundo sector manufacturero después del sector de alimentos bebidas y tabacos.

AITE⁶(2012) indica que alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente. Lo cual es un indicador del aporte que generan las empresas textiles en el Ecuador. Por otra parte, encontramos las diferentes provincias en la cual se encuentran los porcentajes mayores de empresa textiles, la cuales están distribuidas en: Pichincha 27%, Guayas 17%, Tungurahua 8,1%, Azuay 7,5% e Imbabura con 4, 5%. Según Infoeconomía (2012).

Con respecto a la economía del país, según el reporte Flacso Mipro⁷(2011) el sector textil representa aproximadamente 3,1% del PIB total y 19,2% del PIB manufacturero, teniendo un crecimiento anual de 1,3%. Pese a su representación creciente dentro del PIB del Ecuador, las Pymes de este sector se ha visto rezagadas debido a la competencia extranjera que tiene presencia dentro del país, por lo cual es necesario que el sector público implemente políticas que permitan el desarrollo de las Pymes por medio de incentivos en capacitación y financiamiento.

Pudimos observar que las Pymes del sector textil se encuentran en crecimiento y son de importancia relevante en la economía del país, pero a causa de su tamaño y la falta de información se ven amenazadas por otros mercados, pero no es impedimento para su desarrollo siempre y cuando se capaciten y mejoren su productividad.

2.3.2. Productividad

La productividad, es un término utilizado en diferentes ámbitos tales como económico, político, social y empresarial. Según nos indica la Real Academia Española (2013) el término productividad en el ámbito económico es la relación entre lo producido y los medios empleados, tales como mano de obra, materiales, energía y gastos generales de fabricación.

⁶ Asociación de Industriales Textiles del Ecuador AITE: institución encargada de defender a las empresas afiliadas, también brinda información económica y de producción del sector textil

⁷ Flacso Mipro: Centro de investigación económicos de la pequeña y mediana empresa

La productividad también es considerada como medición de rendimiento tanto en los procesos como en las personas, ya que una persona puede ser medida por la cantidad de producción de su trabajo para ver si sus resultados son considerados efectivos o no para una empresa, así mismo se puede verificar la productividad basándose en el historial de meses anteriores o presupuestos establecidos.

La productividad Según Ruiz (2012) debe ser considerada como uno de los principales indicadores de crecimiento del país. Dentro del reporte de Ruiz realiza su investigación sobre la productividad de país en base a los datos del INEC⁸(2008), para su análisis considera los siguientes factores de productividad: trabajo y capital. De los cuales obtuvo como resultado que para el año estudiado la productividad total fue de \$17.073 millones de dólares, las industrias que destacaron fueron el sector de producción con \$7266 millones que representan 42,6 % de la productividad total del país.

Con lo que respecta al sector manufacturero, la productividad del país tiene debilidades en su estructura ya que en el sector manufacturero de las 22 ramas que contiene solo 9 de ellas superan los \$ 34664 mil dólares, lo cual es preocupante al momento de compararla con las otras industrias que superan el millón de dólares.

Si consideramos realmente a la productividad como un indicador de país para conocer su estado económico actual, es necesario tener en cuenta los factores de producción a los cuales hacemos referencia y fortalecer los sectores de producción por medio de políticas que contribuyan a los factores más que al sector, así el crecimiento se verá reflejado en cadena.

⁸ Instituto Nacional de Censo Económico INEC: es el órgano rector de la estadística nacional y el encargado de generar las estadísticas oficiales del Ecuador para la toma de decisiones en la política pública

2.3.3. Fuerza Laboral

El ser humano como gestor principal del proceso de producción aporta tanto en conocimiento como fuerza física para el desarrollo de las actividades de una empresa, sea en áreas de administración o en áreas de producción. La definición que nos presenta Borísov, Zhamin y Makárova (1965) dice que la fuerza laboral es la capacidad del hombre para trabajar, conjunto de fuerzas físicas y espirituales que el hombre dispone y que utiliza en el proceso de producción de los bienes materiales.

A este concepto se suman los siguientes términos: empleo, subempleo y desempleo. Para tener una idea más clara sobre estos términos, Jusidman (1970) Nos indica que el empleo es la actividad que realiza una persona en un determinado tiempo y recibe una remuneración económica por su trabajo. Mientras que el desempleo considera a las personas que están capacitadas para asumir un puesto dentro de una empresa, pero que actualmente no se encuentran trabajando por despido renuncia o falta de oportunidades en el mercado laboral. Finalmente el subempleo se considera como visible cuando una persona se dedica a una actividad por medio tiempo, y el subempleo invisible cuando una persona se dedica a una actividad económica cuyos resultados monetarios son bajos.

En Ecuador según el INEC(2013) se considera a las personas mayores de 15 como población económica activa que se denominan ocupados siempre y cuando trabajen al menos una hora a la semana, también se considera dentro de este rango a los estudiantes y amas de casa. Las personas mayores de 15 años que cumplen con una jornada laboral completa de 40 horas o menos al mes, pero reciben un salario mayor al sueldo básico unificado. Por otra parte, se considera subempleados a la población que ha tenido un trabajo, pero han cambiado sus actividades económicas por otras actividades inferiores. Mientras que el desempleo está formado por dos componentes el desempleo abierto que está formado por las personas que no tienen ninguna ocupación ni empleo, pero que están buscando uno, y el desempleo oculto que está constituido por las

personas que no tiene un trabajo ni una ocupación y no están buscando ningún trabajo.

Ecuador, registró un desempleo de 4,6% y un subempleo de 44,7% en marzo de 2013, frente a 4,9% y 43,5%, respectivamente, en el mismo mes de 2012, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Por lo tanto se considera que el factor empleo se mantiene constante dentro de sus rangos.

Con lo que respecta a las Pymes como anteriormente lo mencionamos en el sector textil se considera que alrededor de 50.000 personas trabajan de manera directa en el sector por lo cual las Pymes del sector textil se considera como un sector que genera empleo en el país.

2.3.4. Tecnología de Información y Comunicación TICs

Hoy en día el desarrollo tecnológico que vive el mundo han llevado de la mano al desarrollo de la comunicación, cada día es más común ver como las telecomunicaciones nos permitan la conectividad en todo ámbito y a cualquier hora, lo cual se ha convertido en una ventaja dentro de los mercados emergentes, ya que la conectividad que las Tics ofrecen acortan distancias para realizar negociaciones.

Las Tics son consideradas como Tecnologías y herramientas que las personas utilizan para intercambiar, distribuir y recolectar información y para comunicarse con otras personas. APC (2013). En otras palabras se puede definir a las Tics como herramientas tecnológicas que facilitan la comunicación y el intercambio de información.

Un estudio realizado por el CEPAL (2005) nos muestra los beneficios que aportan las Tics para el desarrollo de las Pymes, dentro de estos beneficios se destaca: mejoran el acceso de información, mejora la gestión administrativa

interna, mejora la gestión del producto y control de calidad, facilita la comunicación con empresas externas, logra nuevas oportunidades de economías de escala. Así mismo nos indican que las Pymes adoptan las Tics para la dirección y estrategia empresarial; establecimiento y coordinación de sociedades entre empresas grandes y pequeñas; sociedades entre empresas pequeñas; servicios y políticas específicos por sector; sitios web para proporcionar información y buscar socios comerciales; sitios web públicos para promover y facilitar el comercio; y adopción de TIC en los sectores no informáticos.

En el último censo realizado sobre el uso de las Tecnologías de información y comunicación por el INEC (2010) no muestra que el crecimiento del uso de internet y celulares tienen incrementos representativos, con respecto al uso de internet las cifras muestran que el 53% de la población tienen acceso a internet por banda ancha, además 3 de cada 10 ecuatorianos han tenido acceso al internet desde sus hogares o centros de cómputo. El 40 % de la población acceden a internet para buscar información con fines de aprendizaje. A pesar que estos datos son de años pasados, nos dan una idea de la evolución del uso de las Tics, por lo tanto en la actualidad se vuelven indispensables en la vida de las personas.

2.3.5. Calidad total

El término calidad total o Total Quality Management (TQM) se utiliza al momento de medir estándares de producción para ofrecer los mejores productos y servicios a los consumidores. Este concepto fue desarrollado en Japón para mostrar competitividad ante otros mercados. Según Galgano (1995) gracias a este giro que da el concepto de calidad, calidad significa satisfacción del cliente, prevención de anticipar cualquier problema que interfiera con el producto final, también calidad es atención a cada uno de los stakeholders, así mismo calidad va muy ligado a la productividad y finalmente para completar el concepto calidad es flexibilidad, es decir estar dispuesto a cambiar bajo las exigencias de los clientes.

Los procesos de producción que manejan las empresas en la actualidad requieren cierto nivel de calidad para cumplir con las exigencias del mercado competitivo al que se enfrentan, es por eso que las empresas optan por conseguir certificaciones de calidad que sirven de respaldo al momento de la comercialización de sus productos, teniendo como respaldo para sus clientes un producto que cumple con normativas de calidad. La calidad total va ligada con las certificaciones internacionales ISO⁹ 9000.

Estas certificaciones, aunque fueron creadas para industrias grandes, puede ser adaptadas a Pymes según indica Sansaavador, Trigueros y Reig (1999), que la calidad total de las Pymes puede ser conseguida mediante la aplicación de las certificaciones de calidad ISO 9000, ya que Combina de forma ponderada el interés por las personas con la importancia de los procesos y los resultados. Además permite ofertar productos y servicios que realmente satisfacen las expectativas de los clientes. También ayuda en la autoevaluación de los procesos de la organización para buscar las mejores prácticas.

La calidad total en conjunto con las normas ISO 9000 deben ser consideradas como una ventaja competitiva para las Pymes, al momento de querer internacionalizarse, ya que esta certificación ayudaría a las pymes a mejorar su gestión de calidad tanto en procesos organizacionales como en procesos de producción, asegurando a sus clientes productos de alta calidad que pueden ser comercializados en el exterior y van a tener una calidad de nivel internacional.

⁹ La Organización Internacional de Normalización o ISO: es el organismo encargado de promover el desarrollo de normas internacionales de fabricación (tanto de productos como de servicios), comercio y comunicación para todas las ramas industriales a excepción de la eléctrica y la electrónica

2.4. Marco Legal

Marco legal de las PYMES en Ecuador

2.4.1. Código de Producción

Con respecto a la constitución, regulación, incentivos y financiamiento para las Pymes, la república del Ecuador propone dentro de su código de producción un libro focalizado a las Pymes, el cual se denomina DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, Y DE LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

Dentro de este marco legal se tomara en cuenta dos capítulos del tercer libro del código de producción del Ecuador, los cuales aportaran con conocimiento legal sobre el desarrollo de las Pymes en país y sobre el financiamiento al cual pueden acceder las Pymes para su producción y posible internacionalización.

Código de producción (2010) Del libro III, Título I De Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana empresa en el capítulo III De los mecanismos de desarrollo Productivo, el Art 55 de 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:

- Establezcan criterios de inclusión para las MIPYMES en los procedimientos y proporciones establecidas por el Sistema Nacional de Contratación Pública.
- Otorguen todas las facilidades las MIPYMES para que cuenten con una adecuada información sobre los procesos en los cuales pueden participar de manera oportuna.
- Procurar la implicación de los planes para invertir como proveedores de estado,

- Y definan dentro del plan anual de contrataciones de las entidades del sector público, los bienes, servicios y obras que pueden ser suministrados por las MIPYMES.

Por la parte del sector público, este código asegura la participación de las Pymes dentro del plan anual de gobierno. Asegurando que puedan ser considerados como proveedores siempre y cuando cumplan con todos los requisitos exigidos dentro de las compras públicas.

Con lo que respecta al financiamiento, el código de producción (2010) dentro de su Libro III, Título II De la Democratización de la Transformación Productiva y el Acceso a los Factores de Producción en el Capítulo II de Financiamiento y Capital Art 62 acceso a las Banca Pública: establecerá los lineamientos e incentivos para apoyar el acceso al financiamiento privado, en particular de los actores de la economía popular y solidaria, de las micro, pequeñas y medianas empresas. Lo cual lleva a las entidades publica a establecer diversos programaos de acceso a financiamiento para la producción de las pymes.

En el art Art. 66.- Normativa para MIPYMES.- La autoridad reguladora del mercado de valores desarrollará una normativa especial para el acceso individual y asociativo de las MIPYMES, al financiamiento a través del mercado de valores. Los inversionistas institucionales públicos determinarán una normativa especial y facilitadora que permita la compra de los títulos de valor generados por las MIPYMES. Con la el desarrollo de esta normativas las pymes tendrán acceso a financiamiento por medio del mercado de valores poniendo en el mercado sus proyectos para captar capital por medio de acciones.

Lo que trata de realizar el gobierno ecuatoriano por medio del código de producción es apoyar al desarrollo de las Pymes por medio de normativas que permitan a este tipo de empresas el acceso a nuevos recursos de producción que permitan el crecimiento local e internacional de las mismas.

CAPITULO III

Analizar el sector textil del Ecuador

3. Análisis del Sector Textil

El sector textil del Ecuador es uno de los más antiguos que ha evolucionado con el pasar de los tiempos. Los inicios del sector textil se remontan a la época colonial donde la elaboración de tejidos dependía de la lana de los animales como las ovejas, para posteriormente en el siglo XX se introdujo dentro del sector textil el algodón, hoy en día se utilizan diversas clases de fibras para la elaboración de productos textiles, siendo las más usadas: el algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda. AITE (2012).

A pesar de que el sector textil ha adoptado nuevas prácticas para mejorar sus procesos, la industria se encuentra atascada debido a la falta de implementación de tecnología y las falencias de capacitación que se hallan dentro del personal, a pesar de que es uno de los sectores que emplea más mano de obra. Sin embargo, en la actualidad se han implementado políticas arancelarias para proteger a la industria textil de la competencia a la cual se enfrenta, pero no han dado muchos resultados, ya que la producción textil del Ecuador es artesanal y carece de infraestructura para competir con los mercados extranjeros.

En este capítulo, se analizará el sector textil desde su producción, hasta los mercados más competitivos a los cuales se enfrenta el sector, para encontrar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, en base a los datos estadísticos que se analizarán para determinar finalmente los factores que no permiten que las pymes del sector textil se internacionalicen.

3.1. Tipos de Textiles

3.1.1. Hilado

El hilado es el proceso por el cual debe pasar las fibras tales como algodón o lana para tener como resultado final el hilo. En la actualidad el material más utilizado en el sector textil para obtener hilo es el algodón.



Gráfico 4 Hilado

Fuente: <http://www.textilestexsa.com/>

Para la obtención del hilo, la fibra del algodón se somete a un riguroso proceso en el cual se prepara a la fibra de algodón para ser procesada y estar en óptimas condiciones para obtener finalmente el hilo.

Su proceso comienza con la apertura en la cual se separa las fibras que vienen hechas bolas en pequeños mechones que son colocados en balas, que al final son agrupadas en una sola fibra homogénea para continuar al segundo paso que es el de mezclar, donde la fibra homogénea es limpiada y se extraen cualquier material extra que no sea fibra, posteriormente la fibra se somete al cardado, el cual es un proceso de limpiado mucho más minucioso, ya que se elimina el polvo, las fibras pequeñas y se aplanan las fibras, luego la fibra se somete al estirado, donde la fibra es nivelada, estirada y mezclada para formar un pliegue que son varias cintas de fibra, las cuales son colocadas en un ovillo para ser peinadas y nivelar las fibras para someterlas al mechado que es el estiramiento de la fibra por medio de un bobina. Finalmente para la obtención del hilo, el hilado debe ser torcido con la finalidad de obtener la estructura final del hilo, la torsión se puede realizar de tres maneras distintas dependiendo de la tecnología que se aplique Guía de algodón (2011).

