"EL MERCADO ECUATORIANO DE LAS PRENDAS DE VESTIR (Perspectivas para el montaje de Comercializadora Internacional de Prendas de Vestir)"

ALBERTO NAPOLEON ZAMBRANO ORDIERES

JAVIER EDUARDO ORTIZ BOLAÑOS

Tesis de Grado presentada como requisito parcial para optar el título de Economista.

DIRECTOR:

Dr. GUSTAVO JARAMILLO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ECONOMIA
Pasto - COLOMBIA
1.979

"Las ideas y conclusiones aportadas en la tesis de grado, son responsabilidad exclusiva de su autor"

Artículo 1° del acuerdo N° 324 del 11 de octubre de 1.966, emanado del honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño

A NUESTROS PADRES

A NUESTROS HERMANOS

DEDICAN:

ALBERTO NAPOLEON ZAMBRANO ORDIERES

EDGARDO ORTIZ BOLAÑOS

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION

No. 17506 Ej 2
Valor $1500 Vol
Fecha VI-1-81 Don X
Fac. Exonerada Canje
Librería Andes Comp.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION
PROCESOS TECNICOS

T
338.47
24
E1.2.

CONTENIDO

I	INTRODUCCION	
II	ANTECEDENTES	1
III	SELECCION DEL MERCADO	11
	1.- Ventajas del mercado Ecuatoriano para las Prendas de Vestir Colombianas	18
IV.	SELECCION DEL PRODUCTO	21
	1.- Ventajas al Seleccionar el Vestuario	21
	2.- Participación del Producto en el total exportado por Colombia al Ecuador	22
	3.- Valor por Kilogramo Exportado	26
	4.- Disponibilidad de Mercancía para ser enviada al exterior	27
V	SITUACION ECONOMICA DEL ECUADOR - AGREGADOS MACROECONOMICOS	31
	1.- Población	31
	2.- Producto Nacional Bruto	37
	3.- Ingreso Per-Capita	40
	4.- Formación del Capital	40
	5.- Balanza Comercial	43
	6.	
VI	ANALISIS DE LAS IMPORTACIONES DE PRENDAS DE VESTIR POR ECUADOR	48
VII	ANALISIS DE LA ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE LAS PRENDAS DE VESTIR	54
	1.- Producción	54
	2.- Consumo aparente	56
	3.- Datos complementarios	58
VIII	CARACTERISTICAS DEL MERCADO DE PRENDAS DE VESTIR	69
	1.- Metodología y alcances de la muestra	69

	2.- Clasificación de las compras de mercancía	72
IX	INFORMACION SOBRE LOS PRECIOS	81
X	ANALISIS Y CUANTIFICACION DE LA DEMANDA	86
	1.- Localización geográfica	86
	2.- Consumo de acuerdo al tipo de prenda	90
	3.- De acuerdo al consumidor final	90
	4.- Líneas de mayor demanda	95
XI	INFORMACION SOBRE LAS CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	96
	1.- Aranceles Aduaneros	96
	2.- Impuestos Internos	98
	3.- Obstáculos no Arancelarios	98
	4.- Política comercial	98
	5.- Transporte	99
XII	PERSPECTIVAS PARA EL MONTAJE DE COMERCIALIZADORA	105
	1.- Exportadora	105
	2.- Importadora en Ecuador	106
	3.- Exportadora - Importadora	106
XIII	INCENTIVOS A LA EXPORTACION EN COLOMBIA	108
	1.- Proexpo	108
	2.- Certificados de Abono Tributario	112
	3.- Impoventas	112
	4.- Otros incentivos oficiales	113
XIV	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	115
XV	BIBLIOGRAFIA	116
	APENDICE	

CUADROS

N° 1	Exportaciones de Colombia al Grupo Andino 1972-1976	Pág. 9
N° 2	Colombia- Destino de las Exportaciones Menores (Basado en las Aduanas)	13
N° 3	Colombia - Destino de las Exportaciones Menores (Datos de Registro)	14
N° 4	Participación del Grupo en el Valor Total Exportado al Mercado del Ecuador	16
N° 5	Participación de las importaciones de Prendas de Vestir provenientes de Colombia en el mercado de Ecuador	23
N° 6	Exportaciones totales de prendas de vestir de Colombia al Ecuador; participaciones y crecimientos.	25
N° 7	Valor por kilogramo exportado, de Colombia al exterior, de Colombia al Ecuador y de Vestuario al Ecuador.	26
N° 8	Distribución de la población Ecuatoriana por regiones y Provincias (1892, 1950, 1962, 1974)	32
N° 9	Interpolación y Extrapolación de la población ecuatoriana	33
N° 10	Densidad de las regiones Sierra y Costa, comparadas con la región Oriental y el Archipielago de Colón	36
N° 11	Ecuador - Producto nacional Bruto (P.N.B.) Incremento porcentual, 1972 = 100, en valores constantes y corrientes	39
N° 12	Formación de capitales, 1972-1978 (Millones de Sucres)	41
N° 13	Formación de capitales, 1972-1977 (Miles de Dolares)	42
N° 14	Evolución de los principales indicadores económicos en Ecuador	44
N° 15	Red de comercio internacional "Prendas de Vestir" en el Grupo Andino y Méjico	46

N° 16	Oferta de "Prendas de Vestir" en Ecuador	49
N° 17	Participación de las Partidas en el Capítulo 61, 1972-1976	50
N° 18	Participación de las Partidas en el Capítulo 60, 1972-1976	51
N° 19	Cuadro comparativo de las Importaciones de Confecciones del Ecuador y las Exportaciones Colombianas a éste.	53
N° 20	Consumo aparente de las Prendas de Vestir y su proyección hasta el año 1980. En US $	57
N° 21	Empresas productoras de Prendas de Vestir en Ecuador, Gran Industria.	59
N° 22	Distribución geográfica de las empresas productoras de Prendas de Vestir - Gran Industria.	61a
N° 23	Participación de cada empresa en la producción de Vestuario, Gran Industria - Muestra	67
N° 24	Distribución de las Encuestas por Ciudades de acuerdo al Número de habitantes.	70
N° 25	Distribución por ciudades de los Establecimientos según el estrato socioeconómico	73
N° 26	Distribución de los Establecimientos por ciudades de acuerdo a las garantías exigidas para el pago de mercancías proveniente del interior	75
N° 27	Distribución de los Establecimientos por ciudades de acuerdo a las garantías exigidas para el pago de mercancía extranjera	76
N° 28	Distribución de los Establecimientos de la Muestra, según: Frecuencia con que el proveedor ofrece la mercancía al expendio, tipo de publicidad, monto de venta, origen de la mercancía, tipo de proveedores de mercancía extranjera.	80
N° 29	Indice de precios al consumidor en las familias de ingresos bajos y medios de las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca	82
N° 30	Indice de precios al consumidor por Grupos en Quito, Guayaquil y Cuenca para las prendas de Vestir	83

N° 31	Indice de precios al consumidor por Grupos en Quito, Guayaquil, Cuenca en 1978	84
N°32	Cuadro comparativo del índice nacional de precios al por mayor y el índice de precios para el sector importador. 1974 = 100	85
N° 33	Clasificación del vestuario de acuerdo a las tallas y el consumidor final	87
N° 34	Distribución de las compras de vestuario por regiones y ciudades.	88
N° 35	Compra anual de prendas de vestir en siete (7) ciudades del Ecuador y participación de cada ciudad en el Total	89
N° 36	Participación del artículo en el total de las compras por ciudad	91
N° 37	Participación del tipo de prenda de cada ciudad de acuerdo al consumidor final - Porcentajes	92
N° 38	Aranceles Aduaneros Ecuador, Capítulo 60 Arancel Nabandino	96
N° 38 A	Aranceles Aduaneros - Ecuador, Capítulo 61 Arancel Nabandino	97
N° 39	Distancias viajes y tiempos aproximados de recorrido entre Colombia y países del grupo Andino	101
N° 40	Tarifas aéreas de Exportación al Grupo Andino	104
N° 41	Incentivos Reales a la Exportación	107

GRAFICOS

		Pág.
N° 1	Participación de las importaciones de prendas de vestir provenientes de Colombia en el mercado del Ecuador	24
N° 2	Balanza Comercial Ecuador - 1972-1977	47
N° 3	Participación de las Compras de prendas de vestir en Ecuador de acuerdo al tipo de prenda y al consumidor final	94

"EL MERCADO ECUATORIANO DE LAS PRENDAS DE VESTIR (Perspectivas para el montaje de Comercializadora Internacional de Prendas de Vestir)" *

POR:

ALBERTO NAPOLEON ZAMBRANO ORDIERES

JAVIER EDUARDO ORTIZ BOLAÑOS

I. INTRODUCCION

El marcado crecimiento del intercambio comercial entre los países del Grupo Andino, que logra materializar un mercado ampliado para los productos no tradicionales susceptible de ser utilizado económicamente en beneficio del país y del empresario particular; es una de las razones que nos mueve a realizar el presente estudio.

Se hace por lo tanto, imprescindible buscar un mercado y el producto que garantice un comercio permanente y rentable. Uno de los mercados que presentan incrementos sustanciales en el comercio por Colombia y que a la vez se encuentra respaldado por el acelerado crecimiento económico, la lenta desvalorización de la moneda y la cercanía entre dos países es el de Ecuador; que se ha constituído a través del tiempo en un mercado natural. Para que el intercambio dé los frutos esperados, nada mejor que tomar uno de los renglones que ocupa el primer lugar en la exportación hacia este país y entre ellos se encuentra el de las confecciones Textiles que, a pesar del impulso oficial que

---

* Tesis de Grado presentada como requisito parcial para optar el título de Economista, bajo la presidencia del Dr. GUSTAVO JARAMILLO, a quien los autores expresan su agradecimiento.

ha recibido en ese país aún no ha logrado autoabastecerse y desplazar a la competencia externa en lo que respecta a la materia prima como al producto terminado. Aunado a la disponibilidad de este producto en Colombia para ser enviado al exterior y la relativa facilidad para el montaje de una empresa comercializadora, por no requerir de costosas obras de infraestructura.

Por todo lo anterior, nos hemos propuesto llegar a un conocimiento profundo de lo que es y el posible aprovechamiento del mercado de las Prendas de Vestir; para lo cual se realizó un análisis objetivo de la producción, distribución, consumo y localización geográfica de las empresas productoras y comercializadoras en Ecuador, tomando como base los datos estadísticos oficiales para luego entrar a especificar las características de este mercado utilizando el muestreo estratificado y las encuestas directas (investigación de campo), para lo cual se agrupa el universo de establecimientos en seis (6) categorías diferentes: Centro Comercial, Supermercado, Distribuidor, Almacén, Bazar y Boutique, donde cada establecimiento participa de acuerdo a la importancia como centro de aprovicionamiento de la población y por el monto de capital invertido, con miras a ser utilizado como referencia para distribuir los productos colombianos.

De otra parte, se pretende impulsar la creación de una Empresa Exportadora-Importadora del producto para canalizar la oferta que en su mayor parte se realiza por pequeños comerciantes y familiares de los expendedores, a la vez

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION
PROCESOS TECNICOS

que garantice el normal aprovisionamiento del mercado utilizando al máximo los incentivos que se brindan a los exportadores colombianos y neutralice los impuestos a las transacciones comerciales.

II. ANTECEDENTES

El desarrollo latinoamericano se ha caracterizado por un crecimiento lento e inestable, a tales extremos que el ingreso por habitante solo ha crecido en un 50% en los últimos 30 años y durante el período que va de 1947 a 1967 el ingreso por habitante pasó de US$ 280 al modesto nivel de US$ 430. 1/

De seguir esta tendencia, para fines de siglo la población latinoamericana dependerá de un ingreso de US$ 650 por habitante que corresponde a una quinta parte del que se dispone en la actualidad en los Estados Unidos.

Esta brecha entre el desarrollo latinoamericano y los países industrializados se ensancha cada vez más por lograr los primeros, un mejoramiento de solo el uno por ciento (1%) desde el año de 1960, en tanto los países desarrollados crecen con un dinamismo dos o tres veces mayor, reflejándose en que mientras el ingreso percápita de los países desarrollados aumenta en un 5% (equivalente a un ingreso adicional de US$ 55 por persona, en América Latina sólo equivale a un incremento de US$ 5), el de Suramérica lo hace sólo en la quinta parte.

1/ Hacia la Integración Acelerada de América Latina
José Antonio Mayobre, Felipe Herrera, Carlos Sans de Santamaría, Raúl Prebisch.
Fondo de Cultura Económica, pág. 45. 1969.

Estos indicadores de la economía latinoamericana se manifiestan en la realidad en el paupérrimo nivel de vida, desempleo, analfabetismo, desnutrición y la alta concentración del ingreso que se transforman en un alto nivel de delincuencia, contrabando y en la generalizada corrupción burocrática.

Ante esta situación insoluble a corto y mediano plazo surge como alternativa, para la década de los años 50, una corriente de pensamiento científico que planteó una crítica renovadora en relación con el capital extranjero como elemento de "ayuda" en los procesos de desarrollo económico a la vez que denuncia la descapitalización de las economías nacionales operada a través de las empresas transnacionales. Esta corriente que se materializó en la CEPAL (Comisión Económica para América Latina) bajo la orientación de Prebisch, comenzó a investigar la situación de los países suramericanos en relación al comercio mundial y a llamar la atención sobre los peligros que se cernían ante la creciente formación de grandes bloques económicos, capaces de ensanchar sus industrias con las nuevas tecnologías de producción a escala y su funcionamiento tanto vertical como horizontalmente; lo cual hace imposible competir con sus manufacturas, a la vez que obliga, a un buen número de los países latinoamericanos, a reducir su economía, a producir artículos primarios provenientes de la agricultura y la minería.

Situación que se agrava por el deterioro de los términos de intercambio, pues

al comparar las series de precios de los productos naturales con los productos industriales demuestra de manera clara que, cada vez se necesita entregar más de aquellos por menos de estos; es así como el aumento global de las exportaciones para el período de 1954 - 1962 fue del 38%, mientras la capacidad de compra apenas aumentó en 12%. 2/

En contraposición a los países industrializados, se encuentran los de América Latina que no poseen una fuerte capacidad de negociación tendiente a mejorar los términos de intercambio, que permita el establecimiento de industrias de todo tipo y no se limite a operaciones de "ensamble".

Por otra parte, la importancia del comercio de estos países se ve desmejorada día a día, y es así como antes de la segunda guerra mundial las transacciones comerciales ascendían al 8% del nivel mundial mientras que para los años de la década del setenta descendió al 5%. En tanto, el volumen del comercio mundial se ha duplicado desde 1938; el volumen para los países ya mencionados solo aumentó el 70% y si se excluye el petróleo el aumento es del 40%. 3/.

2/ ABC de la Integración Latinoamericana, Joaquín Vallejo A. Editorial Tercer Mundo. Pág. 12.

3/ Op. Cit. Pág. 13.

Por todo lo anterior y para ensanchar los mercados nacionales se propusieron diferentes formas de integración que se iniciaron con la Asociación Latinoamericanos de Libre Comercio (ALALC), para luego proseguir con el Pacto Andino.

El Acuerdo de Montevideo, se creó con la finalidad de constituir a largo plazo (12 años) un mercado común, después de un proceso de acercamiento de políticas económicas, fiscales y sociales.

Se fundamenta en la desgravación arancelaria de todo tipo para los países integrantes del grupo, al igual que en la asignación de una cuota general para países que no pertenezcan a dicho grupo; meta para abordar en varias etapas.

Con esta forma de integración se logró resultados bastante apreciables, porque a partir de 1962 el comercio intrazonal duplicó las cifras del año anterior, con una participación más marcada, para los países de mayor desarrollo relativo (Argentina, Brasil, México). Para Colombia el comercio con la zona pasó de 10.4 a 56 millones de dólares, con incremento de más del 400% para los años de 1961 y 1966 respectivamente, representando más del 7% de las importaciones totales de la zona.

Igual ocurre con las exportaciones entre los países del grupo de integración

que alcanza magnitudes apreciables para 1973, llegando a ser igual a la cantidad exportada por la región a la República Federal Alemana y mayor que las ventas al Japón.

Hasta el año de 1972, la zona era el segundo mercado para las manufacturas con US$ 700 millones, solo superado por los Estados Unidos con un US$ 930 millones y mucho más importante que el mercado de seis países de la CEC (US$ 300 millones), los de la AELC US$ 100 millones y el Japón (US$ 60 millones), no obstante durante los dos lustros transcurridos desde la creación de la ALALC, el comercio ha tendido a estancarse a pesar del fuerte crecimiento en las primeras etapas. De 8% que representaban las importaciones totales intrazonales en 1961 pasó al 13% en 1965, para luego descender y estancarse entre el 11 y 12% de participación en los últimos años. 4/

Lo que es importante destacar es que en el proceso de intercambio se desarrolla fuertemente el comercio de manufacturas y pierde importancia el de los productos primarios. 5/

4/ "Informe Mensual de la Integración Latinoamericana". Revista Comercio Exterior. México. Mayo 1975, Pág. 494.

5/ Ibid. Pág. 494.

En vista de la lentitud con que avanzaba el proceso de integración se propuso la formación de un grupo sub-regional de economías más afines; proyecto que tuvo asidero por cuanto existen tres grandes países con un nivel de desarrollo muy marcado sobre los demás y con mercados tan amplios que la negociación de concesiones con ellos por parte de los demás países, se hacía en extremo difícil. Se trataba, entonces de fortalecer las industrias del grupo sub-regional para competir con las de los tres grandes de la ALAC.

El grupo sub-regional tomó forma por intermedio de la firma del acuerdo de Cartagena en 1969 con la participación de Colombia, Ecuador, Bolivia y Chile, bajo el compromiso de llevar adelante los siguientes puntos:

1. Armonización arancelaria hacia terceros países.
2. Régimen de desgravación más acelerado que el de la ALAC, solo para países del grupo, fija plazo para constitución de mercado común en 1985 a condición de alcanzar progresos significativos en diferentes sectores para 1976.
3. El acceso de cualquier otro país debe ser previamente negociado.
4. Tratamiento especial en favor de los países en menor desarrollo relativo (Ecuador y Bolivia).
5. El acuerdo incluye un amplio número de sectores que se enuncian en la declaración de Bogotá. Al sector agropecuario se le otorga un trata-

miento especial, y

6. Integración de la infraestructura.

Política integracionalista que logra incrementar significativamente el comercio sub-regional, logrando crecimientos del 24.2% como tasa de crecimiento anual para el período 1969-1973 en lo que respecta a las importaciones. Tasa cuatro veces superior a la de las importaciones provenientes del resto del mundo (6.5%); lo que en valores absolutos significa un aumento de US$ 92 millones a US$ 207 millones, logrando aumentos en la participación relativa en el total de las importaciones de 3.5% en 1969 a 5.3% en 1973 6/, destacándose Bolivia con el más alto ritmo de crecimiento en su volumen de ventas a la zona (70% anual), seguido de Ecuador con 44% mientras, que las compras crecieron significativamente Perú (39%) y Ecuador (37%) para el período.

Para el año de 1976, ocurre un hecho lamentable que ensombrece el futuro del acuerdo y es el retiro como miembro por parte de Chile al presentársele contradicciones con la decisión 24 por ocurrir un cambio en la política económica de este país, orientada a traer el capital extranjero, fundamentado su proceso de crecimiento económico en este tipo de inversión. Más sin embargo,

---

6/ "Informe Mensual de la Integración Latinoamericana". Revista Comercio Exterior. México. Mayo 1975, pág. 495.

Colombia logra aumentos sustanciales en el comercio con los países del grupo con un crecimiento del 95% para el cuatrenio 1971-1974. 7/

En lo que respecta al quinquenio 1972-1976, Colombia aumenta su participación en el total del grupo y en cuanto al volumen exportado que pasa de US$ 86'422.496 a US$ 189'884.214 con una variación porcentual de 119.7% para todo el período. Entre los mercados de mayor crecimiento están Perú, Ecuador y Venezuela, con un ligero predominio de Venezuela sobre el resto de los mercados manteniendo una mayor tasa de crecimiento. Según lo muestra el Cuadro N° 1.

En síntesis el grupo Andino ha representado a través del tiempo un mercado importante, tanto por su dinamismo como por el monto de mercancías transadas. Pero todavía no se ha logrado un alto grado de integración regional porque, entre otros factores igualmente importantes se carece de métodos eficientes de comercialización que permitan el aprovechamiento máximo de la ampliación del mercado. Se plantea, por tanto, la alternativa de impulsar empresas comercializadoras, que operen eficazmente utilizando las ventajas de nuestro mayor desarrollo relativo con respecto a otros países (Ecuador - Bolivia) en beneficio de la economía nacional y de las empresas que toman parte en el intercambio. Con este propósito se elaboró el presente estudio de mercado de las prendas de vestir.

7/ Pasa de los US$ 690 millones a US$ 1.346. Boletín Mensual de Estadística No. 296. Marzo de 1976. Bogotá, pág. 75.

Cuadro No. 1

Exportaciones de Colombia al Grupo Andino

1972 - 1976

País	Kilos	Valor FOB en US$	Valor FOB en pesos	Exportación total al Grupo en US$ FOB
1972				
Bolivia	1'840.000	1'675.033	36'793.527	
Chile	171'037.000	14'937.782	326'652.944	
Ecuador	453'289.000	21'812.974	478'191.480	86'422.496
Perú	553'015.000	31'697.138	696'009.770	
Venezuela	109'879.000	16'299.569	359'498.342	
1973				
Bolivia	6'920.000	2'920.948	70'061.534	
Chile	16'901.000	7'529.959	178'291.710	
Ecuador	136'724.000	27'099.430	632'062.702	87'912.604
Perú	531'123.000	29'120.289	686'371.876	
Venezuela	119'394.000	21'218.978	505'727.584	
1974				
Bolivia	5'691.853	4'967.034	130'376.584	
Chile	41'753.905	32'554.760	878'646.847	

Continuación Cuadro No. 1

País	Kilos	Valor FOB en US$	Valor FOB en pesos	Exportación total al Grupo en US$ FOB
Ecuador	131'432.622	38'174.073	100'653.326	149'576.568
Perú	37'123.874	32'401.713	850'314.500	
Venezuela	133'815.141	41'478.988	2'096'597.793	
1975				
Bolivia	12'443.348	6'510.949	197'812.982	
Chile	49'323.075	23'915.040	734'545.048	
Ecuador	125'510.108	36'128.776	1'118'296.901	189'884.214
Perú	31'078.490	33'740.458	1'031'603.018	
Venezuela	233'532.874	89'586.991	2'811.151.623	
1976				
Bolivia	3'227.778	3'173.738	110'454.154	
Chile	17'422.875	10'658.411	373'752.783	
Ecuador	109'754.894	39'096.340	1'361.605.181	195'070.908
Perú	76'754.894	19'820.042	688'998.723	
Venezuela	410'178.947	122'322.377	4'265.800.669	

Fuente: Anuario de Comercio Exterior de Colombia, 1978.

III. SELECCION DEL MERCADO

El mercado creciente de las exportaciones menores se han mantenido durante las últimas décadas y ha representado la ampliación de mercados externos para estos productos. En el transcurso de la década del sesenta, Europa Occidental, el Mercado Común Europeo (MCE) y Estados Unidos, fueron los principales mercados para las exportaciones menores de Colombia, cuadros Nos. 2 y 3, pero a partir de 1968 estos mercados pierden importancia relativa frente al marcado crecimiento de las exportaciones a los países de la ALALC y principalmente a los del Grupo Andino.

Para el período de 1969 - 1971 la preponderancia del mercado de la ALALC fue mayor que la de Estados Unidos (para los productos no tradicionales) y para 1971 logra equiparar en importancia al mercado común europeo, destacándose los productos de textiles, metálicos, aparatos eléctricos y otros como lo muestra el cuadro No. 3.

En el año de 1972, la cifra comerciada con los países del Grupo Andino ascendió a US$ 6.981 millones y crece en el 41.03% para el año de 1973 y en 212.6% para el 74, 8/ en tanto que para estos años Estados Unidos

---

8/ Boletín Mensual de Estadística DANE No. 296 de marzo de 1976. Pág. 75.

disminuya su participación.

Este comportamiento del mercado refleja en parte las políticas (del gobierno de las cuatro estrategias) de impulso al sector exportador no tradicional, si se tiene en cuenta que "el crecimiento de las exportaciones menores está gobernado más por las condiciones de la oferta interna que por la demanda mundial" 9/, y el ponderable esfuerzo para reducir la dependencia económica de las exportaciones del café.

La importancia del mercado andino se solidifica aún más para el quinquenio 1972-1976 donde las exportaciones colombianas al Grupo , presentan incrementos del 125.7% 10/.

En el período en mención se destacan Ecuador, Perú y Venezuela como los mayores compradores. Resumiendo, se puede afirmar que se han dado crecimientos importantes (absolutos) a pesar de perder participación en el conjunto de las exportaciones a los mercados Común Europeo, Estados Unidos, Gran Bretaña, Japón y España.

9/ José D. Teigeiro, El Crecimiento de las exportaciones menores y el sistema de fomento a las exportaciones menores en Colombia. Rev. Banco de la República. Junio 1973, pág. 1070.

