



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ECONOMÍA CON MENCIÓN EN GESTIÓN
EMPRESARIAL**

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN
EMPRESARIAL**

TEMA:

**“ELABORACIÓN DE UN MODELO ECONOMETRICO PARA
ESTIMAR LA DEMANDA DE VESTIMENTA IMPORTADA EN
LA CIUDAD DE MACHALA (UN ANÁLISIS DE DATOS DE
PANEL)”**

AUTORA:

MABELL DEL CISNE BENITES OVIEDO

DIRECTOR:

ECON. PATRICIA ALEXANDRA URIGUEN AGUIRRE

MACHALA - EL ORO – ECUADOR

2015

CESION DE DERECHO DE AUTOR

Yo, BENITES OVIEDO MABELL DEL CISNE, con C.I. 0704569433, estudiante de la carrera de ECONOMIA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL de la UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, en calidad de Autora del siguiente trabajo de titulación **"ELABORACIÓN DE UN MODELO ECONOMETRICO PARA ESTIMAR LA DEMANDA DE VESTIMENTA IMPORTADA EN LA CIUDAD DE MACHALA (UN ANALISIS DE DATOS DE PANEL)"**

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.
- Cedo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
 - a. Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribucion- NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), la Ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.
 - b. Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autor(a) la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o adaptación con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, 04 de Mayo del 2016



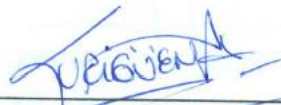
MABELL DEL CISNE BENITES OVIEDO
C.I. 0704569433

CERTIFICACIÓN

ECON. PATRICIA ALEXANDRA URIGUEN AGUIRRE PROFESORA DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA.

CERTIFICACIÓN:

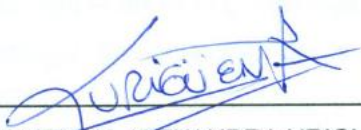
Que la egresada **Mabell del Cisne Benites Oviedo**, es autora de la presente tesis, titulada **“ELABORACIÓN DE UN MODELO ECONOMETRICO PARA ESTIMAR LA DEMANDA DE VESTIMENTA IMPORTADA EN LA CIUDAD DE MACHALA (UN ANÁLISIS DE DATOS DE PANEL)”** la misma que fue revisada y corregida minuciosamente bajo mi dirección, por lo que autorizo la impresión, reproducción y presentación a los tribunales correspondientes.



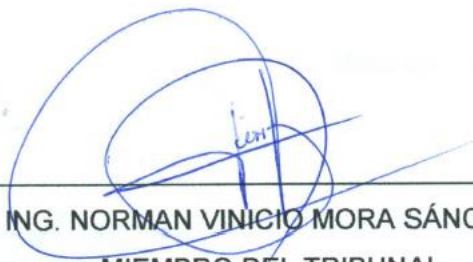
Econ. Patricia Alexandra Uriguen
DIRECTORA DE TESIS

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal del Trabajo de Titulación con el tema “**ELABORACIÓN DE UN MODELO ECONÓMICO PARA ESTIMAR LA DEMANDA DE VESTIMENTA IMPORTADA EN LA CIUDAD DE MACHALA (UN ANÁLISIS DE DATOS DE PANEL)**”, de la autoría de la Srta. Mabell del Cisne Benites Oviedo certifica que ha cumplido con las observaciones y recomendaciones hechas al mencionado trabajo de investigación.



ECON. PATRICIA ALEXANDRA URIGUEN AGUIRRE
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



ING. NORMAN VINICIO MORA SÁNCHEZ
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



ING. COM. ZAIDA PATRICIA MOROCHO ROMAN
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

BENITES OVIEDO MABELL DEL CISNE, autor de la presente Tesis de Grado, previo a la obtención del título de “ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL”, declaro que el tema “**ELABORACIÓN DE UN MODELO ECONOMÉTRICO PARA ESTIMAR LA DEMANDA DE VESTIMENTA IMPORTADA EN LA CIUDAD DE MACHALA (UN ANÁLISIS DE DATOS DE PANEL)**”, no ha sido presentado ni desarrollado anteriormente en la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA ni en ninguna otra institución educativa de nivel superior de la provincia de El Oro. Además, este tema se inscribe en las políticas y líneas de investigación declaradas por la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA y la SENESCYT.

Machala, 18 de Noviembre del 2015



MABELL DEL CISNE BENITES OVIEDO
C.I.: 070456943-3

AGRADECIMIENTO

Primordialmente, agradezco al Todo Poderoso que me ha permitido culminar la carrera y luego dejo constancia de mi gratitud a quien con mucha dedicación me contribuyo de manera efectiva en la elaboración de mi Proyecto: mi directora de tesis Econ. Patricia Uriguen. Para así realizar mí sueño más anhelado lograr terminar mis estudios profesionales.



MABELL DEL CISNE BENITES OVIEDO
C.I.: 070456943-3

DEDICATORIA

La realización de este trabajo de investigación está dedicado a mi DIOS porque está conmigo en cada momento guiándome, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, así mismo se la dedico con todo mi amor a mis padres quienes a lo largo de mi vida, han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo incondicional a cada momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me ha presentado, también se la dedico a una persona muy especial en mi vida ya que por él aprendí a ser fuerte, amar y sentir que tengo pro quien seguir mi hijo es la felicidad entera en mi vida. Es por ello que he podido ir avanzando y llegar a la meta realizando mis sueños.

Mabell del Cisne Benites Oviedo

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN.....	II
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	III
RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	V
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
RESUMEN.....	XIII
INTRODUCCIÓN	XV

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Tema:.....	17
1.1.1. Planteamiento del problema	17
1.1.2. Contextualización.....	18
1.1.3. Árbol del problema.....	19
1.2.1. Problema central.....	20
1.2.2. Causas.....	20
1.2.3. Efectos.....	20
1.3. Prognosis	20
1.4. Formulación del problema.....	21
1.4.1. Formulación del problema central.....	21
1.4.2. Formulación de los problemas complementarios.....	21
1.4.3. Preguntas directrices	21
1.4.4. Delimitación del campo de investigación	22
1.5. Justificación	22
1.6. Objetivos	26
1.6.1. Objetivo general.....	26
1.6.2. Objetivos específicos	26

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Marco teórico conceptual.....	27
2.1.1.	Importancia del comercio exterior en el ecuador	27
2.1.1.1.	Las exportaciones.....	28
2.1.1.2.	Las importaciones.....	30
2.1.2.	El sector textil ecuatoriano	32
2.1.2.1.	Descripción de los productos realizados por el sector	33
2.1.2.2.	Ubicación geográfica del sector en el ecuador	34
2.1.2.2.	Organizaciones gremiales del sector	34
2.1.3.	Las importaciones de textiles.....	35
2.2.	Modelo econométrico.....	36
2.2.1	Datos de panel.....	36
2.2.1.1.	¿Por qué datos de panel?.....	38
2.2.1.2.	Definiciones en torno a los modelos de datos de panel.....	39
2.2.1.3.	Que justifica el interés por los datos de panel.....	40
2.2.2.	Teoría de la demanda.....	40
2.2.2.1.	Función de la demanda.....	41
2.2.2.2.	El consumidor como referente del pronóstico de la demanda .	42
2.3.	Marco teórico contextual.....	43
2.2.1.	Consumo de vestimenta	43
2.4.	Categorías fundamentales	45
2.5.	Hipótesis	46
2.5.1.	Hipótesis central.....	46
2.5.2.	Hipótesis particulares.....	46
2.6.	Variables e indicadores.....	46

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1.	Enfoque.....	47
3.2.	Modalidad básica de la investigación.....	47
3.3.	Nivel o tipo de investigación.....	48

3.4.	Unidades de investigación.	48
3.4.1.	Universo y muestra	49
3.5.	Operacionalización de las variables.....	51
3.6.	Plan de recolección de la información.....	51

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1.	Análisis de las encuestas realizadas a la población de la ciudad de machala.	55
4.1.2.	Adquiere ud. Ropa importada	56
4.1.3.	¿Cuáles son los atributos que busca al adquirir ropa?	57
4.1.4.	¿Por qué considera que las personas prefieren adquirir en algunas ocasiones ropa importada?	58
4.1.5.	¿Qué opinión tiene de la industria textil ecuatoriana?.....	59
4.1.6.	¿Considera usted que los impuestos y aranceles encarecen la ropa importada?.....	60
4.1.7.	¿Considera usted que este aumento en los precios, se debe también al incremento arbitrario de los precios por parte de los comerciantes?.....	61
4.1.8.	¿De qué país proviene la mayoría de ropa importada que ud. Adquiere?	62
4.1.9.	¿Considera como elemento importante al adquirir vestimenta la marca del producto?	63
4.2.	Análisis de las encuestas realizadas a los comerciantes de vestimenta de la ciudad de machala.....	64
4.2.1.	Género	64
4.2.2.	¿En su local comercia con vestimenta importada?.....	65
4.2.3.	¿Cómo adquiere la vestimenta importada que ud. Comercia? .	66
4.2.4.	¿Posee los datos de ventas de ropa importada de los tres últimos años?	67
4.2.5.	¿Posee los datos de venta de vestimenta nacional de los últimos tres años?	68

4.2.6.	¿Posee los datos de pagos de impuestos y aranceles por concepto de importación de prendas de vestir de los últimos tres años?	69
4.2.7.	¿Qué procedencia tiene la ropa importada que usted comercia?	70
4.3.	Interpretación de las encuestas realizadas	71
4.3.1.	Interpretación de las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de machala.	71
4.4.	Comprobación de hipótesis.	72
4.5.	Conclusiones y recomendaciones	73
4.5.1.	Conclusiones	73
4.5.2.	Recomendaciones	74

CAPITULO V

ANÁLISIS ECONOMÉTRICO

5.1.	Introducción	75
5.2.	El comercio de vestimenta en el cantón machala	76
5.3.	Modelo econométrico de la demanda de vestimenta importada en la ciudad de machala	77
5.3.1.	Función de demanda	78
5.3.1.1.	Determinantes de la demanda	78
5.3.2.	Estructura de los datos	79
5.3.3.	Variables que intervienen en la estimación de la demanda de vestimenta importada en la ciudad de machala.	80
5.4.	Estimación y discusión de los resultados.	82
5.4.1.	Test de normalidad	88
5.4.2.	Test estadístico sobre los coeficientes.	90
5.5.2.	Recomendaciones	94

BIBLIOGRAFÍA	95
--------------	----

ANEXOS	97
--------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Exportaciones del ecuador	28
Tabla 2. Productos elaborados por el sector textil ecuatoriano	33
Tabla 3. Género.....	55
Tabla 4. Adquisición de ropa importada	56
Tabla 5. Atributos de la ropa	57
Tabla 6. Preferencias de ropa importada	58
Tabla 7. Industria textil ecuatoriana	59
Tabla 8. Impuestos y aranceles.....	60
Tabla 9. Aumento de los precios	61
Tabla 10. País de procedencia de la ropa adquirida	62
Tabla 11. Marca.....	63
Tabla 12. Genero.....	64
Tabla 13. Comercio de vestimenta importada	65
Tabla 14. Adquisición de vestimenta importada para comerciar	66
Tabla 15. Datos de vestimenta de ropa importada	67
Tabla 16. Datos de ventas de vestimenta nacional	68
Tabla 17. Pagos de impuestos y aranceles.....	69
Tabla 18. Procedencia de la mercadería.....	70
Tabla 19. Tabla de datos	82
Tabla 20. Ecuación de regresión	85
Tabla 21. Test de variables redundantes (vrn)	91
Tabla 22. Test de variables redundantes (imp)	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género.....	55
Gráfico 2. Adquisición de ropa importada	56
Gráfico 3. Atributos de la ropa	57
Gráfico 4. Preferencias de ropa importada	58
Gráfico 5. Industria textil ecuatoriana	59
Gráfico 6. Impuestos y aranceles	60
Gráfico 7. Aumento de los precios	61
Gráfico 8. País de procedencia de la ropa adquirida	62
Gráfico 9. Marca	63
Gráfico 10. Género.....	64
Gráfico 11. Comercio de vestimenta importada	65
Gráfico 12. Adquisición de vestimenta importada.....	66
Gráfico 13. Datos de vestimenta de ropa importada.....	67
Gráfico 14. Datos de ventas de vestimenta nacional	68
Gráfico 15. Pago de impuestos y aranceles	69
Gráfico 16. Procedencia de la mercadería.....	70
Gráfico 17. Autocorrelación	87
Gráfico 18. Histograma	89
Gráfico 19. Quantile - quantile	90

RESUMEN

La elaboración de un análisis econométrico de la demanda de vestimenta importada, pretende evidenciar de forma estadística el consumo y el comportamiento de las personas ante este producto.

La información econométrica puede llegar a constituirse en una herramienta de gran utilidad para llegar a conocer los fenómenos de tipo económico y social tanto en su dimensión como en estructura, comportamiento y relaciones con las diferentes variables. Por lo tanto su utilización permite llevar a cabo la elaboración de diagnósticos, la fundamentación de estudios e investigaciones, la formulación, instrumentación y control de planes y programas, así como la evaluación de los resultados.

El Proyecto de Tesis está conformado por seis capítulos, estructurados de la siguiente manera:

El capítulo I lo compone el tema de investigación, el planteamiento del problema, la formulación del problema, las respectivas preguntas directrices a partir de las variables a investigar, los objetivos tanto generales como específicos.

El capítulo II se desarrolla el marco teórico contenido por los antecedentes de la investigación, las teorías que lo sustentan y el marco legal por el que se encuentra regida. Se realiza la formulación de la hipótesis, se determinan las variables dependientes e independientes y se efectúa la operacionalización de las variables.

El capítulo III está conformado por el marco metodológico, diseño de la investigación, tipo de investigación, población y muestra, recolección y procesamiento de datos, análisis y validez de la información.

El capítulo IV se realiza el análisis y la interpretación de resultados.

El capítulo V se realiza las debidas conclusiones y recomendaciones.

El capítulo VI describe el modelo econométrico realizado con sus respectivas conclusiones y recomendaciones

Al final del informe se encontraran las respectivas referencias bibliográficas y anexos de la investigación.

INTRODUCCIÓN

El Comercio Exterior es parte fundamental en la economía de los países, además de que permite la consolidación de relaciones comerciales óptimas a nivel mundial. Con respecto a los países en desarrollo el Comercio Internacional se caracteriza por exportaciones de bienes mayoritariamente primarios los cuales son intensivos en recursos naturales y mano de obra poco o nada calificada. Por el contrario, sus importaciones están compuestas principalmente de productos terminados, los cuales son intensivos en capital físico, en capital humano y con altos niveles de tecnología.

El Ecuador experimenta ventajas comparativas en recursos naturales, algunos de los cuales lamentablemente no son renovables, existe fuerza de trabajo poco calificada, con un modelo económico basado en exportaciones primarias basado principalmente en actividades agrarias y mineras, las cuales incipientemente están aportando valor agregado a un número limitado de sus productos.

Con respecto a las importaciones, a partir de la adopción del dólar como moneda, se han incrementado el volumen de importaciones llevando una gran ventaja con respecto a las exportaciones. Este comportamiento afecta a la economía ecuatoriana, ya que gran parte de los productos que son importados no son destinados a la inversión en bienes de capital, insumos o materias primas que sean herramientas para fortalecer los procesos productivos de la industria ecuatoriana, sino por el contrario son destinados al consumo final llegando a ser competencia directa de los productos fabricados dentro del país.

Este hecho no escapa de la industria textil ecuatoriana, la cual aún opera de forma tradicional, su cadena de producción comprende la hilatura, continuando con la tejeduría y los acabados, terminando el proceso con la

confección de vestimenta. Muchos de los fabricantes de vestimenta ecuatorianos consideran que viven en constante competencia desleal, principalmente por la falta de acuerdos internacionales que faciliten las exportaciones mientras que en el mercado, los consumidores se encuentran con todo tipo de vestimenta especialmente aquellas importadas de China debido a sus bajos costos.

Esta realidad se vive en el cantón Machala, ciudad de intenso movimiento comercial y bancario, perteneciendo a una provincia fronteriza es común que sus habitantes vivan del comercio de sin número de artículos entre los cuales se encuentra la vestimenta, en el mercado es posible encontrar prendas de vestir procedentes de Perú, Colombia, China entre otros países que hacen gran competencia a la producción nacional.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Tema:

“ELABORACIÓN DE UN MODELO ECONOMETRICO PARA ESTIMAR LA DEMANDA DE VESTIMENTA IMPORTADA EN LA CIUDAD DE MACHALA (UN ANÁLISIS DE DATOS DE PANEL)”

1.1.1. Planteamiento del problema

El sector de la confección de vestimenta en el Ecuador ha venido teniendo una evolución lenta, la actividad aún se la realiza de forma artesanal sobre todo en la Sierra ecuatoriana, en donde el porcentaje de participación de esta provincia en el sector corresponde al 52.2%; le sigue Guayas con el 30.6% de participación, del resto de provincias sobresalen Azuay (8.1%), Tungurahua (4.0%), Imbabura (3.3%), Cotopaxi (0.6%), Chimborazo (0.4%), El Oro (0.4%) y Manabí (0.4%). Debido a que las actividades productivas la desarrollan fundamentalmente pequeñas y medianas empresas que se caracterizan fundamentalmente por tener una estructura cerrada y de carácter familiar (1).

Son muchos los problemas a los que se enfrenta este sector, especialmente con respecto al área administrativa y financiera, como consecuencia de la poca cultura organizacional en técnicas de producción, mercadeo, seguridad industrial, control de calidad, etc., estos factores impiden que las empresas alcancen competitividad.

La falta de competitividad de la industria textil ecuatoriana, especialmente a aquella que se encarga de la confección de vestimentas, se ha visto grandemente afectada por la importación masiva de vestimenta, donde en

muchos de los casos es conseguida a precios inferiores a los costos de producción, provocando una disminución en las ventas de las prendas fabricadas por manos ecuatorianas y un repunte en la venta de prendas importadas.

Lamentablemente no todas las prendas importadas han cumplido a cabalidad el proceso de importación, siendo muchas veces ofertada ropa que entro a nuestro país por contrabando, perjudicando en gran medida a la economía de nuestro país.

1.1.2. Contextualización

En la actualidad la industria de la confección en el Ecuador, se encuentra atravesando algunas dificultades especialmente por la competencia ilegal y desleal de las prendas importadas a bajos costos, por el contrabando de prendas de vestir, y especialmente porque hasta hace algunos años había escaso apoyo a la industria nacional, lo que ocasiono un retraso con respecto a los otros países que han sabido sacar adelante su industria textil.

En la actualidad el gobierno ecuatoriano promueve el consumo de la producción nacional, especialmente con la campaña que incentiva a consumir lo nuestro. Esta medida si bien ha ayudado al repunte de la producción nacional, aun en ciudades como Machala no existen estudios económicos ni estadísticos que respalden este supuesto.

Ante lo cual uno de los aspectos fundamentales, teniendo como antecedente del gran movimiento comercial que se vive en la ciudad de Machala, es el de precisar la demanda de ropa importada que tienen los habitantes del cantón, con el objetivo de determinar la incidencia de esta demanda sobre la producción nacional.

1.1.3. Árbol del problema



1.2. Análisis crítico

1.2.1. Problema central

Inexistencia de un análisis econométrico para estimar la demanda de vestimenta importada en el cantón Machala.

1.2.2. Causas

- Se desconoce la preferencia de los consumidores sobre vestimenta.
- Se desconoce el aporte que tienen para ingresos tributarios.
- No hay profundidad en estudio de preferencias de los consumidores.
- No se conoce sobre necesidades de atención de cliente.
- No se conoce el nivel de ingreso de los consumidores.

1.2.3. Efectos

- Que se adquiera vestimenta que no se va a vender.
- No se analice que impacto en la tributación.
- Malas percepciones del mercado.
- Falta de comunicación entre clientes y vendedores.
- Bajas ventas.

