



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Organización y administración de la industria textilera en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas año 2016. Análisis de caso Decorvet.

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORA: Torres Gómez, Evelyn Cristina

DIRECTOR: Ríos Zaruma, Julio Alberto Mgtr.

CENTRO UNIVERSITARIO SANTO DOMINGO

2016

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister

Julio Alberto Ríos Zaruma.

DOCENTE DE TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: Organización y administración de la industria textilera en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas año 2016. Análisis de caso Decorvet, realizado por Torres Gómez, Evelyn Cristina ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, mayo de 2016

f) Julio Alberto Ríos Zaruma, Mgtr.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

"Yo, Torres Gómez, Evelyn Cristina declaro ser autor(a) del presente trabajo de titulación: Organización y administración de la industria textilera en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas año 2016. Análisis de caso Decorvet, de la titulación de Ingeniero en Administración de Empresas; siendo Ríos Zaruma, Julio Alberto director (a) del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posible 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: Torres Gómez Evelyn Cristina

Cédula: 1713191532

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia, pilar fundamental para mi desarrollo profesional, a mis padres por enseñarme el valor de la perseverancia y la dedicación, a mi esposo por su paciencia y apoyo incondicional, finalmente a mi hija, que me ha motivado a seguir adelante para alcanzar todas mis metas.

Evelyn Cristina Torres Gómez

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser esa luz que ilumina mi ser. A mis padres por darme la vida y todo su amor incondicional, a mi madre, porque con su ejemplo comprendí que la perseverancia es un valor fundamental para alcanzar objetivos de vida y a mi padre, aunque ya no esté, fue mi inspiración recordar sus palabras de aliento cuando sentía decaer.

Agradezco a mi esposo por su apoyo y tolerancia, gracias a ello logré superar obstáculos y temores que me impedían avanzar hacia la culminación de este proyecto.

A la Universidad Particular de Loja y todos los docentes que me han facilitado el trayecto para la finalización de esta tesis.

Evelyn Cristina Torres Gómez

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	I
CERTIFICACIÓN	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VI
ÍNDICE DE TABLAS	X
ÍNDICE DE FIGURAS	XI
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO 1. HISTORIA DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL ECUADOR.	5
1.1. Historia de la industria textil en el Ecuador.	6
1.1.1. Antecedentes Generales.	10
1.1.2. Ubicación geográfica de las industrias.	11
1.1.3. Principales productos.	12
1.2. Estadísticas: Evolución de la industria textil en los últimos cuatro años (2010 – 2014).	13
CAPÍTULO 2. ORGANISMOS E INSTITUCIONES DE APOYO A LA INDUSTRIA TEXTIL	16
2.1. Política industrial.	17
2.2. Incentivos al sector textil: generales, sectoriales y específicos.	19
2.2.1. Incentivos Generales.	20
2.2.1.1. Para todas las inversiones productivas nuevas o existentes.	20
2.2.1.2. Para la Apertura del Capital.	20
2.2.1.3. Para la producción más verde.	20
2.2.1.4. Al costo crediticio.	21
2.2.2. Incentivos Sectoriales.	21
2.2.2.1. Exoneración del pago del impuesto a la renta y del pago del impuesto mínimo por los primeros cinco años en los siguientes sectores priorizados:	21
2.2.2.2. Sectores de sustitución de importaciones y fomento de exportaciones:	21
2.2.3. Incentivos para las Zonas Económicas de Desarrollo Especial (ZEDE).	22
2.2.3.1. Incentivos para el Desarrollo de Zonas de Mayor Pobreza y Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas y Actores de la Economía Popular y Solidaria.	22
2.2.3.2. Incentivos para la Innovación y Exportación de Medianas Empresas.	23
2.3. Articulación de instrumentos con la política industrial.	24

2.3.1. Plan Nacional de Desarrollo.....	25
2.3.2. Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017).....	27
2.3.2.1. Principios y orientaciones.	27
2.3.3. Matriz productiva.....	30
2.4. Instituciones públicas de apoyo a la industria textilera.....	32
2.4.1. Ministerio Coordinador de Producción, Empleo, Competitividad.	32
2.4.2. Ministerio de Industrias y Productividad – MIPRO.....	33
2.4.3. Ministerio de Comercio Exterior: Comité de Comercio Exterior – COMEX.	34
2.4.4. Instituto de Economía Popular y Solidaria – IEPS.....	36
2.4.5. Superintendencia de Control del Poder de Mercado	38
2.5. Marco jurídico para inversiones.	39
2.5.1. Código de la producción: principales características.....	39
CAPÍTULO 3. LAS INDUSTRIAS TEXTILERAS EN LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS: ANÁLISIS SITUACIONAL, ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN.	40
3.1. Metodología y datos.	41
3.1.1. Tipo de Investigación.	41
3.1.1.1. Descriptiva.....	41
3.1.1.2. Observacional.....	41
3.1.2. Métodos de investigación.....	42
3.1.2.1. Método Deductivo.....	42
3.1.2.2. Método Inductivo.	42
3.1.2.3. Método Analítico.....	42
3.1.3. Objetivos.....	42
3.1.4. Recopilación de información.	42
3.1.4.1. Unidad de análisis.	43
3.1.4.2. Diseño de la encuesta.	43
3.1.4.3. Población: muestra y/o censo: CIU 4.0.....	44
3.1.5. Procesamiento y análisis de datos.....	46
3.2. Análisis situacional de la industria textil en la provincia de “Santo Domingo de los Tsáchilas”.....	46
3.2.1. Características de la provincia.	48
3.2.2. Descripción de productos elaborados por el sector.....	49
3.2.3. Ubicación geográfica del sector en el Ecuador (mapeo).	50
3.2.4. Análisis estadístico de la producción en la industria textil de la provincia.....	51
3.3. Administración del sector textil.....	54
3.3.1. Estructura administrativa.....	55
3.3.2. Estrategias de recursos humanos.....	58

3.3.3. Estrategias de producción.....	61
3.3.4. Estrategias de comercialización.....	64
3.3.5. Estrategias de gestión financiera	66
3.4. Organización del sector textil.....	68
3.5. Análisis General de la encuesta.....	69
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE CASO: “EMPRESA DECORVET DE LA INDUSTRIA TEXTILERA DE SANTO DOMINGO”	71
4.1. Antecedentes de la industria.....	72
4.2. Ubicación geográfica de la empresa textilera.....	73
4.3. Estructura organizacional.	74
4.4. Misión, visión, objetivos y filosofía empresarial.....	74
4.4.1. Misión.	74
4.4.2. Visión.....	75
4.4.3. Valores Corporativos	75
4.5. Análisis F.O.D.A.	75
4.5.1. Análisis interno.....	75
4.5.1.1. Fortalezas.....	75
4.5.1.2. Debilidades.....	76
4.5.1.3. Matriz de evaluación interna (E.F.I).	76
4.5.1.4. Análisis de matriz de evaluación interno.....	77
4.5.2. Análisis externo.....	77
4.5.2.1. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.	77
4.5.2.1.1. Amenaza de la entrada de nuevos competidores.	77
4.5.2.1.2. Poder de negociación de los clientes.....	77
4.5.2.1.3. Rivalidad entre competidores.	78
4.5.2.1.4. Principales proveedores	78
4.5.2.1.5. Posibilidad de productos sustitutivos.	78
4.5.2.2. Factores P.E.S.T "Político, Económico, Social y Tecnológico".....	79
4.5.2.3. Análisis de las oportunidades y amenazas.	80
4.5.2.3.1. Oportunidades.....	80
4.5.2.3.2. Amenazas.	81
4.5.2.4. Análisis de matriz de evaluación externa E.F.E.	82
4.5.3. Matriz de perfil competitivo.....	82
4.5.4. Matriz FODA.	83
4.6. Procesos productivos.	84
4.6.1. Análisis de Productos de Mayor Rotación.....	84
4.6.2. Logística interna.....	85
4.6.3. Logística Externa.	86

4.6.4. Marketing y Ventas.	87
4.6.5. Servicio.	88
4.6.6. Abastecimiento.	89
4.6.7. Desarrollo e Innovación.	90
4.7. Infraestructura física.	91
4.8. Análisis de los ingresos y de los Egresos.	92
4.9. Canales de comercialización	94
4.10. Oportunidades comerciales	94
4.10.1. Principales mercados nacionales	95
4.10.2. Principales mercados internacionales	95
CONCLUSIONES	96
RECOMENDACIONES	98
BIBLIOGRAFÍA	99
Libros.	99
Documentos de sitios web.	99
Sitios Web.	102
Artículos de revistas.....	103
Artículos de periódicos.....	104
ANEXOS	105
Anexo 1 La Encuesta.....	106
Anexo 2 Matriz de selección del caso.	111
Anexo 3 Mapeo	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actividad Económica de los contribuyentes.....	12
Tabla 2. Contribuyentes C. Industrias manufactureras.....	44
Tabla 3. Número de encuestas por actividad	45
Tabla 4. Matriz de evaluación interna	76
Tabla 5. Factores P.E.S.T.....	79
Tabla 6. Factores P.E.S.T.....	80
Tabla 7. Matriz de Factores Externos (E.F.E)	81
Tabla 8. Matriz de perfil competitivo.....	82
Tabla 9. Matriz F.O.D.A	83
Tabla 10. Balance general.	92
Tabla 11. Estado de Resultados.	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolución del Sector Textil Ecuatoriano	14
Figura 2. Industrias de Santo Domingo.....	46
Figura 3. Mapeo Encuestas Santo Domingo.....	50
Figura 4. Tipo de industria	51
Figura 5. Ventas.	52
Figura 6. Materia prima.....	53
Figura 7. Certificación de calidad.....	54
Figura 8. Elementos de la filosofía empresarial.....	55
Figura 9. Instrumentos Administrativos.....	56
Figura 10. Tipo de liderazgo	56
Figura 11. Planificación estratégica.	57
Figura 12. Plan operativo.....	57
Figura 13. Recursos Humanos	58
Figura 14. Capacitaciones	59
Figura 15. Unidad de Salud Ocupacional y Riesgos Laborales.....	60
Figura 16. Evaluación de desempeño.....	60
Figura 17. Producción.....	61
Figura 18. Principales productos.....	62
Figura 19. Estrategia de precios.	63
Figura 20. Marca.....	64
Figura 21. Canales de comercialización.....	65
Figura 22. Utilidades.....	66
Figura 23. Fuentes de financiamiento.	67
Figura 24. Tipo de Organización, Sindicato o Cámara.....	68
Figura 25. Ubicación de la empresa.....	73
Figura 26. Estructura organizacional.....	74
Figura 27. Productos de mayor rotación	84
Figura 28. Logística interna.....	85
Figura 29. Logística externa.....	86
Figura 30. Marketing y ventas.....	87
Figura 31. Prestación del servicio.	88
Figura 32. Abastecimiento.	89
Figura 33. Desarrollo e innovación.....	90

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación fue analizar los sistemas organizacionales y administrativos de la industria textilera en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas e identificar el mejor caso productivo industrial.

Inicialmente se efectuó un análisis cronológico de la industria ecuatoriana, posteriormente se estudió la política económica y beneficios para el sector textil; y finalmente se investigó los sistemas organizacionales, administrativos, de producción y de recursos humanos actuales de la industria.

Para realizar el diagnóstico situacional, organizativo y administrativo, se tomaron 284 empresas a encuestar de un total de 1139 registradas en los datos del Servicio de Rentas Internas, aplicando la fórmula para el cálculo de la muestra.

El mejor nivel productivo textil lo obtuvo la empresa Decorvet, se extrajo información situacional de la empresa, realizando un análisis interno y externo, los factores más relevantes marcaron su debilidad por falta de coordinación en procesos internos y como fortaleza su experiencia en el mercado, como principal amenaza tiene la insuficiente capacidad productiva de la industria nacional y su oportunidad está en el crecimiento del mercado en el país.

PALABRAS CLAVES: diagnóstico situacional, sector textil, sistema organizacional, política económica.

ABSTRACT

The main object of this researching is to analyze the organizational and administrative systems of the industry in the Santo Domingo de los Tsáchilas province and identify the best industrial productive case.

Initially I made a cronological analysis of the ecuadorian industry, later I studied the economic policies and benefits for the textil field and finally I researched the systems of production, administrative, organizational and human resources of the industry investigated.

For making a situational, organizative and administrative diagnostic I took 284 companies to survey put a total of 1139 companies registered at the Internal Rents Service, applying the formula for calculating the sample.

The best textil productive level was obtained by the Decorvet company, I got the situational information of the company, making an internal and an external analysis, the most relevant factors marked its weakness for the lack of coordination on its internal processes and as strength its experience in the market, as its main threat the insufficient productive capacity of the national industry and its the main opportunity is located in the increase and demand of the national market.

KEYWORDS: situational diagnostic, textil field, organizational sistem, economic policies.

INTRODUCCIÓN

El sector textil es una de las áreas industriales más importantes y una de las más antiguas y tradicionales en el país. Inicialmente se realizaba el proceso de adquisición de lana y para mediados del siglo XX el procesamiento y acabado del algodón se posicionó en varias regiones del país. Actualmente las tendencias internacionales de consumo de fibras, marcan las tendencias en la industria textil a nivel nacional.

Ecuador en comparación con otros países de la región no está considerado como proveedor de textiles a gran escala, en los últimos años se ha llegado a exportar una limitada línea de productos dentro de las que se encuentran materias primas para la producción de textiles y prendas de vestir.

Dentro del país el nivel de producción ha mejorado porque se han incrementado algunas normas de calidad que aportan a la creación de estándares para garantizar la satisfacción de los usuarios, esto ha motivado al empresario ecuatoriano a innovar y optimizar de manera continua sus procesos.

La presente investigación tiene como objetivo el análisis de los sistemas organizacionales y administrativos de la industria textilera en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y posterior a ello identificar el mejor caso productivo industrial, para lo cual se realizaron varias acciones como realizar un análisis cronológico de los últimos 4 años, determinar la política actual en base a los beneficios, conocer cuáles son los sistemas organizacionales, administrativos, de producción y de recursos humanos de las empresas.