En la tabla (1) podemos observar los principales productos hechos a base de algodón que exporta Ecuador, siendo el más destacado el tejido de mezclilla que representa el 51.57% de las exportaciones totales de productos hecho a base de algodón. Mientras que el Grafico (5) nos muestra los principales países a los cuales se exporta algodón, teniendo como principales mercados a Colombia con el 39% del total y a Brasil con el 33%.

Tabla 1 Exportaciones de Algodón

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE ALGODÓN							
VALOR MILES USD FOB							
SUBPARTIDA	DESCRIPCION	2009	2010	2011	2012*	TCPA 2009-2011	% PARTIC. 2011
5211.42	TEJIDOS DE MEZCLILLA (αDENIMβ)	2,058	4,308	13,083	12,048	152.14%	51.57%
5209.42	TEJIDOS DE MEZCLILLA (αDENIMβ)	3,650	5,764	8,013	5,329	48.16%	31.59%
5211.12	DE LIGAMENTO SARGA, INCLUIDO EL CRUZADO, DE CURSO INFERIOR O IGUAL A 4	864	2,227	3,174	8,455	91.66%	12.51%
5209.12	DE LIGAMENTO SARGA, INCLUIDO EL CRUZADO, DE CURSO INFERIOR O IGUAL A 4	31	173	27	1,089	-8.07%	0.10%
5211.41	DE LIGAMENTO TAFETÁN	1,099	1,014	0	30		0.00%
5209.59	LOS DEMÁS TEJIDOS	4	5	0	1,165		0.00%
	LOS DEMÁS PRODUCTOS	1,449	559	1,073	343	-8.07%	4.23%
TOTAL CAPÍTULO 52		9,156	14,050	25,370	28,460	66.46%	100.00%

Fuentes: Banco central del Ecuador

Elaboracion: Direccion de inteligencia comercial e Inversiones PRO ECUADOR

Destino de las exportaciones ecuatorianas de algodón
valor miles USD FOB
Año 2011

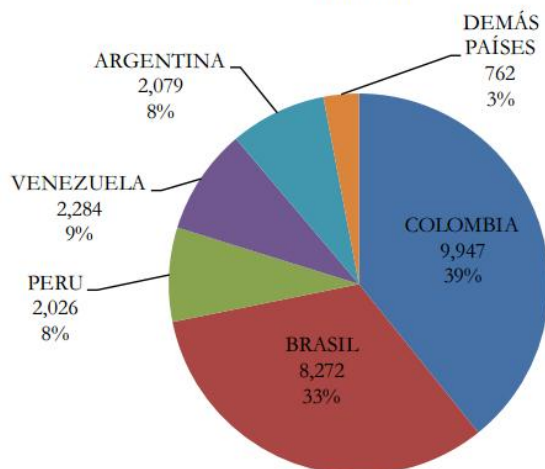


Gráfico 5 Destinos de las exportaciones ecuatorianas de algodón

Fuentes: Banco central del Ecuador

Elaboracion: Direccion de inteligencia comercial e Inversiones PRO ECUADOR

3.1.2. Tejidos

Con lo que respecta a la producción de tejidos, Ecuador cuenta con una variedad de tejidos, entre los cuales se destaca la producción de tejidos especiales; superficies textiles con mechón insertado; encajes; tapicería; pasamanería; bordado (Tabla 2).

Tabla 2 Tipo de Tejidos

CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN
50	SEDA
51	LANA Y PELO FINO U ORDINARIO; HILADOS Y TEJIDOS DE CRIN
52	ALGODÓN
53	LAS DEMÁS FIBRAS TEXTILES VEGETALES; HILADOS DE PAPEL Y TEJIDOS DE HILADOS DE PAPEL
54	FILAMENTOS SINTÉTICOS O ARTIFICIALES; TIRAS Y FORMAS SIMILARES DE MATERIA TEXTIL SINTÉTICA O ARTIFICIAL
55	FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIALES DISCONTINUAS
56	GUATA, FIELTRO Y TELA SIN TEJER; HILADOS ESPECIALES; CORDELES, CUERDAS Y CORDAJES; ARTÍCULOS DE CORDELERÍA
57	ALFOMBRAS Y DEMÁS REVESTIMIENTOS PARA EL SUELO, DE MATERIA TEXTIL
58	TEJIDOS ESPECIALES; SUPERFICIES TEXTILES CON MECHÓN INSERTADO; ENCAJES; TAPICERÍA; PASAMANERÍA; BORDADOS
59	TELAS IMPREGNADAS, RECUBIERTAS, REVESTIDAS O ESTRATIFICADAS; ARTÍCULOS TÉCNICOS DE MATERIA TEXTIL
60	TEJIDOS DE PUNTO
61	PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO
62	PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, EXCEPTO LOS DE PUNTO
63	LOS DEMÁS ARTÍCULOS TEXTILES CONFECCIONADOS; JUEGOS; PRENDERÍA Y TROPOS

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversión, PRO Ecuador

La producción de tejidos, se concentra principalmente en las provincias de Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua e Imbabura. Destacando principalmente la provincia de Imbabura ya que representa el 45.99% de talleres textiles, los cuales se dedican a la elaboración de tapices, fajasen telar de cintura y pedal, así como también a la confección de manteles, vestidos, blusas, sombreros de paño y demás textiles y tejidos autóctonos. Pro Ecuador (2012).



Gráfico 6 Tejidos

Fuente <http://otavalo.olx.com.ec/tejidos-y-confecciones-mares-otavalo-iiid-384033474>

La producción de tejidos se concentra de gran manera dentro de la región de la sierra, es así que la provincia de Chimborazo se destaca por la producción de ponchos, teñidos con la técnica ancestral “ikat”, las famosas alfombras de guano, fajas, cintas para envolver cabello, entre otros que representan el 15.02% de la producción de tejidos. En Azuay se concentra el 11.65% de estos talleres y es el lugar en el cual se destacan los tejidos de ponchos, macanas, cobijas, pantalones, blusas y chompas bordadas, polleras realizadas en telar de cintura con la técnica ikat. Carchi representa el 10.83% de los talleres y su principal actividad es el tejido de cobijas, sacos de lana, gorras y guantes. Pro Ecuador¹⁰(2012).

3.1.3. Prendas de Vestir

La elaboración de prendas de vestir dentro del Ecuador se realiza de dos maneras, la primera de manera artesanal con pocos recursos, en la cual predomina la mano de obra dentro de talleres pequeños y es personalizada para los clientes. Por otra parte existe la producción industrial, cuyo objetivo es realizar mayor volumen de producción gracias a sus procesos estandarizados y las maquinas que poseen para la elaboración de prendas de vestir.

¹⁰ Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR: busca promover la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador con énfasis en la diversificación de productos, mercados y actores; y la atracción de inversión extranjera, cumpliendo con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.



Gráfico 7 Prendas de vestir

Fuente: <http://www.lahora.com.ec/>



Gráfico 8 Prendas de vestir 2

Fuente: <http://www.fibran.com.ec/>

Referente a la elaboración de prendas de vestir, la última encuesta de manufactura y minería realizada por INEC (2010) nos muestra los resultados sobre la actividad económica y lo que representa la elaboración de prendas de vestir dentro del sector textil, en la tabla(3) se observa que el número de establecimientos dedicados a la producción de prendas de vestir son 124, de las cuales brindan trabajo a 8760 personas aportando alrededor de \$60,46.06 en sueldos, las empresas encuestadas son de diferentes tamaños entre grandes medianas y pequeñas, así mismo se diferencia entre talleres e industria, las cuales en su producción total aportaron con \$240,738.188.

Tabla 3 Numero de establecimientos en prenda de vestir

Cont. CUADRO N. 2.- NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS, PERSONAL OCUPADO, REMUNERACIONES, PRODUCCIÓN TOTAL, CONSUMO INTERMEDIO, VALOR AGREGADO A PRECIOS PRODUCTOR, DEPRECIACIONES Y FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL SEGÚN DIVISIONES (CIU) DE ACTIVIDAD ECONÓMICA Y TRAMOS DE PERSONAL OCUPADO. (VALORES EN DÓLARES)

DIVISIONES CIU	ACTIVIDAD ECONÓMICA Y TRAMOS DE PERSONAL OCUPADO	No. DE ESTABLECIMIENTOS	PERSONAL OCUPADO	REMUNERACIONES	PRODUCCIÓN TOTAL	CONSUMO INTERMEDIO	VALOR AGREGADO A PRECIOS PRODUCTOR	DEPRECIACIONES	FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL
14	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR	124	8.760	60.465.706	240.738.188	138.521.475	102.216.713	5.018.401	6.065.211
	DE 10 A 19	45	663	2.962.583	14.991.636	9.650.961	5.340.675	194.283	512.394
	DE 20 A 49	45	1.395	8.058.335	33.589.094	21.964.461	11.624.633	637.430	1.354.086
	DE 50 A 99	17	1.233	8.454.585	56.498.370	33.412.061	23.086.309	751.677	-237.800
	DE 100 A 199	9	1.178	7.282.759	26.813.159	14.784.436	12.028.723	403.546	280.071
	DE 200 A 499	5	2.030	14.595.658	53.525.565	31.171.704	22.353.861	1.136.588	3.332.877
	DE 500 Y MÁS	3	2.261	19.111.786	55.320.364	27.537.852	27.782.512	1.894.877	823.583

Fuente: Censo Economico 2010, Instituto Nacional de Estadística y Censo , INNEC

Dentro de los principales productos de elaboración de prendas de vestir, en la tabla(4) se puede observar la lista de productos este tipo, de las cuales se destaca la elaboración de prendas hechas de lana o pelo fino, la fibra sintética y las prendas de vestir de mujeres y niñas. También se puede observar que entre los periodos del 2009 al 2012 existe una tasa de crecimiento promedio anual del 0.81%.

Tabla 4 Exportaciones Ecuatorianas de Prendas de vestir

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS) DE VESTIR, EXCEPTO DE PUNTO							
VALOR MILES USD FOB							
SUBPARTIDA	DESCRIPCION	2009	2010	2011	2012*	TCFA 2009-2011	% PARTIC. 2011
6203.31	DE LANA O PELO FINO	1,160	941	793	911	-17.31%	17.99%
6210.50	LAS DEMÁS PRENDAS DE VESTIR PARA MUJERES O NIÑAS	639	638	549	531	-7.27%	12.46%
6214.30	DE FIBRAS SINTÉTICAS	231	329	365	662	25.76%	8.27%
6205.20	DE ALGODÓN	124	111	274	345	48.53%	6.22%
6214.90	DE LAS DEMÁS MATERIAS TEXTILES	239	104	241	14	0.44%	5.46%
6214.20	DE LANA O PELO FINO	211	208	219	194	1.71%	4.96%
6203.42	DE ALGODÓN	80	78	173	60	47.25%	3.92%
6203.43	DE FIBRAS SINTÉTICAS	124	46	171	85	17.39%	3.88%
6206.3	DE ALGODÓN	58	92	161	150	65.99%	3.64%
6204.31	DE LANA O PELO FINO	1	12	146	17	1388.75%	3.32%
6202.91	DE LANA O PELO FINO	107	95	139	70	13.98%	3.15%
6204.42	DE ALGODÓN	91	57	115	112	12.06%	2.60%
6202.11	DE LANA O PELO FINO	75	70	101	124	16.27%	2.29%
6202.13	DE FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIALES	67	28	88	112	15.10%	2.00%
	LOS DEMÁS PRODUCTOS	1,132	634	875	1,038	-12.11%	19.83%
	TOTAL CAPÍTULO 62	4,339	3,442	4,410	4,425	0.81%	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboracion: Direccion de Inteligencia Comercial e Investigacion, PRO ECUADOR

3.1.4. Lencería de Hogar

La producción de lencería de hogar, es una de las actividades dentro del sector textil. Sobre la elaboración de este tipo de artículos existe poca información, pero la lencería de hogar comprende la elaboración de cobijas, edredones, sábanas, cortinas, alfombras, cojines, toldos, mantelería, entre otros. Pero la producción fuerte de la línea de hogar son los cobertores para camas, como los edredones. Según Diario la Hora (2011).



Gráfico 9 Lencería de Hogar

Fuente: http://www.textilecuador.com/linea_produccion.html

El principal sector de producción de este tipo de textiles es Cuenca, en las cuales destaca la elaboración de prendas para muebles, así como sábanas y cobertores, llegando a mercados internacionales como Perú enviando 2 mil unidades mensuales, y en Colombia alrededor de 24 mil unidades al mes, así mismo se han abierto mercado a Brasil.

3.2. Evolución de Volumen de Exportaciones e importaciones

El sector textil a nivel mundial para el año 2010 según la organización comercial del comercio, estaba liderado por china con el 38,2% de la producción global, seguido por la unión europea con el 33,4% Infoeconomía¹¹ (2012). Países que se destacan por su tecnología y producción en volumen para abastecer la demanda mundial de los diferentes productos del sector textil, además de mejorar sus procesos para garantizar calidad en sus productos.

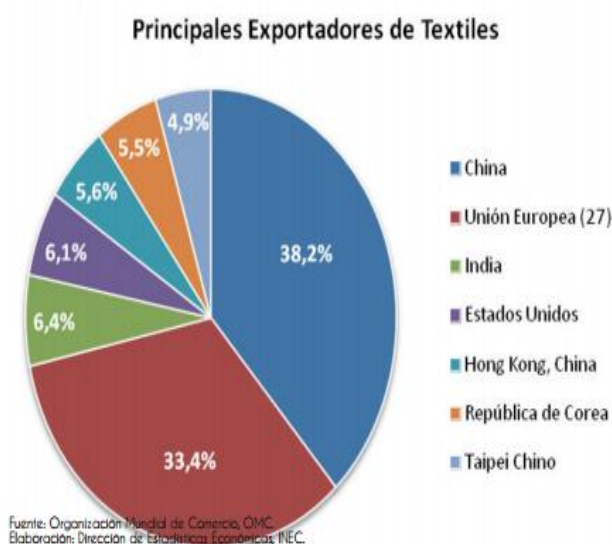


Gráfico 10 Principales Países Exportadores de textiles
Fuente organización Mundial de Comercio
Elaborado: Dirección de Estadísticas Económicas, INEC

¹¹ Infoeconomía: es una revista promocionada por el Instituto Nacional de Economía y censo que contiene información relevante sobre los sectores productivos del país

El sector textil representa para el Ecuador alrededor de 1.3% del promedio de exportaciones totales, teniendo como principales productos dentro de las partidas arancelarias a: coco, abaca y demás fibras textiles vegetales en bruto con el 28%, seguidos por sacos para envasar de propopileno y productos y artículos textiles de peso superior o igual a 650g ambos con el 16% de las exportaciones de productos textiles. PRO Ecuador (2012).