1.3. Prognosis

Una vez establecido el problema de investigación y de no llegarse a dar una solución a este, en el cantón Machala se seguirá sin conocer información acerca del comportamiento de la demanda de vestimenta importada. Además que uno de los objetivos principales del presente

análisis es el de conocer la incidencia que tiene este consumo sobre la producción nacional.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Formulación del problema central

¿A qué se debe la inexistencia de un análisis econométrico para estimar la demanda de vestimenta importada en el cantón Machala?

1.4.2. Formulación de los problemas complementarios

¿Cuál es la razón por la que exista gran oferta de vestimenta importada en el cantón Machala?

¿Cuáles son los factores que influyen en el consumo de vestimenta importada?

¿Cuál es la razón por la que existe una gran variación de precios entre la vestimenta importada y la de producción nacional?

1.4.3. Preguntas directrices

¿Qué ocasiona la inexistencia de un análisis econométrico para estimar la demanda de vestimenta importada en el cantón Machala?

¿Cuáles son los principales factores que inciden en la demanda de vestimenta importada en el cantón Machala?

¿Qué factores influyen en el consumo de vestimenta por parte de los habitantes del cantón Machala?

¿Cómo inciden los gastos de importación en el precio final de la vestimenta importada?

¿Cuáles son los principales problemas a los que se enfrenta el sector textil de las confecciones en el cantón Machala?

¿Qué modelo econométrico es conveniente implementar para estimar la demanda de vestimenta importada en el cantón Machala?

1.4.4. Delimitación del campo de investigación

CAMPO: Economía

ÁREA: Econometría

TEMA: Elaboración de un modelo econométrico para estimar la demanda de vestimenta importada en la ciudad de Machala (un análisis de datos de panel)

ASPECTOS: Determinantes de oferta y demanda

ESPACIAL: Ciudad de Machala, Provincia de El Oro

TEMPORAL: 2014

1.5. Justificación

La economía mundial se encuentra dinamizada gracias al comercio internacional, cuyo principal facilitador es la globalización y el libre comercio, pero hay reconocer que esta liberalización en cuanto al intercambio de productos no resultan del todo beneficiosas en la forma que son aplicados, debido a que factores como las condiciones

geopolíticas, sociales y económicas no son similares en los distintos países.

El comercio ecuatoriano, pese a ciertos cambios cualitativos y cuantitativos, no ha podido adquirir autonomía y desarrollo, y modificar su antigua estructura. Ecuador sigue dependiendo de tres productos primarios: petróleo, banano y camarón, cuyo valor agregado es bastante limitado, además de que su comercio está sujeto a la voluntad de los monopolios y políticas comerciales externas. Cualquier cambio en la demanda de estos productos puede implicar graves desequilibrios económicos.

Pero a pesar de la importancia de los sectores ya mencionados, importante relevancia ha venido obteniendo la industria textil y de confecciones en el Ecuador, la cual elabora productos provenientes de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda. Donde se ha venido ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose es una de las actividades más importantes, generando empleo a más de 46,240 artesanos del país y ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero seguido de los alimentos, bebidas y trabajo en generación de empleo directo. (2).

A pesar de la importancia que tiene dentro de la economía ecuatoriana el sector, en los últimos años este se ha visto amenazado por la importación de innumerables productos que compiten en costos con los producidos dentro del territorio nacional.

A nivel mundial, la imposición de aranceles a productos importados se ha convertido en unas de las medidas más comunes usadas por países con regímenes socialistas. Estas medidas tienen como objetivo “proteger” la industria nacional. (3)

Por otro lado, al igual que las grandes empresas, las pequeñas y medianas se encuentran en un mundo competitivo debido al incremento en la oferta de productos. Por lo que los consumidores hoy en día se han tornado más exigentes para satisfacer sus necesidades, mediante la búsqueda de productos con características muy específicas. Es por ello que el reto de las empresas es conocer y satisfacer estas necesidades de forma única, buscando posiciones competitivas difícilmente igualables.

Para crear diferenciación las empresas necesitan identificar las necesidades de su mercado meta, así como la mejor forma de satisfacerlas; esto mediante planes de mercadotecnia generados por el trabajo integrado de las diferentes áreas de la organización - financiero, humano, tecnológico-. Además de la identificación de necesidades, el plan debe encaminar el rumbo de las actividades diarias de la organización con una mejor estructura organizacional para optimizar los recursos.

En Ecuador un gran porcentaje de la vestimenta que se distribuye es importada. Según estimaciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo cerca del 60 por ciento del consumo nacional proviene de afuera. La mercadería llega desde China, Korea, Panamá, EE.UU, Chile y Brasil. Sin embargo, dadas las actuales medidas de gobierno sobre todo en materia de aranceles, las ventas de este tipo de vestimenta han disminuido considerablemente.

Existe una gran oferta de ropa importada que compite deslealmente con la producción nacional, lo cual puede afectar seriamente la economía del cantón. Esta situación revela un problema que merece ser analizado mediante una investigación profunda y que debe finalizar con el planteamiento de una solución definitiva al problema por lo que propongo el siguiente tema de tesis: **“ELABORACIÓN DE UN MODELO**

ECONOMÉTRICO PARA ESTIMAR LA DEMANDA DE VESTIMENTA IMPORTADA EN LA CIUDAD DE MACHALA (UN ANÁLISIS DE DATOS DE PANEL)” el cual desde el punto de vista reúne todas las condicionantes que demanda un estudio de las características y magnitud de una Tesis de Grado y que a la par constituye una solución al problema antes descrito.

La tesis planteada se orienta al hecho de averiguar y comprobar a través de un modelo econométrico de tipo panel de datos, la función de demanda de vestimenta importada para las principales empresas del cantón.

En aproximaciones preliminares al objeto de estudio no se evidencia la existencia de información teórica referencial, producto de investigaciones anteriores, existiendo insuficiencia teórica al respecto, este vacío pretendo cubrirlo con mi trabajo.

Si bien es cierto que el presente trabajo de investigación evidencia interés de la proponente ya que su realización permitirá optar el título de Economista con mención en Gestión Empresarial sin embargo su trascendencia rebasa el interés personal y se convierte en una necesidad y aspiración institucional y ciudadana, en la medida que este tipo de estudio se inscribe en el marco de las propuestas prioritaria de investigación que requiere la Ciudad de Machala y la Provincia en perspectiva de alcanzar el desarrollo. Además el tema escogido forma parte las líneas de investigación que impulsa la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala en su propósito de contribuir al desarrollo integral de la provincia.

Como estudiante de la Universidad de Machala obtengo todas las herramientas básicas y profesionales de investigación para llevar a cabo el desarrollo del proyecto, a la vez cuento con la debida orientación de

excelentes docentes que me capacitan con, las fuentes bibliográficas, la selección de archivos y otras herramientas necesarias que aportaran al desarrollo de la investigación y los sucesos más importantes.

En virtud de las argumentaciones expuestas, el tema propuesto de solicitada comedidamente a las Autoridades de la Facultad de Ciencias Empresariales y a los miembros de la comisión calificadora la aprobación del presente proyecto de investigación.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

Determinar la existencia de un análisis econométrico que permita conocer la demanda de vestimenta importada en la ciudad de Machala.

1.6.2. Objetivos específicos

Determinar las razones por las que exista gran oferta de vestimenta importada en la ciudad de Machala.

Analizar cuáles son los factores que influyen en el consumo de vestimenta importada.

Indagar las razones por las que existe variación de precios entre la vestimenta importada y la producida por el sector manufacturero ecuatoriano.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco teórico conceptual

2.1.1. Importancia del comercio exterior en el Ecuador

Las actividades comerciales han estado, a lo largo de los siglos, estrechamente vinculada a las actividades humanas, principalmente como una forma de satisfacer sus necesidades. El comercio exterior de un país representa un importante sector de su actividad, responde a los intereses nacionales del Estado, que en manos de sus gobiernos modulan su inserción con los principios del comercio multilateral o internacional. (4).

Por lo tanto se define al comercio exterior como el comercio de exportación e importación de bienes de un país con otros países. El desarrollo del comercio exterior se halla condicionado por las desproporciones que constantemente surgen en determinadas ramas, por el aumento de la producción de mercancías más allá de los límites, relativamente estrechos, del mercado interior.

Los temas relacionados con el comercio internacional han llegado a convertirse en motivo de múltiples estudios y concepciones teóricas, desde el inicio del intercambio de bienes y servicios entre las naciones. Varios han sido los enfoques teóricos sobre el intercambio internacional que han pretendido explicar sus características y causalidades.

2.1.1.1. Las exportaciones

Las exportaciones pueden definirse como el envío de mercadería nacional o que fueron nacionalizadas para su consumo en el exterior, en términos jurídicos, significa que es una venta más allá de las fronteras políticas del país. (5).

Las salidas de mercadería desde el Ecuador hacia países de fuera, han llegado a convertirse en el principal rubro de entrada de dólares desde el exterior. Entre los términos más utilizados al momento de referirse a las exportaciones se encuentra el término FOB. Estas siglas, cuyo significado en inglés es Free On Board, indican un precio libre o franco a bordo, es decir no se encuentran incluidos los costos de exportación asociados a su traslado, como seguros y fletes.

Las exportaciones ecuatorianas, durante los últimos cinco años han experimentado un crecimiento constante, según se aprecia en la siguiente tabla:

Cuadro 1. Exportaciones del Ecuador

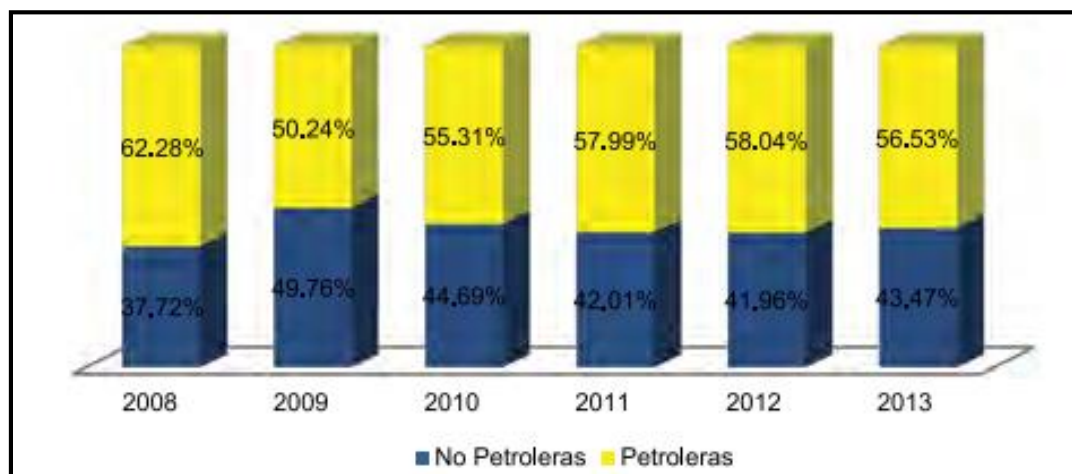
2008	2009	2010	2011	2012	2013
18,818.326	13,863.055	17,489.923	22,322.349	23,764.757	24,957.645

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La autora

Para realizar el análisis de las exportaciones ecuatorianas, por lo general se las divide en dos grupos: las petroleras y las no petroleras. Se evidencia que el petróleo y sus derivados constituyen el principal producto de exportación del Ecuador, aproximadamente más del 55% del total exportado corresponde a este rubro. (6).

Ilustración 1. Exportaciones petroleras y no petroleras

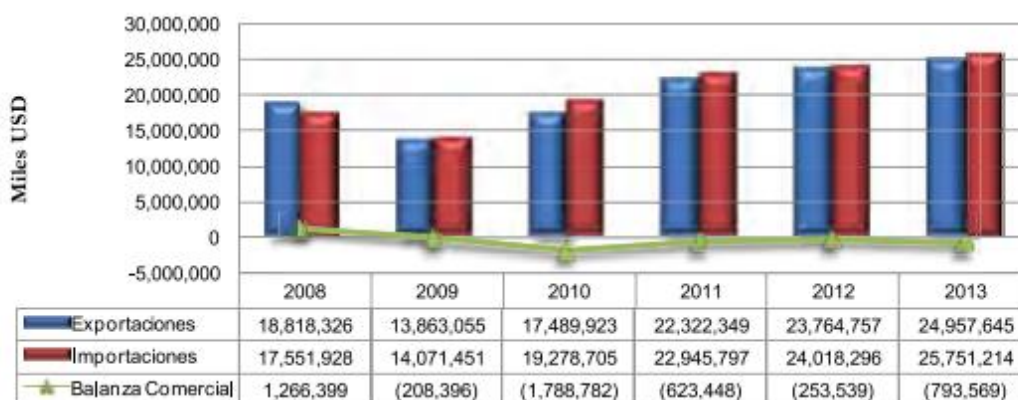


Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: PRO ECUADOR

Los datos presentados hasta el año 2013 por el Banco Central del Ecuador reportan un mayor dinamismo del crecimiento de las exportaciones frente a las importaciones.

Ilustración 2. Balanza Comercial



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: PRO ECUADOR

Se observa que las exportaciones ecuatorianas dependen en gran medida de precios volátiles sobre los cuales el país no tiene ningún tipo de control o injerencia a nivel internacional. En su gran mayoría, las exportaciones ecuatorianas se componen de bienes primarios, es decir de productos con un reducido o sin nivel de elaboración o valor agregado. Dentro de este grupo se incluyen a los bienes mineros y agrícolas, destacándose en estas últimas frutas, flores, pescado entre otros. (6).

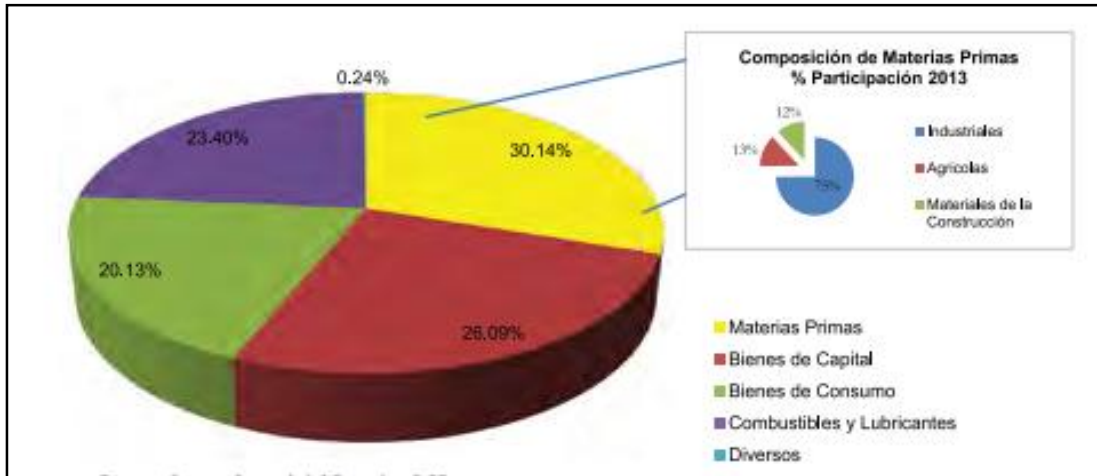
Si bien el petróleo se ha convertido para el Ecuador en el principal producto de exportación, lamentablemente ha llegado a convertirnos en un país totalmente dependiente de un único producto desaprovechando por completo el potencial exportador del Ecuador, de tal forma en parte este producto ha sido un limitante para el desarrollo productivo y comercial del país.

2.1.1.2. Las importaciones

Las importaciones se definen como las entradas de mercadería desde el extranjero hacia el Ecuador, son uno de los rubros de salida de divisas al exterior.

La composición de las exportaciones en el año 2013, la constituían las materias primas con el (30.14%), de las cuales el 75% corresponden a fines industriales, el 13% fines agrícolas y el 12% a materiales de la construcción. El 26.09% de importaciones ecuatorianas son las que corresponde a Bienes de Capital, de los cuales el 1.8% es destinado a fines agrícolas, el 71.9% a fines industriales y el 26.32% a equipos de transporte. Bienes de Consumo representaron el 20.13% de las importaciones totales del 2013, de las que el 56.1% correspondió a bienes no duraderos y el 39.5% a bienes duraderos. Combustibles y lubricantes representa otro rubro importante de las importaciones ecuatorianas representando en el 2013 el 23.40%. (6).

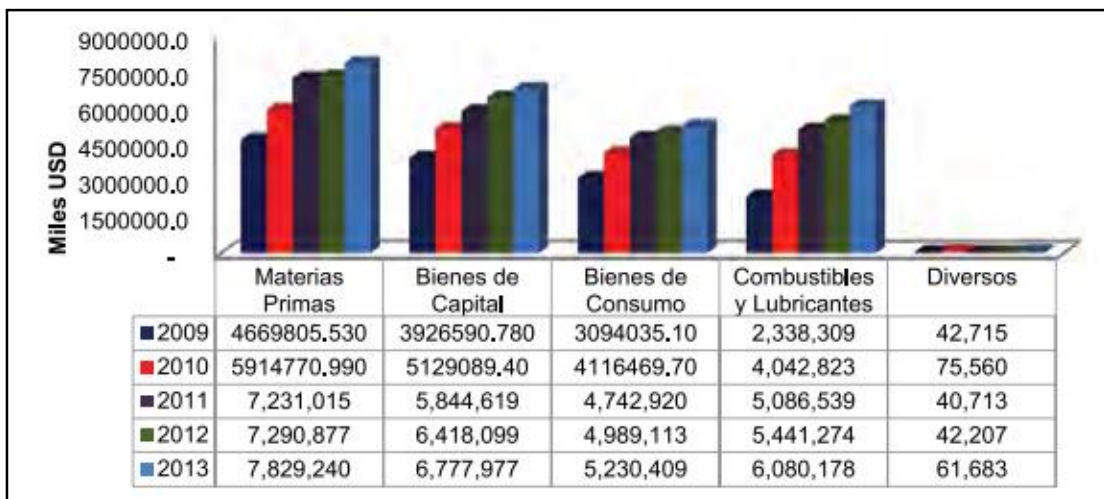
Ilustración 3. Composición de las importaciones del Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaborado por: PRO ECUADOR

El Banco Central del Ecuador, reporta una tendencia creciente entre el periodo del año 2009 – 2013.

Ilustración 4. Importaciones del Ecuador por uso económico



Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaborado por: PRO ECUADOR

2.1.2. El sector textil ecuatoriano

La elaboración de textiles y tejidos en el Ecuador es una de las actividades artesanales más antiguas, su elaboración tenía gran importancia en la cultura Inca, pues servía para denotar la situación social económica entre sus habitantes. Geográficamente se realizaba cerca de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Latacunga y Riobamba. La producción textil en el Ecuador inicio su desarrollo con la aparición de las primeras industrias que en un principio se dedicaron al procesamiento de lana, hasta que a inicios del siglo XX se introdujo el algodón; material que impulsó la producción hasta la década de los 50, momento en el que se consolidó la utilización de esta fibra. (2)

Las primeras ventas de la producción textil se concentraron en el mercado local, hasta que a partir de la década de los 90 las exportaciones tomaron un gran impulso, llegando a alcanzar en el año 2000 un incremento del 8.14% en relación a las de 1999, esto debido a la adaptación de la industria al nuevo esquema monetario dolarizado que le permitió marcar una tendencia creciente durante los años posteriores. (1)

Con estabilidad monetaria, las industrias textiles invirtieron en máquinas nuevas, así como también en programas de capacitación para el personal de planta, con la finalidad de incrementar sus niveles de eficiencia y productividad, permitiéndoles ser más competitivos en una economía más globalizada.

Debido al reciente estancamiento por falta de innovación de diseños, marcas propias y tecnología, que ha permitido el ingreso de productos extranjeros, el sector textil ecuatoriano ha venido realizando esfuerzos con el objetivo

principal de mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional.

2.1.2.1. Descripción de los productos realizados por el sector

A medida que fue creciendo la industria textil, también aumentó la diversificación de sus productos, convirtiendo a los hilados y tejidos como los principales en volumen de producción; sin embargo, en los últimos años se ha incrementado la elaboración de prendas de vestir y lencería de hogar.

