



Junio 2019 - ISSN: 1696-8352

## “ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS MIPYMES EN EL SECTOR TEXTIL”

**Autores:**

**MsC. José Luis González Márquez**

Profesor de la universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

jgonzalezm@ulvr.edu.ec

**Alcívar Villacreses Daniela Elizabeth**

Estudiante de la universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

dalcivarv@ulvr.edu.ec

**Briones Narváez Paulina Germania**

Estudiante de la universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Pgbn1405@gmail.com

**Pareja Acosta María Isabel**

Estudiante de la universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

mparejaa@ulvr.edu.ec

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE, Ecuador

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

José Luis González Márquez, Alcívar Villacreses Daniela Elizabeth, Briones Narváez Paulina Germania y Pareja Acosta María Isabel (2019): “Estrategias de internacionalización de las MiPymes en el sector textil”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (junio 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/06/internacionalizacion-mipymes.html>

### **Resumen**

El presente artículo tiene como objetivo fundamental resaltar la importancia de la internacionalización de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), tanto local como internacional y poder identificar los aspectos externos e internos que influyen en la internacionalización de las MIPYMES ecuatorianas en el sector textil.

De esta manera se procede a realizar un estudio de investigación exploratoria y bibliográfica sobre el medio problemático que recorre la industria textil para lograr internacionalizarse. Aunque en

ciertas empresas estimulen el tema de exportación, no todas pueden obtener a estos beneficios ya que se concluye por la insuficiencia de recursos estratégicos, la incertidumbre, la falta de recursos financieros ya que muchas MIPYMES tienen sus ventas escasas a nivel nacional y por último los diferentes acuerdos de las exportaciones e importaciones de productos Asiáticos hace que disminuya la industria textil en el Ecuador que actualmente lucha por subsistir en un mercado globalizado.

**Palabras Claves:** Estrategias, Internacionalización, políticas comerciales, sector textil, restricciones internas y externas.

### **Abstract**

The objective in this article is to know how important the internationalization with micro and medium companies (MIPYMES) is either international or locals so we have to can identify different aspects external or internal because these have influence into the internationalizations from Ecuadorians MIPYMES in the textile sector.

In this way, we proceed to carry out a research study on the problematic environment that the textiles industries goes through in order to achieve internationalization.

Although in some companies help with the exportation, they can't help to get some benefit since it is concluded by the insufficiency of strategy resource.

Lacking of financial resources is because a lot MIPYMES they have scales sales at national level and finally the different agreements of exports and imports of ancient Products cause that the textiles' industry in the country diminishes or struggles to subsist in a globalized world.

**Keywords:** Strategies, Internationalization, trade policies, textile sector, internal and external restrictions.

### **Introducción**

#### **Introducción al problema**

¿Si las MIPYMES conocieran cual es el proceso de exportación de sus productos incrementarían sus utilidades?

A lo largo de la época colonial surgió en el sector ecuatoriano textil la necesidad de la vestimenta y el alimento para sobrevivir, en estos inicios se usaba los obrajes para la elaboración de tejidos en la cual era la lana de la oveja, no obstante en inicios del siglo XX, se incluyó el algodón.

Actualmente el sector textil agrupa las actividades dedicadas a la fabricación y obtención de fibras, hilado, tejido, tintado y por último el acabado, relacionados con la confección de la ropa, la actividad textil se comercializa más en provincias como Pichincha, Guayas, Imbabura, Tungurahua y Azuay.

Según INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) muestra los últimos resultados de la industria textil en el Ecuador:

“Existen 3 grandes grupos que componen la industria textil en el Ecuador (Pichincha, Guayas, Tungurahua). Las micro, pequeñas y medianas empresas ecuatorianas poseen un peso significativo en la fuente de trabajo, representan un 95% del tejido empresarial en el país y de este total el 90% son micro, 8.6% son pequeñas y el 1.4% son medianas” (Censos, 2010).

Conforme lo dicho por Díaz referente a la producción textil compara lo siguiente:

“En el año 2016 la industria Textil tuvo una gran decadencia en el consume, señala que las ventas textiles se han reducido en un 30%, comparado con el año pasado. Mientras que la producción se reducirá en un 6%. Todo esto impacta directamente en el empleo”. (Díaz, 2016)

A medir su nivel de internacionalización no es significativo debido a diversos factores que afectan su desenvolvimiento, impiden que pueda desarrollarse a otros mercados debido a la falta de recursos estratégicos, la incertidumbre, la complejidad del proceso, la falta de contactos externos y de capacitación hacen que la expansión internacional sea un objetivo difícil de alcanzar, descuidando las oportunidades en los mercados internacionales.

En Ecuador hay diferentes acuerdos tanto en exportaciones e importaciones de productos Asiáticos hace que baje la industria textil en el Ecuador que actualmente lucha por subsistir en un mercado globalizado.