10/ Ver Cuadro No. 1

Cuadro No. 2

Colombia - destino de las exportaciones menores

(basado en las Aduanas)

Agrupaciones Regionales y países	Promedio			
	1960-62	1967-69	1960-62	1967-69
	En miles de dólares		En porcentaje del total	
Total	60.510	167.906	100.0	100.0
Estados Unidos	14.769	44.604	24.4	26.6
Canadá	771	3.432	1.3	2.0
MCCA	1.492	4.184	2.5	2.5
ALALC	7.010	29.385	11.6	17.5
Chile	(748)	(3.421)	(1.2)	(2.0)
Ecuador	(1.030)	(7.017)	(1.7)	(4.2)
Perú	(3.663)	(7.778)	(6.0)	(4.6)
Bolivia	(14)	(310)	(0.2)	(0.2)
Venezuela	(1.239)	(5.756)	(2.0)	(3.5)
Otros	(316)	(5.103)	(0.5)	(3.0)
Resto del continente americano	4.607	13.752	7.6	8.2
Europa Occidental	28.463	62.091	47.0	37.0
Holanda	(4.916)	(21.462)	(8.1)	(12.8)
Gran Bretaña	(6.021)	(13.726)	(10.0)	(8.2)
Alemania	(13.390)	(12.790)	(22.1)	(7.6)
Otros	(4.136)	(14.113)	(6.8)	(8.4)
Resto del mundo	3.398	10.458	5.6	6.2

Fuente: DANE y Banco de la República

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION
PROCESOS TECNICOS

Cuadro No. 3

Colombia - Destino de las exportaciones menores

(Datos de Registros)

Agrupaciones regionales y Países	1968	1969	1970	1971	1968	1969	1970	1971	Promedio 1969/71
	En millones de dólares				En porcentaje del total				
Total	154.2	203.6	203.4	233.8	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Estados Unidos	43.1	46.3	50.7	50.0	28.0	22.7	24.9	21.4	23.0
Canadá	3.1	4.5	5.2	6.8	2.0	2.2	2.6	2.9	2.6
MCCA	4.7	5.2	8.7	8.4	3.0	2.6	4.3	3.6	3.5
ALALC	28.6	42.2	50.7	66.7	18.5	20.7	24.9	28.5	24.7
Chile	(3.5)	(3.8)	(6.8)	(8.5)	(2.3)	(1.9)	(3.3)	(3.6)	(2.9)
Ecuador	(6.5)	(9.1)	(9.0)	(12.7)	(4.2)	(4.5)	(4.4)	(5.4)	(4.8)
Perú	(5.6)	(14.9)	(21.4)	(27.1)	(3.6)	(7.2)	(10.6)	(11.6)	(9.8)
Venezuela	(6.6)	(8.3)	(6.3)	(7.4)	(4.3)	(4.1)	(3.1)	(3.2)	(3.5)
Otros	(6.4)	(6.1)	(7.2)	(11.0)	(4.1)	(3.0)	(3.5)	(4.7)	(3.7)
Resto del cont. americano	11.3	19.4	21.4	24.5	7.3	9.5	10.5	10.5	10.2
Europa Occidental	55.0	70.6	63.3	68.0	35.7	34.7	31.1	29.1	31.6
Holanda	(16.0)	(18.2)	(11.3)	(5.4)	(10.4)	(8.9)	(5.6)	(2.3)	(5.6)
Gran Bretaña	(14.9)	(13.9)	(12.4)	(9.6)	(9.7)	(6.8)	(6.1)	(4.1)	(5.7)
Alemania	(8.2)	(9.2)	(13.2)	(18.0)	(5.3)	(4.5)	(6.5)	(7.7)	(6.2)
Otros	(15.9)	(29.3)	(26.4)	(35.0)	(10.3)	(14.5)	(12.9)	(15.0)	(14.1)
Resto del mundo	8.4	15.4	3.4	9.4	5.5	7.6	1.7	4.0	4.4

Fuente: INCOMEX. Junio de 1973

Si se analiza al interior del mercado Andino, se puede ver facilmente para el mismo período que el mercado ecuatoriano adquiere un volumen de compra apreciable, manteniéndose en el segundo lugar de crecimiento después de Perú para los años 1972 y 73 y, de Venezuela para los años siguientes (Cuadro No. 1); pasando de US$ 21'812.974 millones a US$ 39'096.340 para el año 1976 con un crecimiento porcentual de 79.23%.

Al considerar la participación de las exportaciones colombianas al Ecuador como porcentaje total de las exportaciones al exterior, se puede apreciar, anexo No. 1, que siete productos que se exportan al Ecuador tienen una participación superior al 50% del valor total exportado y veintitrés productos participan con más del 18% de las transacciones de mercancías, la mayor participación la presentan los productos medicinales y farmacéuticos, mientras que el vestuario participa con 1% del total.

Haciendo una comparación entre el anexo No. 1 y el Cuadro No. 4 observamos que de los grupos que ocupan los 30 primeros lugares en la participación de las exportaciones colombianas, aparecen seis grupos ocupando los primeros lugares de participación en las exportaciones del Ecuador, lo cual nos indica el grado de participación de los grupos, a nivel de la totalidad de las exportaciones, es directamente proporcional al grado en que se realizan al Ecuador, en cuato se refiere a los diez primeros productos enviados al vecino país. Si

Cuadro No. 4

Participación del Grupo en el valor total exportado

al mercado del Ecuador *

No. CUCI	Designación del Producto	
541.	Productos medicinales y farmacéuticos	15.7
661.	Cal, cemento, materiales y minerales elaborados para construcciones (excepto de vidrio y arcilla)	11.3
719.	Máquinas y aparatos (que no sean eléctricos) y piezas de máquinas N.E.P.	4.8
599.	Materias y productos químicos N.E.P.	3.9
665.	Manufacturas de vidrio	3.6
641.	Papel y cartón	2.7
892.	Impresos	2.7
054.	Legumbres frescas, conservadas o congeladas, N.E.P.	2.6
812.	Artículos sanitarios, accesorios y artefactos para sistemas de conducción de aguas, calefacción y alumbrado	2.6
698.	Manufacturas de metales comunes N.E.P.	2.4
664.	Vidrio	2.4
581.	Materias plásticas artificiales, celulosa regenerada y recinas artif.	2.2
673.	Barras, varillas, ángulos, perfiles y secciones (incluso tablestacas) de hierro o acero	1.8
732.	Vehículos automotores para carreteras	1.8
692.	Envases de metal para transporte y almacenamiento	1.7
729.	Otras máquinas y aparatos eléctricos	1.7
514.	Otros productos químicos inorgánicos	1.6
642.	Artículos de pulpa, de metal o de cartón	1.6
672.	Lingotes y otras formas primarias (incluso las piezas en blanco para tubos) de hierro o acero	1.4
678.	Tubería y sus accesorios de hierro o acero	1.4

Continuación Cuadro No. 4

No. CUCI	Designación del producto	
655.	Tejidos especiales de fibras textiles y productos conexos	1.3
684.	Aluminio	1.3
841.	Vestuario	1.1
695.	Herramientas de mano y para máquinas	1.1
629.	Artículos de caucho N.E.P.	1.0
653.	Tejidos de fibras textiles, que no sean de algodón	1.0

Fuente : Alberto Zambrano "Factibilidad de exportación de Nariño al Ecuador. Cuadro No. 4. Pasto, 1978.

* Operan los 26 grupos que presentan la mayor participación.

tomamos los dos cuadros antes citados (de 30 grupos de productos cada uno) notamos que existen 15 grupos que aparecen en los dos cuadros, es decir que la proporción sería de 2 a 1, esto es, de 30 productos exportados al exterior por Colombia con el mayor nivel de participación, 15 son exportados al Ecuador con un nivel alto de participación. Las confecciones participan en igual proporción tanto en la que se refiere al mercado ecuatoriano como al mercado universal.

1. Ventajas del mercado ecuatoriano para las prendas de vestir colombianas.

Al dinamismo anteriormente anotado se le suman los siguientes factores:

1. La economía en general: Que para el año de 1976 se reflejó en un crecimiento de 6.4% en el producto interno bruto y que por sectores representó incrementos de 20% en el sector financiero, 17% para el de servicios y 14% para el sector industrial. 12/

2. La paridad cambiaria: Que debido a políticas internas y externas del Ecuador se mantiene favorable respecto al dólar, si lo compara-

---

11/ Tomado de "Factibilidad de Exportación de Nariño al Ecuador".

12/ Boletín Proexpo. Septiembre 15 de 1978, Bogotá.

mos con el peso colombiano. Así el tipo de cambio oficial referido al dólar de los Estados Unidos se ha mantenido constante en 25.25 sucres por un dólar. 13/

En tanto a la tasa de cambio para la moneda colombiana experimentó para el mismo lapso un aumento de 12.75 puntos, pasando de $ 21.86 en 1972 a $34.61 por dólar. 14/ Constituyéndose en un factor importante en el fomento de las exportaciones colombianas y que en la actualidad se presenta un ingreso adicional de $48.14 15/ por cada $/100 cambiados en el mercado oficial.

3. A la desgravación automática estipulada en el Acuerdo Montevideo y refrendada por el Pacto Andino, donde se contempla la desgravación de todo tipo y fomenta las exportaciones e importaciones entre los países miembros del Grupo.

4. La cercanía con este país, que abarata los costos del transporte en el proceso de exportación, comparado con otros mercados del continente.

13/ Revista Banco de la República, mayo de 1973. Bogotá. Pág. 966

14/ Anuario de Comercio Exterior de Colombia. Bogotá. 1978.

15/ Cotización en la frontera Colombo-Ecuatoriana, Tulcán, enero 1979.

Estas ventajas se acrecientan aún más si tenemos en cuenta los incentivos internos en Colombia, como son el Certificado de Abono Tributario CAT, la exención de impuestos sobre las ventas y otros que se analizaran más adelante.

En estas condiciones el intercambio binacional se presenta con grandes perspectivas en un período futuro, siendo ventajoso tomar parte en el comercio y aprovechar las condiciones del mercado ecuatoriano y en especial la de productos con mayor porcentaje de crecimiento durante el período.

IV. SELECCION DEL PRODUCTO

Para la selección del producto se tuvieron en cuenta cuatro factores que determinan su evolución futura en el mercado del Ecuador, y la relativa facilidad para el montaje de una empresa comercializadora; éllos son:

1. Ventajas al seleccionar el vestuario

De una muestra de 163 grupos de productos exportados de la clasificación CUCI, tomada por el período de 1972-1976 16/, se obtuvieron 30 productos con un crecimiento promedio porcentual superior a 414% respecto al año 1972, entre los que ocupan los primeros lugares:

4 grupos de confecciones textiles

4 grupos de manufacturas de hierro o acero

3 grupos de productos químicos

4 de manufacturas diversas

2 de la industria automotriz.

Lo que permite esperar un crecimiento bastante amplio de los productos industriales con una marcada preponderancia sobre los agropecuarios o

16/ "Factibilidad de Exportación de Nariño al Ecuador", Alberto Zambrano, Universidad de Nariño, 1978, pág. 5a.

mineros, destacándose entre las manufacturas industrialesel vestuario, químicos y productos de hierro o acero que ocupan los primeros lugares.

El vestuario está representado especialmente por:

Años	CUCI	1972	1973	1974	1975	1976	promedio ponderado

656. Artículos confeccionados principalmente en las materias textiles.

841. Vestuario (excepto el confeccionado de pieles).

651. Tejidos especiales de fibras textiles, productos conexos.

Las importaciones de prendas de vestir por parte del Ecuador, presentan un crecimiento significativo durante el quinquenio analizado pasado de de US$ 208.719 en 1972 a US$1'069.608 en 1976 como crecimiento porcentual de 412.46 donde las expertaciones de Colombia corresponden al 37.22 del total como lo muestra el Cuadro No. 5.

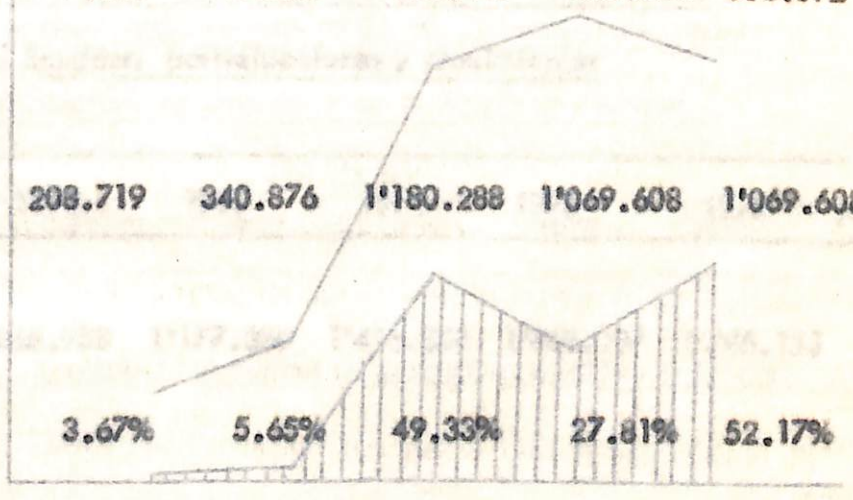
2. Participación del producto en el total exportado al Ecuador por Colombia

Analizando el cuadro No. 6, el monto de las expertaciones de prendas de vestir al Ecuador alcanza cifras que superan al medio millón de dolares en el año de 1976, volumen importante en el total de las exportaciones a este país. Se puede observar como para 1972 la participación no llegaba al 1% y para 1976 era del 31.97% con un promedio ponderado de 21.55%.

Cuadro No. 5

Participación de las importaciones de prendas de vestir provenientes de Colombia en el mercado de Ecuador

Años	1972	1973	1974	1975	1976	promedio ponderado
Exportaciones de Colombia al Ecuador. B.*	7.663	19.282	524.117	328.294	558.092	
Importaciones globales del Ecuador A**	208.719	340.876	1'180.288	1'069.608	1'069.608	
Porcentaje de participación C=B x 100% / A	3.67%	5.65%	49.33%	27.81%	52.17%	37.22%



Fuente: Para Colombia, Anuarios de Comercio Exterior 1972 al 76.

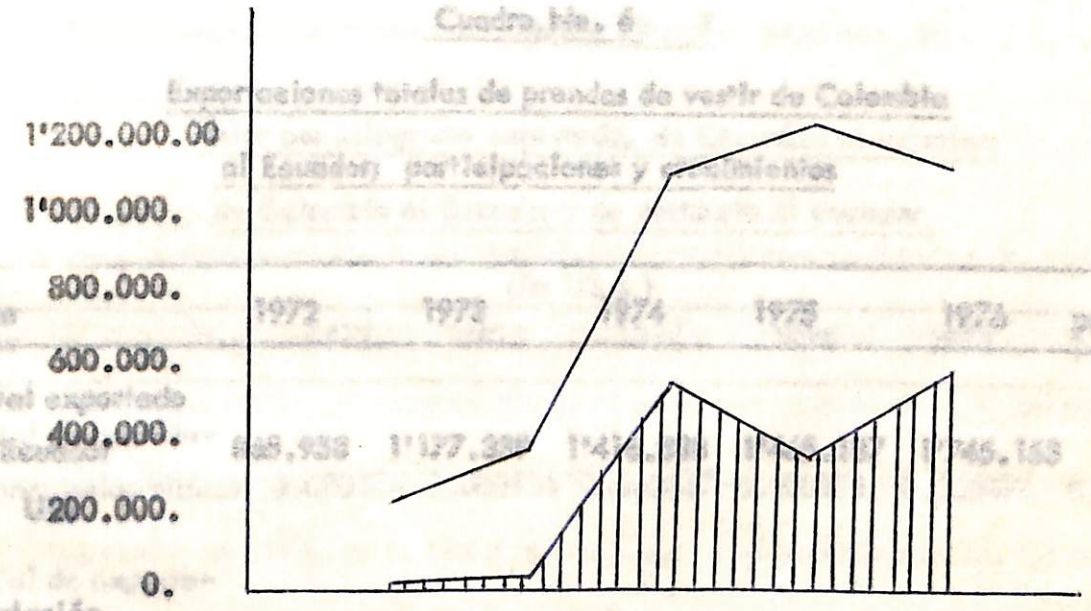
Para Ecuador, Anarios de Comercio Exterior 1972 a 1976.

* Valor tomado del CUCI No. 841.

** Según Arancel Nabandino.

Gráfico No. 1

Participación de las importaciones de prendas de vestir provenientes de Colombia en el mercado de Ecuador



Exportaciones de Colombia a Ecuador de prendas de vestir.

Importaciones ecuatorianas de prendas de vestir.

Fuente: Cuadro No. 5

Por otra parte el porcentaje promedio anual de crecimiento de las exportaciones totales de Colombia al Ecuador asciende al 17.71 %, en tanto el crecimiento de las prendas de vestir alcanzan magnitudes de 755.60% como lo muestra el cuadro:

Cuadro No. 6

Exportaciones totales de prendas de vestir de Colombia al Ecuador; participaciones y crecimientos

(En US $)

Año	1972	1973	1974	1975	1976	promedio
Total exportado al Ecuador A. US$	865.958	1'177.339	1'416.888	1'465.187	1'745.153	
Variación porcentual		35.95%	20.35%	3.41%	19.11%	19.7%
Exportaciones de prendas de vestir B. US$	7.663	19.282	524.117	328.294	558.092	
Participación de B. en A.	0.88%	1.64%	36.99%	22.40%	31.97%	21.55%
Crecimiento porcentual de A.	100	135.95	120.34	103.41	119.11	119.70%
Crecimiento porcentual de B.	100%	251.62%	2.718.17%	37.46%	170%	755.60%

Fuente: IDEM.

3. El valor por kilogramo exportado.

El comportamiento de este valor nos permite estimar los ingresos futuros por concepto de las cantidades exportadas, que en el caso concreto del vestuario se presentan en las siguientes formas:

Cuadro No. 7

Valor por kilogramo exportado, de Colombia al exterior, de Colombia al Ecuador y de vestuario al Ecuador

(En US $)

Año	1972	1973	1974	1975	1976	promedio
Total de exportaciones colombianas	0.000154	0.000231	0.000367	0.000371	0.000474	0.00032
Total de exportaciones al Ecuador *	0.048	0.1981	0.29.04	2.88	5.44	1.78
Exportaciones de vestuario al Ecuador**	2.91	2.75	2.63	4.02	4.64	3.39

Fuente: Elaborado con base en anaruios de Comercio Exterior de Colombia y Ecuador, 1972 a 1976.

* Valor por kilogramo bruto exportado.

** Valor por kilogramo neto exportado.

./.

Las exportaciones de Colombia al exterior se mantienen en promedio para el período en 0.00032 dólares por kilogramo, presentando en el transcurso del quinquenio un crecimiento de 34.4% en su valor; las exportaciones hacia el Ecuador consideradas globalmente tienen un crecimiento más acelerado, (334.98) manteniendo un promedio de 1.78 dólares por kilogramo exportado, donde su mayor crecimiento ocurre en el año de 1976 con US$ 5.4 por kilogramo bruto.

Para el caso concreto de las confecciones textiles, de acuerdo a los capítulos 60 y 61 del Arancel Nabandino, (Anexo No. 2) notamos un precio superior a los analizados anteriormente, donde el valor promedio es de 3.39 dólares por kilogramo, correspondiendo un mayor precio para el año de 1976 y el menor para el año de 1974, de lo que se deduce que en el período próximo los precios de las exportaciones colombianas tendrán un crecimiento continuo en lo que respecta a la totalidad de las exportaciones como a las que se efectuen con el vecino país, esta tendencia se presenta en las confecciones textiles donde las perspectivas son más alagueñas si se mantiene el mayor valor por kilogramo exportado.

4. Disponibilidad suficiente de mercancías para ser enviadas al exterior.

Las empresas colombianas, en general están laborando a menos de su

capacidad instalada 17/ pudiéndose aprovechar el excedente para la exportación, sin detrimento del consumo nacional. Además, si se tiene en cuenta que el envío de la mercancía al vecino país es gradual, no se afectará la demanda y por tanto los precios no sufrirán alteraciones por este motivo. Aunada a la buena disposición de las empresas para efectuar los despachos de mercancías a la nueva comercializadora, sin tardanzas de ningún tipo. 18/

Se completan las ventajas para la selección de este producto con la relativa facilidad para montar una empresa comercializadora de prendas de vestir, si se tiene en cuenta:

1. No se necesitan costosas obras de infraestructura

2. No requiere largos períodos de tiempo para el montaje y funcionamiento de proyecto.

17/ Para el año 1972 se calcula que se aprovechó el 82.6% de la capacidad instalada - Coyuntura Económica, diciembre 1972. Página 15.
Para 1976 se utilizó el 77.6%, para el año 1977 el 79.6% para la industria en su conjunto y un poco más para las confecciones textiles (88.4%) Coyontura Andina - Fedesarrollo No. 3, Agosto 1978, Pág. 10.

18/ Según entrevista realizada a expendios de vestuario en Pasto, Enero de 1979.

3. Facilidad para desmontar la empresa sin pérdidas grandes, por no incurrir en costosas instalaciones.

4. Al inicio de las operaciones la capacidad de almacenamiento demandada será pequeña y por tanto sus costos serán bajos.

5. Facilidad para la movilización de carga, utilizando transporte terrestre, aéreo y marítimo (con algunas reservas).

6. Corto período de tiempo empleado tanto en la llegada de las mercancías de la fábrica como en el envío al exterior.

7. La venta del producto se puede realizar en mayor o menor tiempo por tratarse de un bien no fungible a corto plazo.

8. Facilidad para cambiar de línea exportada; variando entre prendas para hombre, mujer o niño.

9. Al abrir una sucursal en Ecuador, se realiza la exportación directamente a ésta y de este modo conformar una agencia distribuidora para todo el territorio ecuatoriano.

10. No existen restricciones legales que dificulten el montaje ni en Colombia ni al otro lado de la frontera; por el contrario PROEXPO colaboraría con la nueva empresa.

Por otra parte, es necesario observar el comportamiento global de la economía ecuatoriana, a través de los principales indicadores económicos, para determinar sus perspectivas, por cuanto éstas representan una imagen aproximada de su futura capacidad de compras en divisas, siendo éstas en últimas las que garantizan la continuidad del flujo de bienes y servicios entre dos mercados. Además, esta observación permite prever situaciones de incertidumbre social y/o políticas. Por estas razones el presente estudio incluye un análisis macroeconómico del "Mercado Natural" ecuatoriano.

V. SITUACION ECONOMICA DEL ECUADOR

AGREGADOS MACROECONOMICOS

1. Población

La población del Ecuador mantiene una tasa de crecimiento promedio más alta que la de América Latina, 19/ presentando grandes incrementos a través del tiempo, así para el período intercensal 1950-1962 la tasa de crecimiento es de 2.8% y para el período siguiente 1962-1974 la tasa aumentó a 3.3% en promedio. En términos absolutos, la población pasa de 4'476.007 en 1962 a 6'521.707 para 1974, como lo muestra el Cuadro No. 8; que al interpolar estas cifras se tiene una población para todos los años del período y haciendo la proyección para 1978 se tienen 7'188.317 habitantes y para 1980 el número de habitantes será 7'706.127, 20/ lo que significa un crecimiento vegetativo de la población de 1'184.420 a partir del censo de 1974, que representan un aumento para el mercado de las confecciones textiles dado que éstas son utilizadas por todos los grupos de edad de la población. Cifras que se detallan en el cuadro que a continua-

---

19/ El índice o tasa de crecimiento para América Latina.
"La Migración rural urbana, manifestación y agente de un proceso de cambio social". Ramiro Cardona Gutiérrez. Pag: 7 Bogotá 1978.

20/ Se realizó la proyección de acuerdo a la recta de regresión:
$Y_t = 4'254.065,2 + 172.603,1 X_t$.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA - DOCUMENTACION
PROCESOS TECNICOS

Cuadro No. 8

Distribución de la población ecuatoriana por regiones y provincias (1892, 1950, 1962 y 1974)

Regiones y Provincias	1892		1950		1962		1974	
	Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo
Total República	3'004.791	100.0	3'202.757	100.0	4'476.007	100.0	6'521.707	100.0
Sierra	750.742	74,7	1'856.445	58.0	2'271.345	51.7	3'146.565	48.4
Azuay	104.642	10.4	250.975	7.8	274.642	6.0	367.324	5.7
Bolívar	33.985	3.4	109.305	3.4	131.651	3.0	144.593	2.2
Cañar	50.582	5.0	97.681	3.0	112.733	2.5	146.570	2.3
Carchi	28.453	2.9	76.595	2.4	94.649	2.1	120.857	1.9
Cotopaxi	86.622	8.6	165.602	5.2	154.971	4.3	236.313	3.6
Chimborazo	96.423	9.6	218.130	6.8	276.668	6.2	304.316	4.7
Imbabura	53.744	5.3	146.893	4.6	174.039	3.8	216.027	3.3
Loja	52.163	5.2	216.802	6.8	285.448	6.2	342.339	5.3
Pichincha	162.122	16.2	386.520	12.1	587.835	12.9	988.306	15.2
Tungurahua	81.406	8.1	187.942	5.9	178.709	4.7	279.920	4.3
Costa	191.421	19.0	1'298.495	40.5	2'127.358	46.6	3'179.446	48.9
El Oro	25.765	2.6	89.306	2.8	160.650	3.5	262.564	4.0
Esmeraldas	11.539	1.1	75.407	2.3	124.881	2.7	203.151	3.1
Guayas	77.533	7.7	582.144	18.2	979.223	21.5	1'512.333	23.3
Los Ríos	25.923	2.6	150.260	4.7	250.062	5.5	383.432	5.9
Manabí	50.661	5.0	401.378	12.5	612.542	13.4	817.966	12.6
Oriente	63.228	6.3	46.471	1.5	74.913	1.6	173.469	2.6
Galápagos	-	-	1.346	0.0	2.391	0.1	4.037	0.1

Fuente: La Situación Demográfica del Ecuador. Tesis del Economista Pedro Merlo y Censos de Población de 1950, 1962 y 1974.

Elaboración: Grupo de Trabajo - Segundo Curso PEPA. En desarrollo de la Ganadería Lechera en Ecuador, Quito 1977.

ción se expone:

Cuadro No. 9

Proyección de la Población - Ecuador

Interpolación		Extrapolación	
Años	Población	Años	Población
1962	4'476.007	1975	6'670.508
1963	4'622.536	1976	6'843.112
1964	4'773.862	1977	7'015.715
1965	4'930.143	1978	7'188.318
1966	5'091.538	1979	7'533.524
1967	5'258.218	1980	7'706.127
1968	5'430.354		
1969	5'608.126		
1970	5'791.716		
1971	5'981.318		
1972	6'177.127		
1973	6'347.078		
1974	6'521.707		

La población del país (Ecuador) se reparte geográficamente en las siguientes zonas: Sierra, Costa, Oriental y Galápagos. Donde la "Sierra y la Costa" representan el 97.0% de la población total, con una densidad de 48 habitantes por kilómetro cuadrado 19/ y las zonas de Oriente y Galá-

19/ Ver cuadro No. 10.

pagos representan solo el 2.7% con una densidad de 1.5 habitantes por Km2.

Entre las provincias que conforman la zona de la Sierra, se destacan por su población: Pichincha con 988.306 habitantes que representan el 15.2% del total de la población para el año de 1974, Azuay con 367.224 habitantes, correspondientes al 5.7% de la población, Loja con 342.339 habitantes equivalentes al 5.3%, Chimborazo con el 3.7% de la población y Tunguragua con 4.3% como lo muestra el cuadro No. 8.

Es dable destacar que Ecuador afronta un proceso migratorio del campo a la ciudad, donde los grandes centros absorben el mayor porcentaje de migrantes por lo que se espera un desplazamiento de la población hacia las ciudades capitales de las provincias de Pichincha, Azuay, Chimborazo y Tunguragua, en la Sierra, desplazando a la provincia de Loja y a otras que presentan una mayor participación en el momento.

En la Costa, las provincias más destacadas por su volumen de población son: Guayas con 1'512.333 habitantes para el año 1974 (fecha del último censo) y corresponde al 23.3% del total de la población, Manabí con 817.966 habitantes, con el 12.6%, El Oro con 262.564 habitantes, es

decir el 4% del total y Los Ríos con 383.432 habitantes que representan el 5.9% del total de la población.

Si se considera el proceso migratorio, la concentración de la población en los centros urbanos, hace cambiar la importancia de las provincias respecto al número de habitantes ocupando los primeros lugares: Guayas, El Oro, Esmeraldas y Portoviejo en su orden.

Respecto a la zona oriental se descarta en el presente proyecto, por cuanto su población sólo alcanza el 2.6% del total del país, donde a pesar de su extensión solo tiene una densidad de 1.5 habitantes por Km. y carece de la infraestructura necesaria para la comercialización normal. Del mismo modo se puede descartar la zona de Galápagos, pues su población solo alcanza el 0.1% del total no representado un atractivo para el comercio.