Cuadro 2. Productos elaborados por el sector textil ecuatoriano

DESCRIPCIÓN
Seda
Lana y pelo fino u ordinario, hilados y tejidos de crin
Algodón
Las demás fibras textiles vegetales, hilados de papel y tejidos de hilados de papel.
Filamentos sintéticos o artificiales; tiras y formas similares de materia textil sintética o artificial.
Fibras sintéticas o artificiales discontinuas.
Guata, fieltro y tela sin tejer; hilados especiales; cordeles, cuerdas y cordajes; artículos de cordelería.
Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil.
Tejidos especiales; superficies textiles con mechón insertado; encajes; tapicería; pasamanería; bordados.
Telas impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas; artículos técnicos de materia textil.
Tejidos de punto
Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto.
Prendas y complementos (accesorios), de vestir excepto los de punto.
Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos.

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La autora

2.1.2.2. Ubicación geográfica del sector en el Ecuador

Las empresas dedicadas a la actividad textil en el país se encuentran ubicadas en diferentes provincias, siendo Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua, Imbabura las de mayor producción, seguidas de Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí, con menor actividad pero igual de importante. (1)

Ilustración 5. Mapa geográfico del Ecuador



Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

2.1.2.2. Organizaciones gremiales del sector

El Boletín de Asociación de Industrias textiles del Ecuador, en el boletín del mes de Marzo, menciona a las principales organizaciones gremiales del Ecuador, las cuales se menciona a continuación:

AITE

Es la Asociación de Industriales Textileros del Ecuador sin fines de lucro, creada en el año de 1943 con la aprobación del Gobierno Nacional, con el objetivo de unir a los industriales textileros para resolver problemas del sector y mediar entre: el sector, Gobierno, trabajadores y público.

CAPEIPI (Cámara de la Pequeña Industria)

El Sector Textil, Cuero y Confecciones de esta Cámara, tiene como propósito el fortalecimiento del gremio a través de organización de eventos, capacitaciones y proyectos que potencialicen al sector y eleven su competitividad.

LA CÁMARA DE COMERCIO DE ANTONIO ANTE

Institución fundada en el año 2002, con el objetivo de generar condiciones que permitan el desarrollo de los sectores comerciales y productivos.

ACONTEX (Asociación de Confecciones Textiles)

Esta asociación surge de la iniciativa de un grupo de personas dedicadas a la confección de todo tipo de ropa, con el fin de enfrentar los nuevos desafíos y retos del mercado laboral e industrial de mundo actual.

2.1.3. Las importaciones de textiles

Son muchos los problemas que enfrenta el sector textil en el Ecuador, uno de los aspectos fundamentales, es el hecho de la competencia que tiene que enfrentar con mercadería importada que compite deslealmente debido a los bajos precios.

Entre las muchas razones por las que la industria textil ecuatoriana no termina de desarrollarse, se encuentran el contrabando, así como la

subfacturación. Si bien, el tema de las importaciones a través de compras por internet y de los envíos por courier era uno de los que preocupaban al gremio. En cuanto al control de la entrada ilegal de artículos terminados (ropa), el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (Senae) aprehendió en el año 2014, de enero a noviembre, un total de \$ 10'832.085 en mercadería. La preocupación del sector textil no es exagerada ya que el rubro representó el 38% de las aprehensiones del Senae. (7).

2.2. Modelo Econométrico

Modelo, es aceptada como sinónimo de “representación simplificada de la realidad”. Un modelo econométrico, podemos resumir, que “es un modelo económico que contiene las especificaciones necesarias para su aplicación empírica”. Especificaciones que la mayoría de la veces, no se resumen sólo en la búsqueda de datos estadísticos y en la caracterización aleatoria de sus ecuaciones, a veces es preciso también, concretar las propias formas funcionales que relacionan las variables entre sí, además de definir otras consideraciones adicionales necesarias para aplicar los principios de la inferencia estadística. (8).

2.2.1 Datos de Panel

Según Zambrano (2012). Los datos de panel es un tipo de estructura de datos en la econometría, que surgen al cruzar una sección de corte transversal con una serie temporal. Un panel supone disponer de mucha más información que en una sección de corte transversal, ya que tenemos distintas observaciones de una misma variable para una misma unidad. Esto es difícil conseguir en una ciencia no experimental como es la economía.

En un panel se pueden analizar o contrastar hipótesis que no es posible con datos de corte transversal. Por ejemplo, contrastar si ha habido diferencias en el comportamiento del consumo de las familias después de un cambio de política económica (impuestos) en un momento determinado del tiempo. Tanto las secciones cruzadas como los paneles no suele ser información gratuita.

En otras palabras, los datos de panel son combinaciones de series de tiempo con corte transversal pero a diferencia de la combinación de cortes transversales, una misma variable de corte transversal es seguida a través del tiempo. Dicho de otro modo, los datos de panel dan seguimiento en el tiempo, a las mismas unidades transversales.

Zambrano (2012), indica que se denomina micropanel y macropanel a:

Micropanel: si la información a analizar corresponde a agentes individuales. En general se dispone de un número muy elevado de individuos y pocas observaciones temporales para cada uno.

Macropanel: si la información a analizar corresponde a otras unidades de análisis (países, regiones, etc) para los que se dispone de muchas observaciones temporales correspondientes a pocos individuos.

Los datos de panel es un tipo de estructura de datos en la econometría, que surgen al cruzar una sección de corte transversal con una serie temporal. Un panel supone disponer de mucha más información que en una sección de corte transversal, ya que tenemos distintas observaciones de una misma variable para una misma unidad. Esto es difícil conseguir en una ciencia no experimental como es la economía.

En otras palabras, los datos de panel son combinaciones de series de tiempo con corte transversal pero a diferencia de la combinación de cortes transversales, una misma variable de corte transversal es seguida a través del tiempo. Dicho de otro modo, los datos de panel dan seguimiento en el tiempo, a las mismas unidades transversales. (8).

2.2.1.1. ¿Por qué Datos de Panel?

Mayorga (2010), menciona las razones importantes por las que es importante utilizar datos de panel

- Aporta una información válida de los individuos siguiéndolos a través del tiempo, lo que ofrece una visión más completa del problema, interpretando mejor la dinámica del cambio.
- Elimina el sesgo de especificación que tiene los modelos de series temporales que no tienen en cuenta las características inobservables de los individuos que podrían estar condicionando su comportamiento, el periodo de tiempo que puede alterar el comportamiento de un mismo individuo en distintos momentos del tiempo.

Además indica que los problemas asociados a este modelo son:

- Abandono de la muestra por ciertos individuos, por lo que no es posible realizar su seguimiento a lo largo del tiempo. Si esto ocurre de forma sistemática puede proporcionar problemas de censura en la muestra.
- No aleatoriedad de la muestra, lo que involucraría decisiones equivocadas y no representativas de la muestra.

- Desequilibrios en la muestra información de algunos individuos que de otros.

2.2.1.2. Definiciones en torno a los modelos de datos de panel

- La técnica se encuadra en el análisis de regresión, incluida en el conjunto de herramientas multivariantes destinadas al análisis de la dependencia entre variables, medidas todas ellas (endógena y exógenas) preferentemente en una escala estrictamente cuantitativa.
- El término modelo de datos de panel se aplica en este contexto a aquel modelo de regresión que utiliza, para la estimación de los parámetros de interés, la variabilidad temporal y transversal de los datos.

Ejemplos de modelos con datos de panel podrían ser:

1. Un análisis de la influencia de determinadas variables (renta, tamaño familiar, composición familiar) en el consumo alimenticio en las familias ecuatorianas utilizando los datos del INEC correspondientes a diferentes momentos del tiempo.

Generalmente, los paneles de datos se distinguen unos de otros según su amplitud transversal y profundidad temporal. Así, los paneles con un número muy amplio de observaciones transversales (ejemplo 1 anterior) se denominan Paneles Micro, mientras que los paneles centrados en una amplia dimensión temporal se suelen denominar Paneles Macro. En el caso, realmente extraordinario, de contar con un panel con amplia dimensión tanto temporal como transversal hablaríamos de un “Campo Aleatorio” o Random Field.

Así mismo, resulta habitual hablar de paneles de datos equilibrados cuando el número de observaciones transversales es el mismo para cada período del tiempo y de paneles completos cuando el número de observaciones temporales es el mismo para cada elemento del panel.

Es importante dejar claro que, en sentido estricto, no son datos de panel los paneles rotatorios o la mera agregación de cortes transversales independientes. Para construir un elemento verdaderamente útil de cara a la inferencia, se trata de que la variabilidad temporal y transversal corresponda a una misma muestra de individuos para todas las observaciones. En este sentido, en el caso del análisis empresarial, la gran heterogeneidad dificulta la construcción de verdaderos paneles. (8).

2.2.1.3. Que justifica el interés por los datos de panel

El manejo de datos de panel en lugar de series temporales se explica por aprovechar la variabilidad transversal. Si las variables no presentan excesiva variabilidad temporal pero sí transversal, la aproximación con datos de panel aportaría capacidad extra para esa estimación. Ejemplo, si estamos interesados en describir el comportamiento del flujo internacional de turistas de unas zonas a otras, seguramente encontraremos variables con suficiente variación temporal como los movimientos de los tipos de cambio bilaterales o la renta de los turistas, sin embargo, la influencia de variables como el clima, no podrá observarse si no es comparando unos países con otros. (9)

2.2.2. Teoría de la demanda

La teoría de la demanda nos permite explicar la conducta de los consumidores. Es decir, explica la reacción de los consumidores ante cambios en el precio del bien, en su ingreso, y en los precios de otros bienes

relacionados por sus consumos (complementarios o sustitutos). Para ello el concepto fundamental que permite predecir estas reacciones, es el concepto de elasticidad.

Marshall (1963) definió el concepto de elasticidad precio, como el cambio relativo en la cantidad demandada, debido a un cambio relativo en su precio, ceteris paribus. Si elasticidad es mayor a 1, se dice que la demanda es elástica. Si es menor a 1, se dice que la demanda es inelástica, y si es igual a 1, se dice que la demanda es unitaria.

2.2.2.1. Función de la demanda

Consideremos la función de demanda la cual depende de cuatro factores: el precio del bien, el precio de los demás bienes, la renta, y los gustos de los consumidores. Gráficamente, la función de demanda la definiremos en relación al factor más determinante, el precio del bien. La pendiente de la función de demanda será decreciente, dado que a menor precio los consumidores demandarán mayor cantidad, y viceversa.

Consideremos un precio tal como p^* el cual determinará una cantidad demandada de q^* . Si el precio del bien se reduce, la cantidad demandada aumentará. Tal como podemos apreciar el desplazamiento que a lo largo de la curva de demanda se ha producido lo genera una alteración de la variable precio.

Si ahora consideramos el resto de los factores que influyen en la función de demanda, su alteración ceteris paribus, provocará bien un desplazamiento paralelo hacia la derecha por: aumento del precio de los bienes sustitutos, reducción del precio de los bienes complementarios, aumento de la renta, o

bien por el aumento del gusto. Y hacia la izquierda en los casos contrarios. (10).

Expresada $Q_1 = D(P)$

Generalmente, la función de demanda del mercado tiene pendiente negativa, lo cual indica que ante una variación en el precio, la cantidad demandada total del bien varía en sentido contrario al precio.

2.2.2.2. El consumidor como referente del pronóstico de la demanda

Lógicamente la demanda depende 100% de los consumidores, esto se debe a que los bienes y servicios producidos en una economía siempre tendrán como destino final un individuo que los debe consumir así esto no se dé. La economía de un punto de venta depende exclusivamente de que los consumidores frecuenten el lugar y que adquieran sus bienes y servicio en ese punto de venta, por ende también vemos que aunque sí ha sido estudiado los pronósticos de la demanda en puntos de venta deben enfocarse más en estudios sobre lo que el consumidor desea encontrar y en el tiempo deseado. Los estudios actuales se enfocan más por medir el hecho una vez el consumidor entra y sale así compre o no es decir mide las consecuencias del pasado, esto no es lo ideal ya que debe haber un enfoque preventivo que me pueda predecir lo que el consumidor puede decidir sin haber ingresado aun al punto de venta. (Sedighi, Mokfi, & Golrizgashti, 2012)

2.3. MARCO TEÓRICO CONTEXTUAL.

2.2.1. Consumo de vestimenta

Una publicación de “Ekos Negocios”, una revista especializada en finanzas, da cuenta que hasta el 2011 los ecuatorianos de clase media gastan entre 50 y 150 dólares en vestimenta.

Sin embargo, investigaciones realizadas por la Asociación Internacional de Textileros, capítulo Ecuador, indican, a decir de Benalcázar, que más o menos el 20% de los ingresos que percibe una familia ecuatoriana se destina a compra de vestimenta, este porcentaje se registra sobre todo en familias que perciben el sueldo básico.

La compra de ropa en los hogares es una de las prioridades. Ciudadanos consultados dan cuenta que en una familia de cuatro miembros se destina mínimo entre el 10 y 15% del ingreso mensual a la compra de ropa, esto es entre 50 y 150 dólares.

.En la ciudad de Machala hay muchas tiendas que ofrecen ropa importada de todo tipo las mujeres, mejores clientes son las mayores consumidoras. Las prendas que más se venden, luego están las blusas, camisas, pantalones y casacas que tienen rubros altos; de ahí la ropa infantil, que para los comerciantes y productores es un buen nicho de crecimiento. Del mercado está cubierto por producto nacional. El resto es ropa importada de Estados Unidos, en un alto porcentaje de la China, luego le sigue la ropa traída desde Colombia. Benalcázar señala que el consumo de ropa en la ciudad crece.

¿Dónde y por qué compran? Los canales más utilizados son los grandes almacenes y las boutiques (60% de las preferencias), siendo los factores

diferenciadores entre uno y otro canal de distribución, el precio 35% y la calidad 21%.

¿Quién incentiva la compra? En la mayoría de los casos la decisión de compra es individual de cada miembro del hogar.

¿Qué compran? El origen preferido de la ropa es: 41% en Ecuador, 26% USA y 16% Colombia; aunque en los hogares de ingresos altos estas preferencias se sesgan hacia la ropa norteamericana.

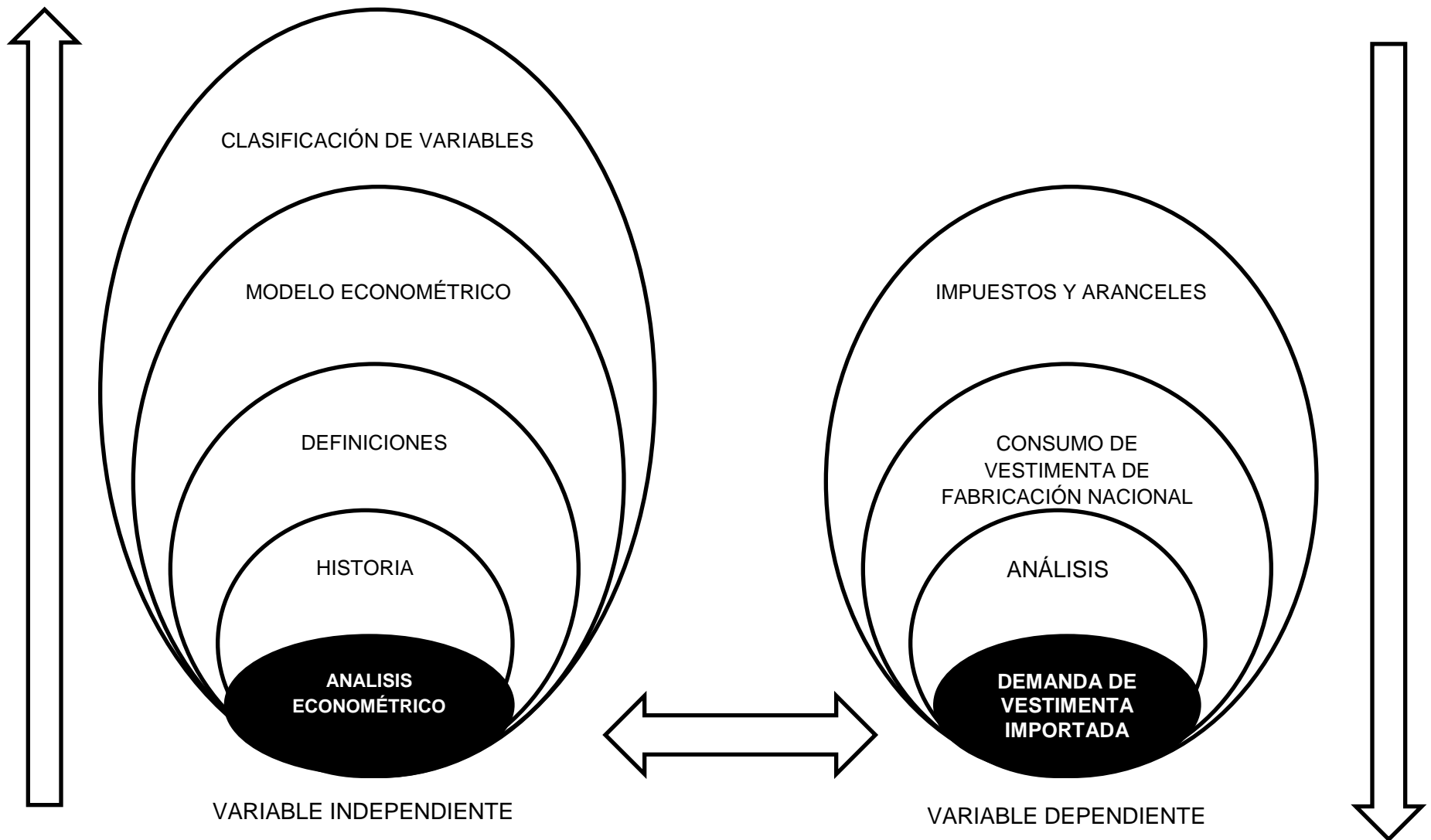
¿Frecuencia de compra? El 58% de las personas renueva su vestido y calzado entre 6 meses y 1 año, aunque un importante 37% lo hace en periodos menores a 3 meses.

No tenemos una respuesta clara, pero hemos detectado cuatro puntos críticos. El primero se ata al incremento de las importaciones de ropa.

Este año se prevé que unas 10 000 toneladas de vestimenta que lleguen al país y el año pasado no se llegó ni a 5 000. Otra razón es el tema de las remesas. (11)

Sin embargo para los grandes locales significa una ventaja ya que habiendo cerrado los pequeños almacenes ellos tuvieron más concurrencia de consumidores, consolidándose, fortaleciéndose y manteniéndose en el mercado. La presente investigación busca responder a una serie de inquietudes que se han generado referente al tema de vestimenta, sobre todo el problema principal que tiene que ver con el hecho de que no se han realizado estudios respecto al tema.

2.4. Categorías fundamentales



2.5. Hipótesis

2.5.1. Hipótesis central.

En el cantón Machala no existen estudios econométricos sobre la demanda de vestimenta importada que permitan establecer el comportamiento del consumidor ante este producto.

2.5.2. Hipótesis particulares.

- Las personas prefieren vestimenta importada por considerarla de mejor calidad.
- Los consumidores estiman que la industria textil ecuatoriana experimenta un cambio positivo.
- Los impuestos y aranceles por importación de vestimenta ocasiona un gran incremento en el precio final del producto.
- Las personas que adquieren ropa importada tienen como elemento relevante la marca del producto.

2.6. Variables e indicadores

2.6.1. Variable independiente

Análisis econométrico

2.6.2. Variable dependiente

Demanda de vestimenta importada

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Enfoque

A la investigación se la ha definido como un proceso que conlleva cierta rigurosidad, es cuidadoso y sistematizado, con el cuál se busca la solución a un problema. La presente investigación es de tipo cuali-cuantitativa, la cual guiara el trabajo de campo a efectuarse en la ciudad de Machala donde se procederá analizar la problemática de estudio referente a la inexistencia de un análisis econométrico de demanda de vestimenta importada.

