



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Análisis de los Sistemas Organizacionales y Administrativos de la industria textilera en la provincia de Bolívar e identificación del mejor caso productivo industrial con saberes ancestrales en la zona, año 2015”.

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTOR: Vizcarra Monar, Juan Gabriel

DIRECTORA: Ortega Vivanco, Mayra Janet, Msc.

CENTRO UNIVERSITARIO RIOBAMBA

2016

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Msc.

Mayra Janet Ortega Vivanco.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación denominado: “Análisis de los Sistemas Organizacionales y Administrativos de la industria textilera en la provincia de Bolívar e identificación del mejor caso productivo industrial con saberes ancestrales en la zona, año 2015”, realizado por el profesional en formación: Vizcarra Monar Juan Gabriel; cumple con los requisitos establecidos en las normas generales de graduación de la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto como de contenido, además, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, marzo de 2016

f) _____

Directora: Mayra Ortega Vivanco

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Vizcarra Monar Juan Gabriel declaro ser autor del presente trabajo de titulación: Análisis de los Sistemas Organizacionales y Administrativos de la industria textilera en la provincia de Bolívar e identificación del mejor caso productivo industrial con saberes ancestrales en la zona, año 2015, de la Titulación de Ingeniero en Administración de Empresas, siendo Msc. Mayra Janet Ortega Vivanco directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f. _____

Autor: Vizcarra Monar Juan Gabriel

Cédula: 020176708-4

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y por regalarme salud y vida para lograr uno de mis objetivos planteados. A mi madre Inés, por haberme apoyado incondicionalmente en momentos difíciles de mi vida, por haber creído en mí y darme una carrera para mi futuro, y por brindarme sus valores y su infinito amor. A mi padre Ernesto, por haberme motivado en todo momento a seguir estudiando y recordarme que es la mejor herencia que un padre le puede dejar a un hijo es la educación. A todos aquellos que participaron directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis.

Juan Vizcarra

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme iluminado en este proceso investigativo y académico, por llenarme de bendiciones y por llevarme siempre por el camino del bien ante las adversidades.

A mi familia por ser el puntal fundamental de enseñanza y buenos valores, en especial a mis padres Ernesto e Inés por brindarme su amor incondicional, su apoyo moral, emocional y económico, que me permitieron culminar este proceso de aprendizaje obteniendo mi título como ingeniero. A mis tíos Julio y Amable por ser parte de este proceso.

A la UTPL por haberme abierto las puertas de tan noble institución, a las autoridades por ser los gestores que impulsan el conocimiento científico, a los docentes que me brindaron sus conocimientos en cada materia, al coordinador del centro universitario de Riobamba, y en especial a mi directora Msc. Mayra Ortega Vivanco por su acertada dirección y enseñanza en la elaboración de mi tesis.

Finalmente, a la Asociación Texsal de Salinas de Guaranda por intermedio de su administradora Lcda. Libia Salazar por haberme autorizado y facilitado información que me permitió presentar a Texsal como el mejor caso productivo con saberes ancestrales de la provincia de Bolívar.

Juan Vizcarra

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	x
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I: HISTORIA DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL ECUADOR.....	5
1.1. Introducción.....	6
1.2. Historia de la industria textil en el Ecuador.....	6
1.2.1. Antecedentes generales.....	6
1.2.2. Ubicación geográfica de las industrias.....	8
1.2.3. Principales productos.....	10
1.2.4. Análisis FODA de la industria textil ecuatoriana.....	13
1.3. Evolución de la industria textil en los últimos cuatro años (2010-2014).....	21
1.4. Importancia del sector textil en la economía del Ecuador.....	25
CAPÍTULO II. Organismos e instituciones de apoyo a la industria textil.....	27
2.1. Introducción.....	28
2.2. Política Industrial.....	28
2.3. Incentivos al sector textil: generales, sectoriales y específicos.....	32
2.4. Articulación de instrumentos con la Política Industrial.....	36

2.4.1. Plan Nacional de Desarrollo.....	36
2.4.2. Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017).....	38
2.4.3. Agenda zonal para el Buen Vivir por zona de planificación.....	40
2.4.4. Matriz Productiva.....	41
2.5. Instituciones públicas de apoyo a la industria textilera.....	42
2.5.1. Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).....	43
2.5.2. Ministerio de Comercio Exterior (COMEX).....	45
2.5.3. Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS).....	48
2.6. Marco Jurídico para Inversiones.....	50
2.6.1. Código Orgánico de la Producción: principales características.....	50

CAPÍTULO III. Las industrias textiles en la provincia de Bolívar:

Análisis situacional, organizacional y administrativo.....	52
3.1. Introducción.....	53
3.2. Metodología para análisis situacional de la industria textil en Bolívar.....	53
3.3. Análisis situacional de la industria textil en la provincia de Bolívar.....	76
3.3.1. Características del sector textil en la provincia.....	77
3.3.2. Descripción de productos elaborados por la industria textilera.....	78
3.3.3. Ubicación geográfica de la industria textilera en el Ecuador.....	83
3.3.4. Análisis estadístico de la producción de la industria textilera en Bolívar.....	86
3.4. Administración del sector textil.....	88
3.4.1. Estructura administrativa de la industria textilera.....	89
3.4.2. Estrategias de recursos humanos.....	90
3.4.3. Estrategias de producción.....	91
3.4.4. Estrategias de comercialización.....	93
3.4.5. Estrategias de gestión financiera.....	94
3.5. Organización del sector textil.....	94
3.5.1. Organizaciones gremiales del sector textil.....	94
3.6. Selección de la industria textilera con aplicación de saberes ancestrales.....	95

CAPÍTULO IV. Análisis de caso: “Asociación Texsal de Salinas de Guaranda”	97
4.1. Introducción.....	98
4.2. Antecedentes de la Asociación Texsal.....	98
4.3. Ubicación geográfica de la Asociación textil Texsal.....	101
4.4. Estructura legal.....	102
4.5. Filosofía empresarial: misión, visión, principios y propósitos.....	104
4.6. Estructura organizacional.....	106
4.7. Procesos productivos.....	107
4.8. Infraestructura física.....	116
4.9. Ingresos y gastos.....	117
4.10. Canales de comercialización.....	119
4.11. Oportunidades comerciales.....	121
4.11.1. Principales mercados nacionales.....	122
4.11.2. Principales mercados internacionales.....	122
Conclusiones.....	123
Recomendaciones.....	125
Bibliografía.....	126
Anexos.....	134

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: Clasificación por actividad de la industria textil en la provincia de Bolívar	55
TABLA N° 2: Empresas dedicadas a la actividad textil por cantones en Bolívar.....	56
TABLA N° 3: Encuestas por cantones de la provincia de Bolívar.....	58
TABLA N° 4: C1312.1: Fabricación de tejidos y fibras sintéticas.....	78
TABLA N° 5: C1392.01: Fabricación de ropa blanca.....	78
TABLA N° 6: C1392.02: Fabricación de cortinaje.....	78
TABLA N° 7: C1393.01: Fabricación de tapices, alfombras y esteras.....	79
TABLA N° 8: C1399.01: Fabricación de tules y otros.....	79
TABLA N° 9: C141.02: Fabricación de prendas de vestir.....	79
TABLA N° 10: C141.04: Confección de ropa a la medida.....	80
TABLA N° 11: C141.09: Fabricación de accesorios de vestir.....	80
TABLA N° 12: C141.09: Fabricación de calzados y otros.....	80
TABLA N° 13: C141.10: Fabricación de talabartería.....	80
TABLA N° 14: Empresas para selección del mejor caso industrial.....	96
TABLA N° 15: Estructura interna de la Asociación Texsal.....	103
TABLA N° 16: Estructura Corporativa de Salinas.....	104
TABLA N° 17: Proveedores de la Texsal.....	116
TABLA N° 18: Ingresos y gastos de Texsal.....	118

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1: Empresas de materias primas.....	10
GRÁFICO N° 2: Empresas de hilados.....	11
GRÁFICO N° 3: Empresas de tejidos planos.....	11
GRÁFICO N° 4: Empresas de tejidos de punto.....	11
GRÁFICO N° 5: Empresas de prendas de vestir.....	12
GRÁFICO N° 6: Empresas de lencería de hogar.....	12
GRÁFICO N° 7: Empresas de alfombras/tapices.....	12
GRÁFICO N° 8: Empresas de productos especiales.....	13
GRÁFICO N° 9: Exportaciones de productos textiles periodo (2010-2014).....	22
GRÁFICO N° 10: Evolución de las importaciones del sector textil periodo (2010-2014)	23
GRÁFICO N° 11: Balanza comercial del sector textil periodo (2010-2014).....	24
GRÁFICO N° 12: Slogan “Primero Ecuador”.....	43
GRÁFICO N° 13: Tipo de industria textilera.....	58
GRÁFICO N° 14: Elementos filosóficos industria textilera.....	60
GRÁFICO N° 15: Instrumentos organizativos industria textilera.....	60
GRÁFICO N° 16: Tipo de liderazgo industria textilera.....	61
GRÁFICO N° 17: Instrumento de administración estratégica.....	62
GRÁFICO N° 18: Plan operativo industria textilera.....	62
GRÁFICO N° 19: Productos por categoría industria textilera.....	63
GRÁFICO N° 20: Proveedores industria textilera.....	64
GRÁFICO N° 21: Técnica con saberes ancestrales industria textilera.....	64
GRÁFICO N° 22: Estrategias de precios industria textilera.....	65
GRÁFICO N° 23: Certificación de calidad industria textilera.....	66
GRÁFICO N° 24: Marcas propias industria textilera.....	66
GRÁFICO N° 25: Diferenciación de la marca textilera.....	67
GRÁFICO N° 26: Mercados industria textilera.....	68
GRÁFICO N° 27: Canales de comercialización industria textilera.....	68
GRÁFICO N° 28: Utilidades industria textilera año 2014.....	69

GRÁFICO N° 29: Destino de utilidades industria textilera.....	70
GRÁFICO N° 30: Destino de la inversión industria textilera.....	71
GRÁFICO N° 31: Fuentes de financiamiento industria textilera.....	71
GRÁFICO N° 32: Personal administrativo y operativo industria textil.....	72
GRÁFICO N° 33: Capacitación industria textilera.....	73
GRÁFICO N° 34: Salud ocupacional y riesgo laboral industria textilera.....	73
GRÁFICO N° 35: Evaluación del desempeño industria textilera.....	74
GRÁFICO N° 36: Uso de tecnología en la producción textilera.....	75
GRÁFICO N° 37: Nivel de innovación industria textilera.....	75
GRÁFICO N° 38: Técnica panal de abeja.....	81
GRÁFICO N° 39: Técnica media punta.....	81
GRÁFICO N° 40: Técnica punto arroz.....	82
GRÁFICO N° 41: Técnica punto inglés.....	82
GRÁFICO N° 42: Técnica espina de mar.....	82
GRÁFICO N° 43: Tipo de industria textilera por cantones.....	85
GRÁFICO N° 44: Volumen de producción por cantones año 2014.....	86
GRÁFICO N° 45: Volumen de ventas por cantones año 2014.....	87
GRÁFICO N° 46: Ventas por cantones y mercados año 2014.....	87
GRÁFICO N° 47: Parroquia Salinas de Guaranda de la provincia de Bolívar.....	101
GRÁFICO N° 48: Organigrama estructural de Texsal.....	106
GRÁFICO N° 49. Técnica punto Erika.....	108
GRÁFICO N° 50. Técnica punto doble arroz.....	108
GRÁFICO N° 51. Técnica punto Santa Clara.....	109
GRÁFICO N° 52. Técnica puntada rombo.....	109
GRÁFICO N° 53. Técnica punto doble arroz.....	110
GRÁFICO N° 54. Técnica punto doble arroz.....	110
GRÁFICO N° 55. Técnica punto Santa Clara.....	111
GRÁFICO N° 56. Técnica punto doble arroz.....	111
GRÁFICO N° 57: Productos de Texsal.....	112
GRÁFICO N° 58: Descripción del proceso productivo de artesanías en Texsal.....	114
GRÁFICO N° 59: Área destinada al tejido.....	115

GRÁFICO N° 60: Infraestructura física de Texsal.....	116
GRÁFICO N° 61: Logotipo de la asociación Texsal de salinas.....	117
GRÁFICO N° 62: Canal directo de Texsal.....	119
GRÁFICO N° 63: Área de exhibición y comercialización de Texsal.....	120
GRÁFICO N° 64: Canal indirecto de Texsal.....	120
GRÁFICO N° 65: Marca “Salinerito”	121

ÍNDICE DE MAPAS

MAPA N° 1: Ubicación geográfica del as industrias textiles en el Ecuador.....	8
MAPA N° 2: Ubicación de la provincia de Bolívar en el mapa del Ecuador.....	83
MAPA N° 3: Provincia de Bolívar por cantones.....	84
MAPA N° 4: Localización de Salinas de Guaranda.....	101
MAPA N° 5: Límites de Salinas de Guaranda.....	102

RESUMEN

El análisis de los Sistemas Organizacionales y Administrativos de la industria textilera en la provincia de Bolívar e identificación del mejor caso productivo industrial con saberes ancestrales en la zona, es una investigación que pretende proporcionar a la industria textilera, un diagnóstico de su gestión en función a los procesos administrativos de planificación, organización, dirección y control, a fin de que se tomen las correcciones pertinentes derivadas del mismo y que éstas contribuyan a generar mayor eficiencia y eficacia en el proceso administrativo, en pro del alcance de una mejor productividad que conduzca a la rentabilidad, competitividad y permanencia en el tiempo. Además se identificará el mejor modelo productivo industrial que permitirá conocer su entorno interno y externo en el que se desenvuelve, con el fin de promover los saberes ancestrales a nivel local, provincial, regional y del país.

Palabras claves: Sistemas Organizacionales y Administrativos, Industria textilera de la provincia de Bolívar, Saberes ancestrales.

ABSTRACT

Analysis of the Organizational and Administrative Systems of the textile industry in the province of Bolívar and identification of the best industrial production case ancestral knowledge in the area, is an investigation that aims to provide the textile industry, a diagnosis of its management function administrative planning, organization, management and control, so that the resulting corrections thereof are taken and that they contribute to generating greater efficiency and effectiveness in the administrative process towards reach better productivity leading to profitability, competitiveness and permanence in time. Besides the best industrial production model that will reveal its internal and external environment in which it operates, in order to promote ancestral knowledge at the local, provincial, regional and country level it will be identified.

Keywords: Organizational and Administrative Systems, Textile Industry of the province of Bolívar, Ancestral knowledge.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del presente trabajo sobre el análisis de los Sistemas Organizacionales y Administrativos de la industria textilera en la provincia de Bolívar e identificación del mejor caso productivo industrial con saberes ancestrales en la zona, año 2015, se buscará identificar, las condiciones en la que se encuentra actualmente la industria textilera en la provincia, con base fundamental en la aplicación de un análisis o diagnóstico de la gestión administrativa, determinando las fallas o deficiencias de los procedimientos y estrategias, para obtener conclusiones y generar recomendaciones que ayuden a fortalecer su desempeño y su permanencia en el tiempo. Todo esto, sugiere la ayuda de un instrumento de recolección de datos efectivo, cuyos resultados permitirán generar el análisis, y al cumplimiento de los objetivos.

A continuación se explica los capítulos que constan en el presente trabajo de investigación.

El capítulo I, hace referencia a la historia de la industria textil en el Ecuador, en el que se va a realizar una descripción en orden cronológica hasta la actualidad, se conocerá su ubicación, productos que elaboran, la evolución de la balanza comercial y su importancia que el sector textil mantiene en la economía del país.

El capítulo II, permitirá conocer a los organismos e instituciones de apoyo al sector textil del Ecuador, que permiten ayudar al sector en el ámbito competitivo y crecimiento empresarial, brindando programas de protección ante competidores internacionales e incentivos que generen bienestar y estabilidad laboral.

El capítulo III, hace mención sobre las industrias textiles en la provincia de Bolívar donde se realizará un análisis situacional, organizativo y administrativo con base a la investigación de campo, se conocerá su estructura administrativa y las estrategias que implementan en las industrias textiles.

El capítulo IV, se realizará el análisis de caso a la asociación Texsal de Salinas de Guaranda, en donde se conocerá aspectos importantes como su historia, la ubicación, los productos y técnicas ancestrales que utilizan para la elaboración de los productos, además se conocerá la estructura legal y organizativa que posee y los productos que comercializa a nivel local, nacional e internacional.

La importancia de la presente investigación será de gran utilidad para la industria textilera en la provincia de Bolívar, se levantará información referente a los sistemas de organización y administración de dichas empresas. El valor teórico de esta investigación, radica en su utilización y marco de referencia a futuros estudios en esta área del conocimiento, ya que sirve de apoyo para aquellas personas interesadas en el análisis de los sistemas de organización y administración de la industria textilera o de organizaciones en general en la provincia de Bolívar.

En cuanto a la obtención de la información, se utilizaron instrumentos probados de recolección de datos (cuestionarios, observaciones y entrevistas), que revelen la información y cuyo propósito será, diagnosticar la gestión administrativa e identificar el mejor modelo productivo de la industria textil de Bolívar objeto de estudio y, para suministrar resultados relevantes que conduzcan al análisis del caso.

Para desarrollar el capítulo I se utilizó el método deductivo-inductivo que permitirá conocer de forma detallada los diferentes acontecimientos de la industria textilera del Ecuador y profundizar en generalidades que complementen dicho tema. En el capítulo II se utilizó el método inductivo-deductivo, porque permite realizar un análisis de observaciones particulares a lo más generalizado y luego obtener premisas para la deducción de enunciados sobre las observaciones iniciales.

Para desarrollar el capítulo III, la encuesta fue el instrumento idóneo para la recopilación de la información primaria, que se efectuará mediante un censo (base de datos pequeña), la misma que será analizada manualmente bajo el programa tecnológico Excel, por la facilidad del tratamiento de dicha información, para luego realizar el análisis e interpretación con las respectivas conclusiones y recomendaciones. El Capítulo IV se utilizó el método experimental, porque se encuentra un conjunto de formas que se utilizan en la adquisición y elaboración de nuevos conocimientos. La observación y la entrevista serán los instrumentos que ayudará a obtener respuestas precisas del objeto de estudio.

CAPÍTULO I: HISTORIA DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL ECUADOR

1.1. Introducción

El objetivo del presente capítulo es describir los antecedentes que marcaron los inicios de la industria textil ecuatoriana hasta la actualidad, los lugares donde se encuentran las principales industrias y sus principales productos que se comercializan a nivel local e internacional.

Adicionalmente, se realizará un análisis FODA del sector textil ecuatoriano para conocer la situación actual y considerar algunas estrategias que minimicen sus problemas actuales, para continuar con la realización de la evolución del sector textil en los últimos cuatro años (2010-2014) en donde se evaluará la balanza comercial determinando un saldo positivo o negativo según el valor de las exportaciones e importaciones en dichos años.

De igual forma y para culminar dicho capítulo se describirá la importancia del sector textil en la economía ecuatoriana, permitiendo conocer su magnitud e influencia en algunos aspectos del país.

1.2. Historia de la industria textil en el Ecuador

1.2.1. Antecedentes generales

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 socioeconómica entre sus habitantes. Geográficamente se realizaba cerca de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Latacunga y Riobamba.

A finales del siglo XVI después de la conquista española, las actividades económicas en la Real Audiencia de Quito se concentraron tanto en la producción textil como en el comercio, es así que en el siglo XVII esta actividad se desarrolló más que otras, convirtiéndose en el eje principal de la economía colonial quiteña.

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.

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.

Desde el año 2006, con estabilidad política y económica del Gobierno Nacional la industria textil invirtió 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 estancamiento en el año 2012 por falta de innovación de diseños, marcas propias y tecnología, que ha permitido el ingreso de productos extranjeros, el sector textil ecuatoriano realizó esfuerzos con el objetivo principal de mejorar los índices de producción, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional.

En el año 1943, la industria textil ecuatoriana se ha asociado a organizaciones gremiales como la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), con la aprobación del Gobierno Nacional, con el objetivo de unir a los industriales textiles para resolver problemas del sector y mediar entre: el sector, Gobierno, trabajadores y público.

En la actualidad existen otras organizaciones como la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha (CAPEIPI), Cámara de Comercio de Antonio Ante en Imbabura y la Asociación de Confecciones Textiles del Ecuador. Estas organizaciones se formaron con el objetivo de generar condiciones que permitan el desarrollo de los sectores comerciales y productivos, y para enfrentar los nuevos desafíos y retos del mercado laboral e industrial de mundo actual.

En la actualidad la industria textil y de confecciones elabora productos provenientes de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda. A pesar de que somos mundialmente conocidos como exportadores de productos naturales, en los últimos 60 años Ecuador ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose en una de las actividades importantes para la economía del país y ayudando a dar empleo directo e indirecto a miles de ecuatorianos.

1.2.2. Ubicación geográfica de las industrias

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. En el mapa N° 1 se indica la ubicación de todas las provincias del Ecuador.



Mapa N° 1. Ubicación geográfica de las industrias textiles en el Ecuador

Fuente: Google

Según la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversión (2012), la provincia de Imbabura cuenta con la mayor actividad textilera en la Sierra, comprendiendo las zonas de Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro, San Antonio y Urcuquí, que se dedican a la elaboración de tapices, fajas en telar de cintura y pedal, así como también a la confección de manteles, vestidos, blusas, sombreros de paño y demás textiles y tejidos autóctonos. Aquí se encuentra el 45.99% de los talleres textiles.

Chimborazo posee el 15.02% de la actividad textil artesanal, la mayor concentración se encuentran en los cantones de Alauís, Chunchi, Colta, Guamote, Guano, Penipe y Riobamba y es donde se elaboran ponchos, teñidos con la técnica ancestral “ikat”, las famosas alfombras de guano, fajas, cintas para envolver cabello, entre otros.

En Azuay se concentra el 11.65% de estos talleres y es el lugar en donde se destacan los tejidos de ponchos, macanas, cobijas, pantalones, blusas y chompas bordadas, polleras realizadas en telar de cintura con la técnica ikat.

A Carchi le corresponde el 10.83% de los talleres y su principal actividad es el tejido de cobijas, sacos de lana, gorras y guantes, las zonas principales son los cantones de Mira, Espejo y Montúfar.

La provincia de Tungurahua cuenta con más de 397 talleres de textiles y tejidos autóctonos, representando el 5.15% de la producción nacional localizados principalmente en Ambato, Mocha, Pelileo, Quero. Se dedican a la elaboración de tapices hechos en telares de pedal, shigras de lana de borrego, ponchos y sombreros de paño.

Existen otras provincias donde la producción textil artesanal es de alta calidad, el porcentaje de talleres oscila entre el 1.36% al 0.14%, como la provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Salinas, ahí existe la Asociación Texsal de la Corporación Gruppo Salinas dedicada a la producción 100% a mano de sacos de lana, shigras, ponchos, bayetas, entre otros artículos, la empresa comercializa sus productos a nivel nacional e internacional.

En Ecuador la producción de confecciones de manera artesanal ha sido una alternativa de subsistencia muy apreciada para la población de escasos recursos. En ella la gente ha visto la oportunidad de establecer un negocio propio que permita el sustento con trabajo y habilidades individuales. Este hecho sería una de las causas explicativas de la gran cantidad de artesanos existentes en el país. Se cuentan más de 3.420 artesanos dedicados a la actividad de confección de ropa, repartidos en todas las provincias y regiones del país.

En la actualidad existen dos zonas donde la especialización en la producción ha logrado generar polos de desarrollo local: Pelileo (Tungurahua) y Atuntaqui (Imbabura). En Pelileo la producción se especializa en la confección de ropa a base de tejidos de mezclilla (Jean). En Atuntaqui se ha desarrollado una industria de confecciones dedicada al procesamiento de algodón, con el que se elaboran camisetas, ropa de cama, ropa interior, entre las principales¹.

¹ publicado en la página web de PROECUADOR y elaborado por la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, año 2012.

1.2.3. Principales productos

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.

El principal tipo de producto que el sector textil ecuatoriano exportó en el año 2014 fueron los tejidos planos, en este año el total exportado fue de USD 111.045.503 dólares y para los tejidos planos fue de USD 43.313.110 dólares representando el 39% del total de las ventas.

Además, los principales productos exportados en el 2014, lo encabezan las camisetas de algodón para mujeres con el 5%, seguido de los pantalones cortos de algodón para hombres con 5% y pantalones cortos de algodón para mujer 4%. Estos 3 productos representan el 14% de participación de las exportaciones del sector.

Las empresas asociadas a AITE como: Delltex Industrial S.A., Enkador S.A., Hilacril S.A., Hilanderías Unidas, Industria Piolera Ponte Selva, Industrias Govaira S.A., Pasamanería S.A., S.J. Jersey Ecuatoriano C. A., Textil Santa Rosa C.A., Textiles Industriales Ambateños, Textiles Texsa S.A., Pinto S.A., entre otras; producen una gran variedad de productos textiles y se encuentran divididas en segmentos² como se indica a continuación:

Empresas de materias primas.- fabrican fibras naturales, fibras vegetales (algodón, lino) y fibras animales (lana, seda), son fibras con las que se manufactura la tela como se observa en el gráfico N° 1.



Gráfico N° 1. EMPRESAS DE MATERIAS PRIMAS

Fuente: Google

² Publicado en la página web de la AITE, proporcionado por el BCE.

Empresas de hilados.- fabrican hilos acrílicos y mezclas para la industria de tejidos rectilíneos como se indica en el gráfico N° 2.



Gráfico N° 2. EMPRESAS DE HILADOS

Fuente: Google

Empresas de tejidos planos.- fabrican mezclas para la industria de casimires y telas para uniformes como se muestra en el gráfico N° 3.



Gráfico N° 3. EMPRESAS DE TEJIDOS PLANOS

Fuente: Google

Empresas de tejidos de punto.- fabrican tejidos de punto de poliéster, algodón, telas de punto e insumos para la confección como se muestra en el gráfico N° 4.



Gráfico N° 4. EMPRESAS DE TEJIDOS DE PUNTO

Fuente: Google

Empresas de prendas de vestir.- fabrican polos, blusas, camisas, sweaters, chaquetas, pantalones, pijamas, ropa interior, medias, accesorios, como se muestra en el gráfico N° 5.



Gráfico N° 5. EMPRESAS DE PRENDAS DE VESTIR

Fuente: Google

Empresas de lencería del hogar.- fabrican cobijas de pelo alto en distintas medidas entre otros productos como hilados etc., como se indica en el gráfico N° 6.



Gráfico N° 6. EMPRESAS DE LENCERÍA DE HOGAR

Fuente: Google

Empresas de alfombras/tapices.- fabrican cubrimientos para pisos de materiales textiles: tapices, alfombras, estereras, recuadros de moqueta (alfombra) como se observa en el gráfico N° 7.



Gráfico N° 7. EMPRESAS DE ALFOMBRAS/TAPICES

Fuente: Google

Empresas de productos especiales.- fabrican fibras sintéticas de poliéster, nylon, para la industria florícola (cuerdas), y fibras sintéticas para uso industrial como se muestra en el gráfico N° 8.



Gráfico N° 8. EMPRESAS DE PRODUCTOS ESPECIALES

Fuente: Google

1.2.4. Análisis FODA de la industria textil ecuatoriana

Según Espinosa (s.f.), en su blog de marketing y ventas menciona que “el análisis FODA es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa”. El principal objetivo de aplicar la matriz FODA en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: fortalezas, debilidades (internas), oportunidades y amenazas (externas).

Las fortalezas son todas aquellas capacidades y recursos con los que cuenta la empresa para explotar oportunidades y conseguir construir ventajas competitivas. Para identificarlas podemos responder a preguntas como: ¿qué ventajas tenemos respecto de la competencia?, ¿qué recursos de bajo coste tenemos disponibles?, ¿cuáles son nuestros puntos fuertes en producto, servicio, distribución o marca?

Las debilidades son aquellos puntos de los que la empresa carece, de los que se es inferior a la competencia o simplemente de aquellos en los que se puede mejorar. Para identificar las debilidades de la empresa podemos responder a preguntas como: ¿qué perciben nuestros clientes como debilidades?, ¿en qué podemos mejorar?, ¿qué evita que nos compren?

Las oportunidades representan una ocasión de mejora de la empresa. Las oportunidades son factores positivos y con posibilidad de ser explotados por parte de la empresa. Para identificar las oportunidades podemos responder a preguntas como: ¿existen nuevas tendencias de mercado relacionadas con nuestra empresa?, ¿qué cambios tecnológicos, sociales, legales o políticos se presentan en nuestro mercado?

Las amenazas son aquellas que pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa o en menor medida afectar a nuestra cuota de mercado. Si identificamos una amenaza con suficiente antelación podremos evitarla o convertirla en oportunidad. Para identificar las amenazas de nuestra organización, podemos responder a preguntas como: ¿qué obstáculos podemos encontrarnos?, ¿existen problemas de financiación?, ¿cuáles son las nuevas tendencias que siguen nuestros competidores?

A continuación se realizará un diagnóstico de la situación actual de la industria textil ecuatoriana (2015), en donde se mencionará sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA)³ que afronta dicho sector. Además, se establece algunas estrategias y acciones que el sector textil debe asumir para fortalecerse en el tiempo y minimizar las situaciones desfavorables que se presenten (AITE, 2014).

Análisis Interno

Fortalezas (F)

- F1.** El sector textil del Ecuador cuenta con organizaciones gremiales que los representa como es la AITE, CAPEIPI, Cámara de Comercio Antonio Ante, entre otros, estas entidades resuelven problemas y fortalecen al sector en el ámbito comercial y productivo de sus asociados.
- F2.** La industria textil posee experiencia y buena penetración en los mercados regionales. Adicionalmente cabe mencionar que hoy en día los industriales textiles cuentan con apoyo del gobierno en cuanto a inclusión en otros mercados internacionales como las ferias textiles en Colombia.
- F3.** El sector textil cuenta con nueva tecnología, con una producción en serie que les permite ser más competitivos frente a una economía globalizada.
- F4.** Ecuador disfruta una ventaja sobre los demás países competidores (Chile, Argentina, Colombia y Costa Rica) en cuanto a gastos de operación en el sector textil. Estos cálculos se basan en manos de obra y servicios básicos. Lo que brindaría una oportunidad de ahorro y un margen de ganancia atractivo.

³ Elaborado por Juan Vizcarra según documento publicado por AITE y otros, estrategias y acciones tomado del boletín de mensual en la página web de AITE.

- F5.** El sector textil elabora productos con materia prima de mejor calidad y cuenta con certificaciones ISO 9000, confecciones de tejido orgánico y certificación de Comercio Justo que son exigidos por los mercados internacionales.
- F6.** La industria textil cuenta con una producción diversificada, lo que ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción.
- F7.** El sector textil ha invertido en programas de capacitación para el personal de las plantas, con el afán de incrementar los niveles de eficiencia y productividad; la intención es mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional.

Debilidades (D)

- D1.** El sector textil tiene un déficit de productos textiles, cada vez se importa menos materia prima y más productos confeccionados por empresarios e importadores perjudicando al sector.
- D2.** El sector textil cuenta con un mercado local pequeño y se encuentra saturado; por una excesiva presencia de competencia desleal e ilegal. Adicionalmente la industria textil está afectada por la baja producción de algodón en el país.
- D3.** La industria textil ha mejorado los procesos productivos, pero no cuenta con economía de escala que les permita cubrir un gran pedido, provocando que los costos sean más elevados que los artículos que provienen del Asia, tanto por volumen como por su mayor productividad; las materias primas son más costosas, pues no tenemos el mismo poder de negociación que nuestros competidores.
- D4.** Otro aspecto que debilita a la industria textil, se debe a los altos costos de transporte, servicios (agua, electricidad, teléfono) y sobrecostos laborales. Estos últimos afectan directamente la competitividad del sector textil-confecciones, teniendo en cuenta que es un sector intensivo en mano de obra y que compiten en los mercados internacionales con países como los asiáticos cuya mano de obra es más abundante y barata que la ecuatoriana.

- D5.** La falta de asociatividad de la industria textil ecuatoriana es la clara evidencia de un lento desarrollo, esta estrategia la implementaron en otros países de América del Sur dándoles ventajas competitivas y un crecimiento sostenido.
- D6.** El sector textil cuenta con empresas artesanales que representan el 85%, estas empresas no cuentan con una estructura organizacional específica, disponen de maquinaria y técnicas con frecuencia elementales, sus ventas son bajo pedido, no tienen capacitación permanente y no cuentan con participación en mercados internacionales.
- D7.** El sector textil no cuentan con escuelas o centros de capacitación permanentes en todas las provincias del país, como consecuencia no existe personal especializado, causando un retroceso al momento de contratar personal nuevo.
- D8.** La industria textil ha mejorado en tecnología, sin embargo los precios elevados de las maquinarias y equipos repercuten en el producto final, debido a los altos impuestos en importaciones de maquinarias causando un incremento en el precio del producto textil, creando desventaja ante nuestros competidores.

Análisis Externo

Oportunidades (O)

- O1.** El Gobierno Nacional debe seguir cuidando el mercado nacional con medidas de protección arancelarias como lo ha venido haciendo con las salvaguardas, pero pensar en estrategias para el contrabando que también es uno de los principales problemas, fortaleciendo a la institución aduanera en el control de mercadería ilegal, que facilite el comercio exterior, que erradique el contrabando y que sea incorruptible.
- O2.** Para que la industria textil sea más competitiva, estos deberán compartir esfuerzo con el Gobierno Nacional de turno. El requerimiento de la industria es que el costo país disminuya hasta llegar al menos a los niveles de la región, especialmente en lo que respecta al costo laboral, de energía eléctrica, las tarifas en telecomunicaciones y los fletes del transporte de carga, que son algunos de los principales rubros que afectan los costos de producción de la industria textil.

- O3.** Otro factor fundamental para que la industria textil siga creciendo su participación en el mercado internacional, es que el Gobierno Nacional negocie acuerdos comerciales con los países que demandan nuestra producción y garantizando un acceso preferencial a los mercados a largo plazo, enmarcados en una normativa clara que genere un ambiente de certidumbre y seguridad para los negocios.
- O4.** El Gobierno Central preocupado por el desarrollo del sector textil deberá seguir creando oportunidades de mercado en las diferentes ferias de modas del extranjero para que den a conocer los productos. La feria COLOMBIATEX posicionada como el centro de negocios más importante para el sector textil con una abundante oferta de valor, donde se unen la oferta y la demanda en todos los segmentos de negocio y para todos los universos de vestuario.
- O5.** La asociatividad es la oportunidad de oro para un crecimiento sostenible, lo que permitirá proveerse de materia prima e insumos a un menor costo y que garantice conjuntamente con otras medidas el auge de este sector para beneficio de todos, fomentando el cultivo de algodón que es la materia prima para la creación de productos textiles.
- O6.** Otro punto importante que mejorará a la industria textil es concienciar a la población ecuatoriana a consumir lo nuestro con campañas por parte del gobierno, los productores deben fabricar productos de calidad y darle el valor agregado que diferencia a sus competidores externos.
- O7.** En el campo financiero un aspecto que dará oportunidades de crecimiento para la industria textil, es la asignación de créditos por parte de instituciones financieras como la CFN para el desarrollo productivo de este sector. Además de capacitación del personal de planta y de mandos medios.

Amenazas (A)

- A1.** El sector textil se ve amenazado por la competencia desleal y el comercio ilícito. Un esquema de competencia desleal son los envíos de ropa del exterior por Courier, mediante el sistema denominado "4X4" (paquetes de hasta \$ 400 dólares y hasta 4 kilos), que representan al menos el 30% de las importaciones totales de prendas de vestir, ingresando sin pagar aranceles, ni IVA, y sin cumplir la norma de etiquetado textil.

- A2.** La subfacturación de importaciones también es otro obstáculo para el desarrollo de la industria textil y confección ecuatoriana. Al menos 30% de las telas importadas entre 2011 y 2013 fueron declaradas por debajo de los USD 3 el kilo, mientras que la materia prima importada por la industria nacional en el mismo período se declaró en USD 3,4 el kilo en promedio.
- A3.** Otro problema es el contrabando. Según el último estudio hecho por AITE en 2010, por esta vía aproximadamente ingresan 50 millones de dólares al año en prendas de vestir y componentes textiles. Esta cifra no contempla lo que ingresa por fronteras (Colombia, Perú) y por las costas, que se calcula podría superar los 100 millones de dólares adicionales por año.
- A4.** Una amenaza que está latente es el riesgo a las exportaciones de la industria textil por parte de Colombia y Perú, estos países pedirán más documentos a los exportadores ecuatorianos, para el ingreso de sus productos a ese país. Esta medida es una respuesta a la decisión del Gobierno ecuatoriano de aplicar restricciones a las importaciones a través de exigencias de certificados de conformidad, para el ingreso de mercadería al país. Algo que demuestra que sustituir importaciones sin visión holística, puede afectar otras actividades productivas.
- A5.** Otro problema que amenaza al sector textil es la falta de acuerdos comerciales que benefician al sector, malas relaciones políticas con países desarrollados y las preferencias de los consumidores.

Estrategias y acciones para el sector textil

A continuación se presentan algunas estrategias y acciones que el Gobierno Nacional y la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador han planteado para fortalecer a la Industria Textil.

El Gobierno (2014) ha propuesto al país un plan para cambiar la matriz productiva, incluyendo a la industria textilera y de confección en al menos cuatro acciones. La primera propuesta del régimen es lograr una sustitución selectiva de importaciones; la segunda, al ser una industria priorizada por el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, podría beneficiarse de políticas de diversificación de exportaciones y también incentivos tributarios. En tercer lugar, con la formación de talento humano y el apoyo en la renovación de maquinaria. Por último, accediendo a líneas de financiamiento y mejorando la participación del sector en las compras públicas textiles.

La AITE (2014), realizó un análisis de este proyecto, con base en la información proporcionada por el Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad y por SENPLADES. Concuerta con varias de las propuestas realizadas por el Régimen, pero propone cuatro acciones concretas que permitirán al sector fortalecerse en el corto plazo, crear oportunidades de manera sostenida en el tiempo, generar mayores opciones de empleo para los ecuatorianos, de crear más riqueza para el país y de obtener una rentabilidad.

Estas acciones son:

1. Enfrentar a la competencia desleal y al comercio ilegal de productos textiles. Para afrontar esta problemática la AITE propone:

- Corregir la subfacturación de importaciones, a través de la aplicación de un arancel por kilo a las importaciones de telas que sean declaradas por debajo del costo de la materia prima.
- Crear un sistema de valoración en aduana actualizado y que su aplicación sea eficiente.
- Limitar el uso del 4x4, fijando un cupo pequeño por persona al año y un arancel por paquete.
- Establecer una política estatal permanente para frenar el contrabando en el mercado, a través de la creación del Comité de Erradicación del Contrabando.

Poner en marcha estas acciones, incrementará la participación del sector textil y de confección en el mercado local, lo cual permitirá un fortalecimiento de la industria a corto y mediano plazo, y se reducirá la salida de divisas por importaciones. El trabajo conjunto del Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad; el Ministerio de Comercio Exterior; la Superintendencia de Control del Poder del Mercado, la Aduana del Ecuador, el Instituto Ecuatoriano de Normalización y el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual servirá para materializar este objetivo.

2. Participación nacional en las compras públicas de productos textiles. Esto se lograría con las siguientes acciones:

- Replicando el programa “Hilando el Desarrollo” en áreas como salud (hospitales), docentes (de escuelas y colegios públicos) y en el turismo.
- Aumentar el presupuesto por persona para la entrega de uniformes a servidores públicos por año.
- Controlar el cumplimiento de la exigencia de presentar las facturas de compra de tela e insumos fabricados en Ecuador, cuando se trate de adquisición de productos confeccionados.

Considerando que el mercado público para textiles sirve para dinamizar la producción, estas gestiones incentivarán la inversión, se generará empleo con la consecuencia inmediata que es el fortalecimiento de la industria. La participación de instituciones como el Ministerio de Industrias y Productividad; Ministerio de Relaciones Laborales; Servicio Nacional de Contratación Pública; Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria; Ministerio Coordinador de Desarrollo Social; y, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, son indispensables para ejecutar esta propuesta.

3. Poner en marcha el programa intensivo de capacitación y formación profesional. Para lograrlo se requiere:

- Continuar con el programa de formación técnica dual impulsado por SENESCYT, junto con la Cámara Ecuatoriano-Alemana y crear un sistema de formación continua para operarios, basado en perfiles profesionales.
- Facilitar la investigación, desarrollo e innovación, mediante la creación de un laboratorio textil.

Con esto se lograría a corto y mediano plazo incrementar la productividad del talento humano de las empresas, mejorando la competitividad del sector. El aporte de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia y Tecnología; Ministerio de Coordinador de Conocimiento y Talento Humano; Ministerio de Educación; Ciudad del Conocimiento YACHAY; Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional; Secretaria Técnica de Capacitación y Formación Profesional, ayudará con la realización de esta meta.

4. Fomentar las exportaciones del sector textil y confección. Para poner en marcha esta propuesta es necesario:

- Institucionalizar la participación en las ferias COLOMBIAMODA y COLOMBIATEX, ampliando el apoyo a empresas que participen en stands individuales.
- Organizar ruedas de negocios y misiones comerciales especializadas para el sector con apoyo de los agregados comerciales que tiene el Ecuador en el mundo.
- Alcanzar acuerdos comerciales adecuados con países como Venezuela, Estados Unidos, México y Canadá y fijar un esquema de devolución simplificada de tributos del 6% sobre el valor FOB de exportación.