Es de anotar, además que no existe una política oficial para el control de la natalidad, lo que se manifiesta en el permanente ascenso de la tasa de crecimiento de la población tanto en el pasado como en el futuro inmediato.

Cuadro No. 10

Densidad de las regiones Sierra y Costa, comparadas con la región Oriental y el archipiélago de Colón

	Población Miles de habitantes		Superficie Miles de Km2.		Densidad Hab. por Km2.
República del Ecuador	6'522	100%	258	100%	25
Regiones					
Sierra y Costa	6'326	97.0	132	51.2%	48
Región Oriental y Archipiélago de Colón	178	2.7	126	48.8%	1.5
Zona en discusión	18	0.3			

Fuente: Censo de Población 1974.

2. Producto Nacional Bruto .-

El comportamiento de la economía del Ecuador, durante los cinco años analizados es bastante buena, si se tiene en cuenta que el crecimiento real del Producto Nacional Bruto (P.N.B.) en valores constantes que fue superior al 10% en promedio - Cuadro No. 11; destacándose un mayor crecimiento para 1973 y 1974 con el 19.4% y 18.1% respectivamente y las perspectivas mejoran al compararla con el crecimiento de América Latina, que para los años 1970 a 1974 fue del 6.7%. 22 /

Para años más recientes, este país presenta tendencias más lentas de crecimiento, llegando en 1977 al 7.2% explicado principalmente por la baja en la producción del petróleo, debido a la nacionalización del comercio del producto por parte de la empresa nacional CEPE; a pesar de ello se prevee que esta baja en la extracción del petróleo se superará en corto plazo por cuanto el primer semestre de 1978 se modifica la Ley de Hidrocarburos y se reforman las antiguas disposiciones, concediendo mayores ventajas a las compañías extranjeras. Además, la comercializadora nacional irá adquiriendo mayores experiencias que harán de este servicio un mecanismo eficiente para su distribución.

22/ Comercio Exterior - México, Volumen 25 No. 7, Julio 1975, pág. 758.

Al mirar un poco más de cerca el crecimiento de la economía durante siete años que van de 1972 a 1978, se puede apreciar que el crecimiento en valores corrientes llega a 22.5%, lo cual de un alto grado de inflación.

Unido a las perspectivas del fomento a la industria petrolera se encuentra la masiva inversión pública en obras básicas de infraestructura que sobrepasa el 60% de la inversión total en el país.

Para 1975, la participación del sector agropecuario en el producto interno bruto (P.I.B.) era del 33.3% [23/] y en 1976 solo alcanza el 22.1% dado que se presentaron factores de inseguridad e inestabilidad en este sector, restándole atractivo para invertir, por esto que su cupo de crédito nacional solo alcanzó el 20.1% del total para el año 1976, lo cual resulta insuficiente para imprimirle dinamismo. En general se mantiene en un estancamiento, registrando la tasa más baja de la economía del país para el período 1970-1976, con el 2.2% en tanto el sector de la minería presentó aumentos de 30% en el mismo lapso. El sector manufacturero, para el año 1975 aportó con el 26.8% del P.I.B. y el sector industrial con 51.9% siendo aventajado solo por el sector de minas y petróleos.

23/ Desarrollo de la Ganadería Lechera en el Ecuador, Quito, diciembre 1977, pág. 55.

3. Ingreso Per-cápita.- Cuadro No. 11

Ecuador - Producto Nacional Bruto (P.N.B.)

Incremento Porcentual, 1972 = 100, en valores constantes corrientes

1972 - 1978 En Miles de US$ de EE.UU.

Años	Valores corrientes	valores constantes	Incremento % en valores corrientes	% de incremento en valores constantes	Promedio
1972	1'797.346	1'485.624	14.4	6.2	
1973	2'408.198	1'774.624	34.0	19.4	22.6
1974	3'433.060	2'043.604	42.6	15.2	
1975	4'146.376	2'171.366	20.8	6.3	
1976	4'785.148	2'327.247	15.4	7.2	8.56
1977	5'598.613	2'434.297	17.0	4.6	
1978	6'540.831	2'457.823	14.0	1.0	

Fuente: Coyuntura Andina, No. 3 Agosto 1978, pág. 100.

Elaboración: Autores presente tesis

3. Ingreso Per-cápita.-

El ingreso por habitante en Ecuador pasa de 289 dólares en 1972 a 787 en 1977; con un factor de multiplicación de 1.22 y un crecimiento porcentual para el período de 172.3%, lo cual indica un mejoramiento poco representativo en el nivel de vida de la población, por disponer de mayor ingreso para subsanar sus necesidades pero en cuantía insuficiente por el acelerado costo de vida; nivel de vida que se refleja en el bajo crecimiento del consumo nacional.

4. Formación de capital.-

La formación de capitales en Ecuador ha mantenido una línea ascendente a través del tiempo: en 1972 alcanza la suma de S/ 6.027 millones ascendiendo en 1977 a S/. 25.562 millones, con un crecimiento promedio anual de más del 70%. Incremento que se puede atribuir (en lo que respecta a los últimos años) a la fuerte inversión del gobierno, mediante la utilización de recursos externos para obras de infraestructura, electrificación, puertos, etc., y en mínima parte a la capitalización de empresas. (Ver Cuadro No. 12).

Las empresas, a nivel global participan con el 0.6% de la formación del capital, como lo muestra el Cuadro No. 13; situación que no es represen-

Cuadro No. 12

Formación de Capitales, 1972 - 1978

(millones de sucres)

Años	Neto corrientes	Porcentaje Crecimiento 1972 = 100
1972	6.027	100.0
1973	7.568	125.5
1974	11.682	193.8
1975	17.172	284.9
1976	17.280	286.7
1977	25.562	424.1
1978	31.440	521.6
Promedio Anual		70.26

Fuente: Fedesarrollo - Ecuador, en Coyuntura Andina No. 3 Agosto 1978.

Elaboración: Autores Tesis

Cuadro No. 13

Formación de capitales, 1972 - 1977

(miles de dólares)

	A	B	
Años	Total Nacional neto corrientes	Empresas	Participación B/A
1972	238.693	1.149,5	0.5
1973	299.723	1.827,9	0.6
1974	462.653	3.124,8	0.7
1975	680.079	4.643,9	0.7
1976	684.356	4.042,7	0.6
1977	1.012.356	4.797,8	0.5
Promedio Anual			0.6

Fuente: Fedesarrollo - Ecuador, y Cuadro No. 10.

Elaboración: Autores presente tesis.

N.B. : La formación de capital para las empresas se realiza en base al 80% de las registradas.

tativa de una acumulación fuerte de capital en manos de particulares sino que apenas logran un remanente para invertir, después de reponer los bienes de producción gastados en el proceso productivo.

5. Balanza Comercial.-

Se ha mantenido superavitaria durante el período analizado (1972-1976); solo para el año de 1975 se produce un déficit, como lo muestra el Cuadro No. 14 . Para este año, los productos exportados fueron principalmente primarios: petróleo, cacao, café y banano, copando el 90.6% 24/ de las exportaciones totales, cuyos ingresos se ven menguados por las limitaciones impuestas a los mercados de Norteamérica y Europa al entrar en vigencia la ley de Comercio de los Estados Unidos y generalizarse la crisis del petróleo en la Europa Occidental. La participación de los productos primarios disminuye para el año 1977 al 76.5%, en tanto que los productos de origen industrial aumentan su participación acerca del 24% para el mismo año, destacándose los elaborados del cacao y los productos del mar.

Las confecciones textiles tienen poca participación en el total exportado,

24/ Según datos suministrados por el Ministerio de Industrias, Comercio e Integración. Enero 1979.

Cuadro No. 14

Evolución de los principales indicadores en Ecuador

Indicadores	Valores en miles de US$ de Estados Unidos					Indice	Dólares por Habit.	
	1972	1973	1974	1975	1976	1976/1972	1972	1976
Población	6'177.127	6'347.078	6'521.707	6'670.508	6'843.111	110.78		
Producto Nacional Bruto	1'797.640	2'408.190	3'433.060	4'146.370	4'785.140	266.23	290.90	700
Formación de capital	1.149,5	1.827,9	3.124,8	4.643,9	4.042,7	286.71	38.64	100
Exportaciones FOB	326.292	542.048	1'123.548	973.872	1'239.806			
Importaciones CIF	318.599	397.282	670.202	987.020	993.130			
Balanza Comercial	7.693	134.766	445.346	13.138	245.676			
Tipo de Cambio (US$ 1 de EE.UU. por sucres)	25.25	25.25	25.25	25.25	25.25			
Ingreso Percápita	289				787	272.31		

Fuente: Para Formación de Capital, Exportaciones, importaciones, balanza comercial, ingreso percápita: en Ministerio de Industrias Comercio e integración. Para Población: Cuadro pág. 17. Producto Nacional. Cuadro No. 7 Tipo de Cambio: en Revista Banco de la República - Colombia - Mayo de 1976.

con un incremento porcentual de 42.6% para el período, pasando de US$ 421.064 en el primer año a US$ 600.351 para 1975 (en valores CIF); donde los mayores mercados dentro del Grupo Andino, son el Perú y Colombia para 1972 y los de Venezuela y Colombia en su orden, para 1976 (Ver el Cuadro No. 15). En general, el principal mercado para las exportaciones sigue siendo Estados Unidos, con la ALAC y los Mercados Europeos.

En cuanto a las importaciones, se puede afirmar que las de materias primas y bienes intermedios han cedido lugar a las de bienes de capital por cuanto representan el 47% del total importado y manifiestan tendencias a incrementarse en el próximo futuro debido a la política de compensar los saldos deficitarios de la balanza comercial con la contratación de préstamos externos.

Cuadro No. 15

Red de comercio internacional de "prendas de vestir" en el Grupo Andino y México

Valor en US$ de EE.UU.

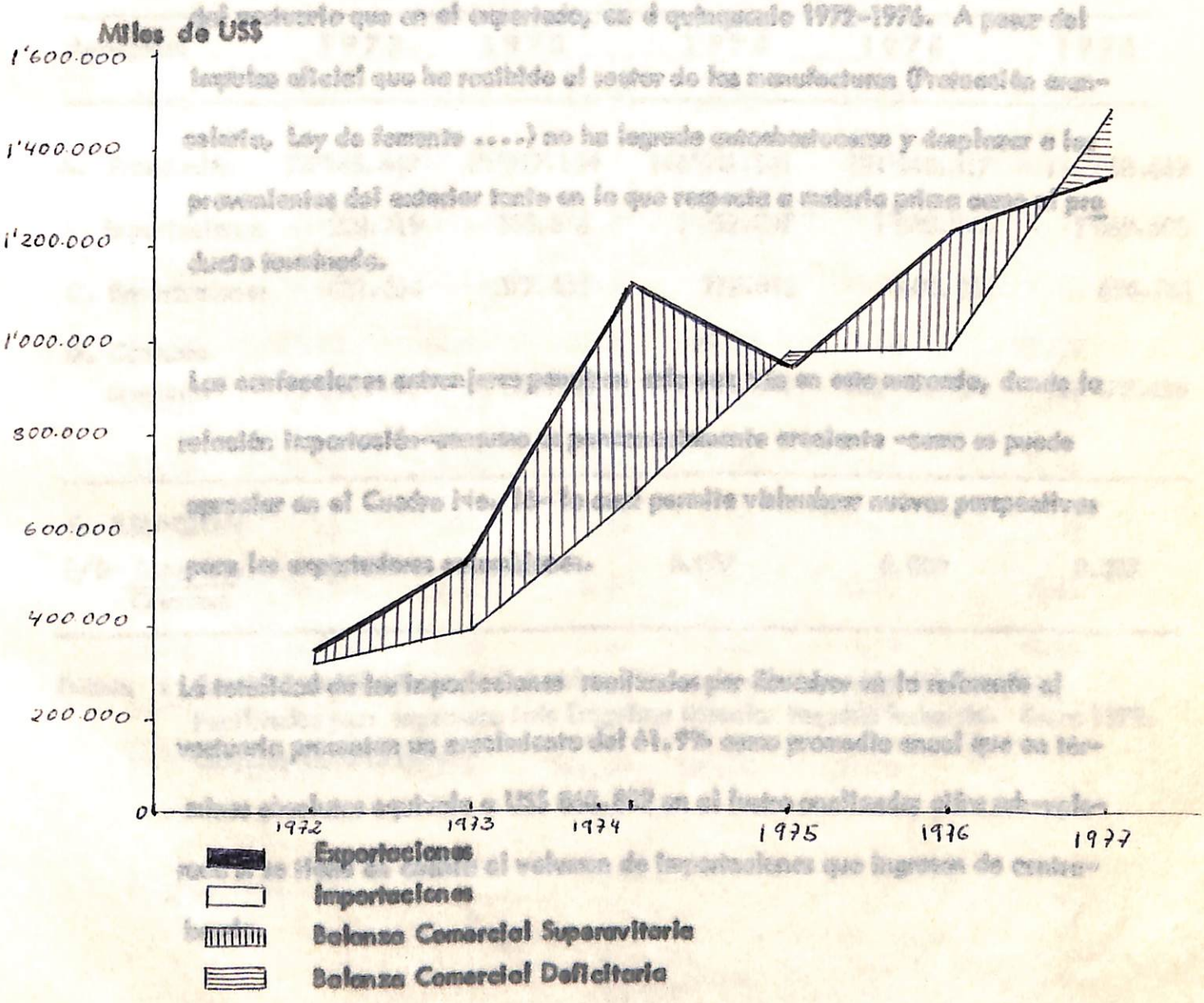
Colombia	Bolivia	Chile	Mexico	Peru	Venezuela	Capítulos del arancel NABANDINO	Año
176.155		881	326	131.232		60	1972
8.996		1.683				61	
147.561				95		60	1973
3.942						61	
49.830	5.001			240.097	54.016	60	1974
1.082	312		2.820	39.492	144	61	
91.850				57.380	144.626	60	1975
					7.085	61	
96.000	28			4.867	93.925	60	1976
		20.104			89.376	61	

Fuente: Anuarios de Comercio Exterior del Ecuador, años: 1972 a 1976. Quito.

Gráfico No. 2

Balanza Comercial

Ecuador - 1972 - 1977



Fuente: Cuadro No. 14

VI. ANALISIS DE LAS IMPORTACIONES DE PRENDAS DE VESTIR POR ECUADOR

El Ecuador ha mantenido un ritmo mayor de crecimiento en el valor importado del vestuario que en el exportado, en el quinquenio 1972-1976. A pesar del impulso oficial que ha recibido el sector de las manufacturas (Protección arancelaria, Ley de fomento ....) no ha logrado autoabastecerse y desplazar a las provenientes del exterior tanto en lo que respecta a materia prima como al producto terminado.

Las confecciones extranjeras penetran cada vez más en este mercado, donde la relación importación-consumo es permanentemente creciente -como se puede apreciar en el Cuadro No. 16- lo cual permite vislumbrar nuevas perspectivas para los exportadores colombianos.

La totalidad de las importaciones realizadas por Ecuador en lo referente al vestuario presentan un crecimiento del 61.9% como promedio anual que en términos absolutos equivale a US$ 860.889 en el lustro analizado; cifra sub-valorada si se tiene en cuenta el volumen de importaciones que ingresan de contrabando.

Desagregando este crecimiento de acuerdo a partidas del capítulo 60 y 61 del

Cuadro No. 16

Oferta de "prendas de vestir" en Ecuador

En US$

Agregados / Años	1972	1973	1974	1975	1976
A. Producción	78'145.449	91'917.104	146'646.141	121'848.317	156'098.663
B. Importaciones	208.719	340.876	1'062.339	1'080.288	1'069.608
C. Exportaciones	421.064	577.453	772.036	600.351	694.786
D. Consumo aparente	77'933.104	91'680.527	146'936.444	122'428.254	156'473.485
E. RELACION B/D= Importac. / Consumo	0.003	0.004	0.007	0.009	0.007

Fuente : Estadísticas Ministerio de Industrias, Comercio e Integración del Ecuador.
Facilitados por: Ingeniero Luis Erguiza; Director Pequeña Industria. Enero 1979.
Cálculos autoras tesis.

Cuadro No. 17

Participación de las partidas en el Capítulo 61

1972 - 1976

partidas	1972	1973	1974	1975	1976	Promedio
61-01	22.13	22.24	32.72	40.43	49.67	33.43
61-02	28.43	18.82	--	25.49	37.97	23.37
61-03	8.71	2.56	2.09	2.96	2.79	3.82
61-04	6.56	4.14	3.35	4.60	5.97	4.92
61-05	21.03	42.64	27.12	20.55	1.54	22.57
61-06	1.21	0.18	2.17	3.49	0.09	1.42
61-07	3.02	4.53	3.69	1.45	0.21	2.58
61-08	0.26	--	0.01	0.01	--	0.07
61-09	8.19	4.67	3.67	0.79	0.87	3.63
61-10	0.23	0.11	0.27	0.41	0.76	0.35
61-11	0.19	0.07	0.08	0.14	0.07	0.10
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	

Fuente: Anexo No.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION
PROCESOS TECNICOS

Cuadro No. 18

Participación de las partidas en el Capítulo

Sesenta (60); 1972 - 1976

Partidas	Promedio Período
60-01	93.770
60-02	0.014
60-03	0.060
60-04	0.012
60-05	0.710
60-06	5.470
T o t a l	100.00

Fuente: Anexo No.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION
PROCESOS TECNICOS

Arancel Nabandino (que es el vigente para el intercambio entre las dos naciones), se tiene que la mayor participación la presenta el capítulo 60 con el 65%, en tanto el capítulo 61 participa con el 35%. Se destacan los productos del ítem 61-01 ropa exterior para hombres y niños con 33.4% y el 61-02 ropa exterior para mujeres, niñas ó primera infancia 23.4%, seguido de 61-05 pañuelos de bolsillo con 22.6% de la importación del capítulo y que del total importado por Ecuador corresponden al 11% y 8% respectivamente; como lo muestran los Cuadros Nos. 17 y 18. En lo que respecta al capítulo 60 del mismo arancel, solo los productos 60-01 y 60-06 sobrepasan el 5%, ítems que no se tienen en cuenta por no ser objeto de comercialización por parte de este programa.

La dinámica del mercado del Ecuador para las confecciones colombianas, se puede apreciar en el Cuadro No. 19, donde se observa que la mayor participación en el total importado ocurre en el año 1976, registrando una participación promedia durante el lustro en mención de 37.2% y si se tienen en cuenta los incrementos en porcentaje se aprecia que sobrepasan el 3.000% respecto al año 1972 y en promedio anual, como se expone en el siguiente cuadro:

VII. ANALISIS DE LA ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE LAS PRENDAS DE VESTIR

Cuadro No. 19

Cuadro comparativo de las importaciones de confecciones de El Ecuador y las exportaciones colombianas a éste

Año	Importaciones de vestuario (1)	Exportaciones colombianas (2)	Participación de (2) en (1)	Incremento de (2) 1972 = 100
1972	208.719	7.663	3.67	-
1973	340.876	19.282	5.65	251.6%
1974	1'062.339	524.117	49.33	6.839.6
1975	1'180.288	328.294	27.81	4.284.1
1976	1'069.608	558.092	52.17	7.283.9
Promedio para el período			37.2%	3.751.8

Fuente: Cuadro No. 12 y en "Factibilidad de Exportación de Nariño al Ecuador".

LA PARTICIPACION CRECIENTE EN EL MERCADO ECUATORIANO REPRESENTA UN DESPLAZAMIENTO DE LA COMPETENCIA EXTERNA, colocando las prendas de vestir colombianas en uno de los primeros lugares de preferencia, acentuando de este modo las posibilidades de su comercialización.

VII. ANALISIS DE LA ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE LAS PRENDAS DE VESTIR

1. Producción.-

La industria de las confecciones se halla localizada en las provincias de Pichincha y Guayas en lo que se refiere a la gran industria capitalista y la de tipo artesanal se concentra en las de Loja, Azuay y Tungurahua. Esta se especializa en la elaboración de vestuario confeccionado con fibras naturales y en especial con lana de bovinas, las que tienen un mercado apreciable en el exterior y en menor proporción en el interior del país. Para esta producción se utilizan sistemas manuales primitivos basados en el trabajo de las unidades familiares (en su mayoría indígenas).

La gran industria presenta un impulso notable en los últimos años por el establecimiento en el país de empresas extranjeras que utilizan mano de obra local, pero que no han logrado desplazar a las confecciones importadas dada la baja calidad en el terminado y por la novedad en el diseño de la prenda extranjera.

Para el período 1972-1976 la producción interna se duplicó y el mayor crecimiento lo presentó el año 1974 llegando a los US$146'646.141, año en el que entran a operar las nuevas plantas extranjeras --Cuadro No. 20-- a

pesar de este incremento las importaciones crecen con más rapidez llegando a un 412% de aumento en el mismo lapso de tiempo.

Es importante destacar que las confecciones importadas tienen un precio más alto en el mercado que las producidas en el interior del país dada la buena calidad de la misma y la preferencia por lo extranjero.

En la encuesta realizada en siete (7) ciudades capitales del vecino país, se pudo establecer que el 98% de los expendedores del ramo contestaron favorablemente a las preguntas: Qué opina de la prenda de vestir extranjera? La prefieran los clientes?, obteniéndose respuestas tales como: "Lógicamente que la prenda extranjera es superior a la nacional", "Es más costosa pero se vende, los clientes siempre preguntan por las importadas", y otras como "Aquí no vendemos mercancía extranjera porque no es facturada y las autoridades la decomisan", pero sí la compraría si se introdujera legalmente".

Como se ve la disposición del consumidor es favorable a este artículo.

Entre el vestuario que se importa se destacan por su preferencia las provenientes de Estados Unidos en lo referente a ropa interior para dama y las de Colombia en ropa sport y la confeccionada de fibras sintéticas.

2. Consumo aparente.-

Una forma de medir el consumo de un producto en un mercado específico es a través del consumo aparente, altamente representativo del consumo real, si se tiene en cuenta: 1. La inexistencia de estadísticas que registren el stock de mercancías que NO se realizan en el mercado y 2. Los grandes costos que implica una medición directa. Es por esto que se lo utiliza y se procede a su cuantificación y proyección.

Para 1972 el consumo aparente equivalía a US$ 77'933,104 y para 1976 asciende a US$ 156'098.663 con un incremento porcentual de 100.3% para el quinquenio. Presentando un mayor crecimiento durante el año 1976.

Colombia aporta con el 27.8% del total de las importaciones (Cuadros Nos. 16 y 19) lo que es otro indicativo de la aceptación de la confección colombiana.

De otra parte, se prevee que el consumo tendrá fuertes incrementos en el futuro, por cuanto históricamente no presenta grandes fluctuaciones y que unido a la alta tasa de crecimiento de la población (3.2%) se convertirá en un mercado apreciable para este tipo de producto.

Al proyectar el consumo en función del ingreso y del tiempo se tiene:

Cuadro No. 20

Consumo aparente de las prendas de vestir y su Proyección hasta el año 1980. En US$

Años	1972	1973	1974	1975	1976
Valor US$	77'933.104	91'680.527	146'936.444	122.428.254	156'098.633
Años	1977*	1978	1979	1980	
Valor US$	176'780.721	200.451.749	228'483.552	252'545.575	

* Inicia la proyección del consumo, de acuerdo a la recta de regresión:

$C_t = 5.93175975 + 0.024480381\ Y_t + e_t$

donde:

C_t = Consumo per habitante de prendas de vestir

Y_t = Ingreso por habitante

e_t = Desviaciones.

Fuente: Cuadro No.

Como se puede apreciar el crecimiento del consumo llegará para el año 1980 a más de US$ 252'000.000 o sea a los US$ 33 por habitante; en tanto que las importaciones crecerán con un factor de multiplicación de 1.50 lo que significa, aproximadamente, US$ 5'480.000 a importar para el año en mención.

3. Datos Complementarios.-

Con los siguientes datos se pretende obtener una visión global de la composición de la oferta de prendas de vestir en Ecuador, aunque - ellos están sujetos a variaciones a través del tiempo y en la evolución del desarrollo de la empresa en particular.

a. Número de Empresas Productoras.-

De acuerdo con los datos suministrados por el Ministerio de Industria, Comercio e Integración, que abarcan el 80% de la gran industria el número de Empresas productoras de confecciones hasta 1978 es de 19 y son las más representativas de acuerdo al capital invertido, el número de empleados y la producción.

De estas empresas existen cinco que superan los S/. 2'000.000 de capital, cinco están comprendidas entre uno y dos millones y existen nueve (9) con menos de S/. 1'000.000, como aparece en el cuadro No. 21.

Para la pequeña industria se tomaron los datos del mismo Ministerio y que se distribuyen geográficamente así: (Ver Cuadro No. 22)

Cuadro N° 21

Empresas Productoras de Prendas de Vestir en Ecuador - Gran Industria

RAZON SOCIAL	CAPITAL S/.	Mano de Obra N°	Remunerac.	Capacidad Máxima Unidades	V. B. P.	Valor Agregado	Dirección	Teléfono
INVENTA Cia., Ltda.	1'200.000	20	369.497	30.000	3'710.000	1'588.293	Montufar y Silva Quito	516-211
FCA. DE CAMISAS LORD	724.760	36	597.240	12.100	2'147.600	831.895	Tamayo 436 Quito	233-513
INDUSTRIA MANUFACTURERA	1'750.000	215	4'918.627	62.000	8'407.768	6'956.025	Av. 9 de octubre Quito	544-389
PITEX, S. A.	600.000	58	1'193.640	24.000	4'266.000	1'741.892	Av. 6 de diciembre s/n. Quito	452-512
TEJIDOS DE PUNTO FARTO	1'400.000	9	160.680	18.000	8'000.000	3'000.000	Necuchea 290 Quito	212-890
MANUFACTURAS GALAX	860.000	24	623.700	920.000	7'984.500	2'337.776	Av. 10 de agosto y Cordero. Quito	211-333
FABRILANA	700.000	16	288.569	16.000	901.780	295.900	Solano 1271 Quito	231-985
FCA. DE TEJIDOS BESTON	1'410.551	18	326.760	26.000	2'610.000	958.930	Pinzón 427 Quito	238-931
TRICOTANIA, Cia. Ltda.	600.000	28	470.088	13.992	1'399.200	726.803	Bobadilla 577 y Dievia - Quito	244-085
LA TEJEDORA S. A.	5'019.204	87	1'760.640	75.894	14178.800	5'322.284	Gral. Aguirre 281 Quito	232-372
FABRICA VOGUE	600.000	50	720.720	27.300	3'694.500	1'053.754	Juan León Nera 667. Quito	231-909
FCA. LAS MELLIZAS	2'350.000	72	719.160	19.150	2'931.600	540.000	García Moreno 646 - Quito	211-333
FCA. DE TEJIDOS DE PUNTO MARTHA	287.654	9	169.370	4.700	2'119.500	271.839	Abdón Calderón Conocoto	311-333
ALEDJO CIA. LTDA.	791.451	20	626.400	185.000	4'891.900	1'117.350	----------	-----

RAZON SOCIAL	CAPITAL S/.	Mano de Obra N°	Mano de Obra Remunerac.	Capacidad Máxima Unidades	V. B. P.	Valor Agregado	Dirección	Teléfono
TEXTIL NOVA	1'149.000	14	356.460	16.000	2'113.288	1'527.107	Roca Fuerte 1073 Quito	212-810
INDUSTRIAL POLITEX	6'000.000	45	466.856	120.000	8'400.200	6'000.000	Las Casas 653 Quito	631-737
CUMBERLAND CIA. LTDA.	700.000	81	1'262.400	40.000	7'946.223	2'380.715	H. de la Cruz 163 - Quito	527-147
FCA. DE TEJIDOS SAN MIGUEL	5'329.265	408	5'762.406	100.000	16'917.095	8'623.064	Otavalo	--- --
LANAFIT, S. A.	3'000.000	316	2'697.600	162.000	23'031.900	7'155.400	Camino al Inca s/n. Quito	240-710
TOTAL	34'471.885	1.526	23'484.813	1'272.136	125'546.000	46'429.030		

FUENTE: Ministerio Industrias, Comercio e Integración - Facilitado por Ingeniero Anibal Guerra - Director Gran Industria. Quito, Enero 1979.