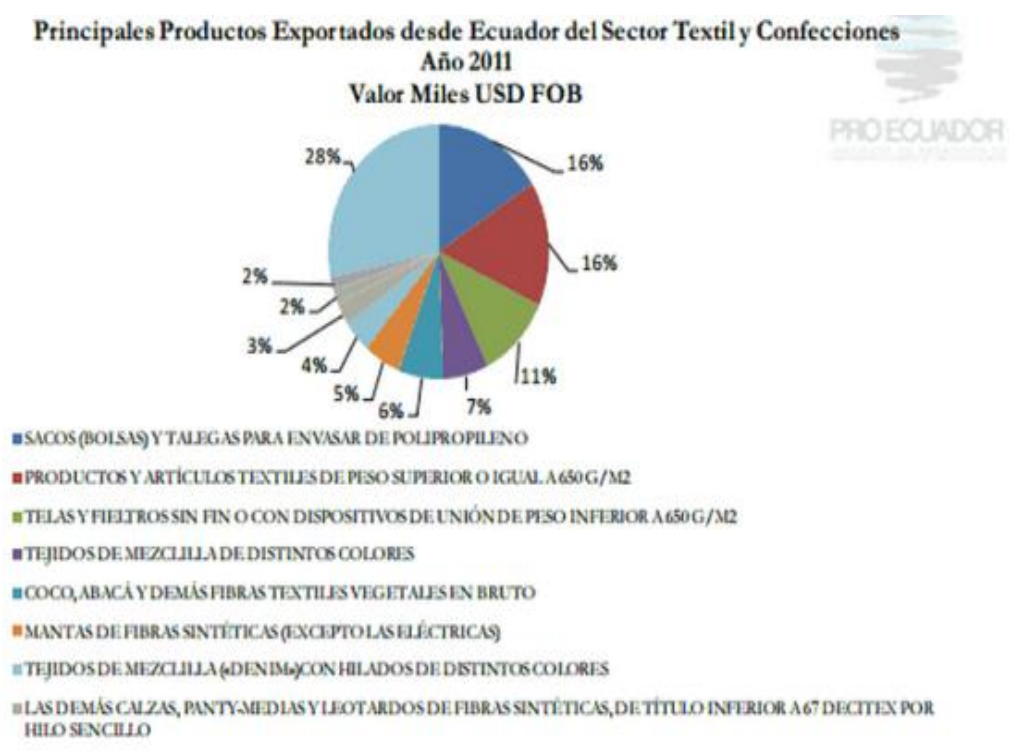


Gráfico 11 Principales productos textiles exportados desde Ecuador
Fuente: PROECUADOR

El gobierno de Ecuador ha implementado ciertas medidas arancelarias para proteger al sector textil y fomentar el consumo interno de la producción nacional, siendo esta medida una salvaguardia de balanza de pagos, lo cual dificulta el acceso a otros mercado cerrando los mercados debido a la falta de una política de estado con respecto a materia de comercia exterior.

Los principales mercados a los que debe apuntar Ecuador y mejorar relaciones de negocio son Colombia y Perú, sin embargo las medidas no han

sido impedimento para tener acceso hacia estos puntos, pese que Ecuador ha realizado alianzas con bloques económicos, estos no han dado resultados o no se han llegado a acuerdo claros y bien establecidos por lo cual Ecuador se ha convertido en un espectador de los cambios existentes entre otros países.

A continuación se realizara el análisis de la situación en la que se encuentra Ecuador para tener claro la realidad del sector textil referente a otros países y evaluar la evolución del sector por medio de sus importaciones, exportaciones, alianzas y los países a los cuales nos enfrentamos en el mercador externo.

Los datos que serán analizados, son proporcionados por la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador, los cuales están divididos por tipo de productos, importaciones, exportaciones y bloques económicos.

3.2.1. Análisis de Importaciones

Desde el año 2000 al 2010, podemos notar un evidente crecimiento de las importaciones del sector textil del Ecuador grafico (12), durante este periodo se destaca el año 2008 con un crecimiento del 23% de importación con un total de 137.265,20 toneladas métricas importadas de diferentes productos del sector textil, sin embargo debido a la crisis inmobiliaria de ese año, se ve repercutido en el 2009 disminuyendo sus importaciones en un -25.83%. El crecimiento de la demanda del sector textil durante esa década, se dio gracias a que el comportamiento del consumidor principalmente mujeres con estabilidad laboral destinan parte de sus ingresos en prendas de vestir y para el hogar, aumentando las importaciones del país.

Tabla 5 Importaciones sector textil 2000-2010

AÑO	TON	FOB	CIF	% CREC
2000	80.030,01	183.997,92	196.913,09	
2001	85.115,64	224.004,72	239.291,36	21,52
2002	83.851,26	215.618,32	229.567,42	-4,06
2003	82.921,27	231.536,47	244.436,11	6,48
2004	93.894,87	306.228,82	322.993,06	32,14
2005	101.646,84	350.944,09	371.176,29	14,92
2006	108.295,87	373.101,13	394.489,32	6,28
2007	121.499,62	448.906,25	473.974,45	20,15
2008	137.265,20	554.213,27	585.349,45	23,50
2009	114.597,41	415.007,83	434.145,15	-25,83
2010	133.130,49	561.695,09	590.910,99	36,11

Fuente: Banco central del Ecuador, BCE
 Elaboracion: Asociacion de Industriales Textiles del Ecuador

IMPORTACIONES TOTALES SECTOR TEXTIL
Toneladas y miles de USD
2000-2010

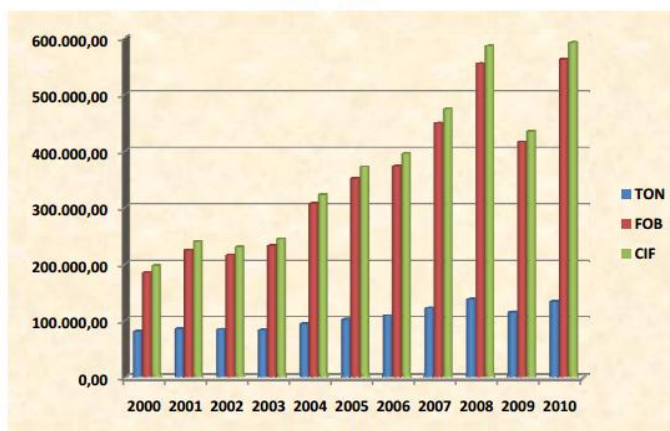


Gráfico 12 Importaciones Totales del Sector Textil 2000 – 2010
 Fuente: Banco central del Ecuador, BCE
 Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador

Para el año 2011, se destaca la importación de tejidos textiles representando un 29% de las importaciones totales, seguido por la importación de materia prima para la elaboración de diferentes productos textiles con el 22%,

y finalmente con el 21% de importaciones del sector textil se coloca las prendas de vestir.

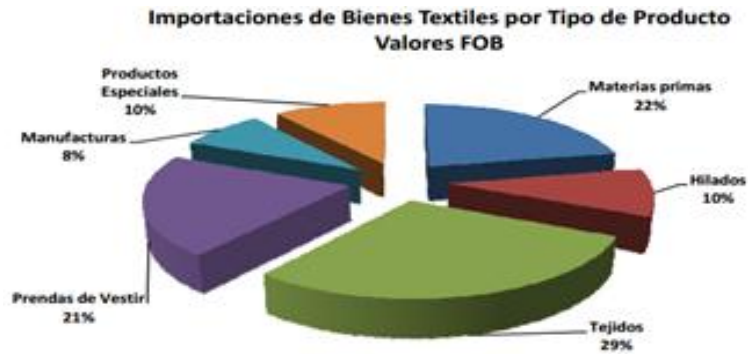


Gráfico 13 Importaciones de Bienes Textiles por tipo de Producto 2011

Fuente: Banco central del Ecuador, BCE

Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador

Tabla 6 Importaciones por tipo de Producto 2011

IMPORTACIONES POR TIPO DE PRODUCTO			
TIPO DE PRODUCTO	TON	FOB	CIF
Materias primas	29.592,894	87.706,105	91.508,436
Hilados	10.337,710	39.142,352	41.046,365
Tejidos	20.632,916	116.148,084	119.480,255
Prendas de Vestir	3.335,855	82.866,383	85.371,981
Manufacturas	5.282,384	31.936,652	33.443,139
Productos Especiales	10.734,266	42.493,754	45.282,676
Total general	79.916,025	400.293,330	416.132,852

Fuente: Banco central del Ecuador, BCE

Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador

En la tabla (7) del año 2012, se pueden observar los principales bloques económicos de los cuales Ecuador exporta materia prima, hilados y tejidos. Los países con mayor volumen de importaciones en relación a materia primas son China, Estados Unidos y el resto de Asia, los cuales superan los 10 mil toneladas. Con lo que respecta a importación de hilados, destacan los bloques

de China, Comunidad Andina y el resto de Asia. Mientras que los tejidos las importaciones se centran en China, Comunidad Andina y Panamá.

Tabla 7 Importaciones de Bienes textiles 2012

BLOQUE	Materias Primas			Hilados			Tejidos		
	TON	FOB	CIF	TON	FOB	CIF	TON	FOB	CIF
CAFTA-DR	--	---	--	15,446	159,571	163,625	7,152	8,884	9,744
CHILE	41,010	410,508	426,379	0,100	0,225	0,262	411,738	1.598,692	1.672,453
CHINA	1.272,891	2.278,483	2.469,951	3.699,958	9.157,257	9.816,597	18.354,475	56.954,440	61.325,023
COMUNIDAD ANDINA	4.414,156	12.181,839	12.468,970	1.642,744	10.062,076	10.335,609	13.056,009	115.649,991	116.809,127
ESTADOS UNIDOS	9.532,002	25.300,133	26.485,645	194,171	1.559,214	1.626,293	1.035,717	6.006,713	6.408,965
MERCOSUR	2.462,772	7.511,162	7.877,144	60,578	551,907	575,851	499,656	4.855,566	5.020,174
OTROS	32,153	98,655	103,329	--	--	--	25,828	140,808	147,125
PANAMA	5,713	11,943	12,110	5,519	57,949	58,750	2.597,897	9.234,502	9.456,769
RESTO ASIA	13.820,277	24.573,456	26.217,358	10.044,801	27.169,103	28.808,861	3.184,153	15.148,480	15.860,052
RESTO NAFTA	1.032,347	2.999,175	3.126,241	223,462	807,430	842,661	301,710	1.676,095	1.777,700
UNION EUROPEA	4.415,154	12.609,361	12.933,875	461,908	1.780,668	1.901,025	253,693	2.807,184	2.971,188
VENEZUELA	--	--	--	--	--	--	363,456	1.954,351	1.995,669
Total general	37.028,475	87.974,715	92.121,002	16.348,687	51.305,400	54.129,534	40.091,484	216.035,706	223.453,989

Fuente: Banco central del Ecuador, BCE

Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador

En los tres escenarios presentados, se pudo notar que el país con más representación de las importaciones del sector textil del Ecuador es China, esto se debe a los bajos costos de sus importaciones, lo cual lo hace más atractivo al mercado al momento de adquisición de productos textiles, pero al mismo tiempo genera una competencia desleal al mercado local lo cual afecta la balanza comercial ya que las importaciones superan las exportación.

El sector textil de Ecuador referente a sus importaciones, se observa que es un mercado atrayente para otros países, a pesar que se ha tratado de establecer medidas que impidan la importación de grandes volúmenes de productos textiles, esto no ha resultado ya que las importaciones siguen aumentando gracias a los bajos costos y calidad que ofrecen otros países, lo cual pone en desventaja a producto nacional.

3.2.2. Análisis de Exportaciones

Durante la década del 2000 al 2010, el sector textil se mantuvo en una reestructuración tratando de convertir a los pequeños artesanos en industrias textiles, a pesar de los esfuerzos realizados por este sector, en el 2004 se enfrentó al cierre de 10 empresas textiles según El Diario (2007), el cierre de estas empresas repercutió en el decrecimiento de la exportación del 2005 disminuyendo en un -4.91%, La Asociación de Textiles de Ecuador, indican que los principales factores para el cierre de estas empresas se dio por el aumento del contrabando y la importación de productos chinos. En los siguientes años, se establecieron medidas arancelarias para proteger el sector textil, lo cual ayudo al aumento de las exportaciones teniendo un incremento para el 2010 a 27.44%.

Tabla 8 Exportaciones sector textil 2000-2010

AÑO	TON	FOB	% CREC
2000	31.653,26	67.802,09	
2001	30.705,28	73.568,03	8,50
2002	47.340,68	66.034,68	-10,24
2003	34.146,78	77.878,09	17,94
2004	35.859,50	88.603,07	13,77
2005	40.048,37	84.250,71	-4,91
2006	27.327,09	82.811,45	-1,71
2007	28.208,93	93.989,38	13,50
2008	31.870,43	144.984,46	54,26
2009	28.932,12	179.681,16	23,93
2010	33.550,97	228.980,80	27,44

Fuente: Banco central del Ecuador, BCE

Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador

EXPORTACIONES TOTALES SECTOR TEXTIL
Toneladas y miles de USD
2000-2010

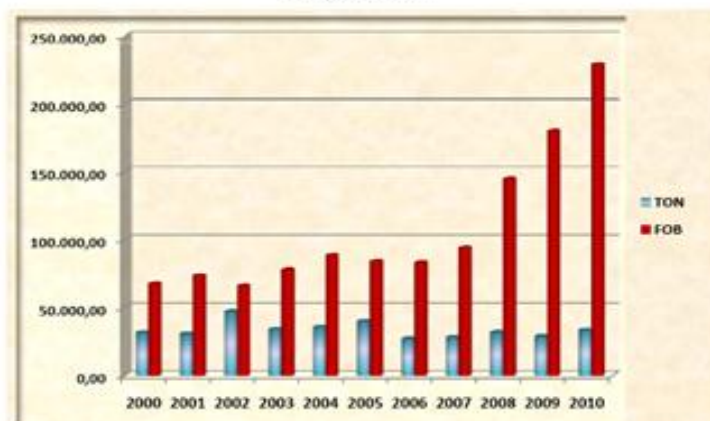


Gráfico 14 Exportaciones totales sector textil 2000-2010

Fuente: Banco central del Ecuador, BCE

Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador

Tanto para el año 2010 y 2011, el sector textil tuvo un crecimiento del 7% de sus exportaciones, estabilizando el mercado de esta industria. Para el año 2011 los principales productos exportados fueron los productos especializados con un 38% de las exportaciones totales del sector textil, seguido por manufacturas con el 22 % y finalmente los tejidos con el 14% de exportaciones.

Tabla 9 Exportaciones por tipo de producto 2011

EXPORTACIONES POR TIPO DE PRODUCTO		
TIPO DE PRODUCTO	TON	FOB
Materias primas	5.623,163	6.987,465
Hilados	1.687,106	10.401,634
Tejidos	2.781,545	17.991,526
Prendas de Vestir	1.334,069	14.422,528
Manufacturas	8.180,852	27.095,308
Productos Especiales	554,211	46.592,220
Total general	20.160,946	123.490,681

Fuente: Banco central del Ecuador, BCE

Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador



Gráfico 15 Exportaciones de Bienes Textiles por tipo de producto 2011

Fuente: Banco central del Ecuador, BCE

Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador

Sin embargo para el año 2012, las exportaciones decrecieron con respecto a los años anteriores. Según Díaz (2012) presidente ejecutivo de la Asociación de Textiles del Ecuador señaló que el alto costo de materia prima, el sobre endeudamiento que frenó el consumo, el incremento del contrabando, así como el incremento de las importaciones y las dificultades en las exportaciones son los factores principales que han fomentado la disminución de las exportaciones.