Alcanzar este objetivo permitirá que las exportaciones de productos textiles crezcan, contribuyendo positivamente con la generación de empleo, y reduciendo el déficit de balanza comercial y la balanza de pagos por el ingreso de divisas al país. Los actores indispensables para lograrlo son el Ministerio de Comercio Exterior; Ministerio de Industrias y Productividad; Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana; y, Pro Ecuador.

1.3. Evolución de la industria textil en los últimos cuatro años (2010-2014)

El sector textil es una actividad que ha aportado al crecimiento económico y a la generación de empleo en el Ecuador, el país ha experimentado estabilidad política y económica en el gobierno del economista Rafael Correa, implementando políticas que fortalezcan el desarrollo de este sector, como referencia de estos acontecimientos se realizará una breve descripción de la evolución de las exportaciones, importaciones y de la balanza comercial que genera este sector para el periodo (2010-2014).

Exportaciones

Dentro del sector se han realizado inversiones para mejorar el producto que se comercializa localmente, sin contar con el trabajo de promotores que impulsan los textiles ecuatorianos en el exterior, presentando productos de alta calidad.

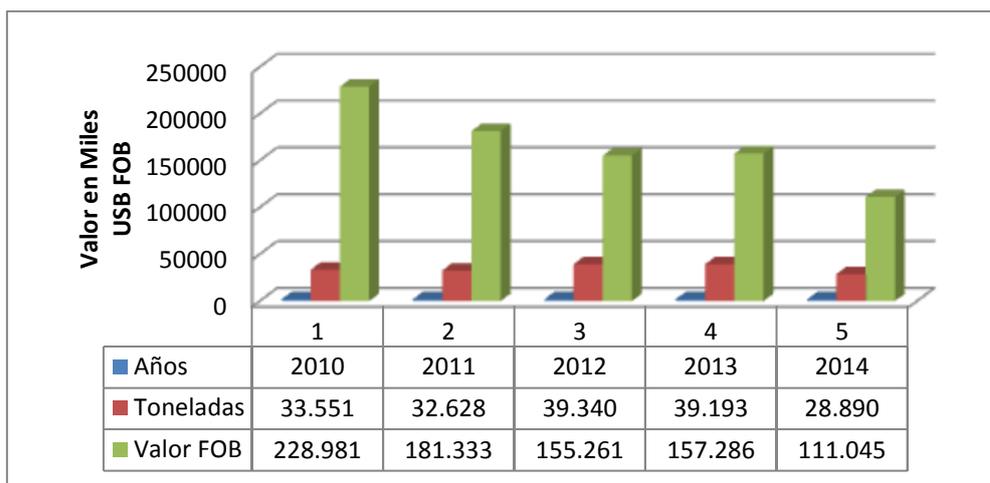


Gráfico N° 9. EXPORTACIONES DE PRODUCTOS TEXTILES PERIODO (2010-2014)

Fuente: AITE, proporcionado por BCE

Elaborado por: Juan Vizcarra

En el gráfico N° 9 se muestra sobre las exportaciones totales del sector textil ecuatoriano, que pasaron de USD 228.980.802 dólares en el año 2010 a USD 111.045.503 dólares en el año 2014, presentando una tasa de decrecimiento promedio anual de 15,8% en dicho período.

En el 2013 y año 2014, Colombia fue el primer país de destino de los productos textiles ecuatorianos con el 73% del total del volumen. No obstante, representó 0.43% menos que el 2013 y se vendió a USD 5.08 el kilo aproximadamente.

Desde el 2010, las exportaciones del sector textil con relación a las toneladas y valor FOB son inversas, las exportaciones en toneladas han crecido y en valor FOB ha disminuido, concluyendo que los productos textiles tuvieron mayor participación en mercados internacionales por la mejor calidad del producto y los precios de los productos disminuyeron.

Los costos de producción han bajado considerablemente permitiendo ser más competitivos que países como Chile, Argentina, Colombia y Costa Rica, lo que ha producido un efecto positivo en el precio final del producto.

Según BCE (2015), los bloques económicos donde el sector textil ecuatoriano exporta sus productos son la Comunidad Andina, China, Estados Unidos, Mercosur, Panamá, Resto de Asia, CAFTA-DR, Resto Nafta, Unión Europea, Chile y otros. De estos bloques económicos el principal mercado que demandó productos textiles ecuatorianos fue la Comunidad Andina con 67.918.530 dólares, que equivale al 61% de participación del total exportado.

Importaciones

Dentro del sector se han adoptado estrategias para disminuir el ingreso de productos textiles de forma ilegal provenientes de China, que ingresan por las fronteras de países vecinos como Colombia y Perú sin pagar aranceles. Además, el gobierno del Ecuador ha tomado medidas para proteger a la industria como son las salvaguardas, debido a la devaluación de la moneda de países vecinos como Colombia, que hacen que los precios sean más baratos y afectando directamente al sector textil.

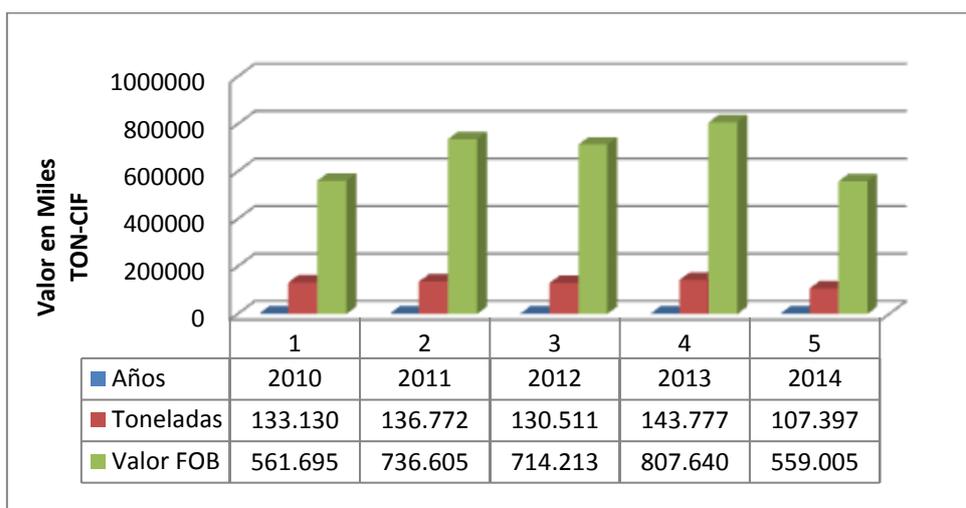


Gráfico N° 10. EVOLUCIÓN DE IMPORTACIONES DEL SECTOR TEXTIL PERIODO (2010-2014)

Fuente: AITE, proporcionado por BCE

Elaborado por: Juan Vizcarra

Las importaciones totales del sector textil ecuatoriano se indican en el gráfico N° 10, que pasaron de USD 561.695.090 dólares en el año 2010 a USD 559.005.503 dólares en el 2014, presentando una tasa de crecimiento promedio anual de 2.6% en dicho período.

Las importaciones de productos textiles pasaron de 807.640.305 dólares en el 2013 a USD 559.005.503 dólares en el 2014, que representa una tasa de decrecimiento promedio anual de 0,44%.

Según BCE (2015), las importaciones totales por tipo de productos de la industria textil en el año 2014 fue de USD 559.005.483 dólares, el principal producto lo ocuparon los tejidos planos con un valor de 115.589.170 dólares y con una representación del 21% de las importaciones.

Los principales proveedores por bloques económicos del sector textil ecuatoriano en el año 2014 fueron la Comunidad Andina, China, Estados Unidos, Mercosur, Panamá, Resto de Asia, CAFTA-DR, Resto Nafta, Unión Europea, Chile y otros.

Durante el año 2014, el principal proveedor por bloque económico del sector textil fue la Comunidad Andina con 205.618.776 dólares que representa el 37% del total importado. Mencionar que el país que más vendió productos textiles a Ecuador fue China con el 32% del volumen total de las importaciones.

Balanza Comercial

Según datos de la AITE y proporcionados por el Banco Central del Ecuador, la evolución de la balanza comercial del sector textil ha sido negativa desde el año 2010 hasta el 2014, factores como el alto costo de la materia prima, altas remuneraciones y falta de acuerdos comerciales incentivan a las importaciones sobre las exportaciones que se traduce en un saldo negativo.

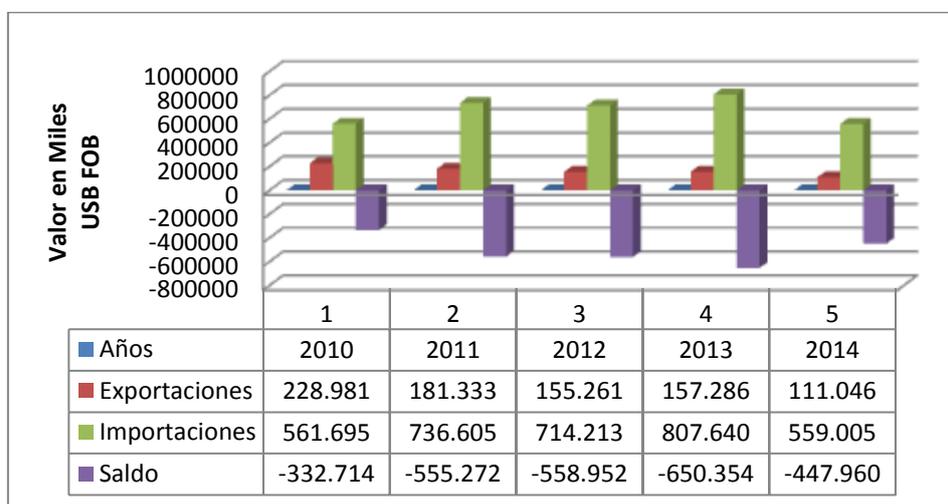


Gráfico N° 11. BALANZA COMERCIAL DEL SECTOR TEXTIL PERIODO (2010-2014)

Fuente: AITE, proporcionado por BCE

Elaborado por: Juan Vizcarra

En el gráfico N° 11 se observa que, la balanza comercial del sector textil ecuatoriano ha tenido un saldo negativo en todos estos años (2010-2014), el año 2010 tuvo el menor déficit comercial con USD 332.714.288 dólares y el saldo negativo más alto fue en el año 2013 con USD 447.959.980 dólares.

En el año 2014 el sector textil ecuatoriano tuvo una reducción en las exportaciones de productos textiles del 5.06% en valores FOB, además sus exportaciones en toneladas se redujeron en 1.4% comparando con el año 2013.

En cuanto a las importaciones de productos textiles se observa que en el año 2014 hay un ligero crecimiento del 0.21% frente al 2013 en valores CIF y un crecimiento en 2.25% en toneladas.

Las importaciones siguen siendo superiores a las exportaciones de productos textiles afectando al sector textil ecuatoriano, el Gobierno debe tomar medidas estratégicas para equilibrar la balanza comercial.

Un ejemplo claro la consolidación de los países asiáticos en el mercado ecuatoriano, con casi el 55% del total del volumen y, lo que es más grave, a precios irrisorios comparados con el resto del mundo o, principalmente, con el costo de materia prima en general.

Este aspecto desencadena la necesidad de corregir las distorsiones de precios que la producción ecuatoriana tiene con los productos asiáticos, porque se deduce que existirían prácticas desleales e ilícitas de comercio.

1.4. Importancia del sector textil en la economía del Ecuador

El crecimiento del sector textil ecuatoriano es positivo. Según AITE⁴ (2015) será un año con tropiezos en materia macroeconómica por la caída del precio del petróleo, los sectores involucrados en esta actividad se muestran optimistas. Apuestan, no solo por las materias primas, sino por los valores agregados como el diseño, la calidad y la confección que son clave para tener un repunte. Se propone la creación del Instituto Nacional de la Moda y se cuenta con la Cámara Ecuatoriana de Diseño.

La industria textilera del Ecuador mueve en la economía del país, anualmente más de 630 millones de dólares. El sector textil se constituye como el segundo en importancia dentro de la industria manufacturera y su aporte es fundamental al PIB. En el año 2014, aportó con el 1.5% al PIB contribuyendo al crecimiento del país.

El sector textil en el Ecuador, es una industria que aporta significativamente a la generación de empleo, demanda de mano de obra no calificada y adicionalmente en su proceso de producción se identifican cadenas de valor que logran integrar diversos sectores de la economía como: agricultura, plásticos, ganadero; con la producción textil.

En el año 2014, el sector textil generó más de 107.000 puestos de trabajos, adicionalmente el gobierno ha impulsado programas como Hilando el Desarrollo que, significa el renacer de talleres de corte y confección promoviendo el empleo y la asociatividad para la elaboración de uniformes escolares para el ciclo costa y el ciclo sierra.

⁴ Publicada en su página web de AITE.

El sector de la confección está estructurado por pequeños establecimientos de tipo familiar administrados de forma tradicional, junto a otros de gran tamaño.

En cuanto a la inversión en Ecuador destinada al sector textil por parte de España y Brasil, su inversión que se registra es greenfield, es el capital destinado a crear nueva infraestructura y plazas de trabajo. Este tipo de inversión solo se registra en los años 2010 y 2012 por un capital total de USD 54 millones.

Ecuador debe lograr que la exportación de productos textiles se incremente. Esto generaría empleo directo inmediato y aportaría a la meta del Gobierno de ir por un cambio de Matriz Productiva efectivo para el desarrollo del país. Vender anualmente tan solo USD 20.6 millones en ropa no ayuda a fortalecer al sector, si se compara con Colombia que comercializa aproximadamente 600 millones al año y Perú más de 2 000 millones.

CAPÍTULO II. ORGANISMOS E INSTITUCIONES DE APOYO A LA INDUSTRIA TEXTIL

2.1. Introducción

Los organismos e instituciones de apoyo a la industria textil ecuatoriana ayudarán a mejorar la competitividad de las empresas generando una mayor productividad y desarrollo del sector, por ello se realizará una breve descripción sobre la construcción de la política industrial que favorece a la elevación de la competitividad y productividad de las industrias en general y del sector textil en específico, describiendo también los incentivos que cuenta en la actualidad dicho sector.

Se conocerá la articulación de instrumentos con la política industrial, como son el Plan Nacional de Desarrollo y el Plan Nacional del Buen Vivir, junto a una planificación zonal por territorio ecuatoriano que permitirá una mejor coordinación para el cambio de la matriz productiva en el Ecuador.

Se detallará las instituciones públicas como el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), Ministerio de Comercio Exterior (COMEX) y el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) que apoyan al sector textil con políticas y proyectos que mejoran la situación actual de dicho sector, realizando controles permanentes que permita potenciar, desarrollar e instalar capacidades en el ámbito laboral.

2.2. Política industrial

La política industrial⁵ se elaboró a partir de un diagnóstico crítico del sector industrial ecuatoriano, ante un entorno internacional cada vez más dinámico, por la conformación de bloques comerciales, la ampliación de la brecha tecnológica de la información y comunicación, la pérdida de competitividad de nuestros productos primarios, por la falta de valor agregado de los productos, por la competencia y atracción de inversión extranjera directa, todos estos fundamentos exigió que se establezcan nuevas estrategias que permitan enfrentar los retos que permitan lograr un modelo de desarrollo productivo que fomente de manera sostenible el incremento de la productividad con calidad y por ende de la competitividad, sobre las cuales se sustente la búsqueda de nuevas oportunidades y nichos de mercados y el aprovechamiento de los acuerdos comerciales con ventajas para nuestro país.

⁵ Publicada en la página web de la UASB, y elaborada por el MIPRO con sus diferentes colaboradores.

La Política industrial del Ecuador ha sido elaborada por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), las cuales buscan incrementar la participación de las actividades industriales en PIB del país; reducir el déficit de la balanza comercial; diversificar las exportaciones e incrementar la inversión privada.

Objetivo General

La política industrial coadyuvará a cambiar el patrón de especialización primario, extractivo exportador de la economía ecuatoriana hacia el fomento de actividades con ventajas comparativas dinámicas, generadoras de mayor valor agregado, que propendan a la creación de empleo de calidad, impulsen encadenamientos productivos, desarrollen tecnología e innovación que eleven los niveles de productividad, competitividad sistémica y reactiven la demanda interna, procurando el cuidado del ambiente y el uso racional de los recursos naturales.

Líneas estratégicas

Para que la política industrial pueda cumplir con el objetivo planteado, es necesario contar con políticas complementarias y líneas de acción gubernamentales en distintos ámbitos, entre las que se puede destacar las siguientes.

1. Articular la política industrial con las políticas de desarrollo, inversiones, social, tributaria, comercial, crediticia, financiera y artesanal.
2. Coordinar acciones entre las distintas entidades de gobierno, para que las diferentes políticas coadyuven al cambio hacia otro modelo de desarrollo y fomentar la inversión en infraestructura, conectividad y fortalecimiento del capital humano.
3. Establecer una Agenda Interna participativa con los actores involucrados y articular los esfuerzos entre las universidades, sector privado y sector público.
4. Contar con información estadística para toma de decisiones, que permita el seguimiento y evaluación de la política industrial.
5. Fortalecer la demanda interna e impulsar mecanismos para una inserción inteligente en mercados internacionales. Además, fomentar el consumo intermedio y final de productos nacionales, y la marca país.

6. Incorporar mecanismos de desarrollo local y territorial (ciudad industrial y parques tecnológicos con la infraestructura necesaria).
7. Fortalecer las instituciones relacionadas con la política industrial para que los planes de acción respondan a objetivos claros articulados al PND.

Políticas industriales enmarcadas al sector textil ecuatoriano.

Política 1: Fomentar el sector textil ecuatoriano generando mayor valor agregado.

Estrategias:

- ✚ Establecer incentivos para atraer la inversión hacia el sector textil y actividades productivas.
- ✚ Promover el desarrollo y mejorar las capacidades locales para la elaboración de productos textiles con mayor valor agregado.
- ✚ Promover el desarrollo de la industria textil a través de la contratación pública.

Política 2: Promover la asociatividad y el desarrollo de economías de escala que promuevan encadenamientos productivos del sector textil.

Estrategias:

- ✚ Diseñar e impulsar infraestructura productiva con un enfoque de desarrollo territorial y promover la creación y fortalecimiento de encadenamientos productivo.

Política 3: Impulsar a las micro, pequeñas y medianas empresas, artesanos y empresas de economía social y solidaria del sector textil.

Estrategias:

- ✚ Implementar mecanismos específicos para incrementar la participación de las MIPYMES, artesanos y empresas de economía solidaria en el Sistema Nacional de Compras Públicas.

- ✚ Establecer líneas de crédito y productos financieros con condiciones especiales para MIPYMES, artesanos y empresas de economía solidaria.
- ✚ Generar incentivos, fomentar la asociatividad y el intercambio comercial a nivel micro-regional, para mejorar la inserción en el mercado internacional.
- ✚ Incrementar la productividad, ampliación de la oferta de productos con valor agregado, mejorar la calidad de gestión empresarial e impulsar el emprendimiento productivo.

Política 4: Promover el empleo de calidad y mejorar la calificación de la mano de obra de la industria textil.

Estrategias:

- ✚ Apoyar la especialización tecnológica de profesionales, técnicos y mano de obra, y la polifuncionalidad de los niveles ejecutivos y administrativos en función de la demanda del sector manufacturero.

Política 5: Promover la producción del sector textil con bienes y servicios de calidad.

Estrategias:

- ✚ Incentivar la ampliación y diversificación de la oferta de productos y servicios con estándares de calidad para los mercados internos y externos, fomentando el cumplimiento de normativas y reglamentos de calidad nacional e internacional.

Política 6: Incorporar, desagregar, adaptar y asimilar nuevas tecnologías en los procesos productivos del sector textil.

Estrategias:

- ✚ Promover la innovación y transferencia tecnológica en la industria e impulsar el uso eficiente de energías alternativas en los procesos productivos.
- ✚ Fomentar iniciativas de investigación y desarrollo de nuevas tecnologías de forma articulada entre el sector público, privado y las universidades.

Política 7: Promover la producción limpia y el cuidado del medio ambiente por parte del sector textil.

Estrategias:

- ✚ Procurar un adecuado manejo de desechos industriales, fomentando el reciclaje y disminuyendo la utilización de sustancias agotadoras del ambiente.

Política 8: Reducir los costos de transacción para facilitar los procesos de producción, innovación y comercialización del sector textil.

Estrategias:

- ✚ Mejorar las cadenas de distribución y la infraestructura de almacenamiento.
- ✚ Modernizar la gestión pública vinculada al desempeño del sector e impulsar las reformas legales e institucionales necesarias.

Política 9: Promover en el sector textil, la oferta y diversificación de productos industriales y mercados de exportación basados en economías de escala.

Estrategias:

- ✚ Establecer mecanismos de protección e incentivos para la ampliación de la oferta y diversificación de productos industriales.
- ✚ Apoyar la búsqueda de nuevos mercados y la consolidación de los existentes.

2.3. Incentivos al sector textil: generales, sectoriales y específicos

El gobierno ecuatoriano ha implementado medidas estratégicas que ayuden a cambiar la balanza comercial en el año 2015, lanzó un salvavidas para incentivar a la industria textil debido a que las exportaciones textiles en Ecuador están a la baja y el déficit entre las exportaciones y las importaciones crece cada mes.

La propuesta para impulsar las exportaciones textiles se concentra sobre el incentivo del 5%, el gobierno devolverá de manera simplificada a las empresas textiles el 5% del precio FOB del total de sus exportaciones.

Esta medida busca regresar a los empresarios una fracción de las ventas que aportarían a las utilidades y permitirían una mayor flexibilidad de negociación para el comercio internacional, a razón de conservar la competitividad en precios. Además del incentivo, el gobierno recalca a los empresarios la existencia de los tratados de libre comercio con múltiples países de Europa y del continente americano, lo que se espera asegure el alza en las exportaciones textiles.

En el año 2014, el Comité de Comercio Exterior⁶ incentivando al sector estableció el diferimiento arancelario temporal a 0% para la importación de algodón sin cardar ni peinar por 17.220 toneladas métricas (TM) para el año 2015; 17.330 TM para el año 2016 e igual cantidad para el 2017, la industria textil se beneficiará con estas partidas arancelarias y tendrán que cumplir con algunos requisitos que el Ministerio de Industrias y productividad lo disponga para la asignación de cupos.

Con la determinación, la industria textil ecuatoriana tendrá mejores condiciones para alcanzar competitividad con calidad, que le permita contribuir al crecimiento de los índices económicos y productivos del país.

El Gobierno Nacional apoya a la inversión productiva privada inteligente del sector textil que promueva la innovación tecnológica, generación de empleo de calidad y la sustitución selectiva de importaciones.

Existen varias herramientas para apoyar al emprendimiento y la inversión productiva del sector textil en el Ecuador con apoyo de financiamiento de la banca pública, facilitación aduanera, desarrollo de capital humano, entre otros.

A continuación se describirá los incentivos que la industria del sector textil ecuatoriano cuenta, para ello se ha dividido en tres segmentos como son: incentivos generales, incentivos sectoriales e incentivos específicos.

Incentivos generales.-

Estos incentivos aplican a empresas del sector textil ecuatoriano.

⁶ Publicado en la página web del Ministerio de Industrias y Productividad, año 2015.

Impuesto a la renta:

- ✚ Reducción de 10 puntos al IR por reinversión de utilidades en activos productivos.
- ✚ Modificación de la base de cálculo del anticipo al IR por generación de empleo y compra de activos productivos a la Renta.
- ✚ Deducción de la compensación adicional para el pago del salario digno al IR.
- ✚ Diferir los pagos del IR hasta por 5 años por apertura de capital social de las empresas a los trabajadores.
- ✚ Exoneración del anticipo al IR por 5 años para toda inversión nueva.

Pago de tributos al Comercio Exterior:

- ✚ Facilidad de pago hasta por 2 años de tributos al comercio exterior, para bienes de capital importados que superen los US\$ 10,000.

Impuestos a la salida de divisas:

- ✚ No pago del ISD para capital e intereses en préstamos del exterior.

Incentivos a sectoriales priorizados

Estos incentivos aplican a nuevas compañías, nuevas inversiones, fuera del perímetro urbano de Quito y Guayaquil y a inversiones en sectores priorizados o sustitución de importaciones en donde se incluye al sector textil.

Impuesto a la renta:

- ✚ No pago del impuesto a la renta durante 5 años desde que se generen ingresos para: nuevas inversiones que se realicen en sectores priorizados o sustitución de importaciones.

El Gobierno Central apoya con incentivos sectoriales, favoreciendo a la creación de nuevas empresas que permitirá producir productos, crear fuentes de empleo y disminuir las importaciones que afectan a la economía del país. Estos productos son: prendas de vestir y textiles, sustancias químicas básicas, jabones, detergentes, perfumes y preparados de tocador, plaguicidas y productos de uso agropecuario, productos de cerámica, cuero y calzado, electrodomésticos, radios, televisores y celulares, y productos químicos.

Incentivos específicos

Los incentivos específicos se aplican a las medianas empresas, a la parte ambiental y zonas deprimidas.

Medianas empresas

Empresas entre 50 y 199 trabajadores y ventas entre US\$ 1 a 5 millones.

- ✚ Tendrán una deducción adicional del 100% (doble) de los gastos incurridos para el cálculo del IR.
- ✚ Capacitación técnica, investigación e innovación (hasta el 1% de gasto en sueldos).
- ✚ Estudios de mercado y competitividad (hasta el 1% de las ventas).
- ✚ Viaje, estadía y promoción comercial para aperturas de nuevos mercados (hasta el 50% de costos y gastos de publicidad).

Ambientales

- ✚ Tendrán una deducción adicional del 100% (doble) los gastos incurridos para el cálculo al IR: depreciación por adquisición de maquinaria de producción más limpia, para la declaración del Impuesto a la Renta.

Zonas deprimidas

Zonas con altos índices de desempleo, necesidades insatisfechas, vulnerabilidad. Existen 89 cantones en el Ecuador considerados como zonas deprimidas. Un ejemplo de zona deprimida es la Provincia de Bolívar y es considerada la provincia con más pobreza y desempleo.

- ✚ Tendrán una deducción adicional del 100% (doble) los gastos incurridos para el cálculo al IR: los sueldos, salarios, y beneficios sociales por generación de nuevo empleo en zonas deprimidas (fuera de Quito o Guayaquil), por 5 años.

2.4. Articulación de instrumentos con la Política Industrial

2.4.1. Plan Nacional de Desarrollo.

En el ámbito del diseño e implementación de la estrategia de cambio de la matriz productiva, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) participa conjuntamente con las instituciones corresponsables para garantizar una adecuada articulación con las demás estrategias de política pública para el Buen Vivir, tales como las políticas destinadas a la igualdad y la movilidad social, al Buen Vivir rural, las agendas y demás instrumentos de planificación territorial.

El Plan Nacional de Desarrollo (PND) es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado Central y los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

A continuación se detallan los 12 objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) que constituyen el marco de referencia para la Política Industrial:

Objetivo 1: “Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular”.

Objetivo 2: “Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad”.

Objetivo 3: “Mejorar la calidad de vida de la población”.

Objetivo 4: “Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía”.

Objetivo 5: “Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad”.

Objetivo 6: “Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos”.

Objetivo 7: “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global”.

Objetivo 8: “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”.

Objetivo 9: “Garantizar el trabajo estable, justo y digno en todas sus formas”.

Objetivo 10: “Impulsar la transformación de la matriz productiva”.

Objetivo 11: “Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica”.

Objetivo 12: “Garantizar la soberanía y la paz, y profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana”.

La consecución de los objetivos antes mencionados contribuirá a alcanzar varias metas cualitativas y cuantitativas del PND relacionadas con las industrias ecuatorianas, especialmente con la industria del sector textil, las gestiones del Ministerio de Industrias articuladas con otras instituciones, coadyuvarán a cumplir con los objetivos, en la que se destacan los objetivos 8 y 10.

Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

Este objetivo se cumplirá fomentando actividades con gran demanda de mano de obra, fuertes encadenamientos productivos y amplia localización geográfica, la capacitación continua de fuerza de trabajo, la producción de bienes y servicios de alto valor agregado, la generación de programas científicos, tecnológico y de investigación aplicada, la modernización de los servicios públicos impulsores de la productividad y competitividad, la garantía de los derechos de propiedad intelectual favorables a la asimilación de tecnología, el control del contrabando, la racionalización del uso de derivados importados y la sustitución de derivados costosos en la generación de electricidad, el impulso de la demanda interna de bienes y servicios producidos por la micro, pequeñas, medianas empresas mediante sistemas de compras públicas y la inversión extranjera directa selectiva (IED), para potenciar producción y productividad de sectores estratégicos y sectores donde se requiere innovación tecnológica para proyectos de largo plazo.

De igual manera, diversificando los intercambios económicos, promoviendo esquemas justos de precios y calidad para minimizar las distorsiones de la intermediación, privilegiando la complementariedad y la solidaridad, y promoviendo la sostenibilidad eco-sistémica de la economía a través la implementación de tecnologías y prácticas de producción limpia.

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva que es aumentar y diversificar las exportaciones.

Cómo fue posible observar en el capítulo 1 de esta investigación, el sector textil ecuatoriano presentan saldos negativos de balanza comercial en el periodo de estudio (2010-2014), esto identifica un problema estructural del sector, ya que muestra que el mercado ecuatoriano si consume prendas textiles con valor agregado, sin embargo la producción local no se presenta competitiva para este mercado, adicionalmente la apertura del Ecuador con los mercados internacionales no es la esperada por la falta de acuerdos comerciales.

En este punto se proponen políticas arancelarias que protejan a la producción local y por el lado de las exportaciones se buscará fomentarlas a través de desarrollo institucional que promueva este rubro, diferenciación del producto y firma de acuerdos comerciales. Es importante mencionar que debe existir un desarrollo de marcas en el caso de la confección, lo que permitirá a mediano plazo obtener un posicionamiento del producto a través de la producción de prendas de vestir de calidad que genere en el mismo periodo de tiempo confianza por el lado del consumidor local y a largo plazo diferenciación del producto ecuatoriano en mercados internacionales. Con estas políticas se buscará cumplir dicho objetivo.

2.4.2. Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017).

El Plan Nacional del Buen Vivir surge ante la necesidad de recuperar la planificación en el país y redefinir un nuevo modelo de Estado, que contemple objetivos y metas de desarrollo en el que se articulen la política pública con el desarrollo nacional. La revolución plantea una hoja de ruta en: la equidad, el desarrollo integral, la Revolución Cultural, la Revolución Urbana, la Revolución Agraria y la Revolución del Conocimiento.

El Gobierno Nacional mantiene el principio: “el ser humano sobre el capital”, ahora su prioridad es el pago de la deuda social y no de la deuda externa. Han canalizado los recursos liberados hacia la inversión pública más importante de la historia: más escuelas, más hospitales, más carreteras.

Ahora bien, el “Buen Vivir o Sumak Kawsay” es una idea movilizadora que ofrece alternativas a los problemas contemporáneos de la humanidad, que fortalece la cohesión social, los valores comunitarios y la participación activa de individuos y colectividades en las decisiones relevantes para la construcción de su propio destino y felicidad.

El sector textil ecuatoriano al ser parte de las industrias productivas del país, está vinculado al PNBV como estrategia que contempla cambios simultáneos y progresivos en la dinámica productiva, para dar paso a una economía diversificada e incluyente (asociatividad), orientada por el conocimiento y la innovación social y tecnológica, base de la nueva matriz productiva.

A continuación se realizará un análisis del PNBV con relación al sector textil ecuatoriano. En los objetivos que propone el Plan del Buen Vivir se podrá conocer nuevas formas de trabajo alternativo, y con otra perspectiva de integración, con un respeto mutuo, y explotando los recursos naturales pertinentes.

Dentro de estos objetivos podemos nombrar el Objetivo 12 que habla sobre “Garantizar la soberanía y la paz e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración Latinoamericana”, es importante el objetivo mencionado ya que el gobierno del Ecuador está buscando reactivar económicamente las exportaciones hacia los mercados internacionales y a nivel latinoamericano siendo factible el apoyo que está dando el gobierno, con la creación de empresas asociativas se tendrán mejores beneficios para las exportaciones, en este caso hacia los Estados Unidos, así ,a futuro, generar nuevos mercados objetivos, el europeo, llegando con prendas de vestir hechas en Ecuador a las tiendas solidarias que si existen allá.

De igual manera, el Objetivo 9 que es “Garantizar el trabajo estable, justo y digno en todas sus formas”. El objetivo mencionado es un punto muy importante en la calidad de vida de los trabajadores ya que es un elemento fundamental en el progreso de las empresas y como país, un trabajador debe ser tratado por igual, sin explotación laboral, y bien remunerado con todos los beneficios de ley. Además, propiciando el empleo emergente y la dinamización de la economía, la promoción de emprendimientos exitosos, fomento de la estabilidad laboral, erradicación del trabajo infantil, la inserción laboral de personas con discapacidad y la eliminación de prácticas excluyentes y discriminatorias.

Tomando en cuenta el apoyo gubernamental se podrá obtener capacitaciones y préstamos bancarios para poder adquirir el material necesario, todo esto gracias a que el gobierno ecuatoriano se propone incrementar las exportaciones en base del dinamismo del pueblo ecuatoriano.

2.4.3. Agenda zonal para el Buen Vivir por zona de planificación.

La implementación de la estrategia territorial nacional, así como la de las demás políticas públicas en el territorio requiere de una institucionalidad eficaz y eficiente, desconcentrada y ágil, así como de una adecuada articulación con los gobiernos autónomos descentralizados, los cuales en función de sus competencias deben sumar esfuerzos para la construcción de un país territorialmente justo y equitativo.

Agendas zonales

Con el propósito de fortalecer y mejorar la articulación entre niveles de gobiernos, el Ejecutivo en el año 2008 inició los procesos de desconcentración y descentralización, para el efecto, se conformaron las zonas administrativas⁷ de la siguiente manera.

- **Zona 1:** Provincias de Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbíos.
- **Zona 2:** Provincias de Pichincha (excepto el cantón Quito), Napo y Orellana.
- **Zona 3:** Provincias de Pastaza, Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo.
- **Zona 4:** Provincias de Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas.
- **Zona 5:** Provincias de Guayas (excepto los cantones de Guayaquil, Durán y Samborondón), Los Ríos, Santa Elena, Bolívar y Galápagos.
- **Zona 6:** Provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago.
- **Zona 7:** Provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe.
- **Zona 8:** Cantones Guayaquil, Durán y Samborondón.
- **Zona 9:** Distrito Metropolitano de Quito.

⁷ Publicado por la SENPLADES, año 2008.

La construcción de un nuevo modelo de Estado, con énfasis en estas estructuras zonales desconcentradas, comprende cuatro grandes desafíos: la territorialización de la política pública para atender necesidades específicas de los distintos territorios; planificar y ordenar el uso y ocupación del territorio; reconocer y actuar para fomentar dinámicas territoriales que aporten a la concreción del PNBV y fomentar el desarrollo endógeno, y propiciar una nueva estructura administrativa que articule la gestión de las intervenciones públicas zonales.

Para este cometido, se construye las Agendas Zonales como instrumentos de coordinación y articulación entre el nivel nacional y el nivel local. Estos instrumentos inciden en el desarrollo integral del territorio y se vuelven un referente de planificación y ordenamiento territorial para los gobiernos autónomos descentralizados, y propician la cohesión e integración territorial.

La aplicación de un modelo por zonas de planificación permitirá al Gobierno central y Gobiernos Autónomos Descentralizados organizarse de mejor manera para actuar en beneficio de los sectores productivos más importantes como es el sector textil ecuatoriano.

2.4.4. Matriz productiva.

La matriz productiva se asienta la esencia de la realidad económica y social de las economías a nivel mundial. Para el Ecuador, su transformación se vuelve la acción primordial que permitirá resolver el desempleo, la pobreza y el desarrollo de la industrial del sector textil y otras industrias ecuatorianas.

La economía ecuatoriana se ha caracterizado por ser proveedora de materias primas en el mercado internacional y al mismo tiempo importadora de bienes y servicios de mayor valor agregado. Los constante se imprevistos cambios en los precios internacionales de las materias primas (petróleo), así como su creciente diferencia frente a los precios de los productos de mayor valor agregado y alta tecnología, han colocado a la economía ecuatoriana en una situación de intercambio desigual sujeta a los vaivenes del mercado mundial.

La nueva matriz productiva tiene una relación respetuosa y solidaria entre economía, sociedad y naturaleza. Se busca cimentar una evolución creciente de producción industrial y de servicios con valor agregado, a través de la expansión del conocimiento científico y tecnológico, basada en la sustentabilidad ambiental, en el marco de un proceso decreciente de extracción de recursos naturales, cerrando así las brechas de inequidad, en beneficio de las generaciones futuras.

El sector textil ante el cambio de la matriz productiva está trabajando en productos con mayor valor agregado, es decir, no solo vender el textil, sino la confección y el diseño. Así el consumidor estará dispuesto a pagar un mayor precio.

Además, el sector textil contará con la aplicación de medidas orientadas a la eficiencia energética que incrementará su competitividad, directamente vinculada con la reducción de los costos de energía y los beneficios de incentivos económicos y ambientales.

La industria textilera ecuatoriana es parte de los sectores estratégicos del país, por ello, el Gobierno está redefiniendo la composición de la oferta de bienes y servicios orientada hacia la diversificación productiva basada en la incorporación de valor agregado, en el impulso a las exportaciones, su expansión en productos y destinos, en la sustitución de importaciones, en la inclusión de actores, en la desconcentración de la producción de las ciudades tradicionales a los sectores rurales con menos desarrollo productivo.

Este enfoque estratégico se encuentra basado en la mejora continua de la productividad y la competitividad, de forma transversal en todos los sectores de la economía y que formen parte de la cadena de valor del sector productivo textil.

El Cambio de la Matriz Productiva ha dado frutos, la grandeza y belleza incomparable de nuestro país ahora también se siente en los productos del sector textil, gracias a la innovación, tecnificación y respaldo histórico a los pequeños y grandes emprendedores, por eso cuando vayas a comprar “Primero Ecuador”.

2.5. Instituciones públicas de apoyo a la industria textilera

Las instituciones más representativas de la industria textilera ecuatoriana son: el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX) y el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS); estas instituciones serán objeto de estudio y se describirá el aporte para el beneficio y crecimiento de este sector.

Sin embargo, existen otras instituciones que se encuentran vinculadas al sector textil como son el Ministerio de agricultura, Ministerio de política industrial, Ministerio coordinador de desarrollo productivo, Ministerio coordinador de la política económica, Ministerio de finanzas públicas, Organismo Nacional de Planificación, Servicio de Rentas Internas y la autoridad aduanera nacional y otros que el Ejecutivo lo designe.

2.5.1. Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

El Ministerio de Industrias y Productividad es una institución que impulsa el desarrollo productivo industrial y artesanal del sector textil ecuatoriano, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo.

El MIPRO en conjunto con el Ministerio de la Producción apoyando al sector textil ecuatoriano ha lanzado una campaña que incentiva a consumir productos de calidad, con su slogan “Primero Ecuador”, con el objetivo de reducir el consumo de productos provenientes de otros países como china que son más baratos pero de menor calidad, como se indica en el gráfico N° 12.



Gráfico N° 12. SLOGAN PRIMERO ECUADOR

Fuente: página web del Ministro Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad

En el año 2014, el Ministerio de Industrias y Productividad⁸ apoyando al desarrollo del sector textil ecuatoriano organizó ferias dentro y fuera del país para dar a conocer los productos textiles, esta institución realizó en la ciudad de Guayaquil el “Primer Circuito de la Moda”, la idea fue recopilar las inquietudes y necesidades del gremio y desarrollar estrategias para impulsar su productividad. Fabricio Célleri, diseñador guayaquileño que participó como expositor comentó que se ha visto obligado a importar la mayor parte de las telas que usa para su trabajo, porque en el país hace falta más tecnificación y capacitación para tener telas de mejor calidad.

⁸ Publicado en página web de revista Lideres, enlace original de www.elcomercio.com

Según Yagüe⁹ (2014), presidente del sector textil de la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha (CAPEIPI), señala que el sector textil se encuentra bastante reprimido y destaca que este problema en parte se debe a que algunas de las materias primas que se utilizan, no solo en la confección de prendas sino también para la elaboración de tela no se consiguen con facilidad, porque existen algunas prohibiciones de importación de algunos productos textiles.

La solución puede estar en crear un instituto nacional de la moda, que difunda las tendencias que se desarrollen en el país y que así Ecuador se pueda convertir de a poco en un referente internacional. “Seremos capaces de generar moda y podremos crear nuevas tendencias para el 2015 e incluso para el 2016”, señala el dirigente gremial.

Altamirano (2014), presidente de la Asociación de Confeccionistas Textiles, también reconoce que esa debilidad del gremio debe pulirse, pero enfatiza que es necesario que se atienda al sector con más facilidades de crédito. De esa manera, asegura, se podrá invertir en mejoras dentro de las fábricas y en capacitaciones para que los actores de este sector que trabajan de manera artesanal incursionen en la asociatividad.