Cuadro N° 22

Distribución geográfica de las Empresas productoras de Confecciones - Gran Industria

PROVINCIA	N° DE EMPRESAS
Pichincha	42
Carchi	5
Tungurahua	8
Chimborazo	3
Cañar	1
Azuay	5
Loja	5
Manabí	3
Oro	3
Guayas	18
Pastaza	3
Zamora	1
TOTAL	97

Entre las empresas de la provincia de Pichincha, se destacan 16 como las más representativas, de este sub-sector, de acuerdo a su producción; en Tungurahua dos, en Chimborazo una, Azuay dos, Manabí tres, el Oro una y en la provincia de Guayas ocho.

De otro lado, el número total de Compañías Ilimitadas asciende a ciento

un empresas en todo el territorio Ecuatoriano, de las cuales las más importantes aparecen en el cuadro N° 21.

b. Número de asalariados empleados por Empresa.-

Para la industria de la confección, se calcula en 1.526 los empleados, cifra que abarca el 80% del sector de la gran industria, y que si se tiene en cuenta el capital utilizado corresponde a un porcentaje bastante alto de participación, es decir, que son industrias intensivas en mano de obra y que tienen una alta tecnificación con utilización de los procesos manuales. Al contabilizar el 100% de las empresas el número de Asalariados puede ascender a 2.000 empleados directos.

En lo que respecta a la pequeña industria, la proporción de trabajadores por unidades de capital empleado, es mucho más alta generando una gran cantidad de empleo (que es imposible de cuantificar en una forma directa dado el espacio geográfico por el que está diseminada y el crecido número de talleres que operan a nivel de artesanía) directo e indirecto.

c. Empresas más importantes por ciudades.-

Se destacan a nivel de la gran industria siete establecimientos con un capital que supera los S/. 20'000.000 en conjunto y que corresponden al 58.72% del total del capital de la muestra; lo cual indica que la producción se encuentra concentrada en unas pocas empresas que acaparan el mer-

cado en un buen porcentaje. Ellas son:

Fábrica de Camisas Lord.

Industria Manufacturera

Tejidos de Punto Farto.

La Tejedora S. A.

Fábrica las Mellizas

Industrial Politez

Lanafit S. A.

Entre las que componen la pequeña industria, se destacan veinticinco (25) de las cuales, el 38% está ubicada en la ciudad de Quito, el 32% en Guayaquil y el 30% sobrante se halla diseminado por el resto del país.

Las empresas anteriormente mencionadas corresponden a la siguiente razón Social: (Ver Anexo N° 4).

EN LA CIUDAD DE QUITO

- Confecciones Record
- Super-Sport Cía. Ltda.
- Confecciones Europa Cía. Ltda.
- Confecciones Trial, S. A.
- El Angel
- Larsen, Cía. Ltda.

- Fábrica Ecuatoriana de Confecciones, Cía. Ltda. (FABEC)

- Dovix Ecuador, C. Ltda.

- Industrias Lagarto, Cía. Ltda.
- Confecciones López, Cía. Ltda.
Learsi, Cía. Ltda.
- Creaciones La playa Oles Sport.
- Fábrica de camisas Aso
- Manufacturas Americanas, Cía. Ltda.
- Manufacturas Dos Mil Uno
- Fábrica Westh S. A.
- Fábrica de Confecciones FAVI-FAC.

EN LA CIUDAD DE AMBATO:

- Compañía Industrial Nacional, Cía. Ltda. 25/

EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO:

- Confecciones Yolanda

- Confecciones Caridad

- Alexandra Sport Wear.

25/ Clasificación facilitada en el Ministerio de Industrias Comercio e Integración, por el ingeniero Luis Erguiza. Enero 1979.

EN LA CIUDAD DE MACHALA:

- Confecciones Austral

EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

- Industrial Shulk, Cía. Ltda.
- C. A. Manufacturera Industrial (CAMI)
- Confecciones Industriales Ropa Ecuatoriana, Cía. Ltda. (CIRE)
- Miel Textiles Cia. Ltda.
- Creaciones Disneylandia.
- Industrias Corvic., S. A.
- Serigráficas Textiles, Cía. Ltda. Seritex.
- Confecciones Loyola.

DONDE RADICAN.-

La industria se halla localizada en un 73% en la Sierra y en 27% en la costa. fundamentalmente en las ciudades de Quito y Guayaquil. En las Zonas Oriental y Galápagos, se encuentra a un nivel artesanal cuyo producido se dedica al Autoconsumo.

En la zona de la Sierra, se encuentran centros artesanales para las confecciones donde utilizan la lana como materia prima y el producto se destina al mercado interno y externo; entre los principales centros cabe mencionar a Ibarra y Otavalo al Norte y a Cuenca al Sur del país.

d. Participación de cada empresa en la producción total.

Para la pequeña industria, no existen tabulaciones a nivel oficial y por lo tanto, se limita el análisis al 80% de las empresas que integran la gran industria. Es de anotar, además que los datos está subestimados dado que el registro aparece de acuerdo al año de fundación de la empresa; no obstante, es un indicativo que vale la pena tener en cuenta por conservar las mismas fábricas la hegemonía en la producción. (Ver cuadro N° 23)

Las empresas que muestran mayor participación son: Lanafit, S. A. localizada en Quito, Fábrica de Tejidos San Miguel, en Otavalo y la Tejedora localizada en Quito. Las tres empresas producen el 43.1% y existen cinco (5) empresas que participan con más del 6% del Valor Bruto de la Producción de Vestuario, las restantes participan con el 22.3%

c. Cómo se comercializa.-

La comercialización se realiza en cuatro procesos diferentes por los que debe atravezar un producto hasta llegar al consumidor final. Se inicia con la producción en la cual la fábrica transforma el producto y lo envía al mayorista, (en raras ocasiones la fábrica realiza la venta al consumidor final)26/ otorgándole algunas garantías, tanto de crédito como por descuento en el volumen

---

26/ Lo realizan a través de agencias distribuidoras; como es el caso de Lagarto que distribuye en todo el país.

Cuadro N° 23

Participación de cada Empresa en la Producción de Vestuario - Gran Industria

RAZON SOCIAL	Participación en el Total de la Producción (Muestra)
Inventa, Cía. Ltda	2.95
Fca. de Camisas Lord	1.71
Industria Manufacturera	6.69
Pitex, S. A.	3.39
Tejidos de Punto Farto	6.37
Manufacturas Galax	6.35
Fabrilana	0.71
Fca. de Tejidos Beston	2.07
Tricotania, Cía. Ltda.	1.11
La Tejedora, S. A.	11.29
Fábrica Vogue	2.86
Fábrica las Mellizas	2.33
Fca. de Tejidos de Punto Martha	1.68
Aledjo, Cía. Ltda.	3.89
Textiles Nova	1.68
Industrias Politex	6.69
Cumberland, Cía. Ltda.	6.33
Fca. Tejidos San Miguel	13.47
Lanafit, S. A.	18.34

Fuente: Cuadro N° 21.

de compra y pago en efectivo que van desde el 5% por pronto pago hasta el 10% por un volumen máximo de compra. Así mismo se conceden plazos para el pago de la mercancía -desde un mes hasta un año- y se les deposita a los comerciantes mercancía en consignación. El mayorista lo expende a los comerciantes al por menor, concediéndoles a su vez facilidad para el pago que oscila entre los 15 y 180 días (plazos que serán desglosados - en un capítulo posterior), garantizando el pago por cheques o letras. Estos comerciantes al por menor son los que venden el producto en mayor volumen al consumidor con un recargo apreciable sobre el valor exfábrica del artículo.

Por la facilidad mayor que conceden las grandes fábricas del país para la adquisición de las mercancías, tanto por descuentos y plazos como por el despacho limitado de la mercancía a todo el país, se puede afirmar que la comercialización es acaparada por los grandes comerciantes distribuidores.

f. Capacidad Máxima de Producción por Empresa.-

Las tres fábricas que muestran la mayor participación en la producción total de confecciones textiles, participan con el 26,56% de la capacidad máxima de producción. Existen igualmente cinco empresas que poseen más del 6.0% del valor bruto de la producción y participan con el 44.0%, siendo distribuído el 29,4% entre las fábricas restantes. (Ver cuadro 21)

VII. CARACTERISTICAS DEL MERCADO DE PRENDAS DE VESTIR

Se analizan las características del mercado, a partir de los siguientes factores: la frecuencia con que el distribuidor o fabricante ofrece las mercancías al expendio, el tipo de publicidad utilizada, la venta de mercancía por establecimiento según la magnitud de las transacciones, compra de mercancía de acuerdo a su procedencia, facilidades de pago de la mercancía proveniente del extranjero de acuerdo al tiempo, forma como se otorga el crédito para la mercancía extranjera, compra de mercancía importada de acuerdo a los proveedores, garantía de pago exigida por los proveedores de mercancía nacional y garantías de pago (documentos), exigidas por proveedores de mercancía foránea.

1. Metodología y alcances de la Muestra.-

Para lograr tal fin, se realizó una encuesta ** a manera de entrevista -a los expendedores del ramo- en siete(7) ciudades capitales más importantes utilizando el muestreo estratificado. Encuesta que se elaboró con base a una muestra de 143 establecimientos que corresponden a un (1) establecimiento por cada doce mil (12.000) habitantes*; proporción muy representativa si se tiene

---

* De acuerdo al último censo de población realizado en 1974.

** Ver Anexos 7 y 8.

en cuenta el incipiente desarrollo comercial, dado el alto nivel de producción para el auto consumo de las unidades familiares.

El número de habitantes de las siete (7) ciudades tomadas para la muestra corresponde al 24% de la población total del país. Las ciento cuarenta y tres (143) encuestas se distribuyeron así.

Cuadro N° 24

Distribución de las Encuestas por Ciudades de acuerdo al N° de Habitantes

Ciudad	N° de Encuestas	N°de Habitantes	Participación en %
Quito	46	564.900	32.4
Guayaquil	66	820.000	47.0
Cuenca	9	104.667	6.0
Ambato	7	77.062	4.42
Esmeraldas	5*	60.132	3.44
Riobamba	5	58.029	3.33
Portoviejo	5	59.404	3.40
T O T A L	143	1'744.194	100.0%

* Las condiciones concretas no permitieron realizar en su totalidad las encuestas.

Del total de encuestas realizadas, el 32.2% corresponde a la ciudad de Qui

to, o sea 46 encuestas formuladas a igual número de establecimientos; en Guayaquil se encuestaron 66 establecimientos; en Cuenca, 9; en Ambato 7; en Riobamba 5; Portoviejo 5; en Esmeraldas la participación en el total de la muestra bajó a 2.1% y se encuestó a 3 establecimientos.

El Universo de establecimientos se agrupó en Seis (6) categorías diferentes, de acuerdo a las características específicas del mercado así:

Centro Comercial

Supermercado

Distribuidor

Almacen

Bazar

Boutique

categorías éstas que se distribuyeron así --en porcentajes de la muestra--: Los Centros Comerciales corresponden al 1.5% de la muestra, debido al escaso número de ellos; Supermercados con 1.0% dada la diferente naturaleza que adopta este país (corresponde a un sitio en el que se expenden únicamente artículos alimenticios, en la mayoría de ellos); los Distribuidores participan con el 1.5% del total de establecimientos; Los almacenes con el 73%; Bazares con el 10.0% y las Boutiques con 13.4%. Los tres últimos muestran una mayor participación por ser lugares donde el consumidor final, en forma masiva, adquiere la indumentaria.

Para visualizar el monto de capital invertido por establecimientos en el ramo de las confecciones y darle la mayor representatividad posible en los diferentes estratos socioeconómicos, se los clasificó en tres grupos diferentes:

Estrato Socioeconómico "A" - Establecimientos con gran volumen de capital.

" " "B" - Establecimientos de mediana inversión

" " "C" - Establecimientos con un volumen pequeño de Capital, representado en artículos del producto en mención.

La distribución por ciudades se presenta en el cuadro N° 25.

La mayor participación corresponde a los Almacenes del estrato socioeconómico "B" con el 34%, seguido de los tipo "A" con el 24% y "C" con el 13.5%. A ellos les siguen las Boutiques de tipo "C" y de tipo "B", en su orden. Para los centros comerciales se les asigna una participación del 2.1% ponderaciones que corresponden a las especificaciones del mercado.

2. Clasificación de las compras de Mercancía.

a. De acuerdo a su procedencia .- A través de la técnica mencionada, se obtuvieron las siguientes informaciones:

De 141 establecimientos encuestados, 94 de ellos compran mercancía proveniente del interior y 47 se surten de mercancía del interior y exterior,

DISTRIBUCION POR CIUDADES DE LOS ESTABLECIMIENTOS SEGUN EL ESTRATO SOCIOECONOMICO

ESTABLECIMIENTO	Estrato Clasificación	CIUDADES							TOTAL	Participación en el Total
		Quito	Cuenca	Ambato	Riobamba	Guayaquil	Portoviejo	Esmeraldas		
ALMACEN	A	8	2	4		19	1	1	35	25%
	B	19	2		3	21	3		48	34%
	C	6	2	2		8		1	19	13.4%
BAZAR	A					1			1	0.7%
	B	2		1		3	1	1	8	5.7%
	C	2				2			4	2.8%
DISTRIBUIDOR	A				2				2	1.4%
	B								-	-
	C								-	-
SUPERMERCADO	A		1						1	0.7%
	B								-	-
	C								-	-
CENTRO COMERCIAL	A	1	1			1			3	2.1%
	B								-	-
	C								-	-
BOUTIQUE	A								-	-
	B	4				7			11	7.8%
	C	4	1			4			9	6.4%
TOTAL		46	9	7	5	66	5	3	141	100%

representando el 33% del total, porcentaje subestimado si se tiene en cuenta que buena parte del Vestuario importado se adquiere de contrabando en cantidades no reveladas por el comerciante.

El 33% de establecimientos se distribuyen por ciudades así: Quito participa con el 10%, Guayaquil con 14.3%, Riobamba con 2.8%, Ambato con 2.8% Cuenca y Portoviejo con 1.4% respectivamente y Esmeraldas con menos del 1%.- Ver cuadro N° 28.

b. De acuerdo a proveedores.-

Si se tiene en cuenta las entidades que proveen la mercancía a los expendios se puede apreciar que los establecimientos que compran a particulares son 33 y los que compran a agencias o importan directamente son 14; proporción que se justifica dadas las dificultades que se presentan tanto en el proceso de importación como en lo dispendioso de las gestiones para comprar en las agencias del interior. Ver cuadro No. 28

Es por esto, que se prevee que la política de ventas de la nueva comercializadora esté enfocada hacia la venta directa por medio de visitas periódicas a los distribuidores y a vendedores al detal.

c. De acuerdo a garantías de pago.-

De acuerdo a las garantías de pago exigidas por los proveedores de interior (Ecuador) a los proveedores, el 76.5% de estos garantizan sus compras por me-

dio de cheques pos datados: tendencia que se viene generalizando en la totalidad de establecimientos, en tanto que otras formas de garantía pierden importancia, tal como ocurre con las exigencias de "letra y cheque" que solo alcanza el 10.6% y los "cheques y pagares" con 2.83% así:

Cuadro N° 26

Distribución de Establecimientos

por Ciudades de acuerdo a garantías exigidas

para el pago de mercancía del interior

Ciudades	GARANTIAS EXIGIDAS						
	Cheques	Facturas	Efectivo	Cheque y Efectivo	Letra	Letra y cheque	Letra Cheque y Pagaré
Quito	36		4			5	1
Cuenca	8		1	1			
Ambato	5		1			1	
Riobamba	5						
Guayaquil	48	1	5	1		8	3
Portoviejo	3			1	1	1	
Esmeraldas	3						
T o t a l	108	1	10	2	1	15	4
Participación en el total establecimientos	76.59%	0.71%	7.09%	1.41%	0.71%	10.6%	2.83%

Total de Establecimientos: 141 = 100%

Para la mercancía extranjera, las garantías exigidas por los proveedores que se materializan en la forma como se realiza el pago, se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 27

Distribución de los Establecimientos por Ciudades, de acuerdo a garantías exigidas para pago de Mercancía Extranjera

CIUDADES	Garantías Exigidas - Forma de Pago			
	Efectivo	Cheques	Letras y Pagares	Dólares Oficiales
Quito	10	3		2
Cuenca	2			
Ambato	2	1		
Riobamba	1	3		
Guayaquil	15	1	1	3
Portoviejo	1	1		
Esmeraldas	1			
TOTAL	32	9	1	5
Participación en el total de Establecimientos*	68.0%	19.14%	2.12%	10.63%

*Total de Establecimientos que expenden mercancía extranjera: 47 = 100%

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION
PROCESOS TECNICOS

Como se puede apreciar, la gran mayoría de propietarios de establecimientos pagan la mercancía importada en Efectivo llegando la participación al 68%, situación que se explica porque el gran volumen de mercancía se adquiere a particulares (comerciantes o familiares de los expendedores, que la introducen de contrabando y en pequeñas cantidades); pero que según sus manifestaciones estarían dispuestos a comprarla legalmente por cuanto garantiza una venta libre en el mercado, características que se pueden aprovechar con la nueva comercializadora. Otra forma de pago utilizada con frecuencia son los cheques (19.14%), que además se utiliza como garantía en algunas oportunidades.

Solo el 10.63% utilizan dólares oficiales, como forma de pago y a la vez garantía, porcentaje que unido a la poca adquisición de mercancía legalizada por parte de los establecimientos se convierte en un indicativo de la deficiente comercialización e importación que realizan las empresas legalmente establecidas.

d. De acuerdo a la frecuencia con que el proveedor ofrece la mercancía al expendio.-

Al analizar la frecuencia con que los proveedores ofrecen la mercancía a los expendios el promedio se situa en el 38% de visitas cada 30 días y el 30.62% cada 15 días. Se presentan en menor proporción visitas a 90

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION
PROCESOS TECNICOS

días (10.62%), "cada día y 60 días" con 6.87%, y el excedente se distribuye en otras frecuencias. Ver cuadro N° 28.

De lo anterior se puede concluir que la política de ventas de la nueva comercializadora debe, como lapso de tiempo para ofrecer la mercancía, estar comprendida entre los 15 y 30 días y de éste modo competir en igualdad de condiciones con las actuales distribuidores.

e. De acuerdo a la Magnitud de las Transacciones.-

En lo que respecta a la Magnitud de las Transacciones, podemos ver en el cuadro N° 28 que: de 141 establecimientos encuestados, 96 de ellos las realizan al detal (por menor) y 45 al por "mayor y detal" considerando el universo de los expendedores el monto global de las transacciones representa un halagueño margen para la futura comercializadora.

f. Tipo de publicidad utilizada.-

En el país, en estudio, se pudo apreciar un bajo nivel en la utilización de propaganda como factor de ventas. Un número reducido de expendedores recibe propaganda de los fabricantes o distribuidores, basada en "MATERIAL PUNTO DE VENTA", minimizado su efecto por la escasa exhibición del material. Circunstancia que debe ser tenida en cuenta para impulsar una política de ventas efectiva.

En general, la existencia de propaganda se limita a la emitida directamente por el propietario del establecimiento que en su mayor parte no obedece a las exigencias del mercado. Observaciones estas que en términos porcentuales se expresan así:

De 141 establecimientos, solo 56 de ellos poseen propaganda facilitada por el distribuidor o fabricante (que en la encuesta aparece como propaganda externa) correspondiendo al 39.7% del total, y el 70.3% carece de ella.

Por otra parte existen 80 establecimientos que poseen propaganda "interna," es decir el 57%, y solo el 3.3% tiene conuuntamente propaganda externa o interna, como lo muestra el cuadro N°28.

Cuadro No. 28

Distribución de los Establecimientos de la muestra, según Frecuencia con que el Proveedor ofrece mercancía al Expendio, Tipo de publicidad, Monto de venta, Origen de la mercancía, Tipo de proveedores de M/cía. Extranjera

Ciudad	Frecuencia con que el Proveedor ofrece la Mercancía al expendio --En Días--					Tipo de Publicidad empleado			Venta de Mercancía por Monto de Ventas Por Mayor y Menor	Compra de M/cía. de acuerdo a Proveedores Del País	Compra de M/cía. de acuerdo a Proveedores Del Exterior	Compra de M/cía. Importada a Particulares o Casas ficticias	Compra de M/cía. Importada a Compañías Agencias
	1 a 15	15 a 30	30 a 60	60 a 90	90 a 180	No posee	Interna	Externa					
QUITO	46	5	3	11	20	2	6	1	30	16	17	29	13	33	34	12	10	46
CUENCA	9	-	-	15	5	2	1	-	5	4	3	6	3	7	6	3	2	3
AMBATO	7	1	1	2	3	1	1	1	4	3	2	5	3	5	5	2	1	2
GUAYAQUIL	66	5	4	15	31	3	8	-	34	32	28	38	23	45	46	20	15	46
PORTOVIEJO	9	-	-	2	1	1	1	-	2	3	2	3	0	3	3	2	1	3
MACHALA	3	-	-	-	2	1	-	-	3	1	1	2	0	2	2	1	1	2
TOTAL	141	11	8	49	62	11	17	2	80	61	54	85	45	95	96	40	33	95

Cuadro No. 28

Distribución de los Establecimientos de la muestra, según: Frecuencia con que el Proveedor ofrece mercancía al Expendio, Tipo de publicidad, Monto de venta, Origen de la mercancía, Tipo de proveedores de M/cía. Extranjera

CIUDAD	Total Encuestados	Frecuencia con que el Proveedor ofrece la Mercancía al expendio --En Días--							Tipo de Publicidad empleado				Venta de Mercancía por Monto de Venta		Compra de M/cía. de acuerdo a Procedencia		Compra de M/cía de acuerdo a Proveedores		
		1	8	15	30	60	90	180	Interna	No posee Interna	Externa	No posee Externa	Por Mayor y Menor	Por menor	Del Interior	Del Interior y Exterior	% Ponderado sobre Compras	Compra a Particulares	Importa o Compra Agencia
QUITO	46	5	3	11	20	2	6	1	30	16	17	29	13	33	32	14	10%	11	4
CUENCA	9	-	-	15	5	2	1	-	5	4	3	6	3	6	7	2	1.4%	2	0
AMBATO	7	1	1	2	3	1	1	1	4	3	2	5	3	4	4	3	2.2%	2	1
OBAMBA	5	-	-	4	-	1	-	-	5	0	3	2	3	2	1	4	2.8%	1	3
UAYAQUIL	66	5	4	15	31	3	8	-	34	32	28	38	23	43	46	20	14%	15	5
ORTO VIEJO	5	-	-	2	1	1	1	-	2	3	2	3	0	5	3	2	1%	1	1
SMERAL-AS	3	-	-	-	2	1	-	-		3	1	2	0	3	2	1	1%	1	0
OTAL	141	11	8	49	62	11	17	2	80	61	56	85	45	96	95	46	33%	33	14

IX. INFORMACION SOBRE LOS PRECIOS

El costo de la vida en el vecino país se incrementa año tras año, haciendo descender la capacidad de compra de la población y desde luego el nivel de vida en los años donde el aumento es significativo.

Es así como para la ciudad de Quito, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística (INCE), el índice general de precios del consumidor presentó aumentos del orden del 111.55% en el período de 1972 (año base = 100) a 1978, manteniendo un promedio de crecimiento que asciende al 22.31% anual. (Ver cuadro No. 29 y Anexo No. 5).

En Guayaquil el incremento durante el mismo período fue de 107.55% un tanto inferior al de Quito, pero mantiene una tasa de crecimiento del 21.5% anual.

El índice de precios al consumidor en Cuenca aumentó a un ritmo promedio anual del 21.8%, superior al de Guayaquil pero inferior al de Quito. Es decir Quito y Cuenca presentan los índices más elevados en el costo de vida, en tanto que en Guayaquil es ligeramente inferior, pero de todas maneras elevado. Se puede asegurar que esta situación tiende a mantenerse, y en este sentido resulta más ventajoso suministrar prendas de vestir a los mer-

cados de Quito y Cuenca.

Si se analiza más detenidamente el cuadro N° 29, se puede apreciar como en las tres ciudades consideradas, el índice de precios al consumidor, en los tres primeros años del período, desciende relativamente. Pero a partir de 1976, se inicia una tendencia alcista que se mantiene hasta 1978. Los mayores incrementos se observan en el primero y último período en cada ciudad.

Cuadro N° 29

Indice de precios al consumidor en las familias de Ingresos Bajos y Medios de las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca

(Base: 1972 = 100)

AÑO	QUITO		GUAYAQUIL		CUENCA	
1.973	112.95	107.1	111.63	112.9	110.07	108.1
1.974	139.34	130.4	136.41	136.1	135.64	131.9
1.975	160.7	153.5	154.72	156.4	156.79	147.3
1.976	177.88	173.2	169.89	172.2	172.44	167.3
1.977	201.08	191.2	192.34	198.2	190.76	186.3
1.978	224.5	208.6	219.14	220.5	219.08	151.6
Promedio:	22.31	152.0%	21.50	156.6%	21.80	151.6%

Fuente: "INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR" Boletín del Instituto Nacional de Estadística y Censos. N° 307/Diciembre 1978. Págs. 5,15,25

Por otra parte y más concretamente, el índice de precios al consumidor en el ramo del vestuario, durante los dos últimos años del período en mención, ha variado significativamente en las tres ciudades anotadas, como lo muestra el cuadro N° 30.

Cuadro N° 30

Indice de precios al consumidor por Grupos en Quito, Guayaquil y Cuenca

SUBGRUPOS DE ARTICULOS	QUITO (1965 = 100)		GUAYAQUIL (1.967 = 100)		CUENCA (1969 = 100)	
	1.977	1.978	1.977	1.978	1.977	1.978
Ropa confeccionada de hombre	292.5	312.5	327.5	368.4	279.7	330.0
Ropa confeccionada de mujer	208.5	221.8	305.4	344.8	231.1	257.0
Ropa confeccionada infantil	240.0	268.9	356.0	389.8	249.7	268.0

Fuente: "Indice de precios al consumidor, Quito, Guayaquil y Cuenca" Instituto Nacional de Estadística y Censos (INCE) No. 307 - Diciembre 1978. Páginas 6, 16 y 26.