Para conocer varios de los elementos que conforman la presente investigación se han determinado los siguientes capítulos, los que brindarán un aporte significativo para futuros estudios.

En el capítulo I, se estipula la historia de los textiles en el país, donde se consideran aspectos generales como los orígenes de la actividad textil, importancia como actividad económica, los principales productos con los que cuenta esta industria y finalmente se analiza cual es la evolución que ha presentado el sector en los últimos cuatro años.

Luego en el capítulo II, hace referencia a las organizaciones e instituciones que apoyan a la industria textil de las cuales se establece cual es la política industrial, para poder conocer cuáles son los lineamientos que rigen a la industria, así también se determina cuáles son los incentivos generales del sector textil y los sectoriales y las políticas industriales determinadas por el elementos fundamentales del actual régimen.

En el capítulo III, se realizó un diagnóstico situacional, organizativo y administrativo de la industria textilera en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, la misma que inicio con el tipo de metodología que se utilizó, la recopilación de la información empezado por la determinación de la muestra para luego realizar el análisis de la industria textilera de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, donde se determinaron la estructura administrativa, de producción y de gestión financiera.

En el capítulo IV, se efectuó el análisis de la empresa con mayor relevancia en la industria de Santo Domingo, la misma que es la empresa “Decorvet”, se inicia con los datos generales e información de la empresa, posterior a ello se incluye un análisis interno y externo, se consideró aspectos financieros para conocer cuál es su nivel de rentabilidad.

Esta investigación es importante ya que permite organizar de mejor manera a los actores de esta industria, se pueden llegar a diferentes acuerdos con varios elementos de la economía en la provincia, pues se buscaría un solo eje de lucha y una sola visión, para evitar la competencia desleal, que en muchos de los casos perjudica los negocios internos de la Provincia y da ventajas a proveedores que suelen venir de otros sectores del país o incluso a extranjeros.

CAPÍTULO 1.
HISTORIA DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL ECUADOR.

1.1. Historia de la industria textil en el Ecuador.

El sector textil es uno de los sectores más dinámicos de la economía nacional, generando productos de consumo masivo y no sustituibles, el Ecuador ha creado desde sus inicios en los obrajes miles de plazas de empleo, este sector ha evolucionado con el pasar del tiempo, a partir de lo más básico en la colonia con el procesamiento de lana de oveja, seguido de la introducción del algodón y las primeras máquinas, hasta la actualidad que esta industria produce todo tipo de fibras tanto sintéticas como naturales, se ha modernizado esta industria en el Ecuador a tal punto que es cada vez más común la mecanización para realizar los distintos procesos industriales textiles.

Según datos de (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2016):

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

La (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2016) manifiesta:

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar.

Por regla general, las empresas textiles ecuatorianas concentraron la mayor parte de sus ventas en el mercado local, aunque siempre ha existido vocación exportadora. A partir de la década de los 90, las exportaciones textiles fueron incrementándose, salvo por algunas caídas en los años 1998 y 1999.

En el año 2000, momento en el que Ecuador adoptó la dolarización, se produce un incremento de las exportaciones del 8,14% con relación a las de 1999, según la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), lo que marca una tendencia que empezó a ser normal durante este nuevo milenio; únicamente en el 2002 se produce una disminución de las exportaciones textiles, rápidamente recuperada en los siguientes dos años, llegando a exportar cerca de 90 millones de dólares en el 2004, superando el pico más alto en los últimos 10 años (1997 – 82 millones de dólares exportados).

Consientes que el desarrollo del sector está directamente relacionado con las exportaciones, los industriales textiles han invertido en la adquisición de nueva maquinaria que les permita ser más competitivos frente a una economía globalizada. Así mismo, las empresas invierten 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.

Lógicamente este esfuerzo para ser competitivos debe ser compartido. 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. Así mismo, se requiere un régimen laboral flexible y una Aduana que facilite el comercio exterior, erradique el contrabando y sea incorruptible.

No obstante, otro factor fundamental para seguir creciendo la participación en el mercado externo, es que el Gobierno Nacional negocie acuerdos comerciales con los

países que demandan nuestra producción y que ofertan lo que requerimos. Entre los países o bloques económicos más importantes comercialmente hablando se encuentran Estados Unidos, la Unión Europea, Venezuela, México, Canadá y Centroamérica; por tanto, el Ecuador debe procurar acuerdos con estas naciones que garanticen a productos elaborados nacionalmente un acceso preferencial a sus mercados a largo plazo, enmarcados en una normativa clara, que genere un ambiente de certidumbre y seguridad para los negocios e inversiones.

Esta industria genera una cadena productiva que requiere insumos y materias primas de otros sectores como: el agrícola, ganadero, industria de plásticos, industria química, etc.

La (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2010) afirma:

El sector textil del Ecuador representa uno de los mayores generadores de empleo con cerca de 3.000 empresas en el encadenamiento textil confección que representan a más de 140 mil empleos directos. La inversión, reinversión, expansión y modernización de las plantas de producción contribuyen al crecimiento del sector, así como su capacidad de innovación, diversificación e ingreso a nuevos mercados.

La industria textil ecuatoriana está comprometida con Ecuador. Muestra de ello son las inversiones y reinversiones que empresas instaladas en el país han realizado en los últimos años. Los capitales, destinados para compra de maquinaria, expansión de plantas e innovación, son generadores de empleo directo digno y catalizadores de empleo indirecto.

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas cuenta con alrededor de 365 mil habitantes según datos preliminares del último Censo del año 2010, el cual tiene una incidencia de pobreza de 69,6% e ingresos per-cápita menores al costo mínimo de la canasta básica. (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2013)

Actualmente según datos del Servicio de Rentas Internas en Santo Domingo, existen alrededor de 992 negocios textiles locales registrados, activos y en funcionamiento, que se dedican a todo lo relacionado con la industria textil, de los cuales 154 están

relacionados a la venta, 52 al cultivo de plantas que dan materiales textiles, 541 a la confección de ropa a la medida y el resto a la fabricación de materia prima. (Servicio de Rentas Internas, 2015)

Al encontrarse varios establecimientos con distintas actividades, se debe identificar cuáles son los que pueden integrarse a los ámbitos que aporten al cambio de la matriz productiva del país, desde la óptica de sustitución de importaciones, fomento a las exportaciones, generación de plazas de empleo o producción eco eficiente, y así serán primordiales para beneficiarse de los incentivos que promueve el buen vivir. (Asociación de Industrias Textiles, 2014)

Según la (Cepal, 2012)

Cinco son los parámetros que la industria ve con inquietud: el primero de ellos tiene que ver con el estancamiento de la industria, la segunda preocupación es la falta de seguridad jurídica que no permite planificar inversiones en el largo plazo, en tercer lugar está la generación de empleo, el cuarto problema es el aumento de las importaciones sean legales o ilegales, principalmente de Asia, las mismas representan un 50% del total de importaciones, de las cuales 56% provienen de China, observándose adicionalmente que son productos "presumiblemente" de mala calidad, en la actualidad el gobierno ha intentado por diversos medios proteger al productor nacional impulsando restricciones, como lo referente a la compra de productos por Internet, las mismas ya no son tan atractivas como antes, que no se cancelaba ningún valor por estas o los pagos eran muy bajos, la quinta preocupación es la informalidad.

Con todos estos problemas, la AITE (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador) plantea tres soluciones: "la primera es mayor participación en licitaciones de compras públicas, la segunda solución es una mayor promoción de exportaciones a través del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador), y la tercera es la firma de acuerdos comerciales".

1.1.1. Antecedentes Generales.

(Pro Ecuador, 2012) afirma que:

Actualmente 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 ser mundialmente conocido como exportador de productos naturales, en los últimos 60 años Ecuador ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose en una de las actividades más importantes, generando empleo a más de 46,240 artesanos del país y ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero seguido de los alimentos, bebidas y trabajo en generación de empleo directo.

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.

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

Debido al reciente estancamiento por falta de innovación de diseños, marcas propias y tecnología, que ha permitido el ingreso de productos extranjeros, el sector textil ecuatoriano ha venido realizando esfuerzos con el objetivo principal de mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional.

Al ser Santo Domingo una provincia con una ubicación privilegiada y con un crecimiento comercial prominente; el comercio es una de las actividades con mayor fuerza pero no así dejando de lado la industria, específicamente la textil que en los últimos años y a raíz de las

medidas tomadas por el gobierno central sobre la salvaguardas, ha tomado fuerza e incrementado notablemente.

Dentro de la ciudad existe un gran número de empresas que se dedican a la fabricación de prendas de vestir, telas, cortinas, y otros elementos de esta rama.

1.1.2. 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 [...]” (Pro Ecuador, 2012).

En la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas existen 1150 contribuyentes que se dedican a alguna actividad comercial que tiene como referencia la industria textil. (Servicio de Rentas Internas, 2015)

El (GAD Municipal Santo Domingo, 2015) señala:

Santo Domingo es una ciudad conocida por encontrarse en un lugar privilegiado dentro del país, es una zona dinámica y hospitalaria. En esta ciudad habitan ciudadanos de todo el Ecuador, lo que le da un toque de diversidad y la hace emprendedora. La ciudad cuenta con una extensión de 3.523 km² y con una población de alrededor 450.000 habitantes, según la estimación de acuerdo con su tasa de crecimiento anual.

Santo Domingo de los Tsáchilas está ubicado en las estribaciones de la Cordillera Occidental, a 133 Km de Quito, capital del Ecuador. Por su ubicación geográfica, tiene un comercio muy activo, lo que lo convierte en un puerto terrestre de intercambio entre sierra y costa.

1.1.3. Principales productos.

Tabla 1. Actividad Económica de los contribuyentes

Número de contribuyentes activos	Actividad
791	Actividades de confección a la medida de prendas de vestir (costureras, sastres).
47	Fabricación de artículos confeccionados con cualquier tipo de material textil, incluidos tejidos (telas) de punto y ganchillo: frazadas, mantas de viaje, sobrecamas, cobijas, edredones, ropa de cama, sábanas, mantelería, toallas y artículos de cocina acolchados, edredones, cojines, pufs, almohadas, sacos de dormir, artículos para el baño, etcétera, incluido tejidos para mantas eléctricas.
2	Fabricación de artículos textiles diversos: mechas de materiales textiles, camisas para mecheros de gas incandescentes y tejidos tubulares para su fabricación, mangueras, correas transportadoras y correa de transmisión (estén reforzados o no con metales u otros materiales), tela para tamices, tela de filtración, fieltro, etcétera.
4	Fabricación de otros tejidos (telas) anchos de lino, ramio, cáñamo, yute y fibras blandas y de hilados especiales, tejidos de fibra de carbono e hilos arámidos, tejidos que imitan las pieles finas, etcétera.
289	Fabricación de prendas de vestir de cuero o cuero regenerado, incluidos accesorios de trabajo de cuero como: mandiles para soldadores, ropa de trabajo, etcétera.
14	Fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, uniformes, camisas, camisetas, etcétera.
3	Fabricación de tejidos (telas) anchos de algodón, lana cardada, lana peinada o seda, incluidos los fabricados a partir de mezclas o de hilados sintéticos o artificiales.

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2015)

Elaborado por: La autora

En la tabla N° 1 se describe la actividad económica de los contribuyentes y se define la cantidad de empresas locales relacionadas con cada una de estas.

Según información adquirida en entidades relacionadas, como el Servicio de Rentas Internas que maneja una base de datos de todos los contribuyentes domiciliados en Santo Domingo y en contraste con el censo realizado en el año 2010, se pudo determinar que en la ciudad de Santo Domingo existen las actividades comerciales que se describen en la Tabla 1. Actividad Económica de los contribuyentes pág.12.

1.2. Estadísticas: Evolución de la industria textil en los últimos cuatro años (2010 – 2014).

Según fuente (INEC, 2010):

La Encuesta de Manufactura y Minería concentra bases de datos de la mayor parte de las empresas industriales a nivel nacional, y constituye un buen proxy estadístico para llegar a caracterizar el comportamiento del sector industrial formal. Por otra parte, la actividad informal no estaría registrada y no se han realizado estudios al respecto para medir su incidencia en el mercado nacional.

Para determinar el nivel de producción del sector textil, se consideró las subactividades de fabricación de productos textiles, fabricación de prendas de vestir y adobo y curtido de cueros.

Se puede señalar que la industria textil en el Ecuador se encuentra concentrada en la fabricación de productos textiles, sin embargo a través del tiempo la elaboración de este tipo de productos ha decaído a causa de la masiva importación de productos de uso sintético.

La (Revista Gestión, 2014) asevera:

La información obtenida de la Superintendencia de Compañías, establece que en el sector textil existen unas 170 empresas formales y unas 500 en la confección. Pero si se considera a los informales, puede llegar a más de 4.000 empresas dedicadas a la rama del textil y la confección.

Según (Pro Ecuador, 2014):

El Banco Central del Ecuador revela que en el año 2013 el país tuvo un crecimiento sostenido en el PIB registrando USD 94.473.00 millones con una tasa de variación anual de 10.87%. La misma tendencia se refleja en el PIB per cápita de ese año que paso de USD 4.242.valor del 2009 a USD 5989 en el 2013.

El sector textil en el año 2013 genero 107.000 plazas de trabajo, y represento 603.000.000 del PIB, además se pudo observar un crecimiento de la producción textil alcanzo el 8.16% entre el año 2007 y el 2013 destacándose los productos como: hilado, tejido plano, tejido punto, prenda de punto, ropa de hogar, alfombras, tapices y prendería.



Figura 1. Evolución del Sector Textil Ecuatoriano

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: La Autora.

En la figura N°1 se muestra la evolución del sector textil ecuatoriano del año 2010 al 2014, con datos aportados por el Banco Central del Ecuador, en donde se refleja que en promedio el 64,4% se ha inclinado preferentemente a la fabricación de productos textiles, en menor grado a la fabricación de prendas de vestir y al curtido y adobado de cueros.