El MIPRO preocupado por el fortalecimiento del sector textil ecuatoriano ha ejecutado acciones que mejoren dicho sector en innovación productiva, financiamiento y logística, a continuación se describe cada uno de ellos.

Innovación:

El Ministerio de Industrias y Productividad con ayuda del Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad implementaron el centro de fomento productivo Innova-Centro que brinda servicios a toda la cadena textil y confecciones en capacitación laboral, capacitación para operarios, mandos medios y técnicos, normalización y estandarización, asistencia técnica, investigación de moda, diseño y nuevas fibras y compra de materia prima de manera asociativa.

⁹ Publicado en la página web de la revista Lideres.

Financiamiento:

El MCPEC ha ejecutado la revisión de instrumentos financieros públicos, disminuyendo los requisitos, tiempos y garantías de acceso al crédito y porcentajes de interés que incentiven la industria textil. Una de las entidades financieras públicas que presta este servicio es la Corporación Financiera Nacional (CFN) que otorga créditos hasta 5 años plazo, para capital de trabajo y créditos para activos fijos de 50.000 dólares, con tasas de 11% y 7% respectivamente.

Mencionar que otra de las instituciones financieras públicas que da créditos al sector textil ecuatoriano es el Banco Nacional de Fomento hoy conocido como Bank Ecuador con la diferencia que el monto es de menos de 50.000 dólares.

Logística:

El MIPRO y el MCPEC evaluaron y rediseñaron la estrategia, los mecanismos y normativas de protección comercial al sector textil relacionado a los aranceles y al control de precios a lo largo de la cadena productiva.

Generar información actualizada del desarrollo del sector textil es otro de las acciones ejecutadas por el MIPRO conjuntamente con el BCE, lo que permite tomar decisiones acertadas ante cambios inesperados.

Además se ejecutó un control del contrabando de prendas de vestir por parte del Servicio Nacional de Aduanas (SENAE) que permita detectar los lugares estratégicos por donde ingresa los productos textiles de forma ilegal.

2.5.2. Ministerio de Comercio Exterior (COMEX).

El Ministerio de Comercio Exterior es el organismo encargado de aprobar las políticas públicas nacionales en materia de política comercial. Uno de los ejes que persigue el Gobierno Nacional, es la aplicación de estrategias para la sustitución de importaciones como un mecanismo de impulso y protección a la industria del sector textil y demás industrias ecuatorianas.

El Ministro Coordinador de Producción explicó que para lograr este fin, era necesario tomar medidas urgentes, de forma rápida, ágil y estratégica, a través de la cual se establecen subpartidas arancelarias que se encuentran sujetas a la presentación del Certificado de Reconocimiento INEN, como documento de control previo a la importación de productos del sector textil, que se ven amenazados por sus competidores más cercanos como son Colombia y Perú, debido a la devaluación de sus monedas en dichos países, lo que implica que los precios de los productos textiles sean más baratos que los de nuestro país.

Además, el COMEX estableció una estrategia comercial para el sector textil ecuatoriano, que busca en primera instancia el desarrollo comercial a nivel local, generando confianza por el lado de la demanda local para lo cual se aplicarán políticas que protejan la actividad productiva del sector textil por el lado de las importaciones de productos terminados altamente competitivos, provenientes principalmente de China y Asia.

De esta manera se buscará a mediano plazo cumplir con un proceso de sustitución estratégica de importaciones, según el sexto objetivo que persigue el cambio de matriz productiva según el PNBV.

Posteriormente a largo plazo se buscará un desarrollo del comercio internacional, es decir, dinamizar las exportaciones, a través de apertura de nuevos mercados, diferenciación del producto, y una producción intensiva en innovación, tecnología y conocimiento, de esta manera la estrategia de comercio exterior se alinearán con el primer y quinto objetivo de cambio de matriz productiva.

El COMEX (2015) preocupado por la industria textil, ha planificado algunas estrategias que permitirán ayudar a minimizar el impacto de estos factores que afectan al sector textil y a la economía del país. Este organismo ha conformado un comité integrado por el Servicio Nacional de Aduanas (SENAE), el Servicio de Rentas Internas (SRI) y las Autoridades de Seguridad, que monitorean y controlan de forma permanente estos problemas.

En el año 2014, los controles efectuados por parte del Servicio Nacional de Aduanas registraron un monto de aprehensión de productos textiles por contrabando de 10.832.085 dólares, estas cifras se incrementaron con respecto al año 2013, esto se debe a que existen más controles por pasos no habilitados y no al aumento del contrabando de prendas de vestir.

El Ministro Coordinador de la Producción, Richard Espinosa, indicó que desde el 3 de marzo de 2015, los controles no solo serán realizados por el personal de la Secretaría Nacional de Aduana, sino que tendrán el apoyo de la policía y los militares.

Además, Espinosa explicó que los agentes de control y de inteligencia que participen en operativos en los que se capture mercadería de contrabando, recibirán un incentivo económico, luego de que se remate el producto decomisado.

El SENA (2014) apoyando a la industria textil ecuatoriana puso en marcha un nuevo sistema que permitirá clarificar las cifras del contrabando a partir de un cruce de datos comparativos con las aduanas de los países con los que Ecuador mantiene comercio bilateral.

La nueva metodología permitirá desglosar exportaciones e importaciones, de modo que si de un segundo país salió una determinada cantidad de mercadería formalmente hacia Ecuador, localmente esos valores deben reflejarse como importación, salvo ciertos ajustes.

Los resultados ayudarán a orientar mejor los controles ya que permitirán evaluar el origen, la ubicación geográfica y el tipo de mercancías que se mueve en el mercado informal. En tal sentido, la nueva metodología permitirá definir los delitos aduaneros bajo los que ingresa la mercadería, esto es contrabando o defraudación, esta última con declaraciones falsas sobre valoración o clasificación arancelaria para no pagar los tributos correspondientes.

Competencias del COMEX, deberes y atributos hacia la industria textil ecuatoriana:

- ✚ Fomentar y promocionar las exportaciones; crear, modificar o suprimir las tarifas arancelarias al sector textil.
- ✚ Regular, facilitar o restringir la exportación, importación, circulación y tránsito de productos textiles no nacionales, ni nacionalizados.
- ✚ Adoptar las normas y medidas necesarias para contrarrestar las prácticas comerciales internacionales desleales, que afecten la producción textilera nacional, exportaciones que causen daño a los intereses comerciales del país.
- ✚ Aprobar contingentes de importación o medidas restrictivas a las operaciones de comercio exterior, cuando las condiciones comerciales, afecten a la industria textil.

- ✚ Promover programas de asistencia financiera de la banca pública para el sector textil, con créditos flexibles que faciliten la implementación de técnicas ambientales adecuadas para una producción más limpia y competitiva, para el fomento de las exportaciones de bienes ambientalmente responsables;
- ✚ Diferir, de manera temporal, la aplicación de las tarifas arancelarias para el sector textil, según convenga a la producción nacional o las necesidades económicas del Estado.

2.5.3. Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS).

El Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria es una institución que impulsa las promociones comerciales de los bienes y servicios de la EPS del sector textil ecuatoriano, buscando el desarrollo de los distintos sectores productivos, mediante el apoyo al crecimiento de las unidades productivas y organizaciones, así como la ampliación a nuevos segmentos de mercado y la sostenibilidad de los emprendimientos.

Con la Ley de Economía Popular y Solidaria, se exime a las personas de escasos recursos internarse en el mundo del negocio, la oportunidad de acceder a créditos, y a la vez incluirse en el comercio exterior dejando atrás a los intermediarios que ganaban hasta el 200% mientras que el productor el 50% hasta menos. Es así que la mayoría de microempresarios y pequeños productores han acogido esta ley y los beneficios que el gobierno planteó al momento de darle el visto bueno.

El IEPS (2015) apoyando a la producción del sector textil artesanal ha realizado ruedas de negocios como: “Te Vestimos Ecuador y Juntos Creamos” con el propósito de impulsar al sector y empeñados en la generación de espacios para la comercialización y posicionamiento de los productos de la EPS, tanto en mercados nacionales como internacionales, para que se vinculen con representantes de empresas públicas y privadas como Corporación La Favorita, Dirección General de Aviación Civil, Ministerio del Trabajo, entre otras.

El IEPS organiza estas ruedas de negocios enfocadas en exponer ante potenciales clientes una amplia gama de productos textiles, especialmente, uniformes de trabajo para empresas públicas y privadas que comprendieron: lencería, ropa de trabajo, chompas, chalecos, mandiles y uniformes del diario para funcionarios en general; logrando así nuevas oportunidades y nichos de mercado, lo que contribuya al incremento en sus ingresos, evidenciar su creatividad y promover el consumo ético y solidario en la ciudadanía.

Los artesanos del sector textil están agradecidos por estas iniciativas, por parte del IEPS y el Gobierno Nacional, pues gracias al apoyo interinstitucional, recibieron capacitaciones en varias áreas como: diseños, procesos de producción, costos técnicos, calidad y comercialización de sus productos. Los delegados de las empresas participantes resaltaron también la importancia de estos espacios, puesto que les permite conocer más a los nuevos emprendedores, la variedad y capacidad de producción, y establecer líneas de negociación con posibles proveedores, cuestión que beneficia a ambas partes.

El IEPS busca también la incorporación del sector artesanal en los procesos de compras públicas, contratos que en épocas pasadas eran adjudicados únicamente a empresas privadas, con la finalidad de redistribuir en forma equitativa el trabajo y la riqueza, lo que permita alcanzar condiciones de vida digna y el Buen Vivir de los trabajadores y sus familias.

El Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria y el Ministerio de Educación llevan adelante el proyecto “Hilando el Desarrollo” que impulsa el Gobierno Nacional desde el 2007, en el año 2014 generó al menos 17.000 plazas de trabajo, y entregó 4.000 Créditos de Desarrollo Humano (CDH) asociativos. Cabe destacar, que el 95% de estos fondos fueron otorgados a mujeres jefas de hogar. En el año 2015 se estima beneficiar a más de 5.000 artesanos con una inversión que sobrepasa los 34 millones de dólares.

De esta manera, el IEPS contribuye a la generación de espacios para la inclusión económica de los artesanos del sector textil de la EPS, democratizando las compras públicas al convertirse en proveedores directos del Estado; mejorando así sus condiciones laborales y de vida. Además, el sector textil cuenta con un programa de comercio justo que es un enfoque alternativo al comercio convencional internacional y otra forma de hacer negocios en beneficio de productores textileros en desventaja, que acerca el productor al consumidor, reduciendo la cadena de intermediaria. Promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por la Organización de las Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos que promueven una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores.

2.6. Marco Jurídico para inversiones

Un componente adicional que significa un reto de competitividad para el sector textil ecuatoriano es la seguridad jurídica relacionada con legislación laboral, fiscal, y comercial se requiere reglas claras en estos aspectos que permitan planificar inversiones a largo plazo; según Javier Díaz presidente de la AITE, debido a la incertidumbre a la que se afrontan los inversionistas respecto a reformas que se podrían realizar, destinan poco capital en un periodo no mayor a dos años.

Por otro lado, se identificó un problema estructural ante la falta de financiamiento otorgado por la banca pública y privada al sector textil, este financiamiento es importante focalizarlo a la adquisición de nueva maquinaria y capacitación a mano de obra. Este problema se presenta ya que la inversión en el sector textil es considerada de alto riesgo y es menos rentable que otros sectores de la economía como la comercialización, la producción de bienes primarios, entre otros. Se propone políticas en las que el gobierno trabajará como intermediario entre la banca y el sector textil, generando garantías que permitan a este sector acceder a financiamiento.

2.6.1. Código Orgánico de la Producción: principales características.

El código de la producción¹⁰ tiene por objeto regular el proceso productivo de la industria textilera y demás industrias ecuatorianas en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción nacional de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Características del Código de la Producción.

A continuación se describen las principales características que el código de la producción tiene establecido para el fortalecimiento de las industrias ecuatorianas y en especial para la industria textilera objeto de estudio.

¹⁰ Publicada en la página web de PROECUADOR.

- a)** Fortalecer a las industrias de los sectores estratégicos basadas en el conocimiento y la innovación promocionando la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales.
- b)** Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria.
- c)** Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales.
- d)** Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables.
- e)** Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, las que afecten el funcionamiento de los mercados.
- f)** Promover el desarrollo industrial del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial en zonas de menor desarrollo económico.
- g)** Establecer principios de articulación internacional de la política comercial del Ecuador; potenciar la sustitución estratégica de importaciones, fomentar y diversificar las exportaciones y facilitar las operaciones de comercio exterior.
- h)** Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo. Incorporar el enfoque de género y de inclusión económica de las actividades productivas de pueblos y nacionalidades.
- i)** Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente, apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica.

**CAPÍTULO III. Las industrias textiles en la provincia de Bolívar: Análisis situacional,
organizacional y administrativo.**

3.1. Introducción

En el presente capítulo se realizará un análisis situacional que permita reunir y estudiar información relativa, investigando los antecedentes que contribuya a formular mejor el problema de investigación. Además se describirá la ubicación geográfica, características de la provincia y los principales productos que elaboran las industrias textiles.

También, se conocerá sobre la administración del sector textil, detallando la estructura administrativa, las estrategias de recursos humanos, estrategias de producción, estrategias de comercialización y estrategias de financiamiento; se realizará una investigación de campo que permita obtener información primaria con el instrumento de la encuesta para luego ser analizada e interpretada.

Se describirá como está organizada la industria textil en la provincia, mencionando las organizaciones gremiales, sindicatos y demás asociaciones. Concluyendo con la selección del mejor caso productivo industrial con saberes ancestrales de la industria textilera en la provincia de Bolívar.

3.2. Metodología para análisis situacional de la industria textil en la provincia de Bolívar.

Para analizar la industria textil se realizará el siguiente procedimiento:

1. Investigación de campo
2. Análisis de la investigación
3. Selección de la industria con aplicación de saberes ancestrales (matriz de caracterización)

La investigación de campo, seguirá el siguiente procedimiento:

- a. Diseño de encuesta
- b. Formulación de objetivo de investigación de estudio de campo
- c. Selección de la muestra
- d. Procesamiento y análisis de información

(a) Diseño de encuesta

Como herramienta de recolección de datos primarios se utilizó la encuesta directa a través del cuestionario, dirigida a todos los establecimientos dedicados a la actividad textil en la provincia de Bolívar, para lo cual se extrajo una muestra representativa que fue la base para obtener información primaria de todos los negocios. Al tener establecido las direcciones de las empresas a encuestar, obtenidos de la base de datos del Servicio de Rentas Internas¹¹ se procedió a realizar las visitas respectivas.

En el anexo 1, se presenta la encuesta, la cual consta de tres apartados: datos generales, características de la industria por secciones administrativas y tecnología e innovación. Además, el diseño de la encuesta menciona sobre el diagnóstico de los factores de éxito y los saberes ancestrales de la industria textil.

Unidad de análisis

La unidad de análisis será la industria textilera de los cantones de la provincia de Bolívar, son 233 establecimientos dedicados a esta actividad comercial. La tabla N° 1 muestra la homologación de datos de la industria Texsal, con información del SRI a CIIU-versión 4 como se muestra en el anexo N° 2.

¹¹ Publicada en su página web con fecha de corte al 08 de mayo de 2015.

Tabla Nº 1. CLASIFICACIÓN POR ACTIVIDAD DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN LA PROVINCIA DE BOLÍVAR

Cantones	Confección de ropa a medida	Fabricación de prendas de vestir	Fabricación de tapices a mano	Fabricación de tejidos de algodón	Fabricación de cortinajes y ropa blanca	Fabricación accesorios de vestir	Fabricación de materiales textiles tejidas	Fabricación de tules y otros tejidos	Fabricación de ropa blanca	Fabricación de tapices, alfombra	Total por cantones
Guaranda	62	38	1	10	4	1	0	2	1	1	120
Chimbo	8	6	1	0	0	0	0	0	0	0	15
San Miguel	17	6	0	0	0	0	0	0	0	0	23
Chillanes	7	1	0	0	0	0	1	0	0	0	9
Caluma	24	0	0	0	0	2	0	0	0	0	26
Echeandía	29	3	0	0	0	0	0	0	0	0	32
Las Naves	7	1	0	0	0	0	0	0	0	0	8
Total	154	55	2	10	4	3	1	2	1	1	233

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Juan Vizcarra

(b) Objetivo general.

Identificar la estructura administrativa y aplicación de saberes ancestrales de la industria textil en la provincia de Bolívar.

(c) Población: muestra y/o censo.

La muestra representativa fue establecida de la población textil bolivarenses. El tipo de muestreo que se aplicó para la recopilación de información primaria fue el probabilístico, el cual dio la posibilidad de que todos los elementos de la población sean elegidos. Dentro del muestreo probabilístico se utilizó el muestreo aleatorio estratificado. Este procedimiento de muestreo permitió que los negocios textiles en los siete cantones de la provincia de Bolívar (grupos o estratos) tengan un peso relativo en función de su tamaño poblacional.

La tabla N° 2 describe el número total de negocios textiles (artesanales y empresas) que posee la provincia de Bolívar, lo que permitió escoger una proporción exacta y aleatoria en los siete cantones (estratos) que posee esta provincia:

Tabla N° 2. EMPRESAS DEDICADAS A LA ACTIVIDAD TEXTIL POR CANTONES EN BOLÍVAR

Cantones	Negocios textiles	% del total de negocios
Guaranda	120	51,50%
Chimbo	15	6,44%
San Miguel	23	9,87%
Chillanes	9	3,87%
Caluma	26	11,16%
Echeandía	32	13,73%
Las Naves	8	3,43%
Total	233	100%

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Juan Vizcarra

Calculo de la muestra:

Obtenido el total de negocios objeto de estudio (población finita) dedicados a la actividad textil en la provincia de Bolívar y conociendo que la población es menor a cien mil observaciones, el tamaño muestral se determinará mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Nz^2 p.q}{(N-1)e^2 + z^2 p.q}$$

Dónde:

n =	Tamaño de la muestra	
N =	Tamaño de la población	= 233
E =	Margen de error muestral	= 5%
P =	Probabilidad de ocurrencia	= 50%
Q =	Probabilidad de no ocurrencia	= 50%
Z =	Nivel de confianza	= 95% = 1,96 desviaciones estándar

Reemplazando los valores en la ecuación del cálculo de la muestra se obtienen los siguientes resultados:

$$n = \frac{(233) (1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(233 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{223.77}{1.54}$$

$$n = 145.31$$

La tabla N° 3 establece el número de encuestas por cantones para el estudio de la industria textil bolivarenses y su aplicación será de forma aleatoria tomando como base las actividades que en ella se establecieron anteriormente:

Tabla N° 3. ENCUESTAS POR CANTONES DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR.

Cantones	Numero de negocios a encuestar
Guaranda	64
Chimbo	10
San Miguel	17
Chillanes	6
Caluma	18
Echeandía	24
Las Naves	6
Total	145

Elaborado por: Juan Vizcarra

(d) Procesamiento y análisis de datos

Una vez obtenida la información se la proceso utilizando Excel, construyéndose una matriz de datos global presentada en el anexo N° 3, en la cual se ingresó toda la información para así realizar la tabulación de datos y presentar los cuadros estadísticos, teniendo en cuenta que para cada pregunta se realizó una matriz individual que facilite la inserción de gráficos con porcentajes que visualizan la información clara y práctica.

El análisis de datos se lo realizó considerando los principales resultados obtenidos de la encuesta, que luego de ser recopilados y tabulados de acuerdo a cada una de las opciones presentadas en las preguntas, permitieron establecer una relación de mayor y menor incidencia de los resultados que faciliten la presentación de un análisis general de datos por preguntas y el ítem que tuvo mayor incidencia. Además, se realizó un análisis por pregunta en la cual se establecen los porcentajes obtenidos de mayor y menor cantidad, se estableció cual tiene mayor incidencia dentro de la encuesta y por ende hacer un análisis de cada uno de ellos.

DATOS GENERALES

El número de encuestas a realizarse en la industria textilera de Bolívar es de 145 empresas, representadas de la siguiente manera, el 44,14% se lo realizó en el cantón Guaranda, el 16,55% se lo realizó en el cantón Echeandía, el 12,41% se lo realizó en el cantón Caluma, el 11,72% se lo realizó en el cantón San Miguel, el 6,90% se lo realizó en el cantón Chimbo y el 4,14% se lo realizó en los cantones Las Naves y Chillanes, evidentemente, Guaranda posee un número superior de establecimientos dedicados a la industria textilera.

Además, el 58% de los directivos de las industrias textiles pertenecen al género femenino y el 42% al género masculino. Lo que implica que la mayor parte de personas son mujeres modistas dedicadas a la confección de prendas de vestir y en menor porcentaje son hombres sastres dedicados a la confección de ropa a la medida.

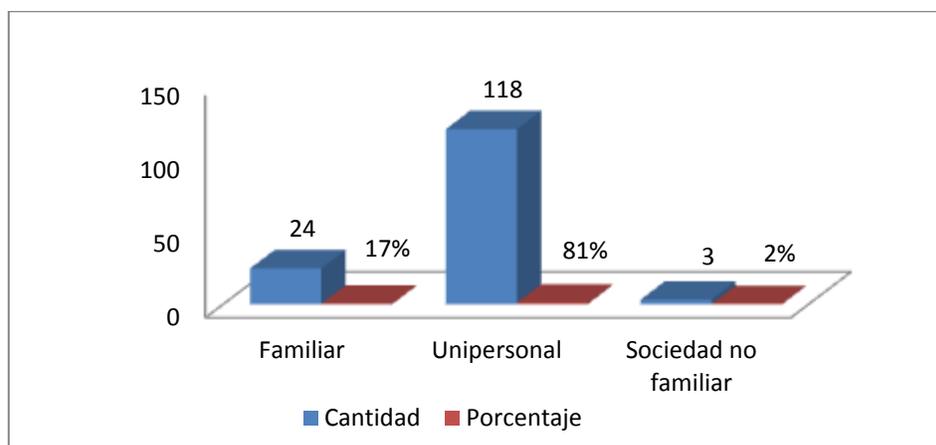


Gráfico Nº 13. TIPO DE INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

En el gráfico Nº 13 se observa el tipo de industria textilera que posee la provincia de Bolívar, se muestra que el 81% son de tipo unipersonal, el 17% son de tipo familiar y el 2% están conformadas por sociedades no familiares

La provincia de Bolívar cuenta con 118 industrias textiles unipersonales, esto se debe a que en la provincia existen más artesanos y artesanas dedicados a la actividad de la sastrería y modistería, se los denomina gerente-propietario y son responsables de sus patrimonios personales por las correspondientes obligaciones de la empresa.

ÁREA ADMINISTRATIVA

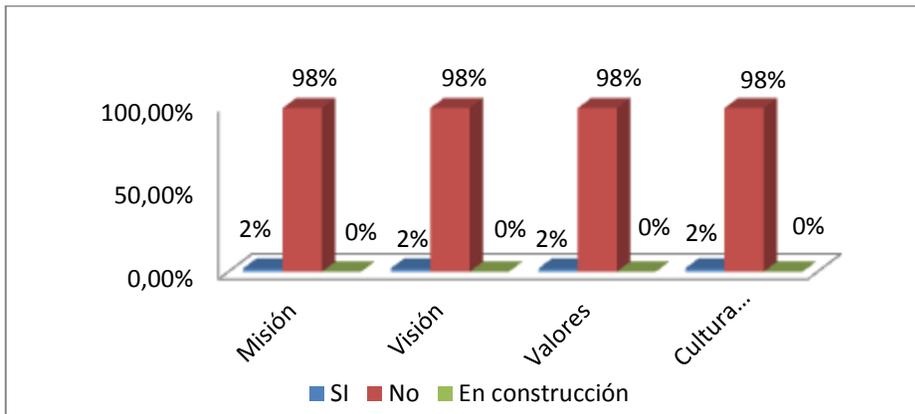


Gráfico Nº 14. ELEMENTOS FILOSÓFICOS INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

En el gráfico Nº 14, se indica los elementos filosóficos de la industria textilera; el 98% no cuentan con misión, visión, valores y cultura organizacional representados por 143 negocios entre unipersonales y familiares, por consiguiente, el 2% si posee estos elementos filosóficos representados por 3 sociedades no familiares.

Claramente se puede evidenciar la falta de una filosofía organizacional en la industria textilera de Bolívar que ayude al desarrollo de las empresas en su presente y futuro, estos elementos son la razón de ser de la empresa y representan el compromiso de la organización ante la sociedad. El tipo de industria unipersonal en Bolívar se lo considera como negocios pequeños artesanales que no dan la debida importancia a estos elementos por falta de conocimientos.

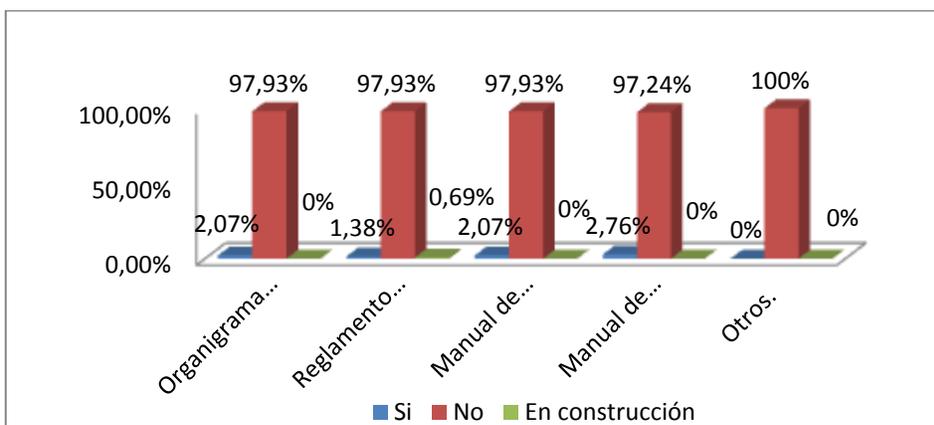


Gráfico Nº 15. INSTRUMENTOS ORGANIZATIVOS INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Los instrumentos organizativos de las industrias textiles de Bolívar se indica en el gráfico N° 15, el 97,93% no poseen organigramas estructurales y manuales de funciones, y apenas el 2,07% si cuentan con estos instrumentos esenciales. Con respecto a los reglamentos internos, el 97,93% no poseen este instrumento en sus empresas, el 1,38% si poseen y el 0,69% se encuentra en proceso de construcción representada por una sociedad no familiar. Además, el 97,24% no poseen manuales de procesos y el 2,76% si tienen establecido este instrumento.

La industria textilera de Bolívar resta poca importancia a los instrumentos organizativos que son esenciales para la buena gestión de la empresa y que cobran relevancia desde la formación para el desempeño de tareas y funciones propias de la dirección y gestión de las empresas. Es claro que solamente las tres sociedades no familiares que existen en la provincia si poseen estos instrumentos que les permite organizarse de mejor manera.

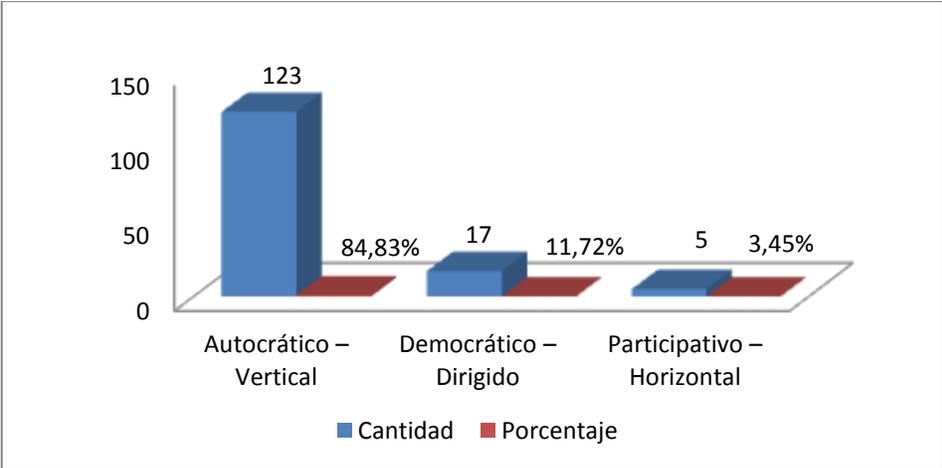


Gráfico N° 16. TIPO DE LIDERAZGO INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Como se observa en el gráfico N° 16, el 84,83% utilizan el liderazgo vertical, el 11,72% utilizan el liderazgo dirigido y el 3,45% utilizan el liderazgo horizontal.

Al tener mayor porcentaje de industrias textiles unipersonales, se observa que 118 empresas utilizan el liderazgo vertical que no es más que la toma de decisiones por parte de su propietario sin designar responsabilidades y participación de sus trabajadores. Sin embargo, en la provincia si existe un liderazgo democrático y participativo que permite a sus trabajadores sentirse parte de la empresa, ayudando con ideas y toman sus propias decisiones en la elaboración de los productos textiles pero coordinando con su propietario.

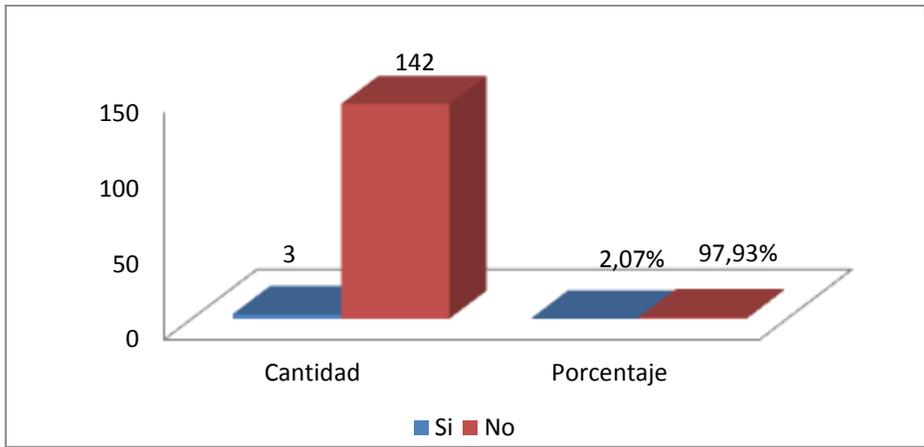


Gráfico N° 17. INSTRUMENTO DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Sobre la planeación estratégica como instrumento administrativo que aplica la industria textilera de Bolívar, se indica en el gráfico N° 17, se observa que, el 97,93% no utilizan la planeación estratégica representados por 142 negocios unipersonales y familiares, y apenas el 2,07% si utiliza este instrumento administrativo representadas por 3 sociedades no familiares.

Estas sociedades industriales son un ejemplo en la provincia para las demás empresas textiles, ya que utilizan la planeación estratégica para formular, implantar y evaluar decisiones inter-funcionales que permitan a la organización llevar a cabo sus objetivos con eficacia. Además, las empresas que utilizan esta herramienta son más rentables y exitosas que aquellas que no los usan.

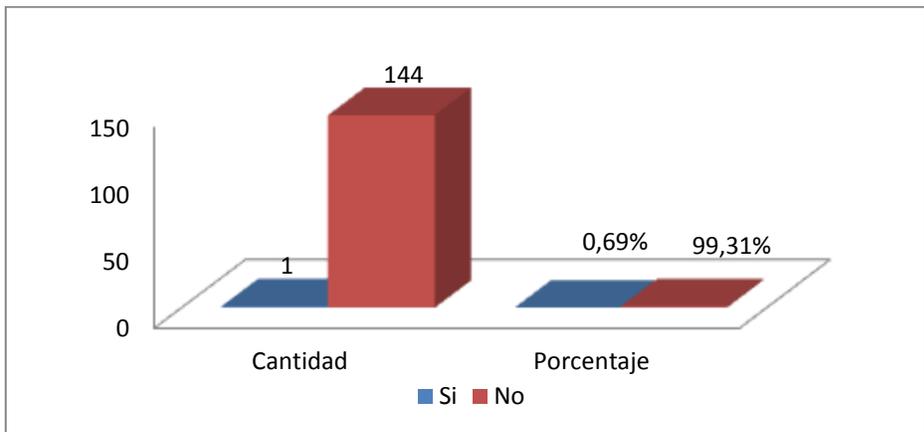


Gráfico N° 18. PLAN OPERATIVO INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

El gráfico N° 18 muestra la utilización del plan operativo anual en la industria textilera de Bolívar, se observa que, el 99,31% no cuentan con un plan operativo anual representados por 144 negocios y apenas el 0,69% si tiene dicho plan operativo representado por un solo negocio. Concluyendo que la Hilandería Intercomunal Salinas es la única empresa que posee un plan estratégico y su respectivo plan operativo que le permite coordinar las actividades para poder cumplir con las estrategias y llegar a la meta propuesta.

La administración estratégica y operativa en la industria textilera de Bolívar es ineficiente y no utilizan estos instrumentos administrativos que les ayude a clarificar los objetivos, para así poder definir un programa de acciones a realizar, de esa manera, se separa una problemática compleja en porciones pequeñas que se han de ir realizando poco a poco”.

ÁREA DE PRODUCCIÓN

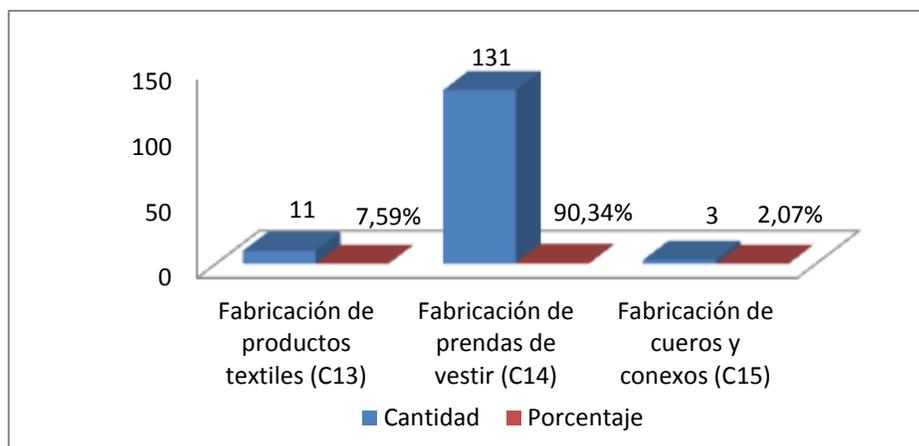


Gráfico N° 19. PRODUCTOS POR CATEGORÍA INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

En el gráfico N° 19 se indica sobre la categoría de los productos de la industria textilera de Bolívar, el 90,34%, se dedican a la fabricación de prendas de vestir, el 7,59% a la fabricación de productos textiles y el 2,07% a la fabricación de cueros y conexos. La fabricación de prendas de vestir es una fuente de empleo para muchas personas de la provincia y a nivel nacional, por su gran dinamismo en la confección de prendas para instituciones públicas y privadas, eventos culturales, entre otras. En la provincia existen pocos negocios dedicados a la fabricación de cortinajes, alfombras, calzados y talabartería encontrándose principalmente en el cantón Guaranda.

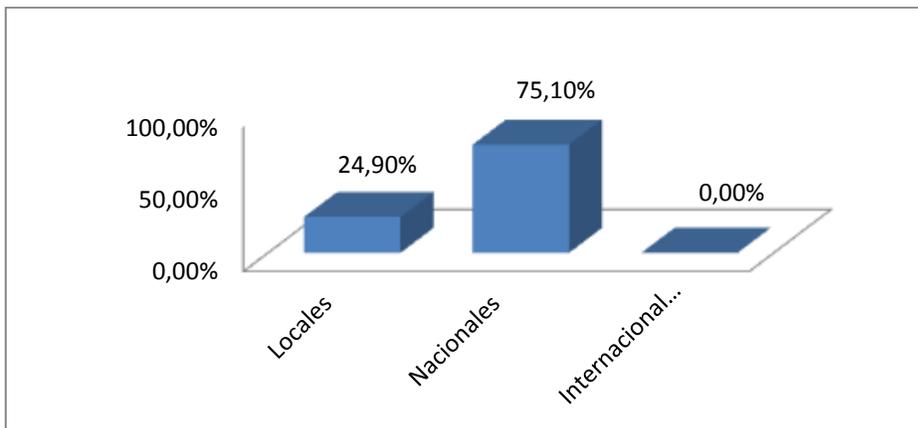


Gráfico Nº 20. PROVEEDORES INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

El gráfico Nº 20, menciona sobre los proveedores de materias primas que poseen las industrias textiles, se observa que el 75,10% son proveedores nacionales, el 24,90% son locales y no existen proveedores internacionales en la provincia. Además, las industrias se proveen de materias primas elaboradas en el país que representa el 83,45%, el 15,86% lo producen en el extranjero y el 0,69% son elaboradas a nivel local.

Al no existir proveedores de procedencia extranjera, la industria adquiere las materias primas de ciudades como Quito, Guayaquil, entre otras; esto no quiere decir que las materias primas sean netamente ecuatorianas, en el país se comercializan telas nacionales y extranjeras porque en el país no fabrican ciertos tipos de telas que provienen de países como China, Colombia, Panamá y Perú, además son más baratas que las materias primas del país.

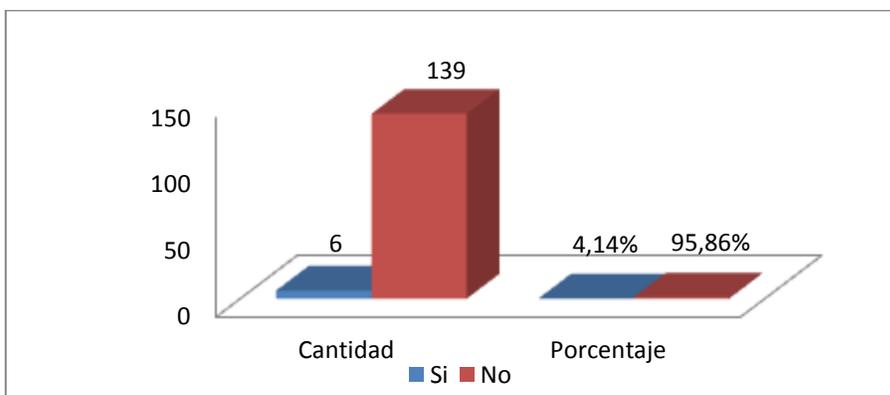


Gráfico Nº 21. TÉCNICA CON SABERES ANCESTRALES INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

En el gráfico N° 21, se indica sobre la utilización de técnicas con saberes ancestrales que utiliza la industria textilera, el 95,86% no utilizan técnicas siendo 139 empresas dedicadas a la confección de prendas y productos textiles, y el 4,14% si utilizan dichas técnicas representadas por 6 empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir hechas 100% a mano y serán estas seis empresas que se tomará como base para la selección del mejor caso productivo textil con saberes ancestrales de la provincia.

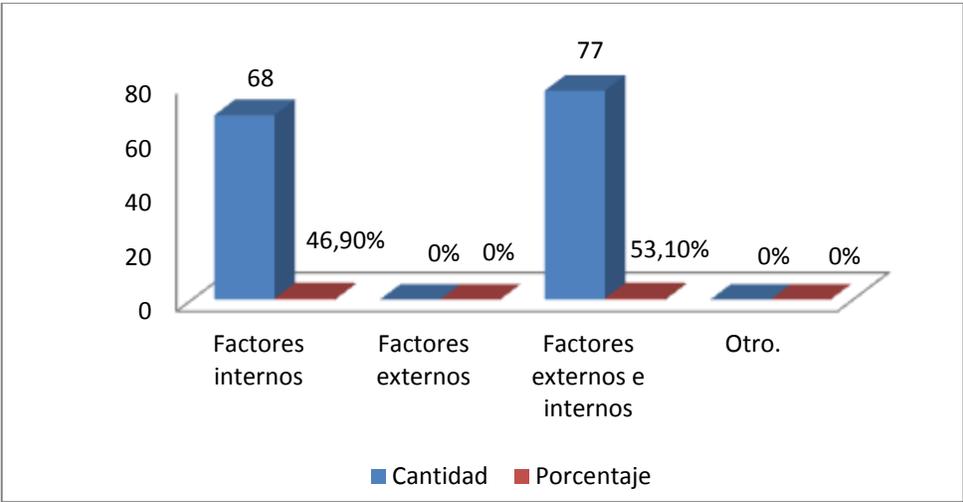


Gráfico N° 22. ESTRATEGIAS DE PRECIOS INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Sobre las estrategias de precios que utilizan las industrias textiles en la provincia de Bolívar se indica en el gráfico N° 22, el 53,10% aplica estrategias de precios combinando factores internos y externos, el 46,90% utiliza estrategias de precios internos.

La industria textilera de Bolívar para realizar la fijación de precios considera aspectos como el producto, tipo de mercado, competencia, objetivos de la organización, etc., establecer un adecuado precio le permitirá ser más competitiva ante sus competidores. Además, un grupo importante de empresas fijan los precios considerando los costos de producción y la mano de obra solamente, debido a que poseen sus clientes fijos por los años de labor en el arte de la confección de prendas de vestir y demás productos textiles.