A continuación en la tabla (10) se puede observar los principales destinos de exportación del sector textil del Ecuador, teniendo como principales socios de exportación a Venezuela con el 33,44% y a Colombia con el 36,88%. Entre los productos más exportados se encuentran los tejidos e hilados.

Tabla 10 Principales países de destino de las exportaciones ecuatorianas de textiles y confecciones

PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES						
VALOR MILES USD FOB						
PAÍS	2009	2010	2011	2012*	TCPA 2009-2011	% PARTIC. 2011
VENEZUELA	101,203	129,757	65,276	16,495	-19.69%	33.44%
COLOMBIA	36,059	53,328	71,999	60,532	41.31%	36.88%
ESTADOS UNIDOS	7,917	7,579	7,469	4,750	-2.87%	3.83%
PERU	6,109	7,285	6,659	5,642	4.40%	3.41%
REINO UNIDO	5,260	6,696	5,501	5,795	2.27%	2.82%
BRASIL	2,221	2,020	9,812	3,619	110.17%	5.03%
FILIPINAS	4,150	2,865	4,241	4,151	1.08%	2.17%
CHILE	1,694	4,665	4,328	3,540	59.86%	2.22%
MÉXICO	2,839	2,474	3,079	1,749	4.14%	1.58%
JAPÓN	2,017	2,491	2,934	2,462	20.62%	1.50%
BOLIVIA	1,850	1,811	2,347	1,239	12.65%	1.20%
PANAMA	2,826	1,149	2,191	464	-11.95%	1.12%
ALEMANIA	1,075	1,672	1,921	1,524	33.67%	0.98%
ESPAÑA	989	1,106	491	1,687	-29.55%	0.25%
ARGENTINA	11	271	2,241	472	1318.46%	1.15%
COSTA RICA	422	391	812	778	38.81%	0.42%
DEMÁS PAÍSES	4,376	3,734	3,903	2,454	-5.56%	2.00%
TOTAL	181,016	229,293	195,204	117,352	3.85%	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboracion: Direccion de Inteligencia Comercial e Investigacion, PRO ECUADOR

los mercados a los cuales van dirigidas las exportaciones del sector textil del Ecuador como principal bloque tenemos en la exportacion de materia prima se encuentran la union Europea, el resto de Asia y Mercosur. Con respecto a hilados tenemos a la comunidad andina y Venezuela. en lo que corresponde a tejidos los bloques que destacan son la comunidad Andina, Venezuela y Estados Unidos. Se puede observar que las exportaciones del pais van dirigidas a los bloques de America del sur debido a la cercania y las preferencias arancelarias negociadas entre los paises pertenecientes a estos bloques.

Tabla 11 Exportaciones de Bienes textiles 2012

BLOQUE	Materias Primas		Hilados		Tejidos	
	TON	FOB	TON	FOB	TON	FOB
CAFTA-DR	--	--	32,114	244,336	62,329	439,31
CHILE	32,549	108,158	119,264	737,266	103,160	579,81
CHINA	68,632	58,386	--	--	--	--
COMUNIDAD ANDINA	30,085	98,583	1.703,518	9.763,175	8.374,537	41.922,78
ESTADOS UNIDOS	0,253	5,504	0,369	2,466	325,701	73,75
MERCOSUR	224,171	131,128	0,989	5,377	142,135	824,85
OTROS	0,733	8,215	0,231	2,991	0,200	1,41
PANAMA	--	--	6,064	65,049	0,016	0,12
RESTO ASIA	5.550,015	8.600,501	0,891	2,000	--	--
RESTO NAFTA	--	--	0,143	0,882	0,438	6,27
UNION EUROPEA	5.704,682	8.474,056	--	--	0,506	8,41
VENEZUELA	7,325	94,859	743,833	5.134,274	663,654	6.165,44
Total general	11.618,445	17.579,390	2.607,416	15.957,816	9.672,676	50.022,18

Fuente: Banco central del Ecuador, BCE
Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador

Sin embargo El presidente de la AITE indicó que entre enero y septiembre de 2011, las exportaciones totales de este sector alcanzaron los 153,7 millones de dólares, mientras que en el mismo periodo del 2012 solo han sido de 117,3 millones. Lo cual es evidencia de la perdida de mercado que esta teniendo el sector textil de Ecuador tanto venezuela como estados Unidos. La hora (2012).

Pese a los incentivos que se han tratado de implementar como financiamientos por parte del estado otorgando créditos a Pymes para que puedan convertirse en industrias, el sector textil de Ecuador aun no puede competir de manera igualitaria con otros países, la falta de implementación de tecnología los costos altos en adquisición de materias primas y maquinarias ponen en estancamiento el crecimiento de las importaciones de este sector.

3.3. Análisis por Bloques Económicos

3.3.1. Importaciones

Para Ecuador, así como el resto de Latinoamérica, las importaciones de bienes textiles son focalizadas en la Comunidad Andina gracias a las ventajas obtenidas por la firma de tratados de preferencia arancelarias. Como podemos observar en el gráfico (16) del total de las importaciones de Ecuador realizadas en el año 2012, el 41% de las importaciones de productos textiles provienen de la Comunidad andina. Destacando entre sus principales productos tejidos y prendas de vestir.

Tabla 12 Importaciones por Bloque Económico

IMPORTACIONES POR BLOQUE ECONÓMICO			
BLOQUES ECON.	2012		
	TON	FOB	CIF
CAFTA-DR	104,909	386,369	414,925
CHILE	945,657	4.725,923	5.027,608
CHINA	33.932,974	116.085,881	124.665,120
COMUNIDAD ANDINA	30.694,339	289.477,036	294.040,704
ESTADOS UNIDOS	15.731,845	94.857,278	99.485,095
MERCOSUR	4.962,287	24.482,001	25.702,776
OTROS	241,188	909,022	961,652
PANAMA	4.596,898	51.188,942	52.086,351
RESTO ASIA	29.864,298	86.146,025	91.169,508
RESTO NAFTA	2.859,129	9.389,560	9.924,234
UNION EUROPEA	6.037,456	34.059,882	35.887,204
VENEZUELA	540,393	2.503,658	2.579,809
Total general	130.511,373	714.211,577	741.944,986

Fuente: Banco central del Ecuador, BCE

Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador



Gráfico 16 Exportaciones de bienes textiles por Bloque Economico
Fuente: Banco central del Ecuador, BCE
Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador

China se coloca en el segundo país del cual se importan más productos textiles, los bajos costos en sus productos atraen a los consumidores, pero se vuelven una amenaza para la producción local. Posteriormente, encontramos mercados como Estados Unidos con el 13% de las importaciones totales de productos textiles por la diversidad de productos y la calidad que ofrecen, son referentes que crean una demanda creciente de sus productos.

3.3.2. Exportaciones

Las exportaciones de productos textiles de Ecuador, al igual que sus importaciones tiene como objetivo principal a la Comunidad Andina, en el gráfico (17) se observa que el 59% es decir más de la mitad de las exportaciones totales son destinadas a los países que conforman este bloque económico teniendo como países principales a Colombia, Perú y Venezuela el resto de bloques económicos no tienen una representación tan significativa, esto se debe

a la competencia que existe dentro del mercado, lo cual pone a Ecuador en desventaja al momento de producir y comercializar sus productos textiles.

Tabla 13 Exportaciones por Bloque Económico

EXPORTACIONES POR BLOQUE ECONÓMICO		
BLOQUES ECON.	2012	
	TON	FOB
CAFTA-DR	183,176	1.429,046
CHILE	641,165	4.730,031
CHINA	68,632	58,386
COMUNIDAD ANDINA	21.196,718	91.084,023
ESTADOS UNIDOS	819,815	6.575,391
MERCOSUR	867,502	4.751,439
OTROS	439,621	2.107,990
PANAMA	104,739	845,189
RESTO ASIA	5.630,697	8.673,324
RESTO NAFTA	136,831	2.681,744
UNION EUROPEA	6.000,554	11.729,121
VENEZUELA	3.250,676	20.595,243
Total general	39.340,126	155.260,927

Fuente: Banco central del Ecuador, BCE
Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador



Gráfico 17 Exportaciones de Bienes textiles por Bloque Económico
Fuente: Banco central del Ecuador, BCE
Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador

Los principales productos que se exportan son productos de manufactura con un 34%, seguido de los tejidos con un 25% y materia primas con el 14%.



Gráfico 18 Exportaciones de Bienes textiles por tipo de producto
Fuente: Banco central del Ecuador, BCE

Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador

CAPITULO IV

Identificar los factores que no permiten la internacionalización de las Pymes del sector textil de Guayaquil

4. Evaluación de resultados de encuestas a las PYMES del sector textil de la ciudad de Guayaquil

Durante este capítulo se analizará el sector textil de la ciudad de Guayaquil para localizar las diferentes problemáticas que no permiten la internacionalización de Pymes. Con la finalidad de obtener la información requerida, se realizó una encuesta a distintas Pymes de la ciudad de Guayaquil. En la encuesta se evaluará las actividades que realizan las empresas dentro del sector textil, además del porcentaje de internacionalización de las empresas, así como los factores internos y externos que no permiten su internacionalización.

Para el tema seleccionado escoger una muestra es mandatorio debido a que queremos detectar mediante encuestas a gerentes de empresas Pymes ecuatorianas los factores clave que impide tomar la decisión de internacionalizarse. El muestreo será de forma aleatorio estratificado. Consiste en la división previa de la población de estudio en grupos o clases que se suponen homogéneos respecto a característica a estudiar por lo cual seleccionaremos a empresas Pymes que tengan la misma característica en común que no asuman el reto a internacionalizarse. A cada uno de estos estratos se le asignaría una cuota que determinaría el número de miembros del mismo que compondrán la muestra.

Según Ekos (2012) de las 100 Pymes más destacadas del sector textil del Ecuador, 20 son de la ciudad de Guayaquil, las cuales fueron tomadas en cuenta para realizar la encuesta del sector textil de la Ciudad de Guayaquil. Además dentro de la muestra se consideró las Pymes que están afiliadas a la Cámara de

la Pequeña Industria del Guayas¹² de la cual obtuvimos 30 Pymes registradas. Con una totalidad de 50 empresas encuestadas.

4.1. Resultados de la Encuestas

4.1.1. Actividades del Sector textil de Guayaquil

1. ¿A cuál de las siguientes actividades se dedica su empresa?

En la ciudad de Guayaquil el sector textil se destaca en la producción de prendas de vestir con el 66% de las empresas encuestadas, la mayor parte de estas Pymes son taller de confección y bordados de camisas, camisetas, pantalones, etc., que destinan su producción a la distribución local. El 14% de las Pymes del sector textil se dedican a las importaciones de textiles para la distribución local, así mismo dentro de este grupo se encuentran la producción de zapatos y suelas. Tanto los tejidos con 12% y los hilados con 6% son Pymes que están ubicadas en la parte industrial de la ciudad de Guayaquil ya que son fabricas que producen en grandes volumen y ya tienen mercados externos. Fiablemente con el 2% se encuentra las lencerías de hogares donde encontramos productos como alfombras y toallas.

Tabla 14 Actividad del Sector Textil

ACTIVIDAD DEL SECTOR TEXTIL						Total
No. de empresas	Hilados	Tejidos	Prendas de vestir	Lencería de Hogar	Otros	empresas
	3	6	33	1	7	50
% Participación	6%	12%	66%	2%	14%	100%

Elaboración: La Autora

¹² Cámara de la Pequeña Industria del Guayas: es una organización no gubernamental sin fines de lucro que agrupa y representa a las pequeñas y medianas empresas de la provincia del Guayas

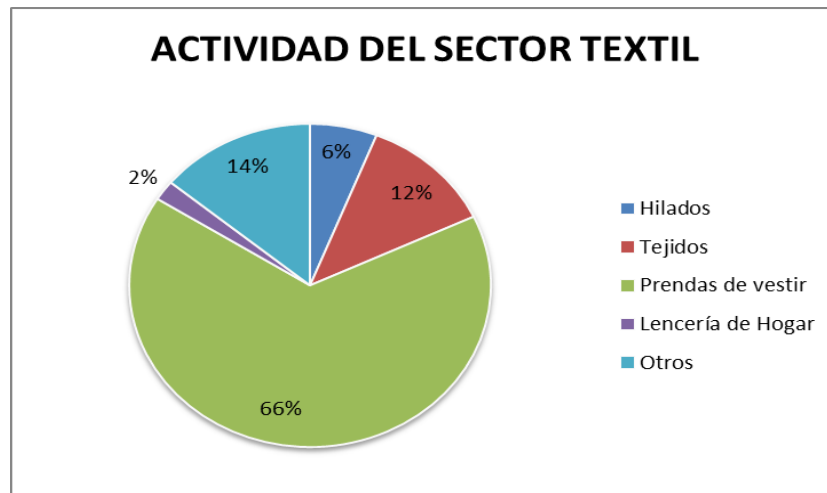


Gráfico 19 Actividad del Sector Textil
Elaboración: La Autora

4.1.2. Nivel de Internacionalización

2. ¿Cuál es el destino de su producción nacional o internacional?

El 100% de las empresas afirman que su producción es para distribución nacional, pese que existe una competencia desleal en relación a otros países, ya que los precios y la calidad varían dependiendo del lugar de importación, además indican que la cultura ecuatoriana tiende a elegir productos internacionales, lo cual dificulta extender su producción local a internacional.

Tabla 15 Producción Nacional

PRODUCCION		
	Nacional	Total empresas Encuestadas
No. Empresas	50	50
% participación	100%	100%

Elaboración: La Autora

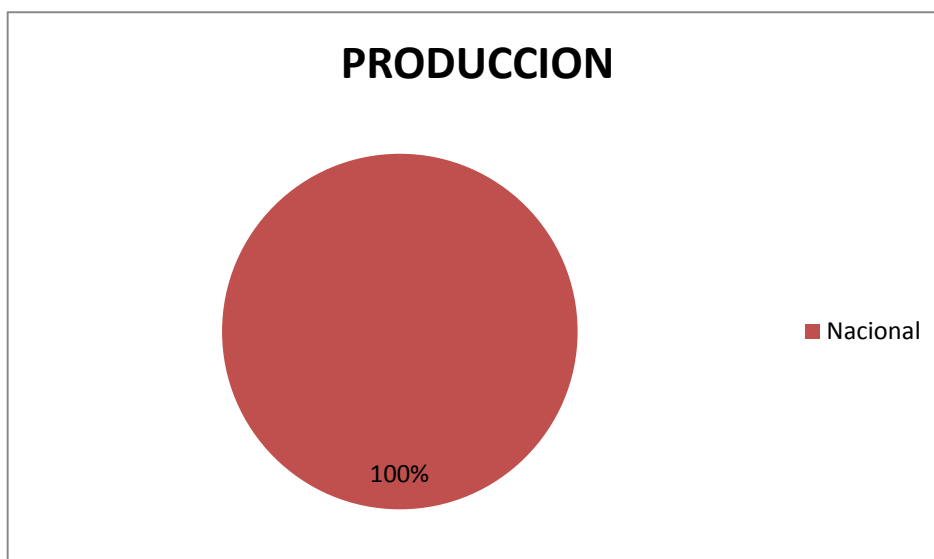


Gráfico 20 Producción Nacional

Elaboración: La Autora

Por otra parte de las 50 empresas encuestadas en Guayaquil, se determinó que solo el 16% de Pymes han llegado a internacionalizarse, pero la mayor parte de estas empresas exportan materia prima como tejidos e hilos y ciertos casos exportan prendas de vestir. Según nos indicaron que su internacionalización se dio gracias a las alianzas establecidas con empresas de otros países y la estandarización de sus procesos permitiendo mejorar la calidad de productos.