Con respecto a los niveles de producción de prendas de vestir, se observa un crecimiento notable, pues llegó a ocupar en 2014 el 31.0% de la producción total textil, desplazando de

cierto modo a la fabricación de textiles. Por su parte la actividad de adobo y curtido de cueros presentó para el año 2014 una participación de 12.0% del total de producción textil.

La industria ecuatoriana, en particular la textilera, emplea mayormente maquinaria de baja tecnología, esto disminuye la capacidad de exportación en materia textil, lo que ha implicado una pérdida de mercado a pesar del dinamismo de la demanda mundial. En el país no se produce ningún tipo de maquinaria textil, todos los equipos son importados de distintos países, en contraste con el mercado textil colombiano en el que se investiga el desarrollo tecnológico siguiendo las innovaciones en el exterior y la inversión en equipos suele ser una de las prioridades de las grandes empresas textiles. En este sentido se considera que los procesos de producción de la industria textil ecuatoriana son incipientes debido a la falta de modernización e inversión en la mejora de los mismos.

CAPÍTULO 2.
ORGANISMOS E INSTITUCIONES DE APOYO A LA INDUSTRIA TEXTIL

2.1. Política industrial.

La política industrial contiene lineamientos instaurados por el Gobierno Nacional para fortalecer la industrialización del país, que tiene como objetivo general, según (Ministerio de Industrias y Productividad, 2012) lo siguiente:

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.

Esta política contiene programas y proyectos relacionados de manera directa con los principios y objetivos del Plan Nacional de Desarrollo, estas actividades son desarrolladas por el MIPRO y diferentes organismos públicos.

Parte de los fundamentos necesarios para impulsar la productividad son los incentivos tributarios y no tributarios, mediante éstos se induce al sector industrial a invertir más.

El (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo, Competitividad, 2012) en materia tributaria estableció los incentivos siguientes, los que de conformidad con el Art. 24 de dicho Código se clasifica en:

- Generales. Aplicables a todas las sociedades, a todos los sectores, en cualquier parte del país.
- Sectoriales. Aplicables únicamente a las sociedades constituidas a partir de la vigencia COPCI, que realicen nuevas inversiones, en los sectores prioritarios, fuera de las jurisdicciones urbanas de los cantones de Quito o Guayaquil.
- En las Zonas Deprimidas. Aplicables cuando la empresa opere en zonas económicamente deprimidas.

Los beneficios e incentivos del Código de la Producción, Comercio e Inversión, tienen como finalidad atraer a los inversionistas y así fomentar la creación de nuevas fuentes de empleo,

sustituir las importaciones, y diversificar la producción, en contraste para las empresas ya establecidas estos beneficios e incentivos son limitados y sometidos a restricciones legales.

La (Asociación de Industrias Textiles, 2016) ha señalado:

Estas medidas económicas tomadas por el gobierno nacional, deben estar en sintonía con la situación actual de las empresas textiles. Son la exención del anticipo del impuesto a la renta para la industria textil, exención del impuesto a la salida de divisas en la importación de materia prima, insumos, maquinaria, repuestos, la reducción a cero por ciento del arancel para la importación de maquinaria, y la devolución simplificada de tributos para la exportación (5% drawback automático).

Es imperativa la necesidad de generar políticas que le den específica atención al sector privado, que las mismas sean afines al sector industrial, crear un clima de seguridad y mejorar el encadenamiento productivo del país, así las empresas se mantendrán en actividad evitando el cierre o quiebra, favoreciendo a la estabilidad laboral de la población económicamente activa del país. Es importante evitar y suspender normas que causen estancamiento o retroceso de las actividades comerciales, para impedir que se produzcan más complicaciones en el ámbito de la producción empresarial. El Gobierno debe orientar sus esfuerzos hacia la reducción del costo de la materia prima, combatir el contrabando y aumentar las exportaciones de productos elaborados.

La (Superintendencia de Control del Poder de Mercado, 2013) indica:

El Gobierno Nacional apoya todos los procesos de innovación a través de las instituciones públicas como son el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS).

Entre las oportunidades del MIPRO para establecer la innovación, y así llegar al objetivo del cambio de la matriz productiva, se resalta: La firma de convenios directos para obtener financiamiento con la Corporación Financiera Nacional (CFN), el Banco del Pacífico, el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (BIESS) y BanEcuador B.P.

A su vez El Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC) y el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) lideran la campaña “Primero Ecuador”, que aspira promover y fortalecer la producción nacional dentro de varios sectores, entre estos el textil.

El (Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2015) manifiesta

El sector de la Economía Popular y Solidaria (EPS) es fundamental para el desarrollo de la economía ecuatoriana, con el programa Hilando el Desarrollo promueve la inclusión económica y movilidad social de miles de artesanos del sector textil y fomenta la asociatividad por medio de capacitaciones nacionales con el programa Hilando Juntos.

Según (Díaz, J . Presidente del AITE, 2016):

Con la finalidad de reducir las importaciones y proteger las exportaciones, el Pleno del COMEX aplicó sobretasas arancelarias en algunos rubros. En materia prima se pagó un 5 %. En otros insumos se pagó valores por entre 15 y 45 % con esos incrementos obviamente los costos de producción sufrieron un alza. Por eso desde marzo solicitamos al Gobierno algunas modificaciones. Cuando se aprobó la resolución del COMEX para cambiar las sobretasas, se incluyó solo una partida de nuestro sector en ese caso. Así que, claro, hubo una afectación.

La (Superintendencia de Control del Poder de Mercado, 2013) expone:

Como ventajas que ofrece la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM) se evidencia: El manual de buenas prácticas comerciales para un mercado justo, rondas de negocios y jornadas de capacitación.

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

La (Asamblea Nacional, 2010) certifica:

“El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones”, vigente desde el año 2010, estipula tres tipos de incentivos según el Art. 24 de la Normativa Tributaria y son los incentivos Generales, Sectoriales y para Zonas Deprimidas; los cuales tienen como

objetivo principal colaborar con el desarrollo económico y social que puedan brindar para todas las empresas inversionistas en el territorio ecuatoriano.

2.2.1. Incentivos Generales.

Aplicables a todas las sociedades, sectores y en cualquier parte del país.

2.2.1.1. *Para todas las inversiones productivas nuevas o existentes.*

- Reducción gradual de tres puntos del Impuesto a la Renta, 1% cada año, de tal manera que en el 2013, éste será del 22%.
- Exoneración del Impuesto a la Salida de las divisas (2%) para cancelación de pagos al exterior por créditos externos, con un plazo mayor a un año y con una tasa no superior a la aprobada por el Banco Central del Ecuador (BCE).
- Para empresas nuevas: exoneración de pago de impuesto mínimo durante los 5 primeros años.
- Exoneración del cálculo del impuesto mínimo: los gastos incrementales por nuevo empleo o mejoras salariales, adquisición de nuevos activos para mejoras de productividad y tecnología, producción más limpia y de todos los incentivos de este Código.

2.2.1.2. *Para la Apertura del Capital.*

Las compañías que decidan abrir su capital y vender acciones a sus trabajadores, tendrán los siguientes beneficios:

- Diferir el pago del impuesto a la renta y su anticipo, por 5 años.
- En caso de optar por un crédito para el financiamiento para la compra de acciones, los intereses estarán exentos del impuesto a la renta.

2.2.1.3. *Para la producción más verde.*

Para el cálculo del Impuesto a la Renta, se considerará una deducción adicional del 100% del gasto en compra de maquinaria y equipos para producción más limpia, y para la

implementación de sistemas de energías renovables (solar, eólica o similar), o a la mitigación del impacto ambiental.

2.2.1.4. Al costo crediticio.

Se elimina la retención obligatoria del impuesto a la renta, a los pagos de intereses realizados al exterior por motivos de créditos concedidos por instituciones financieras internacionales, excepto cuando los créditos son concedidos por instituciones domiciliadas en paraísos fiscales, ni cuando superen la tasa oficial del BCE.

2.2.2. Incentivos Sectoriales.

Aplicable a las nuevas inversiones realizadas por las nuevas empresas. Para las empresas constituidas a partir del año 2011 que realicen inversiones nuevas en los sectores priorizados y en los que sustituyan importaciones y fomenten las exportaciones.

2.2.2.1. Exoneración del pago del impuesto a la renta y del pago del impuesto mínimo por los primeros cinco años en los siguientes sectores priorizados:

Con respecto a la exoneración del pago del impuesto a la renta, se excluye al sector textil de la tabla, por lo que (Díaz, J . Presidente del AITE, 2016) afirma. “El 2016 será un año en el que se controlará la liquidez, por eso hemos planteado algunas alternativas vinculadas a lo tributario, como que se exonere el pago del anticipo al Impuesto a la Renta”.

2.2.2.2. Sectores de sustitución de importaciones y fomento de exportaciones:

1. Abonos y fertilizantes.
2. Agroquímicos, pesticidas y funguicidas
3. Jabones, detergentes y cosméticos.
4. Otros productos químicos.
5. Cerámica, azulejos y pisos
6. Fabricación de receptores de radio, televisión, celulares y electrónicos en general.
7. Confección y textil.
8. Calzado y cuero.
9. Electrodomésticos.

2.2.3. Incentivos para las Zonas Económicas de Desarrollo Especial (ZEDE).

(EcuadorTributa, 2011) afirma:

Una de las herramientas más importantes del Código de la Producción para impulsar la transformación productiva son las zonas económicas de desarrollo especial (ZEDES), las mismas que pueden ser de tres tipos: de transferencia tecnológica, de desarrollo industrial para la exportación y logísticas. Tienen los siguientes incentivos:

- Reducción adicional de 5 puntos porcentuales del Impuesto a la Renta, a los administradores y operadores de las ZEDES, con el carácter de permanente (17%). Si son en sector preferente y es inversión nueva aplica tarifa 0% de IR por 5 años (fuera zona urbana de Quito y Guayaquil).
- Las importaciones de bienes tendrán tarifa 0% de IVA.
- Los bienes extranjeros gozarán de la suspensión del pago de aranceles mientras permanezcan en dicho territorio.
- Los administradores y operadores tendrán crédito tributario del IVA pagado en sus compras locales, de servicios, insumos y materias primas para sus procesos productivos.
- Exoneración del ISD en el pago de importaciones y para los pagos al exterior por financiamiento externo.

2.2.3.1. Incentivos para el Desarrollo de Zonas de Mayor Pobreza y Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas y Actores de la Economía Popular y Solidaria.

El (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competividad, 2011) señala:

El Consejo Sectorial de la Producción tiene un decidido compromiso para trabajar por la reducción de la pobreza y mejorar la equidad en nuestro país, por ello impulsa y desarrolla programas y herramientas específicas para territorios de menor desarrollo relativo, para impulsar la inclusión y desarrollo productivo para generar empleo de calidad y mejorar los ingresos en estas zonas.

A continuación algunas de las herramientas y acciones que el Código de la Producción ha puesto en marcha para apoyar al cumplimiento de estos objetivos:

- Ante la falta de garantía real de los pequeños actores productivos, el Estado co-garantiza a través del Fondo Nacional de Garantías, para que accedan al financiamiento privado.
- Régimen especial para el financiamiento de pequeños actores productivos a través del mercado de valores.
- Obligatoriedad de compras inclusiva para Estado para MIPYMES y AEPS.
- Inversión temporal del estado en empresas de alto valor, a través de programas de capital de riesgo, para luego democratizar participación a proveedores, AEPS y trabajadores.
- Programas gubernamentales de co-financiamiento de mejoras de productividad, emprendimiento, innovación, calidad, oferta exportable y su promoción como:
 - Fondepyme del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).
 - EmprendEcuador del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC)
 - InnovaEcuador del MCPEC.
 - Programas del Instituto Ecuatoriano de Economía Popular y Solidaria.
- Las empresas que desarrollen inversiones en zonas de mayor pobreza y fronterizas, podrán beneficiarse de la deducción adicional del 100% del gasto en nuevos empleos y en seguridad social generados en dicha zona, por 5 años.

2.2.3.2. Incentivos para la Innovación y Exportación de Medianas Empresas.

El (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011) expresa:

La promoción de la innovación y el fomento de las exportaciones es central en nuestra Agenda de Transformación Productiva, de allí que el Código de la Producción trae múltiples incentivos como la reducción de diez puntos del Impuesto a la Renta si se reinvierte la utilidad en innovación y, en particular, los siguientes incentivos para las medianas empresas.

Deducciones adicionales para el cálculo del Impuesto a la Renta, por gastos e inversiones en los siguientes rubros:

- Capacitación técnica dirigida a investigación, desarrollo e innovación tecnológica (Hasta el 1% del gasto de sueldos y salarios al año).
- Gastos en mejora de la productividad de la empresa (hasta el 1% de las ventas).
- Gastos de promoción internacional de la empresa y sus productos (hasta el 50% de los gastos de promoción y publicidad).

2.3. Articulación de instrumentos con la política industrial.

Según (Villa, 2016) :

En el ámbito de la política pública, se destacan una serie de proyectos de apoyo a la producción y protección comercial que se han implementado en los últimos tres años.

Desde el punto de vista de protección comercial, se destacan la aplicación de aranceles y salvaguardas por valor explicadas en la sección de comercio exterior.

Por otro lado, ya desde el punto de vista de apoyo productivo, se destacan los programas de “Hilando el Desarrollo” del Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social (MCDS).

El programa “Hilando el Desarrollo” es un proyecto que tiene como base la asociatividad de artesanos y pequeñas empresas. A través de la asociatividad los microproductores de confecciones proveen de uniformes a los alumnos de las escuelas fiscales del país.

Este programa posee tres componentes: capacitación a microproductores, asistencia técnica y microcréditos. El programa tiene cobertura nacional y hasta el momento ha entregado uniformes a 850.000 niños y niñas de escuelas fiscales.

Con el programa se busca mejorar la capacidad productiva de los beneficiarios, así mismo se garantiza una demanda de productos gracias al sistema nacional de compras públicas. El aumento de productividad de este tipo de empresarios tiene como efecto el mejoramiento de los niveles de bienestar de las familias de los participantes.