Si tomamos como base el año 1.977 = 100, se obtienen los siguientes resultados:

Cuadro N° 31

Indice de precios al consumidor por Grupo en Quito, Guayaquil y Cuenca en 1978. (I.977=100)

SUBGRUPOS DE ARTICULOS	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA
Ropa confeccionada de hombre	106.83	112.48	117.98
Ropa confeccionada de mujer	106.37	112.90	111.15
Ropa confeccionada de infante	112.04	109.49	107.32

Fuente: Cuadro Anterior (N° 30)

Estas cifras nos indican que los índices de precios de indumentaria más elevados ocurren en Guayaquil y Cuenca para la ropa de mujer, y en Cuenca para la ropa de mujer y en Quito la ropa de niños.

De otra parte, los índices de precios para el sector importador, revisten un mayor crecimiento que el índice de precios al por mayor, dada la inflación inducida que absorben los precios de importación diferencia que no es representativa si se tiene en cuenta que el promedio para el índice al por mayor es de 14.95 y para el sector importador de 15.4. (Ver cuadro No. 32)

En lo que respecta al precio C I F de Importación para las prendas de vestir, se presenta un incremento de 59.4% pasando del Us $2.91 en 1972 a Us. $4.64

por Kilogramo en el año de 1976; incremento que se constituye en una perspectiva halagueña para los proveedores de este artículo en el mercado del Ecuador, por cuanto representa una sencible alza, en los precios, que se traduciría en una mayor percepción de divisas.

Cuadro N° 32

Cuadro comparativo del índice nacional de precios al por Mayor y el índice de precios para el sector importador

1.974 = 100

AÑOS	Indice de precios al Por Mayor	Indice de Precios Sector Importador
1.975	114.00	114.10
1.976	133.00	133.60
1.977	143.90	144.90
Promedios	14.95	15.4

Fuente: BOLETIN ANUARIO No. 1 del Banco Central del Ecuador. 1.978.

X. ANALISIS Y CUANTIFICACION DE LA DEMANDA

Una vez determinadas las caracterísiticas del mercado, se estima la cuantía de la demanda a partir de datos obtenidos a través de la encuesta, haciendo una ubicación regional, identificando el tipo de establecimiento, su razón social, estrato socioeconómico, y el nombre del Propietario.

La cuantí de la demanda se estableco de acuerdo al tipo de prenda; identificando al consumidor final; además al calcular el volumen 25/ comprado por establecimiento y por período de tiempo, se obtienen las compras anuales.

1. Localización Geográfica:

Para la distribución regional de la demanda se tuvieron en cuenta las zonas de LA SIERRA Y LA COSTA, excluyendo la Oriental y Galápagos dada la poca importancia que revisten para el presente estudio. De la región serrana se tomaron cuatro ciudades: Quito, Riobamba, Ambato y Cuenca; por su alta concentración de consumidores. De la costa se eligieron tres (3) ciudades altamente representativas del consumo de Vestuario: Guayaquil

---

25/ Las cantidades compradas por establecimientos aparecen en la encuesta en el renglón de existencias.

Porto viejo y Esmeraldas.

Las ciudades, tanto de la Sierra como de la Costa se seleccionaron por superar los 50.000 habitantes cada una, de acuerdo al último censo de Población realizado en el año 1974, volumen de población que constituye un mínimo de mercado suceptible de ser aprovechado rentablemente.

Es importante aclarar, que el Vestuario se lo clasificó en cuatro artículos: Pantalones, camisas, vestidos y ropa interior. Cada una de éstas clases se identificó por su tamaño de acuerdo con las tallas y el consumidor final (Hombre, mujer, niño) así:

Cuadro N° 33

Clasificación del Vestuario de acuerdo a las tallas y el consumidor final

PRENDAS	Tallas y Consumidor Hombre	Mujer	Niños
PANTALONES	6	4	8
CAMISAS	4	4	8
VESTIDOS*	8	6	10
ROPA INTERIOR**	10	17	14

** El renglón de ropa interior comprende: Medias, Brasieres y ternos interiores.

* El de vestidos, comprende el conjunto saco-pantalón, sea o nó de paño.

FUENTE: Datos suministrados por comerciantes de Ecuador.

De esta manera se pudieron establecer los resultados que aparecen en el Cuadro No. 34 y anexo No. 6. Al consolidar las cantidades compradas --que aparecen en el cuadro anterior-- mediante la multiplicación de éstas por la frecuencia se obtienen las compras anuales totales que geográficamente se distribuyen así:

Cuadro No. 34

Distribución de las compras de Vestuario por Regiones y Ciudades

Regiones	Ciudades	% de Participación	Total
SIERRAS	Quito	24.4	57%
	Riobamba	19.8	
	Cuenca	10.2	
	Ambato	2.6	
COSTA	Guayaquil	38.9	43%
	Portoviejo	2.1	
	Esmeraldas	2.0	

Fuente: Anexo No. 6

Cabe anotar que Riobamba a pesar de tener menor población que Cuenca participa con el mayor volumen de compras dado que se ha convertido en un centro distribuidor para las regiones circunvecinas y es aquí donde primero se siente el impacto de la moda.

Cuadro No. 35

Compra anual de prendas de vestir en siete (7) ciudades del Ecuador y participación de cada ciudad en el total

--En Unidades compradas--

CIUDADES	PANTALONES			CAMISAS			VESTIDOS			ROPA INTERIOR			total Compras por Ciudad	Partici-pación en %
	Hombre	Mujer	Niño	Hombre	Mujer	Niño	Hombre	Mujer	Niño	Hombre	Mujer	Niño		
QUITO	20.832	11.616	19.096	13.048	10.440	21.360	5.576	4.410	7.110	29.180	32.266	38.194	213.128	24.35%
CUENCA	11.172	8.024	16.912	7.448	8.016	16.912	1.408	1.068	2.440	2.400	6.528	6.888	89.216	10.20%
AMBATO	1.872	1.056	1.344	768	960	1.344	944	708	1.540	3.120	5.760	3.360	22.776	2.6%
GUAYAQUIL	39.720	40.612	52.192	18.320	16.632	22.048	4.720	2.780	3.120	29.760	72.078	38.892	340.874	38.94%
PORTOVIEJO	1.344	896	2.368	992	512	1.984	64	48	80	2.560	4.352	3.248	18.448	2.10%
ESMERALDAS	1.152	816	2.688	816	1.392	1.784	128	528	880	1.080	1.836	3.528	17.628	2.01%
TOTAL	88.706	72.389	111.419	49.456	45.824	81.868	19.224	12.422	19.562	89.700	164.426	120.318	875.314	100.0%

Por otra parte Esmeraldas participa con el 2% de las compras, a pesar de tener una población mayor que la de Riobamba y Portoviejo, inconsistencia que se explica por la especial desconfianza que los expendedores presentaron a los fines de la Encuesta.

2. Consumo de acuerdo al tipo de prendas:

Con el fin de observar el mercado de acuerdo al tipo de prendas comprado, en cada ciudad, se ha elaborado el cuadro No. 36, en el que aparece Cuenca con un mayor porcentaje relativo, en la compra de Pdantalones, seguida de Guayaquil, Esmeraldas y Ambato, en su orden.

La compra de Camisas se realiza en mayor proporción en Cuenca, Esmeraldas y Quito. En lo que respecta a las compras de vestidos es Ambato el que muestra mayor porcentaje, seguido de Esmeraldas y Quito.

La ropa interior, logra su mayor proporción de compra en Portoviejo, y en menor grado en Ambato y Riobamba.

3. De acuerdo al consumidor final:

La distribución geográfica del consumo de prendas de vestir teniendo en cuenta al consumidor final (hombre, mujer o niño) se realiza en la siguiente forma: Los pantalones para hombre tienen el mayor consumo relativo en las ciudades de Ambato y el menor en Portoviejo y Esmeraldas.

Cuadro N° 36

PARTICIPACION DEL ARTICULO EN EL TOTAL DE LAS COMPRAS POR CIUDAD

Cuadro N° 36

PARTICIPACION DEL ARTICULO EN EL TOTAL DE LAS COMPRAS POR CIUDAD

CIUDAD	PANTALONES		CAMISAS		VESTIDOS		ROPA INTERIOR		TOTAL	
	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%
QUITO	51.544	24.18%	44.848	21.04%	17.096	8.02%	99.640	46.75%	213.128	100%
CUENCA	36.108	40.47%	32.376	36.30%	4.910	5.50%	15.816	17.73%	89.210	100%
AMBATO	42.720	18.75%	3.072	13.78%	3.192	14.01%	12.240	53.74%	22.776	100%
RIOBAMBA	38.802	22.40%	31.372	18.10%	13.656	7.90%	89.414	51.60%	173.244	100%
GUAYAQUIL	132.524	38.87%	57.000	16.72%	10.620	3.11%	140.730	41.28%	340.874	100%
PORTOVIEJO	4.608	24.97%	3.488	18.90%	192	1.04%	10.160	55.07%	18.448	100%
ESMERALDAS	4.656	26.41%	4.992	28.31%	1.536	8.71%	6.444	36.55%	17.628	100%

Los de Mujer, proporcionalmente, se venden más en Guayaquil. Para niños es Esmeralda que presenta mayor consumo y Ambato el menor. Estas proporciones corresponden a la participación del artículo en las compras de cada ciudad, como se puede apreciar en el Cuadro No. 37.

El consumo de Camisas para Hombre es mayor en Guayaquil donde alcanza el 32.14% de las compras. para Mujer, Ambato copa el 31.25% del total de sus compras, en tanto que para niño, Portoviejo consume el 56.88% seguido de Esmeraldas con 55.76% y el último lugar lo ocupa Guayaquil con 38.65%.

Riobamba consume en mayor proporción VESTIDOS PARA HOMBRE, Esmeraldas el mayor para MUJER y NIÑO.

En Quito se presenta la mayor participación en las compras de Ropa Interior para hombre, en Guayaquil la ropa íntima para DAMA se expende en mayor volumen y para NIÑO es mayor en Esmeraldas.

Los promedios ponderados tanto de la participación por ciudad en el total del mercado como el tipo de prendas y del consumidor final, se aprecian con mayor claridad con el GRAFICO CIRCULAR.

Cuadro N° 37

PARTICIPACION DEL TIPO DE PRENDA EN CADA CIUDAD DE ACUERDO AL CONSUMIDOR FINAL - PORCENTAJES

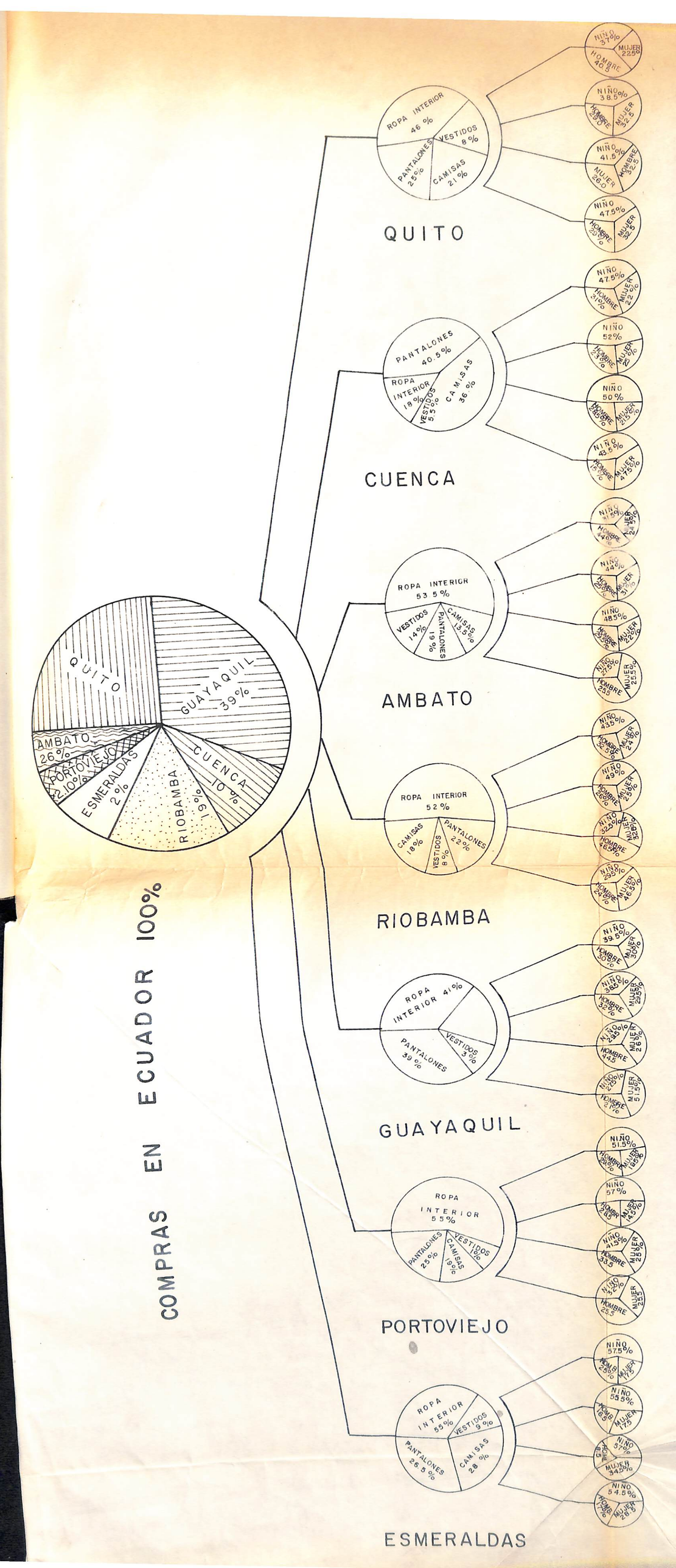
CIUDAD	PANTALONES			CAMISAS			ROPA INTERIOR			VESTIDOS			Total %
	Hombre	Mujer	Niño	Hombre	Mujer	Niño	Hombre	Mujer	Niño	Hombre	Mujer	Niño	
QUITO	40.43	22.43	37.14	30.36	41.79	27.85	29.28	38.39	32.33	2.63	2.79	47.11	100
CUENCA	30.34	22.22	46.44	28.75	49.17	22.08	35.15	39.27	25.58	5.75	2.75	46.00	100
AMBATO	49.82	24.72	25.46	32.14	31.25	36.61	35.41	27.06	37.53	3.08	2.17	46.21	100
RIOBAMBA	22.82	24.14	53.04	32.14	29.21	38.65	34.54	29.3	36.16	2.68	3.10	49.00	100
GUAYAQUIL	29.98	30.64	39.38	38.65	41.21	20.14	31.1	27.83	41.07	3.17	3.10	44.44	100
PORTO VIEJO	29.18	19.44	51.38	32.14	29.21	38.65	35.1	27.83	37.07	2.79	2.37	33.33	100
ESMERALDAS	24.74	17.52	57.74	32.14	29.21	38.65	35.1	27.83	37.07	2.79	2.37	8.33	100

Cuadro N° 37

PARTICIPACION DEL TIPO DE PRENDA EN CADA CIUDAD DE ACUERDO

AL CONSUMIDOR FINAL - PORCENTAJES

CIUDAD	PANTALONES				CAMISAS				VESTIDOS				ROPA INTERIOR			
	Hombre	Mujer	Niño	Total %	Hombre	Mujer	Niño	Total %	Hombre	Mujer	Niño	Total %	Hombre	Mujer	Niño	Total %
QUITO	40.43	22.43	37.04	100	29.09	23.27	47.64	100	32.63	25.79	41.58	100	29.28	32.38	38.34	100
CUENCA	30.94	22.22	46.84	100	23.00	24.75	52.25	100	28.67	21.75	49.58	100	15.18	41.27	43.55	100
AMBATO	43.82	24.72	31.46	100	25.00	31.25	43.75	100	29.57	22.18	48.25	100	25.49	47.06	27.45	100
RIOBAMBA	32.52	24.14	43.34	100	25.70	25.09	49.21	100	46.75	21.08	32.17	100	24.15	46.54	29.31	100
GUAYAQUIL	29.98	30.64	39.38	100	32.15	29.17	38.68	100	44.46	26.17	29.37	100	21.16	51.21	27.63	100
PORTO VIEJO	29.18	19.44	51.38	100	28.44	14.68	56.88	100	33.33	25.10	41.66	100	25.19	42.85	31.96	100
ESMERALDAS	24.74	17.52	57.74	100	16.35	27.88	55.77	100	8.34	34.37	57.29	100	16.76	28.49	54.75	100


COMPRAS EN ECUADOR 100%
QUITO 39%
GUAYAQUIL 26%
AMBATO 10%
CUENCA 10%
RIOBAMBA 9%
ESMERALDAS 2%
PORTOVIEJO 2%
ROPA INTERIOR 46 %
VESTIDOS 8%
CAMISAS 21 %
PANTALONES 25%
NIÑO 37%
MUJER 22.5%
HOMBRE 40.5
NIÑO 38.5%
HOMBRE 29.0
MUJER 32.5
NIÑO 41.5
MUJER 26.0
HOMBRE 32.5
NIÑO 47.5%
HOMBRE 25.0
MUJER 32.5
QUITO
PANTALONES 40.5%
ROPA INTERIOR 18 %
VESTIDOS 5.5%
CAMISAS 36 %
NIÑO 47.5%
HOMBRE 21%
MUJER 22.5%
NIÑO 52%
HOMBRE 23.5%
MUJER 20%
NIÑO 50 %
HOMBRE 28.5%
MUJER 21.5%
NIÑO 43.5%
HOMBRE 15.1%
MUJER 47.5%
CUENCA
ROPA INTERIOR 53.5%
VESTIDOS 14%
CAMISAS 13.5%
PANTALONES 19 %
NIÑO 41.5%
HOMBRE 26.5%
MUJER 24.5%
NIÑO 44%
HOMBRE 25.5%
MUJER 31%
NIÑO 48.5%
HOMBRE 25.5%
MUJER 26.0%
NIÑO 47.5%
HOMBRE 25.5
MUJER 25.5%
AMBATO
ROPA INTERIOR 52%
CAMISAS 18%
VESTIDOS 8%
PANTALONES 22%
NIÑO 43%
HOMBRE 30.5%
MUJER 24.5%
NIÑO 49%
HOMBRE 26.5%
MUJER 25%
NIÑO 32.5%
HOMBRE 16.5%
MUJER 50.5%
NIÑO 29.5%
HOMBRE 24.0%
MUJER 46.5%
RIOBAMBA
ROPA INTERIOR 41%
VESTIDOS 3%
PANTALONES 39 %
NIÑO 39.5%
HOMBRE 30.5%
MUJER 30.0%
NIÑO 38.5%
HOMBRE 32.5%
MUJER 28.5%
NIÑO 28.5%
HOMBRE 44.5
MUJER 26.5%
NIÑO 23.5%
HOMBRE 0.1%
MUJER 51.5%
GUAYAQUIL
ROPA INTERIOR 55%
PANTALONES 25%
VESTIDOS 10%
CAMISAS 19%
NIÑO 51.5%
HOMBRE 28.5%
MUJER 18.5%
NIÑO 57.5%
HOMBRE 24.5
MUJER 18.5%
NIÑO 41.5%
HOMBRE 33.5
MUJER 24.5%
NIÑO 32.5%
HOMBRE 29.3
MUJER 25.5%
PORTOVIEJO
ROPA INTERIOR 55%
PANTALONES 25.5%
VESTIDOS 9%
CAMISAS 28 %
NIÑO 57.5%
HOMBRE 25.5%
MUJER 17.5%
NIÑO 55.5%
HOMBRE 26.5%
MUJER 17.5
NIÑO 37.5%
HOMBRE 28.5%
MUJER 34.5%
NIÑO 54.5%
HOMBRE 25.5%
MUJER 20.5
ESMERALDAS

4. Líneas de Mayor Demanda:

En síntesis, las líneas que presentan mayor demanda a nivel de todo el país son:

PANTALONES para NIÑO con el 41% del total de la compra de Pantalones.

CAMISAS para NIÑO con el 46% del total del producto.

VESTIDOS para NIÑO con 38% del total de compra del producto.

ROPA INTERIOR para DAMA con 44% de su total.

XI. INFORMACION SOBRE LAS CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

1. Aranceles Aduaneros.-

Los impuestos asignados por el Estado se supeditan a los acuerdos internacionales y a las políticas coyunturales internas.

Es así como las prendas de vestir se clasifican de acuerdo al Arancel NABANDINO que rige las transacciones del Pacto Andino, de este modo se han fijado tarifas comunes para las partidas de los capítulos 60 y 61, como se detalla a continuación.

Cuadro No. 38

ARANCELES ADUANEROS

CAPITULO 60 (NABANDINA) ECUADOR		Arancel
60-01	Telas de punto no elásticas y sin cauchutar en pieza	90%
60-02	Guantes y mimbres de punto y similares sin cauchutar	110%
60-03	Medias, escarpines, calcetines, salvamedias y artículos análogos de punto no elástico y sin cauchutar	110%
60-04	Ropa interior de punto, no elástico y sin cauchutar	110%
60-05	Prendas de vestir exteriores, accesorios para lasmismas y otros artículos de punto no elástico	90%
60-06	Telas en pieza y otros artículos (incluidas las rodilleras y las medias para várices) de punto elástico y ...	90%

Las partidas: 60-01 y 60-06 pertenecen a la lista dos (2) y por lo tanto, se contempla un recargo de 30% sobre el valor CIF de importación como impuesto al gobierno nacional.

Cuadro No. 38-A ARANCELES ADUANEROS

CAPITULO 61	(Nabandina) Ecuador	Arancel
61-01	Ropa exterior para hombres y niños	110%
61-02	Ropa exterior para mujeres y niñas de primera infancia	110%
61-03	Ropa interior incluidos los cuellos, pecheras y puños para hombres y niños	110%
61-04	Ropa interior para mujeres, niñas primera infancia	110%
61-05	Pañuelos de bolsillo	110%
61-06	Mantones, chales, pañuelos, bufandas, antillas, velas	110%
61-07	Corbatas	110%
61-08	Cuellos, guagueros, adornos, pecheras, chorreras	110%
61-09	Corsés cinturillas, fajas, sostenes, tirantes, ligas	110%
61-10	Guantes y similares, medias, calcetines que no sean de punto	110%
61-11	Otros accesorios confeccionados para prendas de vestir, sobaqueras, hombreras, cinturones	110%

Del Capítulo 61 las partidas 61-01 y 61-11 pertenecen a la lista No. 2 y por lo tanto, para su importación deben pagar un recargo del 30% sobre el valor de importación.

2. Impuestos Internos:

Se contempla un impuesto general para cualquier clase de transacción mercantil, en el interior del país, que es del 5% sobre el valor de la mercancía.

Se excluyen de este impuesto únicamente las artesanías.

3. Obstáculos no Arancelarios:

Las importaciones de prendas de vestir en el Ecuador se ven afectadas por el gran volumen de contrabando que ingresa de países vecinos, Colombia y Perú, y de otros como China Nacionalista, Japón, U.S.A., etc. especialmente a través del turismo fronterizo.

Este contrabando perjudica tanto a la industria interna como al fisco nacional, por cuanto al ingresar una mercancía en forma ilícita, el país deja de percibir divisas por concepto de impuestos y las empresas se ven afectadas por la competencia desleal que representa.

4. Política Comercial:

En el Ecuador se contempla un proceso legal para realizar las importaciones que provienen del exterior, que comprende:

1. Obtener la Facutra Comercial, que será facilitada por el exportador.
2. Solicitar el permiso consular para la importación.
3. Consignar el depósito previo.

4. Cancelar el ochenta (80) por ciento de los derechos arancelarios.

El importador debe presentar la factura comercial que le envía el exportador después de realizada la transacción; con ésta solicita al Consul de su país le autorice la importación, posteriormente el importador consigna en el Banco Central el depósito previo --Que para la lista No. 1 es del - 10% sobre el valor de la mercancía y para la lista No. 2 del 30%--, - igualmente debe consignar el 80% de los derechos arancelarios que también se calculan por el valor de la mercancía a ingresar al país. El restante 20% del impuesto de Aduana, sepagará el día en que se nacionalice la mercancía.

5. Transporte:

Los dos mercados están interconectados por tres sistemas de transporte, que operan en forma permanente: Terrestre, Marítimo y Aéreo.

A continuación se analizan los medios de transporte y la medida en que son factibles de utilizarse por la nueva comercializadora cuya sede será la ciudad de Pasto.

a) Transporte Terrestre:

Se utiliza la infraestructura de que se dispone al interior de los dos países y fundamentalmente se realiza a través del sistema troncal Andino; previéndose para el futuro la apertura de una mayor red vial al aplicar

la Desición 56 del Acuerdo de Cartagena. Por medio de este sistema es posible conectar en forma directa a las ciudades de Tulcán, Quito y Guayaquil con Ipiales y Pasto, a través de las siguientes empresas de carga

ANDINOS LTDA. - COORDINADORES DE TRANSPORTE

COORDINADORA INTERNACIONAL DE CARGA - CORDIGARGAS

TRANSPORTES SANCHEZ

en forma indirecta, utilizando el sistema de transbordos, se puede llegar a todo el país vecino sin ningún problema al utilizar las empresas que movilizan carga en todo el territorio.

Además, el costo por Kilogramo transportado es supremamente bajo por dos razones:

1. Bajo costo en el precio del combustible y
2. La cercanía geográfica entre los dos países.

Esto hace que el transporte terrestre sea el más recomendable para utilizar en la empresa y llegar al comprador en forma eficiente y con prontitud. (la mayor distancia PASTO-GUAYAQUIL se cubre en dos días y medio (2 1/2). Como lo indica el cuadro N° 39.