Las MIPYMES están enfocadas al cliente y tienen respuesta más ágil cuando se trata de establecer nuevas tecnologías y satisfacer necesidades, gustos específicos que el consumidor requiere; sin embargo, son capaces de adecuar nuevas tecnologías, sistemas de información y capacitar a los trabajadores a la competencia internacional.

## **Desarrollo Internacionalización de las MIPYMES**

En la antigüedad la actividad humana se ha visto vinculada con el trueque, llevando a la comunidad en un intercambio mutuo llamado comercio.

La teoría clásica del comercio internacional tiene de base los principios de obras según (Smith, 1780 ) “que plantea la interacción entre comercio y crecimiento económico”. Donde los distintos recursos deben fabricarse con un menor costo de producción y desde ahí, poder exportar al resto de los países.

Unas de las primeras descripciones de Smith en la cual se basa de la denominada ventaja absoluta, hace hincapié en un procedimiento de repartición. De esta forma, cada región se dedicaría a iniciar y traer productos que requiera una mayor demanda localmente.

Así mismo como David Ricardo aportó un concebimiento clásico sobre el principio de la ventaja comparativa, dando a demostrar los beneficios absolutos en los costos al igual que Smith es una opción muy útil.

Además, (Porter, 1980) “considera que la estrategia permite alcanzar una ventaja competitiva sostenible a largo plazo en cada uno de sus negocios mediante la respuesta adecuada a las oportunidades y amenazas externas y a las fortalezas y debilidades internas”. Donde muchos micros negocios no constan de altos recursos pero optan por otras medidas como acuerdos con el gobierno a la hora de exportar sus productos.

Es por eso que actualmente, la industria textil tiende a parecerse por muchos países europeos pero es dificultoso darse a conocer en su totalidad por la falta de recursos o innovación. Según (Drucker, 1985): “La innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores; el medio por el cual explotar el cambio como una oportunidad para negocio diferente. Es la acción de dotar a los recursos con una nueva capacidad de producir riqueza”. Pero mucho de los generadores tienen escasa experiencia en el mercado internacional y necesitan llenarse de mayor información.

Por lo revisado podemos ver que las empresas conforman un vínculo primordial internacionalmente, donde muchos han indagado que es una coyuntura de comercio.

Se tiene conocimiento que las empresas pueden darse a conocer internacionalmente pero conlleva un periodo laborioso por los diversos desafíos que enfrentan en el mercado.

“La internacionalización de las MIPYMES no es un proceso fácil ya que para llegar a dicha meta el camino está lleno de desafíos por lo que las personas de alto rango luchan a diario para que sus productos sean colocados en el mercado internacional, además tienen que tener conocimiento acerca de las obligaciones y leyes de los países a los que se dirigen para dar a conocer sus productos de calidad y sus respectivos valores” (Lideres, Globalización de las MIPYMES, 2017).

Según HORTA explica sobre el proceso de la internacionalización el cual indica el proceso o la manera en la cual puedan manifestarse:

“La internacionalización es el proceso mediante el cual las empresas aumentan su conocimiento por la influencia directa e indirecta de las transacciones internacionales. En otras palabras, es el descubrimiento, promulgación, evaluación y explotación de oportunidades a través de las fronteras nacionales para crear bienes y servicios futuros” (HORTA, 2015)

Las MIPYMES se afrontan a muchos obstáculos en el exterior de un país, ya que sabemos que nos encontramos en un mundo universal y están en la etapa de realizar alianzas para buscar una correlación con países europeos donde cuya finalidad es potenciar las destrezas de las empresas.

Los procesos de internacionalización de las MIPYMES son: el crecimiento, mayor competitiva y estabilidad en el sector textil. Los procesos de internacionalización abarca al uso de relaciones formales e informales del exterior para expandirse hacia distintos mercados extranjeros para lograr la expansión del sector textil, de acuerdo a las estrategias de necesidades para colaborar y lograr una presencia

internacional para los MIPYMES a pesar de los desafíos que atraviesan las micro, pequeñas y medianas empresas.

### **Importancia de las MIPYMES**

En la mayoría de América Latina y en este caso Ecuador tienen importancia las MIPYMES porque son vistas como una potente disyuntiva para afrontar problemas de penuria, desigualdad y empleo. Las empresas contienen una ligadura primordial internacionalmente, en el cual muchos han inspeccionado que es una oportunidad de comercio.

Según datos obtenidos por el Servicio de Rentas Internas (SRI) manifiesta de un mercado competitivo y de un gran futuro en el Ecuador:

“En nuestro país las MIPYMES se encuentran en sorprendente producción de bienes y servicios ya que por tal motivo es la base del desarrollo social del país como produciendo, demandando y comprando productos, por lo cual se considera como un actor importante en la generación de riqueza y empleo en el país” (SRI, 2017).

Se conoce que internacionalizar una empresa conlleva un periodo arduo por los diversos retos que enfrentan en el mercado global.

De acuerdo a lo destacado por Acuña manifiesta la importancia que tiene las MIPYMES en sector empresarial:

“A nivel mundial la importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas forman un elemento protagónico en la economía de los países ya que colaboran de manera importante en la generación de empleos y en la innovación y crecimientos de mercados” (Acuña, 2014).