2.3.1. Plan Nacional de Desarrollo.

El (Ministerio de Industrias y Productividad, 2012) plantea:

El Ministerio de Industrias y Productividad inicia su trabajo de construcción de la Política Industrial sobre la base de su misión, que consiste en fomentar el desarrollo de la industria nacional mediante políticas públicas y programas que incrementen los niveles de calidad, productividad y competitividad, que dinamicen de forma sostenida la inversión, el comercio interno y externo, generen empleo y mejoren las condiciones de vida de la población ecuatoriana, a través del cumplimiento de los siguientes:

- a. Apoyar la generación intensiva de empleo;
- b. Promover el incremento sostenido de la productividad y el valor agregado;
- c. Impulsar el desarrollo sustentable y el cuidado del medio ambiente como parte integrante de la política industrial;
- d. Propiciar la aplicación de herramientas empresariales de desarrollo de la competitividad como los procesos de asociatividad, gestión de excelencia, cadenas de valor y aglomeraciones económicas;
- e. Promover las compras públicas como un medio para reactivar y dinamizar la producción nacional;
- f. Impulsar la innovación tecnológica y el desarrollo del sistema de innovación y el emprendimiento;
- g. Impulsar políticas y programas que faciliten el acceso a mercados y crédito, así como la mejora de la productividad y calidad de micro, pequeñas y medianas empresas y artesanías;
- h. Incentivar el crecimiento y diversificación de nuevas industrias de exportación y la reestructuración de las existentes con miras a su incursión en mercados externos;
- i. Desarrollar políticas de comercio interior y exterior, que dinamicen la producción nacional, aseguren las condiciones leales y equitativas de competencia, mejoren la competitividad y satisfagan las necesidades del consumidor; y,
- j. Incentivar la inversión directa, nacional y extranjera, orientada a fortalecer y expandir la capacidad productiva nacional.

Hay varios artículos de la Constitución de la República del Ecuador que son referentes importantes para la política pública, relacionados entre otros con el Título VI "Régimen de Desarrollo", en los capítulos de soberanía alimentaria, sistema económico y política económica, política comercial y democratización de los factores de producción.

Adicionalmente, otros se encuentran dentro del Título VII “Régimen del Buen Vivir”, que plantea “el ejercicio de derechos y el cumplimiento de objetivos del régimen de desarrollo”.

Adicionalmente al marco constitucional, en el ámbito del MIC, las competencias como responsable de la ejecución e implementación de la Política Industrial están dados a través de los Decretos 7, 144, 145 y 436, las mismas que se ejecutan a través de sus procesos gobernantes, agregadores de valor y habilitantes, directamente articulados con la planificación del desarrollo del país, cuyo instrumento es el Plan Nacional de Desarrollo y demás leyes, normas y directrices del Gobierno.

Una vez que se ha hecho referencia al marco constitucional e institucional de aplicación de la Política Industrial, se debe tomar en cuenta la urgente necesidad de contar con la normativa secundaria (leyes orgánicas u ordinarias) para poder viabilizar y articular lo que manda la Carta Fundamental en materia económica y productiva en concordancia con la Política Industrial. Para implementar la Política Industrial se deberá adaptar el marco jurídico al nuevo modelo de Estado.

Por otro lado, es necesario contar con la promulgación de leyes adicionales de relevante importancia para un eficaz desarrollo del sector industrial, así como las reformas a otras, entre las que se destacan las siguientes:

- Ley de Empresas Públicas
- Ley de Competencia
- Ley de Agroindustria
- Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad
- Ley de Regímenes Económicos Especiales
- Ley de Comercio Exterior e Inversiones
- Ley Orgánica del Sistema Nacional de Compras Públicas
- Ley de Propiedad Intelectual
- Ley de Fomento Industrial
- Ley de Fomento de la Pequeña Industria
- Ley de Defensa del Artesano
- Ley de Gestión Ambiental

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

La (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo , 2013) establece:

El Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV), ha sido la estructura medular de la ideología política y económica del gobierno actual. En un inicio se tituló “Plan Nacional de Desarrollo” y fue aplicado en el período 2007-2010. El segundo “Programa de Gobierno” (2009-2013) acuñó el término “Plan Nacional para el Buen Vivir”, que se usa hasta esta última edición.

El PNBV 2013-2017, representa una postura política definida y constituye la guía de gobierno que aplicará en los próximos cuatro años de mandato. Es el tercer plan a escala nacional y busca poder concretar todos los objetivos y metas que en él se plantean y de dar continuidad a aquellas actividades que se vienen desarrollando de los planes anteriores.

El Buen Vivir (Sumak Kawsay) como lo define el propio plan, es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. Este es el nuevo horizonte, que será la guía para mantener los cambios realizados y promover principalmente un nuevo giro hacia el cambio de la Matriz Energética y Productiva.

La idea es que el PNBV vaya más allá de las metas fijadas por las Naciones Unidas en los Objetivos del Milenio. De ahí que la atención mundial se centre en el país, ya que el ambicioso proyecto nacional busca ser un referente a nivel internacional.

2.3.2.1. Principios y orientaciones.

La (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo , 2013) define:

- Sociedad radicalmente justa.

La justicia social y económica como base del ejercicio de las libertades.

La justicia democrática participativa.

La justicia intergeneracional.

La justicia transnacional.

- Sociedad con trabajo liberador y tiempo creativo.

El punto de partida de la libertad potencial que genera el trabajo es que la ciudadanía tenga la posibilidad de asegurar su propio sustento y autonomía.

Sociedad igualitaria y equitativa; La igualdad es la condición para el mutuo reconocimiento de todos y todas. La distribución y redistribución de los recursos, basadas en una reestructura social, reducirán las brechas sociales y económicas.

Hay que eliminar privilegios, jerarquías y formas de subordinación; así habrá más fluidez en las relaciones sociales.

- Sociedad de plenas capacidades, emancipación y autonomía.

La expansión de las capacidades del conjunto de la ciudadanía, la afirmación de las identidades que constituyen su ser y el libre desarrollo de mujeres y hombres, son indispensables para una sociedad emancipada, que no sobrevive sino que vive digna y plenamente: una sociedad que expande sus capacidades, que crea, que ejerce su rol político, que no se satisface con suplir sus necesidades mínimas.

- Sociedad solidaria.

La comunidad de acción está en el corazón de los proyectos democrático-republicanos. Parte del siguiente postulado humanista: “Yo te doy porque tú necesitas y no porque pueda obtener un beneficio a cambio”. Se busca erradicar el principio de desarrollo personal y egoísta, característico de una sociedad de libre mercado, bajo el principio de que las personas no solo tienen derecho a la vida, sino a una vida compatible con la dignidad que nos iguala como personas.

- Sociedad corresponsable y propositiva.

La corresponsabilidad es un atributo social para lograr un determinado fin o responder a una situación específica. Si todos y todas asumimos corresponsabilidad de nuestro destino como sociedad, abandonamos la actitud pasiva de esperar que el Estado y sus instituciones resuelvan todas nuestras necesidades. Es el justo equilibrio entre la responsabilidad del Estado, las instituciones y los ciudadanos.

- Sociedad en armonía con la naturaleza.

El reconocimiento de los derechos de la naturaleza y la garantía de un ambiente sano y sostenible, como establece la Constitución, demandan respeto y equilibrio entre los ecosistemas, su gigantesca biodiversidad, sus dinámicas y tiempos. El funcionamiento de la economía debe minimizar los impactos ambientales y sociales de sus actividades productivas e industriales.

Para esto, debe basar su planificación en las capacidades y características de los territorios, para privilegiar las actividades que utilicen el valor de la naturaleza, minimizando y controlando las actividades extractivas, extensivas e intensivas; debe también priorizar una gestión eficiente de los recursos materiales y energéticos, mediante la aplicación de tecnologías y prácticas que posibiliten la integridad de los ecosistemas. El bioconocimiento y la valoración de los servicios ecosistémicos articulan el patrimonio natural con el talento humano, la investigación, la tecnología y la innovación. Este enfoque representa una enorme oportunidad para diversificar la matriz productiva del país.

- Primacía de los bienes superiores.

El acceso a bienes superiores es un derecho, jamás debe ser un privilegio. La primacía de los bienes superiores implica un replanteamiento de la teoría económica convencional que no los toma en cuenta, dado que el mercado ocupa el centro de la organización de la sociedad y desplaza al ser humano.

- Sociedad de excelencia.

El socialismo se construye desde la excelencia, el esfuerzo individual y colectivo por ser cada día mejores. La excelencia debe practicarse en todos los ámbitos de la vida individual y social.

- Sociedad pluralista, participativa y autodeterminada.

Un Estado democrático requiere instituciones políticas y modos de gobierno públicos. Un gobierno democrático participativo entraña la presencia de una ciudadanía activa y de fuertes movimientos sociales que trabajen en redes abiertas, para tratar cuestiones locales y temas nacionales.

- Soberanía e integración de los pueblos.

Promover la paz y el desarme universal, defendemos el principio de ciudadanía universal. Impulsamos la integración política, cultural y económica de la región Andina, de América del Sur y de Latinoamérica, la consolidación de organizaciones de carácter supranacional conformadas por los Estados de América Latina y del Caribe, y la suscripción de tratados y otros instrumentos de integración regional. Se debe, asimismo, fomentar un nuevo sistema de comercio e inversión entre los Estados, con justicia y solidaridad.

- Estado democrático, plurinacional y laico.

La formación de un Estado plurinacional, megadiverso y plural, exige su descolonización; el reconocimiento político de la diversidad étnica, religiosa y sexual, y el forjamiento de una sociedad con derechos de titularidad colectiva: lengua, cultura, justicia y territorio. La interculturalidad es fundamental en este desafío, pues nos reconoce como diferentes en origen, prácticas, costumbres, conocimientos y saberes. El diálogo de saberes protege, revitaliza y promueve los saberes ancestrales y los conocimientos tradicionales. Un Estado laico es indispensable para garantizar la plena libertad de conciencia y el pluralismo social en todas sus expresiones.

- Fortalecimiento de la sociedad.

La transformación de la matriz productiva y la democratización del Estado no tendrían un sentido emancipador si no pusiéramos en primer plano al fortalecimiento de la sociedad. Se trata de promover la construcción de una sociedad que profundice la calidad de la democracia y amplíe sus espacios de incidencia en condiciones de igualdad social y material.

2.3.3. Matriz productiva.

(SENPLADES, 2012):

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 constantes e imprevistos cambios en los precios

internacionales de las materias primas, 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.

Consciente de esta situación, el Gobierno Nacional plantea transformar el patrón de especialización de la economía ecuatoriana y lograr una inserción estratégica y soberana en el mundo, lo que nos permitirá:

- Contar con nuevos esquemas de generación, distribución y redistribución de la riqueza;
- Reducir la vulnerabilidad de la economía ecuatoriana;
- Eliminar las inequidades territoriales;
- Incorporar a los actores que históricamente han sido excluidos del esquema de desarrollo de mercado.

La transformación de la matriz productiva implica el paso de un patrón de especialización primario exportador y extractivista a uno que privilegie la producción diversificada, eficiente y con mayor valor agregado, así como los servicios basados en la economía del conocimiento y la biodiversidad.

Este cambio permitirá generar nuestra riqueza basados no solamente en la explotación de nuestros recursos naturales, sino en la utilización de las capacidades y los conocimientos de la población.

Un proceso de esta importancia requiere que las instituciones del Estado coordinen y concentren todos sus esfuerzos en el mismo objetivo común.

Los ejes para la transformación de la matriz productiva son:

- a. Diversificación productiva basada en el desarrollo de industrias estratégicas que amplíen la oferta de productos ecuatorianos y reduzcan la dependencia del país.
- b. Agregación de valor en la producción existente mediante la incorporación de tecnología y conocimiento en los actuales procesos productivos de biotecnología (bioquímica y biomedicina), servicios ambientales y energías renovables.

- c. Sustitución selectiva de importaciones con bienes y servicios que ya producimos actualmente y que seríamos capaces de sustituir en el corto plazo: industria farmacéutica, tecnología (software, hardware y servicios informáticos) y metalmecánica.
- d. Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos -particularmente de la economía popular y solidaria-, o que incluyan mayor valor agregado -alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo, con el fomento a las exportaciones se busca también diversificar y ampliar los destinos internacionales de los productos.

La transformación esperada alterará profundamente no solamente la manera cómo se organiza la producción, sino todas las relaciones sociales que se desprenden de esos procesos.

2.4. Instituciones públicas de apoyo a la industria textilera.

Dentro de las instituciones públicas de apoyo al sector textileros tenemos las siguientes:

2.4.1. Ministerio Coordinador de Producción, Empleo, Competitividad.

(Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2015)

Este ministerio tiene como misión generar, coordinar, articular, impulsar y evaluar las políticas, programas, proyectos y estrategias de producción, empleo y competitividad del Consejo Sectorial de la Producción, orientados al cambio de la matriz productiva del Ecuador.

Y como visión ser, en el año 2016, el eje estratégico del desarrollo productivo, competitivo y de empleo de calidad, con capacidad de generar y definir políticas públicas articuladas y de alto impacto, con la participación de diversos actores de la sociedad.

Dentro de los objetivos del ministerio tenemos los siguientes:

- Incrementar la eficiencia y efectividad en la formulación, articulación y ejecución de políticas y herramientas del sector de la producción, empleo y competitividad.
- Incrementar la acción de la inversión, nacional y extranjera en el país, para el desarrollo empresarial, a través de la coordinación con las entidades del sector.
- Incrementar la producción de los sectores priorizados dentro de las zonas de planificación.
- Incrementar el uso eficiente del presupuesto.
- Incrementar la eficiencia operacional.
- Incrementar el desarrollo del talento humano

El eje principal que mantiene esta entidad es el cambio de Matriz Productiva para lo cual se plantearon las siguientes acciones:

- Incremento de la productividad
- Mayor componente ecuatoriano
- Diversificación de productos
- Diversificación de mercados
- Incremento de exportaciones
- Generación de empleo de calidad
- Promoción de sostenibilidad ambiental
- Aseguramiento de producción de calidad
- Sustitución de importaciones

2.4.2. Ministerio de Industrias y Productividad – MIPRO.

(Ministerio de Industrias y Productividad Mipro, 2015)

El ministerio tiene como misión Impulsar el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, 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.