3.2. Modalidad básica de la investigación

- La modalidad básica de esta investigación es directa, debido a que el investigador se pondrá en contacto personalmente con el hecho o fenómeno de demanda de vestimenta importada en la ciudad de Machala.
- Es una investigación de campo por cuanto la investigación se realizará en el lugar de los hechos y por lo tanto el investigador tomará contacto en forma directa con la realidad, lo cual será de gran ayuda para la obtención de la información sobre la problemática en estudio.
- Experimental porque se relacionaran las variables de las hipótesis, con las cuales se busca precisar la relación causa – efecto de la demanda de ropa importada en la ciudad de Machala.

3.3. Nivel o tipo de investigación

La investigación se enmarcó dentro de una investigación de carácter descriptivo. A tal efecto, Danhke (citado por Hernández, Fernández y Baptista, 2006), señala que “los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”

En definitiva permiten medir la información recolectada para luego describir, analizar e interpretar sistemáticamente las características del fenómeno estudiado con base en la realidad del escenario planteado. En la presente investigación se buscan establecer los determinantes de la demanda de vestimenta importada en el cantón Machala, con el propósito de realizar un análisis econométrico. Todo ello requirió previamente de un diagnóstico que nos ha permitido detectar en forma clara y objetiva distintos problemas, con el propósito de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y explicar sus causas y efectos. De ahí que, en función de los objetivos, el estudio tenga un carácter descriptivo. Luego se seleccionó a la muestra de la investigación a los que se les aplicó el instrumento previamente validado.

3.4. Unidades de investigación.

En lo que respecta a las unidades de investigación, que servirán para obtener la información para este anteproyecto de investigación son las siguientes:

INFORMANTES	ORGANIZACIONES O UNIDADES ADMINISTRATIVAS	ACTIVIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Propietarios de empresas comercializadoras	<ul style="list-style-type: none">• Empresas de vestimenta	<ul style="list-style-type: none">• Encuesta
<ul style="list-style-type: none">• Población del cantón Machala	<ul style="list-style-type: none">• Compradores de vestimenta	<ul style="list-style-type: none">• Encuesta

3.4.1. Universo y muestra

Para la realización de la presente investigación se realizará una encuesta a los propietarios de de almacenes de venta de ropa en la ciudad de Machala. De esta manera en la investigación se recopiló información de los comerciantes de vestimenta importada, debidamente registrados en el Servicio de Rentas Internas, teniendo un universo de 1051 personas. Aplicando la formula muestral se obtuvieron los siguientes valores:

$$n = \frac{1051}{1 + (0.05^2) \times 1051}$$

$$n = \frac{1051}{1 + (0.0025) \times 1051}$$

$$n = \frac{1051}{3,63}$$

$$n = 289.53$$

Una vez aplicada la fórmula se ha obtenido como resultado que el tamaño muestral corresponde a 290 comerciantes de vestimenta que fueron encuestados al azar en el Cantón Machala con un error muestral del 5%.

Además para respaldar los datos obtenidos de las comerciantes de vestimenta, y con el objetivo de conocer el comportamiento de consumo de vestimenta importada en la ciudad de Machala, se procederá a realizar

una encuesta a la población, ante lo cual se tomó como universo los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

$$n = \frac{N}{1 + (E^2) \times N}$$

Sustituyendo valores se obtiene:

$$n = \frac{157048}{1 + (0.05^2) \times 157048}$$

$$n = \frac{157048}{1 + (0.0025) \times 157048}$$

$$n = \frac{157048}{393.62}$$

$$n = 398.98$$

Una vez aplicada la fórmula se ha obtenido como resultado que el tamaño muestral corresponde a 399 personas que fueron encuestadas al azar en el Cantón Machala con un error muestral del 5%.

3.5. Operacionalización de las variables

HIPÓTESIS CENTRAL	V INDEPENDIENTE V DEPENDIENTE	INDICADORES
En el cantón Machala no existen estudios sobre la demanda de vestimenta importada que permitan establecer el comportamiento del consumidor ante este producto	Estudios de demanda vestimenta importada	Análisis econométrico
	Comportamiento del consumidor	Demanda de ropa importada
HIPÓTESIS PARTICULARES	V INDEPENDIENTE V DEPENDIENTE	INDICADORES
Las personas prefieren vestimenta importada por considerarla de mejor calidad.	Vestimenta importada	Ventas Ropa Nacional Ropa importada Consumidores
	Calidad	
Los consumidores estiman que la industria textil ecuatoriana experimenta un cambio positivo.	Consumidores	Industria Consumidores Desarrollo
	Industria textil	
Los impuestos y aranceles por importación de vestimenta ocasionan un gran incremento en el precio final del producto.	Impuestos y aranceles	Impuestos Importaciones Precios
	Incremento precio final	
Las personas que adquieren ropa importada tienen como elemento relevante la marca del producto.	Ropa importada	Consumidores Ropa importada Marca
	Marca	

3.6. Plan de recolección de la información

La recolección de datos es el siguiente paso que se realizó en base al enfoque de investigación elegido. De acuerdo con Hernández (2002); la recolección de datos requiere de las siguientes actividades:

- La selección del instrumento o método de recolección.

- Aplicación del instrumento
- Preparar las observaciones, registros y mediciones obtenidas para que se analicen.

Es importante que el método de recolección cumpla con dos requisitos: confiabilidad y validez; en donde la confiabilidad es el grado en que la aplicación repetida del mismo arroja resultados iguales; en cambio la validez es el grado en que dicho instrumento mide en realidad la variable que pretende medir. (Hernández, 2002).

La recolección de la información para estimar la demanda se realizara en el centro de la ciudad de Machala al número de personas obtenidas mediante el método estadístico con población finita.

3.7. Plan de procesamiento de la información

Se examinará cuantitativamente la información obtenida de la investigación de campo con los datos teórico – documentales, procurando relacionar la realidad con la teoría.

Luego del análisis e interpretación realizada se procederá a comprobar las hipótesis establecidas. Se realizará gráficos y cuadros ilustrativos en función de lograr una mejor comprensión, interpretación y análisis de la información relevada.

Los resultados serán interpretados mediante el uso del análisis descriptivo, es decir de un análisis individual de la información, luego un análisis descriptivo general hasta llegar a un análisis dinámico.

Recorrido Operacional

El recorrido operacional se inicia con la revisión bibliográfica mediante libros, folletos y revistas especializadas, que tengan relación con el tema objeto de estudio.

Esta información será seleccionada y guardada a través de fichaje de contenidos, lo que contribuirá a la conformación del esquema tentativo del informe de tesis.

El procedimiento metodológico que se va a utilizar para el desarrollo del proyecto consta de lo siguiente:

- Se realizará la revisión bibliográfica con la utilización de fichas bibliográficas para obtener la información necesaria para la tesis.
- Se aplicará el método deductivo para demostrar las actividades que se desarrollaran en el proceso operativo de la investigación.
- Se utilizarán las siguientes técnicas de investigación: la consulta bibliográfica, observación y encuestas.
- Una vez obtenidos los resultados se procede a desarrollar la información adquirida, luego se realiza el análisis e interpretación de la misma y así concluir con nuestro objeto de estudio.
- Por último se procederá a la redacción del borrador y su corrección por parte del director de tesis, luego se hará la presentación del informe final y sustentación del mismo.

Es importante destacar que una vez recolectada la información a través de los diferentes instrumentos se utilizará la metodología econométrica. Se tomarán datos de los últimos tres años de las empresas comercializadoras de vestimenta importada de la ciudad.

Posterior a esto, se realizan las estimaciones a través de datos de panel balanceado estimado por mínimos cuadrados con variable dicótoma de efectos fijos en secciones cruzadas, de esta manera se podrá realizar un

diagnóstico de las variables que influyen en la demanda de vestimenta importada del cantón Machala. Es importante mencionar que se utilizará un software econométrico, el **EViews 7**, el cual es uno de los mejores programas econométricos de la actualidad, utilizado por las mejores escuelas de economía del mundo.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Análisis de las encuestas realizadas a la población de la ciudad de Machala.

4.1.1. Género

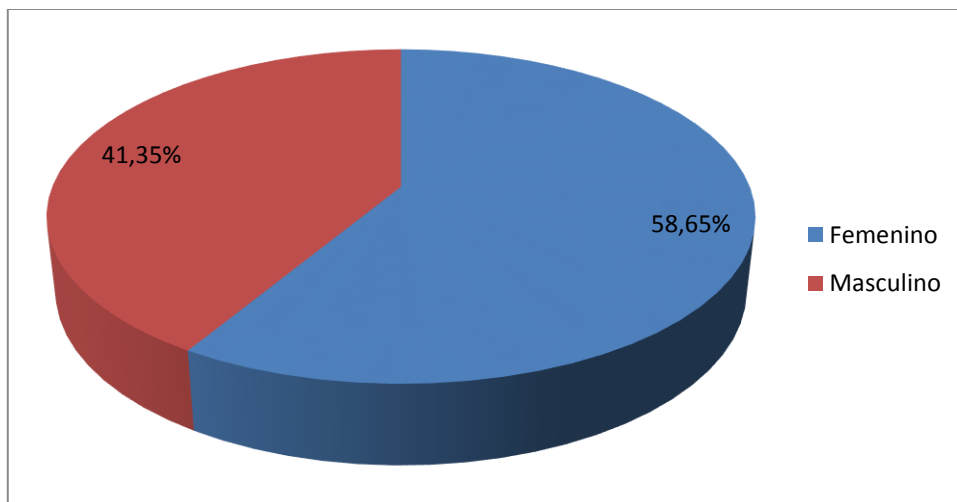
Tabla 1. Género

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	234	58.65%
Masculino	165	41.35%
TOTAL	399	100.00%

Fuente: Encuestas a la población de la ciudad de Machala

Elaborado por: La autora

Gráfico 1. Género



Fuente: Tabla 3.

Elaborado por: La autora

Análisis:

El 58.65% de las personas en la ciudad de Machala son de género femenino, mientras que el 41.35% son de género masculino.

4.1.2. Adquiere Ud. ropa importada

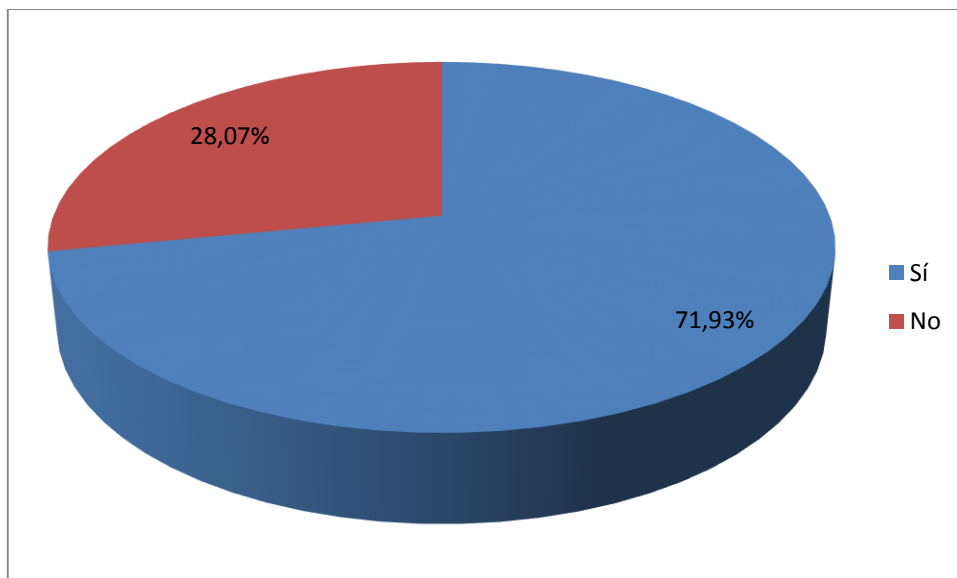
Tabla 2. Adquisición de ropa importada

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	287	71.93%
No	112	28.07%
TOTAL	399	100.00%

Fuente: Encuestas a la población de la ciudad de Machala

Elaborado por: La autora

Gráfico 2. Adquisición de ropa importada



Fuente: Tabla 4

Elaborado por: La autora

Análisis:

El 71.93% de las personas encuestadas indican que adquieren ropa importada; mientras que el 28.07 informa que o adquiere ropa importada.

4.1.3. ¿Cuáles son los atributos que busca al adquirir ropa?

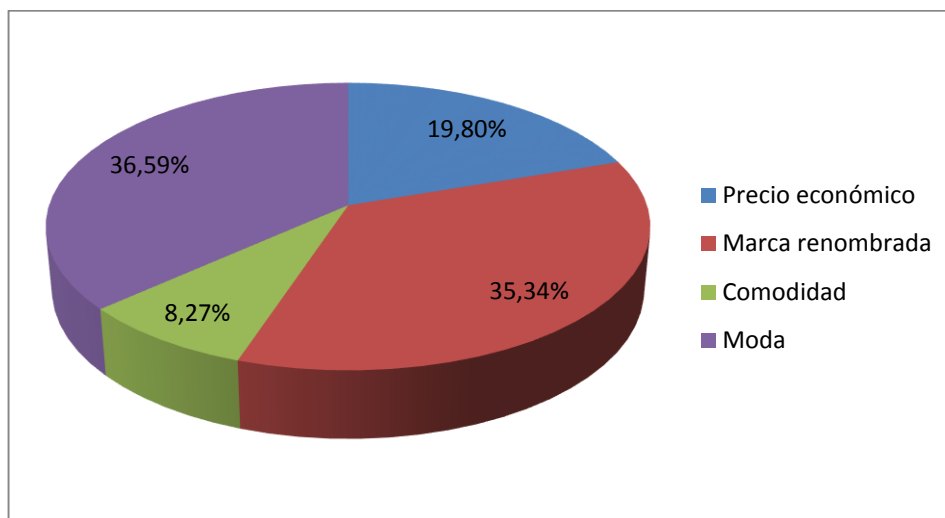
Tabla 3. Atributos de la ropa

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio económico	79	19.80%
Marca renombrada	141	35.34%
Comodidad	33	8.27%
Moda	146	36.59%
TOTAL	399	100.00%

Fuente: Encuestas a la población de la ciudad de Machala

Elaborado por: La autora

Gráfico 3. Atributos de la ropa



Fuente: Tabla 5.

Elaborado por: La autora

Análisis

Las personas encuestadas al realizar esta pregunta contestaron lo siguiente: el 19.80% considera que para adquirir ropa toman muy en cuenta que el precio sea económico; el 35.34% indica que prefiere que tenga marca renombrada; el 8,27% menciona busca la comodidad; el 36.59% menciona que busca prendas que se encuentren a la moda.

4.1.4. ¿Por qué considera que las personas prefieren adquirir en algunas ocasiones ropa importada?

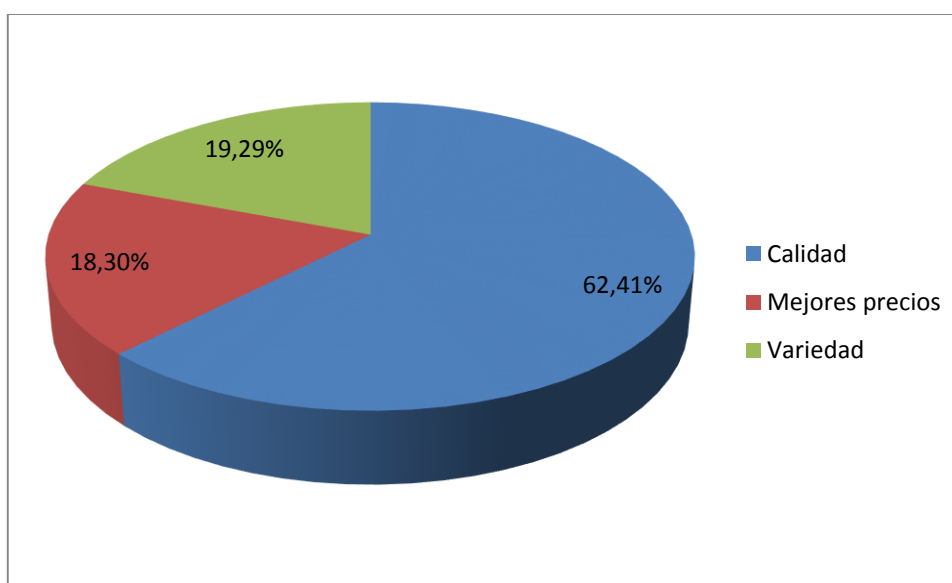
Tabla 4. Preferencias de ropa importada

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	249	62.41%
Mejores precios	73	18.30%
Variedad	77	19.29%
TOTAL	399	100.00%

Fuente: Encuestas a la población de la ciudad de Machala

Elaborado por: La autora

Gráfico 4. Preferencias de ropa importada



Fuente: Tabla 6.

Elaborado por: La autora

Análisis:

El 62.41% de las personas encuestadas indican que muchas veces se prefiere vestimenta importada debido a la calidad de las prendas; el 18.30% menciona que se debe a sus precios; mientras que el 19.29% indica que se debe a que existe mayor variedad.

4.1.5. ¿Qué opinión tiene de la industria textil ecuatoriana?

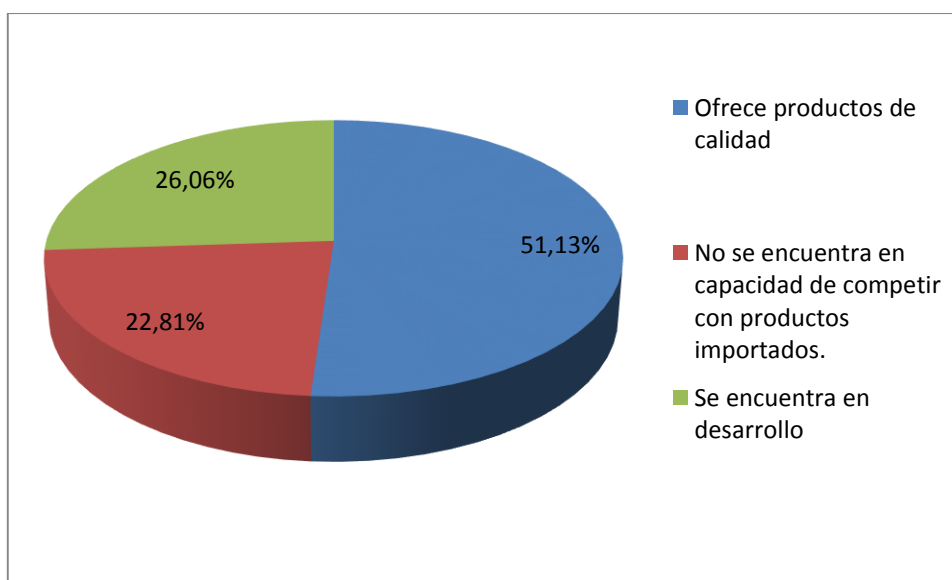
Tabla 5. Industria textil ecuatoriana

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ofrece productos de calidad	204	51.13%
No se encuentra en capacidad de competir con productos importados.	91	22.81%
Se encuentra en desarrollo	104	26.06%
TOTAL	399	100.00%

Fuente: Encuestas a la población de la ciudad de Machala

Elaborado por: La autora

Gráfico 5. Industria textil ecuatoriana



Fuente: Tabla 7.

Elaborado por: La autora

Análisis:

El 51.13% de las personas encuestadas considera que la industria textil ecuatoriana en la actualidad ofrece productos de calidad; el 22.81% por el contrario considera que no se encuentra en capacidad de competir con la venta importada; mientras que el 22.06 menciona que la industria textil ecuatoriana se encuentra en desarrollo.

4.1.6. ¿Considera usted que los impuestos y aranceles encarecen la ropa importada?