La Participación de las MIPYMES en dicho sector textil es considerable para la economía nacional, esto representa a un gran porcentaje para generar producción, oficios, incremento en el mercado, a la vez aporta al crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas en un ambiente local de la ciudad.

Las MIPYMES son claves para el desarrollo y productividad del país, así también enfrentan desafíos no solo para exportar sino para mejorar su competitividad en el mercado, “adicional las MIPYMES son el motor del desarrollo del país, alcanza los mayores niveles de participación en el mercado Internacional” según datos señalados del estudio realizado por el MINISTERIO DE INDUSTRIA Y PRODUCTIVIDAD (MIPRO, 2016).

### **Restricciones internas y externas en el desempeño de las MIPYMES en el Mercado Internacional**

En muchos acontecimientos de las MIPYMES que efectúan la producción de textiles no constan de productos correspondientes para realizar la exportación, por lo cual se debe tomar en cuenta ciertos esquemas internacionales y así poder enfrentar varios factores.

Otro caso particular es el cambio estructural y el incremento productivo en la cual puede dar un valor adicional en la economía del país.

Según Carlos Luis & Bonilla Esperanza dan a conocer ciertas barreras que se afrontan dichas empresas a la hora de internacionalizarse:

“Las MIPYMES que se enfrentan a un proceso de internacionalización por lo general se enfrentan a ciertos obstáculos y dificultades pese a que no todas las pequeñas y medianas empresas, deberían exportar porque no todas cuentan con productos exportables que cumplan con estándares internacionales o con el conocimiento necesario que les permita internacionalizarse y estas deberían ser conscientes al enfrentar los factores exógenas y endógenas existentes que impiden el acceso a internacionalizarse” (Cardona Luis&Bonilla Esperanza, 2015).

Posteriormente se expone los siguientes factores:

**Factores exógenos:**

- ✓ Falta de información
- ✓ Falta de capital y capital humano capacitado
- ✓ Falta de planificación y estructura empresarial
- ✓ No dominio de idiomas

**Factores endógenos:**

- ✓ Alto costo de transacción y logística
- ✓ Procedimientos para exportar se mantienen en altos costos
- ✓ Competencia china y de otros países

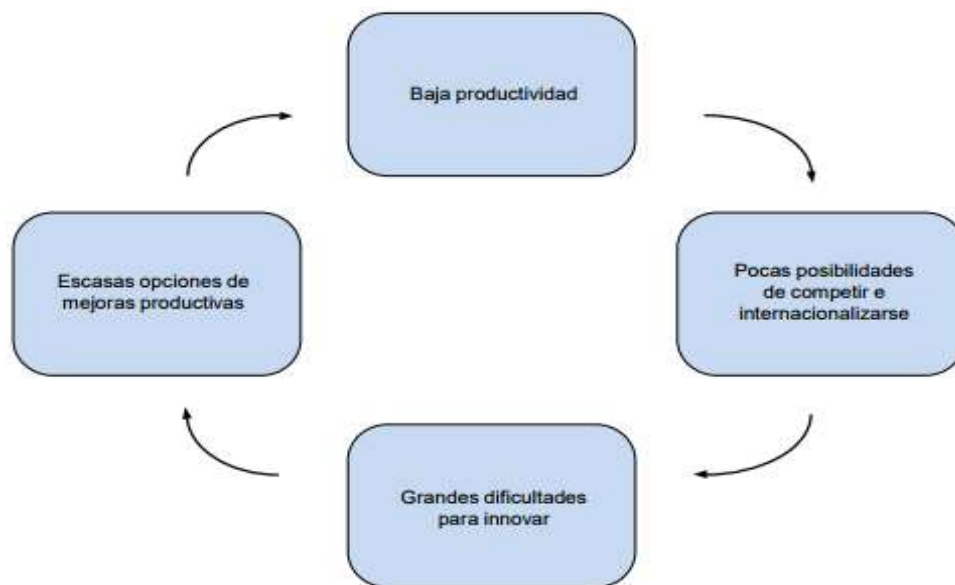
Según Rondán manifiesta que aquellos factores económicos y escasa información son un impedimento para la productividad. “Las principales barreras que están presentes para exportar son: barreras internas como el precio de producto o servicio; barreras externas como falta de capital, la poca información que se tiene, falta de apoyo institucional y dificultades del transporte internacional”. (Rondán, 2016).

Además para un mayor incremento productivo se debe tomar en cuenta la coordinación entre políticas sectoriales para poder obtener un agente de cambio y contribuir en la economía del país.