DISTANCIAS VIALES Y TIEMPOS APROXIMADOS DE RECORRIDO ENTRE COLOMBIA Y PAISES DEL GRUPO ANDINO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION
PROCESOS TECNICOS

DISTANCIAS VIALES Y TIEMPOS APROXIMADOS DE RECORRIDO

ENTRE COLOMBIA Y PAISES DEL GRUPO ANDINO

DE: / A	Bogotá		Cali		Medellín		B/quilla.		Cúcuta		Ipiales	
	Kms.	Días	Kms.	Días	Kms.	Días	Kms.	Días	Kms.	Días	Kms.	Días
Cúcuta-San Antonio	628	2	1.602	4	1.078	4	-	-	-	-	1.500	5
Paraguachón	1.503	3-4	1.492	3-4	1.048	3	332	1	-	-	2.305	6
Maracaibo	1.086	3	2.060	5	1.536	5	454	2-3	458	2	1.960	6
Caracas	1.550	5-6	2.048	7-8	1.870	7-8	1.154	4	922	3	2.408	9-10
Ciudad Bolívar	2.149	10	2.976	13-14	2.469	12-13	1.753	8	1.374	8	2.860	13-14
Pte. Rumichaca* (Ipiales - Tulcán)	927	3	400	2	844	2	1.537	9	2.002	6	-	-
Quito	1.185	5	658	2-3	1.102	5-6	1.795	9-10	2.260	7-8	258	1-2
Huaquillas*-Aguas Verdes	1.869	7	1.341	6	1.785	7-9	2.478	13-14	2.943	16-17	941	3
Guayaquil	1.589	7	1.062	5	1.506	7	3.199	11-12	2.664	13-14	662	2
Lima	3.215	12	2.687	10-11	3.131	12-13	3.824	18	4.289	20-21	2.287	8
Arequipa	4.185	13	3.687	12-13	4.131	15	4.824	20-21	5.289	23	3.287	10
Desaguadero	4.634	16	4.136	15	4.580	17-18	5.273	22-23	5.738	25	3.736	12-13
La Paz	4.748	17-18	4.250	16-17	4.694	19-20	5.387	23-24	5.852	26-27	3.850	14
Santa Cruz	5.575	26-27	5.099	25-27	5.543	23-24	6.236	27-28	6.701	28-29	4.699	17-19
Arica*	4.521	16-17	4.023	16-17	4.465	19-20	6.929	24-25	5.625	26	3.633	15
Santiago	6.574	28-30	6.076	26-28	6.520	28-29	7.213	32-33	7.678	34-35	5.686	22-23

NOTA: Las distancias son aproximadas y se tomaron con base a la Decisión 94 del Acuerdo de Cartagena.
Los Tiempos recorridos son aproximados.
*Debe agregarse los tiempos necesarios para trámites en fronteras, el cual depende de la tramitación ante las repectivas aduanas. Tiempo aproximado por Frontera 2 días.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION
PROCESOS TECNICOS
SOCIEDAD

b) Transporte Marítimo:

Se puede utilizar, pero con algunas reservas dada la escasa interconexión con el puerto de TUMACO, teniendo que utilizar para tal fin un puerto más distanciado de la sede --Buenaventura--, pero que dados los bajos costos puede ser ventajoso para conectar a puertos distantes de los dos países: BUENAVENTURA-GUAYAQUIL ó BUENAVENTURA-MACHALA.

Desde este Puerto Colombiano -Buenaventura- son suceptibles de utilizar las siguientes Empresas y Agentes*

	Agente
Flota Mercante Gran Colombiana	
Cía. Real Holandesa de Vapores	Transportadora Grancolombia
Prudential Line	Comar
Great Lakes Transcaribbean Line	Navemar
Lykes Bros Steamship Co.	Comar
The Pacific Steam Navigation	E. Gerlein y Cía.
Hapag Lloyd	Navemar
Consorcio Naviero Peruano S. A.	Remar
Navimex S. A.	Remar
ELMA	Navemar

* "Servicios de Transporte de Exportación al Grupo Andino" Departamento de Transportes DTR-DC-042, PROEXPO, Bogotá, Enero 1978.

Italian Line — Navemar

Flotta Lauro — Navemar

Los costos de transporte se liquidan con base en el peso de la mercancía exportada (Confecciones), la que para 1978 el valor por 1.000 Kilos exportados osciló entre Us. $ 50 y 97 desde Buenaventura hasta Guayaquil, más un once (11%) por ciento de recargos (Utilización de Puerto Colombiano, Combustible y Puertos de Ecuador).

c) Transporte Aéreo:

Sus perspectivas de utilización son muy bajas, por no existir itinerarios de vuelo que comuniquen a PASTO con el vecino país. La ciudad obligada —más cercana— de embarque sería Cali - V. posible de ser utilizada casualmente, al existir mercancía de alta calidad susceptible de deterioro por maltrato o al soportar acinamiento en condiciones adversas

Cabe anotar que se contempla un decrecimiento en las tarifas al aumentar los kilos exportados de 100K. en adelante. Es así como para el año 1978 el valor del transporte desde la Ciudad Cali a Guayaquil y Quito era el siguiente:

(Ver Cuadro No. 40 Página siguiente)

Cuadro N°40

TARIFAS AEREAS DE EXPORTACION AL GRUPO ANDINO

Desde Cali (Us. $ por Kilo)

Destino	Flete Mínimo	Flete Normal	Más de 45 Kilos	Más de 100 K.	Más de 300 K.	Más de 500 K.
Guayaquil	23	0.73	0.59	0.59	0.49	0.42
Quito	23	0.67	0.55	0.55	0.50	0.42

FUENTE: "Servicio de transporte de Exportación al Grupo Andino" Departamento de Transportes. DTR-DC-042; PROEXPO 1978

XII. PERSPECTIVAS PARA EL MONTAJE DE COMERCIALIZADORAS

El montaje de una comercializadora puede adoptar diferentes formas, sea como Empresa Exportadora, Empresa Importadora o como Exportadora-Importadora; sus ventajas se exponen a continuación.

1. Exportadora.-

Al constituir una empresa de este tipo se aprovecha los incentivos ofíciales otorgados a las exportaciones (enunciados en el siguiente capítulo) y especialmente los beneficios derivados de la paridad cambiaria entre el peso Colombiano y el Sucre. De los primeros nos ocuparemos detalladamente en el capítulo siguiente; los segundos se explicitan a través de un ejemplo: Al exportar mil pesos (1.000) colombianos en mercancía al vecino país y partiendo de la premisa de que "Existe igualdad en los precios al interior de los dos mercados"* se percibe un valor equivalente a S/. 1.000 los que convertidos en moneda colombiana representan un incremento de 44.9%, o sea en valores absolutos $1.449 colombianos. Esto, si se tiene en cuenta que la cotización del peso colombiano en el mercado libre es de 0.69 sucres por un (1) peso.

---

* Realmente no existe tal paridad, por cuanto el precio de los artículos importados por Ecuador, es bastante superior a los nacionales.

2. Importadora en Ecuador:

Por lo dispendioso de los trámites de importación que resulta para los expendedores de Vestuario en Ecuador, lo más conveniente para el aprovechamiento de ese mercado es que el expendedor se exima de este proceso y lo asuma una empresa diferente.

Además, de esta manera la empresa importadora llegaría en forma directa al expendedor, siendo factible emplear su campo de acción para la apertura de agencias distribuidoras al interior del país.

3. Exportadora-Importadora:

Al considerar las anteriores alternativas separadamente, se perdería la posibilidad de llegar a todo el mercado, dado que el proceso de importación lo pueden asumir unos pocos y son éstos los que se benefician con la distribución, si se monta únicamente la empresa exportadora. Al constituir una empresa importadora en territorio Ecuatoriano, se perderían los incentivos oficiales ofrecidos a los exportadores colombianos.

Por lo tanto, se logra el máximo aprovechamiento de las ventajas constituyendo una empresa Exportadora-Importadora, capaz de neutralizar los gravámenes arancelarios asignados por el vecino país al ramo de las Confecciones.

Concretamente, su compensación se efectuaría de la siguiente manera:

Cuadro N° 41

Incentivos Reales a la Exportación

MATERIALIZACION DE INCENTIVOS	% Sobre valor FOB del Artículo
C A T	12%
IMPOVENTAS	6%
OTROS (Timbre ... etc.)	5%
Remanente por Cambio de Moneda	44.9%
Total Compensación	67.9%

Es decir, que al realizar las exportaciones de Vestuario al Ecuador el valor del artículo se reduce en 67.9% y para las partidas 61-01 y 61-11 del Capítulo 61 el total del gravamen a pagar quedaría en 77.1% y para el resto del capítulo se reduciría a solo el 47.1%

Para el capítulo 60 se afectan de igual forma los aranceles, quedando la partida 60-01 y 60-06 con un gravamen real de 57.1%; en tanto que para las otras partidas, solo sería del 47.1%. Porcentajes, estas que permiten competir en el mercado Ecuatoriano de Prendas de Vestir, máxime si se tiene en cuenta que el vestuario importado tiene un precio mayor que el producido al interior del país ; porque es de mejor calidad y de novedosos diseños. (De acuerdo con la moda).

XIII. INCENTIVOS A LA EXPORTACION EN COLOMBIA

Entre los incentivos oficiales a las Exportaciones colombianas que pueden ser utilizados para financiar el presente proyecto están los contemplados por PROEXPO, el CAT (Certificado de Abono Tributario), exención del Impuesto de Ventas, etc. y que a continuación se describen en forma detallada:

1. Proexpo

Con el fin de visualizar en mejor forma los incentivos otorgados a los productores o exportadores, cabe hacer un breve recuento a los objetivos de esta institución.

Para incrementar el comercio exterior del país y fortalecer su balanza de pagos, a través del fomento y la diversificación de las exportaciones Menores, se creo el FONDO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES - PROEXPO, mediante el artículo 181 del Decreto Extraordinario 444 del año 1.967 (Estatuto Cambiario).

Este fondo, visto en perspectiva, cumple un verdadero banco de financiación de las exportaciones en Colombia. Además, sirve de asesor a las empresas exportadoras en todas las etapas de comercialización, tales - como, información sobre Mercados Potenciales y sus

características; regímenes de comercio exterior de los respectivos países, aranceles e impuestos, posibles formas de venta y distribución, medios de transporte y, en general todos los factores que puedan afectar la comercialización de un producto en el exterior. El fondo, suple además una función promocional a través de sus afines en Colombia y sus agregados comerciales en el exterior, (en la actualidad existe una oficina de - PROEXPO en Quito); adelanta cursos de capacitación para altos ejecutivos en materias relacionadas con la comercialización internacional. Publica un directorio de importadores y exportadores en Inglés y Español, un boletín del exportador y estudios especiales sobre problemas generales de exportación.

Mediante resolución N° 23, de marzo 15 de 1972, la Junta Monetaria faculta al FONDO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES* para conceder financiación con los siguientes fines:

1. Promoción de exportaciones en lo que respecta a: Viajes, Estudios, publicidad, ferias, exhibiciones permanentes y muestras.
2. Capital de trabajo: Reintegros, reintegros anticipados para financiación de insumos importados (Plan Vallejo).

---

* Reglamentada por la Junta Directiva de PROEXPO, por Acta N° 145 de marzo 27 de 1972.

3. Financiación de ventas a crédito en el exterior:

a) Sustitución de reintegros anticipados.

b) Descuento de letras para exportaciones efectuadas.

4. Inversiones de empresas exportadoras en el país o en el exterior.

De los créditos anteriores se otorgan en Moneda Colombiana los siguientes: 1, 3b y 4 y los comprendidos en los literales 2 y 3a, en Moneda extranjera.

En el artículo Quinto de la citada resolución se establece que la tasa de interés que cobrará el Banco de la República a PROEXPO, por la utilización de los recursos, se determinará por la diferencia entre las participaciones que se reconozcan a las instituciones de crédito, incluyendo el fondo y la tasa de interés total que se cobra a los prestatarios.

En el artículo séptimo (7) se determina que las operaciones con PROEXPO se harán directamente o a través de los establecimientos de crédito y podrán estar respaldadas por letras, aceptaciones bancarias, pagarés, avales, garantías hipotecarias, prendarias, de compañías de Seguros o de Bancos que operen en Colombia o en el exterior.

En lo que respecta a los créditos para la promoción de exportaciones, - PROEXPO, los financia de acuerdo a los siguientes requerimientos:

A.- Presentar la solicitud al Fondo, por conducto de un establecimiento

de crédito, indicando en forma detallada el plan de promoción que se propone adelantar y las razones por las cuales juzga factible que la composición propuesta alcance el éxito deseado.

B.- Plazo máximo un (1) año.

C.- Porcentaje máximo de financiación: el Ochenta (80) por ciento.

D.- Tasa de interés, la vigente en el mercado oficial.

Las operaciones de PROEXPO, en materia de financiación de capital de trabajo se harán invariablemente en dólares, por consiguiente la obligación será en dicha moneda; de no ser posible su pago con el producto de la exportación, por cuanto ésta no llegare a cumplirse, deberá ser cancelada en Pesos Colombianos liquidados a la tasa de cambio del certificado de cambio, en la fecha que se realice. Esta línea de crédito está destinada a financiar los gastos que se causen en la producción y compra de bienes con destino a la exportación de bienes y servicios, así como a la importación de insumos que se efectúen por el sistema denominado Plan Vallejo.

Las financiaciones que se otorguen en base a esta línea deben ser por la misma cuantía que se proyecta exportar y su cancelación se realizará con el producto de la venta al exterior. El plazo para el pago de las obligaciones inferiores a Us. $500.000 será de un año y para las superiores a

esa suma será de dos (2) años. El porcentaje máximo de financiación será el cien (100%) por ciento. La tasa de interés para este tipo de financiaciones es baja en comparación con la bancaria, pues solamente es del 18% anual.

2. Certificado de Abono Tributario (CAT).-

Es una forma indirecta de financiación y fue creado mediante el Artículo 165 del decreto ley 444 de 1967 con el objeto de estimular las exportaciones no tradicionales. Dicho estímulo se otorga de acuerdo al valor FOB (Libre a bordo) de la exportación y, existen tres clasificaciones de los productos de acuerdo a las cuales se fija el valor del Certificado de Abono Tributario.

Este certificado ha presentado variaciones en su valor a través del tiempo, las que han dependido de las coyunturas externas e internas por las que ha atravesado el país. En el caso concreto de las CONFECCIONES TEXTILES (Vestuario) el porcentaje de estímulo tributario asciende al 12% sobre el valor FOB de las exportaciones. Este constituye un poderoso impulso para una empresa que se inicie en la comercialización internacional de estos productos.

3. Impoventas (Exención del Impuesto de las ventas):

En Colombia se contempla la exención del impuesto sobre las ventas para

las mercancías que se exporten y que pagan las que se consumen en el país. El estado se compromete a facilitar el NO cobro o la devolución del impuesto cuando el productor es el mismo exportador o es un TERCERO. En la actualidad la devolución del impuesto ocurre en un plazo máximo de dos (2) meses.* Este incentivo constituye el treinta por ciento (30%) sobre el valor EX-FABRICA de los productos exportados.

4. Otros Incentivos Oficiales.-

Además de los anteriores, existen la Exención del Impuesto de Timbre y del Impuesto al tránsito de las mercancías de exportación. La primera cubre a los contratos y manifiestos de exportación de los productos que reciben el CAT, y la segunda exonera del pago de los impuestos establecidos por los departamentos y municipios al tránsito de las mercancías destinadas a la exportación.

Por otra parte, el Estado determina que la cuota que se paga al Instituto de los Seguros Sociales (ISS) y SENA, sea reembolsada a los inversionistas que instalen industrias o empresas exportadoras, ubicadas en zonas limítrofes y cuya producción se destine total o parcialmente al abastecimiento de los mercados vecinos. Este reembolso se efectúa en proporción

*Según lo asegura el director de PROEXPO - Seccional de Ipiales. Mayo 1979.

a la producción vendida al exterior, con respecto a la producción total anual, así:

Exportaciones no inferiores al 25% de la producción, el 40% de Exención

Exportaciones no inferiores al 50% de la producción, el 60% de Exención

Exportaciones no inferiores al 75% de la producción, el 80% de Exención.

XIV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las condiciones especificas por las que atraviesa el vecino país, tanto en lo interno como en lo que respecta al Grupo Subregional al que pertenece, nos permite garantizar que es y en el futuro se proyectará como un mercado ágil y propicio para el comercio de las Prendas de Vestir (Excepto las confeccionadas de fibras naturales); cimentado aún más por el conocimiento real de la Cantidad - consumida, los mercados de mayor demanda en el interior y los sistemas de crédito utilizados por el distribuidor o fabricante, que son la base para llegar a los mercados más rentables a cada tipo de prenda y competir en igualdad de condiciones que los nacionales.

Es decir que: "Existe un mercado lo suficientemente amplio para recomendar la constitución de una Empresa Comercializadora de Prendas de Vestir, que unida a una eficaz política de ventas logre un desplazamiento apreciable de la competencia interna y externa a la vez que aproveche el crecimiento vegetativo de la población".

"Anuario de Comercio Exterior", ed. Instituto Nacional de Estadística (INE) Quito, 1972, 1973, 1974, 1975, 1976.

"Anuario de Comercio", ed. Gobernación Nariño, 1976.

"Memoria del Gerente General del Banco Central del Ecuador". ed. Banco Central. Quito, 1972, 1973, 1974, 1975, 1976, 1977.

"Anuario de Comercio Exterior", ed. Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, Bogotá, 1973, 1974, 1975, 1976, 1977, 1978.

"Revista del Banco de la República", ed. Banco de la República, Bogotá, enero a diciembre 1972, 1973, 1974, 1975, 1976, 1977.

"Bóetín Mensual de Estadísticas DANE" , ed. Departamento Administrativo de Estadística, DANE. Bogotá, 1972, 1973, 1974, 1975, 1976, 1977.

"Boletín Técnico No. 10" ed. PROEXPO, Bogotá 1978.

"Boletín de PROEXPO" ed. PROEXPO, Bogotá, 1978.

"Comercio Exterior de Colombia" Estadísticas INCOMEX, Bogotá 1976 (marzo)

"Comercio Exterior" Departamento de Publicaciones del Banco Nacional de Comercio Exterior de México. Abril, septiembre 1976, mayo 1975.

"Directorio Industrial" Proindustriales Ltda. Pasto, 1979.

"Directorio Empresarial de Colombia" Cámara de Comercio. Bogotá, 1978.

"Textiles y Confecciones" Suplemento del Diario El Tiempo, marzo 22, 1977.

"La teoría Económica del Desarrollo" ed. Everet Hagen, Mimeografiada U. del Valle. Lecturas Nos. 248, 249.

"Servicios de Transporte de Exportación al Grupo Andino" ed. Fondo de promoción de exportaciones, PROEXPO, Bogotá, 1978.

"METODOS PARA ELABORAR INFORMACION SOBRE MERCADOS EXTERNOS" UNTAD/GATT. ed. Naciones Unidas, Suiza 1970.

"ESTUDIOS DE LOS MERCADOS DE EXPORTACION DE PAISES EN VIAS DE DESARROLLO" Centro de Comercio Internacional del GATT, Ginebra 1967.

"MANUAL DE PROYECTOS DE DESARROLLO ECONOMICO" Naciones Unidas - ONU Bogotá, 1972.

"MERCADEO Y VENTAS" FRANCO Napoleón, Seminario realizado en la Cocha - Nariño, 1977.

"EL DESARROLLO ECONOMICO DEPARTAMENTAL 1960 - 1975. NARIÑO". Elaborado por INANDES, Bogotá, 1978.

Archivo del Ministerio de Industria, Comercio e Integración.

Informes facilitados por Ingeniero Luis Erguiza, para Pequeña Industria e Ingeniero Anibal Guerra, Gran Industria. Enero 1979.

APENDICES

Anexo No. 1

Participación de las exportaciones colombianas al Ecuador, como porcentaje del valor de las exportaciones colombianas al exterior. *

No. CIIU	Designación del Producto	
541.	Productos medicinales y farmacéuticos	62.2
672.	Lingotes y otras formas primarias (incluye los planos en blanco para láminas) del hierro o acero	59.7
634.	Aluminio	58.2
532.	Extractos para teñir y curtir materiales; taninos sintéticos	52.4
733.	Vehículos de carretera que no sean automotores	51.8
812.	Artículos sanitarios, accesorios y artefactos para sistemas de conducción de agua, de calefacción y de alumbrado	51.2
641.	Papel y cartón	50.2
678.	Tubería y sus accesorios de hierro o acero	48.4
276.	Otros minerales en bruto	46.4
719.	Otras máquinas y aparatos eléctricos	42.0
599.	Plaguicidas y pinturas, barnices y productos conexos	40.4
692.	Envases de metal para transporte y almacenamiento	38.2
666.	Artículos de alfarería	36.8
664.	Vidrio	35.8
821.	Materiales de cama	35.0

Anexo No. 1

Participación de las exportaciones colombianas al Ecuador, como porcentaje del valor de las exportaciones colombianas al exterior. *

No. CUCI	Designación del Producto	
541.	Productos medicinales y farmacéuticos	62.2
672.	Lingotes y otras formas primarias (incluso las piezas en blanco para tubos) del hierro o acero	59.7
684.	Aluminio	58.2
532.	Extractos para teñir y curtir materiales curtientes sintéticos	53.4
733.	Vehículos de carretera que no sean automotores	51.3
812.	Artículos sanitarios, accesorios y artefactos para sistemas de conducción de aguas, calefacción y alumbrado	51.2
641.	Papel y cartón	50.2
678.	Tubería y sus accesorios de hierro o acero	48.4
276.	Otros minerales en bruto	46.4
729.	Otras máquinas y aparatos eléctricos	42.0
533.	Pigmentos y pinturas, barnices y productos conexos	40.4
692.	Envases de metal para transportes y almacenamiento	38.2
666.	Artículos de alfarería	36.3
664.	Vidrio	35.8
621.	Materiales de caucho	33.0

BIBLIOGRAFIA

No. CUCI	Designación del Producto	
665.	Manufacturas de vidrio	31.6
711.	Maquinaria generadora de fuerza (excepto la eléctrica)	30.9
698.	Manufacturas de metales comunes. N.E.P.	29.1
661.	Cal, cemento y materiales minerales elaborados para construcciones, excepto vidrio y arcilla	28.6
691.	Piezas estructurales acabadas y estructuradas N.E.P.	27.9
734.	Aeronaves	27.8
682.	Cobre	27.6
531.	Materiales colorantes orgánicas sintéticas, índigo (natural y lacas colorantes)	27.1
695.	Herramientas de mano y para máquinas	22.5
732.	Vehículos automotores para carreteras	22.4
722.	Máquinas generadoras eléctricas y mecanismo para operar interruptores	21.9
718.	Máquinas para las industrias especiales	21.7
715.	Máquinas para trabajar metales	21.0
719.	Máquinas y aparatos (que no sean eléctricos) y piezas de máquina N.E.P.	18.0
841.	Vestuario (excepto el confeccionado de pieles)	1.0

Fuente : Alberto M. Zambrano "Factibilidad de exportación de Nariño al Ecuador. Cuadro No. 3, 1978.

* : Se refiere a 30 grupos que tienen mayor participación.

B I B L I O G R A F I A

"TEORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL" TORRES GAITAN Ricardo. ed. Siglo XXI. México, 1975.

"HACIA LA INTEGRACION ACELERADA DE AMERICA LATINA" Proposición a los Presidentes Latino Americanos José Antonio Mayobre, Felipe Herrera, Carlos Sanz de Santamaría, Raúl Prebich, ed. Fondo de Cultura. México, 1969.

"A.B.C. DE LA INTEGRACION LATINOAMERICANA" VALLEJO ARBELAEZ Joaquín. ed. Tercer Mundo - Bogotá.

"PROBLEMAS ECONOMICOS EXTERIORES DE LOS PAISES EN DESARROLLO" KRASNOV G. CHEJUTOV A. ed. Agencia de Prensa Novasti, Moseú, 1973.

"ECONOMIA POLITICA Y CAPITALISMO" DOBB Maurice. ed. Fondo de Cultura. México, 1974.

"SITUACION ECONOMICA, PRINCIPALES PROBLEMAS Y PERSPECTIVAS DE DESARROLLO DE COLOMBIA" Reunión del Grupo AD HOC de estudios por países de la CEPCIES sobre Colombia. ed. Banco Popular. Bogotá 1976.

"POLITICAS DE EMPLEO PARA AMERICA LATINA" PEREIRA Humberto. ed. Siglo XXI. Bogotá, 1978.

"LA MIGRACION RURAL URBANA, MANIFESTACION Y AGENTE DE UN PROCESO DE CAMBIO SOCIAL" CARDONA GUTIERREZ Ramiro, Bogotá 1978.