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.

Para lo cual se implementaran los siguientes objetivos:

1. Incrementar la productividad.
2. Superar la dependencia estructural del sistema productivo ecuatoriano.
3. Contribuir a alcanzar la soberanía alimentaria y económica.
4. Propender la incorporación de mayor valor agregado en la producción nacional, la diversificación productiva y de los mercados.
5. Potenciar el crecimiento de la economía social y solidaria.
6. Ampliar la demanda de empleo de calidad y promover la capacitación de la fuerza laboral.
7. Reducir las asimetrías de desarrollo territorial y regional.
8. Promover la innovación tecnológica para potenciar un crecimiento endógeno.
9. Apoyar el desarrollo de sectores industriales prioritarios.

2.4.3. Ministerio de Comercio Exterior: Comité de Comercio Exterior – COMEX.

(Ministerio de Comercio Exterior, 2015)

El Comité de Comercio Exterior (COMEX) es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, es un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia.

El Decreto Ejecutivo No 25 reestructura al Comité de Comercio Exterior (COMEX) y define como miembros a los titulares o delegados de las siguientes entidades:

- Ministerio de Comercio Exterior, quien lo preside;

- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca;
- Ministerio de Industrias y Productividad;
- Ministerio de Economía y Finanzas;
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

Adicionalmente, formaran parte del COMEX, con voz, pero sin derecho a voto, las siguientes entidades:

- Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad;
- Ministerio Coordinador de la Política Económica;
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador y,
- Las demás instituciones que determine el Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo.

(COMEX, 2015)

Tiene la siguiente Misión:

El Ministerio de Comercio Exterior es el ente rector de la Política de Comercio Exterior e Inversiones, que propicia, de manera estratégica y soberana la inserción económica y comercial del país en el contexto internacional, que contribuya a la integración latinoamericana y que apoye el cambio de la matriz productiva, mediante la formulación, planificación, dirección, gestión y coordinación de la política de comercio exterior, la promoción comercial, la atracción de inversiones, las negociaciones comerciales bilaterales y multilaterales, la regulación de importaciones y la sustitución selectiva y estratégica de importaciones, con el propósito de contribuir al desarrollo económico y social del país.

Y la siguiente Visión

Ser una institución referente en el contexto internacional en la concreción de una política comercial, de acuerdo con las mejores prácticas internacionales en términos de eficiencia y eficacia, que atiende los objetivos nacionales de integración comercial y económica como instrumento del desarrollo productivo y el cambio de la matriz productiva.

2.4.4. Instituto de Economía Popular y Solidaria – IEPS.

(Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2015)

El Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria – IEPS, es una entidad de derecho público, adscrita al Ministerio de Inclusión Económica y Social, con patrimonio propio, e independencia técnica, administrativa y financiera, la cual se encarga de brindar apoyo a los ciudadanos que desean emprender procesos de desarrollo productivo, bajo la Ley de Economía Popular y Solidaria. Esta Ley basa sus lineamientos, en el modelo económico Popular y Solidario, que consiste en una forma de organización económica, que promueve la asociatividad, da prioridad a la persona por encima del capital, y además fomenta la igualdad y la eficiencia en base a la superación grupal y comunitaria.

El IEPS busca la inclusión de todos los ciudadanos y ciudadanas, en los ámbitos: Económico, mediante la generación de empleos; Financiero, guiando en el acceso a créditos asociativos; Social, mediante capacitaciones; Cultural, preservando los saberes ancestrales; y Político, fomentando la toma de decisiones de manera democrática.

Entre los principales beneficios que ofrece el IEPS, a los actores de la EPS, se encuentran:

- Brindar capacitación asociativa, administrativa y técnica para dirigir un proyecto o emprendimiento económico;
- Realizar seguimientos y evaluaciones a los productos o servicios;
- Ofrecer asesoría legal, y coordinar apoyo con otras instituciones públicas, como: MAGAP, SECAP, MIES, entre otras;
- Orientar en el acceso a créditos y préstamos en la banca pública;
- Ayudar a posicionar los productos y servicios en mercados nacionales e internacionales, promoviendo el intercambio entre otros miembros y asociaciones de la EPS.

El IEPS tiene la siguiente Misión:

El fomento y promoción de las personas y organizaciones sujetas a esta Ley, en el contexto del sistema económico social y solidario previsto en la Constitución de la

República y consistente con el Plan Nacional de Desarrollo, con sujeción a las políticas dictadas por el Comité Interinstitucional, para lo cual ejercerá las funciones que constarán en el Reglamento a la presente Ley, según el artículo 154 de la Ley de Economía Popular y Solidaria.

Y la siguiente Visión:

Construir el Sistema Económico Social y Solidario del Ecuador con el liderazgo de los actores de la Economía Popular y Solidaria, visibilizados e incluidos en políticas públicas transformadoras, desarrollando procesos productivos basados en la solidaridad, cooperación y reciprocidad, que privilegian al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientados al buen vivir del país, en armonía con la naturaleza.

De acuerdo a la misión y visión del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria se definen los siguientes objetivos:

- a) Crear capacidades para que los actores de la Economía Popular y Solidaria se consoliden como sujetos económicos-sociales-políticos que participan en el nuevo régimen del buen vivir.
- b) Crear las condiciones para el desarrollo de los actores de la Economía Popular y Solidaria a través de su acceso a los factores productivos y de la coordinación y articulación de políticas, normas y acciones que impulsan y/o ejecutan las Instituciones del Estado, los gobiernos autónomos descentralizados, las organizaciones sociales, las universidades y la comunidad en general.
- c) Generar oportunidades y espacios para el fortalecimiento y dinamización de los procesos de producción, distribución, circulación, financiamiento, comercialización y consumo de bienes y servicios de los actores de la economía popular y solidaria.

Los ejes generales son:

- Fortalecimiento Organizativo. Fortalecemos las capacidades técnicas y organizativas de los actores de la Economía Popular y Solidaria.
- Fomento Productivo. Articulamos los emprendimientos de la Economía Popular y Solidaria a los circuitos económicos.

- Intercambio y Mercados. Fortalecemos estrategias y promovemos el intercambio y el acceso a mercados a las formas de organización de la Economía Popular Solidaria.
- Estudio e Investigación. Sistematizamos y difundimos información, conocimientos, experiencias y acciones aprendidas sobre los procesos de la Economía Popular y Solidaria.

2.4.5. Superintendencia de Control del Poder de Mercado

La (Superintendencia de Control del Poder de Mercado, 2015) menciona:

La SCPM es un Organismo técnico de control, con capacidad sancionatoria y autonomía. Dispone de una Ley para el desarrollo de su gestión, llamada “Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado”.

La SCPM es creada y se rige por la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado - LORCPM (Suplemento RO 555 de 13 de octubre de 2011).

Están sometidos a las disposiciones de la presente Ley todos los operadores económicos, sean personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales y extranjeras, con o sin fines de lucro, que actual o potencialmente realicen actividades económicas en todo o en parte del territorio nacional, así como los gremios que las agrupen, y las que realicen actividades económicas fuera del país, en la medida en que sus actos, actividades o acuerdos produzcan o puedan producir efectos perjudiciales en el mercado nacional.

Tiene la siguiente MISIÓN:

Controlar el correcto funcionamiento de los mercados, previniendo el abuso de poder de mercado de los operadores económicos nacionales y extranjeros y todas aquellas prácticas contrarias a la competencia que vayan en perjuicio de los consumidores, promoviendo la eficiencia en los mercados, el comercio justo y contribuyendo al bienestar general de los consumidores y usuarios.

Los principales objetivos que se persiguen con el control del poder de mercado son:

- Eficiencia en los mercados
- Comercio Justo
- Bienestar general
- Sistema económico social, solidario y sostenible

2.5. Marco jurídico para inversiones.

Dentro del marco jurídico para las inversiones se puede citar el código de la producción.

2.5.1. Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI): principales características.

El (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2013) menciona las principales características:

Transformar la matriz productiva, para generar mayor valor agregado, democratizando el acceso a los factores de la producción especialmente a pequeñas y medianas empresas. Una ley orgánica con regulaciones específicas para cada área.

Apoya al proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Otorga incentivos (tributarios y no tributarios) a las inversiones en el territorio ecuatoriano.

CAPÍTULO 3.
LAS INDUSTRIAS TEXTILERAS EN LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE
LOS TSÁCHILAS: ANÁLISIS SITUACIONAL, ORGANIZACIÓN Y
ADMINISTRACIÓN.

3.1. Metodología y datos.

La investigación está diseñada con la finalidad de analizar la situación actual en cuanto a organización y administración de la industria textilera en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

3.1.1. Tipo de Investigación.

3.1.1.1. *Descriptiva*

Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006) “La investigación descriptiva busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”.

Esta investigación fue aplicada para narrar el análisis de la organización y la administración de la industria textilera en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, así como para conocer cuál es la empresa de la zona con mejor nivel en el manejo de factores como materias primas, mano de obra, planificación, márgenes de ventas y calidad certificada.

3.1.1.2. *Observacional*

Para (Heinenmann, 2003) “La observación científica es la captación previamente planeada y el registro controlado de datos con una determinada finalidad para la investigación, mediante la percepción visual o acústica de un acontecimiento”.

Se inició con la observación de campo que proporcionó el criterio, perspectiva y estructura de cada una de las empresas encuestadas.

Por lo tanto, la investigación será Descriptiva – Observacional.

3.1.2. Métodos de investigación

3.1.2.1. Método Deductivo

Se empezó de lo general hasta llegar a la particularidad de los hechos. Como punto de partida se analizó la organización y la administración de la industria textilera en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Para lo cual se utilizaron las técnicas de observación y las entrevistas que se realizó a los funcionarios de entidades relacionadas con el comercio, la industria textil, la agricultura, entre otras actividades económicas del cantón.

3.1.2.2. Método Inductivo.

Se inició de lo particular hasta llegar a establecer la generalidad de la industria textilera en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, es decir se realizara análisis de las actividades económicas para que partiendo de esto se pueda determinar cuál es el grado de organización y administración que se está manejando en cada uno de las empresas.

3.1.2.3. Método Analítico.

Se empleó en el análisis detallado sobre la organización y la administración de la industria textilera en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

3.1.3. Objetivo.

Recopilar información de manera eficiente a través de un manejo adecuado de las fuentes de información y así analizar la situación actual de la de la industria textil en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

3.1.4. Recopilación de información.

Como parte de la recopilación de la información se inició con una verificación de las entidades que cuentan con base de datos de instituciones del sector económico industrial de la provincia, como: la Cámara de Comercio, el Servicio de Rentas Internas (SRI), también asociaciones de artesanos textiles localizados en la zona, donde se pudo compilar información necesaria para la investigación. Al analizar la información proporcionada por el SRI, se la consideró como

idónea para la realización de las técnicas y punto de partida para la ejecución del presente trabajo.

3.1.4.1. Unidad de análisis.

La unidad de análisis considerada para la presente investigación es la industria manufacturera, de la que se considera el sector textil, se contempla las siguientes ramas:

C13: Fabricación de productos textiles.

C131 Hiladura, tejeduría y acabado de productos textiles.

C139: Fabricación de otros productos textiles.

C14: Fabricación de prendas de vestir.

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

C142: Fabricación de artículos de piel.

C143: Fabricación de artículos de punto y ganchillo.

C15: Fabricación de cueros y productos conexos.

C151: Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles.

C152: Fabricación de calzado

3.1.4.2. Diseño de la encuesta.

El diseño de la encuesta está formada por cuarenta (40) preguntas, clasificadas en dos secciones:

En la primera sección las preguntas están enfocadas en conocer los datos generales, donde se incluye la organización, sindicato o cámara a la que pertenece, la categoría industrial, entre otros datos de identificación de las empresas.

Luego de los datos generales, en la segunda sección las preguntas se enfocaron en indagar la caracterización de la industria en diferentes áreas como la Administrativa, la de Producción, la de Marketing, la Financiera Contable, Recursos Humanos y finalmente la tecnología e innovación que tenía cada una de las empresas encuestadas.

3.1.4.3. Población: muestra y/o censo: CIU 4.0.

Tabla 2. Contribuyentes C. Industrias manufactureras

C: Industrias manufactureras.	Parcial	Total
C13: Fabricación de productos textiles.		43
C131 Hiladura, tejeduría y acabado de productos textiles.	13	
C139: Fabricación de otros productos textiles	30	
C14: Fabricación de prendas de vestir		1085
C141: Fabricación de prendas de vestir excepto prendas de piel.	1084	
C142: Fabricación de artículos de piel	0	
C143: Fabricación de artículos de punto y ganchillo	1	
C15: Fabricación de cueros y productos conexos		11
C151: Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles.	10	
C152: Fabricación de calzado	1	
TOTAL ENCUESTAS A REALIZAR		1139

Fuente: Servicio de Rentas Internas.

Elaborado por: La Autora.

La tabla N° 2 indica los datos de la población objeto de estudio según clasificación del Servicio de Rentas Internas.

Para establecer la población objeto de investigación, se tomó información basada en la base de datos del SRI. Información que se encuentra en el Anexo N. 2.

Para determinar la muestra se inició con la clasificación de las empresas en función de las actividades que realiza, las mismas que se clasifican en C13, C14 y C15 como se muestra en la tabla arriba.

Con la población de 1139 contribuyentes se procedió a realizar el cálculo de la muestra, con la fórmula de poblaciones finitas que se muestra a continuación:

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

Donde:

N = Total de la población 1.139

Zα= nivel de confianza del 95% con un coeficiente de 1.96

p = proporción esperada (en este caso 50% = 0.50).

q = 1 – p (en este caso 1-0.50 = 0.50)

e = nivel de error estándar de 5%.