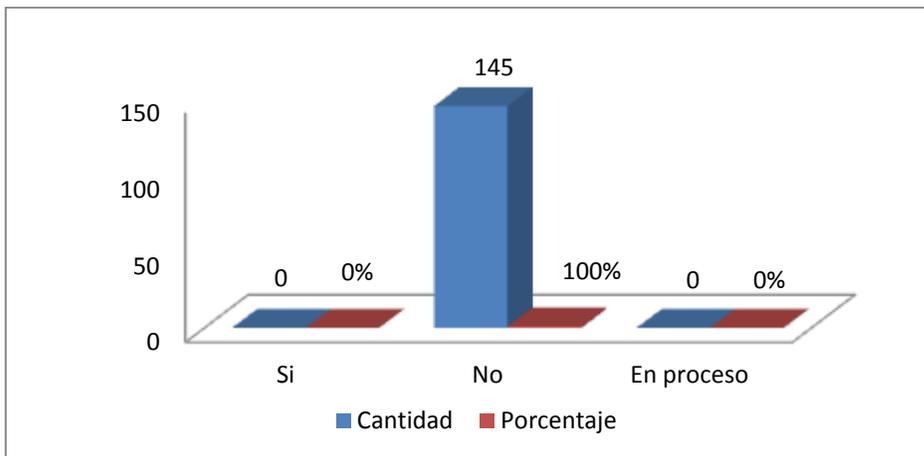


Gráfico Nº 23. CERTIFICACIÓN DE CALIDAD INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

El gráfico Nº 23, se menciona sobre la existencia de certificados de calidad de los productos que elaboran las industrias textiles en la provincia, el 100% de las empresas no cuentan con dicha certificación restando competitividad ante sus competidores nacionales e internacionales. Gazsi (2012) añade: “las certificaciones de calidad aportan confianza al cliente, al consumidor y a los proveedores, ya que en un mercado cada vez más competitivo suponen una diferenciación con el resto de empresas competidoras, a la vez que mejora la imagen de los productos que ofrece, y de la reputación e imagen de la propia empresa”.

ÁREA DE MARKETING

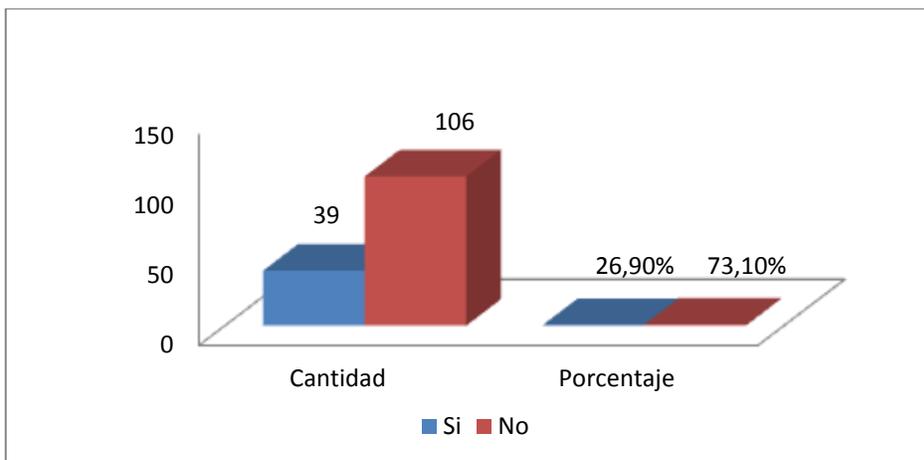


Gráfico Nº 24. MARCAS PROPIAS INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

A las industrias textiles de Bolívar se les preguntó si poseen marcas propias como se indica en el gráfico N° 24, se observa que, el 73,10% no poseen dichas marcas representadas por 106 empresas y el 26,90% si poseen marcas propias representadas por 39 empresas. Las empresas textiles comercializan los productos utilizando el nombre comercial de sus negocios y no cuentan con marcas propias que les permita trasladar su imagen al mercado, de tal manera que se cree lealtad de los clientes hacia sus tiendas.

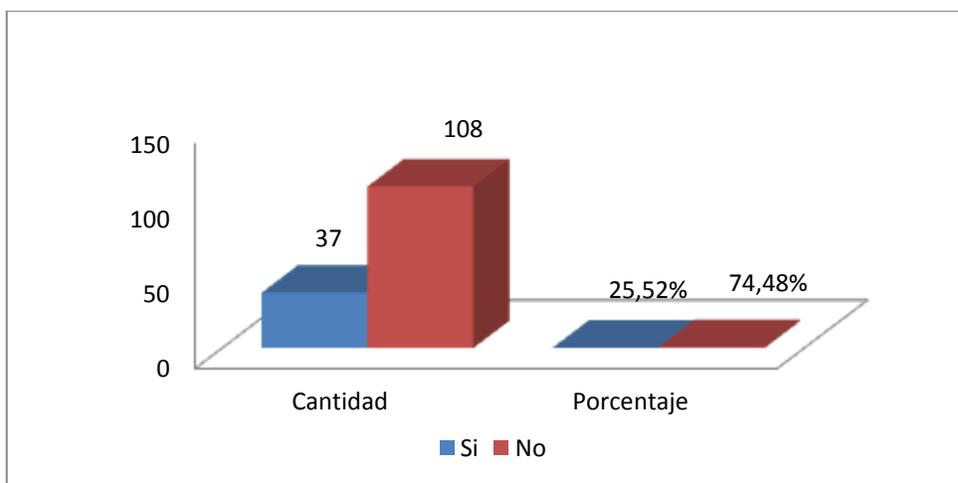


Gráfico N° 25. DIFERENCIACIÓN DE LA MARCA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

En el gráfico N° 25, se indica sobre el desarrollo de iniciativas para diferenciar la marca textilera ante su competencia, se observa que el 74,48% no han implementado iniciativas y el 25,52% si han desarrollado iniciativas que les permita diferenciarse de los demás.

Cuán importante es poder desarrollar iniciativas que diferencien la marca (empresa) de las industrias textiles de Bolívar en el mercado para resaltarla y hacerla diferente de las otras a los ojos del consumidor. Existe desconocimiento en los propietarios, ya que pocos implementan estrategias de precios, producto, plaza y promoción por no tener capacitaciones constantes por parte de instituciones locales.

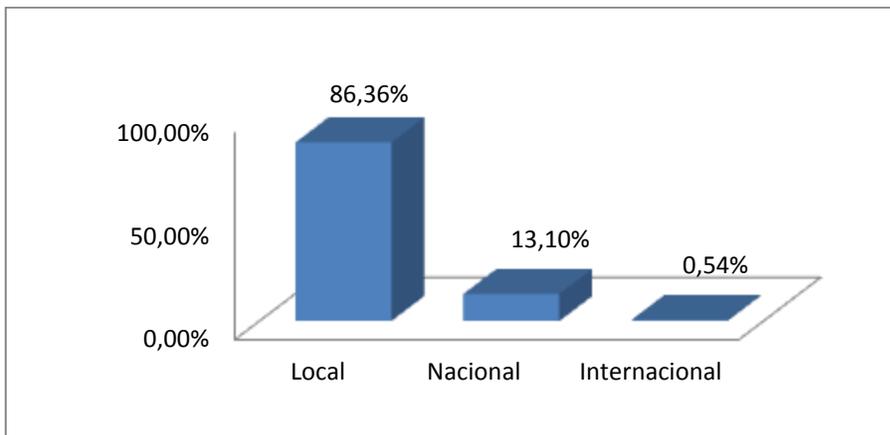


Gráfico N° 26. MERCADOS INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textileras de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Como se observa en el gráfico N° 26, el 86,36% de la producción de la industria textilera de Bolívar se destina al mercado local (provincia), el 13,10% se destina al mercado nacional (Guayaquil, Quito, Ambato, Riobamba, Babahoyo) y el 0,54% se destina al mercado internacional como países de Latinoamérica y Europa.

Tener apertura en mercados nacionales e internacionales para la industria textilera es importante, sin embargo, existen problemas para la comercialización por falta de apoyo de instituciones locales y gubernamentales hacia mercados nacionales e internacionales, la industria necesita generen nuevas plazas para los productos que dinamicen la economía de la provincia y permitan generar desarrollo del sector.

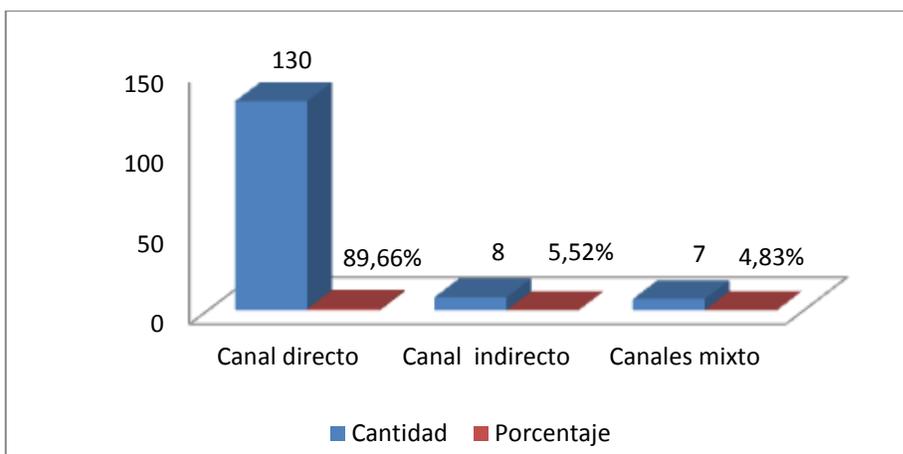


Gráfico N° 27. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textileras de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Con respecto a los canales de comercialización que utilizan las industrias textiles de Bolívar, se observa en el gráfico N° 27, el 89,66% utilizan canales directos, el 5,52% utilizan canales indirectos y el 4,83% utilizan canales mixtos. Concluyendo que las ventas lo realizan directamente al consumidor sin la necesidad de intermediarios, son 130 industrias que utilizan este medio sin la necesidad de expandirse hacia nuevos mercados, no buscan intermediarios que les ayuden a distribuir los productos y les permita incrementar la producción que sería beneficioso para las empresas textiles de Bolívar.

Según Valencia (2009) añade: que “la utilización de canales de distribución adecuados mejora la eficiencia de las ventas y es necesario apreciar la importancia del papel de los intermediarios para hacer que el producto llegue al usuario final y asegurar que se reciba un precio razonable”.

ÁREA FINANCIERA

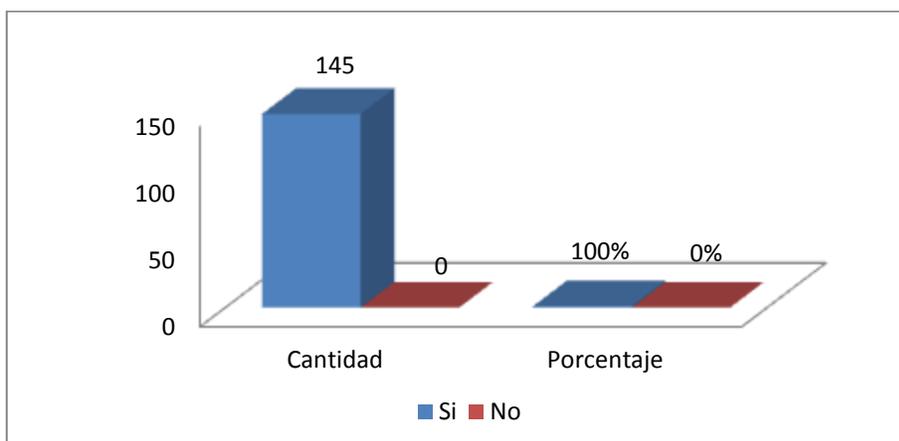


Gráfico N° 28. UTILIDADES INDUSTRIA TEXTILERA AÑO 2014

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Sobre la utilidad que obtuvo la industria textilera de Bolívar en el año 2014, se observa en el gráfico N° 28, el 100% tuvo ganancias en dicho período cumpliendo con el propósito de obtener réditos por la venta de sus productos y servicios textiles.

La industria textilera de Bolívar posee algunos problemas con respecto a su competencia, teniendo que adecuar los precios de sus productos cobrando un valor inferior por mano de obra y por prenda confeccionada, que repercute en las ganancias globales, además, estas utilidades son utilizadas en otras actividades personales.

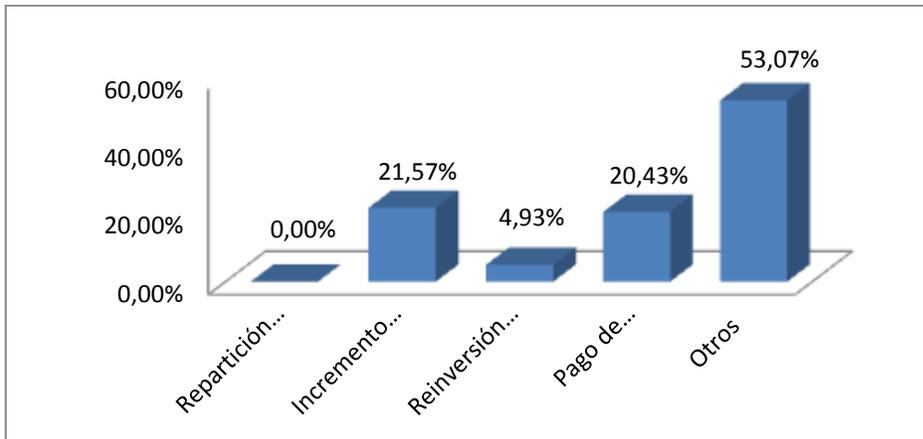


Gráfico Nº 29. DESTINO DE UTILIDADES INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

El destino de las utilidades de la industria textilera de la provincia de Bolívar se indica en el gráfico Nº 29, se observa que, el 53,07% utilizan las ganancias en actividades personales y familiares como: educación, vivienda, alimentación, entre otras; el 21,57% lo utilizan pensando en el incremento de su patrimonio, el 20,43% en el pago de sus obligaciones como son los servicios básicos, mano de obra, entre otras; el 4,93% en la reinversión de activos y con respecto a repartición de dividendos no se capitaliza porque en la provincia son pequeños negocios artesanales unipersonales y familiares, y tres sociedades sin fines de lucro que son direccionados los recursos al mejoramiento de sus establecimientos y a programas de ayuda comunitaria.

Concluyendo que en la provincia no existe un manejo adecuado de las utilidades que les permita canalizar los recursos a actividades netamente empresariales y quedando con pocos recursos para ampliar y mejorar sus organizaciones por el uso de los mismos en actividades fuera del ámbito comercial.

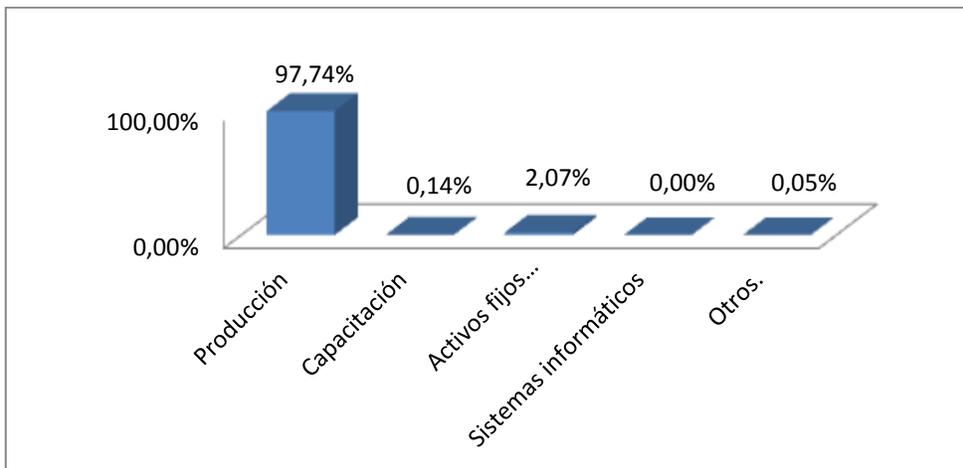


Gráfico Nº 30. DESTINO DE LA INVERSIÓN INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

En el gráfico Nº 30, se muestra sobre el destino de la inversión anual que realiza la industria textilera, el 97,74%, se destina a la producción, el 2,07% a la compra de activos fijos, el 0,14% a la capacitación del personal y el 0,05% a la publicidad. Concluyendo que la industria se preocupa por la adquisición de materia prima e insumos para la confección de productos textiles y no se actualiza en temas de maquinaria industrial que les permita ser más competitivos y en capacitaciones que les permita ser más productivos y mejoren los productos para brindar una variedad de productos.

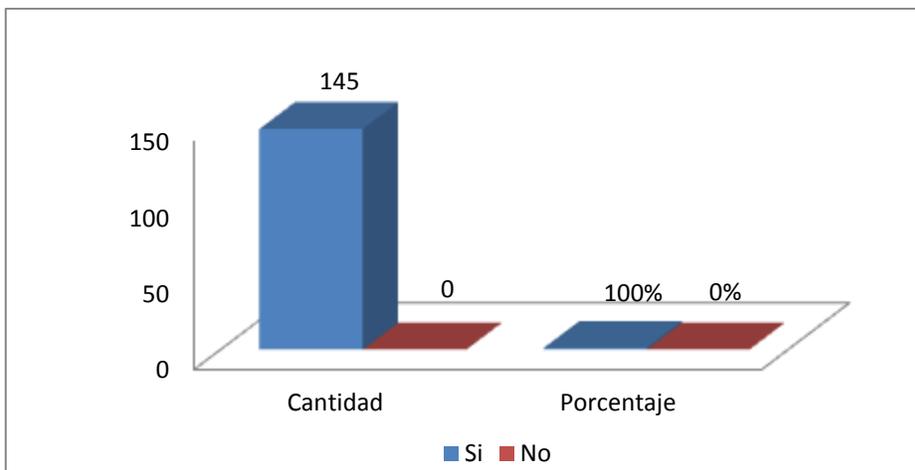


Gráfico Nº 31. FUENTES DE FINANCIAMIENTO INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

El gráfico N° 31 muestra sobre las fuentes de financiamiento que posee la industria textilera, se observa que, el 100% poseen fuentes de financiamiento tanto internas como externas. Concluyendo que la industria utiliza las ganancias direccionadas a la producción y otros aspectos comerciales, sin embargo, algunas empresas mantienen créditos con entidades financieras públicas y privadas que ayudan a la actividad productiva y en algunos casos a actividades fuera del ámbito comercial. Además algunos de los propietarios han querido realizar un crédito en instituciones financieras para incrementar la producción, encontrándose con tasas de interés muy altas, mucho papeleo y demoras en la tramitación.

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

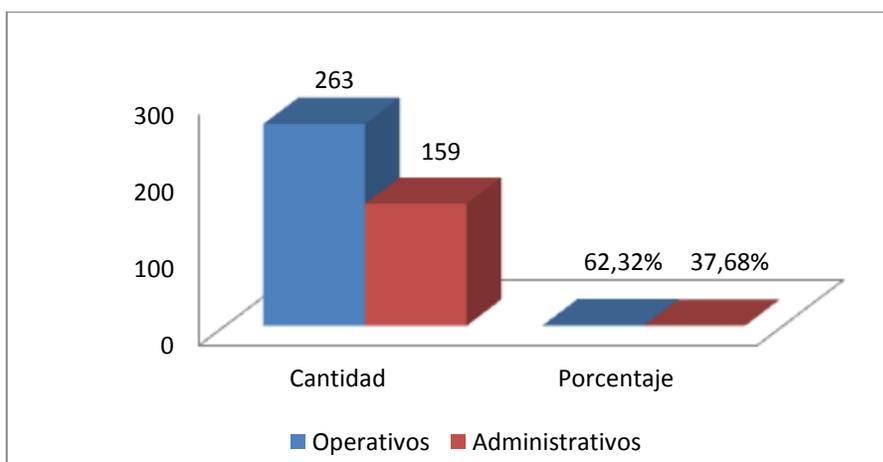


Gráfico N° 32. PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO INDUSTRIA TEXTIL

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Sobre el personal administrativo y operativo de la industria textilera de Bolívar se muestra en el gráfico N° 32, el 62,32% pertenecen al área operativa representados por 263 personas y el 37,68% pertenecen al área administrativa representados por 159 personal.

Concluyendo que el personal operativo evidentemente es superior al personal administrativo porque se refiere a una actividad productiva, además, el personal administrativo realiza tareas operativas porque son negocios unipersonales y familiares artesanales, existiendo solamente tres empresas textiles en la provincia de Bolívar que si cumplen tareas administrativas. Además, el personal que opera en las industrias se caracteriza por tener una educación básica, es decir, solamente han terminado la primaria.

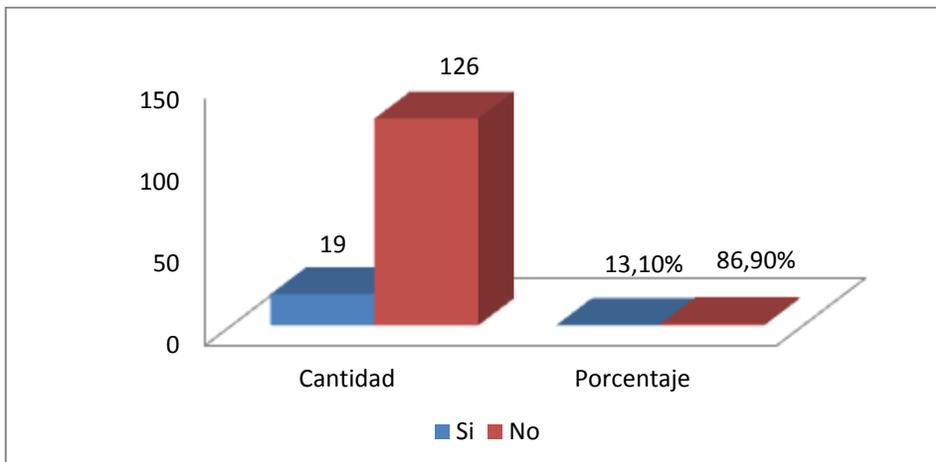


Gráfico Nº 33. CAPACITACIÓN INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Las capacitaciones del personal en la industria textilera de la provincia de Bolívar se indica en el gráfico Nº 33, el 86,90% no realizan capacitaciones anuales y apenas el 13,10% si lo ejecutan. Demostrando que la industria no se preocupa por el bienestar de sus trabajadores y tampoco por el crecimiento empresarial.

Cuán importante es la capacitación del personal de una empresa porque permite optimizar los resultados y su posición competitiva. Cuanto mayor sea el grado de formación y preparación del personal de la compañía, mayor será su nivel de productividad, cualitativa y cuantitativamente.

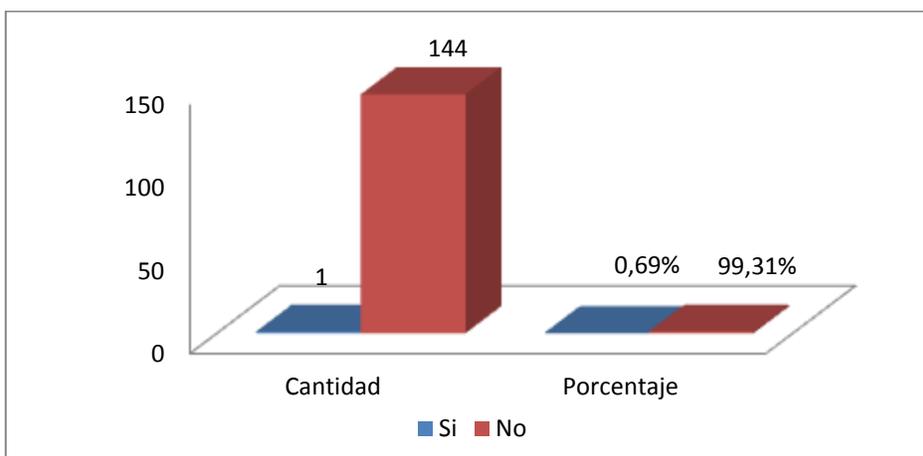


Gráfico Nº 34. SALUD OCUPACIONAL Y RIESGO LABORAL INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Sobre las unidades de salud ocupacional y riesgos laborales que posee la industria textilera en la provincia de Bolívar se indica en el gráfico N° 34, el 99,31% no cuentan con estas unidades representadas por 144 empresas y el 0,69% si poseen estas unidades representada por 1 sociedad no familiar.

Demostrando que las industrias no poseen elementos vitales para la seguridad ocupacional del personal, estas unidades son importantes porque permiten mejorar las condiciones laborales de los trabajadores en su puesto de trabajo, así como reducir al máximo los riesgos laborales con el fin de disminuir los accidentes de trabajo. En otras palabras, la seguridad y la salud laboral abarcan el bienestar social, mental y físico de los trabajadores.

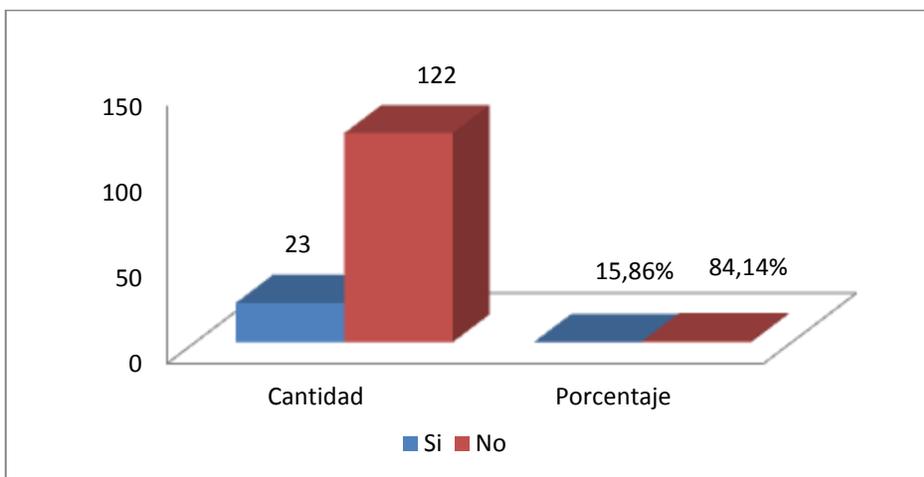


Gráfico N° 35. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

En el gráfico N° 35, se indica sobre el proceso de evaluación de desempeño de la industria textilera, se observa que, el 84,14% no realiza evaluaciones de desempeño y el 15,86% si utiliza esta herramienta. Concluyendo que la industria realiza evaluaciones de desempeño con sistemas informales basadas en el trabajo diario, estas son necesarias pero insuficientes. Contando con un sistema formal y sistemático de retroalimentación, el administrador puede identificar a los empleados que cumplen o exceden lo esperado y a los que no lo hacen.

TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

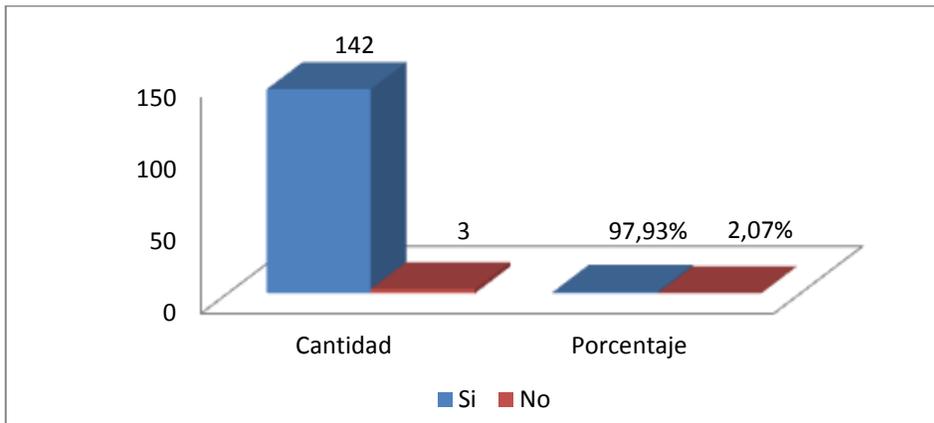


Gráfico Nº 36. USO DE TECNOLOGÍA EN LA PRODUCCIÓN TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

El uso de tecnología en la industria textilera de Bolívar se indica en el gráfico Nº 36, se observa que, el 97,93% si utilizan tecnología y el 2,07% no utilizan tecnología.

Cuán importante es el uso de tecnología en esta industria, 139 empresas utilizan maquinaria industrial para la elaboración de los productos textiles; existiendo 6 empresas que no utilizan maquinaria por ser negocios dedicados a la elaboración de prendas y accesorios de vestir hechas 100% a mano, pero 3 de ellas utilizan tecnología (computadoras) para la parte administrativa y financiera, que sin el uso de estas herramientas los procesos de las organizaciones serían más complejos y el control de la información no sería la adecuada lo que sería un grave problema para el desarrollo de las empresas.

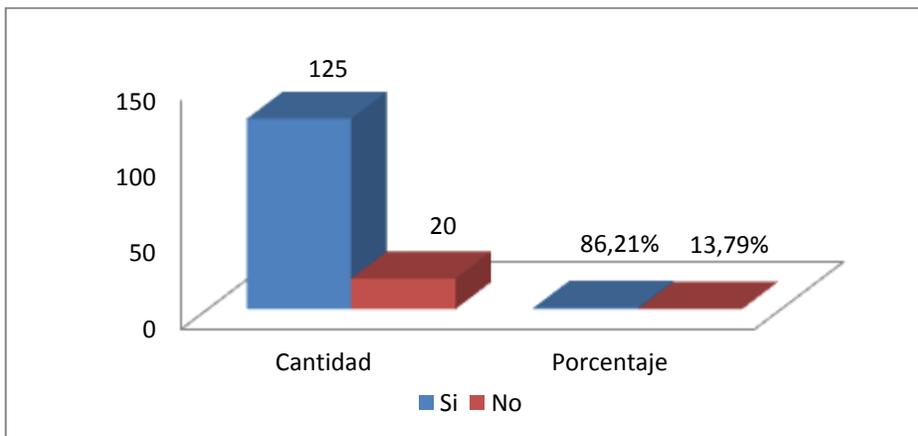


Gráfico Nº 37. NIVEL DE INNOVACIÓN INDUSTRIA TEXTILERA

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Sobre el nivel de innovación de la industria textilera se muestra en el gráfico N° 37, el 86,21% si realizan procesos de innovación representados por 125 empresas y el 13,79% no ejecutan procesos de innovación representados por 20 empresas. Concluyendo que la industria textilera de la provincia se enfoca más en la innovación de los productos que elaboran con participación activa del cliente, pero descuidan la innovación de marketing, organizacional, entre otros, que son de igual de importantes para la generación de valor agregado y crecimiento empresarial.

3.3. Análisis situacional de la industria textil en la provincia de Bolívar.

A continuación, se describe la situación actual de la industria textilera de Bolívar en forma general, conociendo varios aspectos de dichas empresas de la provincia y que más adelante se pondrá más énfasis en el análisis.

La industria textilera de la provincia de Bolívar no cuenta con una estructura administrativa adecuada, que le permita ser más competitiva ante sus competidores que se encuentran en la provincia de Tungurahua. Además, carecen de una cultura organizacional en técnicas de producción, mercadeo, seguridad industrial, control de calidad, etc., esto ha impedido que las empresas aún no alcancen estándares nacionales e internacionales de competitividad que sumado a otros factores como:

- Un nivel tecnológico atrasado por la falta de entrenamiento en la operación de maquinarias.
- Baja calidad de los productos terminados debido a la falta de normas de calidad y controles adecuados.
- Limitado poder de negociación en la compra de materias primas frente a sus proveedores por la falta de asociatividad de empresas textileras.
- Restricciones a fuentes de financiamiento por las elevadas tasas de interés que hacen poco accesible al crédito.
- Mano de obra poco calificada y escasa.

La industria textilera opera de forma tradicional o, dicho de otra manera, funciona verticalmente, puesto que la cadena de producción empieza en la hilatura, continúa por la tejeduría y los acabados, y termina en la confección. Acotar que las empresas no cuentan con un local adecuado, incluso confeccionan dentro de sus hogares y la materia prima se encuentra a la vista del cliente causando una mala imagen.

La situación económica de la provincia es considerada una de las más pobres a nivel nacional, lo que repercute en las compras de productos textiles, según una investigación realizada las familias comprar prendas de vestir trimestralmente que se ve reflejado en la baja producción.

La ayuda del Gobierno Central al sector textil de Bolívar se ha incrementado, gracias a programas sociales como Hilando el Desarrollo que benefician no solo a directivos sino a familias enteras, generando fuentes de trabajo. Sin embargo, la ayuda de autoridades locales de la provincia hacia el sector es casi nula, desde hace dos años se ha visto un decrecimiento de establecimientos activos, es decir, muchos negocios han cerrado por las pocas ventas que se generaban y por la competencia de productos chinos y contrabando ilegal y desleal.

3.3.1. Características del sector textil en la provincia.

La industria textilera de Bolívar posee 233 empresas formales, pero si sumamos a los informales, puede haber más de 300 empresas dedicadas a la rama del textil y la confección, principalmente de esta última.

La actividad de la confección, realizada de manera artesanal, ha sido tradicional en la provincia de Bolívar, pues el afán de aprender una profesión como la Sastrería o la Modistería ha dado lugar a que muchas personas tengan la oportunidad de conseguir ingresos relativamente estables, debido a que no se requiere de fuertes inversiones de capital para su funcionamiento, además el desenvolvimiento del negocio puede llegar a depender casi exclusivamente de la habilidad del artesano para elaborar la prenda de vestir que se requiere.

La coyuntura por la que atraviesan las industrias textiles de hilado, tejido y de la confección es compleja, al ser Bolívar una provincia predominantemente agrícola, no tiene un desarrollo industrial muy avanzado ocupando el cuarto lugar en desarrollo industrial de la región de planificación # 5, como se indica en el capítulo II.

La situación económica de la provincia es considerada una de las más pobres a nivel nacional, lo que repercute en las compras de productos textiles, según una investigación realizada las familias comprar prendas de vestir trimestralmente que se ve reflejado en la baja producción.

3.3.2. Descripción de productos elaborados por la industria textilera

La industria textilera de Bolívar confecciona diferentes productos y se los ha dividido por categorías industriales como son: fabricación de productos textiles, fabricación de prendas de vestir, y fabricación de cueros y productos conexos.

C13. Fabricación de productos textiles.- tejidos y fibras sintéticas, ropa blanca, cortinaje, tapices, alfombras, tules y otros productos como se indica en las tablas N° 4, 5, 6, 7 y 8.

Tabla N° 4. C1312.1: FABRICACIÓN DE TEJIDOS Y FIBRAS SINTÉTICAS

Hilo 100% de oveja
Hilo normal
Hilo trenzado
Hilo de alpaca
Hilo grueso
Bordado de bolsos,
Bordados de animalitos de lana

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Tabla N° 5. C1392.01: FABRICACIÓN DE ROPA BLANCA

Sábanas térmicas
Edredones
Toallas
Cojines

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Tabla N° 6. C1392.02: FABRICACIÓN DE CORTINAJE

Cortinas de baño, dormitorio, sala, cocina
Cenefas
Zebras
Blacas
Tapetes
Persianas

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Tabla N° 7. C1393.01: FABRICACIÓN DE TAPICES, ALFOMBRAS Y ESTERAS

Alfombras de auto
Tapices de auto
Tapices de sillas y muebles
Forros de autos, sillas y muebles

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Tabla N° 8. C1399.01: FABRICACIÓN DE TULES Y OTROS

Capas
Túnicos de niño Dios
Tolas
Vestidos de animales

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

C14. Fabricación de prendas de vestir.- encontramos productos de vestir para damas, caballeros y niños; ropa a la medida y accesorios de vestir como se muestra en las tablas N° 9, 10 y 11.

Tabla N° 9. C141.02: FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR

Camiseta cuello redondo y polo
Piyamas, bividís
Ropa de trabajo, uniformes para enfermeras con bordados
Buzos y ponchos térmicos
Uniformes escolares
Kit deportivos internos y externos
Abrigos, chaquetas, shigras, sacos y suéteres hechos a mano
Vestidos de princesas, fiestas, bautizo, matrimonio y confirmación
Vestidos de bebe a mano
Disfraces para eventos

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Tabla Nº 10. C141.04: CONFECCIÓN DE ROPA A LA MEDIDA

Camisas y pantalones de tela unisex
Ternos de tela unisex
Chalecos y chaquetas de tela unisex
Faldas y blusas de tela

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Tabla Nº 11. C141.09: FABRICACIÓN DE ACCESORIOS DE VESTIR

Gorros de lana hechos a mano
Bufandas de lana hechos a mano
Cuello de lana hechos a mano
Guantes de lana hechos a mano

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

C15. Fabricación de cueros y productos conexos.- encontramos productos de calzados para todas las edades y productos de talabartería como se indica en las tablas Nº 12 y 13.

Tabla Nº 12. C141.09: FABRICACIÓN DE CALZADOS Y OTROS

Zapatos casuales unisex
Zapato casual graso y mapo
Botas de mujer gamuzado y napas
Sandalias
Chompas de cuero

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Tabla Nº 13. C141.10: FABRICACIÓN DE TALABARTERÍA

Monturas de caballo
Zamarros
Pellones
Estribos
Correajes

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Con respecto a la fabricación de prendas de vestir, los 7 cantones de la provincia confeccionan estos productos, al referirnos a la fabricación de productos textiles como son cortinas, tapices, entre otros, se puede evidenciar que los cantones que no confeccionan estos productos son Echeandía, Chimbo, Chillanes y Las Naves.

De igual manera, en la provincia no existe fabricación de cueros solamente se produce artículos como zapatos, monturas de caballos, entre otros, los cantones que confeccionan estos productos son Guaranda, Caluma, San Miguel y Echeandía.

Para la elaboración de prendas y accesorios de vestir hechas 100% a mano, las empresas textiles de Bolívar implementan técnicas con saberes ancestrales¹² como se describe a continuación:

En el gráfico N° 38 se indica la técnica con saberes ancestrales como es el panal de abejas que se utiliza en la elaboración de bolsos, gorras, entre otros.



Gráfico N° 38. TÉCNICA PANAL DE ABEJA.

Fuente: Google

En el gráfico N° 39 se indica la técnica con saberes ancestrales como el tejido a media punta que se utiliza en la elaboración de shigras, carteras, bolsos, entre otros.



Gráfico N° 39. TÉCNICA MEDIA PUNTA

Fuente: Google

¹² Investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Octubre 2015. Anexo N° 3

En el gráfico N° 40 se indica la técnica con saberes ancestrales como es el punto arroz simple y doble que se utiliza en la elaboración de bufandas, ropas de bebés, suéteres, entre otros. La única diferencia entre estas dos técnicas, es que tal como lo dice su nombre, se repite dos veces cada una de las pasadas, logrando un tejido con una textura diferente.



Gráfico N° 40. TÉCNICA PUNTO ARROZ

Fuente: Google

En el gráfico N° 41 se indica la técnica con saberes ancestrales como es el punto inglés es uno de los puntos más empleado y se utiliza dos agujas o agujetas para el tejido de prendas de abrigo debido al grosor de tejido que con él se obtiene.



Gráfico N° 41. TÉCNICA PUNTO INGLÉS

Fuente: Google

En el gráfico N° 42 se indica la técnica con saberes ancestrales como es la espina de mar es una técnica que permite elaborar accesorios para oficinas como cactus y prendas de vestir como sacos, abrigos, entre otros.



Gráfico N° 42. TÉCNICA ESPINA DE MAR

Fuente: Google

Estas son algunas de las técnicas ancestrales que las empresas textiles de Bolívar implementan para la elaboración de sus productos, mencionar que algunas de las artesanas no conocen las técnicas que están utilizando en la confección de sus artículos, solo elaboran por sus conocimientos adquiridos por enseñanza de sus familiares o amigos.

3.3.3. Ubicación geográfica de la industria textilera en el Ecuador (mapeo)

La provincia de Bolívar está ubicada en la región central del Ecuador: Su territorio tiene una superficie de 3.997 Km² y se asienta en las estribaciones occidentales de la cordillera occidental de los Andes, en el denominado valle interandino, como se muestra en el mapa N° 2. Además, tiene una población de 183.641 (datos del 2010), de los cuales el 71,8% constituye la población rural y la restante constituye la población urbana. La población económicamente activa se sitúa en los 70.652 habitantes, de los cuales, el 73% se dedica a actividades agrícola y ganaderas.



Mapa N° 2. UBICACIÓN DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR EN EL MAPA DEL ECUADOR

Fuente: Google

Es importante tener en cuenta que existe un elevado nivel de analfabetismo, situándose en torno al 9,3% en mayores de 15 años. Así mismo se registra un nivel de pobreza por NBI (Necesidades Básicas Insatisfechas) entre el 65 y 85%, frente a una media nacional del 38,7% y una pobreza por consumo entre el 55 y el 75% (28,3%). Esto denota, el importante papel que la industria textilera puede desempeñar en la provincia.

Las industrias textiles en la provincia de Bolívar están distribuidos en siete cantones como se observa en el mapa N° 3: Guaranda, Caluma, Chillanes, Chimbo, Echeandía, Las Naves y San Miguel, su capital es Guaranda conocida como la ciudad de las 7 colinas.