“Por otra parte según los estudios realizados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Asociación de Cámaras de Comercio e Industrias Europeas nos indican que para mejorar la productividad y competitividad de las pequeñas y medianas empresas se deberá impulsar las políticas y acciones ya sean públicas como privadas que les permita romper el círculo vicioso que condiciona y limita su buen desempeño”. (CEPAL, El financiero, 2013)

Conforme a cifras encuestadas por informes de representantes empresariales y políticas de apoyo ya sean públicas o privadas para el crecimiento productivo podemos observar la siguiente imagen:

Figura 1: **Marco conceptual del Círculo Vicioso de la internacionalización de las MIPYMES**



**Fuente:** (CEPAL, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2014)

**Elaborado por:** Autores

Dado a conocer el presente círculo vicioso se indaga que en las MIPYMES se puede establecer diversas capacitaciones para promover la productividad y buscar mejoras a nivel internacional.

“La creciente globalización establece que cualquier empresa está sometida a riesgo de competidores locales o internacionales, la madurez de muchos mercados hace que su internacionalización se plantee como una evolución natural para su crecimiento potencial aunque cabe recalcar que no todas pueden asumir este reto exitosamente debido a que la dotación de recursos es menor y la formación de sus responsables no es la adecuada”. (Rosales, 2015).

Las empresas están en una constante competición entre sí (locales o internacionales) de quien da un mejor producto o servicio, los años de vigencia en una empresa en el mercado hace que nivel internacional parezca que haya surgido de forma natural para su crecimiento, entonces podemos decir que no todas asumen esta responsabilidad de manera exitosa ya que los recursos son mucho menos y la orientación de sus colaboradores no es la adecuada.

### **Micro, pequeñas y mediana empresas (MIPYMES) en el Ecuador**

Un factor importante para el desarrollo de la economía en el sector empresarial es implementar nuevas tácticas para atraer al cliente e incrementar las funciones en las operaciones de las MIPYMES.

“La actividad de las MIPYMES tienen gran relevancia en la economía ecuatoriana y están representadas en un 42%, según los datos establecidos por la Súper Intendencia de Compañías Valores y Seguros el 52.545 está representado por PYMES aportando así con el 26% del PIB ecuatoriano” (Ekos, 2016).

Por lo cual, el sector textil es donde se genera la mayor fuente de empleo, tanto en producciones como confecciones de algodón, lana, hilados, etc.

Según los resultados por el (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014) en el Ecuador están representadas por distintos sectores que desempeñan las siguientes actividades como:

Tabla 1: *Porcentajes por actividad económica de las MIPYMES*

<b>Sectores económicos</b>	<b>Porcentaje</b>
Servicio	40,80%
Comercio	36,60%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	10,60%
Industrias manufactureras	8,10%
Construcción	3,50%
Explotación de minas y canteras	0,40%

**Fuente:** (Los Autores)

**Elaborado por:** Autores

Mediante los efectos que se visualizan en la figura destacamos el fundamental cargo que abarca el sector de servicios con un 40,80%, el sector de comercio con un 36,60% y el sector agrícola y pesca con un 10,60%.

Por otro lado también se puede visualizar la importancia en las industrias manufactureras ya que ocupan el cuarto lugar con 8,10%, tomando en cuenta las presentes cifras entre las MIPYMES, ésta investigación está totalmente enfocada en el sector manufacturero ya que por formar parte de la economía ecuatoriana y en la generación de empleo en el país no todas estas cuentan con la capacitación necesaria para enfrentar las diferentes barreras comerciales que les permita crecer a nivel internacional.

“Para ello la Asociación de industrias textiles en el Ecuador (AITE) es una de las principales asociaciones que buscan promover o impulsar a las MIPYMES que les permita competir de manera equitativa en iguales condiciones que las otras industrias”.  
(AITE, 2017)

Es por eso que aquella compañía busca personificar y asociar a las industrias textiles para a fin de acabo obtener buenos resultados pero hay que medir bien las condiciones de las industrias.

## **Metodología**

### **1. Método**

Según (Sampieri, 2015) denomina a la metodología de la investigación como “el conjunto de procedimientos y técnicas que se aplican de manera ordenada y sistemática en la realización de un



estudio”. Donde nuestra investigación se basa de la metodología descriptiva y explicativa la cual resalta lo importante que es la internacionalización de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) tanto local como internacionales, analizando las restricciones interna como externas en el mercado y el uso de nuevas estrategias.

## **1.1. Estrategias metodológicas**

### **1.1.1 Diseño**

Se efectuó la investigación por diversos artículos y paginas relacionadas referente al tema. El método empleado fue el inductivo. Este método nos ayudó para enriquecer nuestro conocimiento de la información iniciada por encuestas particulares al fin de culminar con las conclusiones.

### **1.1.2. Tipos de Investigación**

El siguiente tipo de investigación es el que empleamos:

- ✓ Tipo exploratorio y descriptivo.

### **1.1.3. Técnica de investigación**

Se diseñó un instrumento de medición compuesto por 11 preguntas dirigidos netamente a empresas que ejerzan el comercio textil, esta fue la herramienta para recolectar datos. El tipo de muestra que se utilizó en la investigación fue el muestreo por conveniencia ya que nos enfocamos en un solo número de empresas.

El muestreo por conveniencia consta de una población alcanzable y que podamos obtener fácil respuestas.