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 1.139.00}{0.05^2 * (1.139.00 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

TAMAÑO DE MUESTRA = 284

Tabla 3. Número de encuestas por actividad

	Nº Empresas	MUESTRA
C: Industrias manufactureras.		
C13: Fabricación de productos textiles.	<u>1139</u>	
C131 Hiladura, tejeduría y acabado de productos textiles.	13	13
C139: Fabricación de otros productos textiles	30	30
C14: Fabricación de prendas de vestir		
C141: Fabricación de prendas de vestir excepto prendas de piel.	1084	229
C142: Fabricación de artículos de piel	0	0
C143: Fabricación de artículos de punto y ganchillo	1	1
C15: Fabricación de cueros y productos conexos		
C151: Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles.	10	10
C152: Fabricación de calzado	1	1
TOTAL ENCUESTAS A REALIZAR		284

Fuente: Servicio de Rentas Internas.

Elaborado por: La Autora.

En la tabla N° 3 se muestra la subdivisión del número de encuestas a realizar por actividad textil.

Se realiza las encuestas a 284 empresas, de acuerdo al cálculo realizado para la muestra de poblaciones finitas, para conocer las empresas a encuestar, se aplica el siguiente criterio de selección por actividad textil:

C: Industrias manufactureras.	<	=	50 empresas	100%
C: Industrias manufactureras.	=	>	51 empresas	aplica la diferencia.

De esto se tiene que por cada actividad que cuenta con menos de cincuenta elementos se tomará el total de los mismos dando como resultado 55 y para llegar al total del número de encuestas que se tiene que realizar se toma la diferencia que son 229 de la actividad que tiene más de cincuenta elementos.

3.1.5. Procesamiento y análisis de datos.

Para el proceso de datos, luego de haber aplicado las encuestas se procedió a tabular los resultados encontrados en una base de datos desarrollada en una hoja electrónica de cálculo, la misma que contenía todos los parámetros a evaluar, tales como la información básica de la empresa, aspectos administrativos, actividades de producción, área de Marketing, la parte financiera contable, recursos humanos y tecnología e innovación.

Para el análisis de datos se realizaron cuadros y gráficos del sector textil en base a la información tabulada y así se logró conocer la situación actual de la industria.

3.2. Análisis situacional de la industria textil en la provincia de “Santo Domingo de los Tsáchilas”.

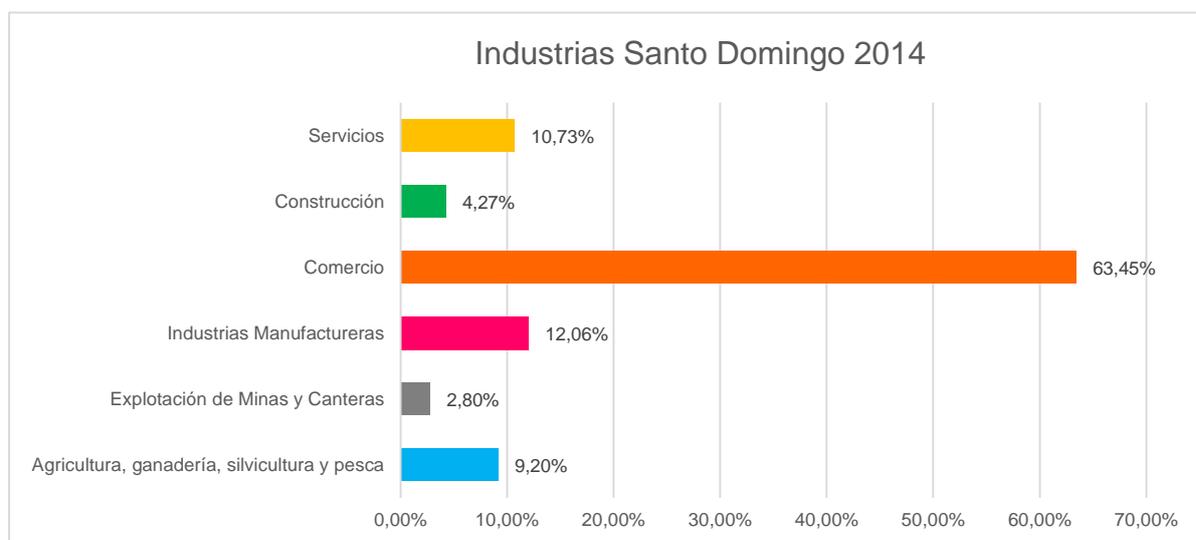


Figura 2. Industrias de Santo Domingo 2014

Fuente: (INEC, 2016)

Elaborado por: Redatam+SP

En la figura N° 2 se puede observar las industrias y su porcentaje de ventas en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas año 2014, con datos tomados del (INEC, 2016).

Según (Maldonado, Proaño, & Equipo Editorial Ekos, 2015):

La industria textil se establece como un sector dinámico debido a que en 2014 registra un crecimiento de 4,30% respecto al año anterior y representa el 0,9% del PIB nacional y el 7,24% del PIB manufacturero.

El (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011) afirma:

El desarrollo industrial de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas se ve reflejado al de la industria nacional, ya que en mayor medida se realizan productos alimenticios y bebidas, seguido por textiles, muebles y otros productos de madera. Por tal motivo apenas el 8% de la PEA se dedica a esta tipo de actividades.

En la provincia el sector textil está formado por empresas de índole artesanal – industrial, conjugación que muestra el crecimiento del sector, dando una mejor óptica de la industria por su contribución positiva al crecimiento del PIB ecuatoriano. Las innovaciones que se están realizando en el sector acrecientan el nivel de productividad y la economía local, incrementan fuentes de empleo, y mejora la calidad de vida de los involucrados.

En Santo Domingo las empresas que se sitúan en la localidad han diversificado sus productos, ya que su producción se centraba en la confección de ropa deportiva, sin embargo en los últimos años se han incrementado la elaboración de prendas de vestir para damas caballeros y niños, así como también lencería para el hogar. Es importante destacar que la producción de las empresas situadas en la provincia, anteriormente se confeccionaba solo para la localidad, y actualmente se dirigen a mercados nacionales e internacionales.

Según el último censo realizado se constató que en la zona de Santo Domingo la principal actividad es el Comercio al por mayor y menor, seguido muy de cerca la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, y luego se encuentra el área de industrias manufactureras.

En la zona existen industrias y actividades textiles que tienen vínculos con sectores como: sector agropecuario, construcción, inmobiliario, entre los más representativos, adicionalmente, otra parte de la población se dedica a actividades manufactureras en pequeña escala como: textiles, tejidos, entre otros.

En la localidad hay varias empresas que se encuentran en el área textil. De los 86 actores que forman parte de la economía Popular Solidaria (EPS), 5 son asociaciones que se encuentran trabajando en la confección del área textil centradas en las zonas urbana y rural.

3.2.1. Características de la provincia.

El (GAD Municipal Santo Domingo, 2015) define:

La provincia se encuentra ubicada geográficamente a 133 Km al Oeste de la ciudad de Quito, la misma que limita al Norte con las provincias de Pichincha y Esmeraldas, al Sur con la Provincia de Los Ríos, al Este con la provincia de Cotopaxi y al Oeste con la provincia de Manabí; la superficie es de 3.532 Km² en la que se asienta una población de 368.013 habitantes. Dentro de las características fundamentales de Santo Domingo se puede determinar que existe un 49,7% de hombres dentro de la población frente a un 50.3% de mujeres.

Debido a que Santo Domingo se encuentra en una ubicación estratégica ha cobrado fuerza en los últimos años, en esta ciudad una serie de actividades de gestión, servicios, comercio y transporte, por lo que cumple un rol abastecedor y articulado de flujos comerciales y financieros con un importante peso en la economía nacional.

El (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011) señala:

La población económicamente activa de la provincia, asciende al 29,6 % y según los datos del Censo 2010, representa el 2 % de la fuerza laboral del país. Su aporte económico a la Región es del 31 % y a nivel nacional representa el 2 %.

De acuerdo a la información obtenida del último Censo del año 2010, se determina provisionalmente que existen 16.728 establecimientos que desarrollan actividades económicas en la provincia, lo que significa el 32 % de la Región 4 y el 2% a nivel nacional.

La principal rama de actividad económica de la provincia es el comercio o sector terciario seguido por los servicios y posterior la agricultura. Las actividades manufactureras son limitadas.

“Otros indicadores económicos necesarios de destacar, es el aporte de ingresos fiscales de la provincia, los cuales fueron de 26,1 millones de USD, que representan el 20% de la Región 4 y el 0,4 % a nivel nacional”. (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2013).

3.2.2. Descripción de productos elaborados por el sector.

Según (Lovato, 2014):

El sector textil ecuatoriano presenta un gran nivel de potencialidad dadas las condiciones económicas para la producción en esta industria, esto es: bajos costos de materia prima (producción algodón), las condiciones estratégicas que presenta el país, nichos de mercado y posibles acuerdos comerciales con la región, Estados Unidos y Europa.

Por otro lado y a un nivel macroeconómico, se presenta la necesidad de un desarrollo de la balanza comercial no petrolera ecuatoriana, pues la dependencia al petróleo en el país al ser la principal fuente de ingreso de divisas, genera vulnerabilidades ante fluctuaciones exógenas.

Según la Clasificación Internacional Uniforme (CIIU), el sector textil se encuentra considerado como una actividad de manufactura. Según información de Cuentas Nacionales del Banco Central del Ecuador, el sector textil ecuatoriano produce:

- Hilados (Hilados acrílicos)
- Tejidos
- Prendas de vestir
- Lencería de hogar.
- Productos especiales.(fibras sintéticas)

3.2.4. Análisis estadístico de la producción en la industria textil de la provincia.



Figura 4. Tipo de industria

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

En la figura N° 4 se muestra los tipos de industria que existen en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas mayoritariamente conformado por empresas familiares, unipersonales y sociedades no familiares.

Dentro de la recolección de datos de la técnica de investigación utilizada se analizaron varios parámetros uno de ellos hace referencia al tiempo de industria que existe en la localidad las cuales se centran básicamente el 49% en empresas familiares, las mismas que han sido creadas como emprendimientos para mitigar la crisis económica por la que se atravesó desde la dolarización, es importante mencionar que el tinte de algunas de estas empresas es de continuo crecimiento.

Así también existen las unipersonales que cuenta con un gran protagonismo dentro del sector textil de Santo Domingo ya que son el 34% de las empresas de la zona, es importante conocer que algunas de estas no se encuentran legalmente constituidas y están conformadas por sastres y modistas independientes que en algunos casos trabajan para empresas de mayor tamaño, el crecimiento de este grupo se ha dado debido a las restricciones arancelarias que se impusieron a los productos importados donde uno de los artículos eran las prendas de vestir, es por esto que este fragmento del sector textil se ha dinamizado en producción y rentabilidad.

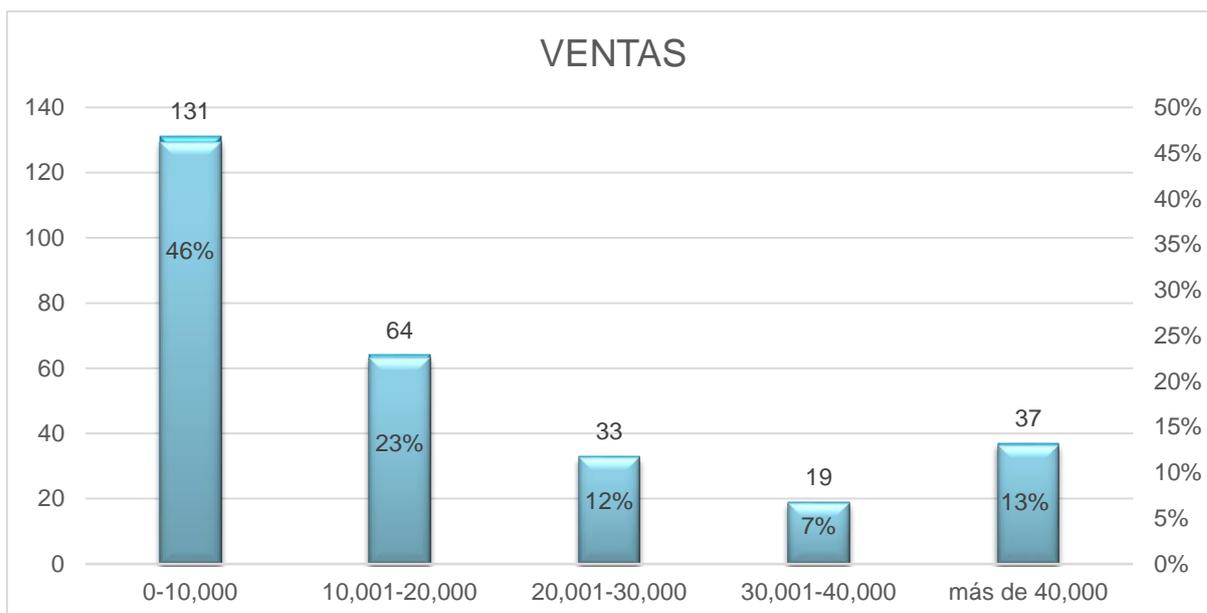


Figura 5. Ventas.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

En la figura N° 5 se observa el nivel de ventas de las empresas textiles, los mismos que van desde 0 a \$10.000 hasta más de \$40.000,00.

El 46% de ventas de las empresas del sector textil de Santo Domingo de los Tsáchilas se encuentra entre 0 y 10.000 dólares lo que muestra que existe un gran porcentaje de micro y pequeñas empresas en donde su gran mayoría son empíricas y no cuentan con elementos necesarios para su crecimiento sostenible, luego con 22% se encuentran las empresas que están con porcentaje de venta de entre 10.000 y 20.000 dólares anuales donde dentro de estas se encuentran empresas que están en proceso de integración al sector productivo de manera activa.