Mapa N° 3. PROVINCIA DE BOLÍVAR POR CANTONES

Fuente: Google

En el gráfico N° 43, se indica el tipo de industria textilera por cantones que posee la provincia de Bolívar.

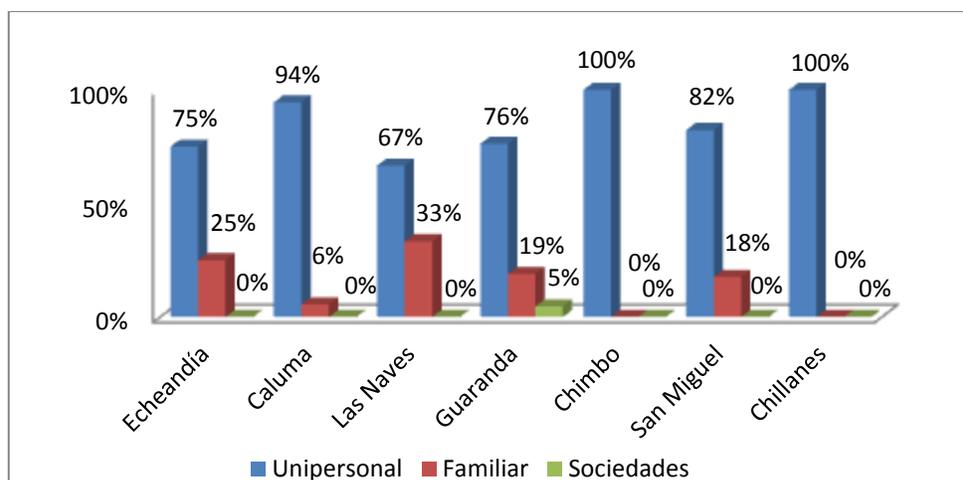


Gráfico N° 43. TIPO DE INDUSTRIA TEXTILERA POR CANTONES

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

Con respecto al tipo de industria unipersonal, el 100% pertenece a los cantones de Chimbo y Chillanes, el 94% al cantón Caluma, el 82% al cantón San Miguel, el 76 y 75% a los cantones Guaranda y Echeandía respectivamente, y el 67% al cantón Las Naves. Concluyendo que los cantones de Chimbo y Chillanes poseen más empresas con un solo dueño y toman sus propias decisiones. Lo que no sucede con los demás cantones que si existen empresas familiares y sociedades no familiares.

Con respecto al tipo de industria familiar, el 33% pertenece al cantón Las naves, el 25% al cantón Echeandía, el 19 y 18% a los cantones Guaranda y San Miguel respectivamente, y el 6% al cantón Caluma. Concluyendo que el cantón Las Naves posee el porcentaje más alto de industrias familiares, es decir los negocios la conforman los integrantes de una familia.

Con respecto al tipo de industria de sociedad no familiar, el 5% pertenece al cantón Guaranda y en el resto de cantones no existen dichas industrias, es decir en Salinas de Guaranda existen tres sociedades no familiares dedicadas a labores socioeconómicas, agrupando a personas de comunidades cercanas y generando fuentes de trabajo y bienestar para las familias.

3.3.4. Análisis estadístico de la producción de la industria textilera en Bolívar.

No existen datos secundarios actualizados sobre la producción de textiles y confecciones en la provincia, información que al existir, beneficiaría tanto a la industria, entidades públicas para poder implantar políticas públicas que incentiven el desarrollo y fortalecimiento del sector en temas puntales, así como a la presente investigación en temas de comparación y análisis. A continuación se presenta un análisis sobre el volumen de producción y volumen de ventas por cantones de la industria textilera en la provincia de Bolívar.

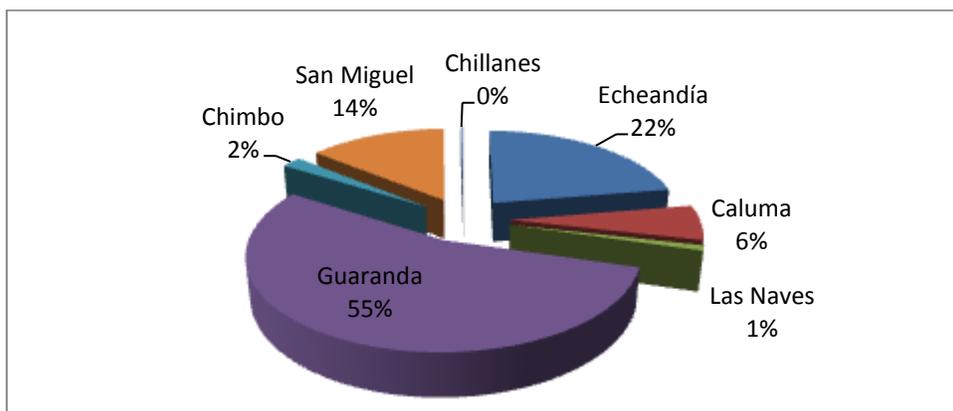


Gráfico Nº 44. VOLUMEN DE PRODUCCIÓN POR CANTONES AÑO 2014

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo Nº 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

En el gráfico Nº 44, se indica el volumen de producción de la industria textilera de la provincia de Bolívar, el 55% se produce en Guaranda, el 22% en Echeandía, el 14% en San Miguel, el 6% en Caluma, el 2% en Chimbo, el 1% en Las Naves y el 0,27% en Chillanes. Concluyendo que Guaranda es el cantón que más productos textiles producen anualmente y a la vez posee el mayor número de establecimientos dedicados a la industria textilera, sin embargo, el volumen de producción es superior porque en dicho cantón existen tres sociedades no familiares como la Asociación Texsal, Asociación Simiatug Samai y la Hilandería Intercomunal Salinas, que producen productos para la venta a nivel nacional e internacional.

Adicionalmente, el cantón Echeandía es el segundo en la provincia que produce más productos textiles, debido a que existen iniciativas por parte de sus propietarios buscando nuevos mercados a nivel nacional, presentan fotos de sus productos y venden a intermediarios en las grandes ciudades. El cantón San Miguel es el tercero en mayor volumen de producción, existe un establecimiento que lleva su nombre y produce prendas para instituciones públicas y privadas, y se encuentra dentro del Programa Hilando el Desarrollo.

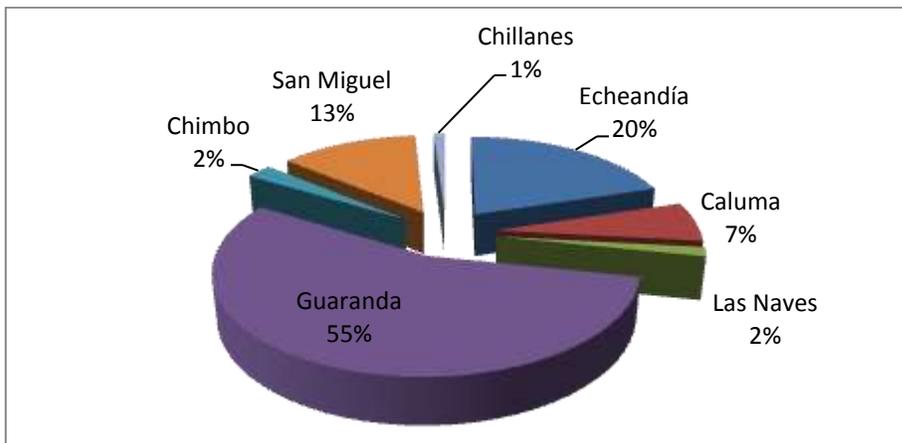


Gráfico N° 45. VOLUMEN DE VENTAS POR CANTONES AÑO 2014

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

En el gráfico N° 45, se muestra sobre el volumen de ventas de la industria textilera por cantones de la industria textilera de Bolívar, el 55% del volumen de ventas lo realiza Guaranda, el 20% lo realiza Echeandía, el 13% lo realiza San Miguel, el 7% lo realiza Caluma, el 2% lo realizan Chimbo y Las Naves, y el 1% lo realiza Chillanes.

Concluyendo de esta manera, que las industrias textiles de Bolívar mantienen casi el mismo porcentaje por cantones en relación al volumen de ventas y al volumen de producción, existiendo una fluctuación del 1% sobre este tema.

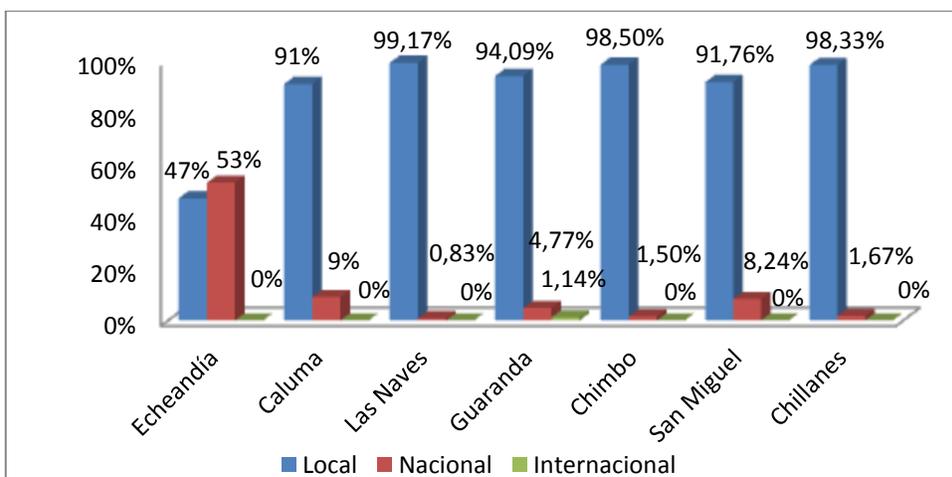


Gráfico N° 46. VENTAS POR CANTONES Y MERCADOS AÑO 2014

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Noviembre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

El gráfico N° 46 indica sobre el volumen de ventas por cantones y por mercados de la industria textilera de Bolívar, con respecto a las ventas a nivel local, el 47% corresponde al cantón Echeandía siendo el más bajo con respecto a los otros cantones de la provincia, dicho cantón realiza ventas en las grandes ciudades como Guayaquil, Quito y Babahoyo por autogestión de los administradores que buscan mercados nuevos presentando diseños nuevos a sus clientes. Con respecto a las ventas a nivel nacional, el 0,83% corresponde al cantón Las Naves siendo el más bajo con respecto a los otros cantones, dicho cantón vende productos textiles dentro de su localidad por su bajo volumen de producción y por falta de apoyo de autoridades. Con respecto a las ventas a nivel internacional, el 0% corresponde a 6 cantones de la provincia que no tiene ventas en el extranjero y solo el cantón Guaranda realiza ventas a nivel internacional con el 1,14% y representadas por la asociación Texusal y la asociación Simiatug Samai.

El volumen de ventas de la industria textilera (2014) es de 1.829.065 dólares y el volumen de producción es de 1.108.704 dólares, obteniendo ganancias en este período de 720.361 dólares. En la provincia de Bolívar se registra 1 rubro de actividad industrial como es la fabricación de hilados o hilos de algodón, lana o pelos finos de animales o lino con fibras artificiales sintéticas o recuperadas sin importar la fibra, que produjo un valor de 260.000 dólares que representa el 23,45% del aporte a la producción industrial de la provincia.

La producción en la industria textilera artesanal de Bolívar es de alta calidad, el porcentaje de talleres oscila entre el 1.36% al 0.14%, ubicado en el cantón Guaranda, parroquia Salinas, más conocida como la Asociación de Desarrollo Social de Artesanos Texusal dedicada a la producción de suéteres, shigras, ponchos, bayetas hechos 100% a mano.

Concluyendo que las industrias textiles de Bolívar tienen gran potencial de crecimiento productivo pero necesitan ayuda de instituciones gubernamentales y provinciales que dinamicen la economía de este sector.

3.4. Administración del sector textil

La industria textilera de la provincia de Bolívar está administrada por un grupo de personas denominados así: propietarios, propietarias, representante legal y administradoras. De ahí que los principales problemas que enfrentan estas empresas tienen relación con el área administrativa y financiera debido al bajo nivel de preparación de las personas que se hallan al frente, ya que utilizan los pocos recursos económicos para cubrir gastos familiares y solo tres organizaciones poseen administradores calificados para el correcto desenvolvimiento de sus funciones que les han sido asignadas.

Es innegable que toda organización debe de elaborar un plan estratégico que sirva de guía en el incierto panorama económico nacional y mundial para sobrevivir y consolidar su empresa. En la provincia de Bolívar, la industria textilera no implementa esta herramienta de administración que ayude a impulsar su desarrollo, el 97,93% no utiliza la planeación estratégica, sino una planificación cualitativa o informal representada por 142 empresas y 3 sociedades no familiares que si utilizan este instrumento administrativo representando el 2,07%. Las 3 sociedades que utilizan el plan estratégico se encuentran en Salinas de Guaranda como son la Asociación Texsal, Asociación Simiatug Samai y la Hilandería Intercomunal Salinas, además, solo la hilandería utiliza el plan operativo anual que permiten cumplir con las estrategias tomando acciones importantes que lleven al logro de los objetivos planteados por las empresas.

Dentro de la administración encontramos la filosofía empresarial como la misión, visión, valores y cultura organizacional, no es más que la determinación de lo que es y lo que quiere llegar a ser con principios éticos una empresa. La industria textilera de la provincia cuenta con una planificación empírica, saben a lo que se dedican pero no conocen el camino que los lleven a un verdadero desarrollo y crecimiento empresarial. Los cantones como Echeandía, Caluma, Las Naves, San Miguel, Chimbo y Chillanes no cuentan con una filosofía empresarial que representa el 97,93% y el 2,07% si cuenta con estos elementos representadas por 3 sociedades no familiares anteriormente mencionadas, ubicadas en Salinas de Guaranda.

3.4.1. Estructura administrativa de la industria textilera

La estructura administrativa está constituida por las dependencias que garantizan la productividad, eficiencia y calidad en el cumplimiento de la misión, los procesos y por los rangos jerárquicos que corresponden a niveles de autoridad y responsabilidad en la toma de decisiones, de acuerdo con los roles definidos.

La industria textilera en la provincia de Bolívar presenta dos estructuras organizacionales como son la formal (documentadas) e informal (sin documentar), es decir, son 3 sociedades que poseen una estructura administrativa formal en la provincia y representan el 2,07% y 142 empresas entre unipersonales y familiares que no cuentan con instrumentos organizacionales que les permita lograr un adecuado grado de eficacia y eficiencia porque la estructura formal es un elemento fundamental para proporcionar un ambiente interno adecuado, para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación y representan el 93,97%.

A continuación, se realizará un análisis estadístico por cantones y de forma general de la industria textilera de Bolívar de los siguientes instrumentos organizacionales: organigrama estructural, reglamento interno, manual de funciones y manual de procesos.

Los cantones Echeandía, Caluma, Las Naves, Chimbo, San Miguel y Chillanes no cuentan con instrumentos organizacionales, el 97,93% no posee organigrama estructural, reglamentos internos y manuales de funciones representadas por 142 empresas y el 97,24% no posee manuales de procesos representadas por 141 empresas. El único cantón que si posee estos instrumentos organizacionales es Guaranda, el 2,76% poseen manuales de procesos representados por 4 empresas, el 2,07% poseen organigramas estructurales y manuales de funciones representados por 3 empresas, el 1,38% poseen reglamentos internos representadas por 2 empresas y el 0,69% se encuentra en proceso de construcción de sus reglamentos internos representada por 1 empresas.

Concluyendo que las industrias textiles de Bolívar están constituidas por una estructura cerrada y de carácter unipersonal, es decir, el tipo de liderazgo autocrático-vertical es el que lidera en la actualidad y pertenece a la industria tradicional, la toma de decisiones la manejan los propietarios y los subordinados solo cumplen las órdenes.

3.4.2. Estrategias de recursos humanos

Al hablar de estrategias de recursos humanos no referimos a buscar el personal idóneo para que la empresa obtenga una ventaja competitiva (reducción de costos) ante su competencia. La fabricación de prendas de vestir es la categoría de mayor dinamismo en la provincia, alberga un gran número de personal ocupado del cual la mayoría son mujeres.

En la provincia de Bolívar existe más mano de obra no calificada que mano de obra calificada debido a la poca capacitación que existe por parte de las empresas y por los organismos competentes como la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de la provincia de Bolívar.

Los directivos de las empresas textiles cuentan con empleados fijos en sus establecimientos pagándoles lo que estipula la ley en algunos casos y en otros según las ventas del mes por el poco poder adquisitivo. En épocas de mayor volumen de producción como carnaval, fiestas cívicas de los cantones, entre otras, contratan a personas amas de casas que saben del oficio, a su vez estas personas son contactadas por los propios directivos o por medio de sus empleados que por sus necesidades económicas se acercan a trabajar temporalmente.

3.4.3. Estrategias de producción

Al hablar de estrategia de producción u operaciones se refiere al modelo de decisiones o cursos de acción que las organizaciones textiles bolivarenses necesitan para producir bienes y servicios, enfocándose en los siguientes objetivos: calidad, velocidad, confianza, flexibilidad y costos.

El enfoque de calidad que persigue el sector textil es casi nulo, porque no posee mano de obra calificada, no posee tecnología adecuada y tampoco posee normas de calidad que cumplan con los requisitos del cliente. Las empresas buscan proveerse de materia prima de calidad y entregar un excelente producto con perfectos acabados, un ejemplo claro es la Asociación de Desarrollo Social de Artesanos Textsal que para la elaboración de sus prendas de vestir (suéter, abrigos, etc.) se proveen de materia prima de la Hilandería Funorsal de la misma parroquia, estas empresas pertenecen al Grupo Corporativo Salinas de Guaranda.

El enfoque de velocidad de las empresas textiles es muy bueno, porque tienen la convicción de cumplir a tiempo con los pedidos y se relaciona con el enfoque de confianza que significa hacer las cosas a tiempo y mantener el calendario de entrega prometida al cliente. Un ejemplo de ello, son las empresas que se encuentran en el programa “Hilando el Desarrollo” que implementó el gobierno y empresas que venden sus productos a intermediarios de las ciudades de Guayaquil y Quito.

El enfoque de flexibilidad de las empresas textiles bolivarenses no es de la mejor en el aspecto de cambios de volumen de producción, ya que no tienen como incrementar los pedidos por la falta de maquinaria industrial moderna que les ayuden a cumplir con los tiempos de entrega en algunos de los casos. Además, las empresas confeccionan sus productos según los pedidos de los clientes y adquieren los insumos periódicamente, es decir, cada mes o cada tres meses.

Con respecto al enfoque de costos, la industria textil bolivarense se encuentra en una situación desfavorable respecto a las demás provincias porque no mantiene alianzas estratégicas con los grandes proveedores de materias primas y no cuenta con personal cualificado que permita una mayor productividad y reducción de costos.

A continuación se describe las estrategia de producción de la empresa textilera Boligol del cantón Guaranda que confeccionan cientos de prendas de vestir que, en su gran mayoría, son uniformes escolares, ropa deportiva y ropa de cama.

- El secreto para tener éxito en el negocio, indica el guarandeano Augusto Brito, está en conseguir proveedores que cumplan con los plazos de entrega y que los insumos sean nacionales de calidad.
- Los avances tecnológicos no dejan a un lado a este sector productivo y es ahí donde los créditos han sido fundamentales para que Boligol pueda construir su taller de confección y adquirir maquinarias de última generación.
- Máquinas de coser, bordadoras, plotter para diseño de modas y extendedoras de tela, son algunas de las innovaciones en esta área. “Este tipo de manufactura implica un personal calificado para operar. Ya no solamente se necesita saber coser”, asintió Brito.
- La empresa confecciona sus prendas deportivas con telas que absorben y expulsan la transpiración. Además cuentan con filtro UV para evadir la radicación solar y sistema antibacterial que inhibe el olor de la sudoración.

El sector textil en la provincia de Bolívar tiene grandes potenciales debido a las propuestas de asociatividad que mantienen pequeños negocios de diferentes cantones como Echeandía y Guaranda que se encuentran en proceso de creación que les permitirá formar alianzas estratégicas para:

- La producción conjunta que abastezca la demanda del mercado local, nacional e incluso internacional.
- La importación o adquisición dentro del país de materias primas a menor costo para minimizar los costos de producción.
- La capacitación constante de empleados y trabajadores para que produzcan de acuerdo a las exigencias del mercado.

Estas alianzas sin duda permitirán un mejor posicionamiento del producto a un precio justo y en la cantidad exacta para lograr una mayor participación en los mercados con mayores niveles de competitividad y por lo tanto de rentabilidad.

3.4.4. Estrategias de comercialización

La industria textil de la provincia de Bolívar utiliza estrategias de mercadotecnia como medios, a través de los cuales se cumplen los objetivos de comercialización, el conjunto de acciones básicas a través de las cuales se espera conseguir una ventaja sobre los competidores, atraer a los compradores y una explotación óptima de los recursos.

En el caso del producto, el sector textil cuenta con una gama de productos y también realiza nuevas creaciones en conjunto con los clientes, basándose en revistas, catálogos, internet y algunos medios que les permitan ofrecer algo diferente. Acotar que la mayoría de las empresas no cuentan con marcas propias siendo superior a las que si lo tienen, además, las empresas que cuentan con marcas propias no han registrado en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual por desconocimiento del proceso, por descuido y por estar en trámite.

Para la variable promoción, el sector textil bolivarense considera algunos aspectos como la publicidad en medios de comunicación, vallas publicitarias, tarjetas de bolsillo, calendarios y en páginas web pero todo en un porcentaje muy reducido.

En el precio, la mayoría de empresas toma muy en cuenta a la competencia por tal motivo los precios son ajustados tanto por el costo y lo que pueden ganar, también existen empresas como los sastres que tienen establecidos los precios por la elaboración de los ternos porque cuentan con clientes fieles a sus obras. Además existe un grupo de negocios que entregan a intermediarios dándoles un descuento según el pedido.

Para la distribución, el canal que más utiliza el sector textil bolivarense es el canal directo (productor-consumidor), las empresas que se dedican a esta actividad la realizan en la mayoría de sus hogares y no poseen una infraestructura adecuada para sus ventas. Además en menor proporción la industria también utiliza el canal indirecto y mixto, las empresas que trabajan con intermediarios llevan los productos a las ciudades de residencia como Quito, Guayaquil, Babahoyo y Quevedo.

3.4.5. Estrategias de gestión financiera

Como se pudo observar en el levantamiento de información primaria todas las industrias textiles bolivarenses obtuvieron utilidades en el año 2014, debido a programas gubernamentales, autogestiones y por mantener una fidelidad del cliente.

La mayoría de las empresas han hecho uso de sus utilidades para la elaboración de sus productos, sin embargo al momento de necesitar dinero para incrementar la producción de los productos, estas empresas acuden a entidades públicas como el Banco de Fomento y la CNF, entidades privadas como Banco Pichicha y Guayaquil y a cooperativas de la localidad como la San Pedro Ltda., Guaranda Ltda., entre otras.

Una fuente de financiamiento que se ha mantenido con el tiempo y que algunas de las empresas textiles en la provincia de Bolívar utilizan es que los proveedores dan facilidades de pago, es decir, se adquiere la materia prima y se cancela por ella en plazo de uno, dos o tres meses sin tener que pagar intereses.

3.5. Organización del sector textil

Como en todo sector productivo ecuatoriano, las industrias textiles de la provincia de Bolívar necesitan entidades que permitan lograr una verdadera organización que beneficie a la producción local y que generen soluciones ante problemas adversos.

3.5.1. Organizaciones gremiales del sector textil

La industria textil de la provincia de Bolívar cuenta con artesanos calificados y no calificados, los artesanos calificados han obtenido su título por intermedio de la Junta Nacional del Artesano de Bolívar.

A continuación se mencionan las entidades¹³ a las que pertenecen los directivos de las industrias textiles.

- Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar.
- Gremio de Sastres de Guaranda
- Asociación de Modistas de Guaranda
- Asociación 26 de julio de Echeandía
- Asociación de Artesanos de Caluma
- Asociación de Artesanos 29 de agosto de Las Naves
- Gremio de la confección cosmopolita de la provincia de los Ríos.
- Gremio de Zapateros de Guaranda
- Asociación de Desarrollo Social Simiatug Samai
- Asociación de artesanas de Salinas Texsal de la Corporación Gruppo Salinas

3.6. Selección de la industria textilera con aplicación de saberes ancestrales

Para seleccionar el mejor caso productivo textil con saberes ancestrales en Bolívar, se utilizó una matriz de caracterización que contiene las siguientes variables, además la empresa de mayor cantidad tendrá una ponderación general y se realiza una ponderación proporcional mediante una regla de 3 para ponderar los restantes como se indica en el anexo N° 4.

- Total de ventas
- Ventas mercado internacional
- Personal
- Proveedores de materia prima local
- Proveedores de materia prima nacional
- Certificación de calidad
- Planificación estratégica

¹³ Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Octubre 2015. Anexo 3

Se tomó como base a las siguientes 6 empresas dedicadas a la industria textilera con saberes ancestrales que confeccionan sus productos 100% hechos a mano, ubicando los cantones y su ubicación en la base de datos como se indica en la tabla N° 14.

Tabla N° 14. EMPRESAS PARA SELECCIÓN DEL MEJOR CASO INDUSTRIAL

Nombre de la empresa	Cantón	Base de datos
Lanas y algo más	Guaranda	Fila 73
Ropa y artesanías Pachita	Guaranda	Fila 84
Artesanías Cacique	Guaranda	Fila 101
Asociación Simiatug Samai	Guaranda	Fila 109
Asociación Texsal	Guaranda	Fila 111
Tejidos Carmy	San Miguel	Fila 138

Fuente: investigación de campo industrias textiles de Bolívar. Octubre 2015. Anexo N° 3

Elaborado por: Juan Vizcarra

La Matriz de decisión para seleccionar estudio de caso de las industrias textiles de Bolívar muestra los resultados obtenidos, el 80% del valor total pertenece a la Asociación Texsal, el 37,09% pertenece a la Asociación Simiatug Samai, el 16,43% pertenece a Ropa y artesanías Pachita, el 13,41% pertenece a Tejidos Carmy, el 12,5% pertenece a Lanas y algo más y el 11,54% pertenece a Artesanías Cacique.

La Asociación Texsal ha sido seleccionada para realizar el análisis como el mejor caso productivo textil con saberes ancestrales en la provincia, la sumatoria de todas las variables fue del 80% obteniendo el mayor porcentaje que las demás empresas. En el capítulo IV se analizará el mejor caso productivo como es la Texsal de Salinas de Guaranda.

CAPÍTULO IV. Análisis de caso: “Asociación Texsal de Salinas de Guaranda”

4.1. Introducción

Una vez realizado el estudio de mercado donde se identificó las principales industrias textiles de la provincia de Bolívar se procederá a realizar el análisis del mejor caso productivo con saberes ancestrales como es la Asociación de Desarrollo Social de Artesanas de Salinas Texsal de Guaranda.

El análisis de caso para la Asociación Texsal está clasificado como una investigación social, que aplica el método cualitativo y ayudará a recopilar información nueva que permitirá conocer su entorno interno y externo en el que se desenvuelve, identificar su estructura legal y contexto organizacional, describir su proceso de producción de sus productos, conocer a los competidores, proveedores y clientes, entre otros.

Concluyendo, que el análisis de caso no es más que una estrategia de investigación de manera natural, sirve para conocer casos únicos y nos acerca a la realidad de una organización. A continuación se realizará la presentación del mejor caso productivo industrial textil con saberes ancestrales de la provincia de Bolívar, para la recopilación de información se realizó una entrevista a su administradora mediante un cuestionario y que facilitó recopilar información secundaria para redactar el informe como se indica en el anexo N° 5.

4.2. Antecedentes de la Asociación Texsal

En 1974 con la ayuda de voluntarios italianos entre ellos Padre Antonio Polo, José Tonello, Carla Sbeghen y Gisla Kirt, agrupan a 15 jóvenes mujeres salineras con el fin de crear fuentes de empleo aprovechando las habilidades innatas de las mismas y la lana de borregos que los campesinos de la región explotaba y no tenía un destino comercial; inician hilando a mano con la ayuda de una maquina de madera, posteriormente el hilo obtenido es convertido en gorras, bufandas y suéteres de rustica presentación. Las ventas lo realizaban a ex voluntarios italianos y amigos del Padre, los cuales adquirían por compromiso social. Poco a poco el producto terminado se va introduciendo en almacenes de Quito.

Posteriormente se demanda el mejoramiento de la calidad del producto, para lo cual se requiere una materia prima (hilo con lana de oveja) de mayor uniformidad, perfección en acabados y combinados, con el apoyo permanente de voluntarios extranjeros el grupo de mujeres se va extendiendo y capacitándose poco a poco en la rama artesanal.

Consecutivamente para dar mayor fortaleza a una actividad productiva naciente y sobre todo porque se pensaba que las mujeres necesitaban contar con recursos propios. Es así que, en 1975 legalizan con el nombre de "Texsal" (Textiles de Salinas), pero como una actividad productiva de la Cooperativa de Ahorro y crédito. Bajo el amparo de la mencionada Cooperativa el Grupo de Mujeres Artesanas estaban siempre caminando solas, con pasos muy lentos, debido a la poca preparación académica de las mujeres y por ende una escasa gestión interna y externa.

En 1980 el grupo se incrementa a 50 mujeres, de este número ninguna había terminado el bachillerato, y tan solo 20 sabían apenas leer y escribir. A pesar de ello, gracias al apoyo de voluntarias ecuatorianas de Mira (provincia de Carchi) y extranjeras como la italiana Marcela Matiuzzo, el grupo de mujeres mejora la calidad y presentación de los tejidos mediante capacitaciones en acabados, tallas, combinados, diseños y uso adecuado de los materiales para la elaboración de sus productos. En este año se incrementa la demanda de prendas en número por la llegada de turistas a Salinas, pero la oferta de materia prima por parte de los proveedores locales era insuficiente por lo que se decide comprar hilo procesado a máquina de las fábricas textiles de la ciudad de Ambato.

Posteriormente, en 1985 el grupo de mujeres logro obtener una capacitación con una experta norteamericana por lo que se pudo introducir nuevos métodos de trabajo, estándares de medidas y de calidad en la producción de tejidos, lo que facilitó ofrecer el producto a Italia por medio de contactos del Padre Polo de origen italiano y a Estados Unidos, por un turista norteamericano que mantuvo sus pedidos por seis meses.

En 1987 se inaugura la Hilandería Intercomunal Salinas, entre sus principales metas estaba proveer de hilo de lana de borrego de calidad al grupo de mujeres "Texsal", desde entonces el reto de las artesanas, es tejer prendas de calidad, con diseños autóctonos y representativos y por su puesto ampliar el grupo con la integración de mujeres madres de familia, madres solteras, indígenas y mestizas que no han tenido la oportunidad de estudiar para conseguir un trabajo fijo.

En el año 2003, con 89 mujeres tejedoras, la “Texsal” se organiza para independizarse de la Cooperativa de Ahorro y Crédito, es así que en este año se constituye como Asociación de Desarrollo Social de Artesanos “Texsal Salinas”, reconocida jurídicamente por parte del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES).

En el año 2007, Texsal pasa a ser miembro activo de la Corporación Gruppo Salinas constituida jurídicamente el 26 de noviembre de 2006 como una entidad sin fines de lucro cuyo objetivo es apoyar, coordinar y potenciar las actividades de las organizaciones locales de la parroquia Salinas en forma unitaria a nivel de marca.

En el año 2009, la Texsal con el fin de mejorar las ventas, la calidad del producto así como mejorar la calidad de vida de las artesanas se postuló a un concurso de negocios denominado “ampliación de las ventas de sus productos a la ciudad de Quito, donde ganó un premio semilla de \$ 10 mil dólares, que sirvió para invertir una parte en implementación de instalaciones, compra de materia prima y la ejecución de un plan de marketing.

En el año 2013, la Texsal recibió la visita de la Secretaria Nacional del buen Vivir a cargo del secretario Freddy Ehlers para dar a conocer las actividades que realiza la asociación y como está aporta a la construcción del buen vivir en el país.

Posteriormente, en el año 2014 la asociación culmina uno de sus proyectos con la fundación NESst (Non Profit Enterprise and Self-sustainability Team) que apoya con capital financiero, capacitación y acompañamiento, combinando herramientas y estrategias de liderazgo empresarial, el emprendimiento y la inversión con la misión y los valores del sector social.

Actualmente, Texsal de Salinas de Guaranda sigue siendo una organización comunitaria que agrupa a 292 socias, de las cuales únicamente 80 son socias activas pertenecientes al casco parroquial y sus recintos: Natahua, Yurahusha, Verde Pamba, Pachancho, Rincón de los Andes, San Vicente, y El Estadio, las mismas que confeccionan a mano prendas de vestir con hilo de lana de borrego, llama y alpaca como: suertes, ponchos, bufandas, gorras, medias, guantes, chales y chalinis. Dichas mujeres son socias de la Asociación, las mismas que participan de reuniones, eventos de capacitación, y están en la capacidad de elegir y ser elegidas directivas de esta organización de segundo grado.

4.3. Ubicación geográfica de la Asociación textil Textsal

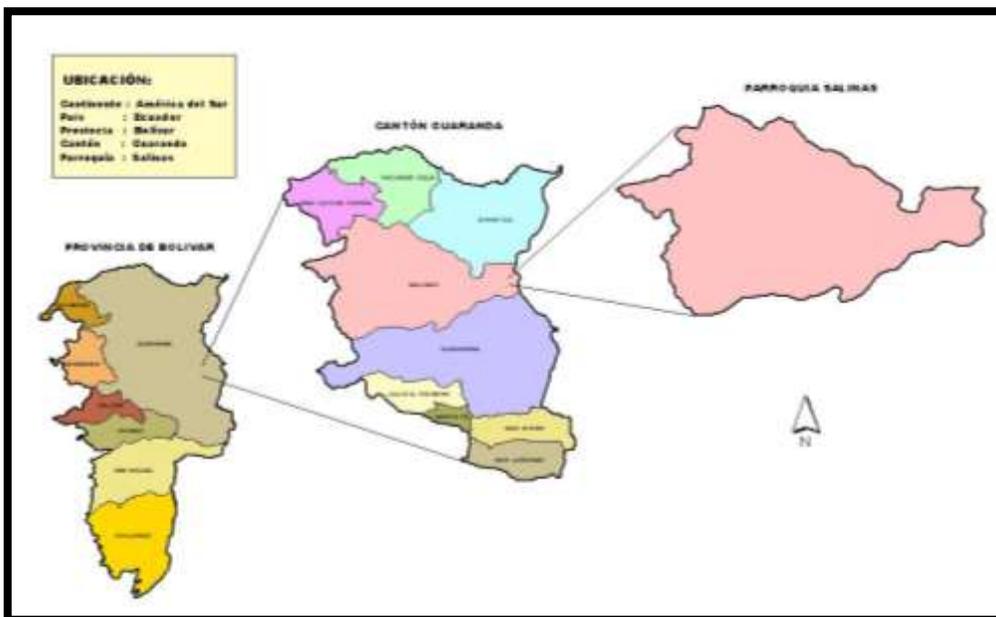
La Asociación de Desarrollo Social de Artesanos “Textsal Salinas” está ubicada en la parroquia Salinas del cantón Guaranda perteneciente a la provincia Bolívar, se encuentra en un hermoso valle andino a 3.550 metros sobre el nivel del mar, entre prados y montañas como se muestra en el gráfico N° 47.



Gráfico N° 47. PARROQUIA SALINAS DE GUARANDA DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR

Fuente: Google

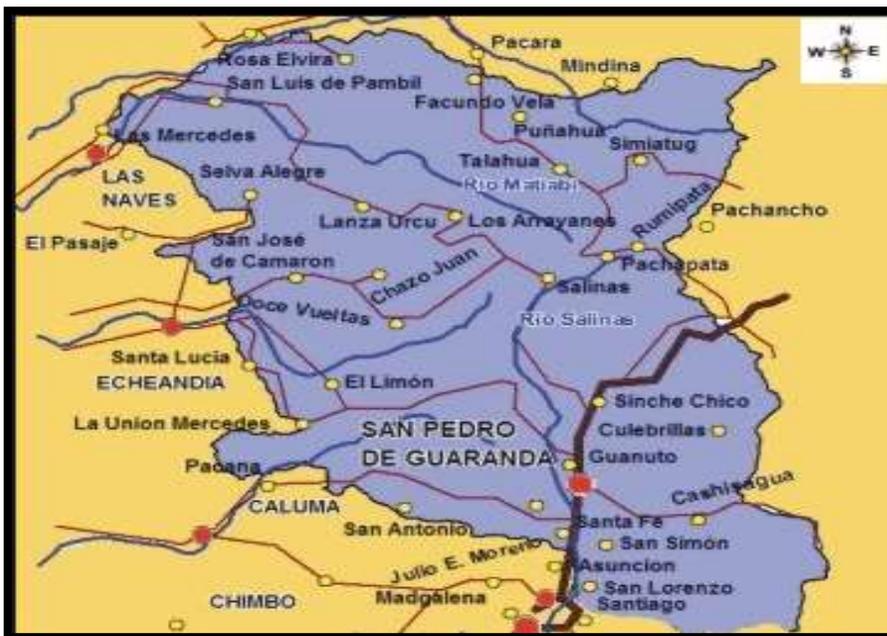
En el mapa N° 4 se indica la ubicación de Salinas de Guaranda en la provincia de Bolívar.



Mapa N° 4. LOCALIZACIÓN DE SALINAS DE GUARANDA

Fuente: Google

La temperatura varía entre 8°C y 15°C, con un promedio de 12°C. Limita al norte con la Parroquia de Simiatug y Facundo Vela, al sur con la Ciudad de Guaranda, al este con la Provincia de Tungurahua, al oeste con la Parroquia San Luis de Pambil y los cantones las Naves y Echeandía como se indica en el mapa N° 5.



Mapa N° 5. LÍMITES DE SALINAS DE GUARANDA

Fuente: Google

El emprendimiento de Salinas es digno de imitar este lugar sigue moviéndose en favor de la economía solidaria y de todas las iniciativas tanto comunitarias como personales que sirven sin duda alguna para mejorar las condiciones de vida de la población.

4.4. Estructura legal

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, expedida en el año 2011, en cuanto a la estructura interna de las organizaciones del sector asociativo establece lo siguiente:

Artículo 19.- La forma de gobierno y administración de las asociaciones constará en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno (Asamblea General), como máxima autoridad; un órgano directivo (Consejo Directivo), un órgano de control interno (Consejo de Vigilancia) y un administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta y sujetos a la rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato. (p. 11)

Antes del 2013, Texsal estaba bajo el control del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) pero por medio de una asociación de sus estatutos y mediante resolución N° SEPS-ROEPS-2013-004121, con fecha 09 de agosto de 2013, se aprueba el nuevo estatuto de la Asociación debidamente adecuado a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, en el cumplimiento a la Primera Disposición Transitoria de la mencionada Ley.

Posteriormente, en una reunión el día 15 de agosto de 2013, eligió a su estructura interna siguiendo la normativa anteriormente citada. Las personas elegidas durarán en su cargo por un periodo de 2 años contados desde la fecha de su elección por el órgano de gobierno, mencionar que en este año (2015) se tendrá que proceder a nuevas elecciones. En la tabla N° 15 se presenta la estructura interna de Texsal.

Tabla N° 15. ESTRUCTURA INTERNA DE LA ASOCIACIÓN TEXSAL

Estructura Interna	Integrantes	Socias
Asamblea General	Socias de Texsal	
Consejo Directivo	Primera vocal principal	Gilma Collay Gómez
	Segunda vocal principal	María Cesén Punina
	Tercera vocal principal	Carmen Guamán Tualombo
	Cuarta vocal principal	María Allas Talahua
	Quinta vocal principal	Hermelinda Tualombo
Consejo de Vigilancia	Primera vocal principal	Clemencia Aldaz Aldaz
	Segunda vocal principal	María Cadena Aranda
	Tercera vocal principal	Rosa Paguña Collay
	Primera vocal suplente	Argelia Tirado Valladares
	Segunda vocal suplente	Marcia Arias
	Tercera vocal suplente	Griselda Masabanda Chuco
Administrador	Administradora de Texsal	Livia Margarita Salazar

Fuente: Texsal

Es importante señalar que las organizaciones de Salinas son el resultado del exitoso proceso comunitario iniciado hace cuatro décadas y están distribuidas en tres niveles dentro de la estructura corporativa de Salinas constituida a través del tiempo. En la tabla N° 16 se detallan los tres niveles corporativos:

Tabla Nº 16. ESTRUCTURA CORPORATIVA DE SALINAS

Nivel	Nombre
Organización de tercer grado	Gruppo Salinas
Organizaciones de segundo grado	Asociaciones, fundaciones y cooperativas
Unidades base	Unidades productivas y de servicio

Fuente: Texsal

La estructura del Gruppo Salinas está compuesta por la Fundación de Organizaciones Campesinas de Salinas, Fundación Familia Salesiana Salinas, Fundación Grupo Juvenil Salinas, Cooperativa de Ahorro y Crédito Salinas Ltda., Cooperativa de Producción Agropecuaria “El Salinerito Ltda.” y la Asociación de Desarrollo Social de Artesanas de Salinas. Texsal tiene autonomía en su gestión pero son direccionadas por la Corporación Gruppo Salinas en cuanto a políticas, normas, representación y gestión de la marca.