El enfoque cualitativo tiene como estudio la investigación que recorre la industria textil para lograr internacionalizarse e identificar las características que son:

- ✓ Variables dependientes
- ✓ Costos de producción
- ✓ Fijación Precio de Venta

“El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no se pueden eludir los diferentes pasos del mismo, el objeto de estudio de estos diseños de investigación son variables o fenómenos cuantificables o fácilmente mensurables”. (Sanfeleciano, 2018)

En el enfoque cuantitativo tiene la misma relación existe con el cualitativo esto tiene como objetivo las descripciones de las cualidades, beneficios que tienen las pequeñas y medianas empresa nuestro sector textil.

## **Resultados**

Actualmente el sector textil ha optado por enmendar sus métodos y es así donde se habido una evolución productiva en distintas provincias del Ecuador.

“En la actualidad donde mayor concentración de producción del área textil tenemos a Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua e Imbabura éstas son las provincias donde en mayor parte se produce, las provincias donde menor es la producción tenemos a Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí. Principalmente la provincia de Imbabura se destaca en la producción de textiles ya que representa el 45.99% de los talleres textiles. Chimborazo tiene un 15.02% de actividad textil, Azuay posee 11.65% de talleres artesanales y es en esta ciudad donde se elabora ponchos, cobijas, pantalones, chompas bordadas. La provincia de Tungurahua posee más de 397 talleres dedicados al sector textil, lo que representa el 5.15% de producción nacional”. (Proecuador, 2015)

Tabla 2: *Evolución de exportaciones del sector textil de los Años 2014-2016*

	2014-2015	2015-2016	Part. 2016
País	FOB%	FOB%	FOB%
Colombia	-39,65%	-38,24%	23,34%
Filipinas	71,07%	134,67%	11,21%
Reino unido	1,04%	39,82%	9,47%
Estados Unidos	-0,72%	-7,64%	8,63%
Japón	6,19%	13,70%	6,11%
Brasil	-58,53%	32,95%	5,39%
Perú	-32,27%	12,07%	4,84%
Chile	-0,13%	-4,42%	3,84%
Italia	62,95%	52,27%	3,30%
España	32,91%	-0,54%	3,24%
Venezuela	-45,58%	-12,12%	2,96%
Aguas Internacionales/Naves int. en tran	-49,56%	-2,38%	2,60%
México	88,99%	-64,46%	2,10%
Bolivia	-1,85%	-21,95%	1,76%
Francia	-5,60%	28,69%	1,64%
Alemania	-31,67%	-36,79%	1,40%
Panama	-13,36%	-1,19%	1,36%
Guatemala	239,52%	67,32%	0,55%

**Elaborado por:** (autores, 2019)

“Las MIPYMES son compañías que ayudan en la economía dentro de un país, esto es de gran importancia ya que gracias a esto generan empleo, a continuación se detallará las fortalezas de estas organizaciones. Las fortaleza que se rescata es que simbolizan el 95% de unidades productivas, extensas condiciones redistributivas, elasticidad frente a las variaciones, también originan el 50% de empleos, entre otros” (ECUADOR, 2017).

Por lo cual son compañías que se dedican a colaborar en la economía de un país, esto es de mucha vitalidad, ya que con esto generan puestos de empleo. En lo que se destacan es que representan el 95% de unidades productivas, muchas condiciones redistributivas, mucho soporte frente a los cambios, por su parte también se genera el 50% de trabajos, entre otros.

#### **Ficha técnica, entrevista**

Dirección:

La entrevista de este artículo científica ha sido realizada por Paulina Briones, estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil en el 2018-2019

Técnica:

El tipo de técnica utilizada ha sido entrevista estructurada, ya que se llevó a cabo mediante preguntas seleccionadas donde aquellas preguntas son respuestas cerradas.

Fecha de realización:

Febrero 2019

Entrevistador:

Diego Narváez-Dueño de la empresa

#### **Encuesta**

1. ¿Cree usted que las MIPYMES textileras de Chimborazo poseen un potencial industrial?  
Sí\_\_\_ No\_\_\_
2. ¿Usted considera que las MIPYMES textileras de Chimborazo poseen Cultura Organizacional?  
Sí\_\_\_ No\_\_\_
3. ¿Considera usted que la evaluación periódica del desempeño laboral a sus empleados es de gran importancia para la empresa?  
Sí\_\_\_ No\_\_\_
4. ¿La empresa evalúa constantemente los factores endógenos y exógenos que debe mejorar para la internacionalización de las MIPYMES del sector textil de Chimborazo?  
Sí\_\_\_ No\_\_\_
5. ¿Cómo considera usted que las políticas comerciales afecta a la internacionalización de MIPYMES del sector textil de Guayaquil?  
Sí\_\_\_ No\_\_\_