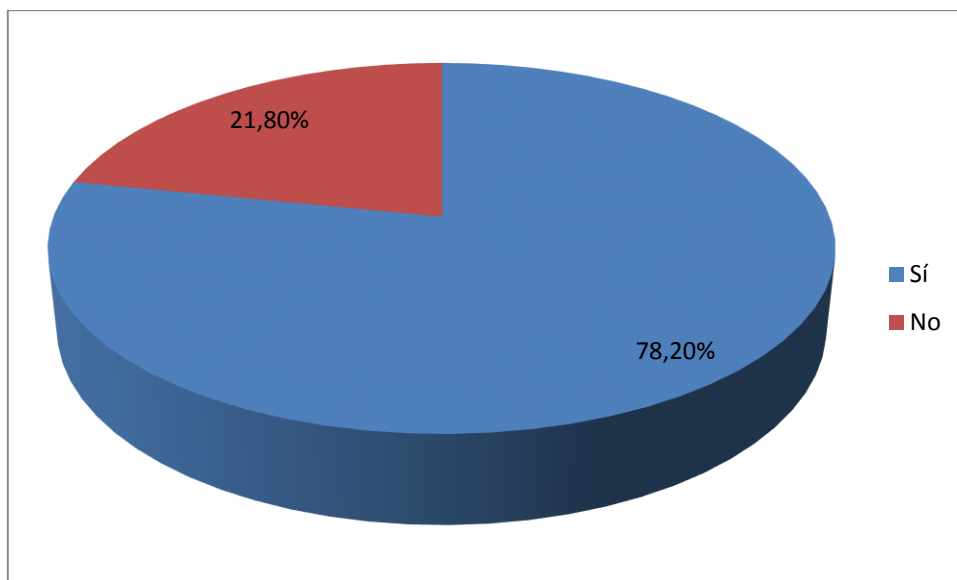
Tabla 6. Impuestos y aranceles

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	312	78.20%
No	87	21.80%
TOTAL	399	100.00%

Fuente: Encuestas a la población de la ciudad de Machala

Elaborado por: La autora

Gráfico 6. Impuestos y aranceles



Fuente: Tabla 8.

Elaborado por: La autora

Análisis

El 78.20% de las personas encuestadas indican que los impuestos y aranceles que se cancelan por el concepto de importación de vestimenta encarecen los productos; mientras que el 21.80% de las personas considera que no es así.

4.1.7. ¿Considera usted que este aumento en los precios, se debe también al incremento arbitrario de los precios por parte de los comerciantes?

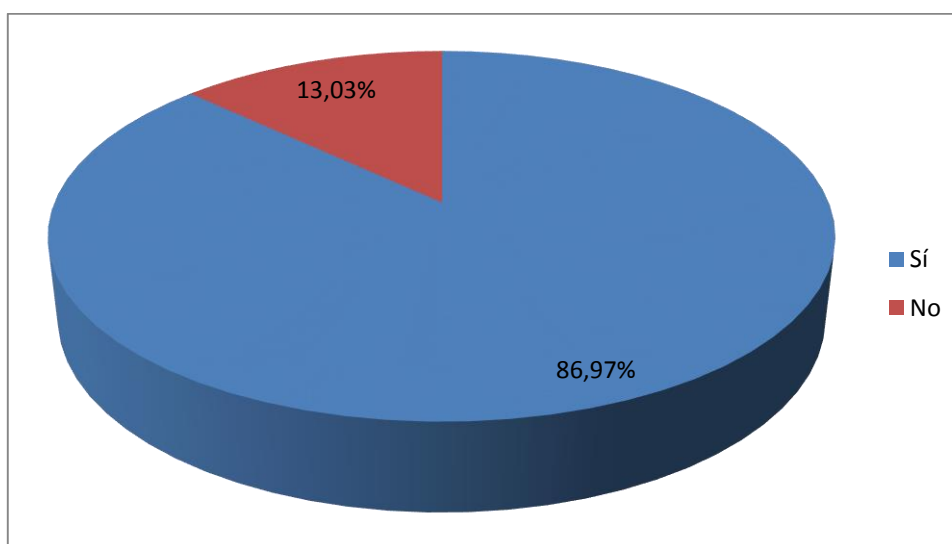
Tabla 7. Aumento de los precios

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	347	86.97%
No	52	13.03%
TOTAL	399	100.00%

Fuente: Encuestas a la población de la ciudad de Machala

Elaborado por: La autora

Gráfico 7. Aumento de los precios



Fuente: Tabla 9.

Elaborado por: La autora

Análisis:

El 86.97% de las personas encuestadas consideran que los comerciantes incrementan excesivamente los precios de la vestimenta importada; mientras que el 13.03% menciona que no considera que el precio excesivo de muchas prendas de vestir importada sea por las acciones de los vendedores.

4.1.8. ¿De qué país proviene la mayoría de ropa importada que Ud. adquiere?

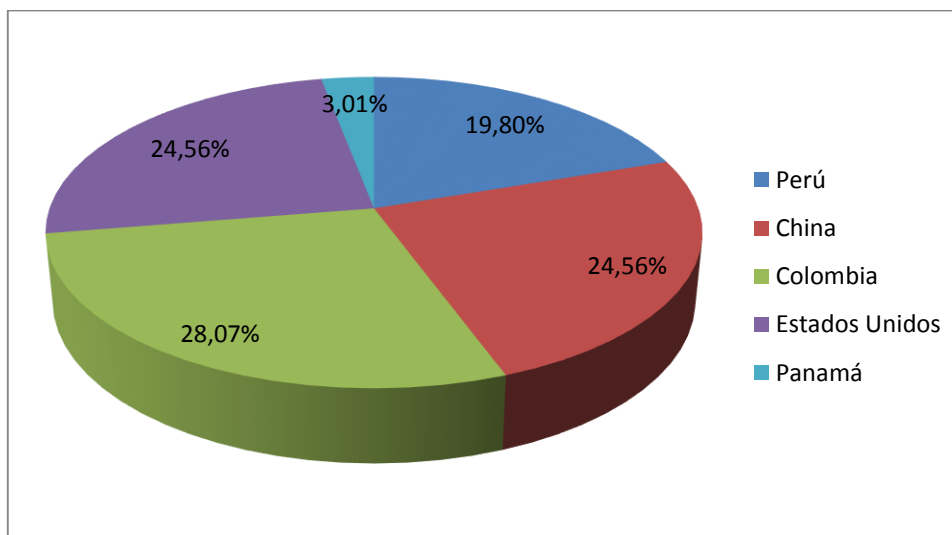
Tabla 8. País de procedencia de la ropa adquirida

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Perú	79	19.80%
China	98	24.56%
Colombia	112	28.07%
Estados Unidos	98	24.56%
Panamá	12	3.01%
TOTAL	399	100.00%

Fuente: Encuestas a la población de la ciudad de Machala

Elaborado por: La autora

Gráfico 8. País de procedencia de la ropa adquirida



Fuente: Tabla 10.

Elaborado por: La autora

Análisis:

El 19.80% de las personas compra prendas de vestir de procedencia peruana; el 24.56% indica que son de procedencia China; el 28.07% afirma que provienen de Colombia; mientras que el 24.56% indica que consume prendas de vestir de procedencia estadounidense; mientras que el 3.01% menciona a Panamá.

4.1.9. ¿Considera como elemento importante al adquirir vestimenta la marca del producto?

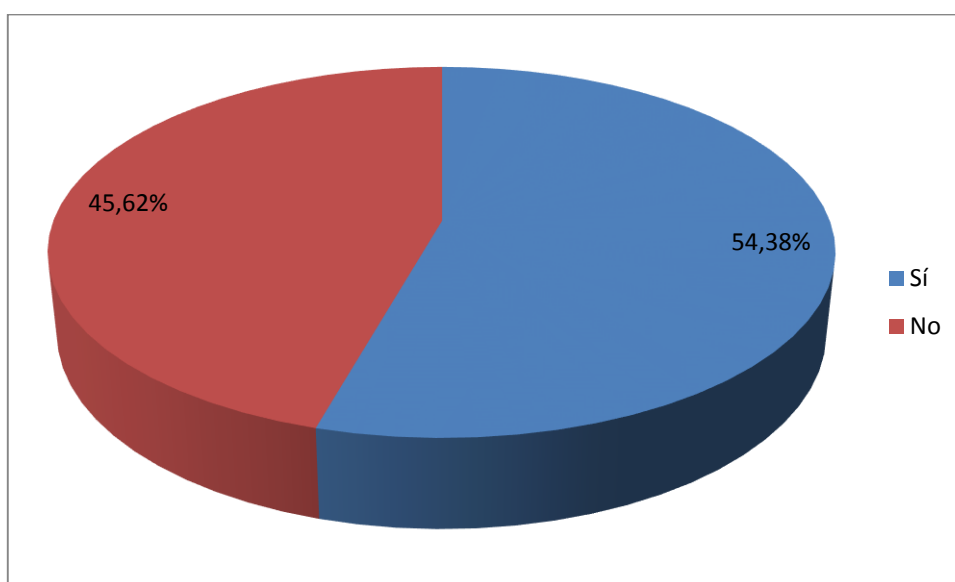
Tabla 9. Marca

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	217	54.38%
No	182	45.62%
TOTAL	399	100.00%

Fuente: Encuestas a la población de la ciudad de Machala

Elaborado por: La autora

Gráfico 9. Marca



Fuente: Tabla 11.

Elaborado por: La autora

Análisis

El 54.38% de las personas encuestadas mencionan que si consideran la marca del producto al momento de adquirir su vestimenta; mientras que el 45.62% menciona no tomar en cuenta este aspecto.

4.2. Análisis de las encuestas realizadas a los comerciantes de vestimenta de la ciudad de Machala.

4.2.1. Género

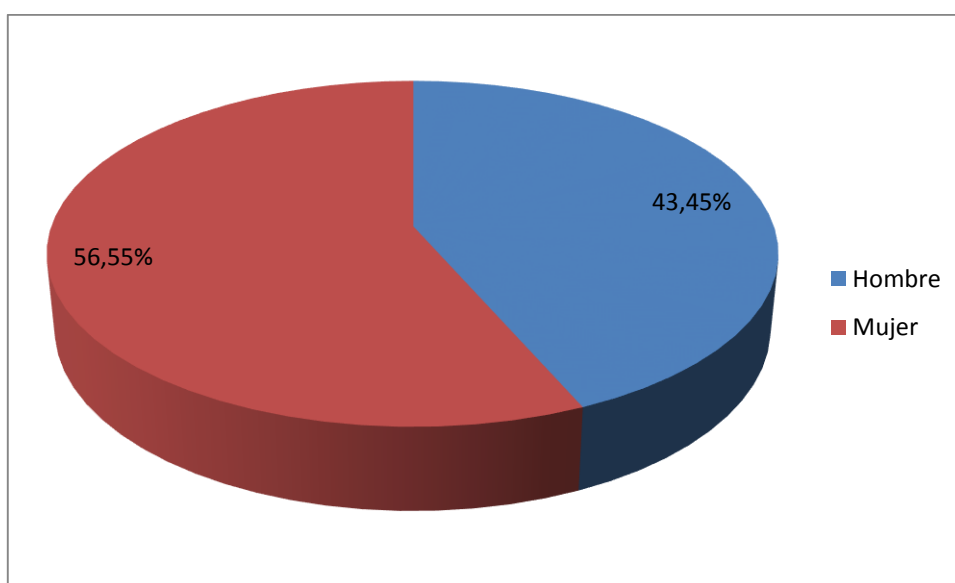
Tabla 10. Genero

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hombre	126	43.45%
Mujer	164	56.55%
TOTAL	290	100.00%

Fuente: Encuestas a los comerciantes de la ciudad de Machala

Elaborado por: La autora

Gráfico 10. Género



Fuente: Tabla 12.

Elaborado por: La autora

Análisis:

El 43.45% de los comerciantes de vestimenta encuestados son de género masculino mientras que el 56.55% es de género femenino.

4.2.2. ¿En su local comercia con vestimenta importada?

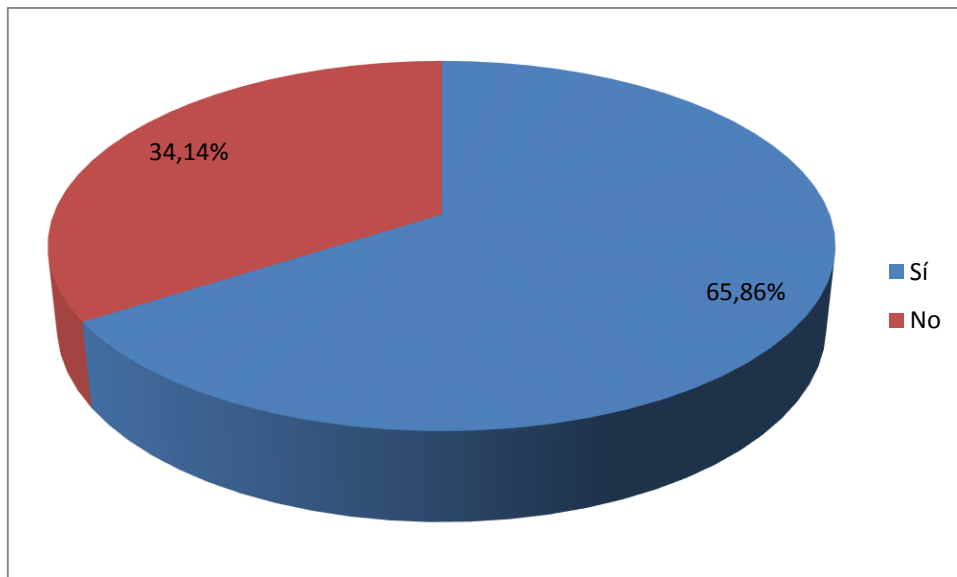
Tabla 11. Comercio de vestimenta importada

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	191	65.86%
No	99	34.14%
TOTAL	290	100.00%

Fuente: Encuestas a los comerciantes de la ciudad de Machala

Elaborado por: La autora

Gráfico 11. Comercio de vestimenta importada



Análisis:

Fuente: Tabla 13.

Elaborado por: La autora

El 65.86% de las personas encuestadas reconocen que entre la mercadería que comercia se encuentra vestimenta importada; mientras que el 34.12% de los comerciantes encuestados indican que no venden vestimenta importada.

4.2.3. ¿Cómo adquiere la vestimenta importada que Ud. comercia?

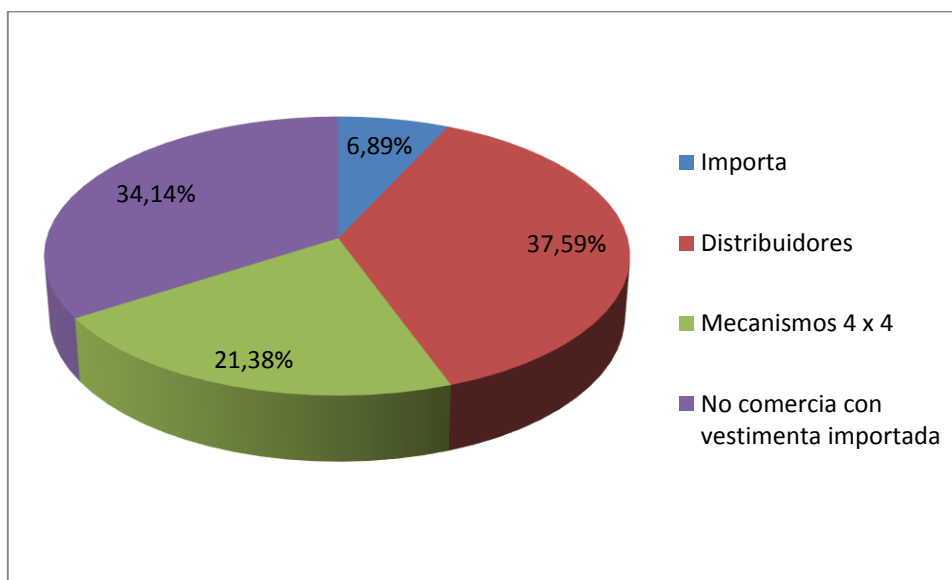
Tabla 12. Adquisición de vestimenta importada para comerciar

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Importa	20	6.89%
Distribuidores	109	37.59%
Servicios de postal 4 x 4	62	21.38%
No comercia con vestimenta importada	99	34.14%
TOTAL	290	100.00%

Fuente: Encuestas a los comerciantes de la ciudad de Machala

Elaborado por: La autora

Gráfico 12. Adquisición de vestimenta importada



Fuente: Tabla 14.

Elaborado por: La autora

Análisis:

El 6.89% de las personas encuestadas indican que la vestimenta importada que comercializan la importan directamente; el 37.59% indica que esta es adquirida a importadores que distribuyen este tipo de prendas; el 21.38 reconoce que utiliza el mecanismo 4 x 4 del servicio de aduanas para comerciar ropa importada; mientras que el 34.14% afirma no comerciar con ropa importada.

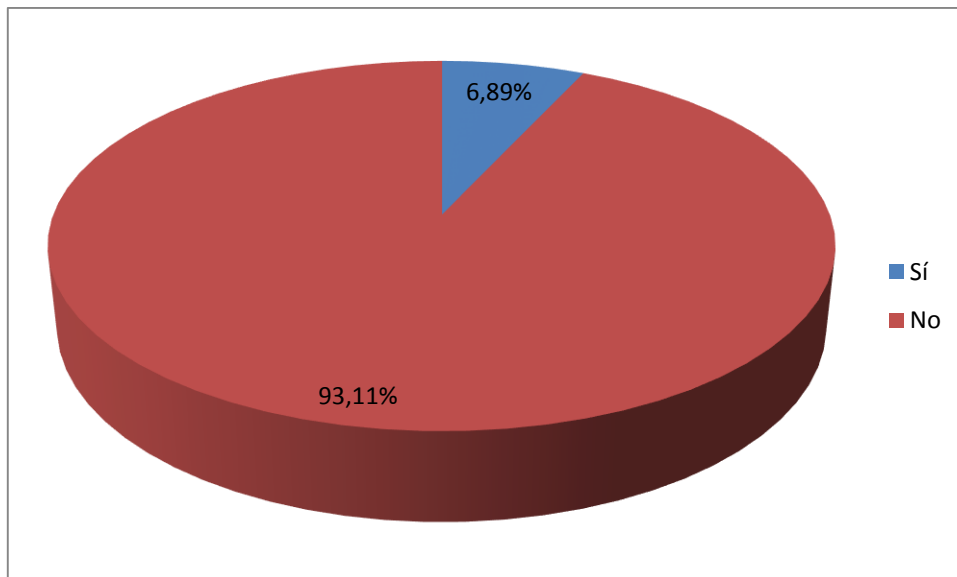
4.2.4. ¿Posee los datos de ventas de ropa importada de los tres últimos años?

Tabla 13. Datos de vestimenta de ropa importada

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	20	6.89%
No	270	93.11%
TOTAL	290	100.00%

Fuente: Encuestas a los comerciantes de la ciudad de Machala
Elaborado por: La autora

Gráfico 13. Datos de vestimenta de ropa importada



Fuente: Tabla 15.
Elaborado por: La autora

Análisis:

El 6.89% de las personas encuestados indican que poseen los datos de vestimenta referentes a vestimenta importada de los últimos 3 años; el 93.11% de las personas encuestadas indican no poseer esta información por diversos motivos.

4.2.5. ¿Posee los datos de venta de vestimenta nacional de los últimos tres años?

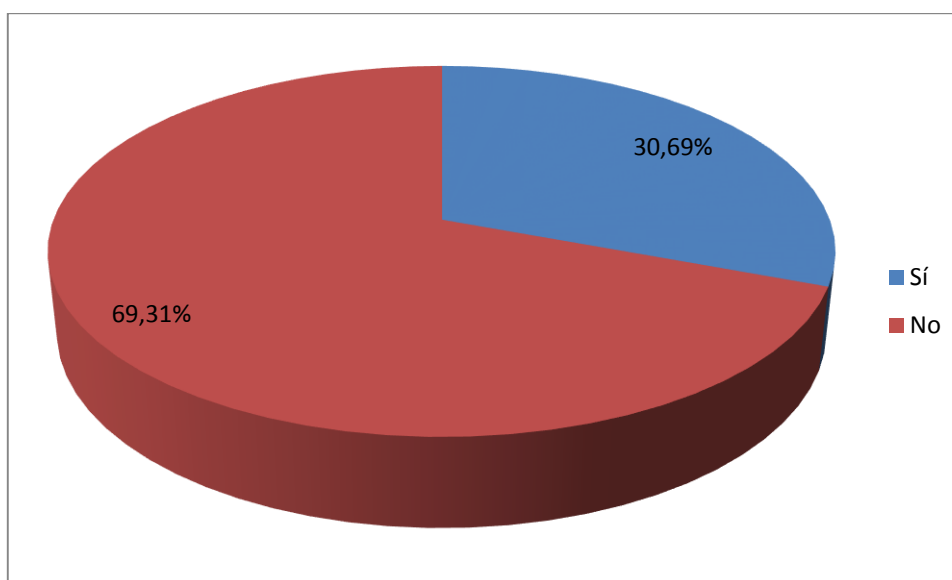
Tabla 14. Datos de ventas de vestimenta nacional

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	89	30.69%
No	201	69.31%
TOTAL	290	100.00%

Fuente: Encuestas a los comerciantes de la ciudad de Machala

Elaborado por: La autora

Gráfico 14. Datos de ventas de vestimenta nacional



Fuente: Tabla 16.