Un pequeño porcentaje del 13% son las empresas que se encuentran generando por concepto de la operación de la empresa más de 40.000 anuales, es importante mencionar que las comercializaciones que realizan estas empresas son nacionales, puesto que no existen convenios con países donde se encuentran grandes consumidores como la Unión Europea y Estados Unidos y sumado a esto que los grandes competidores de la industria ecuatoriana como son Perú y Colombia cuenta con mayor tecnificación y con acuerdos multi y bilaterales con los principales demandantes.



Figura 6. Materia prima.
Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: La Autora

En la figura N° 6 se muestra la composición de la inversión en materia prima dentro de las industrias textiles de Santo Domingo, donde el mayor protagonismo lo tienen los proveedores nacionales.

Los proveedores de materia prima son en 66,94% nacionales, seguidos de los proveedores locales con un 13,51% y la diferencia es materia prima importada.

Es importante mencionar que estos son de tres tipos; locales, nacionales e internacionales se realizó un análisis para conocer cuál es la dinámica de este indicador en las industrias textiles en Santo Domingo. De los cuales se pudo conocer que los proveedores nacionales son los de mayor predominancia debido a que en los últimos años se han aplicado restricciones para ciertos elementos de importación, y así también se puede observar que es en menor cuantía el desarrollo de las adquisiciones en la localidad debido a que las empresas se dedican a la redistribución de materia prima en Santo Domingo.

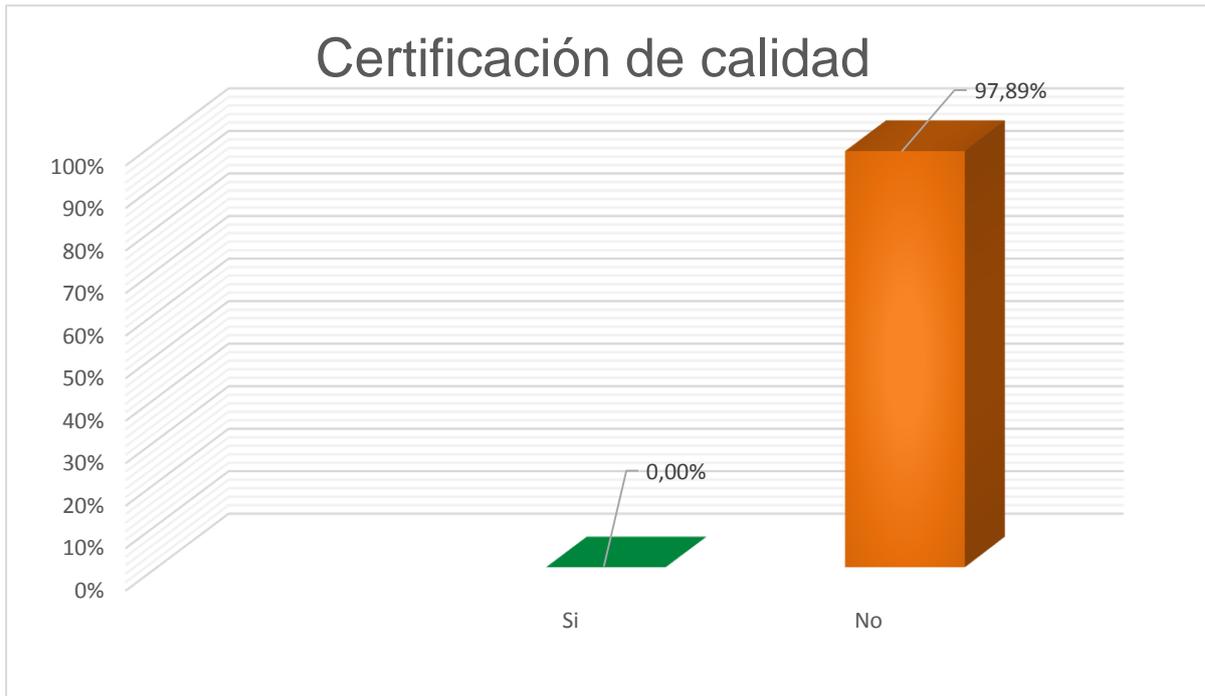


Figura 7. Certificación de calidad.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora.

En la figura N° 7 se presenta el porcentaje de empresas que poseen alguna de las distintas certificaciones de calidad en Santo Domingo.

Se pudo conocer que únicamente el 2,11% de las empresas del sector textil local manifestaron que están en proceso de obtener una certificación de calidad; se puede evidenciar así también por la cifra del 97,89% que no poseen ninguna de estas certificaciones y que el manejo de las empresas textiles se realizan según criterios de los empresarios sin tomar en cuenta normas que favorecen al crecimiento y expansión de la industria.

3.3. Administración del sector textil.

Dentro del área de Administración de las empresas se realizaron análisis de varias áreas dentro de las empresas, se considera las empresas que se escogieron como las más representativas para conocer varios de los aspectos que se muestran a continuación.

3.3.1. Estructura administrativa.

Dentro de la estructura administrativa que se maneja dentro de las empresas se puede evidenciar lo siguiente:

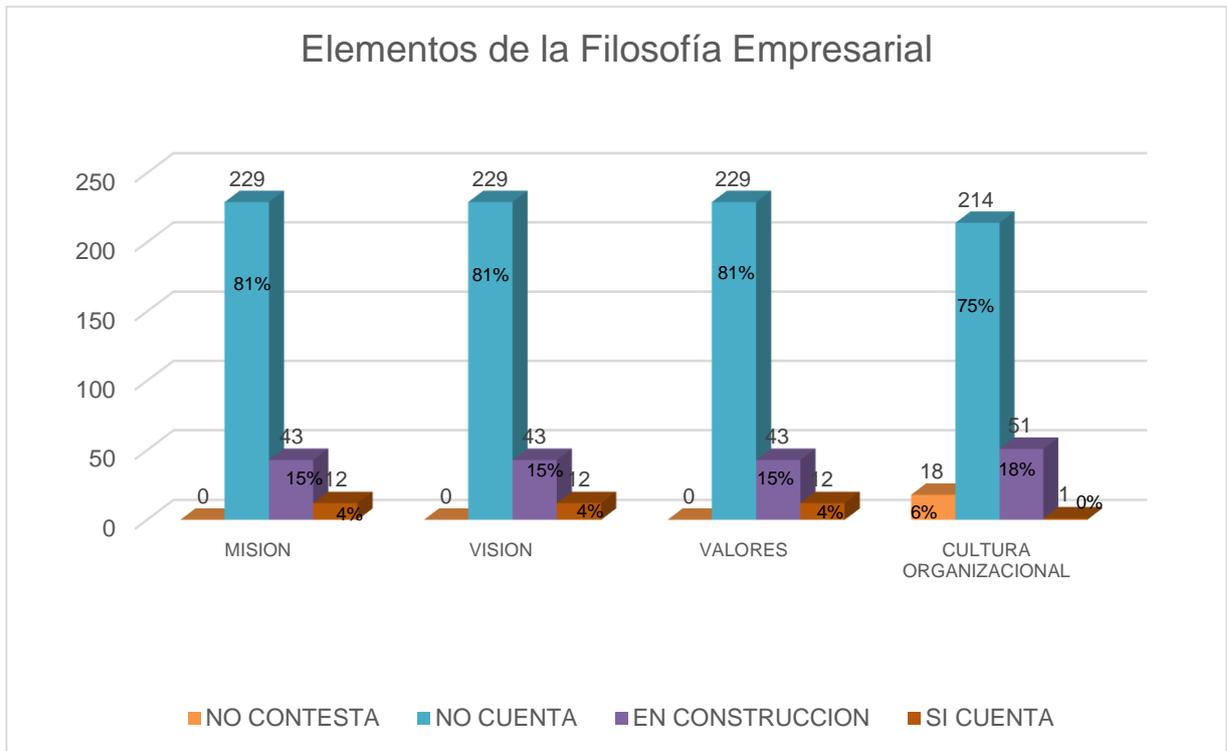


Figura 8. Elementos de la filosofía empresarial.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora.

La figura N° 8 presenta al porcentaje de la industria textil local que posee elementos de filosofía empresarial.

Se observa que en promedio el 15,84% de las empresas de la zona indican están en proceso de construcción y el 4,57% afirma si cuenta con los elementos de la filosofía empresarial.

La mayoría de las empresas no cuentan con una filosofía empresarial definida debido a que dentro de la zona las empresas son microempresas, pequeñas y medianas empresas que manejan esta área de manera empírica. Por lo que carecen de misión, visión, valores empresariales y cultura organizacional. Esto también se debe a que en Santo Domingo la gran mayoría son unidades de negocio informales.

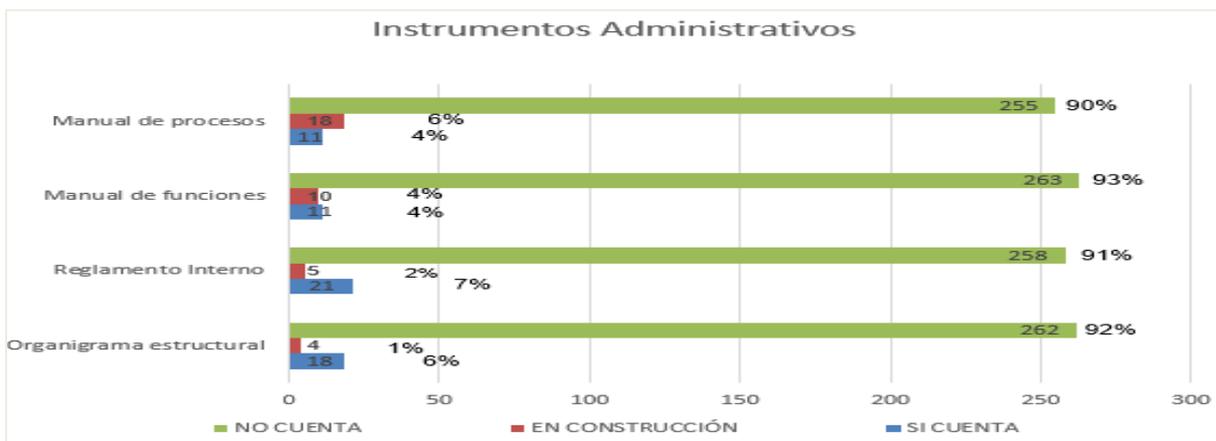


Figura 9. Instrumentos Administrativos.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

En la figura N° 9 se observa las empresas que cuentan con los instrumentos organizativos para su mejor funcionamiento.

En promedio se puede destacar que las empresas en un 78% no cuentan con elementos necesarios que ayuden a una adecuada administración dentro de cada una de ellas, son contadas las empresas que si poseen instrumentos administrativos o que indican estar en proceso de implantación de las mismas.

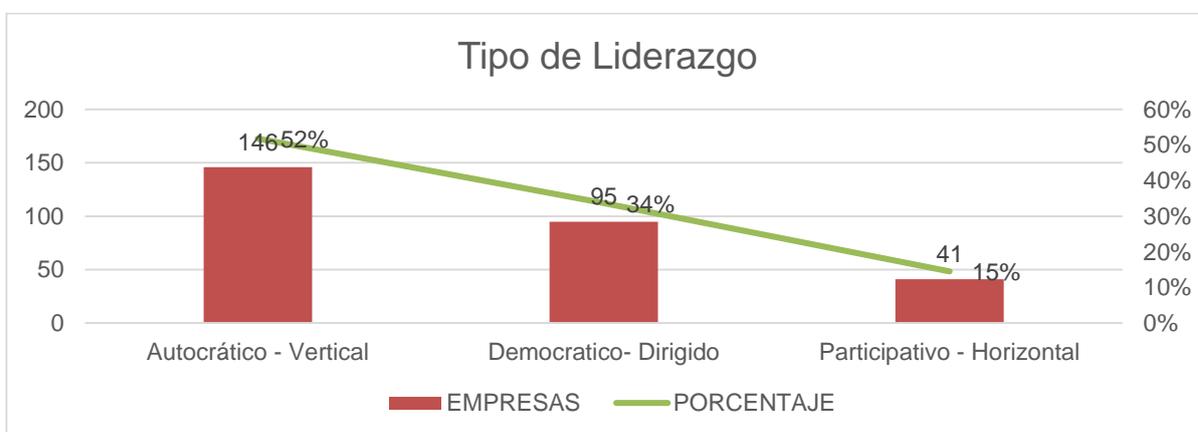


Figura 10. Tipo de liderazgo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

La figura N° 10 muestra el tipo de liderazgo aplicado dentro de las empresas.

El tipo de liderazgo aplicado para la organización en un porcentaje del 52% es Autocrático-Dirigido, seguido del Democrático-Participativo y en un menor porcentaje del Participativo-Horizontal, este tipo de liderazgo es acogido con frecuencia en Santo Domingo ya que las

empresas son formadas generalmente por pocos empleados lo que hace que el dueño de la empresa ejerza el total liderazgo y tome las decisiones sobre su negocio.



Figura 11. Planificación estratégica.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora.

La figura N° 11 muestra el número de empresas que utilizan como un instrumento de administración a la planificación estratégica.

En referencia a las empresas que tienen planificación estratégica representan el 11% del total de las empresas encuestadas y la diferencia no cuenta con esta herramienta administrativa. Demostrando de esta manera que el manejo de las empresas textiles en esta localidad en un alto porcentaje empírico.