4.5. Filosofía empresarial¹⁴: misión, visión, principios y propósitos.

Misión

Somos una asociación de mujeres artesanas dedicadas a la elaboración de prendas de calidad con el uso de fibras naturales, promoviendo el desarrollo socioeconómico, la calidad de vida, la práctica comunitaria, las capacidades humanas y artesanales de las mujeres artesanas de Salinas a través del fortalecimiento del proceso productivo y la comercialización de nuestros productos a nivel local, nacional e internacional; rescatando y conservando la identidad cultural de nuestro pueblo.

Visión

Llegar a ser una organización reconocida por fortalecer y conservar el trabajo comunitario y cooperativo, aspiramos la transformación personal de nuestras socias para ofrecer un producto de calidad estándar, obteniendo así precios justos y el reconocimiento nacional como organización artesana líder en el contexto nacional.

¹⁴ Modificado la misión y visión por Juan Vizcarra según información de Texsal.

Principios organizacionales

- **Responsabilidad social:** en cumplimiento con el mandato de la ley de economía social y solidaria, el eje principal de nuestra organización es la responsabilidad social con nuestras socias artesanas, dirigido al mejoramiento de la calidad de vida de las mismas.
- **Mejoramiento continuo:** estamos comprometidas en la búsqueda del mejoramiento con la calidad del producto, ingresar a mejores y estables mercados para la obtención de excedentes que nos permitirá la inversión social.
- **Equidad:** nuestra organización procura el respeto de lo comunitario frente al interés personal, la búsqueda de concientización y capacitación de nuestras socias en la igualdad de oportunidades, deberes y derechos, dentro y fuera de la familia.
- **Convivencia:** contamos con un grupo de mujeres muy diversas (mestizas, indígenas, jóvenes, adultas, adultas mayores), asumimos el compromiso del respeto a su cultura y promovemos la participación de todas.
- **Solidaridad:** aprenden para enseñar, la ayuda mutua dentro de la organización es uno de los principios que se vive diariamente y es el más visible.

Propósitos de la Texsal

- Fomentar el desarrollo socioeconómico, educativo y cultural de nuestras socias a través de la capacitación periódica y ajustada a las necesidades.
- Promover esquemas de producción sustentable y económicamente viable de artesanías elaboradas con fibras de camélidos.
- Fomentar el establecimiento de esquemas de una comercialización justa a nivel local, nacional e internacional.
- Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las mujeres artesanales y sus familias.
- Dar oportunidad de trabajo remunerado a mujeres campesinas que no han tenido la oportunidad de prepararse académicamente.
- Contribuir a la defensa de los derechos de la mujer y de la familia.
- Procurar el desarrollo personal de las mujeres artesanales.
- Buscar dignificar el trabajo de las mujeres artesanas pagando precios justos.

4.6. Estructura organizacional

Tomando en cuenta el año de fundación (1974) de la Asociación “Texsal” se ha recorrido exactamente 41 años de actividad artesanal. La administradora ha intentado aplicar sus conocimientos en la parte administrativa, en miras de emerger de la crisis económica por la cual atravesaba en ese entonces y su objetivo primordial era aportar al desarrollo integral del género femenino.

En la actualidad, la organización Texsal no cuenta con un plan estratégico claramente definido, pero si con un direccionamiento básico, comenta la administradora. Se han realizado avances teóricos sobre administración estratégica plasmados en documentos como el plan de negocios 2011-2015 de Texsal sin haber logrado cumplir con los objetivos planteados. Para el 2016 se pretende mejorar el plan estratégico y añadir el plan operativo que ayudará al fortalecimiento institucionalmente de la asociación.

La asociación Texsal cuenta solamente con un organigrama estructural, es decir, las funciones o actividades no están muy definidas lo que ocasiona un sobre cargo de funciones. En el gráfico N° 48 se indica el organigrama estructural y sus niveles jerárquicos que posee actualmente:

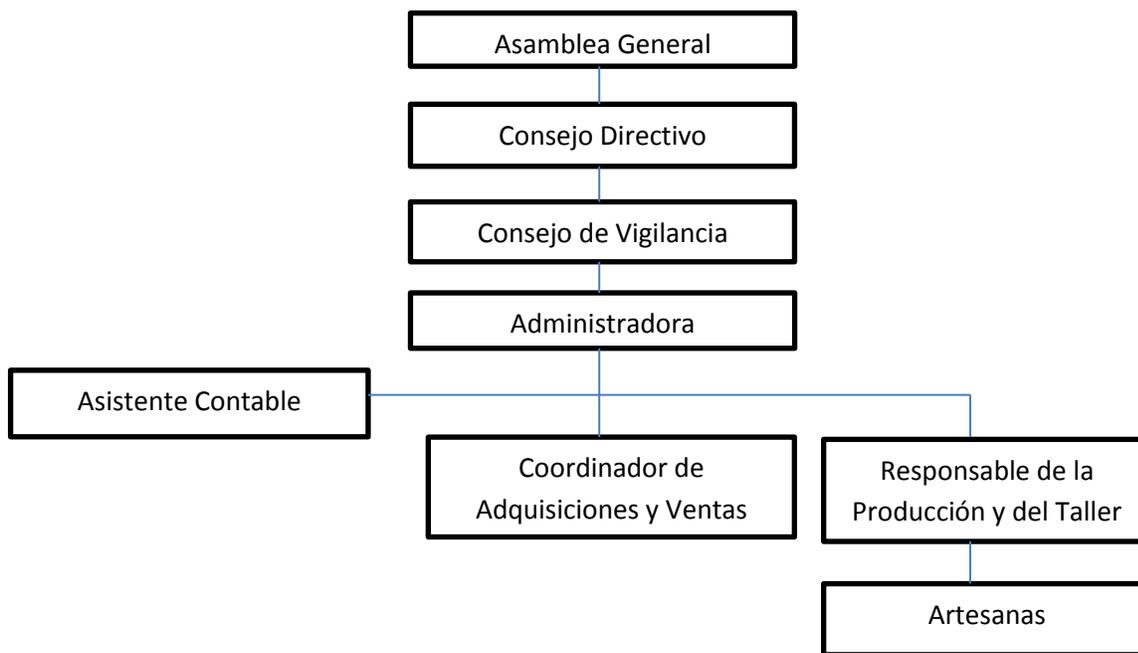


Gráfico N° 48: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE TEXSAL

Fuente: Información obtenida de Texsal

Elaborado por: Juan Vizcarra

La administradora de Texsal cuenta con una oficina adecuada donde puede desempeñar sus funciones y planificar estrategias que permitan fortalecer a la asociación atendiendo las demandas de sus miembros y asumiendo la responsabilidad de las actividades de desarrollo, es decir, mejorar el trabajo en equipo, la comunicación interna y externa, la capacitación periódica de trabajadores y líderes, la motivación, la participación, la planificación y de esta manera estaremos mejorando el sentimiento de pertenencia y empoderamiento.

4.7. Procesos productivos

Los productos que oferta la Asociación Texsal son ideales para la temporada invernal y climas fríos como los que poseen los países europeos y americanos, su principal característica es la durabilidad y la satisfacción de calmar el frío de las personas, debido a que contiene fibras naturales (alpaca y oveja). Texsal tiene una gran cantidad de productos con muchos detalles tanto en diseños, colores, medidas, etc.

Los diferentes productos de Texsal son elaborados con diferentes técnicas ancestrales y algunos de ellos llevan sus nombres como se indican a continuación:

En el gráfico N° 49 se muestra el producto tejido en punto Erika por el cual lleva este nombre, el abrigo es elaborado en lana de alpaca y de oveja con botones de tagua, disponible en colores como: gris claro, azul marino, rojo terracota, blanco, celeste, morado y más.



Gráfico N° 49. TÉCNICA PUNTO ERIKA.

Fuente: publicado por Gladys Salazar en sitio web de Texsal, año 2015.

En el gráfico N° 50 se indica el suéter Mario tejido en punto doble arroz, este producto es elaborado en lana de alpaca con botones de tagua, disponible en colores como: gris claro, azul marino, verde limón, rojo terracota, blanco y más.



Gráfico N° 50. TÉCNICA PUNTO DOBLE ARROZ

Fuente: publicado por Gladys Salazar en sitio web de Texsal, año 2015.

Abrigo María se utiliza la técnica tejido en punto Santa Clara y elaborado en lana de alpaca y de oveja con dos bolsillos y capucha y disponible en colores como: gris claro, azul marino, rojo sangre, blanco, chocolate, verde claro, entre otros, como se observa en el gráfico N° 51.



Gráfico N° 51. TÉCNICA PUNTO SANTA CLARA

Fuente: publicado por Gladys Salazar en sitio web de Texsal, año 2015.

Suéter Narcisa se utiliza la técnica tejido con puntada rombo y elaborado en lana de alpaca y de oveja con botones de tagua y disponible en colores como: café, morado, rojo sangre, turquesa, celeste, blanco, entre otros, como se observa en el gráfico N° 52.

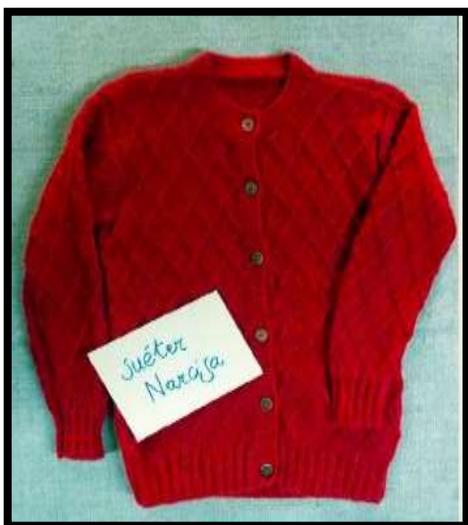


Gráfico N° 52. TÉCNICA PUNTADA ROMBO

Fuente: publicado por Gladys Salazar en sitio web de Texsal, año 2015.

En el gráfico N° 53 se indica el suéter Textsal tejido con dibujos precolombinos, este producto es elaborado en lana de alpaca con botones de tagua y posee capucha, disponible en colores como: gris claro, azul marino, rojo rubí, gris oscuro, rojo terracota, blanco, entre otros.



Gráfico N° 53. TÉCNICA PUNTO DOBLE ARROZ

Fuente: publicado por Gladys Salazar en sitio web de Textsal, año 2015.

Chaqueta Antonio se utiliza la técnica tejida con punto doble arroz y elaborada en lana de alpaca con bolsillos y botones de tagua, disponible en colores como: café, morado, rojo, celeste, blanco, entre otros, como se observa en el gráfico N° 54.



Gráfico N° 54. TÉCNICA PUNTO DOBLE ARROZ

Fuente: publicado por Gladys Salazar en sitio web de Textsal, año 2015.

En el gráfico N° 55 se muestra la técnica tejido en punto Santa Clara, los cuellos son elaborado en lana de alpaca, disponible en colores como: gris claro, café, lila, verde limón, blanco, etc.



Gráfico N° 55. TÉCNICA PUNTO SANTA CLARA

Fuente: publicado por Gladys Salazar en sitio web de Texsal, año 2015.

Suéter pata de cabra se utiliza la técnica tejida con punto doble arroz con dibujos típicos tradicionales, elaborados en lana de alpaca con botones de tagua, con cuello o capucha y disponibles en colores como: azul marino, morado, gris oscuro y claro, celeste, verde, entre otros, como se indica en el gráfico N° 56.



Gráfico N° 56. TÉCNICA PUNTO DOBLE ARROZ

Fuente: publicado por Gladys Salazar en sitio web de Texsal, año 2015.

Adicionalmente, Texsal¹⁵ elabora otras prendas y accesorios de vestir que son comercializados a nivel nacional e internacionalmente como se muestra en el gráfico N° 57.

¹⁵ Publicado en su página web www.texsal.org



Gráfico N° 57: PRODUCTOS DE TEXSAL

Fuente: gráficos obtenidos de la página web de Texsal

Elaborado por: Juan Vizcarra

Texsal se diferencia de la competencia por que ofrecen un producto 100% artesanal con materia prima de fibras naturales al 100%, gran variedad, exclusividad de modelos y diseños, para mayor comodidad de los clientes están elaborando un producto liviano utilizando materia prima delgada, por otra parte añaden forros de tela de algodón en el interior de gorras, chalecos y suéteres, dando mayor Confort a los clientes que va desde los 10 años de edad. Su producto estrella es el suéter de varón talla L.

Los colores y diseños de los productos son elegidos de acuerdo a las necesidades del cliente y a las tendencias de la moda actual a través de conocimientos adquiridos por capacitaciones siendo constante cada año.

A continuación se describe el proceso productivo¹⁶ que mantiene la asociación Texsal

¹⁶ Publicado en el Plan de Negocios 2011-2015 de Texsal

1. **Recepción de pedidos:** vía telefónica, vía personal o vía email.
2. **Organización del pedido:** de acuerdo al tamaño, al plazo de entrega y a la disponibilidad de las artesanas.
3. **Pedido de materia prima:** si hay en stock se inicia el trabajo, sino se realiza el pedido al proveedor.
4. **Distribución del trabajo:** de acuerdo al tipo de producto según la experiencia y capacidad de las artesanas.
5. **Proceso de elaboración:** las artesanas se encargan de elaborar las prendas en sus hogares, dedicando 3 horas días y en la sede de Texsal.
6. **Control de avances:** se controla periódicamente en la planta y si hay correctivos se los ejecuta ya.
7. **Recepción de la prenda:** se controla peso, diseño y acabado de la prenda terminada en la planta y materia prima sobrante.
8. **Registro e inventario:** la prenda terminada se registra en los inventarios y se clasifica de acuerdo al pedido en la planta.
9. **Almacenamiento:** se almacena si es por pedido, sino se lo exhibe para la venta.
10. **Venta de producto:** por pedido se entrega al cliente vía encomienda o personalmente, sino se lo vende al público en general.
11. **Control contable:** se realiza control de libro diario y libro mayor al mes.
12. **Pago por mano de obra:** se realiza el pago al inicio del mes siguiente.

La Asociación Texsal no maneja procesos productivos, ya que no existe una decodificación de tipo de procesos, ni tampoco presenta herramientas de diseño de procesos. En el gráfico N° 58 se indica el proceso productivo con su simbología para Texsal.

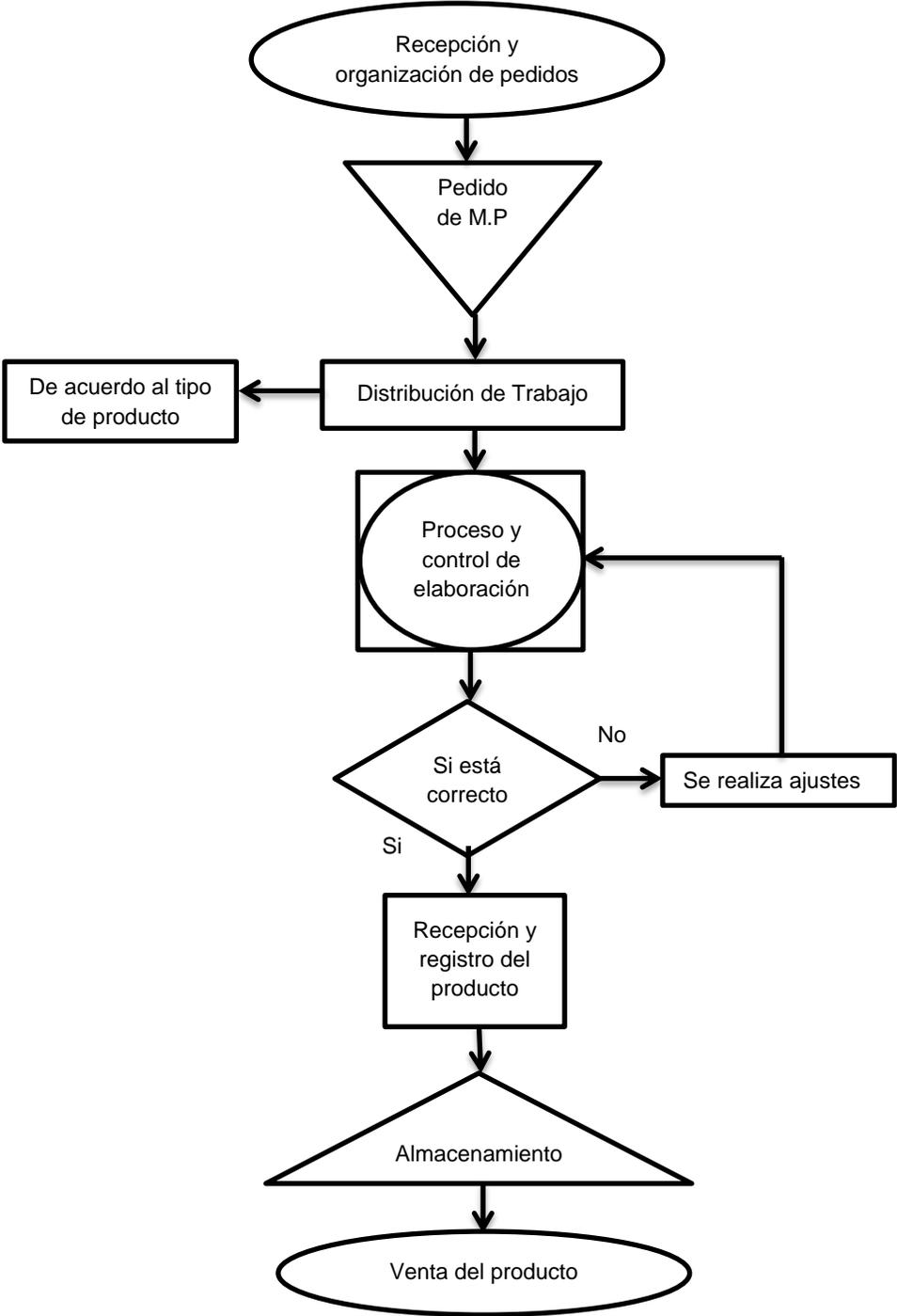


Gráfico N° 58: Descripción del proceso productivo de Artesanías en Texsal

Elaborado por: Juan Vizcarra

Texsal cuenta con un espacio destinado para la elaboración de las prendas y accesorios de vestir en su local como se observa en el gráfico N° 59, las artesanas comienzan sus labores desde las 5 de la mañana realizando actividades familiares y agrícolas, además no necesitan estar todo el día en la sede para tejer, lo pueden hacer desde sus hogares y regresar cuando la prenda esté terminada para su respectivo control de calidad.



Gráfico N° 59: ÁREA DESTINADA AL TEJIDO

Fuente: Texsal

La materia prima que Texsal utiliza para la elaboración de los productos se adquiere de la Hilandería Intercomunal Salinas que se encuentra en la misma parroquia y no posee otro proveedor, que resulta muy peligroso para la asociación, porque se está expuesto a pérdidas importantes en caso de que su sistema deje de funcionar temporal o permanentemente o por cambios en la dinámica del mercado.

Los insumos para el acabado de las prendas se adquieren de proveedores de las ciudades de Ambato y Quito; además los tintes vegetales se consiguen por medio de plantas nativas de Salinas.

En la tabla N° 17 se mencionan los proveedores de insumos y el proveedor de materia prima con los que Texsal cuenta actualmente.

Tabla N° 17: PROVEEDORES DE LA TEXSAL

Materia Prima	Proveedor	Ubicación	Disponibilidad
Hilos de fibras animales	Hilandería Salinas	Salinas	Todo el año
Hilo de Algodón	Bazar La Tranca	Ambato	Todo el año
Sierres y botones	Bazar La Tranca	Ambato	Todo el año
Etiquetas y empaques	Creative Works	Quito	Todo el año
Plantas para tinturar	Indígenas de Salinas	Salinas	Por temporada

Fuente: Plan de Negocios 2011-2015 de la Texsal

4.8. Infraestructura física

En el edificio de Texsal ubicado en el casco parroquial de Salinas existe un área destinada a la exposición de las prendas de vestir para su comercialización; así mismo existe un área administrativa y otra destinada para el tejido, bodega de materia prima y productos, así como para el control de calidad de los productos. Su infraestructura es pequeña pero mantienen una adecuada distribución de sus actividades como se indica en el gráfico N° 60.

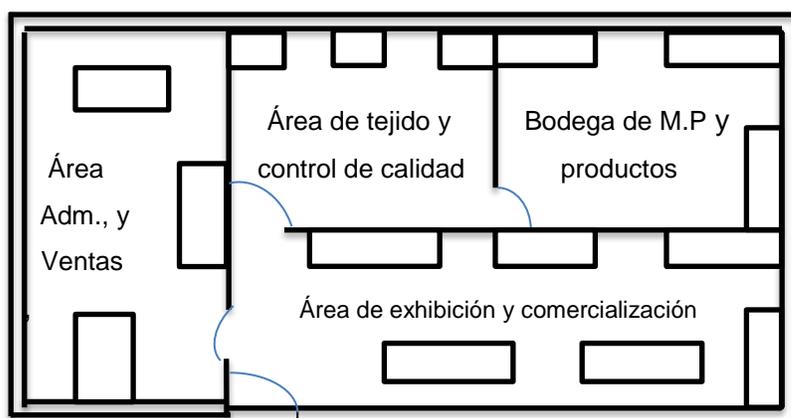


Gráfico N° 60. INFRAESTRUCTURA FÍSICA DE TEXSAL

Fuente: Texsal, 2015

Elaborado por: Juan Vizcarra

El gráfico N° 61, representa el logotipo de la Asociación Texsal, este se encuentra ubicado en la parte exterior del edificio y permite llegar con más facilidad al establecimiento para la adquisición de sus productos en la parroquia de Salinas de Guaranda.



Gráfico N° 61: LOGOTIPO DE LA ASOCIACIÓN TEXSAL DE SALINAS

Fuente: Google

4.9. Ingresos y gastos

Texsal tiene una gran cantidad de productos con muchos detalles tanto en diseños, colores, medidas, etc. Los precios de las prendas grandes (suéteres, ponchos, chales) son en promedio de 30 dólares, mientras que las prendas menores (gorras, bufandas, guantes) tienen un precio que va desde los 4 a 15 dólares.

Los precios dependen de la fibra natural con la que han sido elaborados, siendo las prendas de lana de alpaca las más costosas. El cálculo de los precios de las prendas en Texsal no lo realiza una persona especializada en contabilidad de costos y es la administradora quien les asigna un precio, tomando en cuenta el costo tanto de la materia prima (hilo pesado en libras) utilizada como de la mano de obra requerida, añadiendo un porcentaje que contemple gastos generales y administrativos.

En la tabla N° 18 se mencionan los ingresos que percibió por concepto de ventas y egresos que percibió por conceptos de costo de producción y gastos generales en el año 2014.

Tabla N° 18: INGRESOS Y GASTOS DE TEXSAL, AÑO 2014

Mes	Ingresos	Egresos
Enero	5.003	1.230
Febrero	5.022	1.247
Marzo	4.121	876
Abril	3.749	799
Mayo	4.650	958
Junio	3.840	796
Julio	4.210	915
Agosto	3.963	850
Septiembre	3.887	825
Octubre	4.204	930
Noviembre	4.700	1.034
Diciembre	4.796	1.100
Total	52.145	11.560

Fuente: Texsal

En el año 2014, el volumen de producción fue de alrededor de 3.000 prendas confeccionadas dando un valor de 11.560 dólares y un valor de 52.145 dólares en ventas anuales, obteniendo ganancias brutas por 40.585 dólares. Según datos proporcionados por Texsal los costos indirectos (Gastos generales y administrativos) se estima que fue de alrededor de 28.800 dólares, obteniendo en este año una utilidad neta de 7.350 dólares.

Sin embargo, al ser la asociación Texsal una entidad sin fines de lucro, las ganancias se emplean en préstamos emergentes y a bajo interés los mismos que son pagados con su trabajo, el 10% del total trabajado en el año reciben como bono navideño cada año y aguinaldos (remuneraciones adicionales), especialización en artesanía por medio de cursos periódicos, apoyo moral y económico en casos de enfermedad de las artesanas y sus familiares.

El mayor monto de ingresos se registra con el 52% de las ventas en la misma tienda que funciona en la sede de la Asociación cuyo principal consumidor es el turista extranjero y nacional, el 26% es exportado a Italia, el 2.13% es exportado a Alemania, 16.63% ventas al Japón y el 3.24% es vendido en la ciudad de Quito (según datos proporcionados).

Las ventajas competitivas de “Texsal” Salinas es ofrecer producto 100% artesanal con fibras naturales, diseños exclusivos, livianos, finos acabados, gran variedad, ubicación de la planta en un lugar reconocido turísticamente, las mujeres están en la capacidad de desarrollar los modelos que el cliente solicite, pero el hecho de ser artesanal no les permite una producción de grandes volúmenes para obtener rentabilidad (ganancias) que la empresa requiere y por ende subas periódicas del valor de mano de obra y el financiamiento de las metas sociales dirigidas al mejoramiento del nivel de vida de las artesanas.

4.10. Canales de comercialización

La Asociación Texsal para la venta de los productos artesanales utiliza el canal directo (productor-consumidor), es decir comercializa las prendas en su propio establecimiento ubicado en Salinas de Guaranda y en eventos a nivel nacional como se indica en el gráfico N° 62.

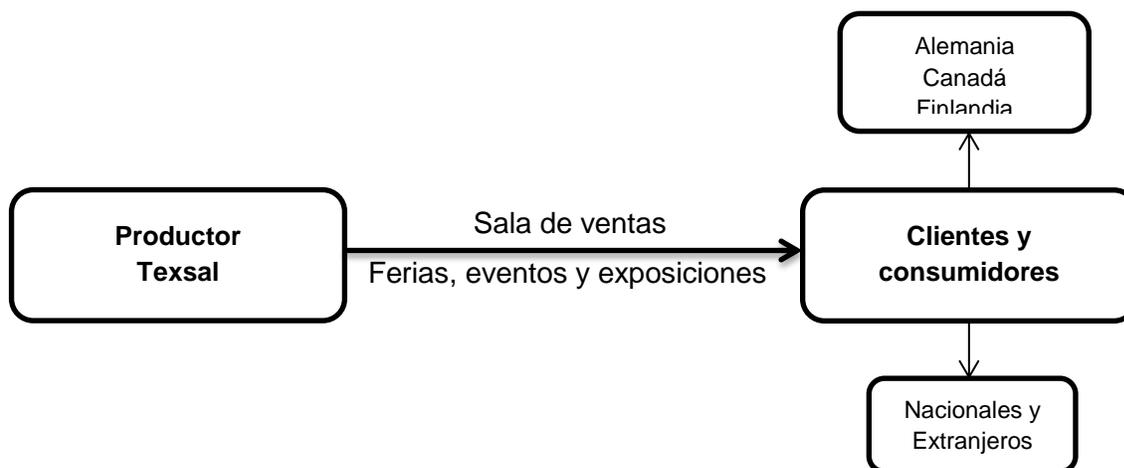


Gráfico N° 62. CANAL DIRECTO DE TEXSAL

Fuente: Texsal, 2015

Elaborado por: Juan Vizcarra

En el gráfico N° 63, se observa la sala de exhibición y ventas que posee la Texsal y que está distribuido por secciones que permiten a los visitantes tener una clara visión de los productos, en cada percha de madera se encuentran las prendas y accesorios de vestir con sus nombres respectivos y que será bien atendido por la persona encargada de las ventas.



Gráfico N° 63: ÁREA DE EXHIBICIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEXSAL

Fuente: Texsal

La Asociación Texsal ha logrado ingresar a mercados internacionales, gracias a una capacitación intensiva que recibieron de dos expertas extranjeras (italianas) en esta rama y la formación de una experta del lugar quien comparte los conocimientos permanentemente con las mujeres que siguen ingresando a “Texsal”. Además, Texsal está presente en los mercados internacionales en Italia por medio del centro de exportaciones del Gruppo Salinas (canal indirecto) como se indica en el gráfico N° 64.

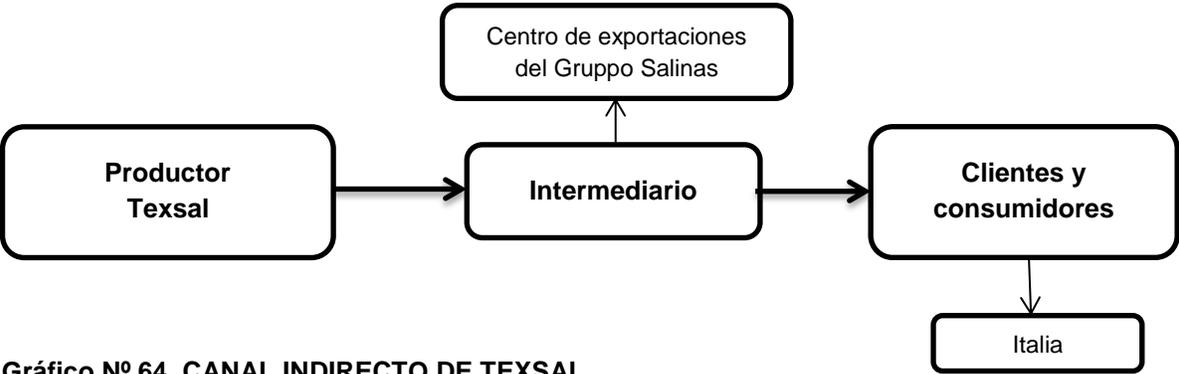


Gráfico N° 64. CANAL INDIRECTO DE TEXSAL

Fuente: Texsal, 2015

Elaborado por: Juan Vizcarra

Texsal no cuenta con una marca propia para la comercialización de sus prendas artesanales, lo realiza a través de la marca “SALINERITO” como se indica en el gráfico N° 65, la marca pertenece al Gruppo Salinas y cancela el 1% de sus ventas por el uso de la misma.



Gráfico N° 65: Marca “SALINERITO”

Fuente: Google

Los espacios de promoción y ventas (ferias) de Texsal son creadas periódicamente por parte de los organizadores mediante comunicación personal y medios masivos de comunicación, para estimular la compra del producto a corto plazo. También cuentan con ventas pro catálogos (trípticos) o publicaciones vía internet mediante su página web (www.texsal.org), la página web del Gruppo Salinas y en Facebook (Texsal).

4.11. Oportunidades comerciales

Texsal es una organización que tiene presencia en mercados internacionales, sin embargo, se espera que en el Ecuador siga existiendo un comercio alternativo con el apoyo de iniciativas que busquen ayudar a los pequeños productores que reúnen condiciones en sus productos para ser exportados. Los productos textiles de Texsal deben ser aprovechados con la creación de proyectos que promuevan el interés a las exportaciones por parte de ONG´s, esto permitirá que Texsal llegue a comercializar directamente dentro y fuera del país.

Texsal debe expandirse a nuevos mercados internacional, el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2015) invita a conocer el portal <http://www.ecuadoroferta.ec> creado por la Empresa Pública Correos del Ecuador con el fin de impulsar la gestión exportadora de empresas ecuatorianas, especialmente las MIPYMES y artesanos que se benefician del programa Exporta Fácil. Texsal debe buscar oportunidades comerciales mediante esta herramienta, que le sirve de vitrina para la exposición exportable de sus productos.

4.11.1. Principales mercados nacionales

La asociación Texsal cuenta con una sala de exhibición y comercialización en el casco parroquial de Salinas donde acuden visitantes nacionales y extranjeros, registrándose el mayor volumen de ventas. Además, Texsal cuenta con ventas directas en locales artesanales de la ciudad de Quito.

La organización mantiene un alto grado de participación en ferias de diferentes ciudades como Quito, Ambato, Cuenca, Guayaquil y Riobamba. Invitaciones o eventos programados por instituciones gubernamentales que promueven la economía popular y solidaria.

4.11.2. Principales mercados internacionales

La asociación Texsal ha ingresado al mercado internacional desde hace 8 años con el apoyo del centro de exportaciones del Gruppo Salinas que forma parte de esta corporación. Los principales productos que comercializa fuera del país son: suéteres, bufandas, gorras, guantes, ponchos y bolsos. Los principales países que demandan los productos de Texsal son Italia, Canadá, Japón, Finlandia, Estados Unidos y Alemania.

CONCLUSIONES

La industria textilera del Ecuador es una de las actividades artesanales más antiguas e importantes en la economía junto al comercio y fue el eje principal de la economía quiteña. Se crearon agremiaciones con el objetivo de unir a los industriales textiles para resolver problemas del sector y mediar entre: el sector, Gobierno, trabajadores y público.

La provincia de Imbabura cuenta con la mayor actividad textilera, aquí se encuentra el 45.99% de los talleres textiles. Existen dos zonas donde la especialización en la producción ha logrado generar polos de desarrollo local: Pelileo (Tungurahua) y Atuntaqui (Imbabura).

La balanza comercial de la industria textilera del Ecuador ha tenido un saldo negativo en el periodo (2010-2014), el Gobierno Nacional está ayudando a proteger a la industria con medidas proteccionistas como son las salvaguardias que permitan minimizar el impacto de la competencia y del contrabando, además de generar estrategias que mejoren la producción de dicho sector.

La industria textilera del Ecuador mueve en la economía del país alrededor de 630 millones de dólares, se constituye como el segundo en importancia dentro de la industria manufacturera y su aporte es fundamental al PIB, además genera empleo y bienestar a familias que laboran en este sector.

La política industrial fue creada con el propósito de establecer nuevas estrategias que permitan un desarrollo productivo sostenible para la industria textilera del Ecuador, implementando incentivos, dando facilidades de pago a tributos de comercio exterior y apoyando con capacitación técnica en innovación e investigación que beneficien a las pequeñas, medianas y grandes empresas textiles del país.

El país está en un proceso de cambio de la matriz productiva que permita cimentar una evolución creciente de producción industrial y de servicios con valor agregado, articulando la política industrial con instrumentos de desarrollo y apoyados de instituciones de gobierno que permitan el crecimiento de la industria textilera en el Ecuador.

El PND para la industria textilera es consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible e impulsar la transformación de la matriz productiva. El PNBV garantiza la soberanía y la paz e impulsar la inserción estratégica en el mundo y garantiza el trabajo estable, justo y digno en todas sus formas. La seguridad jurídica ayudará a mejorar la competitividad y que permitan planificar inversiones a largo plazo, brindando el financiamiento oportuno y con políticas que fortalezcan al desarrollo productivo del sector.

La investigación sobre la situación de la industria textilera en la provincia de Bolívar ayudó a comprobar que la administración no es la adecuada, no posee elementos filosóficos ni instrumentos organizativos que permitan fortalecerse institucionalmente y no tienen una visión de crecimiento y desarrollo empresarial. Además, carecen de una cultura organizacional en técnicas de producción, mercadeo, seguridad industrial, control de calidad, etc., esto ha impedido que las empresas aún no alcancen estándares nacionales e internacionales de competitividad.

La industria textilera en Bolívar presenta dos estructuras organizacionales como son la formal e informal, el 93,97% no cuenta con instrumentos organizativos y apenas el 2,07% si los tienen, la estructura formal es un elemento fundamental para proporcionar un ambiente interno adecuado, para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.

La Matriz de decisión determinó a la Asociación Texsal como el mejor caso productivo con saberes ancestrales en la provincia de Bolívar, obtuvo el 80% del valor total siendo superior que las demás industrias.

En el año 2003, Texsal con 89 mujeres tejedoras se organiza para independizarse y constituirse como asociación y ser reconocida jurídicamente por parte del Ministerio de Inclusión Económica y Social. Es importante señalar que las organizaciones de Salinas son el resultado del exitoso proceso comunitario iniciado hace cuatro décadas.

Texsal cuenta con una variedad de productos hechos 100% a mano, pero lo que no ha permitido un crecimiento es por la falta de producción a escala, debido a políticas internas de mantener esta tradición. La asociación no cuenta con una marca propia para la comercialización de sus productos, lo realiza a través de la marca "SALINERITO" y debe cancelar el 1% de sus ventas, es decir utiliza esta marca como estrategia porque el reconocimiento que posee a nivel de país e internacionalmente. Además, la asociación cuenta con un solo proveedor que se refleja en una situación de peligro ante una para en la producción de materia prima.

RECOMENDACIONES

La situación actual de la industria textilera del Ecuador es muy buena, ya que la protección comercial que ha ofrecido el actual gobierno debe de ser considerada como un apoyo significativo al productor nacional. Lo que se recomienda es pagar las deudas, invertir en tecnología y ahorrar dinero para amortizar las amenazas que aparezcan en el momento que se vaya eliminando la protección comercial ante la entrada de productos textiles al país.

La industria textilera debe apostarle por la tecnología, hoy por hoy, un empresario que no le apueste a la tecnología es mejor que no se meta en el mundo de los negocios. También para aprovechar los grandes potenciales que tiene este sector, es necesario que las empresas unan esfuerzos mediante la asociatividad para formar alianzas estratégicas que les permitirán un mejor posicionamiento del producto a un precio justo y en la cantidad exacta para lograr una mayor participación en los mercados con mayores niveles de competitividad y por lo tanto de rentabilidad.

Evitar las malas prácticas en la industria textilera como: no facturar, no pagar los impuestos, explotar al personal y no asegurarlos al seguro social. Un personal capacitado y motivado mejora la productividad de la empresas, por tal motivo se recomienda que las industrias realicen capacitaciones periódicas.