Tabla 16 Producción Internacional

PRODUCCION			
	Internacionalización	no internacionalización	Total empresas Encuestadas
No. Empresas	8	42	50
% participación	16%	84%	100%

Elaboración: La Autora

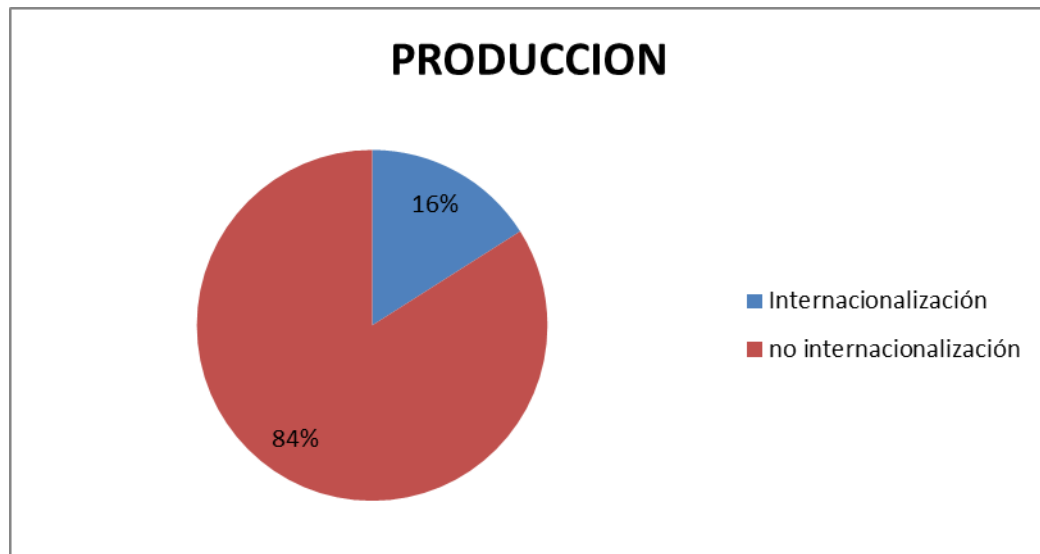


Gráfico 21 Producción Internacional

Elaboración: La Autora

4.1.3. Sector textil preparado para la Internacionalización

3. ¿Considera que las PYMES del sector textil de la ciudad de Guayaquil pueden internacionalizarse?

Pese que la mayor parte de las Pymes del sector textil de la Ciudad de Guayaquil no han logrado la internacionalización, el 72% de estas empresas consideran que las Pymes del Sector textil pueden llegar a internacionalizarse siempre y cuando adecuen su infraestructura para producir en gran escala y mejoren sus procesos de producción y amplíen sus conocimientos en exportaciones cabe recalcar que la mayor parte de las empresas que dieron una afirmación positiva ya se han internacionalizado o aspiran a internacionalizarse. Mientras que el 28% sostienen que las Pymes del sector textil aún no están preparadas para internacionalizarse ya que les falta establecer su mercado local antes de pensar en un mercado exterior y la competencia de otros países es una amenaza para tomar este reto.

Tabla 17 Internacionalización de PYMES del Sector textil

INTERNACIONALIZACION DE PYMES DEL SECTOR TEXTIL			
	si	no	Total empresas encuestadas
No. de empresas	36	14	50
% participación	72%	28%	100%

Elaboración: La Autora

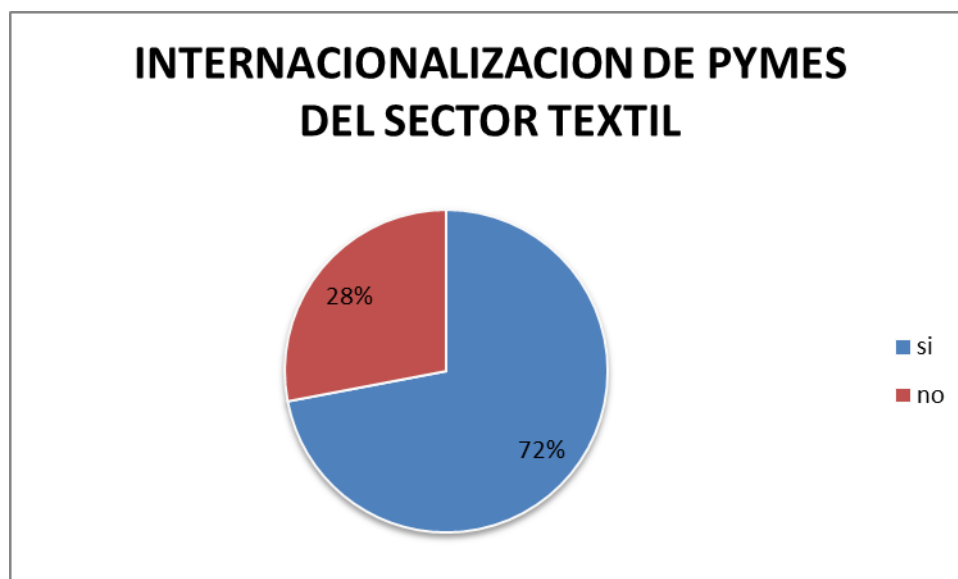


Gráfico 22 Internacionalización de PYMES del Sector Textil

Elaboración: La Autora

4.1.4. Factores internos que no permiten la internacionalización de las Pymes del sector textil

4. De los siguientes factores internos, ¿Cuál cree Usted que son impedimentos para la internacionalización de Pymes del Sector textil de la Ciudad de Guayaquil?

En base a la investigación de este tema, se seleccionó los posibles factores internos que no permiten la internacionalización de una empresa, para lo

cual se les dieron varias opciones a elegir a los encuestados para determinar los factores más comunes en las Pymes de Guayaquil.

A continuación en la tabla (18) se puede observar los factores internos que repercuten en la internacionalización de las Pymes del sector textil de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 18 Factores no internacionalización factores internos

NO INTERNACIONALIZACION FACTORES INTERNOS						
	Altos costos de producción	Inexperiencia de operaciones	Falta de capacitación para empleados	Falta de implementación de tecnología	Falta de maquinaria	Total empresas encuestadas
No. de empresas	40	33	31	45	43	50
% participación	80%	66%	62%	90%	86%	

Elaboración: La Autora

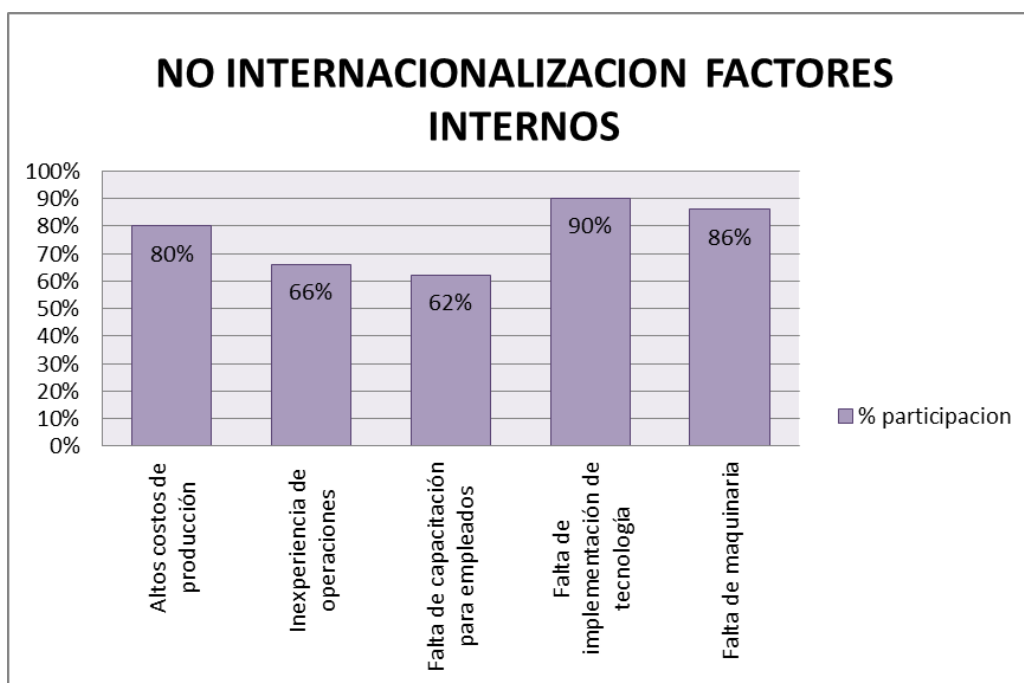


Gráfico 23 Factores Internos

Elaboración: La Autora

4.1.4.1. Altos costos de Producción

El 80% de las empresas afirman que los costos de producir en un volumen mayor no permiten la internacionalización, ya que incurren en contratar mayor número de personal, conseguir nuevos proveedores para materias primas, los costos de servicios básicos y transporte. Dado el tamaño de las Pymes, no tienen el capital suficiente para la inversión de este tipo de expansión y prefieren no correr el riesgo.

4.1.4.2. Inexperiencia de Operaciones

La inexperiencia de las operaciones para internacionalizarse es una de las barreras de la internacionalización. Para el 66% de las empresas, el temor a explorar nuevos mercados sin tener un conocimiento previo impide que las Pymes del sector textil puedan internacionalizarse. Los estándares internacionales, políticos de otros países, calidad, prácticas comerciales y capacidad de producción son solo algunas de las operaciones que requiere conocimiento. Sin embargo el 33% asegura que haciendo se aprende, lo cual no impide la internacionalización.

4.1.4.3. Falta de Capacitación de los empleados

La fuerza laboral es de gran importancia para la internacionalización de una Pyme, ya que gracias a los trabajadores se llega a los niveles de producción esperados para cumplir cualquier tipo de demanda sea local o extranjera. El 62% de las empresas indican que falta personal capacitado para poder internacionalizarse ya que la mayor parte de las Pymes producen para distribución local y son talleres que trabajan de manera artesanal, lo cual dificulta quitar de la mente de un trabajador sus hábitos laborales de trabajar por pedidos mínimos a trabajar por volumen de producción de manera rápida sin olvidar la calidad. Mientras que el 38% asegura que la capacitación se da mediante el crecimiento de la empresas y se adoptan nuevas costumbres.

4.1.4.4. Falta de Implementación de Tecnología

El 90% de las empresas consideran que a las Pymes del sector textil les falta implementar tecnología dentro de sus operaciones internas como externas. El hecho de que este tipo de empresas se manejen muchas veces de forma informal ha generado una barrera para usar herramientas como la tecnología dejando a un lado la posibilidad de implementar estos recursos para mejorar la relación con el cliente facilitando información por medio de las redes sociales, páginas web, etc.

4.1.4.5. Falta de maquinaria

Para la producción de todo tipo de productos textiles se necesita maquinarias que tienen costos muy elevados para su adquisición y que una Pyme no está en condiciones de comprar por lo cual el 86% de las empresas consideran que la falta de adquisición de maquinaria para producir en gran escalas para extender sus operaciones en otros países, es uno de los impedimentos para la internacionalización.

4.1.5. Factores Externos que no permitan la internacionalización de las Pymes

4. De los siguientes factores Externos, Cual cree Usted que son impedimentos para la internacionalización de PYMES del Sector textil de la Ciudad de Guayaquil?

En base a la investigación de este tema, se seleccionó los posibles factores externos que no permiten la internacionalización de una empresa, aplicada al sector textil de la ciudad de Guayaquil, para lo cual se les dieron varias opciones a elegir a los encuestados para determinar los factores más comunes en las Pymes de Guayaquil.

Tabla 19 No internacionalización Factores Externos

NO INTERNACIONALIZACION FACTORES EXTERNOS					
	Financiamiento	Desconocimiento en procesos de exportación	Competencia	Falta de contactos externos	Total empresas encuestadas
No. empresas	49	34	47	46	50
% participación	98%	68%	94%	92%	

Elaboración: La Autora

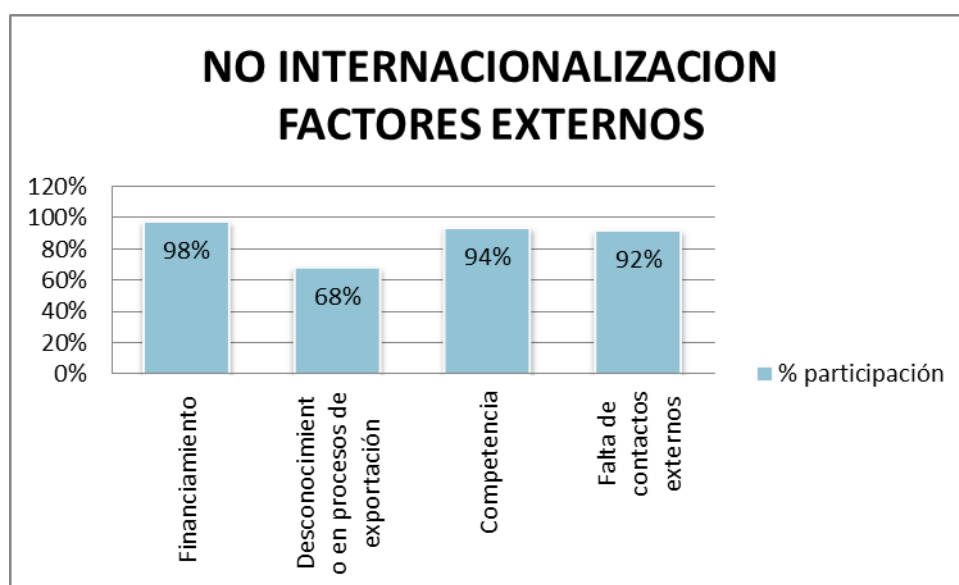


Gráfico 24 Factores Externos

Elaboración: La Autora

4.1.5.1. Financiamiento

La falta de financiamiento es un problema común dentro de las Pymes, ya que al recurrir a un financiamiento por medio de un crédito tienen que presentar un sin número de papeles para la autorización del mismo, sin contar la tasas de interés del crédito y el endeudamiento que esto ocasiona, por lo cual el 98% de las empresas consideran que la falta de financiamiento no permite la internacionalización.

A continuación en el gráfico (25) se observan los diversos tipos de financiamientos a los cuales recurren las Pymes del Ecuador para obtener algún tipo de crédito para realizar inversiones en sus negocios.

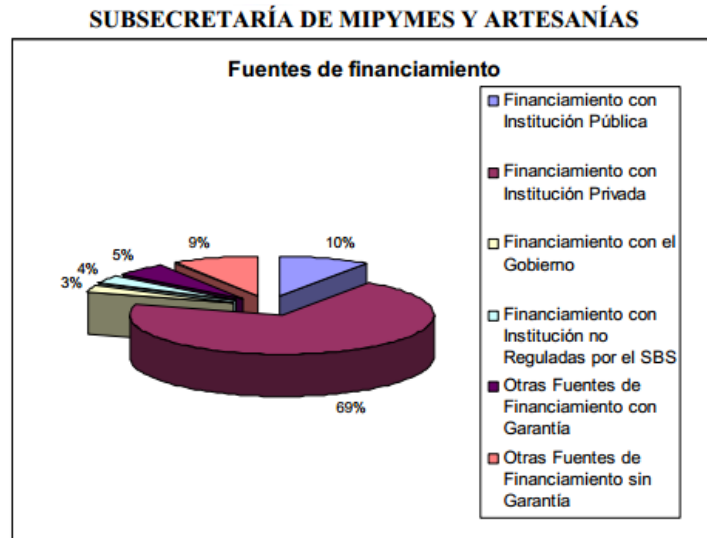


Gráfico 25 Fuentes de Financiamiento
Fuente: Ministerio de industria y productividad.