## Resultados de la encuesta

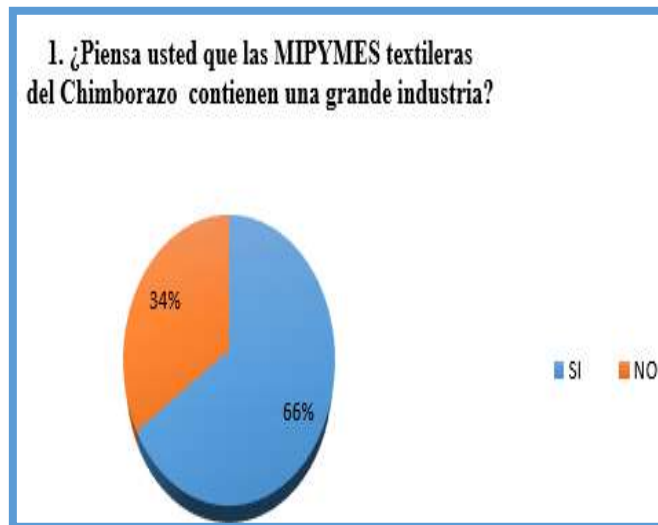


Figura 1

Elaborado por: Autores

**Análisis:** De acuerdo a los resultados arrojados hemos obtenido respuesta que los MIPYMES especialmente del sector textil si son una gran potencia industrial la cual refleja un 66% de aceptación y un 34% de un desacuerdo por tal motivo hemos notado que dicho porcentaje no tiene conocimiento sobre este sector al elaborar la encuesta.

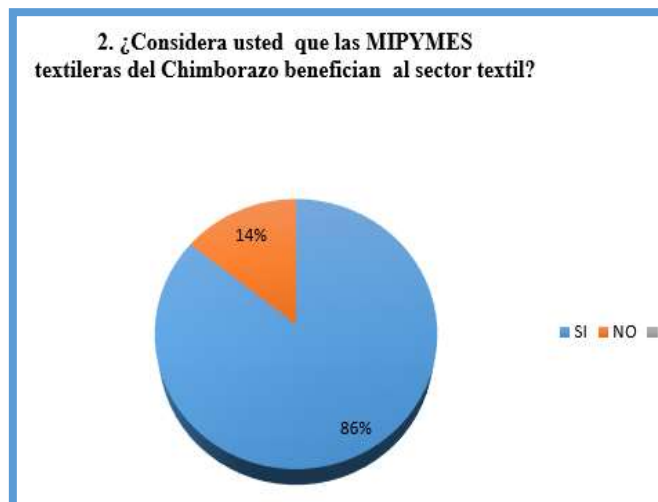
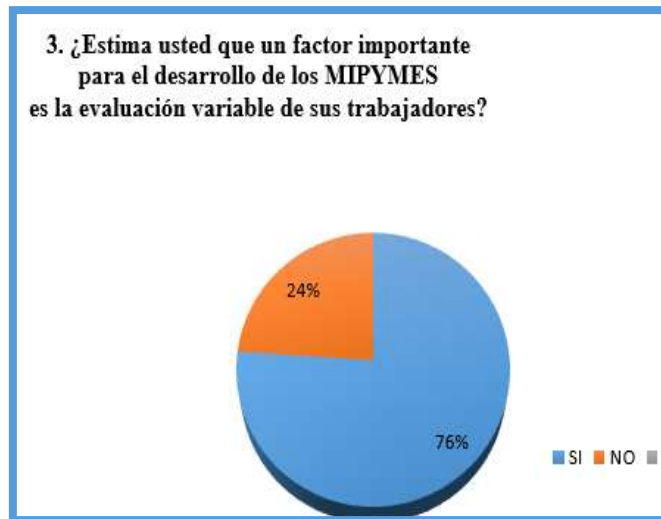


Figura 2

Elaborado por: Autores

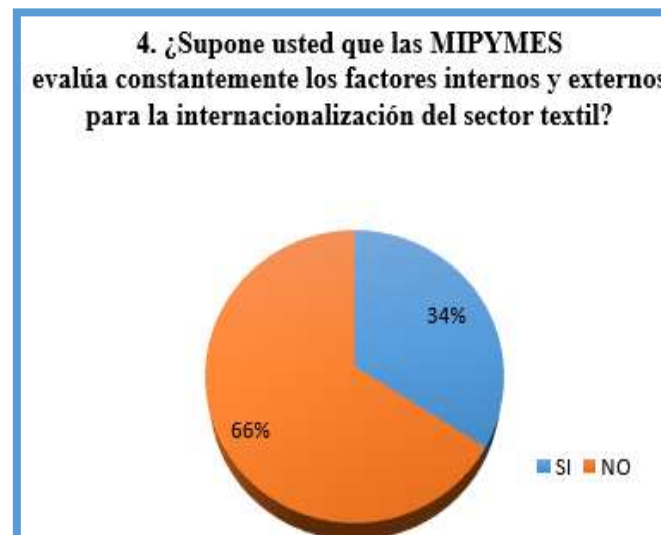
**Análisis:** Los resultado de la pregunta dos referente a la encuesta donde indica que el sector textil del Chimborazo beneficia a los MIPYMES arrojando una aceptación de 86% y el 14% en total desacuerdo.