Elaborado por: La autora

Análisis:

El 30.69% de las personas encuestadas indican que poseen los datos referentes a la venta de ropa nacional correspondiente a los últimos 3 años; mientras que el 69.31% manifiesta no poseer estos datos por diversos motivos.

4.2.6. ¿Posee los datos de pagos de impuestos y aranceles por concepto de importación de prendas de vestir de los últimos tres años?

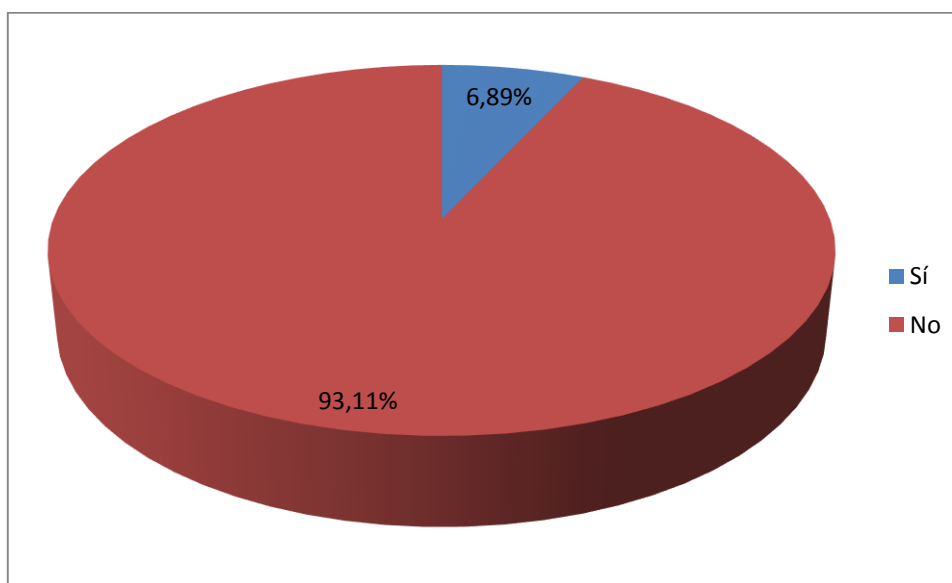
Tabla 15. Pagos de impuestos y aranceles

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	20	30.69%
No	270	69.31%
TOTAL	290	100.00%

Fuente: Encuestas a los comerciantes de la ciudad de Machala

Elaborado por: La autora

Gráfico 15. Pago de impuestos y aranceles



Fuente: Tabla 17.

Elaborado por: La autora

Análisis:

El 6.89% de las personas encuestados indican que poseen los datos de pagos de impuestos y aranceles por concepto de importación de prendas de vestir de los últimos 3 años; mientras que el 93.11% de las personas encuestadas indican no poseer esta información por diversos motivos.

4.2.7. ¿Qué procedencia tiene la ropa importada que usted comercia?

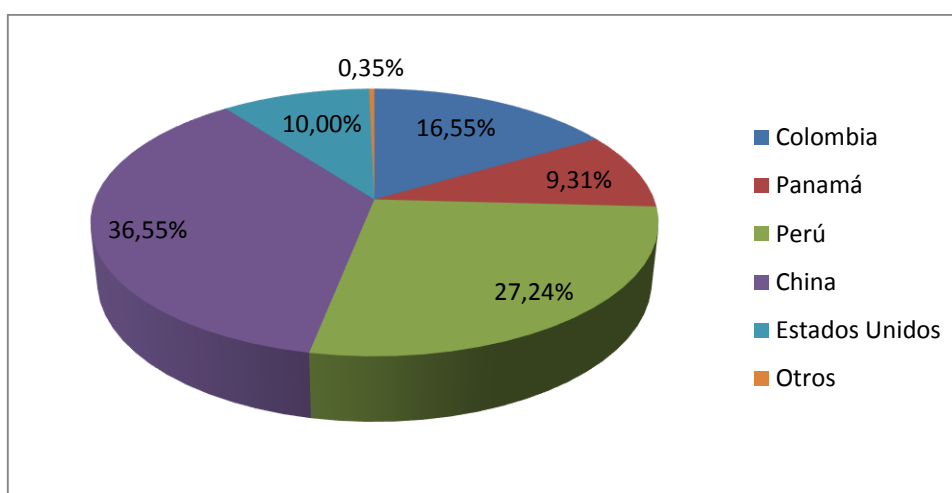
Tabla 16. Procedencia de la mercadería

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Colombia	48	16.55%
Panamá	27	9.31%
Perú	79	27.24%
China	106	36.55%
Estados Unidos	29	10.00%
Otros	1	0.35%
TOTAL	290	100.00%

Fuente: Encuestas a los comerciantes de la ciudad de Machala

Elaborado por: La autora

Gráfico 16. Procedencia de la mercadería



Fuente: Tabla 18.

Elaborado por: La autora

Análisis:

El 16.55% de las personas encuestadas indican que la procedencia de su mercadería es de Colombia; el 9.31% menciona que proviene de Panamá; el 27.24% indica que tiene procedencia peruana; el 36.55% menciona que la mercadería tiene procedencia del país de China; el 10% menciona que es de Estados Unidos; mientras que el 0.35% indica que la mercadería que comercia tiene otra procedencia.

4.3. Interpretación de las encuestas realizadas

4.3.1. Interpretación de las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Machala.

La encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Machala demuestra la preferencia de los consumidores por adquirir vestimenta importada, es así que se comprueba que el 71.93% de las personas encuestadas reconocen que adquieren ropa importada.

Uno de las principales causas para adquirir este tipo de vestimenta no necesariamente es que la encuentren con precios más económicos, aunque puede ser un factor que influye; sino que por lo manifestado por los consumidores es porque se encuentra más variedad de prendas, así como también es ofertada vestimenta que se encuentra a la moda y perteneciente a marcas reconocidas, según lo manifestado por el 35.34% de los encuestados.

Otra de las razones por las cuales los habitantes de la ciudad de Machala prefieren adquirir ropa importada es por el hecho de que esta arraigada la creencia de que es de mejor calidad que la ropa producida en el país. Esto menciona el 62.41% de los encuestados.

Era generalizado el pensamiento de que la producción nacional no es de calidad, algo que en la actualidad está cambiando, ya que según lo manifestado por el 51.13% de los encuestados ahora se encuentra muy buenas prendas de vestir producidas dentro del país, así mismo manifiestan que la industria textil ecuatoriana se encuentra en constante crecimiento, especialmente por el apoyo brindado por el gobierno nacional, mediante las mediadas proteccionistas adoptadas con el objetivo de incentivar la producción nacional.

4.4. Comprobación de hipótesis

HIPÓTESIS	COMPROBACIÓN
En el cantón Machala no existen estudios econométricos sobre la demanda de vestimenta importada que permitan establecer el comportamiento del consumidor ante este producto	Se comprobado mediante la investigación bibliográfica realizada que en cantón Machala no existe un análisis econométrico que permita estimar la demanda de vestimenta importada.
Las personas prefieren ropa importada por considerarla de mejor calidad.	Las personas encuestadas consideran que la ropa importada es de mejor calidad (Gráfico 9).
Los consumidores estiman que la industria textil ecuatoriana experimenta un cambio positivo.	Las personas encuestas mencionan que en la industria textil ecuatoriana se observa un cambio, en donde en la actualidad se ofertan prendas de calidad (Gráfico 10).
Los impuestos y aranceles por importación de vestimenta ocasiona un gran incremento en el precio final del producto.	De forma lógica por la adquisición de vestimenta importada se cancela importes que terminan por encarecer la ropa importada (Gráfico 11); pero además se considera que a más de los impuestos este encarecimiento se debe también a las acciones de los comerciantes (Gráfico 12).
Las personas que adquieren ropa importada tienen como elemento relevante la marca del producto.	Las personas encuestadas consideran que la marca tiene gran relevancia al momento de adquirir vestimenta.

4.5. Conclusiones y recomendaciones

4.5.1. Conclusiones

De acuerdo a la investigación realizada se establecen las siguientes conclusiones:

- En la ciudad de Machala existe una alta aceptación por parte de los consumidores en cuanto a adquirir ropa importada, uno de las principales razones para este hecho, es el deseo de adquirir vestimenta de marcas renombradas y que son sinónimo de calidad.
- Con respecto a los precios, la investigación realizada demuestra que no es factor primordial para que los consumidores opten por este tipo de prendas, aunque existe el reconocimiento que tanto se puede encontrar prendas de vestir económica como aquellas que sus precios son extremadamente elevados.
- Muchos de los comerciantes encuestados reconocen que utilizan el servicio postal del Correos del Ecuador 4 x 4, ofertado en los servicios de aduana, este mecanismo es exclusivamente diseñado para el consumo de productos adquiridos en el extranjero, pero está siendo mal utilizado para adquirir mercadería y comercializarla dentro del país, evitando pagar las tasas e impuestos arancelarios que por importación tendrían obligación a cancelar.
- En la actualidad, hay un reconocimiento de la calidad de las prendas de vestir realizadas dentro del país, los habitantes reconocen su calidad, y muchos de ellos afirman que solo comercian con ropa de procedencia nacional.

4.5.2. Recomendaciones

Una vez realizadas las conclusiones se establecen las respectivas recomendaciones:

- Tomando en cuenta el deseo de los consumidores de adquirir ropa de marcas renombradas, es conveniente que las empresas textiles del Ecuador realicen las campañas publicitarias que ayuden al reconocimiento de sus marcas y que contribuyan en el incremento de las ventas de prendas de origen nacional.

- Es conveniente que las autoridades pertinentes realicen los debidos controles para evitar el aumento excesivo de los precios en aquellas vestimentas de origen extranjero.

- Regular el servicio postal de Correos del Ecuador 4 x 4, para que no sea mal utilizado por los comerciantes, los cuales adquieren ropa y la traen de venta perjudicando a la industria nacional mediante una competencia desleal.

- Continuar con las campañas “Primero lo nuestro” para continuar con el incentivo de consumo de productos nacionales con gran beneficio a la economía ecuatoriana.

CAPITULO V

ANÁLISIS ECONOMÉTRICO

5.1. Introducción

En la actualidad el sector textil ecuatoriano está viviendo un proceso de transformación hacia una mayor industrialización y una reducción de los costes, a través de la inversión en maquinarias, tecnología, capacitación etc. que permita a las empresas del país poder competir con sus socios más cercanos, Perú y Colombia, y en menor medida con Brasil.

Hoy en día, el mundo textil y las prendas de vestir en Ecuador han llegado a constituirse dentro de las PYMES en el cual las sinergias entre ambas formas de producción pueden conseguir el desarrollo del sector y la mejora de la visión del producto ecuatoriano tanto dentro del país como en el exterior.

Esta mejora puede ser lograda a través de la mejora de la cadena de valor, el desarrollo de una moda local, realmente innovadora, que incluya la aparición de diseños y marcas conocidas, la mejora del desarrollo de productos en ciertas áreas, como en el desarrollo de nuevas fibras, punto y textiles con los que la dependencia del exterior no sea tan elevada. Pero sin duda el gran paso que tiene que llevar a cabo la industria textil es una nueva política de marketing con la que se venda el producto ecuatoriano como garantía de calidad y diseño.

La debilidad que presentan los sectores de textiles y confecciones, de forma general, se basan en el bajo nivel de calidad y/o diferenciación de la producción frente a los productos importados.

El sector de confecciones se ha visto impactado competitivamente por economías que tienen mano de obra barata, sobre todo Asia, cuyos productos han penetrado masivamente el mercado ecuatoriano. En términos generales, los sectores de textiles y confecciones ecuatorianos presentan niveles inferiores de calidad y/o diferenciación frente a los productos importados.

Una muestra de la baja competitividad del producto ecuatoriano se atribuye parcialmente a la baja diversificación en mercados más exigentes de altos ingresos. Otros elementos como la baja capacidad productiva, la carencia de tecnología y la falta de integración vertical de la industria, ayudan a explicar su pobre rendimiento.

5.2. El comercio de vestimenta en el cantón Machala

El cantón Machala se caracteriza por haber llegado a convertirse en una ciudad de gran movimiento comercial. Sus habitantes se encuentran dedicados especialmente al comercio de infinidad de productos que van desde vehículos, prendas de vestir, electrodomésticos, etc.; a la actividad camaronera y a la producción de banano para exportación, esta última actividad económica la ha convertido en la “Capital bananera del mundo”.

Debido a estas características, la ciudad se ha convertido en los últimos años en el sitio ideal para la cristalización de importantes negocios y apertura de grandes empresas.

Con respecto al comercio de vestimenta, al ser una ciudad de gran actividad comercial, es lógico encontrar que uno de los artículos que más venta tiene es el de la vestimenta. El vestuario cada vez constituye una de las necesidades básicas de la población y en la actualidad gran parte de estas necesidades, son satisfechas con ropa que proviene principalmente de países como: Estados Unidos, Panamá, Colombia y

Europa que al ofrecer una infinidad de modelos han logrado superar las expectativas del consumidor, perjudicando a los confeccionistas ecuatorianos.

Al ser también ciudad fronteriza con el Perú, es relativamente fácil encontrar gran cantidad de vestimenta proveniente de este país a precios relativamente económicos pero a criterio de los consumidores de poca calidad. Con respecto a la venta de vestimenta nacional, es posible encontrar gran variedad de producto nacional, que en la actualidad está teniendo buena acogida por parte de los consumidores.

5.3. Modelo econométrico de la demanda de vestimenta importada en la ciudad de Machala

El modelo propuesto en el presente trabajo para estimar la demanda de vestimenta importada en la ciudad de Machala, se especifica a través del planteamiento de un modelo econométrico de datos de panel. En este tipo de modelos se incluye una muestra de agentes económicos o de interés (individuos, empresas, bancos, ciudades, países, etc) para un período determinado de tiempo, esto es, combina ambos tipos de datos (dimensión temporal y estructural). (12).

Además las variables se clasifican como endógenas y exógenas. Las primeras son determinadas por el modelo económico, y las exógenas se determinan externamente. Las variables exógenas también se identifican como variables predeterminadas y se consideran como independientes de los términos de error del modelo y, por tanto, satisfacen las suposiciones de las variables independientes en un modelo de regresión lineal clásico. (13).

Se plantean las funciones de demanda de vestimenta importada en la ciudad de Machala a partir de consideraciones teóricas y modelaciones

empíricas al respecto. Además, se describe la estructura de los datos de las variables empleadas, así como el planteamiento de demanda que se estimó.

5.3.1. Función de demanda

Ley económica que determina que la cantidad demandada de un bien disminuye a medida que aumenta su precio, manteniéndose las restantes variables constantes. La cantidad demandada es inversamente proporcional al precio. El incremento en el precio (P) causa una disminución en la cantidad demandada (Qd) y viceversa, la disminución del precio elevará la cantidad demandada.

La demanda de un bien normal tiene como principales factores determinantes el precio del mismo, el ingreso disponible de los individuos y el precio de los bienes que son sustitutos y complementarios cercanos (14).

5.3.1.1. Determinantes de la demanda

- **El precio del bien:** al aumentar el precio del bien va a aumentar la cantidad ofrecida y viceversa.
- **Costos de producción:** Si se incrementan los costos disminuye la oferta y viceversa. Al aumentar el precio de los insumos de un bien, su oferta va a disminuir y viceversa. Al hablar del precio de los recursos e insumos se refiere al precio del trabajo (salarios), precio de materias primas, precio de energía, tasas de interés, etc.
- **La tecnología de producción:** al mejorar la tecnología en la producción, la oferta de un bien aumentará.

- **Precios futuros esperados:** Si se espera que a corto plazo el precio del bien producido aumente, la oferta aumentará, y viceversa.
- **Número de oferentes:** Al haber un mayor número de oferentes la oferta de un bien aumentará y viceversa.
- **Impuestos y subsidios:** Cuando se establecen impuestos se reduce la oferta y cuando se aplican subsidios se incrementa la oferta.

El postulado de la oferta y la demanda implica tres leyes:

- Cuando, al precio corriente, la demanda excede la oferta, el precio tiende a aumentar. Inversamente, cuando la oferta excede la demanda, el precio tiende a disminuir.
- Un aumento en el precio tiende, más tarde o más temprano, a disminuir la demanda y a aumentar la oferta. Inversamente, una disminución en el precio tiende, más tarde o más temprano, a aumentar la demanda y disminuir la oferta.
- El precio tiende al nivel en el cual la demanda iguala la oferta.

5.3.2. Estructura de los datos

Para realizar la estimación del modelo econométrico, se hace necesario conocer las variables que intervienen; para la presente investigación se trabaja con datos de corte transversal; que son una muestra de individuos, hogares, empresas, ciudades, estados u otras diversas unidades tomadas en un momento determinado del tiempo. Por lo general obtenido por un muestreo aleatorio de la población de origen.

5.3.3. Variables que intervienen en la estimación de la demanda de vestimenta importada en la ciudad de Machala.

El presente modelo econométrico tendrá la estructura de datos de panel, por lo tanto tendremos datos de corte transversal como temporal, de esta manera que se indago acerca de las ventas de los tres últimos años a los vendedores de vestimenta del cantón Machala.

Lamentablemente y como consecuencia de la poca cultura contable que se posee, muy pocos de los establecimientos visitados respondían ante esta solicitud, muchos de ellos no llevan un registro anual ordenado, otros afirmaban no poseer esa información sino que era manejada por sus administradores, mientras que algunos comerciantes manifestaron su deseo de no brindar dichos datos.

Tomando como referencia dicho problema y considerando la disposición de la información se obtuvieron datos de 20 comerciantes ropa para un periodo de 3 años, dando como resultado un modelo de datos de panel de 60 observaciones.

La información obtenida en la estimación del modelo será analizada junto con las respuestas obtenidas por los habitantes de la ciudad de Machala, y los comerciantes de vestimenta, para darle relevancia al estudio econométrico. Donde al contrastar la información se esperar obtener mejores conclusiones con respecto al comportamiento de la demanda de vestimenta importada en el cantón Machala.

De esta manera con los datos proporcionados por los comerciantes, se establecieron las variables dependientes e independientes, quedando especificado de la siguiente manera:

Variable dependiente.- Cuyos valores dependerán de los valores que tome otra variable. Para el presente análisis se ha tomado como variable dependiente los valores en dólares de la ropa importada por los años 2012, 2013 y 2014 de los comerciantes de vestimenta. A continuación se definirá a la variable:

- **Venta de ropa importada:** La venta realizada por los vendedores investigados en los años 2012, 2013 y 2014. Se considera solo aquellas ventas relacionadas con la vestimenta importada.

Variables independientes.- Cuyos valores no dependen de otra variable. Para el presenta análisis hemos tomado a consideración como variables independientes y según los datos proporcionados por los comerciantes de vestimenta importada, a la venta de ropa nacional y a los impuestos y aranceles por importaciones.

- **Ventas de ropa nacional.-** La venta realizada por los vendedores investigados en los años 2012, 2013 y 2014. Se considera solo aquellas ventas relacionadas con la vestimenta nacional.
- **Impuestos y aranceles por importaciones.-** Los valores pagados en impuestos y aranceles por la importación de vestimenta.

Establecidas las variables, lo que se va a tratar de estimar es la relación que tienen y en qué medida afecta a la demanda de vestimenta la importada, las ventas anuales de ropa importada, y de qué manera se ve influenciada por la venta de ropa nacional y por los impuestos cancelados por concepto de importación.