IMPORTACIONES DE "PRENDAS DE VESTIR" POR CAPITULOS DEL ARANCEL NABANDINO: 60 y 61

ECUADOR 1.972 - 1.976

ANEXO No 2

PARTIDA No	DESCRIPCION DEL CAPITULO	KILOS NETOS	VALOR S/CIF.	VALOR Us $ CIF.	KILOS NETOS	VALOR S/CIF.	VALOR Us $ CIF.	KILOS NETOS	VALOR S/CIF.	VALOR Us $ CIF.	KILOS NETOS	VALOR S/CIF.	VALOR Us $ CIF.	KILOS NETOS	VALOR S/CIF.	VALOR Us $ CIF.
			1.972			1.973			1.974			1.975			1.976	
	CAPITULO 60	39.832	2'586.412	103.408	95.779	5'614.692	224.650	361.019	21'460.684	858.426	181.222	5'447.775	617.923	137.267	18'117.962	724.718
60-01	TEJIDOS DE PUNTO NO ELASTICO Y SIN CAUCHUTAR EN PIEZA	2.170	46.480	1.859	30.504	5'062.039	202.472	334.954	19'930.783	797.231	2	150	6	130.613	16'980.178	679.608
60-02	GUANTES Y MIMBRES DE PUNTO Y SIMILARES SIN CAUCHUTAR.				N.d.	63	2	1	625	25	58	9.812	381	13	2.669	107
60-03	MEDIAS, ESCARPINES, CALCETINES, SALVAMEDIAS Y ARTICULOS ANALOGOS DE PUNTO NO ELASTICOS Y SIN CAUCHUTAR.	112	28.114	1.129	10	1.984	73	62	10.453	417	14	3.989	160	81	12.123	485
60-04	ROPA INTERIOR DE PUNTO, NO ELASTICO Y SIN CAUCHUTAR	* 509	65.595	2.221	16	3.693	146	65	5.029	201	3	196	8	51	2.225	89
60-05	PRENDAS DE VESTIR EXTERIORES, ACCESORIOS PARA LAS MISMAS Y OTROS ARTICULOS DE PUNTO NO ELASTICOS Y SIN CAUCHUTAR.	1.300	197.496	7.887	145	6.226	248	27	6.527	261	23.592	2'648.013	105.922	1.157	128.188	5.168
60-06	TELAS EN PIEZAS Y OTROS ARTICULOS (INCLUIDOS LAS RODILLERA Y LAS MEDIAS PARA VARICES DE PUNTO ELASTICAS Y DE PUNTO ACAUCHATADA.).	3.778	406.160	16.225	5.104	540.681	21.612	25.910	1'507.267	60.291				5.352	991.579	39.661
	CAPITULO 61	32.383	2'616.100	105.311	28.003	2'913.482	116.326	42.906	5'106.864	203.913	108.424	11'392.607	455.888	93.060	8'622.912	344.890
61-01	ROPA EXTERIOR PARA HOMBRES Y NIÑOS.	5.193	572.883	23.310	6.715	648.554	25.878	17.327	1'672.067	66.732	48.482	4'606.328	184.347	38.772	4'282.568	171.315
61-02	ROPA EXTERIOR PARA MUJERES Y NINAS PRIMERA INFANCIA.	8.733	750.387	29.941	6.091	549.401	21.903	N.d.	N.d.	N.d.	26.882	2'903.781	116.229	44.313	3'275.365	130.980
61-03	ROPA INTERIOR INCLUIDOS LOS CUELLOS, PECHERAS Y PUÑOS PARA HOMBRES Y NIÑOS	2.634	215.240	9.182	802	75.121	2.984	1.220	106.696	4.269	3.259	337.416	13.501	2.413	241.265	9.650
61-04	ROPA INTERIOR PARA MUJERES Y NIÑAS PRIMERA INFANCIA	1.770	173.384	6.913	13.406	121.043	4.821	1.875	171.081	6.840	8.499	624.432	20.990	5.280	515.118	29.603
61-05	PAÑUELOS DE BOLSILLO	5.059	554.043	22.150	11.908	1'240.229	49.603	7.207	1'382.472	55.302	17.846	2'308.634	92.341	1.148	133.311	5.333
61-06	MANTONES, CHALES, PANUELOS, BUFANDAS, MANTILLAS, TELAS, VELAS Y....	405	32.048	1.278	63	5.469	216	262	110.655	4.427	5.276	398.129	15.926	21	8.366	334
61-07	CORBATAS	253	79.618	3.181	303	131.968	5.271	414	188.200	7.529	363	165.694	6.627	88	18.576	743
61-08	CUELLO, GUARGUEROS, ADORNOS, PECHERAS, CHORRERAS, PUÑOS Y OTRAS GUARNICIONES SIMILARES PARA PRENDAS DE VESTIR Y ROPA INTERIOR FEM.	47	7.097	282	N.d.	N.d.	N.d	6	621	25	12	950	38	N.d.	N.d	N.d.
61-09	CORSES, CINTURILLAS, FAJAS, SOSTENES, TIRANTES, LIGAS, LIGUEROS Y ARTICULOS ANALOGOS DE TEJIDO DE PUNTO INCLUSO ELASTICOS.	978	216.013	8.627	589	136.125	5.435	762	187.421	7.497	596	91.053	3.641	315	75.631	3.025
61-10	GUANTES Y SIMILARES, MEDIAS Y CALCETINES QUE NO SEAN DE PUNTO	40	6.337	247	40	3.291	128	70	14.054	563	160	47.029	1.882	635	66.132	2.645
61-11	OTROS ACCESORIOS PARA PRENDAS DE VESTIR, SOBAQUERAS, HOMBRERAS, CINTURONES, MANGAS, PROTECTORES ETC.	34	5.050	200	18	2.281	90	79	4.384	175	69	9.159	366	75	6.550	262

* DATO INCOMPLETO

ANEXO No 3

		Crecimiento % del valor de las Importaciones del Ecuador.					% Promedio U.S. $	Participación en el total de las Importaciones					% Participac. Promedio	Crecimiento % de las Importaciones del Ecuador por Kgr. al año					% Promedio
		1.972	1.973	1.974	1.975	1.976	1.972-76	1.972	1.973	1.974	1.975	1.976	1.972-76	1.972	1.973	1.974	1.975	1.976	1.972-76
	CAPITULO 60																		
60.01	TELAS DE PUNTO NO ELASTICOS Y SIN CAUCHUTAR EN PIEZA	100%	10.891.44	42.884.93	33.239.53	36.557.72	24.734.72	0.89	59.39	75.04	52.35	63.53	50.24	100%	4.170.69	15.435.66	7.429.58	6.018.03	6.630.99
60.02	GUANTES Y MIMBRES DE PUNTO Y SIMILARES SIN CAUCHUTAR	N.IMPORTO							0.000.5	0.002	0.0007	0.01	0.003	N. D.					
60.03	MEDIAS, ESCARPINES, CALCETINES, SALVAMEDIAS Y ARTICULOS ANALOGOS																		
	DE PUNTO, NO ELASTICO Y SIN CAUCHUTAR	100	6.46	36.93	33.74	42.95	44.01	0.54	0.02	0.03	0.03	0.04	0.13	100	8.92	55.35	51.78	72.32	57.67
60.04	ROPA INTERIOR DE PUNTO NO ELASTICO Y SIN CAUCHUTAR	100	6.57	9.05	7.20	4.00	25.36	1.06	0.04	0.01	0.01	0.008	0.22	100	3.14	12.77	2.75	10.01	120.66
60.05	PRENDAS DE VESTIR EXTERIORES, ACCESORIOS PARA LAS MISMAS Y OTROS																		
	ARTICULOS DE PUNTO NO ELASTICO Y SIN CAUCHUTAR.	100	3.14	3.30	0.10	65.52	34.41	37.78	0.07	0.02	0.0006	0.43	0.85	100	11.15	2.07	0.23	89.	40.49
60.06	TELAS EN PIEZAS Y OTROS ARTICULOS (INCLUIDAS LAS RODILLERAS Y																		
	LAS MEDIAS PARA VARICES, DE PUNTO, ELASTICA Y DE PUNTO ACAUCHATADO.)	100	133.20	371.59	652.83	244.44	300.41	7.77	6.34	5.67	8.97	3.70	6.49	100	135.09	685.81	624.45	141.66	337.40
	TOTAL CAPITULO 60	100	217.15	830.13	700.52	700.83	509.76	49.54	65.87	80.8	61.37	67.75	65.06	100	243.51	917.87	407.07	348.99	416.08
	CAPITULO 61																		
61.01	ROPA EXTERIOR PARA HOMBRES Y NIÑOS.	100	111.00	286.28	790.84	734.94	404.61	11.16	7.59	6.28	15.61	16.01	11.33	100	129.30	333.66	933.60	746.62	448.63
61.02	ROPA EXTERIOR PARA MUJERES, NIÑAS PRIMERA INFANCIA	100	73.15		388.19	437.46	199.76	14.34	6.42		10.75	12.24	10.93	100	69.74		307.82	507.42	246.24
61.03	ROPA INTERIOR INCLUIDOS LOS CUELLOS, PECHERAS Y PUÑOS PARA HOMBRES																		
	Y NIÑOS	100	32.49	46.49	147.03	105.09	86.22	4.39	0.87	0.40	1.24	0.90	1.56	100	30.44	46.31	123.72	91.60	78.41
61.04	ROPA INTERIOR PARA MUJERES Y NIÑAS PRIMERA INFANCIA	100	69.73	98.94	303.63	298.03	174.06	3.31	1.41	0.64	1.94	1.92	1.84	100	757.40	105.93	310.67	298.30	314.46
61.05	PAÑUELOS DE BOLSILLO	100	223.94	249.67	416.89	24.07	202.91	10.61	14.55	5.20	8.54	0.49	7.87	100	235.38	142.45	352.75	22.69	170.65
61.06	MANTONES, CHALES, PAÑUELOS, BUFANDAS, MANTILLAS, VELAS Y ARMADORES	100	16.90	346.40	1246.16	26.13	347.12	0.61	0.06	0.41	1.47	0.03	0.51	100	15.55	64.69	1302.71	5.18	237.62
61.07	CORBATAS	100	165.70	136.68	208.33	23.35	146.81	1.52	1.54	0.70	0.61	0.06	0.88	100	119.76	163.63	143.47	34.78	112.22
61.08	CUELLOS, GUARGUEROS, ADORNOS, PECHERAS, CHORRERAS, Y OTRAS GUARNICIONES																		
	SIMILARES, PARA PRENDAS DE VESTIR Y ROPA INTERIOR.	100		8.86	13.47			1.13		0.002	0.003		1.13	100		10.63	25.53		
61.09	CORSES, CINTURILLAS, FAJAS, SOSTENES, TIRANTES, LIGAS, LIGUEROS Y ARTICULOS																		
	ANALOGOS DE TEJIDO O DE PUNTO INCLUSO ELASTICO.	100	62.99	86.90	42.20	35.06	65.43	4.13	1.59	0.70	0.33	0.28	6.80	100	60.22	77.91	60.94	32.20	66.25
61.10	GUANTES Y SIMILARES, MEDIAS, CALCETINES QUE NO SEAN DE PUNTO	100	51.82	227.93	761.94	1.070.85	442.51	0.11	0.03	0.05	0.17	0.24	0.40	100	100	175.00	400.00	1.587.50	472.5
61.11	OTROS ACCESORIOS CONFECCIONADOS PARA PRENDAS DE VESTIR, SOBAQUERAS,																		
	HOMBRERAS, CINTURONES, MANGAS, PROTECTORES, ETC..	100	45.00	87.50	183.00	131.00	109.30	0.09	0.02	0.01	0.03	0.02	0.15	100	52.94	232.35	202.94	220.58	161.76
	TOTAL CAPITULO 61	100	110.46	193.62	432.89	327.49	232.89	50.45	34.12	19.19	42.20	32.24	35.64	100	66.47	132.49	334.81	287.37	188.22
	TASA DE CRECIMIENTO ANUAL	0.11	1.57	1.76	- 0.007	PROMD. 3.37													

CIIU	RAZON SOCIAL	Beneficios Gen.	Beneficios Espec.	Ciudad	Dirección Calle Y N°	Teléfono	PRODUCTOS ELABORADOS
322	Prendas de Vestir excepto calzado			Carchi			
	Desechables Ecuatorianos Margate Medical Suply	x		Tulcán	Bolívar 104	--- ---	Sábanas y batas clínicas desechables
	Cooperativa de Producción y Marcadeo Artesanal, Confecciones Ecuador	x		Tulcán	Ayacucho 578	--- ---	Confecciones en general
	Confecciones Ritha	x		Tulcán	Tarqui y Colón (esquina) 2do. piso	--- ---	Sábanas bordadas tipo americano
	Confecciones Maritza	x		Tulcán	Chapues	--- ---	Sábanas, camisas de dormir, y sobrecamas
	Confecciones Marcita	x		Tulcán	Bolívar y Quito 73	--- ---	Sábanas toallas, cortinas ropa de niña
	Confecciones Miriam	x		Tulcán	Chapues	--- ---	Sábanas tipo americano
	Confecciones Olguita	x		Tulcán	Tarqui y Colón (esq)	--- ---	Sábanas tipo americano
	Confecciones Rosita	x		Tulcán	España 33	--- ---	Chompas, pantalones, sobrecamas
	Confecciones Yolanda	x		Tulcán	Olmedo y Quito s/n	--- ---	Cubrecamas y sábanas
	Confecciones Nareth	x		Tulcán	Bolívar s/n	--- ---	Confecciones en general
	Confecciones Araceelly	x		Tulcán	11 de noviembre 72	--- ---	Edredones, ropa de niño
	Confecciones Mariana	x		Tulcán	Olmedo y Quito s/n	--- ---	Sábanas tipo americano
	Taller de Modas Amanda	x		Tulcán	Manabí 175	--- ---	Confecciones en general
				Pichincha			
	Sastrería Sánchez	x		Quito	Sucre 251	513555	Ropa de hombre
	Divert	x		Quito	Maratón 242	218645	Vestidos en general
	Confecciones Record	x		Quito	Chile 1340	218216	Ropa de hombre en general
	Protector C. Ltda.	x		Quito	Santiago 129 y 10 de agosto	526080	Ropa de trabajo
	Industria Guantera Ecuatoriana	x		Quito	Chunchi 242 y Pujilí	267763	Guantes de cuero
	Industrial Folklórica Ecuatoriana	x		Quito	Indeterminada	--- ---	Guantes de cuero
	Super Spor C. Ltda	x		Quito	Wilson 541	523196	Fabricación de ropa en general

CIIU	RAZON SOCIAL	Beneficios		Dirección			PRODUCTOS ELABORADOS
		Gen.	Espec.	Ciudad	Calle y N°	Teléfono	
322				Pichincha			
	Confecciones Europa C. Ltda.	x		Quito	Avda. Amazonas 662 y R. Dávalos	523614	Pantalones, chompas camisas
	Confecciones Trial S. A.	x		Quito	10 de agosto y Carrión	544009	Ropa de hombre y mujer
	Moravia C. Ltda.	x		Quito	Aldana 110 y Avda. América	520556	Ropa de hombre y mujer
	El Angel	x		Quito	Iñaquito 2351 C. Jipijapa	245092	Prendas de vestir deportivas
	Larsen C. Ltda.	x		Quito	Tarqui 155 y 12 de octubre	234976	Prendas de vestir deportivas
	Fábrica Ecuatoriana de Confecciones C. Ltda. (FABEC)	x		Quito	Sucre 338 - 3er. piso	514039	Confecciones de ropa en general
	Dovix Ecuador C. Ltda.	x		Quito	Acuña 193 3er. piso	234589	Blusas de mujer
	Lassen Textil y Confecciones S. A. (TECOSA)	x		Quito	Ramón Borja 1645	249045	Camisas para hombre
	Industrias Lagarto C. Ltda.	x		Quito	Km. 3 Panam. Sur	269122	Ropa sport de trabajo
	Juvens C. Ltda.	x		Quito	Avda. Amazonas 335 y Jorge Washington	542894	Ropa en general
	Manufacturas el Guante	x		Quito	Valladolid 565	528037	Artículos de cuero y gamuza en general
	Confecciones López C. Ltda.	x		Quito	Guayaquil 1762	249519	Confecciones de ropa en general
	Confecciones Buffalo	x		Quito	Madrid y Toledo	244544	Confecciones de ropa en general
	La Garantía C. Ltda.	x		Quito	San Ignacio 335	543784	Prendas de vestir en general
	Learsi C. Ltda.		x	Quito	Av. 10 de agosto 4341	243111	Ropa interior de mujer y de baño

CIIU	RAZON SOCIAL	Beneficios Gen.	Beneficios Espec.	Dirección Ciudad	Dirección Calle y N°	Teléfono	PRODUCTOS ELABORADOS
322				Pichincha			
	Confecciones Nery	x		Quito	Ramón Navas 487 Necochea	--- ---	Confecciones en general
	Confecciones L'Enfant	x		Quito	Amazonas 873 y Veintimilla	239458	Confecciones en general
	Caravel C. Ltda.	x		Quito	Leonidas Plaza 194	527191	Confecciones en general
	Confecciones de la Sra. María Sánchez	x		Quito	Indeterminada	--- ---	Confecciones en general
	Derby C. Ltda.	x		Quito	Pje. Amador Grada 1	210109	Confecciones en general
	Confecciones Alazán C. Ltda.	x		Quito	Riofrío 204 y Salinas	547336	Confecciones en general
	Valeren		x	Quito	Diguja 600 y G. Centeno	241396	Bolsos de hilo bordado, gorras de baño, juegos de baño, impermeables plásticos para cunas
	Disetas California	x		Quito	Lara Manrique 145	248524	Confecciones, ropa de mujer
	Chiriboga Navarrete C. Ltda.	x		Quito	Av. Orellana 271 y Av. 12 de oct.	230066	Camisas para hombre
	Contex S. A.	x		Quito	Panamericana Norte Km. 6	532899	Camisas estilo arrow
	Fenestra C. Ltda.	x		Quito	Indeterminada	--- ---	Cortinas y sobrecamas
	Creaciones La Playa Olas Sport	x		Quito	Espejo 670 y Mentúfar.	518333	Ropa de baño en general
	Cotelar C. Ltda.	x		Quito	Av. 6 de diciembre 2147	544387	Confecciones, toallas, camisetas, blusas, sobrecamas
	Modas París	x		Quito	Urbanización Rumipamba C. Cuarta 315	--- ---	Confecciones en general
	Vanidades Creación Clásica	x		Quito	Iturralde 152 y Av. de la Prensa	243221	Confecciones en general

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA
DOCUMENTACION
PROCESOS TECNICOS

CIIU	RAZON SOCIAL	Beneficios Gen.	Beneficios Espec.	Dirección Ciudad	Dirección Calle y N°	Teléfono	PRODUCTOS ELABORADOS
322				Pichincha			
	Fábrica de Camisas Aso	x		Quito	Av. Orellana 1842 y 10 de agosto	234880	Camisas, Pijamas, ropa interior.
	Manufacturas Americanas C. Ltda.	x		Quito	Eduardo Batallas 167	239040	Camisas, Pijamas, trajes de baño, lencería en general
	Metamorfosis	x		Quito	18 de septiembre 260	540861	Camisetas en tela de punto
	Creaciones Vitelia	x		Quito	Villalengua 958	248478	Pantaloncitos de plástico de protección sanitaria para niños
	Cueros Industrializados S. A.	x		Quito	Juan León Mera 1266	239746	Guantes de cuero para uso industrial
	Fábrica Patex C. Ltda.	x		Quito	Pinzón 287	231381	Camisas, pijamas, calzoncillos, pañuelos, corbatas.
	Confecciones Albán (Taller)	x		Quito	Cuenca 1174	211198	Ropa para hombre
	Confecciones Italia	x		Quito	Diario El Tiempo 25	249553	Ropa para niños y adultos.
	Manufacturas Dos Mil Uno	x		Quito	Versalles 376 y Asunción	232070	Confecciones en general
	Creaciones Esparty C. Ltda.	x		Quito	Manuel Saenz 567 y Abelardo Moncayo	450935	Confecciones en general
	Fca. Westh S. A.	x		Quito	Km. 6 1/2 Norte Sector Carretas	--- ---	Confecciones en general
	Confecciones Linda C. Ltda.	x		Quito	Venezuela 541	--- ---	Confecciones en general
				Tungurahua			
	Confecciones Silvana	x		Ambato	Maldonado 902	--- ---	Prendas de vestir
	Camisería del Salto	x		Ambato	Mera 610	822560	Prendas de vestir
	Confecciones Lanvi	x		Ambato	Olmedo 240 y Maldonado	--- ---	Confecciones en general
	Confecciones La Unión	x		Ambato	Mascota	--- ---	Prendas de vestir
	Sastrería Freire	x		Ambato	Juan B. Vela 1232	821041	Prendas de vestir
	Confecciones Macará	x		Ambato	Av. Cevallos y Mera	--- ---	Prendas de vestir

CIIU	RAZON SOCIAL	Beneficios Gen.	Beneficios Espec.	Dirección Ciudad	Dirección Calle y N°	Dirección Teléfono	PRODUCTOS ELABORADOS
322							
	Fábrica de Confecciones Fabi-Fac	x		Tungurahua Ambato	Av. Cevallos y Abdón calderón s/n	822052	Prendas de vestir
	Artesanías de Cuero	x		Ambato	Av. Cevallos 0674	823132	Ropa de cuero
	Lencería Margarita	x		Ambato	Corazón s/n y Aya-	--- -	Prendas de vestir
	Compañía Industrial Nacional Ltda.	x		Ambato	Av. Cevallos y Abdón Calderón	820570	Cinturones, carteras, pantalones, chaquetas.
	Faluga Fashion	x	x	Chimborazo Riobamba	Vargas 23-54	-----	Ropa en general
	Tejidos y Colchones Orientes	x		Riobamba	10 de agosto 27-49	-----	Colchones y sacos de orlón
	Confecciones Charme	x	x	Riobamba	Larrea 14-34 y Boyacá	-----	Pantalones, vestidos, faldas
	Sombreros Capelo	x	x	Riobamba	Av. Los Incas y Chimborazo	--- --	Sombreros de pelo extranjero y fieltro nacional
	Confecciones Guadazala	x		Guamote	Gral. Barriga y Av. Suárez		Confecciones
	Industria Ecuatoriana de Valencia Hnos.	x		Cañar Azogues	Calle Serrano Parr. Bayas	40475	Camisetas
	Industrias San Martín	x		Azuay Cuenca	Tomás Ordóñez 1605	821809	Sombreros de paja toquilla
	Homero Ortega Peñafiel e Hijos C. Ltda.	x	x	Cuenca	Vega Muñoz 933	823429	Sombreros de paja toquilla
	Unión Artesanal de Manufacturas de Paja Toquilla C. Ltda.	x		Cuenca	Vargas Machuca 1399 y Pío-Bravo	824272	Sombreros de paja toquilla
	Fábrica de Sombreros de Francisco Moreno	x		Cuenca	Mariscal Lamar 332	823565	Sombreros de paja toquilla

CIIU	RAZON SOCIAL	Beneficios Gen.	Beneficios Espec.	Dirección Ciudad	Dirección Calle y N°	Teléfono	PRODUCTOS ELABORADOS
322				Azuay			
	Rafael Paredes Sempértegui C. Ltda.	x		Cuenca	Calle larga 1041	825452	Sombreros de paja toquilla
	Aurelio Ortega Peñafiel	x		Cuenca	Sangurima 618	823936	Sombreros de paja toquilla
	Procesadora de Sombreros de Paja Toquilla (Daniel Octavio Barrera V.)	x		Cuenca	Luis Cordero 721	827036	Sombreros de paja toquilla
	Fábrica de Sombreros de Ernest French C. Ltda.	x		Cuenca	Sangurima 432	827223	Sombreros de paja toquilla
	Gerardo Merchán Arce	x		Cuenca	Luis Cordero 1431	823039	Sombreros de paja toquilla
	Salvador Jara e Hijos C Ltda.	x		Cuenca	Padre Aguirre 958	822744	Sombreros de paja toquilla
	Confecciones María Clara C. Ltda.	x		Cuenca	Sucre 679 y Borrero	821593	Confecciones de ropa en general
	Corsetería Americana	x		Cuenca	Pío Bravo 3-72 y Estevez Toral	826156	Brassieres
	Pinocho C. Ltda.	x		Paute	Bolívar s/n	--- --	Camisas, camisetas y pijamas
	Industrial Exportadora de Sombreros Ecuatorianos C. Ltda.	x		Cuenca	Pío Bravo 571 y Hno. Miguel	823212	Sombreros de paja toquilla
	Juan Ugalde Nuñez (Del Arco)	x		Cuenca	Abraham Sarmiento 1370	822086	Sombreros de paja toquilla
	Manufacturas Rocitex	x		Cuenca	Manuel Vega 1029	828889	Confecciones en general
	Procesadora de Sombreros de de Paja Toquilla	x		Cuenca	Vargas Machuca 1259	826569	Sombreros de paja toquilla
	Procesadora y Exportadora de de Sombreros de Paja toquilla	x		Cuenca	Cacique Chaparro 706 Cdla. Alvarez	825032	Sombreros de paja toquilla
	C. A. Arcentales, Comercial Industrial "CACI"	x		Cuenca	Luis Cordero 1463	--- --	Sombreros
	Confecciones Maldonado	x		Cuenca	Hno. Miguel 1054	--- --	Confecciones

CIIU	RAZON SOCIAL	Beneficios		Dirección			PRODUCTOS ELABORADOS
		Gen.	Espec.	Ciudad	Calle y N°	Teléfono	
322				Loja			
	Ripaltex	x		Loja	Sucre y 10 de agosto	--- --	Ropa en general
	Confecciones Maldonado	x		Loja	Bolívar 1073	960017	Confecciones en general
	Vikingo	x		Loja	Ramón Pinto 999	--- --	Pantalones, blusas y otros vestidos
	Confecciones El Modelista	x		Loja	Rocafuerte 15-10	--- --	Confecciones en general
	Confecciones Alejandro Mora	x		Loja	Avda. Cuibamba y Gran Pasaje	--- --	Confecciones en general
				Manabí			
	Confecciones Yolanda	x		Portoviejo	América 813 y Avda. Manabí	651823	Confecciones
	Confecciones Caridad	x		Portoviejo	Km. 5 Vía Portov. Manta	--- --	Confecciones en general
	Alexandra Export Wear	x		Manta	Avda. La Cultura	610351	Confecciones
				El Oro			
	Confecciones Austral	x		Machala	9 de mayo y Sucre	--- --	Confecciones para hombres
	Nornabla	x		Machala	Pasaje 113 y el Cisne	921795	Camisas guayaberas
	Confecciones Santex	x		Machala	Rocafuerte y Napoleón Mera	--- --	Camisas y Pantalones
				Guayas			
	Fábrica Super Camisa C. Ltda.	x		Guayaquil	Clemente Ballén 632	510900	Camisas, pantalones y pijamas
	Industrial Shulk C. Ltda.	x		Guayaquil	Boyacá 1616 y Clemente Ballén	516512	Camisas, blusas y pijamas
	C. A. Manufacturera Industrial (CAMI)	x		Guayaquil	P. Solano 150 y B. Moreno	307271	Brassieres, calzoncitos plásticos para niños
	Confecciones Industriales Ropa Ecuatoriana C. Ltda. (CIRE)	x		Guayaquil	Aguirre 324 y Chile	510164	Camisas, pantalones y ternos de poliester
	Taylor's Chic C. Ltda.	x		Guayaquil	Escobedo 1516 y Clemente Ballén	512640	Prendas de vestir para hombre
	Industria Ecuatoriana de Confec. C. Ltda.	x		Guayaquil	Riobamba 403 y Alejo Lascano	305046	Confecciones de ropa para hombre

CIIU	RAZON SOCIAL	Beneficios Gen.	Beneficios Espec.	Dirección Ciudad	Dirección Calle y N°	Dirección Teléfono	PRODUCTOS ELABORADOS
322				Guayas			
	Industria de Tejidos Ecuatorianos Indutesa S. A.	x		Guayaquil	Luque 317 y Chimborazo	513138	Confecciones de ropa en general
	El Sueño C. Ltda.		x	Guayaquil	Km. 7 1/2 Vía Daule	-----	Colchones de lana de ceibo
	Miel Testiles C. Ltda.	x		Guayaquil	Colombia 2623 y Gallegos Lara	363558	Camisetas estampadas
	Confecciones y bordados	x		Guayaquil	Machala 1905	512290	Pañuelos, manteles y toldos bordados
	Creaciones Disneylandia	x		Guayaquil	Cdla. La Ronda Villa 15	342388	Vestidos para niños
	Industrias Corvic S. A.	x		Guayaquil	Huancavilca 519 y Casique Alvarez	402376	Confecciones de prendas de vestir para damas y niños
	Confecciones Majis C. Ltda.	x		Guayaquil	Calle 1era. 299 y Avda. Central	387259	Confecciones de prendas de vestir
	Cafapa C. Ltda.	x		Guayaquil	10 de agosto 730	513852	Confecciones
	Topis C. Ltda.	x		Guayaquil	Colón 806 y Tnt. Ledesma	363879	Camisetas estampadas para mujer y niños
	El Coche Rojo	x		Guayaquil	Cedros 306 y la Quinta	387419	Confecciones
	Serigráficas Textiles C. Ltda. Seritex	x		Guayaquil	Km. 6 1/1 Juan Tanca Marengo	350338 (r)	Confecciones y serigrafiado
	Creaciones Cecilia	x		Guayaquil	García Moreno 209 y Piedrahita	392267	Ropa para niños
	Confecciones Loyola	x		Guayaquil	Colón 830-832 y Lorenzo de Garaicoa	524389	Confecciones en general
	Corsetería Dreheer C. Ltda.	x		Guayaquil	Escobedo 1510 y Clemente Ballén	--- --	Prendas interiores y fajas elásticas
				Pastaza			
	Sastrería Wellington	x		El Puyo	9 de octubre 1387	--- --	Sacos, pantalones, camisas para hombre
	Sastrería Atlántida	x		El Puyo	Atahualpa 161	--- --	Camisas, pantalones

CIIU	RAZON SOCIAL	Beneficios Gen.	Beneficios Espec.	Dirección Ciudad	Dirección Calle y N°	Dirección Teléfono	PRODUCTOS ELABORADOS
322				Pastaza			
	Creaciones del Salto		x	El Puyo	Ceslao Marín s/n	--- --	Pantalones, chompas, camisas
				Zamora			
	Confecciones Deltha		x	Zamora	Pío Jaramillo Alvarado y Mosquera	--- --	Ropa sport para damas y caballeros

TABLA No. 1.- Indice de precios al consumidor de las Familias de Ingresos Bajos y Medios de la Ciudad de Quito, por Grupos mayores por años 1955- 1978 y por meses 1977 y 1978.