Se ve reflejado en el gráfico que las Pymes no recurren a fuentes de financiamientos privadas ni públicas lo cual ratifica lo indicado en la encuesta, la burocracia para la adquisición de un financiamiento no permite la internacionalización ya que el 69% de las Pymes prefieren recurrir a otras fuentes de financiamiento con garantías las cuales no realizan préstamos del monto tan elevado como para llevar a una Pyme a la internacionalizarse.

4.1.5.2. Desconocimiento de Procesos de Exportación

El 68% de empresas consideran que el desconocimiento de Procesos de exportación impide la internacionalización. Los registros, tasas para pagar, empaquetados son solo algunos de los puntos en los cuales se necesita información para las Pymes tanto para las que ya han explorado nuevos

mercados, como para las que tienen la iniciativa de hacerlo, de esta manera se reafirma conocimientos por una parte y se da el Know how ¹³a nuevas empresas.

4.1.5.3. Competencia

El mercado actual exige ser los mejores para poder competir con otros mercados por lo cual 94% de las empresas consideran que la competitividad es un factor que atemoriza a los propietarios de Pymes a internacionalizarse ya que la realidad a la que nos enfrentamos es que son pocas las Pymes de Guayaquil que tienen calidad, infraestructuras, procesos bien establecidos y fuerza laboral capacitado para competir en otros mercados y ganar territorio.

4.1.5.4. Falta de Contactos Externos

La falta de implementación de tecnología dentro de una PYME también influye en su capacidad de encontrar aliados fuera del país para establecer networking¹⁴ y comercializar sus productos en el exterior, por eso 92% de empresas afirman que la falta de contactos externos imposibilita la expansión de los negocios de las Pymes del sector textil de Guayaquil, limitando sus operaciones solo a la distribución local.

¹³ Know How: Conocimiento del procedimiento para realizar alguna actividad.

¹⁴ Networking: Red de contactos que tiene una persona dentro y fuera del país.

4.1.6. Incentivos por partes del sector público para las PYMES

6. ¿Conoce Usted algún tipo de incentivo por parte del sector público para la internacionalización de las Pymes del sector textil de Guayaquil e indique cuál?

Las empresas encuestadas indicaron que el 56% conocen algún tipo de incentivo por parte del sector público que beneficia a las Pymes del sector textil en ámbito económico, capacitación, adquisición de bienes e inclusión en el sector público. Por otra parte el 44% no conocen algún incentivo por parte del sector público.

Tabla 20 Incentivos del Gobierno

INCENTIVOS DEL GOBIERNOS			
	si	No	Total empresas encuestadas
No. empresas	28	22	50
% participación	56%	44%	100%

Elaboración: La Autora

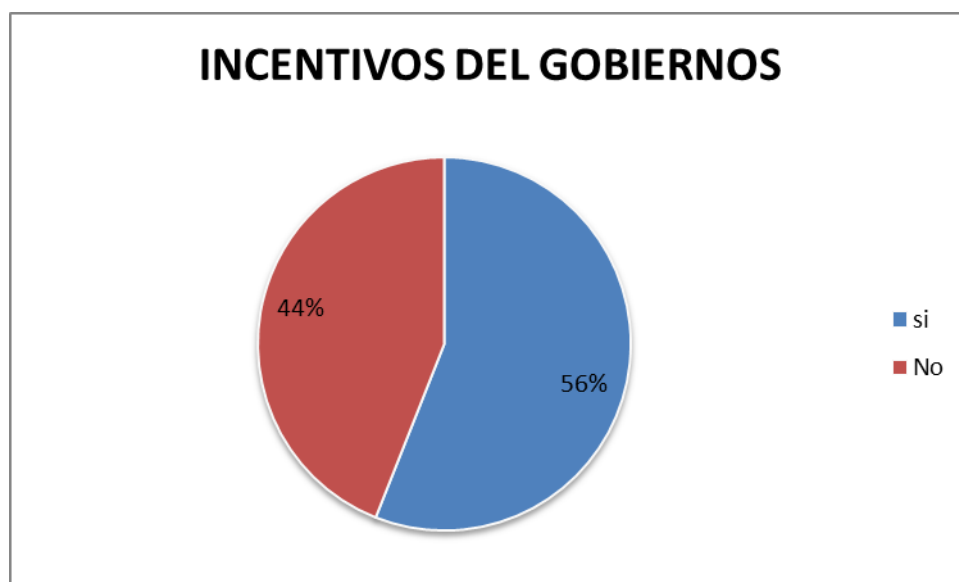


Gráfico 26 Incentivos del Gobierno

Elaboración: La Autora

De los incentivos mencionados por las empresas encuestadas, a continuación se realizara una explicación de los más relevantes para tener un conocimiento amplio de los mismos.

4.1.6.1. Fondepyme

Según el Ministerio de Industria y productividad (2011) Busca el fortalecimiento de la productividad y competitividad de las unidades productivas relacionadas al desarrollo de Mipymes y Artesanos. Y tienen como finalidad:

1. Apoyar el incremento de la productividad, generación de empleo y reducción de costos en los procesos productivos de las unidades productivas: empresariales, asociativas; y, artesanales;
2. Apoyar el Incremento de los estándares de calidad, los índices de componente nacional y la transferencia tecnológica en los diferentes eslabones de la cadenas productivas, las unidades productivas: empresariales, asociativas; y, artesanales;
3. Canalizar transferencia de tecnología nacional y extranjera hacia las unidades productivas: empresariales, asociativas; y, artesanales;
4. Apoyar la generación y diseño de bienes y servicios enfocados en la diferenciación competitiva de las unidades productivas: empresariales, asociativas; y, artesanales;
5. Apoyar en el Desarrollo de Investigación, Desarrollo e Innovación aplicada, para generar productos con valor agregado y para apoyar el desarrollo de nuevos productos y diversificación productiva; y,
6. Apoyar el acceso de unidades productivas a nuevos mercados nacionales o internacionales, y fortalecer el comercio de las unidades productivas: empresariales, asociativas; y, artesanales.



Gráfico 27 FONDEPYME

Fuente: <http://www.producepyme.gob.ec/portal/index.php>

4.1.6.2. Exportapyme

Tiene como objeto incrementar y mejorar:

- a) La productividad y competitividad;
- b) El acceso a mercados
- c) La calidad de la producción;
- d) El fomento de la oferta exportable ecuatoriana; y,
- e) Desarrollo y a la diversificación de productos y servicios con valor agregado; de micro y pequeñas empresas.



Gráfico 28 EXPORTAPYME

Fuente: <http://www.agroscopio.com/main/producto/507-exporta-pyme-corpei>

4.1.6.3. Mercados de Valores para Pymes

EL ministerio de industria y productividad, desarrollo un programa para que las PYMES de cualquier sector puedan ser beneficiadas con la inyección de capital por medio de la incursión de los mismos en el mercado de valores.

4.1.6.4. Código de la Producción

El código de la producción dentro de su normativa, establece beneficios para las Pymes por medio de las ventas públicas, ya que otorgan a las Pymes la oportunidad de formar parte de los diversos concursos del sector público para formar parte de la cadena de proveedores que maneja el estado, abriendo mercado local y generando mayor demanda de los productos ofrecidos al mercado.



Gráfico 29 Código de la Producción

Fuente: <https://ukcapacitaciones.com/index.php/using-joomla/extensions/components/content-component/article-category-list/259-codigo-de-la-produccion>

4.1.6.5. Corporación Financiera Nacional CFN

La CFN, ayuda al sector productivo del país por medio de la otorgación de créditos a empresas que quieren ampliar sus negocios. Dentro de sus programas de incentivo para el desarrollo económico y social del país se encuentra el Programa de Fomento Productivo, el cual es dirigido a las Pymes otorgando hasta el 70% de financiamiento de un proyecto viable, dentro de sus objetivos se encuentran:

1. Identificar necesidades de financiamiento en zonas y sectores de menor desarrollo relativo.
2. Promover Proyectos Productivos.
3. Contribuir a la inclusión social de las personas pertenecientes al del sector beneficiado.
4. Aumento del nivel competitivo del sector.
5. Contribuir a la generación de acuerdos comerciales.
6. Generar mayor producción y fuentes de empleo.



Gráfico 30 Programa de Fomento Productivo

Fuente: <http://www.cfn.fin.ec/>

4.1.7. Capacitación para PYMES

7. ¿Considera necesaria la capacitación de las PYMES del sector textil de Guayaquil, mencione los temas?

El 100% de empresas encuestadas consideran necesaria la capacitación de las PYMES en diversos temas para mejorar sus procesos, calidad, conocimiento etc. Y ver a la internacionalización como oportunidad de crecimiento a largo plazo.

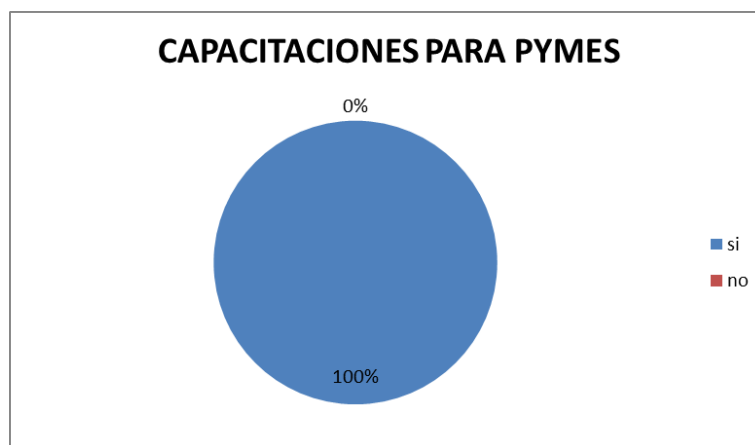


Gráfico 31 Capacitación para Pymes

Elaboración: La Autora

Dentro de los principales temas de capacitación indicada por las empresas encuestadas, se destacan los procesos de exportación, implantación de software y fuentes de financiamientos.

En la actualidad, el gobierno está capacitando a las Pymes en la implementación de las normas NIIF¹⁵ dentro de sus operaciones, así mismo en el 2011 se trató de dar capacitaciones sobre las mejores prácticas de comercio exterior, sin embargo las capacitaciones no son continuas, lo cual genera desconocimiento entre los actores de las Pymes, limitando sus operaciones.

¹⁵ NIIF: Normas internacionales de información financiera

4.1.8. Asociación de PYMES

8. ¿Considera que la asociación de las Pymes del Sector textil puede ser un método para internacionalizarse?

Para el 58% de las pymes encuestadas no consideran necesaria la asociación entre Pymes del sector textil para la internacionalización, ya que la asociación implica más actores dentro de un mismo negocios y podría generar problemas económicos al momento de asumir montos de inversión y producción, mientras que 42% consideran necesaria a la asociación para generar mayor impacto al momento de competir en mercados exteriores ya que podrían cubrir el volumen de demanda de productos y generar un beneficio económicos que llegue a mas actores del negocio.

Tabla 21 Asociación de PYMES

ASOCIACIONES DE PYMES			
	si	no	Total de empresas encuestadas
No. empresas	21	29	50
% participación	42%	58%	100%

Elaboración: La Autora

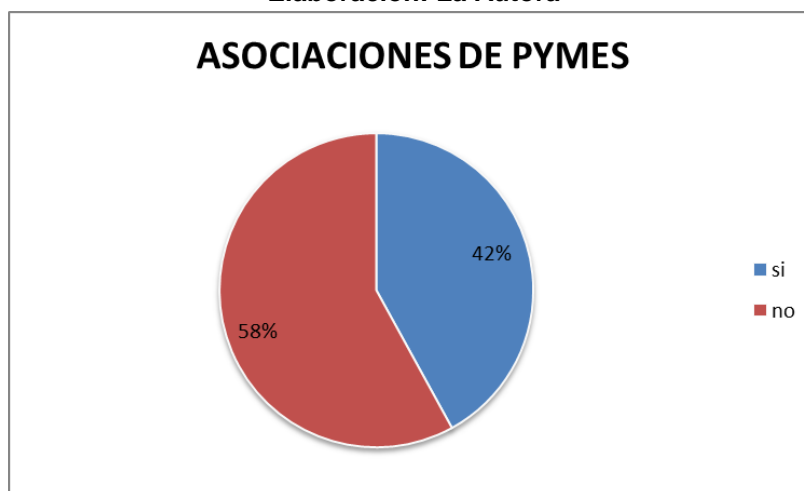


Gráfico 32 Asociaciones de Pymes Textil

Elaboración: La Autora

CAPITULO V

5. Beneficios de la Internacionalización

Luego de analizar la realidad del sector textil del Ecuador y recolectar información sobre el sector textil en la ciudad de Guayaquil, se pudo determinar los diversos factores que no permiten la internacionalización de las Pymes de este sector, además las encuestas arrojaron información sobre los conocimientos de fuentes de financiamiento y capacitación que existen para las Pymes.

La internacionalización va más allá del simple hecho de exportar productos a otro país, para las Pymes es sinónimo de crecimiento absoluto en todos sus procesos desde la adecuación de su infraestructura, hasta la adquisición de maquinarias, lo cual se refleja en la calidad de producción de los diversos bienes textiles que ofrecen a los mercados internos y externos, generando un bienestar global a todos los actores que intervienen dentro del proceso de crecimiento de las Pymes.

Considerando el nivel bajo de internacionalización de Pymes del Ecuador con solo un 6% del total de Pymes que son alrededor de 16 mil, y el nivel de internacionalización de Pymes textiles de la ciudad de Guayaquil con el 16% del total encuestadas, resulta preocupante que la producción nacional de bienes textiles no capte mercado internacional de los bienes textiles que ofrece.

Con la finalidad de brindar un incentivo a las Pymes del sector textil para su incursión dentro de mercados externos, este capítulo dará a conocer los beneficios que se puede obtener al momento de expandir un negocio fuera del país y el aporte que genera tanto para la empresa como para la economía del país.

No cabe duda que la internacionalización trae beneficios a la industria. Entre los beneficios podemos destacar los siguientes:

Crecimiento de la Empresa:

La empresa tendrá acceso a un mercado más amplio, mejora la imagen tanto al nivel nacional como internacional, mejora los niveles de ingreso porque el mercado internacional se vuelve más rentable que el local, así mismo sus niveles de producción, calidad y control aumentan generando productos más atractivos para el mercado.

Competitividad:

La empresa se ve obligada a mejorar su calidad y maximizar su capacidad productiva para enfrentar a productores más reconocidos, genera mejoras en los índices de servicio al cliente dentro y fuera del país, el aprendizaje de las experiencias obtenidas en el mercado internacional que se puedan aplicar al mercado local.

Equilibrio en la balanza comercial no petrolera:

Aumentan los niveles de ingreso al sistema financiero nacional, mejorando la calidad de vida de quienes participan en el sector y disminuyendo el déficit de la balanza comercial, como se puede observar en el grafico (28) los saldos que tenemos en la balanza comercial son negativos, ya que nuestras importaciones de productos textiles son mayores que las exportaciones, pese a que el sector textil ha aumentado sus volumen de exportación tabla (20), no se refleja un incremento dentro de la balanza comercial, esto se debe a que al igual que las exportaciones, las importaciones aumentan sus volumen cada año.