5.4. Estimación y discusión de los resultados

Para estimar la ecuación que me permita realizar el análisis econométrico es imprescindible tener ordenada la tabla de datos, a continuación se presenta la información que fue proporcionada por los comerciantes de de vestimenta importada. Al analizar 3 años por comerciante y al tener ya definidas las variables a analizar, estoy frente a un modelo de datos de panel como ya se ha mencionado anteriormente.

Las observaciones se encuentran compuestas por los individuos y el año de análisis, de esta manera se ha asignado los números del 1 al 20 a cada uno de los comerciantes que corresponden a la unidad de análisis. Y la numeración 12, 13 y 14 representan a los años correspondientes al análisis.

Mientras que las variables serán representadas de la siguiente manera:

VRI: Venta de ropa importada

VRN: Venta de ropa nacional

IMP: Impuestos

A continuación se presenta la estructura de la tabla:

Tabla 17. Tabla de datos

Obs.	VRI	VRN	IMP
1 - 12	20543.67	11578.06	5135.920
1 - 13	26896.45	11643.71	6724.110
1 - 14	19854.23	11709.73	4963.560
2 - 12	21890.57	11776.12	5472.640
2 - 13	19543.09	11842.89	4885.770
2 - 14	19996.87	11910.04	4999.220

3 - 12	27987.50	11977.57	6996.880
3 - 13	25895.67	12045.48	6473.920
3 - 14	19568.04	12113.78	4892.010
4 - 12	15683.07	12182.47	4680.080
4 - 13	19000.02	12251.54	4750.010
4 - 14	21345.89	12321.01	5336.470
5 - 12	21890.57	12390.87	5472.640
5 - 13	19543.09	12461.12	4885.770
5 - 14	19996.87	12531.78	4999.220
6 - 12	27987.50	12602.83	6996.880
6 - 13	25895.67	12674.29	6473.920
6 - 14	19568.04	12746.16	4892.010
7 - 12	20543.67	12818.43	5135.920
7 - 13	26896.45	12891.11	6724.110
7 - 14	19854.23	12964.20	4963.560
8 - 12	21890.57	13037.71	5472.640
8 - 13	19543.09	13111.63	4885.770
8 - 14	19996.87	13185.97	4999.220
9 - 12	27987.50	13260.74	6996.880
9 - 13	25895.67	13335.93	6473.920
9 - 14	19568.04	13411.54	4892.010
10 - 12	20543.67	13487.58	5135.920
10 - 13	26896.45	13564.06	6724.110
10 - 14	19854.23	13640.97	4963.560
11 - 12	21890.57	13718.31	5472.640
11 - 13	19543.09	13796.09	4885.770
11 - 14	19996.87	13874.32	4999.220
12 - 12	27987.50	13952.99	6996.880
12 - 13	25895.67	14032.10	6473.920
12 - 14	19568.04	14111.66	4892.010
13 - 12	20543.67	14191.67	5135.920

13 - 13	26896.45	14272.14	6724.110
13 - 14	19854.23	14353.06	4963.560
14 - 12	21890.57	14434.45	5472.640
14 - 13	19543.09	14516.29	4885.770
14 - 14	19996.87	14598.60	4999.220
15 - 12	27987.50	14681.37	6996.880
15 - 13	25895.67	14764.61	6473.920
15 - 14	19568.04	14848.33	4892.010
16 - 12	20543.67	14932.52	5135.920
16 - 13	26896.45	15017.19	6724.110
16 - 14	19854.23	15102.33	4963.560
17 - 12	21890.57	15187.96	5472.640
17 - 13	19543.09	15274.08	4885.770
17 - 14	19996.87	15360.68	4999.220
18 - 12	27987.50	15447.78	6996.880
18 - 13	25895.67	15535.37	6473.920
18 - 14	19568.04	15623.45	4892.010
19 - 12	20543.67	15712.04	5135.920
19 - 13	26896.45	15801.13	6724.110
19 - 14	19854.23	15890.72	4963.560
20 - 12	21890.57	15980.82	5472.640
20 - 13	19543.09	16071.43	4885.770
20 - 14	19996.87	16162.55	4999.220

Fuente: Datos proporcionados por los comerciantes

Para la estimación del modelo econométrico se establecen las siguientes hipótesis:

Ho: Las ventas de vestimenta importada no está en función de la venta de ropa nacional y de los impuestos pagados.

H1: Las ventas de vestimenta importada están en función de la venta de ropa nacional y de los impuestos pagados.

Tabla 18. Ecuación de Regresión

Dependent Variable: VRI
 Method: Panel Least Squares
 Date: 07/22/15 Time: 06:37
 Sample: 2012 2014
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 20
 Total panel (balanced) observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1031.691	623.0356	-1.655910	0.1032
VRN	0.043496	0.037471	1.160813	0.0506
IMP	0.068964	0.063030	64.55593	0.0000
R-squared	0.986515	Mean dependent var		22175.27
Adjusted R-squared	0.986042	S.D. dependent var		3303.214
S.E. of regression	390.2563	Akaike info criterion		14.82019
Sum squared resid	8681098.	Schwarz criterion		14.92491
Log likelihood	-441.6057	Hannan-Quinn criter.		14.86115
F-statistic	2084.968	Durbin-Watson stat		2.155047
Prob(F-statistic)	0.000000			

Elaborado por: Mabell Benites.

Fuente: Variables de la demanda de vestimenta importada. Eviews

Como se observa en la tabla la variable dependiente es la venta de ropa importada y las variables independientes son la venta de ropa nacional y los impuestos y aranceles pagados por concepto de importación. Al observar los coeficientes notamos que todas las variables comprueban la hipótesis planteada, se observa que la constante (C), toma el valor de -1031.691, es decir ante situaciones donde la venta de ropa importada no dependiera de la venta de ropa nacional ni del pago de concepto de impuestos por importación tendría ventas negativas.

Con respecto a los demás coeficientes observamos que ante un incremento del \$1.00 en la venta de ropa nacional la venta de ropa importada ve incrementada sus ventas en apenas 0.043496, es decir en la actualidad existe una gran demanda de ropa nacional, las políticas establecidas por el gobiernos, así como el repunte marcas conocidas por

su calidad están influyendo en el comportamiento del consumidor, el mismo que cuando prefiere adquirir ropa nacional afecta a la venta de ropa importada ya que esta también aumenta pero en menor proporción, lo que demuestra el gran crecimiento que está teniendo el sector textil en la economía ecuatoriana.

Con respecto a los impuestos y aranceles, también se observa una relación directa, ante lo cual por cada dólar de venta en ropa importada los impuestos y aranceles pagados por el comerciante se ven aumentados en aproximadamente 0.068964, lo que se justifica con claridad debido a que mientras más ventas se realicen de ropa importada, lógicamente fue porque se realizaron más importaciones y se cumplió con el pago de los impuestos y aranceles.

Otros coeficientes encontrados en la ecuación de regresión se detallan a continuación:

STD. Error: Error estándar de los coeficientes estimar, cuantifica las oscilaciones de la media muestral, es decir la media obtenida en los datos, alrededor de la media poblacional.

t- Statistic: Valor del estadístico t, bajo la hipótesis individual que las variables ($H_0: \beta_i = 0$). Con t-k grados de libertad, Indica que la variable contribuye a explicar la variable endógena.

Prob: Si los Valores son superiores al 5% ($\alpha=5\%$) no se rechaza la hipótesis nula y la variable exógena no sirve para explicar el modelo.

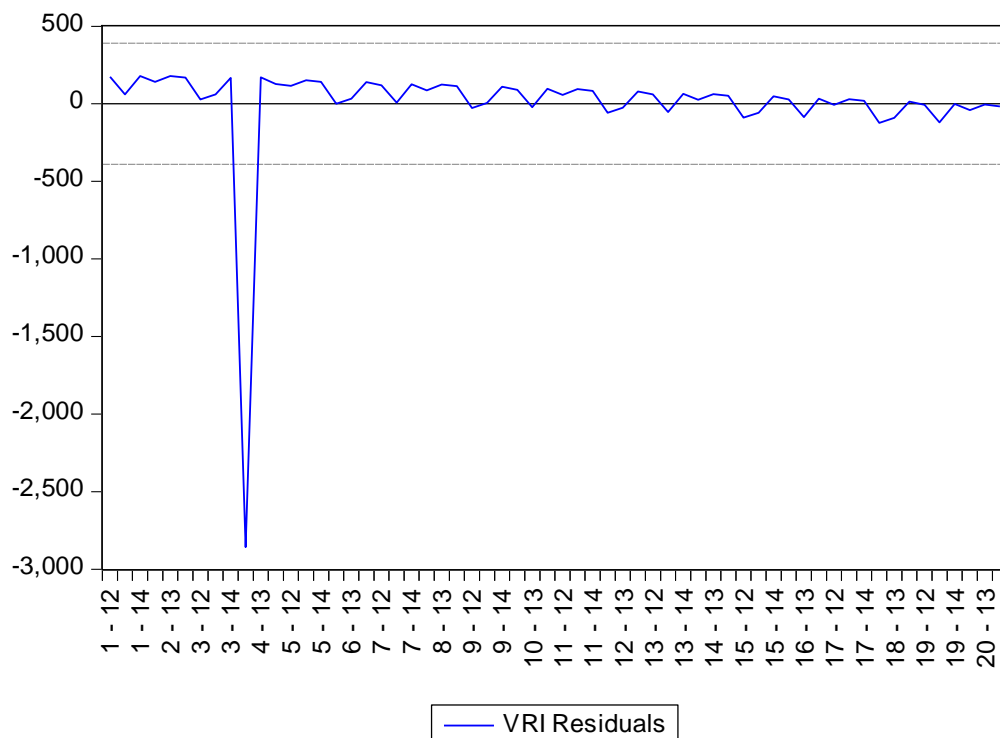
R squared: Es el R cuadrado de la ecuación y representa el porcentaje de la variabilidad de la variable dependiente explicado por la variable independiente. Este valor mientras más cercano a 1 significa que existe una alta relación entre las variables y que por lo tanto el modelo se

explica. En la estimación realizada con un R esquared de 0.986515 se concluye que las variables planteadas explican el modelo econométrico planteado.

Adjusted R-squared: Permitirá medir el incremento neto de R cuadrado, cuando se incluya un nuevo regresor.

Autocorrelación.- Como puede verse el estadístico Durbin – Watson es 2.155047, un valor ligeramente superior a 2 por lo tanto estamos en presencia de una autocorrelación negativa. Otra forma de determinar si existe autocorrelación es mediante un gráfico de los residuos, si errores positivos son seguidos de errores positivos y errores negativos por errores de igual signo, entonces estamos en presencia de autocorrelación positiva.

Gráfico 17. Autocorrelación



Elaborado por: Mabell Benites.

Fuente: Variables de la demanda de vestimenta importada. Eviews

Cuando se trabaja con datos de corte longitudinal (una variable explicativa cuyas observaciones correspondan a valores obtenidos en instantes temporales sucesivos), resulta bastante frecuente que el término de perturbación en un instante dado siga una tendencia marcada por los términos de perturbación asociados a instantes anteriores. Este hecho da lugar a la aparición de autocorrelación en el modelo.

5.4.1. Test de Normalidad

Uno de los supuestos básicos del modelo de regresión es el que los errores tengan distribución normal. No obstante, el supuesto de normalidad puede no ser tan crucial cuando se emplean muestras grandes o en presente caso que trabajamos con datos temporales y transversales.

Test de Jarque – Bera

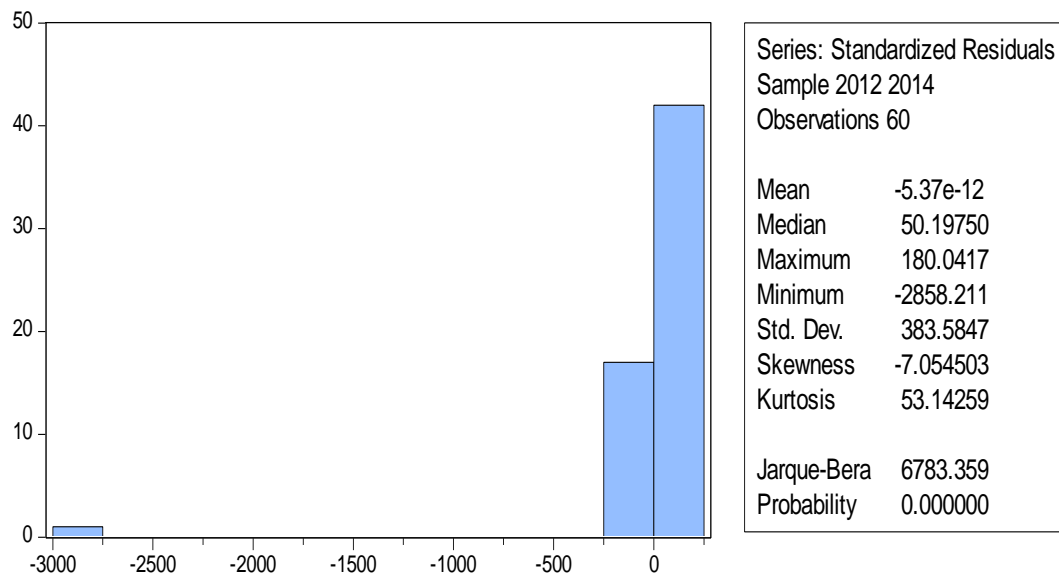
El test de Jarque – Bera pretende comprobar la distribución normal de las perturbaciones a partir de la simetría y la Kurtosis de la densidad empírica.

Para aplicar el Test de Jarque – Bera, postulamos las siguientes hipótesis de decisión:

- H0: El error se aproxima a una distribución Normal.
- H1: El error no se aproxima a una distribución Normal.

A continuación se presenta el histograma que nos va a permitir establecer la normalidad de la distribución de los datos.

Gráfico 18. Histograma



Elaborado por: Mabell Benites.

Fuente: Variables de la demanda de vestimenta importada. Eviews

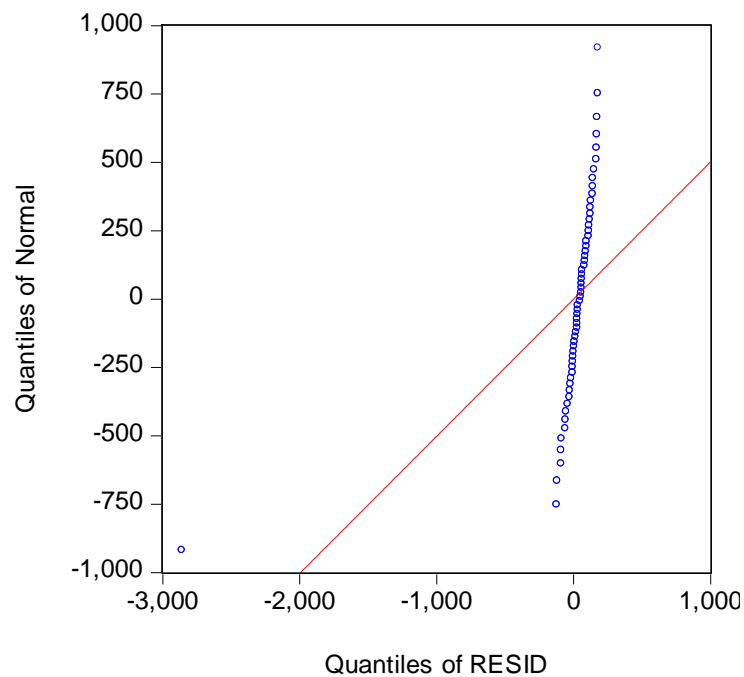
Mediante este gráfico que consiste en un histograma se representa el comportamiento de la función de densidad empírica, estimada a partir del porcentaje de valores por tamaño del intervalo. Teóricamente debería aproximarse a una distribución normal por lo que la forma que debería presentar sería simétrica y sin exceso de Kurtosis.

En el Histograma del presente modelo la Skewness es de -7.054503, lo que indica que los datos tiene distribución negativa; la Kurtosis es de 53.14259 sobrepasa 3 lo que nos da indicios de que el error no tiene una distribución normal, una mayor Kurtosis implica una mayor concentración de datos muy cerca de la media de la distribución coexistiendo al mismo tiempo con una relativamente elevada frecuencia de datos muy alejados de la misma. El Jarque – Bera es de 6783.359, es mayor que 5.99 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula. Se acepta la H1: El error no se aproxima a una distribución Normal.

– Prueba de Normalidad (Quantile - Quantile)

Para que exista normalidad en los residuos los puntos deberán estar a lo largo de la recta, pero si los puntos están muy dispersos y la mayoría está fuera de la recta, entonces se concluye que no existe normalidad.

Gráfico 19. Quantile - quantile



Elaborado por: Mabell Benites.

Fuente: Variables de la demanda de vestimenta importada. Eviews

Al observar el gráfico se concluye que no existe normalidad en la distribución del error.

5.4.2. Test estadístico sobre los coeficientes

Test de variables redundantes: Prueba si la exclusión de una variable podría mejorar el ajuste del modelo.

Para el siguiente análisis se excluirá la variable correspondiente a la venta de ropa nacional (VRN)

Tabla 19. Test de variables redundantes (VRN)

Redundant Variables Test
Equation: UNTITLED
Specification: VRI C VRN IMP
Redundant Variables: VRN

	Value	df	Probability
t-statistic	1.160813	57	0.2506
F-statistic	1.347486	(1, 57)	0.2506
Likelihood ratio	1.401900	1	0.2364

F-test summary:

	Sum of Sq.	df	Mean Squares
Test SSR	205222.0	1	205222.0
Restricted SSR	8886320.	58	153212.4
Unrestricted SSR	8681098.	57	152300.0
Unrestricted SSR	8681098.	57	152300.0

LR test summary:

	Value	df
Restricted LogL	-442.3067	58
Unrestricted LogL	-441.6057	57

Restricted Test Equation:
Dependent Variable: VRI
Method: Panel Least Squares
Date: 07/22/15 Time: 06:45
Sample: 2012 2014
Periods included: 3
Cross-sections included: 20
Total panel (balanced) observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-436.4048	354.8814	-1.229720	0.2238
IMP	4.069429	0.063217	64.37207	0.0000
R-squared	0.986196	Mean dependent var		22175.27
Adjusted R-squared	0.985958	S.D. dependent var		3303.214
S.E. of regression	391.4236	Akaike info criterion		14.81022
Sum squared resid	8886320.	Schwarz criterion		14.88003
Log likelihood	-442.3067	Hannan-Quinn criter.		14.83753
F-statistic	4143.763	Durbin-Watson stat		2.105712
Prob(F-statistic)	0.000000			

Elaborado por: Mabell Benites.

Fuente: Variables de la demanda de vestimenta importada. Eviews

De acuerdo a los coeficientes obtenidos, especialmente mediante el análisis del R squared, se observa que hay una pequeña disminución en

el ajuste del modelo por lo tanto se establece que la variable VRN es necesaria para explicar el modelo econométrico.

Tabla 20. Test de variables redundantes (IMP)

Redundant Variables Test
Equation: UNTITLED
Specification: VRI C VRN IMP
Redundant Variables: IMP

	Value	df	Probability
t-statistic	64.55593	57	0.0000
F-statistic	4167.468	(1, 57)	0.0000
Likelihood ratio	258.3358	1	0.0000

F-test summary:

	Sum of Sq.	df	Mean Squares
Test SSR	6.35E+08	1	6.35E+08
Restricted SSR	6.43E+08	58	11092868
Unrestricted SSR	8681098.	57	152300.0
Unrestricted SSR	8681098.	57	152300.0

LR test summary:

	Value	df
Restricted LogL	-570.7737	58
Unrestricted LogL	-441.6057	57

Restricted Test Equation:
Dependent Variable: VRI
Method: Panel Least Squares
Date: 07/22/15 Time: 06:46
Sample: 2012 2014
Periods included: 3
Cross-sections included: 20
Total panel (balanced) observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	21366.09	4416.475	4.837815	0.0000
VRN	0.058870	0.319783	0.184093	0.8546
R-squared	0.000584	Mean dependent var		22175.27
Adjusted R-squared	-0.016647	S.D. dependent var		3303.214
S.E. of regression	3330.596	Akaike info criterion		19.09246
Sum squared resid	6.43E+08	Schwarz criterion		19.16227
Log likelihood	-570.7737	Hannan-Quinn criter.		19.11976
F-statistic	0.033890	Durbin-Watson stat		2.006346
Prob(F-statistic)	0.854582			

Elaborado por: Mabell Benites.