(Base: Precios promedios del año 1.965=100.0)

Años y Meses	Indice General	Alimentación y Bebidas	Vivienda	Indumentaria	Diversos
1.955	83.3	84.8	80.6	80.9	83.1
1.956	79.4	77.6	81.0	80.3	84.8
1.957	80.0	78.9	81.2	82.6	87.1
1.958	81.3	80.0	82.3	81.0	88.9
1.959	81.4	78.7	84.5	81.8	90.0
1.960	82.6	79.2	85.3	85.2	91.1
1.961	86.0	83.4	87.8	88.9	92.3
1.962	88.5	85.6	90.0	92.5	95.7
1.963	93.7	92.4	92.0	96.6	97.6
1.964	96.9	97.0	94.2	98.3	98.3
1.965	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1.966	104.1	106.5	102.0	101.2	102.4
1.967	108.1	114.0	105.7	102.9	106.4
1.968	112.7	118.7	108.1	105.6	111.8
1.969	119.9	130.5	109.7	110.9	115.8
1.970	126.0	134.8	115.7	121.3	122.1
1.971	136.6	143.6	127.7	134.9	132.2
1.972	147.4	159.5	134.9	143.5	138.0
1.973	166.5	191.8	139.6	154.8	150.9
1.974	205.4	253.9	160.5	188.5	164.2
1.975	236.9	301.2	178.5	221.9	175.5
1.976	262.2	329.9	198.4	250.3	196.3
1.977	296.4	381.5	223.6	276.3	210.5
1.978	330.9	420.7	254.8	301.5	246.6

TABLA No. 1.- Indice de precios al Consumidor de las Familias de Ingresos Bajos y Medios de la Ciudad de Guayaquil, Por Grupos Mayores, por años 1957 - 1978 y por Meses 1977 y 1978.

(Precios Promedios del año 1.967 = 100.0)

Años y Meses	Indice General	Alimentación y Bebidas	Vivienda	Indumentaria	Diversos
1.957	78.4	83.1	70.9	80.0	68.3
1.958	78.9	82.8	71.8	81.2	74.7
1.959	78.5	80.4	74.0	84.6	74.9
1.960	78.3	78.7	78.6	81.9	76.2
1.961	82.7	84.4	82.0	91.1	78.7
1.962	83.5	83.2	87.4	96.1	80.4
1.963	84.3	83.3	88.7	95.6	92.4
1.964	87.3	85.8	93.2	93.6	83.1
1.965	91.7	90.8	96.1	95.9	87.5
1.966	94.7	93.1	99.2	101.9	92.5
1.967	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1.968	102.1	103.6	101.8	100.3	99.5
1.969	106.9	110.7	103.9	107.8	100.1
1.970	112.9	114.2	112.5	119.1	106.8
1.971	124.0	123.5	125.5	125.3	118.1
1.972	133.2	135.2	134.0	144.8	120.8
1.973	148.7	156.1	143.5	163.6	127.6
1.974	181.7	203.0	157.8	197.1	146.4
1.975	206.1	232.1	182.5	226.5	155.5
1.976	226.3	254.2	202.6	249.4	169.0
1.977	256.2	290.6	225.5	287.0	186.3
1.978	291.9	332.5	252.8	319.3	217.2

Anexo No. 5
Tabla No. 1

Años y Meses		Indice General	Alimentación y Bebidas	Vivienda	Indumentaria	Diversos
1.977	Diciembre	310.9	401.3	232.1	287.9	222.7
1.978	Enero	315.6	405.1	242.0	290.2	226.5
	Febrero	316.9	404.6	245.6	293.0	227.6
	Marzo	321.8	413.0	247.0	296.0	230.7
	Abril	322.7	404.3	250.7	299.3	245.9
	Mayo	324.7	408.3	251.3	299.9	246.4
	Junio	329.3	416.1	255.7	300.6	248.1
	Julio	333.1	424.6	255.1	302.1	248.6
	Agosto	333.7	423.2	259.9	303.7	249.1
	Septiembre	339.2	431.2	261.0	304.8	256.9
	Octubre	340.0	430.5	261.9	307.3	258.9
	Noviembre	346.1	443.2	263.1	309.7	259.7
	Diciembre	347.4	443.7	265.7	311.3	261.0

FUENTE: Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad Estatal de Guayaquil.

TABLA No. 1.- Indice de precios al consumidor de las familias de Ingresos Bajos y Medios de la Ciudad de Cuenca, por grupos mayores, por años 1969 - 1978 y por meses 1977 y 1978.

Anexo No. 5

(Precios promedios de Agosto 1.969 - Julio 1.969 = 100,0)

Años y Meses		Indice General	Alimentación y Bebidas	Vivienda	Indumentaria	Diversos
1.977	Diciembre	272.6	307.6	239.0	304.5	204.3
1.978	Enero	279.0	318.7	241.0	305.7	206.2
	Febrero	283.0	324.1	243.9	306.0	209.3
	Marzo	286.2	328.5	245.6	310.3	210.5
	Abril	291.3	334.6	250.8	311.8	214.6
	Mayo	292.8	334.8	256.0	314.1	214.6
	Junio	294.3	338.4	251.1	315.9	218.1
	Julio	293.6	335.2	254.6	317.2	218.2
	Agosto	293.0	331.3	256.7	326.7	218.3
	Septiembre	295.4	335.9	253.4	330.5	221.2
	Octubre	295.9	333.4	258.3	330.6	224.2
	Noviembre	298.7	338.1	259.9	331.0	224.8
	Diciembre	299.3	337.2	262.0	331.9	227.4

FUENTE: Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad Estatal de Guayaquil.

FUENTE: Instituto de Investigaciones Regionales de la Universidad de Cuenca.

TABLA No. 1.- ***Indice de precios al consumidor de las familias de Ingresos Bajos y Medios de la Ciudad de Cuenca, por grupos mayores, por años 1969 - 1978 y por meses 1977 y 1978.***

(Precios promedios de Agosto 1.968 - Julio 1.969 = 100.0)

Años y Meses		Indice General	Alimentación y Bebidas	Vivienda	Indumentaria	Diversos
1.969		99.5	97.5	101.6	100.5	101.2
1.970		107.7	104.4	110.6	112.1	109.0
1.971		121.9	117.1	121.8	123.6	122.6
1.972		131.0	130.1	125.8	141.0	128.6
1.973		144.2	148.6	134.0	152.5	135.5
1.974		177.7	196.7	148.8	186.0	152.2
1.975		205.4	238.3	162.8	207.8	165.3
1.976		225.9	261.1	179.9	234.2	178.5
1.977		249.9	290.1	203.2	260.8	190.3
1.978		287.0	337.1	226.2	303.3	212.3
1.977	Diciembre	265.6	308.7	210.5	284.0	199.8
1.978	Enero	270.2	315.1	215.7	285.5	202.3
	Febrero	274.5	322.7	217.6	285.5	205.1
	Marzo	281.7	333.8	219.7	294.3	205.1
	Abril	283.7	338.9	219.8	294.3	205.1
	Mayo	282.7	335.8	221.1	294.3	206.11
	Junio	288.5	344.7	221.8	303.7	206.0
	Julio	286.4	334.7	230.9	303.8	210.6
	Agosto	288.7	338.9	231.7	303.8	211.8
	Septiembre	294.0	345.3	232.5	316.6	211.8
	Octubre	293.9	341.8	232.7	316.6	218.5
	Noviembre	300.0	348.3	234.7	316.6	232.4
	Diciembre	300.1	345.1	235.7	324.8	232.4

FUENTE: Instituto de Investigaciones Regionales de la Universidad de Cuenca.

ANEXO No. 6

Especificación de los Establecimientos de la muestra de acuerdo al: Tipo, Estrato socioeconómico, Razón social, Nombre del Propietario, Cantidad comprada por período de tiempo y Artículos

Tipo de Establecimiento	Estrato Socio económico	RAZON SOCIAL	Nombre del Propietario	Frecuencia de Compra	CANTIDAD COMPRADA POR ARTICULO											
					PANTALONES			CAMISAS			VESTIDOS			ROPA INTERIOR		
					Hombre	Mujer	Niño	Hombre	Mujer	Niño	Hombre	Mujer	Niño	Hombre	Mujer	Niño
		CUENCA														
Almacén	A	Casa Juan	Molesto Castelbana	1 mes	864	576	1.152	576	576	1.152	36	72	120			
S. Mercado	A	Supermercado El Globo	Bertha	3 meses			96			96			60			168
Almacén	C	Lan - Ren	Eduardo Andrade	1 año	12	8	16	8		16		12				
Almacén	C	- - - - -	Concepción Amendieta	3 meses			24			24			20			42
C. Cial.	A	Centro Comercial	Aida Borges	3 meses	72	48	96	48	48	96	16	12	20	120	204	168
Boutique	C	Nancy Ríos	Nancy Ríos	1 mes	30	20	40	20	20	40	16		20	120	204	168
Almacén	B	- - - - -	Lucrecia de Pezantes	3 meses	36	24	48	24	24	48				120	204	168
Almacén	A	La casa del Niño	Olga Castro de Puertas	3 meses			96			96			30			168
Almacén	B	El Padrino	Martha de Edele	1 mes		48	96		48	96		12	20		204	168
		AMBATO														
Almacén	A	Casa Patricia	Fernando Córdoba	1 mes	72	48		24	24		48	36		60	72	
Bazar	B	Liz Free	Irma Freire	6 meses	36	24	48	48	48	96	16	12	20	120	204	168
Almacén	C	Le Man's	Jaime Pérez	3 meses				96	96		24	18			204	
Almacén	A	Casa Mabell	Fanny de Burbano	2 meses	12	8	16				8	6	10	120	204	168
Almacén	A	Comerciante Luis Acosta	Blanca de Acosta	3 meses	144	96								240	408	
Almacén	A	Almacén Pazmiño	Ricardo Pazmiño	1 mes	24				16		16	12		40	68	
Almacén	C	Mundo Infantil	Guadalupe Pazmiño	3 meses			288			288			360			504

RIOBAMBA																		
Almacén	B	Favi-Fal	Piedad de Arellano	15 días		40			40			12			170		
Almacén	B	Almacén Popular	Cristóbal Ceballos	5 meses	216	144	288			152			30				336
Distrib.	A	Dist. Bilmore Lagarto Shirt	Rosevelt Tenamás	1 mes	864	576	1.152	576	576	1.152	388	216	360	1.440	2.448		
Almacén	B	Bazar Novedades Encanto	César Julio Salinas	1 mes	72	48	96	48			48			120	204	168	
Distrib.	A	Distribuidora Textil	Gonzalo Brito	1 mes	72	48	96	48		96				240	408		
PORTOVIEJO																		
Almacén	B	- - - - -	Carlos Alberto Oña	3 meses	60	40	80	40	40	80						168		
Bazar	B	Bazar Novedades Gloria	Gloria Zambrano de Hidalgo	2 meses			96	48		96				120	204			
Almacén	B	Camisería Alexander	Luis Lagarraga	3 meses	24	16	32	16	16	32	16	12	20	40	68	56		
Bazar	B	Bazar Dn. Wilson	Daniel Tenelema	3 meses	144	96	192	48		96				240	408	336		
Almacén	A	Camisería Hilton	Juan Palma	1 mes	36	24	48	24	24	48				60	102	84		
ESMERALDAS																		
Almacén	A	El Regalo	Mireya de Romero	1 mes			96		48	96		36	60			168		
Bazar	B	Micro Bazar	Piedad de Mojica	3 meses		12		12	12	24	24	18	30	30	51	42		
QUITO																		
Almacén	A	Hilton Shop	Enrique Salazar	1 mes	216			144			16			360				
Bazar	B	Zulay	Aida de Icaza	3 meses	18	12	24	12	12	24		18	30		51			
Bazar	B	Rosita	Eduardo Sánchez	1 mes	72	48	96	48				36						
Almacén	B	Super Store	Gloria Pérez Merino	1 mes	12	8	16	8	8			12						
Almacén	B	Confecciones Modernas	Luis Mejía	1 mes		48		48	48	96								
Almacén	A	ETATEX		1 mes	360	240	480	240	240	480	96	72	120	600		840		
Almacén	C	El Chico	Drs. Gerardo Anges	1 mes			48			48			60			84		

Anexo No. 6

Almacén	A	Almacén Americano	Juan Samper	2 meses	198	132	264	48	48	96	24	18	30	720	1.224	1.008
Almacén	B	El Modelo	Salgado Dávalos	2 meses	72		96	48		96	48		60	120		168
Almacén	B	El Duque	Eliodoro Vendosire	3 meses	72	48	96	48	48	96	48	36	60	120	204	168
Super. M.	A	Supermercado La Feria	Carlos Duque Yepez	2 meses	144		192	96	96	192	96		120			
Almacén	A	Le Chic Parisien Norte	Fanny de Chediack	2 meses	72		96	48		96	48		60	120		168
Almacén	A	Almacén El Gigante	Frncisco López	1 mes	144	96	192	96	96	192	96	72	120	240	408	336
Almacén	B	Almacén Malo Hnos.	Agustina Malo	1 mes	72	48	96									
Almacén	B	Almacén Eso	Emma Sánchez	6 meses			240		96	192			60		408	336
Boutique	B	Lor Ladie's	Gonzalo Vega	1 mes	72	48		48	48	192		48	36			
Almacén	B	Almacén Delgado	Carlos Delgado M	3 meses	144		192	96	96	192	96		120			
Boutique	C	Los Angeles	Luis Roldos	3 meses		24			24			18				84
Boutique	C	Almacén Cabrera	Eulogio Cabrera	3 meses	72		96							60		84
Almacén	B	Comisariato Fierro	Alejandro Fierro	3 meses	72			48		96						
Almacén	B	Modas Fath	Ernesto P. Recalde	2 meses	48	32	64	32	32	64	24	18	30	80	136	112
Almacén	B	Polita	Luis Echegaray	2 meses	48	32		32	32		8		10	80		11
Almacén	B	La Moda Al Día	Alberto Cavasos	3 meses	72		96	48		96				240	408	336
Boutique	C	Michoel'S	Vilma Elena Cisneros	6 meses	72	48		48	48		48	36		120	204	
Almacén	B	Escorial	Gustín Guerra	4 meses	72	48	96	48	48	96	48	36	60	120	204	168
Almacén	B	Almacén Central	Eugenio Valadez	1 año	72									120		168
Almacén	B	Casa Landia	Mercedes Sierra de T.	3 meses			80			80			20			140
Almacén	B	Casa Arav	Jaques Abraham Aravs	3 meses	36	24		24	24					100	170	
Almacén	B	Sabah	Aliacia Martínez	1 mes			24	24		16	12					
Almacén	C	Almacén Quira	Dora Castolblanco de C.	3 meses			96			96			60			168
Almacén	A	Adan	Domingo Chiriboga	3 meses	60	40	80	40		80				100	170	140
Almacén	C	Nuevo Almacén	Patricio Guerrero	3 meses	36		48	24		48				60		84
Almacén	C	Topo Gigio	Luis Villagran	1 año	60	40	80	40	40	80	24	18	30	100	170	140
Boutique	B	Brin	Luis Josco	1 mes		48	96		8	16		6	10		204	168
Almacén	B	Astor	Weiner Max	2 meses	60	40	80	40	40	80	16	12	20	100	170	140
Bazar	C	Telefunquen	Gerardo Barrera	3 meses	48	32	64	48	48	96	32	24	40	80	136	112
Bazar	C	Bazar Quito	Luis Enrique Sandoval	1 mes	48	32	64	48	48	96						
Almacén	B	Super Moda	Armando de los Ríos	3 meses	36		48	48		96	48			120		168
Almacén	C	Manola	Aida de Segovia	3 meses				24	24	48						
Boutique	C	Boutique Paris	Patricia de Rodriguez	3 meses		12			12			18			51	
Boutique	B	Chicos	Erlinda de Gómez	6 meses		48		48			24	18		120	204	168

ANEXO No. 6

Almacén	B	La Victoria	Esteban Merino	1 mes	72	48	96	48		96	48			120	204								
Almacén	C	Consuelito	Lauro Soria	3 meses			192		40	192			120			336							
Almacén	B	Campos	Euclides Pérez	15 días		40			96	96				240	170								
Almacén	A	Comercial Banda	Carlos Banda	3 meses					48				60			168							
Almacén	A	Bazar y Modas Alaska	Manuel Contag	2 meses	72	48	96	48															

GUAYAQUIL

Almacén	B	Modas Gina	Josefina Ureta	1 mes	72	48	96		48	96		18	30		204	168							
Almacén	A	Band'S	Alfredo Aldaz	1 mes	72	48	96	48	48	96	48			120	304	168							
Almacén	B	Sabacialtodo	Sociedad Sabu Cia Ltda	15 días	48	52	64	32	32	64				80	136	112							
Almacén	C	Camisería Luxor	Fedrico Bekmann	3 meses				24		48				120		168							
Almacén	B	Hungría	Graciela de Moreno	1 mes	72	48	96	48		96													
Almacén	B	La Feria	Juvenal Arteaga	2 meses				96		192													
Almacén	A	Importadora Washington	Orlando Alvarez	3 meses	144	96	192	96		192	8		10	240		336							
Almacén	C	Montecarlo	Lic. Carlos Sánchez	3 meses	36	24	48	24			48			60	72	84							
Almacén	C	Comercial Saltos	Lilia de Saltos	1 mes			24																
Almacén	C	Don Víctor	Víctor Córdoba	3 meses			24		48														
Almacén	C	Almacén Dominguez	Isacc Barrera	3 meses	72	48	96	96	96	192				120	204	168							
Almacén	B	Dist. Interprovinc.	Lascano López	3 meses	72	48		48	48		48	36											
Distrib.	B	Confecciones Kentown	José Bisnoy	3 meses	1728			576			1152												
Almacén	B	Felina	Boutique									18	30										
Boutique	B	Monabí Cia. Ltda.	Ivan Castro	1 mes	48		64	32		64				80		112							
Almacén	B	Depósito de Tejidos	Luis. F. Ponce	1 mes		48	96		48	96		18	30		204	168							
Almacén	B	Almacén Francés	María Estrada	1 mes	12	8	16	12	12	24	16			60	102	84							
Almacén	B	El Palacio	Alberto Castro	2 meses				48	48	96				120	204	168							
Almacén	B	Luis Calle	Luis Calle	3 meses	216	144	288	144		288			72	360	612	504							
Almacén	A	Almacén F. D. E.	Gerente Economista	2 meses	72	48	96	48	48	96				120	204	168							
Almacén	A		Camaño					24						120	204	168							
Almacén	C	Los Angeles	Jorge Zambrano	3 meses	72	8			24														
Almacén	B	Carmelina	Aliseo Pérez	3 meses	72	48	96	48	48	96	24	18	30										

exo No. 6

nacén	A	Luisella	Carlina Andrade	3 meses	144	96	192	144	144	128	96	72	120	240	408	336
tique	C	Katiana	Miguel Arguello	3 meses		12			20			18			102	
tique	B	Novedades **Velinda**	Violeta de Chan	2 meses		24			24			18			102	
nacén	A	Mister Leo	Leopoldo Pazmiño	1 mes	216	144	288							360		504
tique	B	Casa Linda	Mariela Hernández	3 meses			24			24			30			42
nacén	B	Casa Monetts	Mateo Vllagran	1 mes	48	32	64	32	32					80	136	112
nacén	A	El Sol	Luis Artegga	1 mes	72	48		48	48		48	36		120	204	
tique	B	Ventto	Julián Villafuerte	2 meses		48			48			36			204	
nacén	A	Comercial **Mendez**	Varcia Hernández	6 meses	144	96		48	48						204	
nacén	C	Italiano	Josefina Astaiza	3 meses	30	20	40							60	102	84
utique	B	Casa de **la Moda**	Alicia Edont	3 meses	144	96		96						240	408	
macén	A	Taylor's **Chick**	Alberto Cárdenas	3 meses	1440	960	1920	960	960		16	12	20		4080	
lmacén	B	Paola	Jerman Lua Aspiazu	3 meses					12	32		18	30			
lmacén	A	Regalía	Luis Coronel	1 mes			96	48		96			60	120	203	168
lmacén	A	San Lucas	Narciso Vega	2 meses	432	288	576	48	48	96	48	36	60	240	408	336
azar	B	Dorys Day	Ivan Saltos	1 mes	36	24		24	24					60	102	
Almacén	C	Jenny	Jenny de Bastidas	1 mes		24	48	24			48			60	102	84
Almacén	B	Cavaller	Carola A. Rosemena de l.	6 meses			16				16		20			84
Almacén	B	María Belén	Rocío Bolaños	3 meses			48		24	48			30			84
Bazar	B	Bazar Patricia	Manuel Gutierrez	3 meses			24			24			30			42
Almacén	B	Imán	Leonardo Flórez	1 mes	36	24	48	24			16			60	82	84
Bazar	C	Buns Bunny	Jorge Orellana	6 meses	30	20	40							30	51	42
Almacén	C	Barbarella	Alcidez Vizueta	3 meses		16			16			18			204	
Almacén	A	Sabala Cía	Graciaela de Zabala	6 meses		96			48			36			204	168
Almacén	A	Modas Estrada	Mireya Casanoba	1 mes	144	96	192	96	96					240	408	336
Bazar	C	Chuby	Armando Sanclemente	3 meses	36	24	48	48	96							
Boutique	B	Boutique Girl	Pazmiño Vera	3 meses		12			12			18			51	
Boutique	C	Ticky	José Veintimilla	3 meses	144	96	192	48						210	403	336
Almacén	A	Almac. Ecuatorianos S.A.	Gte. Carlos Moscoso	3 meses	36		48	48		96	48		60	120	204	168
Almacén	A	Zamora Cía. Ltda.	Julio E. MOreno	3 meses		192			192			72			816	
Almacén	B	La Casa Dorada	Roberto Ortega	4 meses	36	24	48	24	24	48		36		60	202	84
Bazar	A	Britz Sánchez	Florentino Britz	1 mes	864	576	1152									
Almacén	B	Aladino	Fco. Merino	1 mes	72	48	96	48	48	96				120	204	168
Boutique	C	El Rosedal	Graciela Rivadeneira	6 meses		12	32		12	24						51
Boutique	C	Le Petit Poriz	Jorge Dominguez	3 meses		24			24			18			102	
Almacén	**A**	**Casa Britz Cia. Ltda.**	**Gerente Jerman Briceño**	**1 mes**	**360**	**240**	**480**	**240**	**240**	**480**	**24**	**18**	**30**	**120**	**204**	**168**

exo No. 6

nacén	B	Juventud Elegante	Emeregildo Pazmiño	3 meses	144	96	192	98	98	192	24	18	30	120	204	168
rique	B	Florida Modas Center	Jacinto Bolaños	2 meses	60		80	40		80	24	18		100	170	140
nacén	A	Ley	Moises Salinas	2 meses	144	98	192	192	192	784	48	36		360	612	504
nacén	A	El Cisne	Etelvina Carlos	3 meses	144	96	192	144	144	288	48	36	60	480	816	672
tar	B	Camisería Fierro	Juan Fierro	3 meses	36	24	48	24						60	102	84
nacén	A	Depósito Hidalgo	José Hidalgo	1 mes	144	96	192	96	96		96			120	204	168
nacén	B	Almacén Ensueño	Tulio Ortega	3 meses	48	32	64	48	48	36				120	204	168
zar	A	Pasaje Central Cia. Ltda.	Lucio Romulo	1 semana	72	48	96							60	102	84

entes: encuestas a establecimientos comerciales Enero 1979

ANEXO N° 7

ESTUDIO DE MERCADO DE " PRENDAS DE VESTIR" (EXCEPTO CALZADO)

INFORMACION PARA FINES ESTADISTICOS

UNIVERSIDAD DE NARIÑO FACULTAD DE ECONOMIA

Región: _____ Ciudad: _____ Fecha _____

Establecimiento _____ Estrato Socio Económico _____

		Pantalones		Camisas		Vestidos		Ropa Interior	
		Marcas	Precio	Marcas	Precio	Marcas	Precio	Marca	Precio
Compra	Hombre								
	Mujer								
	Niño								
Frecuencia con que se ofrece al expendio	Mensual								
	Trimestral								
	Anual								
Existencias	Unidades								
	Docenas								
	Gruesas								
	Otro								
Compra	Mensual								
	Trimestral								
	Anual								
	Otros								
Publicidad	Interna								
	Externa								

Nombre del propietario: _____ **Nombre establecimiento** _____ **Dirección** _____

Encuestador _____

ANEXO N° 8

ESTUDIO DE MERCADO DE "PRENSA DE VESTIR" (Excepto Calzado)

INFORMACION PARA FINES ESTADISTICOS

UNIVERSIDAD DE NARIÑO FACULTAD DE ECONOMIA

Región _____ Fecha _____

Establecimiento _____ Ciudad _____ Extracto Socio económico _____

VENDE: Por Mayor _____ Compra: Interior _____ Paises a los- que compra: _____

Al Detal _____ Exterior _____ Fob _____ Cif _____

En que condiciones llega la mercancia del exterior: Buena _____ Regular _____ Malas _____

	COMPRAS EN EL EXTERIOR			COMPRAS EN EL INTERIOR		
Facilidades de Pago	Créditos CON Cuota Inic. Si ___ No ___	Porcentaje del crédito sobre el valor total % Plazo para pago: Excedente _____ Corto _____ Medio _____ Largo _____		Créditos Con Cuota Inic Si ___ No ___	Porcentaje del crédito sobre el valor total % Plazo para pago: Excedente _____ Corto _____ Medio _____ Largo _____	
	Créditos sin Cuota Inic. Si ___ No ___	Plazo de Pago: Mensual _____ Anual _____ Otro _____	De Pago: Mensual _____ Anual _____ Otros _____	Facil. Créditos Sin Cuo. Inic. Si ___ No ___	Plazo de Pago: Mensual _____ Anual _____ Otro _____	De Pago: Mensual _____ Anual _____ Otros _____
	Mercancía en consignación Si ___ No ___	Tiempo		Mercancía en Consigna. Si ___ No ___	Tiempo	
Formas DE Pago	Cartas de crédito _____ Cheques de plazas Ecuador _____ Otros _____			Formas Pago: Pagarets _____ Letras _____ Cheques _____ Otros _____		

Planes para ampliar negocio: Largo plazo _____ Medio _____ Corto _____

Observaciones:

Nombre propietario _____ Dirección _____

Nombre Establecimiento _____

Encuestador _____

T
338.47 Zambrano Ordieres, 17506
Z24 Alberto Napoleón
Ej.2 El mercado ecuatoriano de las prendas de vestir.....

	VENCE
NOMBRE Dolly Cárdenas J	
No. del Carnet 209	
NOMBRE Gloria Montilla.	
No. del Carnet 97716274 Cerón Harold.	
NOMBRE Dolly Cardenas	
No. del Carnet 209	
NOMBRE	
No. del Carnet	
NOMBRE	
No. del Carnet	
NOMBRE	
No. del Carnet	
NOMBRE	
No. del Carnet	

T
338.47
Z24
Ej.2.
17506