Tabla 22 Balanza Comercial Textil 2000-2013



AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO
2000	67.802	183.998	-116.196
2001	73.568	224.005	-150.437
2002	66.035	215.618	-149.584
2003	77.878	231.536	-153.658
2004	88.603	306.229	-217.626
2005	84.251	350.944	-266.693
2006	82.811	373.101	-290.290
2007	93.989	448.906	-354.917
2008	144.984	554.213	-409.229
2009	179.681	415.008	-235.327
2010	229.293	561.701	-332.408
2011	194.896	736.605	-541.709
2012	155.261	714.212	-558.951
2013*	116.218	575.596	-459.378

FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACION: Departamento Técnico
AITE ISC29/11/2013

Fuente: Banco central del Ecuador, BCE
Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador



BALANZA COMERCIAL
Valores FOB- Miles de USD
2000-2013

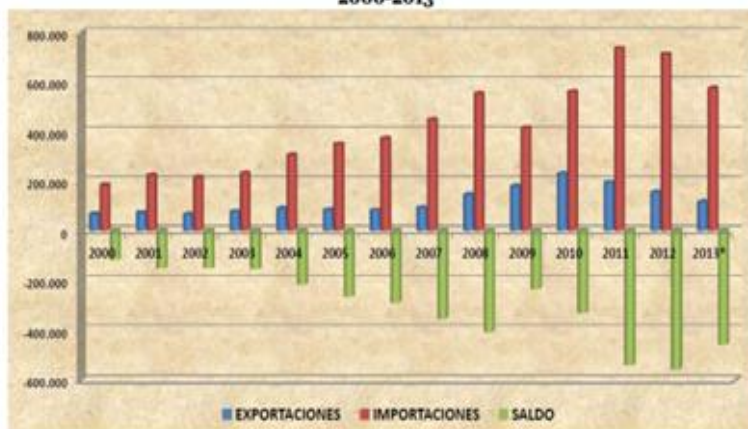


Gráfico 33 Balanza Comercial 2000-2013

Fuente: Banco central del Ecuador, BCE
Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador

A lo largo de la historia, la industria textil ecuatoriana la conocemos como en etapa de crecimiento, limitando así, las capacidades productivas con niveles de calidad altos como para la exportación. Hoy finalmente podemos ver una evolución de crecimiento en las exportaciones de bienes textiles a nuestros países vecinos.

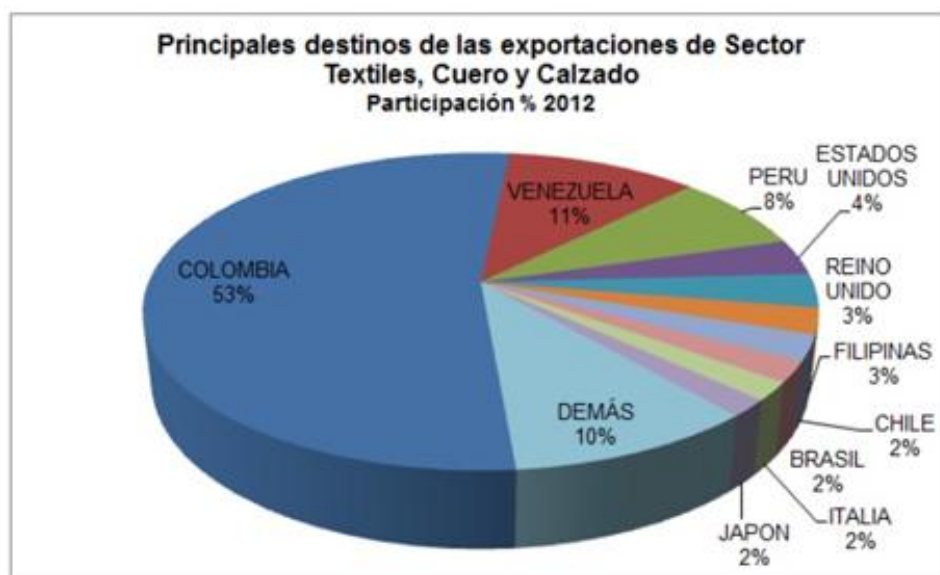


Gráfico 34 Principales destinos de las exportaciones de sector textil
Elaboración: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador

5.1. Economías de Escala (Crecimientos)

El poder que tiene una empresa cuando alcanza un nivel óptimo de producción para ir produciendo más a menor coste, es decir, a medida que la producción en una empresa crece, sus costes por unidad producida se reducen. Cuanto más produce, menos le cuesta producir cada unidad, a lo que definimos como economías de escala.

Al internacionalizar las Pymes los crecimientos de las economías de escala son evidentes, de forma que la productividad de las fábricas se eleva a su

máximo, expandiéndose a diferentes mercados y reduciendo sus costos de fabricación.

La inversión que realizan las Pymes en la adquisición de maquinarias y de más recursos para ampliar su capacidad instalada y producir en gran volumen al momento de internacionalizarse, se recupera en corto y mediano plazo, ya que su costo de producción disminuyen al momento de producir más unidades para distribución local y externa, lo cual genera altos niveles de retorno cubriendo los costos de adquisición de maquinarias.

Las economías de escalas también permite conocer la productividad de una empresa, es decir medir si los recursos empleados en el proceso de producción como la mano de obra, maquinaria y materia prima para conocer si estos factores están siendo usados en su máxima capacidad para producir al costo mínimo.

La especialización de productos es una de las ventajas que nos ofrece las economías de escalas. La producción de bienes que sean competitivos en el mercado, simplifica la comercialización de productos, ya que las PYMES concentrarían su producción en productos estrella y crearían presencia en los mercados nacionales e internacionales.

Las economías de escalas para las Pymes al momento de internacionalizarse se vuelven una ventaja competitiva, ya que la producción se focaliza a los productos especializados produciendo en mayor volumen, lo que reduce los costos por unidad de producción para beneficio económico y expandiendo sus operaciones al exterior.

5.2. Adquisición de Recursos (Tecnologías)

5.2.1. Tecnología de la Información

Los recursos tecnológicos para las Pymes representan muchas veces un gasto innecesario, ya que para su tamaño, la implementación de tecnología no es una prioridad. Sin embargo en la actualidad la tecnología ofrece un sin número de herramientas que ayudan a las empresas a dar un mejor servicio a sus clientes y captar mercado.

Las tecnologías de información son una de las herramientas que permite mejorar la comunicación interna y externa de una empresa, ya que brinda a las Pymes un mecanismo de control interno para verificar el cumplimiento de las operaciones, mientras que ayuda a buscar nuevas oportunidades de mercados en el exterior.

La adquisición de un sistema que permita el manejo interno y detecte fallas en sus procesos, permite a las Pymes tener una respuesta inmediata y localizar las posibles fallas que pueden ocurrir desde la adquisición de materia prima hasta la entrega del producto al cliente final.

Las tic para las pymes representan una inversión útil ya que beneficia en diferentes factores como la agilidad en sus procesos debido al manejo de la información en tiempo real, reduce costos al momento de identificar problemas en la producción que son corregidos al instante, mejora los servicios que se ofrece al público gracias al manejo de información, ahorra recursos mediáticos al momento de querer publicidad ya que implementa el uso del e-commerce¹⁶ para introducir la marca y facilitar información y productos a los clientes, finalmente agrega valor a la empresa volviéndola más competitiva Según Creative Works (2012).

¹⁶ E-commerce: comercio electrónico, compra y ventas de productos por medio de tiendas online.

5.2.2. Maquinaria

La implementación de maquinaria es necesaria para las Pymes al momento de querer expandir sus negocios, ya que esto es sinónimo de innovación y es un beneficio para la empresa porque su capacidad de producción aumentara, así mismo la calidad de los productos será mejor a causa de la estandarización de los procesos, y su enfoque será más en control de calidad.

En Ecuador existen ciertas ferias que brindan a las Pymes información sobre maquinarias, insumos y textiles con la finalidad de fomentar la exportación de productos textiles por medio de la adquisición de maquinarias que son usadas en el exterior para competir de manera igualitaria, una de las ferias más conocidas en la Xpotex en la cual participan varias empresas extranjeras ofreciendo maquinarias para la producción de textiles.

Para Rubén Muñoz (2013), representante de Impomaco, aseguró que si bien tener maquinaria semi automática y automática puede reducir de cierto modo la mano de obra, esta tiene la oportunidad de especializarse para convertirse en operarios. “Es un modo de impulsar las carreras técnicas en el sector”.

El beneficio de la adquisición de maquinaria como Máquinas de coser, bordadoras, plotter para diseño de modas y expendedoras de tela, son algunas de las innovaciones que se necesitan implementar con el objetivo de reducir tiempos y mejorar la producción según Pro Ecuador (2013).

A continuación en la tabla (23) se muestra la lista de maquinarias ofertadas en la Xpotex (2013). La mayor parte de este tipo de maquinarias es ofertado por empresas de España, Estados Unidos, Alemania, Italia, Portugal, China, Taiwán, Corea y Japón, entre otros. Con la finalidad de implementar nuevas maquinarias para aumentar la capacidad de producción del sector textil de Ecuador.

Tabla 23 Lista de máquinas del sector textil

Maquina	Precio	Descripción
Bordadora alemana ZSK	\$ 6,000.00	Dependiendo de la industria hay desde una cabeza hasta 56 y se utilizan el hilo de bordar tradicional
Plotters para diseño	\$ 6,500.00	sin el programa
Maquinas laser	\$ 6,000.00 a \$ 30,000.00	Para corte y grabado
Extendedoras de tela modelo A2K	\$ 58,200.00	Marca Otman con diferente tipo de doblado
Maquina de coser ABP 786	\$ 89,000.00	Permite pegado de bolsillos posteriores en jeans, en 8 horas de jornada pega promedio 2840 bolsillos
Maquina de coser MOL 254	\$ 41,500.00	Pega pasadores de jeans en 1, 2 segundos cada uno

Fuente: Pro Ecuador
Elaboración: La autora

5.3. Diversificación de Riesgos

La internacionalización de las Pymes en el sector textil, ofrece a la industria mayor seguridad, al explorar diferentes mercados, si bien es cierto la empresa textil ecuatoriana se encuentra protegida con salvaguardas y aranceles, el sistema económico de un país varía de acuerdo la situación política, social y económica de cada uno, otorgándole un riesgo país a cada uno.

Ecuador, en relación a sus aliados comerciales y principales importadores de productos textiles, tiene índice de riesgo país de 528.50 puntos, inferior en relación a Venezuela que tiene 1165 y Argentina 905 puntos en el 2013, según los datos del Banco Central y Diario el Expreso.

Sin embargo, Colombia con 180 puntos y Perú con 168 puntos, pese a que demuestran un incremento con respecto a años anteriores, siguen estando

mejor posicionados con riesgo menor con relación a los países anteriormente mencionados.

Es así como la empresa al internacionalizarse tiende a protegerse ya que si se espera que aquellas externalidades que afectan a un país no lo afecte a otro. Y le da mayor solvencia y rentabilidad pese a las crisis económicas que puedan presentarse a nivel global.

Por otra parte la diversificación de riesgos se sitúa también en la producción de una empresa ya que al implementar los mecanismos de control necesarios para verificar el número de producción y la calidad del mismo, el nivel de riesgo se mitiga y la probabilidad de ocurrencia de errores en el proceso es menor, por lo tanto la pérdida de materia prima o el no uso de todos los recursos que intervienen dentro del proceso de producción se minimizan y se aprovechan todos los recursos.

5.4. Know how y Good will

Know how, es la ventaja competitiva de las empresas al internacionalizarse, debido a sus años de trayectoria en la industria, obtienen una gran experiencia que les permite tener mejores índices de calidad en la producción. Pudiendo así convertirse en líderes en mercados internacionales y empresas de mucho prestigio en mercados locales.

Al momento de internacionalizarse las Pymes del sector textil pueden crear su propio Know how al estandarizando sus mecanismos de producción y dar productos con valor agregado que se vuelven competitivos en el mercado, ya que en la actualidad los clientes no buscan un producto básico sino un producto que les dé una experiencia en su uso, lo cual obliga a las empresas a crear sus propios procedimientos para brindar productos diferente a los existentes en el mercado.

El beneficio de internacionalizarse, se ve reflejado en la competencia que pueden generar las Pymes tanto el mercado local como el internacional ya que al tener su propio Know how de sus productos crea expectativa el mercado debido a que este término va muy ligado con la innovación y los clientes van a esperar siempre de la empresa productos de calidad creando una imagen sobre la empresa.

Entonces el Know how es una ventaja que puede ser explotada al momento que las Pymes deciden internacionalizar sus productos, generando un impacto positivo para la empresa frente a sus clientes y competidores, pero al mismo tiempo exigiendo cada vez más un rendimiento de excelencia para destacar y buscar la mejora continua de sus procesos para tener como resultados productos de calidad que compitan en el exterior.

Las Pymes del sector textil que tomen este reto, deben desarrollar esta ventaja en la producción de los tejidos, hilados, y prendas de vestir para crear expectativas sobre el mercado de Ecuador, así el beneficio se vería reflejado en todo el sector textil con la demanda de productos Ecuatorianos.

Good Will es un término que hace referencia en el buen nombre de una empresa que ha ganado prestigio gracias a la calidad de sus productos y que ha llegado a otros mercados por la referencia de su buen nombre de manera local abriendo puertas a países vecinos.

Una de las formas de internacionalizarse es por medio del buen nombre de una empresa local, las Pymes del sector textil deben trabajar en crear su marca corporativa local para ser conocidos en el país, muchas de las Pymes son talleres pequeños que trabajan con la divulgación de boca a boca y no han sabidos manejar una estrategia de marketing para captar más mercado.

Al momento que las Pymes se hagan conocer de manera nacional, los mercados de otros países se sentirán confiados de importar productos ecuatorianos ya que la reputación de las empresas hará eco en otros países

abriendo caminos de manera inmediata y permitiendo la penetración de nuevos nichos de mercado.

La creación de una marca que guarde relación entre el producto y la empresa y sea sinónimo de calidad para el cliente, ayudara a crear confianza en los clientes a nivel nacional para luego ser buscados en mercados internacionales gracias al buen nombre que ha sabido ganar la empresa dentro de su mercado local.

Tanto el Know How y el Good will son recursos intangibles que dan valor agregado a una empresa al momento de internacionalizarse, por esta razón las Pymes del sector textil deben trabajar en desarrollo de estos recursos primero para su beneficio local como entidad y en un futuro llegar a mercados externos pero ya preparados para asumir el reto de nuevos mercados.

5.5. Generación de Empleo

La mano de obra es uno de los factores de producción e incluso es el más importante, gracias a las personas las empresas logran sus objetivos en todos los niveles como producción, ventas, ganancias etc. Sin mano de obra no hay producción lo cual repercute a la empresa y la economía del país.

Las Pymes del sector textil generan empleo dentro del país Según AITE (2012) alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente. Lo cual indica la dependencia de muchas personas a la elaboración de tejidos y prendas de vestir.

La decisión de internacionalización de una PYME, aporta positivamente a la sociedad, ya que al momento de aumentar su capacidad instalada, solicita mayor número de trabajadores para cubrir toda la demanda local y externa, generando para la economía mayor plazas de trabajo e ingresos económicos para los nuevos empleados.