Con respecto a futuras investigaciones sobre la industria textilera en la provincia de Bolívar y otras, se recomienda que instituciones como el Servicio de Rentas Internas den más facilidades al acceso de información de contribuyentes pero de manera organizada, es decir ellos cuentan con una base de datos con las actividades que se desarrollan en la provincia y no están divididas por sectores comerciales, esto beneficiaría tanto a la institución como a egresados e investigadores.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaraz, J. (2009, 25 de junio). *¿Cómo diferenciar nuestro producto de la competencia?..* Recuperado de <http://www.packaging.enfasis.com/articulos/13436-como-diferenciar-nuestro-producto-la-competencia->

Aldaz, J. (2014). *Crítica de la participación de la mujer en el proceso comunitario de la parroquia de Salinas de la provincia de Bolívar, caso: Texsal.* Tesis de grado para la obtención del título de Ingeniera Empresarial en la Escuela Politécnica Nacional. Recuperado de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/7366/1/CD-5515.pdf>

Almendariz, N. Castillo, S. (2012). *Análisis de las herramientas de gestión que utilizan las unidades productivas comunitarias en la parroquia Salinas de la provincia de Bolívar.* Tesis de grado para la obtención del título de Ingeniera Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional. Recuperado de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/4770/1/CD-4386.pdf>

Arauz, M. (s.f.). *Los textiles ecuatorianos repuntan en la región.* Nuestro Mundo Air Magazine. Recuperado de http://www.nuestromundo.com.ec/content/article/1156/los_textiles_ecuatorianos_repuntan_en_la_regi%C3%B3n

Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (2015). *Historia de la industria textil del Ecuador y empresas asociadas.* Recuperado de 2015 de <http://www.aite.com.ec>

Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (2014, 12 de marzo). *El trabajo conjunto de Empresarios y Gobierno desarrollará al sector textil.* Recuperado de <http://www.aite.com.ec/phocadownload/boletin%20aite%20n%2024.pdf>

Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (2015, 28 de abril). *Caen las exportaciones textiles ecuatorianas y suben las importaciones.* Recuperado de <http://www.aite.com.ec/phocadownload/ABRIL%202015.pdf>

Cáceres, A. (2013). *“Políticas de Comercio Exterior para Incentivar el Mercado Nacional del Sector Textil”*. Recuperado de <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/1-2-Andrea-Caceres-Pol%C3%ADticas-de-Comercio-Exterior-para-Incentivar-el-Mercado-Nacional-en-el-Sector-Textil.pdf>

Carrillo, D. (2010). *Diagnóstico del Sector Textil y de la Confección*. Recuperado de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/TEXTIL.pdf>

Carreto, J. (s.f.). *Planeación Estratégica*. Recuperado de <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/>

Castro, Y. (2007). *Diagnóstico de la Gestión Administrativa de la Empresa NYC Distribuciones, C.A., ubicada en la Zona Industrial III de Barquisimeto Estado Lara*. Trabajo de grado, Maestría en Gerencia Empresarial, Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado, Venezuela. Recuperado de http://bibadm.ucla.edu.ve/edocs_baducla/tesis/P758.pdf

Corporación Financiera Nacional. (2013). *La empresa textil Boligol innova para crecer y ganar mercado en Guaranda*. Recuperado de http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2180:la-empresa-textil-boligol-innova-para-crecer-y-ganar-mercado-en-guaranda&catid=354:diciembre-2014&Itemid=1019

Corporación Gruppo Salinas. (2015). *Salinerito*. Recuperado de <http://www.salinerito.com/component/xmap/html/1?view=html>

Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (2012). *Análisis Sectorial de Textiles y Confecciones*. Recuperado de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf

ECUAVISAS. (2015, 25 de febrero). El gobierno fortalecerá el control para reducir el contrabando. Canal Ecuavisa. Recuperado de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/100421-gobierno-fortalecera-control-reducir-contrabando>

Educando. (2008). *Como se realiza un estudio de caso*. El portal de la educación dominicana. Recuperado de <http://www.educando.edu.do/articulos/directivo/como-se-realiza-un-estudio-de-caso/>

El Telégrafo. (2015, 19 de enero). *Nuevo sistema medirá impacto del contrabando*. Diario El Telégrafo. Recuperado de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/nuevo-sistema-medira-impacto-del-contrabando.html>

El Universo. (2015). *Preocupación en la industria textil por arancel a máquinas y repuestos*. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/31/nota/4500251/preocupacion-industria-textil-arancel-maquinas-repuestos>

Espinosa, R. (s.f.). *El análisis de la matriz FODA*. Blog de Marketing y Ventas. Recuperado de <http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

Estudio de caso. (s.f.). Recuperado de <http://www.udlap.mx/intranetWeb/centrodeescritura/files/notascompletas/estudiodeCaso.pdf>

Experto. (2001, 24 de abril). *¿Qué son las marcas propias?* Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/que-son-las-marcas-propias/>

Experto. (2002, 4 de marzo). *¿Por qué es importante la formación del personal en la empresa?* Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/por-que-es-importante-la-formacion-del-personal-en-la-empresa/>

Explored. (2013, 12 de abril). *El sector textil innova para crecer y exportar*. Explored. Recuperado de <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/el-sector-textil-innova-para-crecer-y-exportar-578589.html>

Flores, G. (2011, 22 de junio). *Plan de mejora competitiva sector textil y confecciones*. MCPEC. Recuperado de <http://es.slideshare.net/mcpec1/pmc-textil-y-confecciones>

Fred R. David. (s.f.). *“Conceptos de Administración Estratégica”*. Recuperado de <http://www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/>

García, M. (2015, 21 de julio). Liderazgo vertical y liderazgo horizontal: como aplica a tu empresa. Recuperado de <https://www.linkedin.com/pulse/liderazgo-vertical-y-horizontal-como-aplica-tu-garcia-sacrist%C3%A1n>

González, M. (2002, 20 de abril). Diseño de estrategias de comercialización. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/disenno-estrategias-comercializacion/>

González, H. (2010). *"Importancia de la tecnología en las empresas" en Contribuciones a la Economía*. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2010a/>

Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (2014). *Rueda de Negocios "Te Vestimos Ecuador" impulsa la producción textil de la Economía Popular y Solidaria*. Recuperado de <http://www.economiasolidaria.gob.ec/mos-ecuadrueda-de-negocios-te-vestior-impulsa-la-produccion-textil-de-la-economia-popular-y-solidaria/>

Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (2015). *"Hilando el Desarrollo" contribuye a la universalización escolar en el país*. Recuperado de <http://www.economiasolidaria.gob.ec/hilando-el-desarrollo-contribuye-a-la-universalizacion-escolar-en-el-pais/>

Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (2015). *IEPS celebra el 1 de Mayo con generación de empleo a favor de la EPS*. Recuperado de <http://www.economiasolidaria.gob.ec/ieps-celebra-el-1-de-mayo-con-generacion-de-empleo-a-favor-de-la-eps/>

Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (2015). *"Juntos Creamos", espacio de comercialización que impulsa la producción textil de la EPS*. Recuperado de <http://www.economiasolidaria.gob.ec/juntos-creamos-un-espacio-de-comercializacion-que-impulsa-la-produccion-textil-de-la-economia-popular-y-solidaria/>

Intriago, L. (2014). *Con crédito de CFN se promueve la industria textil para realizar uniformes escolares*. El Ciudadano. Recuperado de <http://www.elciudadano.gob.ec/con-credito-de-cfn-se-promueve-la-industria-textil-para-realizar-uniformes-escolares/>

Licenciatura en RR.HH. Universidad de Champagnat. (2002, 16 de agosto). *La estructura organizacional*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/la-estructura-organizacional/>

López, Y. (2013, 5 de agosto). *Filosofía organizacional y su importancia*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/filosofia-organizacional-y-su-importancia/>

Lovato, J. (2014). *“Análisis de la participación y evolución del sector textil en el Ecuador y principales determinantes en las ventas del sector en la economía Ecuatoriana, caso: Fabricación prendas de vestir, periodo 2000-2011”*. Disertación previa a la obtención del título de Economista de la Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6837/7.36.001414.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Líderes. (s.f.). *La competencia para los textiles ecuatorianos aumenta*. Revista Líderes. Recuperado de <http://www.revistalideres.ec/lideres/competencia-textileros-ecuatorianos-aumenta.html> Enlace original de www.elcomercio.com

Ministerio Coordinador de Política Económica. (s.f.). *Agenda de la Política Económica para el Buen Vivir 2011- 2013*. Recuperado de <https://www.politicaeconomica.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/agenda-version-web.pdf>

Ministerio Coordinador de Política Económica. (2011). *Agenda para la Transformación Productiva Territorial: Provincial de Bolívar*. Recuperado de www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-BOLIVAR.pdf

Ministerio Coordinador de Política Económica. (2014). *Producir en Ecuador es la meta: consume primero lo nuestro*. Recuperado de <http://www.produccion.gob.ec/producir-en-ecuador-es-la-meta-consume-primero-lo-nuestro/>

Ministerio de Industrias y Productividad. (s.f.). *Política Industrial del Ecuador 2008-2012*. Recuperado de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/POLITICA%20INDUSTRIAL%20DEL%20ECUADOR%202008-2012.pdf>

Ministerio de Industrias y Productividad. (2011). *Plan Estratégico Institucional 2011-2013* Ministerio de Industrias y Productividad. Recuperado de http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Plan_Estrat%C3%A9gico_2013.pdf

Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). *País productivo*. Revista del Ministerio de Industrias y Productividad, vol. 4, pp. 3-15. Recuperado de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/revista4.pdf>

Ministerio de Industrias y Productividad. (2015, 20 de enero). *Ministerio de Industrias distribuirá cupos de importación de algodón hasta el 2017*. Recuperado de <http://www.industrias.gob.ec/ministerio-de-industrias-distribuir-cupos-de-importacion-de-algodon-hasta-el-2017/>

Monroy, S. (2009). *El Estudio De Caso: ¿Método o Técnica de Investigación?* Revista de la Asociación Mexicana de Metodología de la Ciencia y de la Investigación. Recuperado de <http://www.ammci.org.mx/revista/pdf/Seccion%20metodologia%20de%20la%20ciencia%20%281a%20parte%29/EstudiodeCasoMonroy.pdf>

Nacimba, A. (2015). *Ocho empresas ecuatorianas participarán en la más importante feria textil, Colombiatex*. Diario El Ciudadano. Recuperado de <http://www.elciudadano.gob.ec/ocho-empresas-ecuatorianas-participaran-en-la-mas-importante-feria-textil-colombiatex/>

Paredes, Ana. (2012, 15 de noviembre). *Gestión de la seguridad y salud en el trabajo*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/gestion-seguridad-salud-en-el-trabajo/>

Pincha, A. (2013). *Propuesta para la aplicación del Comercio Justo para la exportación de prendas de vestir de Atuntaqui hacia una tienda solidaria en Estados Unidos*. Tesis de grado para la obtención del título de Ingeniera en Negocios Internacionales de la Universidad Internacional del Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/88/1/T-UIDE-73.pdf>

Porter, M. (s.f.). *Estrategia competitiva. Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*. Recuperado de http://www.bicgalicia.es/crearempresasenfp/alumno/alumno_esp/paginas/textos/textos241.htm

Rueda, N. (2013, 28 de febrero). *Planeación Operacional*. Recuperado de <http://planeacion14.blogspot.com/2013/02/planeacion-operacional.html>

Salazar, L. (2011). *Análisis participativo de la experiencia del grupo de Artesanas de la Asociación de Desarrollo Social Texsal de la parroquia de Salinas, provincia de Bolívar*. Tesis de grado para la obtención del título de licenciada en Gestión para el Desarrollo Local Sostenible en la Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2315/1/Tesis%20Livia%20Salazar%20Febrero%202011.pdf>

Sales, M. (2002, 28 de abril). Evaluación del desempeño. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/evaluacion-del-desempeno/>

Sarkissian, A. (s.f.). *Estrategia de producción*. Recuperado de http://www.ehowenespanol.com/estrategia-produccion-manera_398201/

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva. Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano*. Folleto Informativo I, 1era edición SENPLADES. Recuperado de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *“Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017”*. Recuperado de www.biess.fin.ec/files/ley-transparencia/plan-nacional-del-buen-vivir/Resumen%20PNBV%202013-2017.pdf

Servicio de Rentas Internas. (2015, 10 de mayo). *Base de datos del Registro Único de Contribuyentes de personas naturales y sociedades de la provincia de Bolívar*. Recuperado de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

Soto, B. (s.f.). *Liderazgo autocrático*. Recuperado de <http://www.gestion.org/recursos-humanos/liderazgo/30882/liderazgo-autocratico/>

TEXSAL. (2015). *Colección Alpaca 2015*. Recuperado de <http://artesaniastexal.blogspot.com/>

TEXSAL. (2015). Información obtenida de la administradora y página web. Recuperado de <http://texsal.org/>

Tribunal Constitucional de la República del Ecuador. (2010, 29 de diciembre). *Código de la Producción*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/codigoproduccion.pdf>

Valencia, F. (2009, 20 de noviembre). *Importancia de los Canales de Distribución*. Recuperado de <http://frankvalencia.blogspot.com/2009/11/importancia-de-los-canales-de.html>

Varela, M. (2011). "Elaboración de ropa deportiva de algodón y polialgodón. Recuperado de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/bc0c28zhw1qd44db7yor1ux67pdzje.pdf>

Vidal, M. (s.f.). *¿Por qué innovar es importante?..* Recuperado de <http://www.zonaeconomica.com/innovar>

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a directivos de industrias textiles

Diseño de encuesta: equipo de investigación UTPL: Mayra Ortega, Dayanara Villafuerte y Julio Ríos

Objetivo: Identificar la estructura administrativa y aplicación de saberes ancestrales de la industria textilera en la provincia de Bolívar.

Entrevistado: _____ **Cargo del entrevistado:** _____

Entrevistador: _____ **Fecha:** _____ **N° de encuesta:** _____

A Datos Generales

1.1. Provincia:	Bolívar		Cantón:
1.2. Razón social:			
1.3. Dirección:			
1.4. Teléfono:			
1.5. Correo electrónico:			
1.6. Página web:			
1.7. Tipo de industria	Familiar ()	Unipersonal ()	Sociedad no familiar ()
1.8. Categoría industrial	C13. Fabricación de productos textiles ()	C14: Fabricación de prendas de vestir()	C15: Fabricación de cueros y productos conexos ()

B. Caracterización de la industria por secciones administrativas:

Área Administrativa

2.1. La industria posee los siguientes elementos de filosofía:

	SI	No	En construcción
Misión	()	()	()
Visión	()	()	()
Valores	()	()	()
Cultura organizacional	()	()	()

2.2. ¿Cuál de los siguientes instrumentos organizativos tiene la empresa?

	Si	No	En construcción
Organigrama estructural	()	()	()
Reglamento interno: políticas, normas.	()	()	()
Manual de funciones	()	()	()
Manual de procesos	()	()	()

2.3. El tipo de liderazgo aplicado en la organización es:

- Autocrático – Vertical ()
Democrático – Dirigido ()
Participativo – Horizontal ()

2.4. La empresa utiliza como instrumento de administración la planificación estratégica

Si () No ()

2.4.1 En caso de ser positiva la respuesta, identifique el nivel en que se encuentra la planificación estratégica de su organización

- Actualizado y declarado por escrito, solamente es conocido por directivos ()
Es manejado por los directivos, no es bien conocida por todo el personal ()
Todo el personal lo conoce y se aplica ()
Otro Especifique _____ ()

2.4.2 En caso de ser negativa la respuesta, señale el tipo de planificación utilizada

2.5. La industria tiene un plan operativo anual.

Si () No ()

2.5.1 En caso de ser positiva la respuesta, el plan operativo de la organización es:

- Actualizado y declarado por escrito, solamente es conocido por directivos ()
Es manejado por los directivos, no es bien conocida por todo el personal ()
Todo el personal lo conoce y se aplica ()
Otro. Especifique _____ ()

2.6. En caso de contar con plan operativo, señale el porcentaje de cumplimiento

100% () 75% () 50% () 25% () 0%()

Área de Producción

3.1. Indique (cinco) productos principales que elabora la industria. (Los de mayor volumen de venta)

- a. _____ código CIU _____
b. _____ código CIU _____
c. _____ código CIU _____
d. _____ código CIU _____
e. _____ código CIU _____

3.2. ¿Cuál es el volumen de producción anual de la industria?

\$ _____

3.3. Los proveedores de materia prima son:

Proveedores Producto	Locales	Nacionales	Internacionales
Producto 1	() % _____	() % _____	() % _____
Producto 2	() % _____	() % _____	() % _____
Producto 3	() % _____	() % _____	() % _____
Producto 4	() % _____	() % _____	() % _____
Producto 5	() % _____	() % _____	() % _____

3.4. Las principales materias primas utilizadas en la elaboración de los productos provienen de mercados:

Materia prima Productos	Materia prima: Mercado Local	Materia prima: Mercado Nacional	Materia prima: Mercado Internacional
Producto 1			
Producto 2			
Producto 3			
Producto 4			
Producto 5			

3.5. En la fabricación de los productos, utiliza alguna técnica fundamentada en los saberes ancestrales:

Si () No ()

3.5.1 En caso de que su respuesta sea positiva, indique cuál de los productos y especifique brevemente la técnica:

3.6. ¿Qué estrategia de precios utiliza su organización?

Factores internos: Costos más utilidad ()

Factores externos: Competencia ()

Factores externos e internos ()

Otro. Especifique _____ ()

3.7. ¿La empresa posee alguna certificación de calidad?

Si () No () En proceso ()

3.7.1 En caso de que su respuesta sea positiva, indique el nombre de la certificación a obtener:

Área de Marketing

4.1. ¿La industria posee marcas propias?

Si () No ()

4.2. ¿Con qué marca (s) distribuye su producto?:

4.3. En caso de que la marca sea propia, ¿Las marcas se encuentran registradas en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de propiedad Intelectual)?

Si () No ()

4.3.1 En caso de que su respuesta sea negativa, la razón ha sido:

Desconocimiento de procesos ()

Dificultad en los trámites ()

Descuido ()

Precios ()

Otros. Especifique _____ ()

4.4. ¿Ha desarrollado iniciativas para que se diferencie la marca de su empresa en el mercado?

Si () No ()

4.4.1 En caso de que su respuesta sea positiva, indique la estrategia utilizada

4.5. La producción se destina al mercado:

Local () % _____

Nacional () % _____

Internacional () % _____

Total 100%

4.6. ¿Cuál es el volumen de ventas anual por destino?

Local () \$ _____

Nacional () \$ _____

Internacional () \$ _____

Total \$ _____

4.7. Especifique el canal de comercialización utilizado por la organización:

Canal directo (Productor - consumidor) ()

Canal indirecto (Productor - intermediario - consumidor) ()

Canales mixto: directo e indirecto ()

Financiero – Contable

5.1. ¿Su empresa generó utilidad en el año 2014?

Si () No ()

5.2. Señale el destino de las utilidades. Indique %

Repartición de dividendos a accionistas ()% _____
Incremento del patrimonio ()% _____
Reinversión en activos ()% _____
Pago de obligaciones ()% _____
Otros. Especifique _____ ()% _____

5.3. La inversión anual que realiza su organización, se destina a:

Producción: ()% _____
Capacitación: ()% _____
Activos fijos productivos ()% _____
Sistemas informáticos ()% _____
Otros. Especifique _____ ()% _____

5.4. ¿Cuáles son sus fuentes de financiamiento?

Aporte de capital por parte de los socios ()
Reinversión de utilidades ()
Línea de crédito Banca Privada ()
Línea de crédito Banca Pública ()
Línea de crédito Cooperativas de ahorro ()
Otros. Especifique _____ ()

Recursos Humanos

6.1. Número de personal total de la empresa (administrativos y operativos)

Operativos: _____

Administrativos: _____

Total: _____

6.2. Indique el nivel de formación del personal por área.

Área Educación	PRODUCCIÓN	MARKETING	FINANCIERO	RECURSOS HUMANOS
Educación básica				
Educación bachillerato				
Educación universitaria				
Título de tercer nivel				
Título de postgrado				
TOTAL				

6.3. Indique el número de capacitaciones realizadas y el monto anual utilizado en el último año (2014)

_____ \$ _____

6.4. En su organización, ¿existe una unidad de salud ocupacional y riesgos laborales?

Si () No ()

6.5. En su organización, ¿se realiza un proceso de evaluación del desempeño?

Si () No ()

C. TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

7.1. El uso de la tecnología en su empresa se realiza en:

- Producción () Especifique _____
- Recursos Humanos () Especifique _____
- Área financiera (Incluye contabilidad) () Especifique _____
- Marketing () Especifique _____

7.2. El nivel de innovación existente corresponde a:

- Innovación en producto ()
- Innovación en proceso ()
- Innovación en marketing ()
- Innovación en organización ()
- No existe ()

Observaciones:

ANEXO 2

Clasificación CIIU – versión 4 para las industrias textiles de Bolívar

Clasificación:

C: Industrias manufactureras.

C13: Fabricación de productos textiles.

C131: Hilatura, tejeduría y acabados de productos textiles.

C1312: Tejedura de productos textiles.

C1312.1: Fabricación de tejidos de algodón, lana, lino, seda, pelos finos de animales, fibras sintéticas o artificiales, etc.

C1392: Fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir.

C1392.01: Fabricación de ropa blanca: frazadas, mantas de viaje, sobrecamas, edredones, cobijas, sábanas, paños de mesa en general, ropa de baño, ropa de cocina, etc.

C1392.02: Fabricación de cortinajes y otros tipos de ropa blanca: cortinas, cenefas, visillos, celosías interiores, etc.

C1392.04: Fabricación de tapices tejidos a mano.

C1393: Fabricación de tapices y alfombras.

C1393.01: Fabricación de tapices, alfombras y esteras mediante el tejido, afelpado, trenzado, tundido, punzonado, etc. De hilados de lana o pelos finos, algodón y fibras sintéticas o artificiales.

C1399: Fabricación de otros productos textiles N.C.P.

C1399.01: Fabricación de tules y otros tejidos de malla anudadas, encajes, en piezas, tiras o motivos decorativos, bordados.

C1399.06: Fabricación de materiales textiles tejidas, trenzadas o de punto, camisetas para mecheros de gas incandescente y tejidos tubulares para su fabricación, mangueras y tubos similares de materiales textiles, tengan o no forros, armaduras o accesorios de otros materiales, correas transportadoras o correaje de transmisión, estén o no reforzados con metales u otros materiales.

C14: Fabricación de prendas de vestir.

C141: Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.

C141.02: Fabricación de prendas de vestir para hombres, mujeres, niños y bebés: ropa exterior, interior, de dormir; ropa de diario y de etiqueta, ropa de trabajo (uniformes) y para practicar deportes (calentadores, buzos de arquero, pantalonetas, etc.).

C141.04: Confección de ropa a la medida.

C141.09: Fabricación de accesorios de vestir con todo tipo de material: calzado confeccionado con material textil, sin suela aplicada, chales, corbatas, corbatines, guantes, cinturones, partes para accesorios de vestir, redrecillas para el cabello, sombreros, gorros y tocados, de cualquier material.

C143: Fabricación de artículos de punto y ganchillo.

C1430.01: Producción de tejidos de punto rectilíneos y circulares, con o sin hilados.

C15. Fabricación de cueros y productos conexos.

ANEXO 3

Matriz tabulada de las industrias textiles de la provincia de Bolívar

1. DATOS GENERALES										
	1.1 Provincia	1.1.1 Cantón	1.2 Razón social	1.3 Dirección	1.4 Teléfono	1.5 Correo electrónico	1.6 Página WEB	1.7 Tipo de industria	1.8 categoría industrial	1.9 Organización/sindicato/cámara
1	Bolívar	Echeandía	No	Ezequiel Torres y Maitecón	32970380	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliado
2	Bolívar	Echeandía	Confecciones Maystela	Ezequiel Torres y Ramón Ulloa	991916694	mailly_mery@yahoo.es	No	Familiar	C14	No está afiliada
3	Bolívar	Echeandía	Jhoel Sport	Simón Bolívar y Ángel Polivio Chávez	994559666	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
4	Bolívar	Echeandía	Confecciones Sarita	Simón Bolívar y Sucre	32971108	sarasalazara@hotmail.com	No	Familiar	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
5	Bolívar	Echeandía	Confecciones Johao	Av. 5 de Octubre y Margarita Gordillo	988853219	dario_braulio@hotmail.com	No	Familiar	C14	No está afiliado
6	Bolívar	Echeandía	No	José Miguel Peñaflor y Av. 5 de Octubre	32970954	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
7	Bolívar	Echeandía	Confecciones Inesita	José Miguel Peñaflor y Av. 5 de Octubre	985677533	melva_alvarado21@hotmail.com	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
8	Bolívar	Echeandía	Confecciones Nathaly	13 de Agosto y Lucho Escudero	989975560	No	No	Familiar	C14	No está afiliada
9	Bolívar	Echeandía	Confecciones Thaly	Calle 10 de Agosto	981117856	zpunina@yahoo.com	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
10	Bolívar	Echeandía	Confecciones Marpa	Av. 5 de Octubre y Arquitecto Noriega	32970550	No	No	Familiar	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
11	Bolívar	Echeandía	Confecciones Paolita	Av. 5 de Octubre y Arquitecto Noriega	979616378	No	No	Familiar	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
12	Bolívar	Echeandía	Confecciones Carolina	Ciudadela El Paraíso	32970618	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
13	Bolívar	Echeandía	No	Ciudadela Mirador Alto	980730673	marcesanti1969@yahoo.com	No	Unipersonal	C14	Pertenece al gremio de la Confección Cosmopolita de los Ríos
14	Bolívar	Echeandía	Taller Charito	Ramón Ulloa y Margarita Gordillo	939636437	chevitanaranjo@hotmail.com	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
15	Bolívar	Echeandía	Confecciones María José	Sector Las Cañas	968295883	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
16	Bolívar	Echeandía	Confecciones Sarita	Ramón Ulloa y Ángel Polivio Chávez	967066335	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Asociación 26 de Julio de Echeandía
17	Bolívar	Echeandía	Confecciones Cristina	Ramón Ulloa y Ángel Polivio Chávez	967066335	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
18	Bolívar	Echeandía	Confecciones Thalia	Simón Bolívar y Gonzales Suarez	967066335	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
19	Bolívar	Echeandía	No	Av. 5 de Octubre y 13 de Agosto	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
20	Bolívar	Echeandía	Sastrería Burgos	Sector Sabanetillas (Av. Rigoberto Uterena)	989771647	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
21	Bolívar	Echeandía	Confecciones Jonathan	Sector Sabanetillas (Manuel Rodríguez)	32647014	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
22	Bolívar	Echeandía	No	Ciudadela El Paraíso	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
23	Bolívar	Echeandía	Creaciones Brazilia	Simón Bolívar y Gonzales Suarez	986780316	No	No	Unipersonal	C15	No está afiliado
24	Bolívar	Echeandía	No	Ramón Ulloa y Ezequiel Torres	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
25	Bolívar	Caluma	Confecciones Anahí	Roberto Solano y Av. Héroes del Cenepa	990693902	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
26	Bolívar	Caluma	Sastrería El Buen Vestir	23 de agosto y Viniño Noboa	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta de Artesanos de Sastreres de Bolívar
27	Bolívar	Caluma	Modistería Maribel	Av. Elías Fierro	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
28	Bolívar	Caluma	No	Av. Héroes del Cenepa y Anarcarsis Camacho	981068650	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Asociación de Artesanos de Caluma
29	Bolívar	Caluma	Confecciones Carmita	Anarcarsis Camacho y Roberto Solano	997590394	No	No	Familiar	C14	No está afiliada
30	Bolívar	Caluma	Confecciones Jeneith Sport	Lectorio Benavides	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
31	Bolívar	Caluma	No	Av. La Naranja y Anarcarsis Camacho	993279598	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
32	Bolívar	Caluma	Modas Charito	Av. Elías Fierro (Barrio San Vicente)	32974059	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
33	Bolívar	Caluma	Nelly's Collections	Segundo Figueroa y Pedro Monar	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
34	Bolívar	Caluma	Modas Carmita	Av. Héroes del Cenepa y Av. Elías Fierro	990194856	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
35	Bolívar	Caluma	No	Av. Héroes del Cenepa y Av. Elías Fierro	997034823	vilmaruliz1790@outlook.com	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
36	Bolívar	Caluma	Modas Cecibel	Av. La Naranja	979724952	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Asociación de Artesanos de Caluma
37	Bolívar	Caluma	Deportes Tróisis	Av. Héroes del Cenepa y Av. Elías Fierro	32975210	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Asociación de Artesanos de Caluma
38	Bolívar	Caluma	Sastrería La Nueva Oja	Av. Elías Fierro	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
39	Bolívar	Caluma	Sastrería Gavilán	Humberto del Pozo	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliado
40	Bolívar	Caluma	Confecciones Nayomi	Moraima Carvajal y Viniño Noboa	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
41	Bolívar	Caluma	No	Humberto del Pozo	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
42	Bolívar	Caluma	No	Av. Héroes del Cenepa y Twinza	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
43	Bolívar	Las Naves	No	10 de Agosto y Manuel Verdezoto	32658038	linayala@hotmail.com	No	Familiar	C14	No está afiliada
44	Bolívar	Las Naves	No	10 de Agosto y 12 de Octubre	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Asociación de Artesanos 29 de agosto de Las Naves
45	Bolívar	Las Naves	Confecciones Mathews	Sector Mercado de Viernes	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Asociación de Artesanos 29 de agosto de Las Naves
46	Bolívar	Las Naves	Confecciones María	10 de Agosto y 12 de Octubre	32658238	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
47	Bolívar	Las Naves	Confecciones Joao	Simón Rashid y Juan Bonilla	32658139	lynker_p@hotmail.com	No	Familiar	C14	No está afiliado
48	Bolívar	Las Naves	Confecciones Victor	Principal y Bolívar	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
49	Bolívar	Guaranda	Modas Marianita	Av. Cándido Rada y Salinas	997279173	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
50	Bolívar	Guaranda	No	Av. Cándido Rada y Salinas	32981362	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
51	Bolívar	Guaranda	No	Salinas y Azuay	32982381	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliado
52	Bolívar	Guaranda	Confecciones Yolita	7 de Mayo y Selva Alegre	985724335	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
53	Bolívar	Guaranda	Confecciones Saltos	7 de Mayo y Rocafuerte	989797627	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliado
54	Bolívar	Guaranda	Sastrería "La Nueva Moda"	10 de agosto y 7 de mayo	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
55	Bolívar	Guaranda	Confecciones Cecilia	Mario Paredes	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Asociación de Modistas de Guaranda
56	Bolívar	Guaranda	Sastrería Don Pepito	Rocafuerte y Convención de 1884	97656296	No	No	Familiar	C14	Pertenece al Gremio de Sastreres y Modistas de Guaranda
57	Bolívar	Guaranda	Confecciones Bolívar	7 de Mayo y Espejo	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliado
58	Bolívar	Guaranda	Joes Mody Sport	Espejo y 7 de Mayo	32984171	No	No	Familiar	C14	No está afiliada
59	Bolívar	Guaranda	Modistería Teresita	7 de mayo y espejo	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
60	Bolívar	Guaranda	Boligol	Convención de 1884 y Manuela Cañizares	32981706	boligol@hotmail.com	No	Familiar	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
61	Bolívar	Guaranda	Confecciones Andrietta Sport	Maldonado y Convención de 1884	999706646	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
62	Bolívar	Guaranda	Sastrería La Elegancia	7 de Mayo y Manuela Cañizares	32981083	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliado
63	Bolívar	Guaranda	Bordados Y Estampados John Fama	Manuela Cañizares y 7 de Mayo	32982095	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliado
64	Bolívar	Guaranda	Sastrería Jonathan	Convención de 1884 y Selva Alegre	999770593	No	No	Familiar	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolívar
65	Bolívar	Guaranda	No	Gabriel Ignacio Veintimilla	No	No	No	Familiar	C14	No está afiliado
66	Bolívar	Guaranda	Creaciones Granja	Convención de 1884 y Manuela Cañizares	32984732	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliado
67	Bolívar	Guaranda	Confecciones Clarita	Selva Alegre y Salinas	980275975	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
68	Bolívar	Guaranda	Bordis Grat Diseños & Bordados	Sucre y Azuay	32982289	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliado
69	Bolívar	Guaranda	Confecciones Mollirex	Selva Alegre y Pichincha	32984366	lusini@yahoo.ec	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Asociación de Modistas de Bolívar
70	Bolívar	Guaranda	Clinica del Asiento	Selva Alegre y Coronel García	990454888	No	No	Unipersonal	C13	No está afiliado
71	Bolívar	Guaranda	Bazar Hnos. Bucheli	Pichincha y García Moreno	997072491	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
72	Bolívar	Guaranda	Creaciones Rocío	Antigua Colombia y 10 de Agosto	32985777	rociobayasmorejon@yahoo.es	No	Unipersonal	C14	Presidenta de la Asociación de Modistas y Afines de Bolívar
73	Bolívar	Guaranda	Lanas Y Algo Más	10 de Agosto entre Pichincha y Sucre	32983599	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
74	Bolívar	Guaranda	No	Olmedo y Pichincha	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece al Gremio de Sastreres y Modistas de Bolívar

75	Bolivar	Guaranda	Samis Sport	Coronel Garcia y Olmedo	967147543	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Asociación de Modistas de Bolivar
76	Bolivar	Guaranda	D° Class Decoración	Coronel Garcia y Rocafuerte	32983541	No	No	Unipersonal	C13	Pertenece a la Asociación de Artesanos de Bolivar
77	Bolivar	Guaranda	Rocafuerte y Sucre	Confecciones La Moda al Día Dayanita	986612325	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Asociación de Artesanos de Bolivar
78	Bolivar	Guaranda	Decoraciones Hall	10 de abril y Manuela Cañizares	No	No	No	Unipersonal	C13	No está afiliada
79	Bolivar	Guaranda	Calzado La Moda al Día	Olmedo y Sucre	32984261	No	No	Unipersonal	C15	Presidente del Gremio de Zapateros de Guaranda
80	Bolivar	Guaranda	Confecciones El Figurín	Sucre y General Salazar	32980510	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece al Gremio de Modistas de Guaranda
81	Bolivar	Guaranda	No	Convención de 1884 y General Salazar	32984638	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
82	Bolivar	Guaranda	Tapicería Mason	Rocafuerte y Convención de 1884	32982318	No	No	Familiar	C13	No está afiliada
83	Bolivar	Guaranda	Rui Carvani	García Moreno y Sucre	998685395	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolivar
84	Bolivar	Guaranda	Ropa Y Artesanías Pachita	García Moreno y General Enriquez	999657963	olga_74@hotmail.com	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
85	Bolivar	Guaranda	Variedades Lumitex	Jose Mario Silva y Che Guevara (Guanaju)	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
86	Bolivar	Guaranda	No	García Moreno y Av. Elisa Mariño de Carvajal	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
87	Bolivar	Guaranda	Modas Noelia	10 de Agosto y Eloy Alfaro	32982731	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
88	Bolivar	Guaranda	Casa de la Cortina	Av. Elisa Mariño de Carvajal y Eloy Alfaro	32981030	No	No	Familiar	C13	Pertenece al Gremio de Sastres y Modistas de Guaranda
89	Bolivar	Guaranda	Auto Lujos	Av. Elisa Mariño de Carvajal y Eloy Alfaro	979787568	No	No	Unipersonal	C13	No está afiliada
90	Bolivar	Guaranda	No	Av. Cándido Rada y Joaquín Galarza	997759669	No	No	Familiar	C13	No está afiliada
91	Bolivar	Guaranda	Decoraciones Paredes	Av. Cándido Rada y Joaquín Galarza	32982424	No	No	Unipersonal	C13	No está afiliada
92	Bolivar	Guaranda	No	Manuela Cañizares y Antigua Colombia	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolivar
93	Bolivar	Guaranda	No	Che Guevara (parroquia Guanaju)	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
94	Bolivar	Guaranda	Confecciones El Idolo	Simón Bolívar y Juan José Flores	32206336	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
95	Bolivar	Guaranda	No	Carabobe	967284733	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
96	Bolivar	Guaranda	Confecciones Paola	Simón Bolívar y Manuel Verdezoto (Guanaju)	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Asociación de Modistas de Bolivar
97	Bolivar	Guaranda	Cortifer Decoraciones	Eloy Alfaro	32985509	luisferimga@hotmail.com	No	Familiar	C13	No está afiliada
98	Bolivar	Guaranda	Confecciones Sachita	Azuay y Morayma Ofir C.	981413142	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
99	Bolivar	Guaranda	Telabartería El Chegra	Av. Cándido Rada (Salida a Ambato)	985153285	No	No	Familiar	C15	No está afiliada
100	Bolivar	Guaranda	Creaciones Pekarina Sport	Av. Cándido Rada (Salida a Ambato)	988287017	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
101	Bolivar	Guaranda	Artesanías Cacique	Av. La Prensa y Galo Vascones	32984064	No	No	Familiar	C14	No está afiliada
102	Bolivar	Guaranda	Sastrería Benigno	Selva Alegre y Convención de 1884	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
103	Bolivar	Guaranda	Confecciones Deportivas Molina Sport	Luis Amelio Gonzalez (Los Triguales)	32982900	No	No	Familiar	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolivar
104	Bolivar	Guaranda	Amalfer Sport	Av. Guayaquil y Av. Cándido Rada	32985262	amafersport@hotmail.com	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolivar
105	Bolivar	Guaranda	Confecciones Maribel	Parroquia Guanaju	980438363	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
106	Bolivar	Guaranda	Confecciones Deportivas Divino Niño	Av. Elisa Mariño y 23 de Abril	989936197	No	No	Unipersonal	C14	En proceso de afiliación a la Junta de Artesanos de Bolivar
107	Bolivar	Guaranda	No	Av. Guayaquil y Av. Cándido Rada	32985081	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
108	Bolivar	Guaranda	Confecciones Escarlet	Av. Elisa Mariño y Morayma Ofir	969567669	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolivar
109	Bolivar	Guaranda	Asociación De Desarrollo Social Simiatug Samal	Parroquia Simiatug	969530533	acuai.simiatug@hotmail.com	www.simiatug.com	Sociedad no familiar	C13	Asociación de Desarrollo Social Simiatug Samal
110	Bolivar	Guaranda	Confecciones Blanquita	Simón Bolívar (parroquia Guanaju)	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
111	Bolivar	Guaranda	Asociación De Desarrollo Social De Salinas Texusal	Parroquia Salinas	32210045	texasal-salinas@hotmail.es	www.texasal.org	Sociedad no familiar	C14	Asociación de artesanas de Salinas (Texasal) de la Corporación Grupo Salinas
112	Bolivar	Guaranda	Hilandería Intercomunal Salinas Funorsal	Parroquia Salinas	32210048	hilanderiasalinas1986@gmail.com	No	Sociedad no familiar	C14	Hilandería Intercomunal Salinas FUNORSAL de la Corporación Grupo Salinas
113	Bolivar	Chimbo	No	Hugo Lara y Manuel Oquendo	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Asociación de Modistas de Bolivar
114	Bolivar	Chimbo	Sebastian Sport	Av. 3 de marzo (frente al hospital)	993880394	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
115	Bolivar	Chimbo	Confecciones Adonan	Av. 10 de agosto y Eloy Alfaro	985129432	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
116	Bolivar	Chimbo	No	Guayas y Veintimillas	985962048	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
117	Bolivar	Chimbo	No	Guayas y Veintimillas	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
118	Bolivar	Chimbo	No	Guayas y Veintimillas	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Asociación de Modistas y Afines de Bolivar
119	Bolivar	Chimbo	No	3 de marzo y Eloy Alfaro	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
120	Bolivar	Chimbo	Confecciones Omay	Circunvalación (entrada a Zaranga)	32630101	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Asociación de Modistas y Afines de Bolivar
121	Bolivar	Chimbo	No	Veintimillas y Guayas	980501328	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
122	Bolivar	Chimbo	Sastrería "El Buen Vestir"	Miraflores y Oswaldo Hurtado	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
123	Bolivar	San Miguel	Casa Deportiva San Miguel	Circunvalación y Rafael Barsallo	32989515	pedrovalverde1959@yahoo.es	No	Familiar	C14	Pertenece al Gremio de Artesanos de Bolivar
124	Bolivar	San Miguel	Confecciones Maria	Guayas y Reinaldo Arguello	32650350	No	No	Familiar	C14	No está afiliada (Pertenece al Programa Hilando el Desarrollo)
125	Bolivar	San Miguel	No	Pichincha y Eloy Alfaro	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
126	Bolivar	San Miguel	Confecciones Sentenario	Eloy Alfaro y Teniente Coronel	32650066	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
127	Bolivar	San Miguel	No	Pedro Carbo y Juan Pio de Mora	986828472	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
128	Bolivar	San Miguel	No	Guayas y Olmedo	984557910	kevinbran.1982@outlook.com	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
129	Bolivar	San Miguel	No	Guayas y Sucre	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
130	Bolivar	San Miguel	No	Pichincha y Bolívar	980537132	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
131	Bolivar	San Miguel	No	Pedro Carbo y Gonzales Suarez	993027377	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
132	Bolivar	San Miguel	No	Av. Circunvalación y Juan Pio de Mora	32987730	No	No	Familiar	C14	No está afiliada
133	Bolivar	San Miguel	Confecciones Deportivas Mishell	Pedro Carbo y Circunvalación	988114692	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolivar
134	Bolivar	San Miguel	No	Regulo de Mora y Segundo Bram	969926002	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Asociación de Modistas y Afines de Bolivar
135	Bolivar	San Miguel	No	Juan Pio de Mora y 11 de enero	32217133	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
136	Bolivar	San Miguel	Confecciones Verito	Av. Veintimillas y Sucre	993023483	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
137	Bolivar	San Miguel	Mary Sport	Pedro Carbo y Eloy Alfaro	32650642	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolivar
138	Bolivar	San Miguel	Tejidos Carmy	Pichincha (sector del mercado)	981066993	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
139	Bolivar	San Miguel	No	Av. Veintimillas	No	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolivar
140	Bolivar	Chillanes	No	Ángel Verdezoto y Eudoro Hinojosa	32978398	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolivar
141	Bolivar	Chillanes	No	Sector del Hospital	988337416	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
142	Bolivar	Chillanes	Sastrería J & L	García Moreno y Bolívar	996168002	No	No	Unipersonal	C14	Pertenece a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano de Bolivar
143	Bolivar	Chillanes	No	García Moreno y Ezequiel Torres	No	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
144	Bolivar	Chillanes	No	Salida a la costa (Bucay)	995942365	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada
145	Bolivar	Chillanes	Novedades Gaby	Guayas y Bolívar	32978027	No	No	Unipersonal	C14	No está afiliada

2. CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA														2.5 PLAN OPERATIVO ANUAL				2.6 PORCENTAJE CUMPLIMIENTO POA				
2.1 FILOSOFÍA EMPRESARIAL				2.2 INSTRUMENTOS ORGANIZATIVOS					2.3 TIPO DE LIDERAZGO		2.4 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA				2.5 PLAN OPERATIVO ANUAL				2.6 PORCENTAJE CUMPLIMIENTO POA			
No.	2.1.1 Misión	2.1.2 Visión	2.1.3 Valores	2.1.4 Cultura organizacional	2.2.1 Organiz. estructural	2.2.2 Reglam. Interno	2.2.3 Manual funciones	2.2.4 Manual procesos	2.2.5 Otros	2.3.1 Autor. Vertical	S/NO	2.4.1 Respuesta positiva				2.4.2 Respuesta negativa	S/NO	2.5.1 Respuesta positiva			Porcentaje	
												2.4.1.1	2.4.1.2	2.4.1.3	2.4.1.4 Otros			2.5.1.1	2.5.1.2	2.5.1.3		2.5.1.4 Otros
1	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
2	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Democrático - Dirigido	NO	99	99	99	99	Planificación empírica	NO	99	99	99	99	99
3	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación cualitativa	NO	99	99	99	99	99
4	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación empírica	NO	99	99	99	99	99
5	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Democrático - Dirigido	NO	99	99	99	99	Autogestión y trabajo en equipo	NO	99	99	99	99	99
6	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
7	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación cualitativa	NO	99	99	99	99	99
8	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Democrático - Dirigido	NO	99	99	99	99	Planificación empírica	NO	99	99	99	99	99
9	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
10	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Democrático - Dirigido	NO	99	99	99	99	Planificación empírica	NO	99	99	99	99	99
11	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación empírica	NO	99	99	99	99	99
12	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación cualitativa	NO	99	99	99	99	99
13	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Autogestión y apoyo social (RD)	NO	99	99	99	99	99
14	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
15	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Democrático - Dirigido	NO	99	99	99	99	Planificación cualitativa	NO	99	99	99	99	99
16	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación empírica	NO	99	99	99	99	99
17	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Autogestión	NO	99	99	99	99	99
18	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Autogestión	NO	99	99	99	99	99
19	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
20	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación cualitativa	NO	99	99	99	99	99
21	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Autogestión en las principales ciudades	NO	99	99	99	99	99
22	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación según los pedidos	NO	99	99	99	99	99
23	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
24	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación empírica	NO	99	99	99	99	99
25	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Democrático - Dirigido	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
26	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
27	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación cualitativa	NO	99	99	99	99	99
28	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
29	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Democrático - Dirigido	NO	99	99	99	99	Planificación empírica	NO	99	99	99	99	99
30	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planifica según los pedidos	NO	99	99	99	99	99
31	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
32	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación cualitativa	NO	99	99	99	99	99
33	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación cualitativa	NO	99	99	99	99	99
34	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación empírica	NO	99	99	99	99	99
35	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
36	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planifica según los pedidos	NO	99	99	99	99	99
37	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación empírica	NO	99	99	99	99	99
38	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
39	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planifica según los pedidos	NO	99	99	99	99	99
40	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Democrático - Dirigido	NO	99	99	99	99	Planificación empírica	NO	99	99	99	99	99
41	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación cualitativa	NO	99	99	99	99	99
42	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
43	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación empírica	NO	99	99	99	99	99
44	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal según pedidos	NO	99	99	99	99	99
45	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal según pedidos	NO	99	99	99	99	99
46	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal según pedidos	NO	99	99	99	99	99
47	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación cualitativa	NO	99	99	99	99	99
48	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal según pedidos	NO	99	99	99	99	99
49	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación cualitativa a base de experiencia	NO	99	99	99	99	99
50	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal basado en precios bajos	NO	99	99	99	99	99
51	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planifica según los pedidos	NO	99	99	99	99	99
52	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación empírica	NO	99	99	99	99	99
53	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
54	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
55	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación cualitativa según pedidos de venta	NO	99	99	99	99	99
56	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Democrático - Dirigido	NO	99	99	99	99	Planificación empírica y grupal consensuado	NO	99	99	99	99	99
57	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación empírica según su ingenio	NO	99	99	99	99	99
58	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
59	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal según pedidos	NO	99	99	99	99	99
60	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Participativo - Horizontal	NO	99	99	99	99	Planificación empírica en base a la autogestión	NO	99	99	99	99	99
61	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación cualitativa a base de estrategias	NO	99	99	99	99	99
62	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal	NO	99	99	99	99	99
63	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal por autogestión	NO	99	99	99	99	99
64	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Democrático - Dirigido	NO	99	99	99	99	Planifica a base de políticas cualitativas	NO	99	99	99	99	99
65	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Democrático - Dirigido	NO	99	99	99	99	Planificación cualitativa	NO	99	99	99	99	99
66	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal con satisfacción al cliente	NO	99	99	99	99	99
67	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación empírica a base de experiencia	NO	99	99	99	99	99
68	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación cualitativa no documentada	NO	99	99	99	99	99
69	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal e improvisada	NO	99	99	99	99	99
70	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación empírica brindando producto de calidad	NO	99	99	99	99	99
71	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal y creativa	NO	99	99	99	99	99
72	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Democrático - Dirigido	NO	99	99	99	99	Planificación empírica	NO	99	99	99	99	99
73	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Autocrático - Vertical	NO	99	99	99	99	Planificación informal sin políticas cuantitativas	NO	99	99	99	99</	

4. ÁREA DE MARKETING													
1. MARCAS PROPIA	4.2 NOMBRE DE MARCA	4.3 REGISTRO IEPÍ		4.4 DIFERENCIACIÓN DE MARCA		4.5 MERCADO:			4.6 VOLUMEN DE VENTAS			4.7 CANAL DE COMERCIALIZACIÓN	
		S/NO	4.3.1 Respuesta negativa	S/NO	4.4.1 Estrategia utilizada	Local	Nacional	Internacional	Local	Nacional	Internacional		
						Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Valor	Valor	Valor		
1	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 900,00	\$ -	\$ -	Directo	
2	NO			SI	Producto de calidad y buen acabado	100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.400,00	\$ -	\$ -	Directo	
3	SI	Jhoel Sport	NO	1	NO	60,00%	40,00%	0,00%	\$ 2.880,00	\$ 4.320,00	\$ -	Directo	
4	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 15.000,00	\$ -	\$ -	Directo	
5	SI	T & Confecciones Johao	NO	1	NO	20,00%	80,00%	0,00%	\$ 1.000,00	\$ 4.000,00	\$ -	Mixto	
6	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 1.600,00	\$ -	\$ -	Directo	
7	NO			NO		30,00%	70,00%	0,00%	\$ 900,00	\$ 2.100,00	\$ -	Mixto	
8	SI	Confecciones Nathaly	NO	1	SI	Etiqueta con # telefonico y producto con M.P. de calidad	20,00%	80,00%	0,00%	\$ 1.080,00	\$ 4.320,00	\$ -	Mixto
9	SI	Confecciones Thaly	NO	1	SI	Etiqueta con # telefonico y producto con M.P. de calidad	0,00%	100,00%	0,00%	\$ -	\$ 5.000,00	\$ -	Indirecto
10	SI	Confecciones Marpa	NO	1	NO		0,00%	100,00%	0,00%	\$ -	\$ 34.000,00	\$ -	Indirecto
11	SI	Confecciones Paolita	NO	1	SI	Visita a distribuidores con productos de calidad	0,00%	100,00%	0,00%	\$ -	\$ 14.500,00	\$ -	Indirecto
12	SI	Confecciones Carolina	NO	1	NO		0,00%	100,00%	0,00%	\$ -	\$ 16.800,00	\$ -	Indirecto
13	SI	Rosa Guall	NO	1	NO		0,00%	100,00%	0,00%	\$ -	\$ 13.000,00	\$ -	Directo
14	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 4.500,00	\$ -	\$ -	Directo	
15	SI	Confecciones María Jose	NO	1	SI	Diseños nuevos, precios comodos y visitando negocios y distribuidores	0,00%	100,00%	0,00%	\$ -	\$ 90.000,00	\$ -	Indirecto
16	SI	Confecciones Sarita	NO	1	SI	Publicidad en radio, acabados de calidad y entrega a tiempo	25,00%	75,00%	0,00%	\$ 11.500,00	\$ 34.500,00	\$ -	Indirecto
17	SI	Confecciones Cristina	NO	1	SI	Publicidad y mención en calidad del producto final	10,00%	90,00%	0,00%	\$ 2.300,00	\$ 20.700,00	\$ -	Indirecto
18	SI	Confecciones Thalia	NO	1	SI	Etiqueta con # telefonico y producto con M.P. de calidad	20,00%	80,00%	0,00%	\$ 5.400,00	\$ 21.600,00	\$ -	Indirecto
19	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 5.800,00	\$ -	\$ -	Directo	
20	SI	Marca Burgos	NO	1	NO		20,00%	80,00%	0,00%	\$ 1.440,00	\$ 5.760,00	\$ -	Directo
21	NO			SI	Prendas con M.P. de primera y buscando mercado en guayaquil.	30,00%	70,00%	0,00%	\$ 3.150,00	\$ 7.350,00	\$ -	Mixto	
22	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 8.400,00	\$ -	\$ -	Directo	
23	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 18.000,00	\$ -	\$ -	Directo	
24	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.000,00	\$ -	\$ -	Directo	
25	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 6.000,00	\$ -	\$ -	Directo	
26	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.700,00	\$ -	\$ -	Directo	
27	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 4.200,00	\$ -	\$ -	Directo	
28	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 4.700,00	\$ -	\$ -	Directo	
29	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 4.200,00	\$ -	\$ -	Directo	
30	SI	Confecciones Jannet Sport	NO	1	SI	Publicidad en radio y estrategia de precios para instituciones	90,00%	10,00%	0,00%	\$ 4.770,00	\$ 530,00	\$ -	Directo
31	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 8.200,00	\$ -	\$ -	Directo	
32	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 5.300,00	\$ -	\$ -	Directo	
33	SI	Confecciones Doménica	NO	1	SI	Productos con M.P. de calidad y vistas a negocios	25,00%	75,00%	0,00%	\$ 1.625,00	\$ 4.875,00	\$ -	Mixto
34	NO	Marca prestada			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 1.000,00	\$ -	\$ -	Directo
35	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.000,00	\$ -	\$ -	Directo	
36	NO			NO		50,00%	45,00%	5,00%	\$ 6.250,00	\$ 5.625,00	\$ 625,00	Directo	
37	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 37.000,00	\$ -	\$ -	Directo	
38	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 2.850,00	\$ -	\$ -	Directo	
39	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.800,00	\$ -	\$ -	Directo	
40	SI	Confecciones Niyomi	NO	1	SI	Estrategia de precios y roductos de calidad	70,00%	30,00%	0,00%	\$ 3.640,00	\$ 1.560,00	\$ -	Directo
41	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 4.800,00	\$ -	\$ -	Directo	
42	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 2.400,00	\$ -	\$ -	Directo	
43	NO			SI	Productos de excelencia con M.P. de calidad y buen acabado	100,00%	0,00%	0,00%	\$ 8.800,00	\$ -	\$ -	Directo	
44	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 5.500,00	\$ -	\$ -	Directo	
45	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 4.000,00	\$ -	\$ -	Directo	
46	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.200,00	\$ -	\$ -	Directo	
47	NO			SI	Productos de excelencia con M.P. de calidad y buen acabado	95,00%	5,00%	0,00%	\$ 3.040,00	\$ 160,00	\$ -	Directo	
48	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 2.800,00	\$ -	\$ -	Directo	
49	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 2.000,00	\$ -	\$ -	Directo	
50	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 1.800,00	\$ -	\$ -	Directo	
51	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 1.000,00	\$ -	\$ -	Directo	
52	NO			SI	Productos de calidad y precios acorde a las necesidades del cliente	100,00%	0,00%	0,00%	\$ 1.200,00	\$ -	\$ -	Directo	
53	SI	Confecciones Saltos	NO		NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 1.700,00	\$ -	\$ -	Directo
54	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.850,00	\$ -	\$ -	Directo	
55	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 4.200,00	\$ -	\$ -	Directo	
56	NO			NO		90,00%	10,00%	0,00%	\$ 2.250,00	\$ 250,00	\$ -	Directo	
57	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.000,00	\$ -	\$ -	Directo	
58	NO			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 5.000,00	\$ -	\$ -	Directo	

113	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 1.250,00	\$ -	\$ -	Directo
114	SI	Creaciones y moda Sebastian Sport			SI	Publicidad en radio Satelital y producto con MP. de calidad	90,00%	10,00%	0,00%	\$ 7.830,00	\$ 870,00	\$ -	Directo
115	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.800,00	\$ -	\$ -	Directo
116	SI	Betty Jimenez	NO	1	NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 8.400,00	\$ -	\$ -	Directo
117	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 2.880,00	\$ -	\$ -	Directo
118	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.700,00	\$ -	\$ -	Directo
119	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 6.300,00	\$ -	\$ -	Directo
120	NO	-----			NO		95,00%	5,00%	0,00%	\$ 3.990,00	\$ 210,00	\$ -	Directo
121	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 1.800,00	\$ -	\$ -	Directo
122	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.360,00	\$ -	\$ -	Directo
123	SI	Casa Deportiva San Miguel	NO	3	SI	Prendas con MP. de calidad y buen acabado, publicidad en rotulos	60,00%	40,00%	0,00%	\$ 72.000,00	\$ 48.000,00	\$ -	Directo
124	SI	Confecciones Maria	NO	1	NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 12.000,00	\$ -	\$ -	Directo
125	NO	-----			NO		30,00%	70,00%	0,00%	\$ 1.080,00	\$ 2.520,00	\$ -	Directo
126	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 6.350,00	\$ -	\$ -	Directo
127	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.600,00	\$ -	\$ -	Directo
128	SI	Kevin	NO	1	NO		90,00%	10,00%	0,00%	\$ 20.700,00	\$ 2.300,00	\$ -	Directo
129	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.400,00	\$ -	\$ -	Directo
130	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 5.040,00	\$ -	\$ -	Directo
131	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 4.600,00	\$ -	\$ -	Directo
132	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 19.500,00	\$ -	\$ -	Directo
133	NO	-----			NO		80,00%	20,00%	0,00%	\$ 5.200,00	\$ 1.300,00	\$ -	Directo
134	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 2.280,00	\$ -	\$ -	Directo
135	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 840,00	\$ -	\$ -	Directo
136	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 7.200,00	\$ -	\$ -	Directo
137	SI	Mary Sport	NO	1	NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 8.500,00	\$ -	\$ -	Directo
138	NO	-----			SI	Estrategia de precios y atrae clientes enseñando a tejer	100,00%	0,00%	0,00%	\$ 6.600,00	\$ -	\$ -	Directo
139	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.500,00	\$ -	\$ -	Directo
140	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.600,00	\$ -	\$ -	Directo
141	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 2.800,00	\$ -	\$ -	Directo
142	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.600,00	\$ -	\$ -	Directo
143	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 2.900,00	\$ -	\$ -	Directo
144	NO	-----			NO		100,00%	0,00%	0,00%	\$ 3.000,00	\$ -	\$ -	Directo
145	NO	-----			NO		90,00%	10,00%	0,00%	\$ 2.430,00	\$ 270,00	\$ -	Directo

5. FINANCIERO-CONTABLE

5.1 UTILIDAD 2014		5.2 UTILIDADES GENERADAS 2014					5.3 DESTINO DE LA INVERSIÓN					5.4 FUENTES DE FINANCIAMIENTO			
SI/NO	5.2.1 Repartición dividendos con accionistas	5.2.2 Incremento del patrimonio	5.2.3 Reinversión en activos	5.2.4 Pago de obligaciones	5.2.5 Otros	Especifique	5.3.1 Producción	5.3.2 Capacitación	5.3.3 Activos fijos productivos	5.3.4 Sistemas informáticos	5.3.5 Otros	Especifique	Fuente	5.4.6 Otros (Nombrar)	
							Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje				Porcentaje
1	SI	0,00%	18,00%	0,00%	2,00%	80,00%	Gastos personales y familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11		
2	SI	0,00%	0,00%	40,00%	20,00%	40,00%	Gastos de educación y personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11		
3	SI	0,00%	10,00%	0,00%	30,00%	60,00%	Gastos sueldos y personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	Aporte del esposo	
4	SI	0,00%	30,00%	0,00%	40,00%	30,00%	Gastos familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12		
5	SI	0,00%	20,00%	0,00%	50,00%	30,00%	Gastos familiares, educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	Crédito sin intereses por su proveedor	
6	SI	0,00%	20,00%	0,00%	20,00%	60,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12		
7	SI	0,00%	10,00%	0,00%	30,00%	60,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12		
8	SI	0,00%	5,00%	50,00%	15,00%	30,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
9	SI	0,00%	20,00%	30,00%	15,00%	35,00%	Gastos familiares y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12		
10	SI	0,00%	20,00%	30,00%	20,00%	30,00%	Gastos varios	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11		
11	SI	0,00%	20,00%	10,00%	20,00%	50,00%	Gastos personales	90,00%	0,00%	10,00%	0,00%	0,00%	11		
12	SI	0,00%	40,00%	10,00%	10,00%	40,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12		
13	SI	0,00%	30,00%	10,00%	10,00%	50,00%	Gastos personales	80,00%	0,00%	20,00%	0,00%	0,00%	12		
14	SI	0,00%	40,00%	0,00%	10,00%	50,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
15	SI	0,00%	0,00%	10,00%	10,00%	80,00%	Gastos personales	70,00%	0,00%	30,00%	0,00%	0,00%	12	Crédito sin intereses por su proveedor	
16	SI	0,00%	50,00%	30,00%	2,00%	18,00%	Gastos personales	80,00%	0,00%	20,00%	0,00%	0,00%	11	Crédito sin intereses por su proveedor	
17	SI	0,00%	20,00%	0,00%	15,00%	65,00%	Gastos personales y familiares	98,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,00%	Publicidad	11	
18	SI	0,00%	60,00%	0,00%	10,00%	30,00%	Gastos personales y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11		
19	SI	0,00%	50,00%	0,00%	5,00%	45,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
20	SI	0,00%	40,00%	15,00%	20,00%	25,00%	Gastos familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12		
21	SI	0,00%	5,00%	10,00%	5,00%	80,00%	Gastos familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
22	SI	0,00%	40,00%	0,00%	10,00%	50,00%	Gastos familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12		
23	SI	0,00%	30,00%	0,00%	10,00%	60,00%	Gastos personales y familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12		
24	SI	0,00%	20,00%	0,00%	10,00%	70,00%	Gastos familiares y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
25	SI	0,00%	20,00%	0,00%	30,00%	50,00%	Gastos personales, estudios de hijos	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
26	SI	0,00%	25,00%	0,00%	15,00%	60,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
27	SI	0,00%	30,00%	0,00%	25,00%	45,00%	Gastos familiares y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
28	SI	0,00%	20,00%	0,00%	20,00%	60,00%	Gastos personales y familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
29	SI	0,00%	10,00%	30,00%	10,00%	50,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10		
30	SI	0,00%	0,00%	40,00%	20,00%	40,00%	Gastos familiares, educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11		
31	SI	0,00%	0,00%	40,00%	10,00%	50,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
32	SI	0,00%	40,00%	0,00%	20,00%	40,00%	Gastos personales y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12		
33	SI	0,00%	40,00%	10,00%	10,00%	40,00%	Gastos personales y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12		
34	SI	0,00%	50,00%	8,00%	2,00%	40,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10		
35	SI	0,00%	0,00%	20,00%	10,00%	70,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10		
36	SI	0,00%	0,00%	25,00%	15,00%	60,00%	Gastos personales y familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
37	SI	0,00%	40,00%	0,00%	5,00%	55,00%	Gastos personales y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11		
38	SI	0,00%	10,00%	0,00%	10,00%	80,00%	Gastos familiares y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12		
39	SI	0,00%	20,00%	0,00%	5,00%	75,00%	Gastos personales y familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
40	SI	0,00%	10,00%	0,00%	30,00%	60,00%	Gastos personales y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10		
41	SI	0,00%	50,00%	0,00%	3,00%	47,00%	Gastos personales y familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	Aporte de su esposo	
42	SI	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	Gastos personales y familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
43	SI	0,00%	0,00%	0,00%	40,00%	60,00%	Gastos personales y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12		
44	SI	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	Gastos personales y pago de letra de vivienda	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12		
45	SI	0,00%	15,00%	0,00%	15,00%	70,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
46	SI	0,00%	0,00%	0,00%	30,00%	70,00%	Gastos personales y familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
47	SI	0,00%	0,00%	0,00%	40,00%	60,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12		
48	SI	0,00%	25,00%	0,00%	15,00%	60,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2		
49	SI	0,00%	30,00%	0,00%	40,00%	30,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10		
50	SI	0,00%	25,00%	0,00%	25,00%	50,00%	Gastos personales, arriendo y estudio	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12		

51	SI	0,00%	40,00%	0,00%	20,00%	40,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
52	SI	0,00%	40,00%	0,00%	20,00%	40,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	Aporte del esposo
53	SI	0,00%	10,00%	20,00%	40,00%	30,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11	
54	SI	0,00%	40,00%	0,00%	20,00%	40,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
55	SI	0,00%	35,00%	0,00%	5,00%	60,00%	Gastos personales, arriendo y estudio	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
56	SI	0,00%	25,00%	0,00%	15,00%	60,00%	Gastos personales y familiares	90,00%	0,00%	10,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10	
57	SI	0,00%	40,00%	0,00%	20,00%	40,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
58	SI	0,00%	10,00%	0,00%	10,00%	80,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
59	SI	0,00%	30,00%	0,00%	5,00%	65,00%	Gastos personales y estudio de hijos	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
60	SI	0,00%	25,00%	0,00%	5,00%	70,00%	Gastos personales y familiares	80,00%	0,00%	20,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	Crédito sin intereses por su proveedor
61	SI	0,00%	20,00%	0,00%	35,00%	45,00%	Gastos personales	75,00%	0,00%	25,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
62	SI	0,00%	40,00%	0,00%	15,00%	45,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
63	SI	0,00%	45,00%	0,00%	15,00%	40,00%	Gastos personales	98,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,00%	0,00%	12	Publicidad en radio
64	SI	0,00%	40,00%	0,00%	20,00%	40,00%	Gastos personales, arriendo y estudio	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
65	SI	0,00%	40,00%	0,00%	10,00%	50,00%	Gastos familiares y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11	
66	SI	0,00%	30,00%	0,00%	30,00%	40,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
67	SI	0,00%	40,00%	0,00%	20,00%	40,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10	
68	SI	0,00%	30,00%	40,00%	10,00%	20,00%	Gastos personales y arriendo	80,00%	0,00%	20,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11	
69	SI	0,00%	65,00%	0,00%	25,00%	10,00%	Gastos personales y estudio	80,00%	0,00%	20,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10	
70	SI	0,00%	60,00%	0,00%	3,00%	37,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
71	SI	0,00%	25,00%	0,00%	20,00%	55,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
72	SI	0,00%	40,00%	0,00%	50,00%	10,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10	
73	SI	0,00%	40,00%	0,00%	15,00%	45,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
74	SI	0,00%	20,00%	0,00%	20,00%	60,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
75	SI	0,00%	20,00%	20,00%	30,00%	30,00%	Gastos personales, arriendo y sueldos	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
76	SI	0,00%	40,00%	0,00%	10,00%	50,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
77	SI	0,00%	45,00%	0,00%	5,00%	50,00%	Gastos personales y estudio	80,00%	0,00%	20,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
78	SI	0,00%	30,00%	0,00%	20,00%	50,00%	Gastos familiares y educación de hijos	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
79	SI	0,00%	40,00%	0,00%	20,00%	40,00%	Gastos personales y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
80	SI	0,00%	40,00%	0,00%	20,00%	40,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
81	SI	0,00%	30,00%	0,00%	20,00%	50,00%	Gastos personales y arriendo	80,00%	0,00%	20,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
82	SI	0,00%	10,00%	12,00%	50,00%	28,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
83	SI	0,00%	40,00%	0,00%	30,00%	30,00%	Gastos personales	99,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,00%	0,00%	2	Crédito sin intereses por su proveedor
84	SI	0,00%	35,00%	0,00%	15,00%	50,00%	Publicidad radio Mativi y arriendo	98,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,00%	0,00%	2	Publicidad
85	SI	0,00%	20,00%	0,00%	10,00%	70,00%	Gastos personales y familiares, arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
86	SI	0,00%	0,00%	20,00%	20,00%	60,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11	
87	SI	0,00%	25,00%	0,00%	30,00%	45,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
88	SI	0,00%	20,00%	0,00%	10,00%	70,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
89	SI	0,00%	30,00%	0,00%	30,00%	40,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
90	SI	0,00%	50,00%	10,00%	0,00%	40,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
91	SI	0,00%	20,00%	20,00%	10,00%	50,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
92	SI	0,00%	40,00%	0,00%	10,00%	50,00%	Gastos familiares y educación de hijo en la U.	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
93	SI	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
94	SI	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
95	SI	0,00%	50,00%	0,00%	10,00%	40,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
96	SI	0,00%	10,00%	0,00%	30,00%	60,00%	Gastos familiares y educación de hijo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
97	SI	0,00%	20,00%	0,00%	40,00%	40,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10	
98	SI	0,00%	0,00%	0,00%	40,00%	60,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10	
99	SI	0,00%	0,00%	0,00%	30,00%	70,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
100	SI	0,00%	0,00%	25,00%	40,00%	35,00%	Gastos personales y familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11	

101	SI	0,00%	10,00%	0,00%	20,00%	70,00%	Gastos personales y familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
102	SI	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
103	SI	0,00%	20,00%	0,00%	30,00%	50,00%	Gastos personales y familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
104	SI	0,00%	0,00%	40,00%	25,00%	35,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
105	SI	0,00%	0,00%	0,00%	40,00%	60,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
106	SI	0,00%	20,00%	0,00%	10,00%	70,00%	Gastos personales y familiares	60,00%	0,00%	40,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11	
107	SI	0,00%	10,00%	0,00%	40,00%	50,00%	Gastos personales y familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
108	SI	0,00%	0,00%	0,00%	30,00%	70,00%	Arriendo, educación y gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
109	SI	0,00%	0,00%	0,00%	70,00%	30,00%	Para la empresa	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10	
110	SI	0,00%	0,00%	0,00%	10,00%	90,00%	Gastos familiares, educación y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	Aporte del esposo
111	SI	0,00%	0,00%	0,00%	10,00%	90,00%	Regalos, aguinaldos a las socias y mejoras	90,00%	10,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
112	SI	0,00%	0,00%	70,00%	10,00%	20,00%	Mantenimiento de maquinaria	70,00%	10,00%	20,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
113	SI	0,00%	30,00%	0,00%	30,00%	40,00%	Gastos personales y familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
114	SI	0,00%	0,00%	0,00%	10,00%	90,00%	Gastos personales, educación y pago de crédito	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
115	SI	0,00%	30,00%	20,00%	20,00%	30,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
116	SI	0,00%	30,00%	0,00%	20,00%	50,00%	Gastos personales, arriendo y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
117	SI	0,00%	20,00%	0,00%	20,00%	60,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
118	SI	0,00%	35,00%	0,00%	25,00%	40,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
119	SI	0,00%	15,00%	0,00%	40,00%	45,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
120	SI	0,00%	15,00%	0,00%	15,00%	70,00%	Gastos familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
121	SI	0,00%	45,00%	0,00%	15,00%	40,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
122	SI	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	Gastos personales y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
123	SI	0,00%	30,00%	0,00%	30,00%	40,00%	Gastos familiares y pago de crédito	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11	Crédito sin intereses por su proveedor
124	SI	0,00%	20,00%	0,00%	40,00%	40,00%	Gastos personales y familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
125	SI	0,00%	0,00%	0,00%	40,00%	60,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
126	SI	0,00%	40,00%	0,00%	20,00%	40,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
127	SI	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	Gastos personales, arriendo y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
128	SI	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
129	SI	0,00%	25,00%	0,00%	15,00%	60,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
130	SI	0,00%	0,00%	0,00%	40,00%	60,00%	Gastos personales, arriendo y educación	75,00%	0,00%	25,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
131	SI	0,00%	10,00%	0,00%	25,00%	65,00%	Gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
132	SI	0,00%	25,00%	0,00%	30,00%	45,00%	Gastos personales y renta de la casa	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
133	SI	0,00%	20,00%	0,00%	40,00%	40,00%	Gastos personales, arriendo y pago de crédito	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
134	SI	0,00%	0,00%	0,00%	15,00%	85,00%	Gastos familiares y medicinas	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
135	SI	0,00%	30,00%	0,00%	10,00%	60,00%	Gastos familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
136	SI	0,00%	25,00%	0,00%	10,00%	65,00%	Gastos familiares y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
137	SI	0,00%	0,00%	0,00%	40,00%	60,00%	Sueldo, arriendo y gastos personales	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11	
138	SI	0,00%	20,00%	0,00%	40,00%	40,00%	Gastos familiares y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12	
139	SI	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	Gastos personales y familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
140	SI	0,00%	0,00%	0,00%	5,00%	95,00%	Gastos familiares y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
141	SI	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	Gastos familiares, arriendo y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
142	SI	0,00%	30,00%	0,00%	30,00%	40,00%	Consumo personal y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
143	SI	0,00%	40,00%	0,00%	10,00%	50,00%	Gastos personales, arriendo y educación	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
144	SI	0,00%	30,00%	0,00%	10,00%	60,00%	Gastos familiares	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	
145	SI	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	Gastos personales y arriendo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	

6. RECURSOS HUMANOS																													
	6.1 PERSONAL			6.2 NIVEL DE FORMACIÓN DEL PERSONAL																				6.3 CAPACITACIONES REALIZADAS		6.4 UNID SALUD OCUP. Y RIESGO LABORAL.	6.5 EVALUACIÓN DESEMPEÑO		
	Operat.	Admin.	Total	Producción					Marketing					Financiero					Recursos Humanos					Nro.	Valor				
				EB	EBA	EU	TN	TP	EB	EBA	EU	TN	TP	EB	EBA	EU	TN	TP	EB	EBA	EU	TN	TP						
1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO
2	1	1	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	SI
3	1	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO
4	2	2	4	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
5	2	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
6	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
7	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
8	2	1	3	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
9	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
10	3	1	4	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
11	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
12	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
13	4	1	5	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	\$ -	NO	SI		
14	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
15	4	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	SI	
16	4	1	5	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	1	\$ -	NO	SI		
17	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
18	2	1	3	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	SI	
19	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
20	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
21	2	1	3	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
22	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
23	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
24	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
25	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	\$ -	NO	NO		
26	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
27	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
28	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
29	2	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
30	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
31	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
32	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
33	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
34	2	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	1	\$ -	NO	NO		
35	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ -	NO	NO	
36	2	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	\$ -	NO	NO		

37	2	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	\$	-	NO	NO
38	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	\$	-	NO	NO
39	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO
40	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	\$	-	NO	NO
41	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO
42	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO
43	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	\$	-	NO	NO	
44	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
45	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
46	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
47	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
48	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
49	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
50	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
51	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
52	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
53	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	\$	-	NO	NO	
54	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
55	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
56	2	1	3	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
57	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
58	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
59	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
60	6	2	8	0	4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	\$	-	NO	SI	
61	3	1	4	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	\$	-	NO	SI	
62	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
63	2	1	3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
64	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	\$	-	NO	NO	
65	1	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
66	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
67	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
68	1	1	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
69	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
70	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
71	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$	-	NO	NO	
72	3	1	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0	0	0	\$	-	NO	SI	

7. TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

7.1 Uso de tecnología									
7.1.1 Producción			7.1.2 RRHH		7.1.3 Area Financiera		7.1.4 Marketing		7.2 Tipo de innovación
SI/NO	Especifique		SI/NO	Especifique	SI/NO	Especifique	SI/NO	Especifique	
1	SI	Máquina de coser Singer	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
2	SI	Máquina industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
3	SI	Máquina industrial de coser	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
4	SI	Máquinas industriales y serigrafía	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
5	SI	Máquina industrial overlock y recta (Joki)	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
6	SI	Máquina industrial recta y overlock (Jontex)	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
7	SI	Máquina industrial recta y overlock (Jontex)	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
8	SI	Máquina industrial recta, overlock y recubridora (Jontex)	NO	-----	NO	-----	NO	-----	6
9	SI	Máquina industrial recta, overlock y filo (Jontex)	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
10	SI	Máquina industrial	NO	-----	NO	-----	NO	-----	7
11	SI	Máquina industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	6
12	SI	Máquina industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	6
13	SI	Máquinas industriales rectas y overlocks	NO	-----	NO	-----	NO	-----	7
14	SI	Máquina industrial y casera (Jontex)	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
15	SI	Máquinas industriales recta, overlock y de filo	NO	-----	NO	-----	NO	-----	7
16	SI	6 Máquinas industriales bordadora, recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	7
17	SI	2 Máquinas industriales recta, overlock y bordadora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
18	SI	5 Máquinas industriales recta, overlock y bordadora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
19	SI	2 Máquinas industriales recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
20	SI	2 Máquinas industriales recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
21	SI	2 Máquinas industriales recta, 2 overlock y 1 remontadora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
22	SI	2 Máquinas industriales recta, 1 overlock y 1 elasticadora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
23	SI	Máquina industrial de coser zapatos y Máquina aparadora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
24	SI	2 Máquinas recya y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
25	SI	Máquina industrial recta, overlock y recubridora (Jontex)	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
26	SI	Máquina industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
27	SI	5 Máquinas industriales recta, overlock y bordadora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
28	SI	Máquina de coser Remington	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
29	SI	Máquina industrial recta, overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
30	SI	5 Máquinas industriales recta, overlock, recubridora y zig zag	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
31	SI	Máquina industrial recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
32	SI	Máquina industrial overlock y recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
33	SI	5 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
34	SI	Máquinas industriales (Ciruba)	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
35	SI	Máquina industrial zigzag y recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1

36	SI	Máquinas industriales (Clotex)	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
37	SI	Máquina industrial overlock, recubridora y recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
38	SI	Máquina de coser singer casera	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
39	SI	3 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
40	SI	6 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	7
41	SI	3 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
42	SI	2 Máquinas semi industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
43	SI	5 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
44	SI	2 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
45	SI	Máquina industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
46	SI	Máquina Singer recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
47	SI	Máquina semi industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
48	SI	2 Máquinas industriales recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
49	SI	Máquina industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
50	SI	Máquina industrial de coser recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
51	SI	Máquina de coser casera Singer	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
52	SI	Máquina industrial recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
53	SI	Máquina de coser dmestica Singer	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
54	SI	Máquina industrial recta, overlock y recubridora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
55	SI	2 Máquinas industriales recta, overlock y recubridora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
56	SI	Máquina indistrial recta, overlock y otras	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
57	SI	2 Máquinas industriales rectas	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
58	SI	Máquina industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
59	SI	Máquina industrial recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
60	SI	Máquina industrial recta, overlock y otras	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
61	SI	Máquina industrial de coser recta, overlock y recubridora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
62	SI	2 Máquinas industriales de punta recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
63	SI	4 Máquinas industriales bordadora, recta, overlock y elasticadora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
64	SI	Máquina industrial recta (Juki), M.S.I. overlock (Yuki)	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
65	SI	Máquina industrial recta, overlock y recubridora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
66	SI	Máquina industrial recta y overlock (CFAFF)	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
67	SI	Máquina industrial recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
68	SI	Máquina industrial bordadora (SWF COREA IMP.)	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
69	SI	Máquina industrial recubridora y elasticadora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
70	SI	Máquina de coser industrial recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
71	SI	Máquina semi industrial recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
72	SI	3 Máquinas indistriales recta, overlock y elasticadora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
73	NO	-----	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
74	SI	Máquina industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1

75	SI	Máquina industrial recta, overlock y recubridora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
76	SI	Máquina industrial recta (Juri)	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
77	SI	3 Máquinas industriales y 1 M. domestica Singer	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
78	SI	Máquina industrial recta y cortadora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
79	SI	Máquina industrial de corte y M.S.I. de zapatilla de caja	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
80	SI	2 Máquinas industriales recta y 1 Máquina industrial overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
81	SI	Máquina industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
82	SI	2 Máquinas industriales de coser rectas	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
83	SI	2 Máquinas industriales rectas	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
84	NO	-----	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
85	SI	Máquina industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
86	SI	Máquina industrial recta, overlock y zig-zag	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
87	SI	Máquina industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
88	SI	2 Máquinas industriales rectas	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
89	SI	2 Máquinas industriales punto recto	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
90	SI	Máquina industrial puntada recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
91	SI	Máquina industrial recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
92	SI	Máquina industrial recta, overlock y recubridora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
93	SI	Máquina industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
94	SI	Máquina industrial de punto recto y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
95	SI	Máquina domestica (Singer)	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
96	SI	2 Máquinas industriales recta y 1 M.I. overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
97	SI	2 Máquinas industriales rectas	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
98	SI	2 Máquinas industriales rectas y 1 M.I. overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
99	SI	Máquina industrial recta (Singer)	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
100	SI	Máquina industrial recta, overlock y recubridora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
101	SI	Máquinaria tejedora manual Singer	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
102	SI	Máquina industrial recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
103	SI	2 Máquinas industriales rectas, 1 overlock, 1 zig-zag y 1 recubridora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
104	SI	Máquina industrial recta, overlock, elasticadora, recubridora entre otras	NO	-----	NO	-----	NO	-----	7
105	SI	Máquina industrial recta, overlock y zig-zag	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
106	SI	3 Máquinas industriales rectas, 1 overlock, 1 recubridora y 1 elasticadora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
107	SI	2 Máquinas industriales rectas y 1 M.I. overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
108	SI	Máquina industrial bordadora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
109	NO	-----	NO	-----	SI	Computadora	SI	Computadora	1
110	SI	Máquina industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16

111	NO	-----	NO	-----	SI	Computadora	SI	Computadora	1
112	SI	Máquina industrial Carda, Hila y Madejadora	NO	-----	SI	Computadora	SI	Computadora	15
113	SI	3 Máquinas industriales recta, overlock y zig-zag	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
114	SI	Máquina industrial recta, cortadora, overlock y estampadora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
115	SI	Máquina industrial recta, overlock y recubridora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
116	SI	Máquina industrial recta, overlock, cortadora y zig-zag	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
117	SI	3 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
118	SI	5 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
119	SI	Máquina industrial recta, overlock y recubridora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
120	SI	Máquina industrial ojaladora, recta y recubridora	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
121	SI	Máquina doméstica recta y una zig-zag	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
122	SI	3 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
123	SI	7 Máquinas industriales recta, recubridora, elasticadora y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
124	SI	4 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
125	SI	Máquina industrial recta y máquina doméstica overlock y zig-zag	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
126	SI	2 Máquinas recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
127	SI	Máquina industrial overlock y M. doméstica recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
128	SI	3 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
129	SI	4 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
130	SI	5 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
131	SI	Máquina industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
132	SI	Máquina industrial punto manual y automática	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
133	SI	6 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
134	SI	Máquina semi industrial overlock y máquina doméstica zig-zag	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
135	SI	Máquina industrial recta y overlock	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
136	SI	4 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
137	SI	5 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
138	NO	-----	NO	-----	NO	-----	NO	-----	1
139	SI	3 Máquinas industriales	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
140	SI	Máquina industrial recta y máquina doméstica zig-zag	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
141	SI	Máquina doméstica recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
142	SI	Máquina industrial recta, overlock y máquina doméstica recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
143	SI	Máquina industrial recta	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
144	SI	2 Máquinas	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16
145	SI	Máquina industrial recta y zig-zag	NO	-----	NO	-----	NO	-----	16

ANEXO 4

Matriz de decisión para seleccionar estudio de caso

Criterios y sus ponderaciones	Puntaje para cada empresa					
	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Empresa 6
<p>● Total de ventas (25%) Volumen de ventas (1 al 25 de acuerdo al ingreso de cada empresa, la de mayor ingreso tendrá una ponderación de 25% y se realiza una ponderación proporcional mediante una regla de 3 para ponderar los restantes).</p>	\$ 4.800 2.30%	\$ 2460 1.18%	\$ 2.700 1.29%	\$ 5.000 2,39%	\$ 52.145 25%	\$ 6.600 3.16%
<p>● Ventas Mercado internacional (10%) Volumen de ventas (1 al 10 de acuerdo al ingreso de cada empresa, la de mayor ingreso tendrá una ponderación de 10% y se realiza una ponderación proporcional mediante una regla de 3 para ponderar los restantes).</p>	\$ 0 0%	\$ 0 0%	\$ 0 0%	\$ 1.500 0.95%	\$ 15.643 10%	\$ 0 0%
<p>● Personal (20%) Cantidad total de personal (1 al 20 de acuerdo a la cantidad de empleados, la empresa de mayor cantidad tendrá una ponderación de 20% y se realiza una ponderación proporcional mediante una regla de 3 para ponderar los restantes)</p>	1 0.25%	1 0.25%	1 0.25%	55 13.75%	80 20%	1 0.25%
<p>● Proveedores de materia prima local (15%) Promediar el porcentaje de materia prima local entre todos los productos. La empresa de mayor porcentaje tendrá una ponderación de 15% y realiza una ponderación proporcional mediante una regla de 3 para ponderar los restantes)</p>	0% 0%	100% 15%	0% 0%	0% 0%	100% 15%	0% 0%
<p>● Proveedores de materia prima nacional (10%) Promediar el porcentaje de materia prima nacional entre todos los productos. La empresa de mayor porcentaje tendrá una ponderación de 10% y realiza una ponderación proporcional mediante una regla de 3 para ponderar los restantes)</p>	100% 10%	0% 0%	100% 10%	100% 10%	0% 0%	100% 10%
<p>● Certificación de calidad (10%) Si tienen certificación tendrá el 10%, si están proceso el 5%, si no tiene 0%</p>	No 0%	No 0%	No 0%	No 0%	No 0%	No 0%
<p>● Planificación estratégica (10%) Si tiene un documento de planificación estratégica tendrá el 10%, si está proceso el 5%, si no tiene 0%</p>	No 0%	No 0%	No 0%	Si 10%	Si 10%	No 0%
Puntaje total (100)	12.55%	16.43%	11.54%	37.09	80%	13.41%

Fuente: Equipo de investigación UTPL Proyecto "Industria Textil"

ANEXO 5

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a directivo de la industria Texsal de Salinas de Guaranda

Objetivo: Recopilar información del mejor caso productivo industrial con saberes ancestrales de la Asociación de Desarrollo Social de Artesanos de Salinas Texsal.

Entrevistado: _____ Cargo del entrevistado: _____
Entrevistador: _____ Fecha: _____

1.- Breve resumen de la historia de Texsal.

2.- Ubicación geográfica de la asociación Texsal.

3.- ¿Cómo está estructurado la Asociación Texsal?

4.- La industria Texsal cuenta con filosofía empresarial (describirla).

5.- ¿Cuál es su estructura organizativa de la Asociación Texsal?

6.- Breve descripción del proceso productivo y productos que elaboran.

7.- Cuenta con infraestructura propia y áreas de trabajo.

8.- ¿Cuáles han sido sus ingresos y gastos en el año 2014 para Texsal?

9.- ¿Cuáles son sus canales de comercialización?

10.- Mencionar las oportunidades comerciales de Texsal.

Nota: adjuntar información de los temas tratados.