Fuente: Variables de la demanda de vestimenta importada. Eviews

Al contrario de lo que se observa con la variable VRN, en donde al excluirla no se observa una gran disminución en R squared que ayuda a determinar el ajuste del modelo, el excluir la variable IMP, este coeficiente disminuye drásticamente ante lo cual concluyo que la variable IMP es totalmente necesaria para explicar el modelo.

5.5. Conclusiones y recomendaciones

5.5.1. Conclusiones

La mercadería nacional o ensamblada en el país comienza a desplazar a la importada en ciertos segmentos de mercado, como electrodomésticos y textiles, por la vigencia de las salvaguardias a la mercadería comprada en el exterior, por lo que algunos negocios han optado por importar menos y suplir la demanda con mercadería local.

A pesar de la disminución de la importancia del sector durante los últimos años, existen todavía potenciales beneficios en la industria textil y de prendas de vestir que pueden contribuir al crecimiento del PIB industrial de Ecuador.

Las mejoras que se están llevando dentro del sector, en cuanto a productividad y eficiencia pueden hacer mejorar el posicionamiento del sector textil ecuatoriano en el mercado global, ya que en la actualidad es la única forma que tiene el productor local para mejorar su competitividad en el mercado, debido a que la economía ecuatoriana tiene como política monetaria la dolarización, por lo que en caso de devaluaciones de la moneda en los países de alrededor la producción nacional resultaría más cara en el exterior.

5.5.2. Recomendaciones

Impulsar el sector de las confecciones de prendas de vestir en el Ecuador ya que se convierte en un importante aporte al PIB del sector manufacturero ecuatoriano.

Incentivo a las inversiones mediante reducciones totales o parciales del pago de aranceles, siempre y cuando las mercancías estén clasificadas como bienes de capital y no exista producción nacional.

Transformar la matriz productiva, para generar mayor valor agregado, democratizando el acceso a los factores de la producción especialmente a pequeñas y medianas empresas.

Apoyar al proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

BIBLIOGRAFÍA

1. **Asociación de Industrias T xtiles del Ecuador.** Boletín Marzo 2014. [En línea] Marzo de 2014. <http://www.aite.com.ec/>.
2. **Instituto de promoción de exportaciones e inversiones .** *Análisis sectorial de textiles y confecciones.* Quito : PROECUADOR, 2013.
3. ** lvarez, Raquel, Giacalone, Rita y Sandoval, Juan Manuel.** *Globalización, integración y fronteras en América Latina.* Venezuela : Universidad de los Andes, 2010.
4. **Universidad Nacional Autónoma de México.** *Introducción al Comercio Internacional.* s.l. : UNAM, 2012.
5. **Castro Figueroa, Andrés Mauricio.** *Manual de Exportaciones. La exportación en Colombia.* Colombia : Universidad del Rosario, 2008.
6. **PRO ECUADOR.** *Guía comercial.* Quito : s.n., 2014.
7. **El T legrafo.** El sector textil nacional produce alrededor de \$ 600 millones anuales (Infografía). 2014.
8. **Cuerdo Mir, Miguel y Freire Rubio, María Teresa.** *Introducción a la microeconomía: comportamientos, intercambio y mercados.* Madrid : ESIC Editorial, 1997.
9. **Zambrano, Manuel.** *Introducción a la Econometría.* Machala : s.n., 2012.

10. **Cantero Fernández, Juan.** Función de la demanda. *Economía visual*. [En línea] 2010. <http://www.economiavisual.com/>.

11. *Los ecuatorianos no se identifican con la producción nacional.* **Mendoza, Fernando.** Quito : Revista Líderes, 2012.

12. **Mayorga, Mauricio.** *La técnica de datos de panel. Una guía para su uso e interpretación.* s.l. : Banco Central de Costa Rica, 2010.

13. **Maddala, G.S.** *Introducción a la econometría.* México : Prentice Hall H., 1996.

14. **Varian, Hal.** *Microeconomía Intermedia, un enfoque moderno.* Madrid : Antoni Bosch Editor, 1993.

15. *industria automotriz.* **Alvarez, Cesar.** 2009.

16.

<http://www.economiavisual.com/html/Intro/Funcion%20de%20demanda.htm>.

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DEL PROBLEMA CENTRAL, OBJETIVO GENERAL E HIPÓTESIS CENTRAL

PROBLEMA CENTRAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS CENTRAL
Inexistencia de un análisis econométrico para estimar la demanda de vestimenta importada en el cantón Machala.	Determinar la existencia de un análisis econométrico que permita conocer la demanda de vestimenta importada en la ciudad de Machala.	En el cantón Machala no existen estudios econométricos sobre la demanda de vestimenta importada que permitan establecer el comportamiento del consumidor ante este producto

ANEXO 2

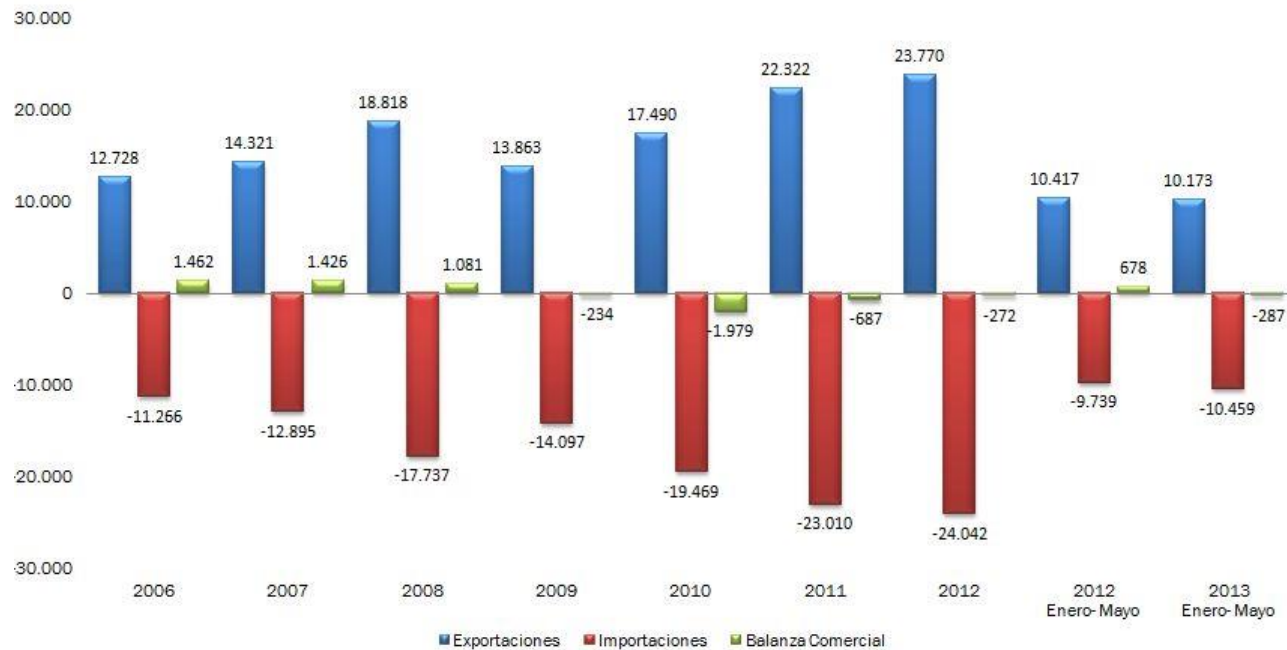
BALANZA COMERCIAL DEL ECUADOR



ecuador
ama la vida

Ministerio
de Comercio Exterior

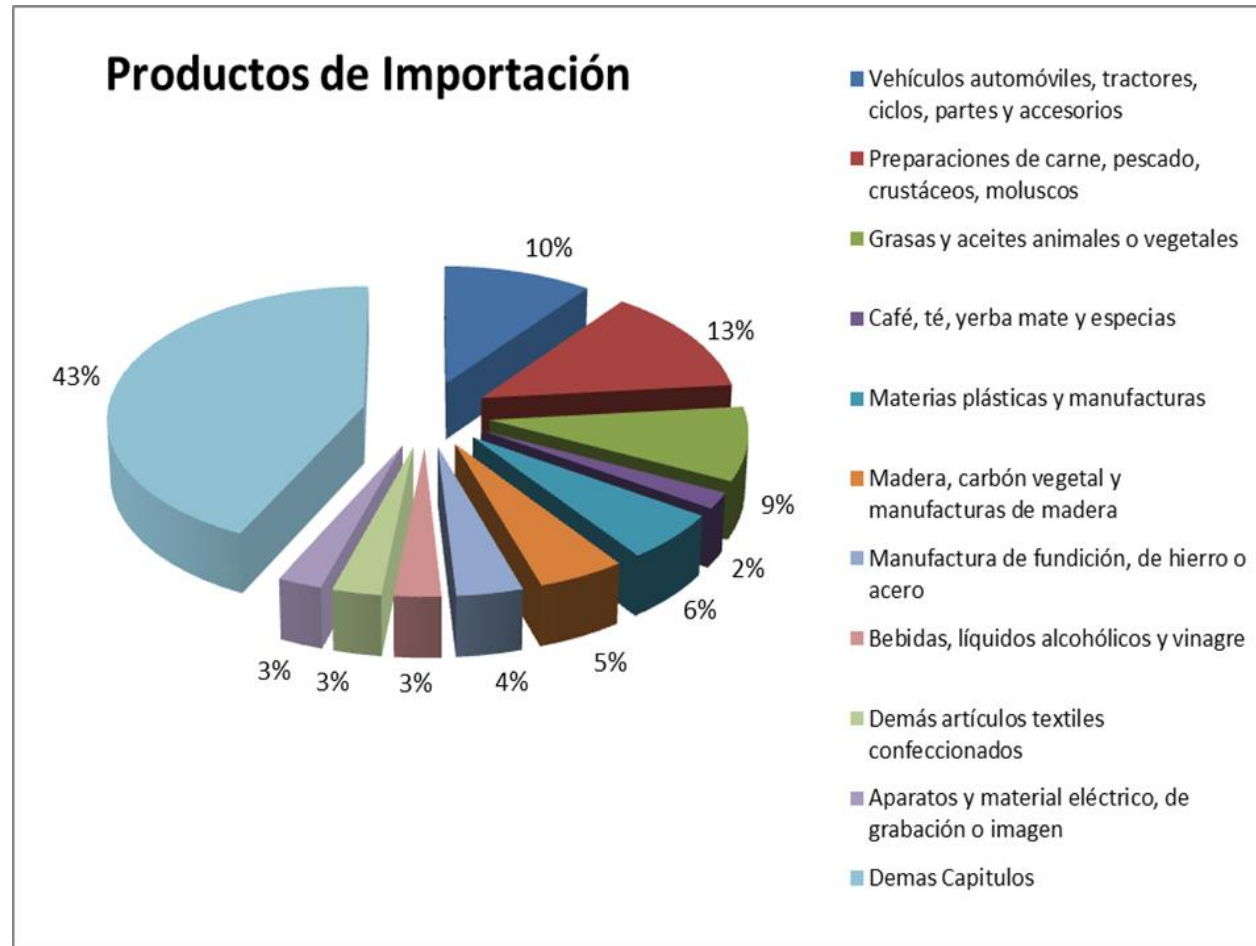
Balanza Comercial Total del Ecuador
Millones USD FOB



Fuente: Banco Central del Ecuador. Información Estadística Mensual, Boletín 1936.
Elaboración: DEECO/MCE

ANEXO 3

PRODUCTOS IMPORTADOS POR EL ECUADOR



ANEXO N° 4

TABLA DE DATOS PARA CALCULAR MODELO ECONOMETRICO

Obs.	VRI	VRN	IMP
1 - 12	20543.67	11578.06	5135.920
1 - 13	26896.45	11643.71	6724.110
1 - 14	19854.23	11709.73	4963.560
2 - 12	21890.57	11776.12	5472.640
2 - 13	19543.09	11842.89	4885.770
2 - 14	19996.87	11910.04	4999.220
3 - 12	27987.50	11977.57	6996.880
3 - 13	25895.67	12045.48	6473.920
3 - 14	19568.04	12113.78	4892.010
4 - 12	15683.07	12182.47	4680.080
4 - 13	19000.02	12251.54	4750.010
4 - 14	21345.89	12321.01	5336.470
5 - 12	21890.57	12390.87	5472.640
5 - 13	19543.09	12461.12	4885.770
5 - 14	19996.87	12531.78	4999.220
6 - 12	27987.50	12602.83	6996.880
6 - 13	25895.67	12674.29	6473.920
6 - 14	19568.04	12746.16	4892.010
7 - 12	20543.67	12818.43	5135.920
7 - 13	26896.45	12891.11	6724.110
7 - 14	19854.23	12964.20	4963.560
8 - 12	21890.57	13037.71	5472.640
8 - 13	19543.09	13111.63	4885.770
8 - 14	19996.87	13185.97	4999.220
9 - 12	27987.50	13260.74	6996.880
9 - 13	25895.67	13335.93	6473.920

9 - 14	19568.04	13411.54	4892.010
10 - 12	20543.67	13487.58	5135.920
10 - 13	26896.45	13564.06	6724.110
10 - 14	19854.23	13640.97	4963.560
11 - 12	21890.57	13718.31	5472.640
11 - 13	19543.09	13796.09	4885.770
11 - 14	19996.87	13874.32	4999.220
12 - 12	27987.50	13952.99	6996.880
12 - 13	25895.67	14032.10	6473.920
12 - 14	19568.04	14111.66	4892.010
13 - 12	20543.67	14191.67	5135.920
13 - 13	26896.45	14272.14	6724.110
13 - 14	19854.23	14353.06	4963.560
14 - 12	21890.57	14434.45	5472.640
14 - 13	19543.09	14516.29	4885.770
14 - 14	19996.87	14598.60	4999.220
15 - 12	27987.50	14681.37	6996.880
15 - 13	25895.67	14764.61	6473.920
15 - 14	19568.04	14848.33	4892.010
16 - 12	20543.67	14932.52	5135.920
16 - 13	26896.45	15017.19	6724.110
16 - 14	19854.23	15102.33	4963.560
17 - 12	21890.57	15187.96	5472.640
17 - 13	19543.09	15274.08	4885.770
17 - 14	19996.87	15360.68	4999.220
18 - 12	27987.50	15447.78	6996.880
18 - 13	25895.67	15535.37	6473.920
18 - 14	19568.04	15623.45	4892.010
19 - 12	20543.67	15712.04	5135.920
19 - 13	26896.45	15801.13	6724.110

19 - 14	19854.23	15890.72	4963.560
20 - 12	21890.57	15980.82	5472.640
20 - 13	19543.09	16071.43	4885.770
20 - 14	19996.87	16162.55	4999.220

ANEXO 5
GUÍA DE ENCUESTA POBLACIÓN DEL CANTÓN MACHALA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES CARRERA DE ECONOMÍA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL GUÍA DE ENCUESTA
TEMA: ELABORACIÓN DE UN MODELO ECONÓMICO PARA ESTIMAR LA DEMANDA DE VESTIMENTA IMPORTADA EN LA CIUDAD DE MACHALA (UN ANÁLISIS DE DATOS DE PANEL)
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN MACHALA
La presente encuesta tiene fines investigativos, ante lo cual se solicita sinceridad al contestar cada una de las preguntas.
1. Género Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/>
2. ¿Adquiere Ud. ropa importada? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
3. ¿Cuáles son los atributos que busca al adquirir ropa? Precio económico <input type="checkbox"/> Marca renombrada <input type="checkbox"/> Comodidad <input type="checkbox"/> Moda <input type="checkbox"/>
4. ¿Por qué considera que las personas prefieren adquirir en algunas ocasiones ropa importada? Calidad <input type="checkbox"/> Mejores precios <input type="checkbox"/>

Variedad <input type="checkbox"/>
5. ¿Qué opinión tiene de la industria textil ecuatoriana? Ofrece productos de calidad <input type="checkbox"/> No se encuentra en capacidad de competir con productos importados <input type="checkbox"/> Se encuentra en desarrollo <input type="checkbox"/>
6. ¿Considera usted que los impuestos y aranceles encarecen la ropa importada? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
7. ¿Considera usted que este aumento en los precios, se debe también al incremento arbitrario de los precios por parte de los comerciantes? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
8. ¿De qué país proviene la mayoría de ropa importada que Ud. adquiere? Perú <input type="checkbox"/> China <input type="checkbox"/> Colombia <input type="checkbox"/> Estados Unidos <input type="checkbox"/> Panamá <input type="checkbox"/>
9. ¿Considera como elemento importante al adquirir vestimenta la marca del producto? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
OBSERVACIONES:.....

ANEXO 6

**GUÍA DE ENCUESTA COMERCIANTES DE VESTIMENTA DEL
CANTÓN MACHALA**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ECONOMÍA CON MENCIÓN EN GESTIÓN
EMPRESARIAL
GUÍA DE ENCUESTA**

**TEMA: ELABORACIÓN DE UN MODELO ECONÓMICO PARA
ESTIMAR LA DEMANDA DE VESTIMENTA IMPORTADA EN LA
CIUDAD DE MACHALA (UN ANÁLISIS DE DATOS DE PANEL)**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DEL CANTÓN
MACHALA**

La presente encuesta tiene fines investigativos, ante lo cual se solicita sinceridad al contestar cada una de las preguntas.

1. Género

Masculino

Femenino

2. ¿En su local comercia con vestimenta importada?

Sí

No

3. ¿Cómo adquiere la vestimenta importada que Ud. comercia?

Importa

Distribuidores

Mecanismo 4 x 4

No comercia con ropa importada

4. ¿Posee los datos de ventas de ropa importada de los tres últimos años?

Sí

No

5. ¿Posee los datos de venta de vestimenta nacional de los últimos tres años?

Sí

No

6. ¿Posee los datos de pagos de impuestos y aranceles por concepto de importación de prendas de vestir de los últimos tres años?

Sí

No

7. ¿Qué procedencia tiene la ropa importada que usted comercia?

Colombia

Panamá

Perú

China

Estados Unidos

Otros

OBSERVACIONES:

.....

URKUND

Document [TESIS MABELL 29072015.docx \(D15000018\)](#)

Submitted 2015-07-31 10:46 (-05:00)

Submitted by puriguen@utmachala.edu.ec

Receiver puriguen.utmach@analysis.orkund.com

Message Fwd: [Urkund] 15% de similitud - hbejarano@utmachala.edu.ec [Show full message](#)

8% of this approx. 32 pages long document consists of text present in 9 sources.

List of sources

<http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/5b189d44e520...>

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/114...>

<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec050es.pdf>

Alternative sources

[TESIS YULIANA TORRES.docx](#)

http://www.uam.es/personal_pdi/economicas/rmc/econom...

[proyecto.investigacion.2014.docx](#)

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES CARRERA DE ECONOMÍA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA: "ELABORACIÓN DE UN MODELO ECONOMETRICO PARA ESTIMAR LA DEMANDA DE VESTIMENTA IMPORTADA EN LA CIUDAD DE MACHALA (UN ANÁLISIS DE DATOS DE PANEL)" AUTORA: MABELL DEL CISNE BENITES OVIEDO DIRECTOR: ECON. PATRICIA ALEXANDRA URIGUEN AGUIRRE MACHALA - EL ORO - ECUADOR 2015 CERTIFICACIÓN ECON. PATRICIA ALEXANDRA URIGUEN AGUIRRE PROFESORA DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA.

CERTIFICACIÓN: Que la egresada Mabel del Cisne Benites Oviedo, es autora

MABELL