**Figura 3**

Elaborado por: Autores

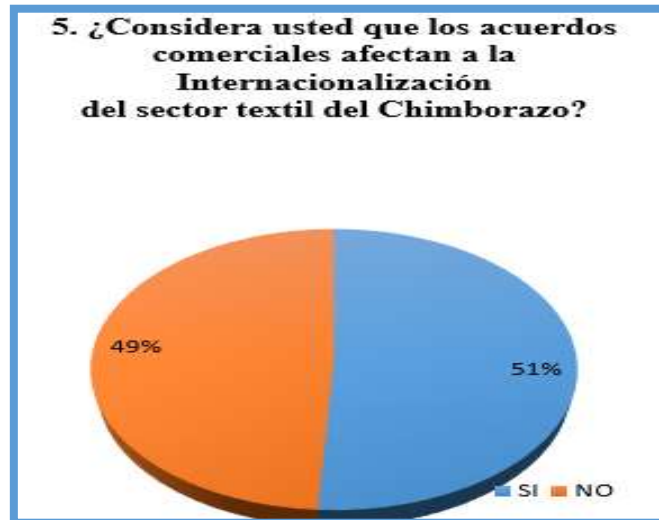
**Análisis:** Han considerado que los micros medianas y pequeñas empresas son un importante motor de desarrollo en la matriz productiva es de gran importancia que las empresas dieron un 76% de aceptación y un 24% que se encuentra en total desacuerdo antes lo mencionado.



**Figura 4**

Elaborado por: Autores

**Análisis:** Conforme al presente grafico refleja que un 66% de acuerdo en que las empresas evalúan el desempeño de las MIPYMES del sector textil ya sean factores internos y externo con una aceptación del 66% y 34 % que no saben del tema.



**Figura 5**

**Elaborado por:** Autores

**Análisis:** La figura 5 los resultados arrojaron que el 51% de empresas están de acuerdo que los acuerdos políticos afectan a las empresas y el 49 % están en total desacuerdo.

#### **Análisis de resultados**

En la entrevista refleja que el sector textil es una gran potencia industrial en la cual podemos notar que es muy beneficioso para la economía del país, y a su vez general una gran oferta de empleos, la empresa Horgar's está de acuerdo en analizar los factores internos y externos para Intercionalización cabe recalcar que la empresa opina que los acuerdos políticos afectan a la salida de su mercadería al exterior.

#### **Conclusión**

El Ecuador cuenta con un alto potencial en producción de bienes, servicios y en generación de empleo que les permite expandirse en el mercado local por este motivo es la base del desarrollo social del país produciendo demanda y comprando productos, por lo tanto es considerado un actor importante en la generación de riquezas. Los mecanismos y normas internacionales detienen el desarrollo de la matriz productiva del sector textil y también por la falta de información en las cuales son: técnicas, acceso a créditos y modernización dicho sector no ha podido internacionalizarse.

Esto son algunos de los factores que han influenciado para que las MIPYMES no hayan podido expandir sus productos en el mercado internacional ya que no cuentan con la capacitación necesaria para poder exportar sus productos de esta manera solo se comercializan sus productos a nivel nacional; siendo este uno de los motivos por el cual como estudiantes hemos enfocado en proponer un diseño de una matriz internacional que promueva el impulso a los representantes de las micro, pequeña y mediana empresas, con el fin de analizar los factores internos y externos de la situación actual de este sector para generar una posible solución ante esta problemática.

Sin embargo este aspecto también contiene una afectación puesto que por la crisis atravesada en aquel periodo sería un proceso de disminución en la demanda de sus productos, lo que ocasiona que el número de empresas se redujeran.

Además que se recopiló datos a la empresa Hogars por medio de una entrevista que se determinó el crecimiento en sus productos, el número de este tipo de empresa ha venido en constante crecimiento situándose en la provincia de Imbabura, Atuntaqui.

Los principales problemas que enfrenta la Empresa Hogars que corresponde al sector textil para internacionalizarse se encuentra en su tasa baja de exportaciones a otros países, puesto que su demanda hacia sus productos es inadecuado, no existen estrategias para internacionalizar.

Hemos propuesto que es importante que los altos mandos de la empresa se encuentren en constante capacitación, planteamos un programa para de capacitación para la organización, pudiendo conocer muchas estrategias para que puedan internacionalizarse hacia el mercado exterior.

Los referentes teóricos que se han recopilado con el objetivo de llevar una investigación más profunda, han sido ellas las que nos ha llevado al campo del comercio exterior; estos son los conjuntos que llevan a conocer los detalles de la empresas del sector textil y así lograr su internacionalización.

Para alcanzar la meta de la internacionalización, las empresas deben establecer sus prioridades para determinar que cada que cada objetivo se pueda cumplir, este también debe aplicarse al programa de (crecimiento, desarrollo, financiero y posicionamiento), es importante que en cada programa puedan establecer plazos y presupuestos posteriormente dar un seguimiento a cada actividad.