El aumento de plazas de trabajos a la economía del país genera una cadena de crecimiento, al momento que una persona percibe una remuneración

económica, las personas están en capacidad de consumir es decir comprar bienes o servicios, generando mayor demanda de productos dentro del mercado local por lo tanto la producción del país aumenta para abastecer toda la demanda local y hay circulación monetaria debido a la inyección de dinero en la economía.

La internacionalización de las Pymes en el mercado laboral del país aportaría al desarrollo de la economía del país y mejoraría la vida de muchas familias del país al verse beneficiados por las nuevas oportunidades laborales que se abrirían para poder llegar al nivel óptimo de producción para exportar productos textiles.

5.6. Contribución al PIB

Según nos indica FLACSO MIPRO (2012), la industria manufacturera representa el 12% del PIB nacional, del cual el 1,5% es el aporte del sector textil. Las exportaciones que realiza actualmente el sector textil provienen en su gran mayoría a las industrias textiles en la zona de la sierra.

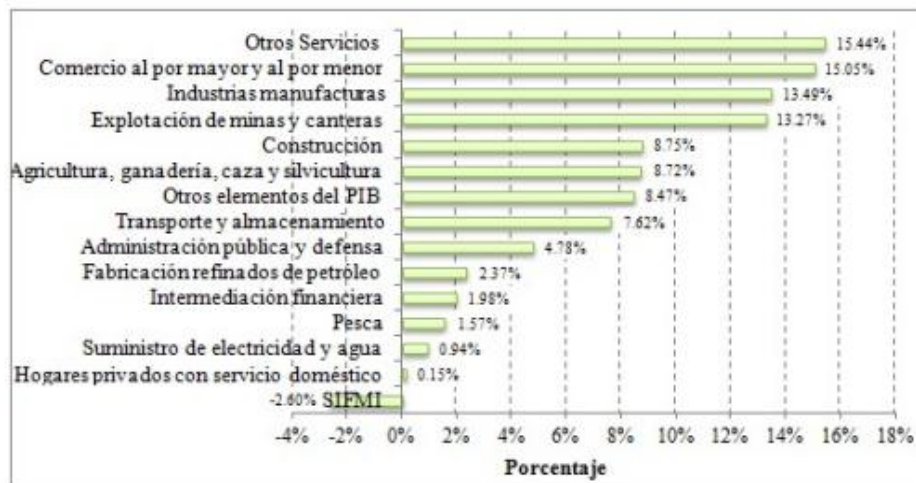


Gráfico 35 Aporte del PIB por Industria (Promedio 2000-2011)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: FLACSO MIPRO

Si las Pymes del sector textil se focalizaran en la producción de determinados bienes textiles y buscaran nuevos nichos de mercados en países menos desarrollados que Ecuador, se podría crear una estrategia para asociar a las Pymes del sector textil y produzcan en mayor volumen.

La implementación de nuevos acuerdos bilaterales con países de no perteneciente a la comunidad andina, sería una oportunidad de crecimiento para exportar a países fuera de Latinoamérica, lo cual abriría nuevos mercados.

La estandarización de productos, acuerdos bilaterales y nuevos nichos de mercados, permitirán al Ecuador elevar el volumen de exportaciones de bienes textiles, incrementando su participación dentro del PIB nacional y dando la oportunidad a las Pymes de crecer como empresas fuera del país.

CONCLUSIONES

Después de haber realizado el estudio sobre las Pymes del sector textil, se puede concluir que la internacionalización es una oportunidad de crecimiento para este tipo de empresa, lamentablemente este sector no está capacitado ni cuenta con la infraestructura necesaria para poder llegar a otros mercados.

Las diversas teorías que se estudiaron nos muestran que la internacionalización de las Pymes es posible, siempre y cuando este tipo de empresas mejoren gradualmente sus procesos internos y su producción local para posteriormente encontrar un nicho de mercado y empezar su proceso de internacionalización.

La producción nacional de textiles crece anualmente y su foco de mercado son los países de la comunidad andina, pero al mismo tiempo se ven amenazado por la competencia que existe entre los mismos países (Colombia, Perú) ya que la balanza comercial muestra saldos negativos debido al volumen de importación de bienes textiles.

El gobierno ha tratado de incentivar al sector textil proveyendo programas para fomentar el crecimiento de la industria e inyectar capital a las Pymes con la finalidad de que su producción aumente creando un bienestar económico y social al país, sin embargo la falta de conocimiento sobre estos programas y el temor al endeudamiento no han permitido que todas las Pymes del sector textil puedan llegar a participar de los programas de incentivos.

Las encuestas revelaron que en la ciudad de Guayaquil el alcance de internacionalización del sector textil es mínimo y que las Pymes están enfocadas a la producción de prendas de vestir en diversos talleres de confecciones y bordados, así mismo nos dio a conocer que los factores internos y externos como la falta de tecnología, maquinaria, personal capacitado, altos costos de producción, la inexperiencia de procesos, fuentes de financiamiento, competencia, falta de contactos externos no permiten que las Pymes del sector textil se internacionalicen.

RECOMENDACIONES

Las Pymes del sector textil de la ciudad de Guayaquil necesitan ser capacitadas y agrupadas para que obtengan conocimientos sobre comercio exterior, fuentes de financiamiento y programas de incentivos para que en base a estas herramientas puedan evaluar sus empresas y reinventar sus procesos de producción para llegar a nuevos mercados.

Fomentar el consumo nacional por medio de la mejora en la calidad de los productos para crear marcas corporativas de las Pymes que sean fácil de reconocer y se mantenga en la mente del consumidor, lo cual generaría confianza en el mercado local, abriendo mercado internacional gracias a la reputación obtenida.

Para mejorar la calidad de los productos que ofrecen las Pymes del sector textil, es necesario la implementación de tecnología, un buen sistema que permita controlar cada pasó de la producción para minimizar los costos y mitigar posibles errores en la producción, así mismo la adquisición de maquinaria que estandaricen los procesos productivos y permita producir en mayor cantidad de unidades.

Investigar sobre las fuentes de financiamiento públicas y privadas para ampliar sus operaciones y poder invertir en tecnología, innovación y desarrollo con un previo análisis de si sus operaciones cubren sus costos y el financiamiento para evitar problemas económicos a futuro.

Finalmente la internacionalización depende de la empresa, una vez adquirida todas las herramientas necesarias para comenzar el proceso de internacionalización, la búsqueda de mercados, la exportación de bienes textiles y el crecimiento progresivo de la empresa dependerá de las estrategias administrativas financieras y marketing que se implementen para la expansión del negocio hacia otros mercados.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguiar, V., Sáenz, M. (2012). Impactos Macroeconómicos de la crisis internacional en Ecuador. FLACSO MIPRO. Recuperado de http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Impactos_macroeconomicos_crisis_internacional_ecuador.pdf
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (2011). Estadísticas del sector textil. Recuperado de http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_phocadownload&view=section&id=2:estadisticas-de-comercio-exterior-textil&Itemid=19
- Becerra, G., Guzmán, A., Rodríguez, D. & Trujillo, M. (2006). *Perspectivas Teóricas sobre Internacionalización de Empresas*. Bogotá: Universidad del Rosario. Recuperado de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/1211/1/BI%2030.pdf>
- Cambra, J., Vásquez, R. (2009). El reto de Internacionalizar una PYME es posible. *Universia Business Review*. 62-67. Recuperado de http://ubr.universia.net/pdfs_web/ubr28010-04.pdf
- Capó-Vicedo, J. Expósito-Langa, M. & Masiá-Buades, E. (2007). La importancia de los clúster para la competitividad de las PYME en una economía global. *Eure*. 33(98), 199-133. doi: 10.4067/S0250-71612007000100007. Recuperado de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612007000100007
- Cardoso, P., Chavarró, A. & Ramírez, C. (2007). Teorías de la Internacionalización. *Panorama.1* (3), 4-19. Recuperado de <http://journal.poligran.edu.co/index.php/panorama/article/view/264/244>
- Carrillo, D. (2010). *Diagnostico del sector textil y de la confección*. Recuperado de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/TEXTIL.pdf>
- Centro de investigación económica de Micro, Pequeña y mediana empresa (2011). *Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES*. (Informe 22). FLACSO-MIPRO. Recuperado de <https://www.flacso.org.ec/portal/pnTemp/PageMaster/dvwqb97pv9quz2d9pwwqomo3wnqad7.pdf>

- Comisión Europea (2006). *La nueva definición de PYMES guía de usuario y ejemplo de declaración*. Oficinas de publicaciones 956775_CV_ES. Recuperado de http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_es.pdf
- Comisión Europea (2008). *Apoyo a la internacionalización de las PYMES*. ISBN 92-79-03082-5. Recuperado de http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/internationalisation/internat_best_es.pdf
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones (2012). *Análisis Sectorial de Textiles y confecciones*. Recuperado de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf
- Echeverría, J. (2008). El manual de Oslo y la innovación. *Arbor*. 184(732), 609-618. doi:10.3989/arbor.2008.i732.210. Recuperado de <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/viewArticle/210>
- Ecuamoda (2012). Estadísticas del sector. Edición III. Recuperado de http://www.ecuadormoda.com/pdf/EstadisticasSectorTextil_Ecuadormoda2012.pdf
- Escolano, C., Belso, J. (2003). Internacionalización y PYMES: conclusiones para la actuación pública a partir de un análisis multivalente. *Revista Asturiana de Economía* (27), 169-195. Recuperado de <http://www.revistaasturianadeeconomia.org/raepdf/27/ESCOLANO.pdf>
- Fundes (2011). Las PYMES generan el 88% de empleo en Latinoamérica. *Diario Hoy*. Recuperado de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/las-pymes-generan-88-de-empleos-en-america-latina-458599.html>
- FondoPymes. (2011). *ExportaPYME*. Ministerio de Industria y Productividad. Recuperado de <http://www.producepyme.gob.ec/portal/index.php>
- Infoeconomía. (2012). *Análisis Sectorial*. (Publicación 6). Dirección de Estadísticas Económicas INEC. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info6.pdf>
- Kalantaridis, C. (2004). Internationalization, Strategic Behavior and the Small Firm: A Comparative Investigation, *Journal of Small Business Management*. 42 (3), 245-262

- Lanni, O. (2006). *Teorías de la Globalización*. Madrid: Siglo XXI editores, S.A. Recuperado de <http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=BUqzdV-07i0C&oi=fnd&pg=PA3&dq=la+internacionalizacion&ots=Zd26XlmLiP&sig=ixiPbeMUZo8avtmbFyaJIBdpazY#v=onepage&q=la%20internacionalizacion&f=false>
- López, N., Montes, J. & Vásquez, C. (2007). *Cómo gestionar la innovación en las PYMES*. Madrid: Netbiblo. S. L. Recuperado de http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=oGJTfQh6QHUC&oi=fnd&pg=PR11&dq=las+pymes+y+la+innovacion&ots=jGgKIH3Jjp&sig=Wg3xYbY_RccgKSJugfduLS6SGD8#v=onepage&q=las%20pymes%20y%20la%20innovacion&f=false
- Medina, A. (2005). Causas de la internacionalización de la empresa. *Análisis Económico*. 20(45), 49-62. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41304504>
- Mercado, S. (2004). *Comercio internacional*. México: Editorial Limusa. S.A de C.V. Recuperado de http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=YHMWIynwS0cC&oi=fnd&pg=PA13&dq=importacion+y+exportacion+comercio+exterior&ots=8ZfCaLh86C&sig=f5vEJWlboxOSijKTfFox2PlqXT_k#v=onepage&q=importacion%20y%20exportacion%20comercio%20exterior&f=false
- Pro Ecuador (2013). El sector textil innova para crecer y exportar. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/2013/04/12/el-sector-textil-innova-para-crecer-y-exportar/>
- Restrepo, J., Vanegas, J. (2010). Competitividad y comercio exterior de las Pymes del sector textil-confecciones del Valle de Aburrá: incidencia del tipo de cambio. (30), 1-21. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194214476009>
- Romero, L. (2006). Las PYME en la economía global. Hacia una estrategia de fomento empresarial. *Revista Latinoamericana de Economía*. 37(146), 32-50. Recuperado de <http://ojs.unam.mx/index.php/pde/article/view/7630>

- Romero, L. (2009). Pymes y cadenas de valor globales. Implicaciones para la política industrial en las economías en desarrollo. *Análisis Económico*. 57(24), 2001- 2016. Recuperado de <http://www.analisiseconomico.com.mx/pdf/5710.pdf>
- Subsecretaria de Pymes y Artesanías (2012). *Alternativas de financiamiento a través del mercado de valores para PYMES*. Ministerio de Industria y Productividad. Recuperado d http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/2012_Alternativas_Financiamiento_PYMES_mercado_Valores.pdf
- Torres, R. (2005). *Teorías del comercio Internacional*. México: Siglo XXI editores S.A de C.V. Recuperado de http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vWAEfcJWwqwC&oi=fnd&pg=PA1&dq=comercio+exterior+conceptos&ots=fZqS-qi8w0&sig=ZI2zk-XE_tJgfsD5tfsMz0dd6j8#v=onepage&q=comercio%20exterior%20conceptos&f=false
- Vásquez, S. (2007). Principales enfoques teóricos e investigaciones empíricas generales sobre la internacionalización de PYMES: Un estudio exploratorio de investigaciones entre 1999 y 2004. *Contaduría y Administración*. (2232). Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422007000200004&script=sci_arttext&tlng=pt
- Villareal, O. (2005). La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea. *Cuadernos de Gestión*. 5(2), 55-73. Recuperado de <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/524.pdf>
- Zaffora, J. (2011). El modelo de internacionalización de Uppsala (teoría gradualista). Recuperado de <http://suite101.net/article/el-modelo-de-internacionalizacion-de-uppsala-teoria-gradualista-a48035>

ANEXO

Encuesta PYMEs del sector textil de la ciudad de Guayaquil

Nombre de encuestado:

Nombre de la empresa:

1. ¿A cual de las siguientes actividades se dedica su empresa?

Hilados _____

Tejidos _____

Otros _____

Prendas de vestir _____

Lencería de Hogar _____

2. ¿Cuál es el destino de su producción local o internacional? Mencione los países a los que exporta

Local _____

Internacional _____

ambas _____

3. ¿Considera que las PYMEs del sector textil de Guayaquil pueden internacionalizarse? ¿Por qué?

Si _____

No _____

4. De los siguientes factores internos, ¿Cual cree Usted que son impedimentos para la internacionalización de PYMEs del Sector textil de la Ciudad de Guayaquil?

Altos costos de producción _____

Inexperiencia de operaciones _____

Falta de capacitación para empleados _____

Falta de implementación de tecnología _____

Falta de maquinaria _____

5. De los siguientes factores Externos, Cual cree Usted que son impedimentos para la internacionalización de PYMES del Sector textil de la Ciudad de Guayaquil?

- Financiamiento _____
- Desconocimiento en procesos de Exportación _____
- Competencia _____
- Falta de contactos externos _____

6. ¿Conoce Usted algún tipo de incentivo por parte del sector público para la internacionalización de las PYMES del sector textil de Guayaquil e indique cuál?

Si _____ No _____

7. ¿Considera necesaria la capacitación de las PYMES del sector textil de Guayaquil, mencione los temas de capacitación?

Si _____ No _____

8. ¿Considera que la asociación de las Pymes del Sector textil puede ser un método para internacionalizarse?

Si _____ No _____