Creemos firmemente que las MIPYMES del sector textil lleven a cabo un estudio de mercado periódicamente, esto con el objetivo de poder exportar sus productos y a la vez identificar el problema que se hayan presentado en distintas aéreas, lo que permitirá conocer a las empresas el problema y así poder llegar a un estándar más alto en sus exportaciones.

### Referencias

- Acuña, C. (junio de 2014). Importancia de las mipymes. *Scielo*, 40. Obtenido de <http://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rafg/article/viewFile/19985/19918>
- AITE. (19 de Enero de 2017). *Ecuador, Asociacion de industrias textiles*. Obtenido de AITE: <http://www.aite.com.ec/>
- autores, L. (2019). *Evolución de exportaciones del sector textil*. Guayaquil: Sexta ediccion .
- Cardona Luis&Bonilla Esperanza. (Noviembre de 2015). *Revista Caribeña de ciencias sociales*. Obtenido de [https://scholar.google.com.co/scholar?cluster=16527681870018393436&hl=es&as\\_sdt=0,5](https://scholar.google.com.co/scholar?cluster=16527681870018393436&hl=es&as_sdt=0,5)
- Censos, I. N. (06 de Octubre de 2010). *Censo Nacional Económico, Instituto Nacional de Estadística y Censos*, sexta . (I. N. Censos, Productor) Recuperado el 2010, de Censo Nacional Económico, Instituto Nacional de Estadística y Censos: <http://www.inec.gob.ec>
- CEPAL. (02 de agosto de 2013). *El financiero*. Obtenido de El financiero: <http://www.elfinancierocr.com/pymes/cepal-llama-a-romper-el-circulo-vicioso-que-limita-el-desempeno-de-las-pymes/P7KO43BMMBBV3B7VRKAMKMZRTA/story/>

- CEPAL. (13 de Junio de 2014). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe:  
<http://www20.iadb.org/intal/catalogo/PE/2013/10864es.pdf>
- Diaz, J. (14 de Agosto de 2016). *Industriales Textiles del Ecuador (AITE)*. Obtenido de Industriales Textiles del Ecuador (AITE):  
[https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy\\_pdfs/237\\_003.pdf](https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy_pdfs/237_003.pdf)
- Drucker, P. (4 de enero de 1985). *comercio internacional* . Obtenido de comercio internacional :  
<http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica>
- ECUADOR, P. (13 de abril de 2017). *PYMES ECUADOR*. Obtenido de PYMES ECUADOR:  
[http://www.un-trade-environment.org/meetings/Latin/2007-03-26/documents/equipo\\_ecuador.pdf](http://www.un-trade-environment.org/meetings/Latin/2007-03-26/documents/equipo_ecuador.pdf)
- Ekos. (2016). Ekos. *Scielo*, 15.
- HORTA. (2015). *ANÁLISIS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PEQUEÑAS*. GUAYAQUIL.
- INEC. (02 de DICIEMBRE de 2013). OBSERVATORIO PYME DE LA UASB. *Pequeños negocios, gran potencial. Las claves de las Mipymes*, pág. 1.
- INEC. (13 de Marzo de 2014). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas\\_2014/Principales\\_Resultados\\_DIE\\_E\\_2014.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas_2014/Principales_Resultados_DIE_E_2014.pdf)
- Las Autoras. (s.f.).
- Las Autoras. (s.f.).
- Lideres. (2013). Obtenido de <http://revistalideres.ec/lideres/competencia-textileros-ecuatorianos-aumenta.html>
- Lideres. (2017). Globalizacion de las MIPYMES. En M. Vargas, *MIPYMES* (pág. 25). Guayaquil: sexta ediccion.
- Los Autores. (s.f.).
- MIPRO. (15 de febrero de 2016). <https://www.industrias.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/>.
- Porter. (11 de Enero-Junio de 1980). *Dimension empresarial*. Obtenido de Dimension empresarial.
- Proecuador. (17 de abril de 2015). *Proecuador*. Obtenido de Proecuador: [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec)
- Rondán, F. (12 de Julio de 2016). *Revista de Administração de Empresas*. Obtenido de Revista de Administração de Empresas: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020160105>
- Rosales, I. (2015). EL reto de internacionalizar la actividad de una pymes. *Redalyc.org*, 74.
- Sampieri, M. e. (2015). *Metodologia de la investigacion*. MÉXICO • BUENOS AIRES • CARACAS • GUATEMALA • LISBOA • MADRID • NUEVA YORK: sexta ediccion .



Sanfeleciano, A. (03 de Enero de 2018). *Mind Corporation* . (G. S. Cueva, Productor) Obtenido de Mind Business Corporation : <https://lamenteesmaravillosa.com/disenos-de-investigacion-enfoque-cualitativo-y-cuantitativo/>

Smith, A. (2 de Junio de 1780 ). *La teoria del comercio internacional*. Obtenido de La teoria del comercio internacional: <https://es.scribd.com/document/201584067/EI-comercio-segun-Adam-Smith>

SRI. (17 de mayo de 2017). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/32>