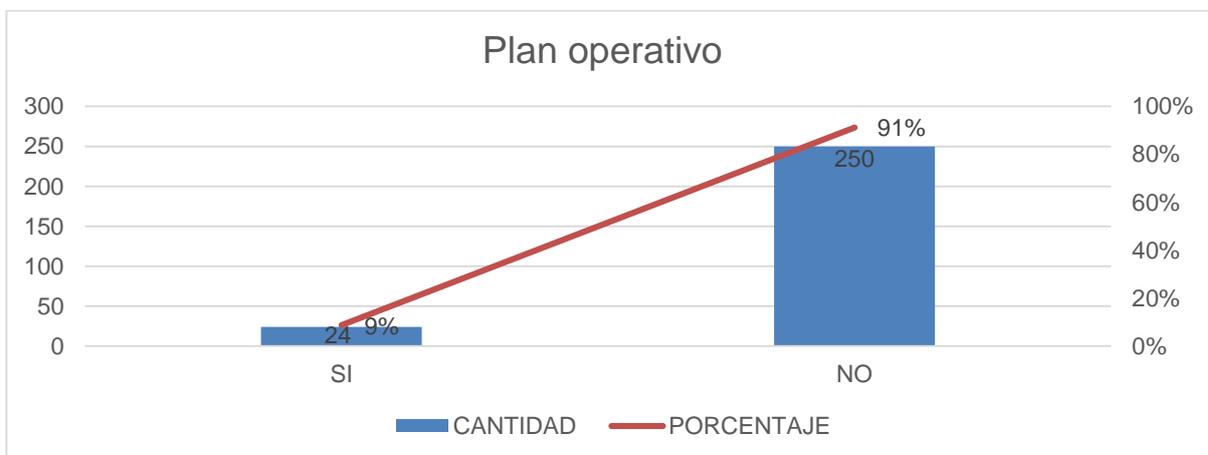


Figura 12. Plan operativo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora.

La figura N° 12 muestra las empresas que tienen un plan operativo anual y sus porcentajes.

A continuación se consultó si la empresa tiene un plan operativo anual, los datos arrojados de esta pregunta fueron que el 91% de las empresas no tienen plan operativo, y la diferencia restante indicó que el plan operativo anual es manejado por los directivos y no es bien conocida por todo el personal, lo que nos da a conocer que falta difusión al personal de los planes a llevarse a cabo en las compañías.

3.3.2. Estrategias de recursos humanos

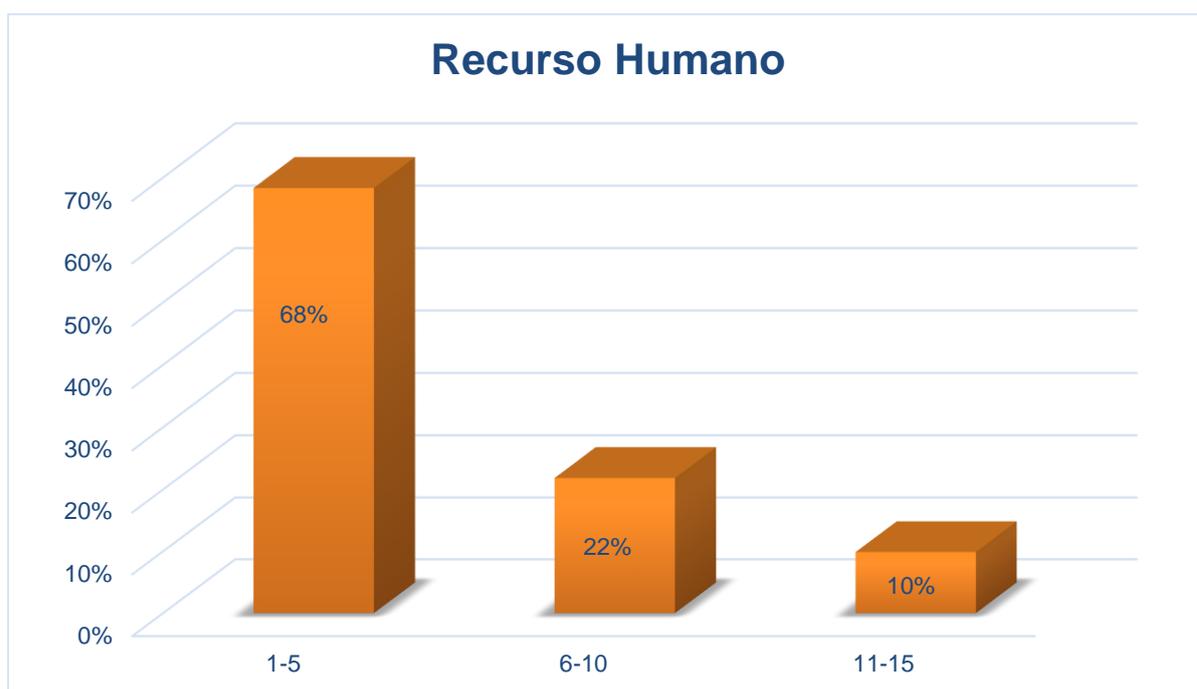


Figura 13. Recursos Humanos

Fuente: Investigación propia.

Elaborado: La Autora.

En la figura N^o 13 se muestra el rango numérico de personas que laboran en las empresas textiles de Santo Domingo.

El recurso humano dentro de una organización es uno de los capitales más valiosos, en las encuestas se pudo observar que el número de empleados en cada empresa no sobrepasan las 15 personas, lo que hace que las empresas de la zona no sean tan representativas en contraposición a las existentes a nivel nacional, siendo en un porcentaje del 68% las empresas en las cuales trabajan de 1 a 5 empleados, con estas cifras notamos la importancia de existir un sistema de asociatividad para los pequeños empresarios que les ofrece mayor poder de negociación en el mercado.

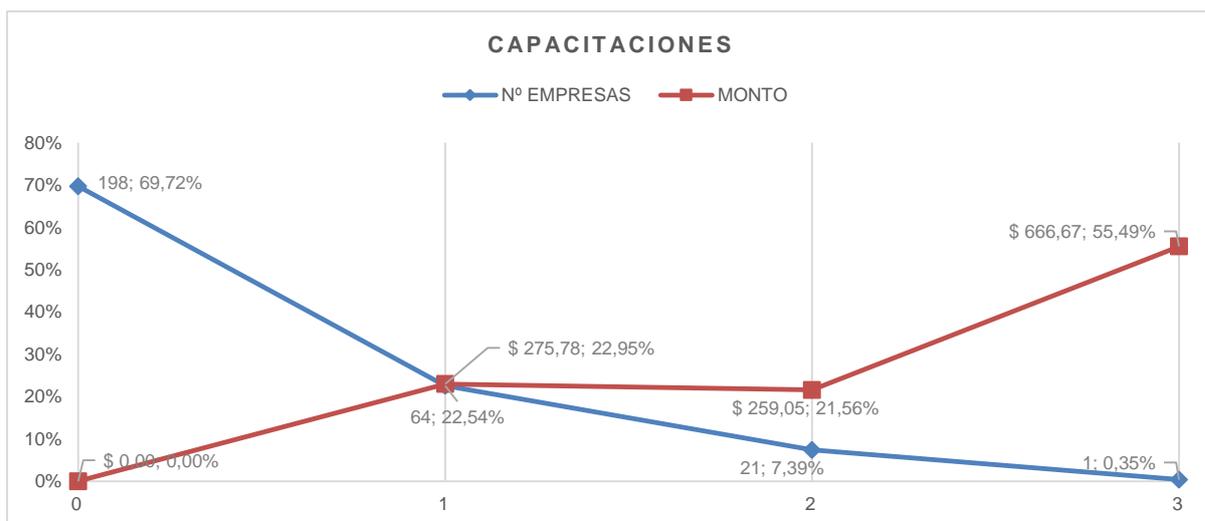


Figura 14. Capacitaciones

Fuente: Investigación propia.

Elaborado: La Autora.

La figura N° 14 indica el número de capacitaciones realizadas por empresa y el monto promedio anual invertido en el 2014.

Más del 50% de las empresas que se encuentran en este sector no han tenido ningún tipo de capacitación lo que muestra que existe poco interés en adquirir nuevos conocimientos o técnicas de industrialización, luego el 22,54% han recibido al menos una capacitación, y un 7,39% dos capacitaciones en toda la trayectoria de la empresa.

La inversión realizada en el desarrollo de las capacidades del personal, considerando el rango de las capacitaciones proporcionadas, es de una capacitación al año por un monto aproximado de \$275,78 por empleado.

Es imperiosa la necesidad de socializar la importancia de mantener un sistema de capacitación y formación ocupacional adecuada y constante, que se lleve a la par con las tendencias internacionales y así generar un recurso humano con calidad de exportación.

El sector Textil en Santo Domingo no cuenta con una estructura definida debido a que no existen organizaciones que contribuyan con buenos niveles de capacitación así como entidades que realicen alianzas estratégicas. Las empresas encuestadas manifestaban que no existe un gremio que aporte a las empresas que están en vías de crecimiento, debido a que todos los esfuerzos se están dando a los emprendedores que están iniciando, para lo cual el Instituto de Economía Popular y Solidaria se ha fundado como soporte de las actividades administrativas de los socios de los grupos que se crean dentro de la comunidades.

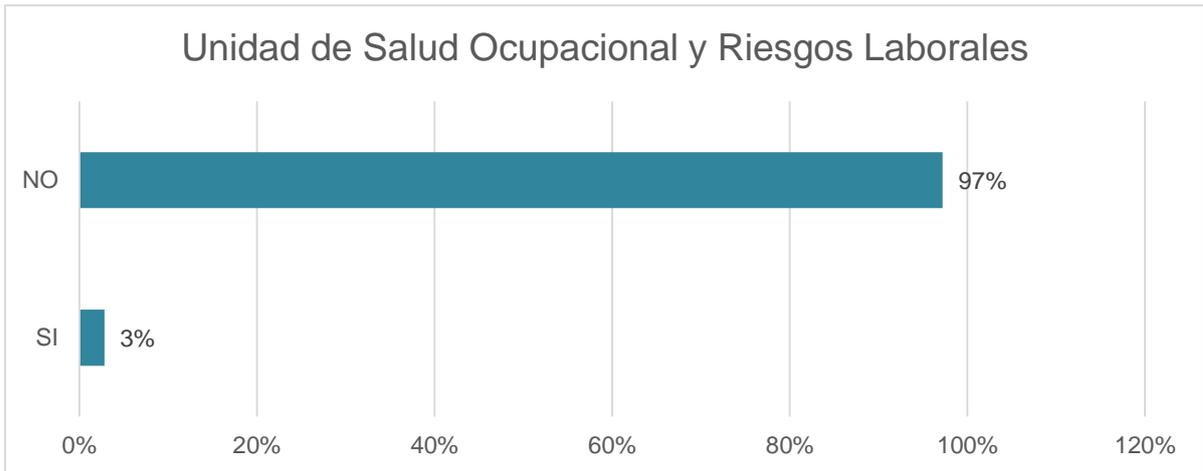


Figura 15. Unidad de Salud Ocupacional y Riesgos Laborales.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado: La Autora.

La figura N° 15 muestra las empresas que cuentan con la Unidad de Salud Ocupacional y Riesgos Laborales.

Las empresas textiles en las que existe la unidad de salud ocupacional y riesgos son muy pocas, de esta encuesta se ha obtenido una cifra del 3%, considerando que las empresas mayormente son micro emprendimientos familiares, lo que explica este bajo índice, para mejorar estas estadísticas el estado debe fomentar el cumplimiento de las normas de seguridad industrial y salud ocupacional en todo el sector industrial ecuatoriano y la aplicación de estas normas en las empresas como un beneficio en pro de su crecimiento y seguridad.

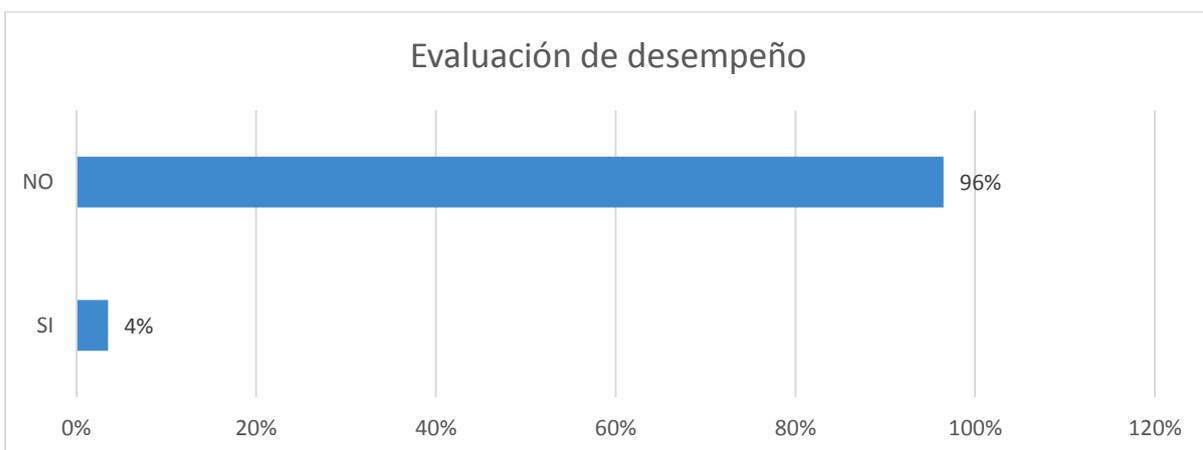


Figura 16. Evaluación de desempeño.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado: La Autora.

La figura N° 16 evidencia si en las organizaciones se llevan a cabo evaluaciones de desempeño.

Se observa que solo el 4% de las empresas encuestadas efectúan evaluaciones de desempeño, las mayoría de los productores de la zona están expuestos a las consecuencias que conlleva la no aplicación de este instrumento creado para la mejora del recurso humano, como son : desorientación para la obtención de objetivos, dificultad para la supervisión al personal, reducida motivación, deterioro del clima laboral, se cometen errores por falta de la retroalimentación, se pierde la posibilidad de trabajar por los objetivos con la gerencia, entre otros tantos. Para evitar que surjan estas falencias se deben obtener los indicadores de rendimiento por medio de las evaluaciones de desempeño, de esta manera habrá una mejor óptica de la calidad del producto y procesos, para conocer en qué áreas aplicar los distintos correctivos y así las empresas tendrán una mejor eficacia y eficiencia.

3.3.3. Estrategias de producción

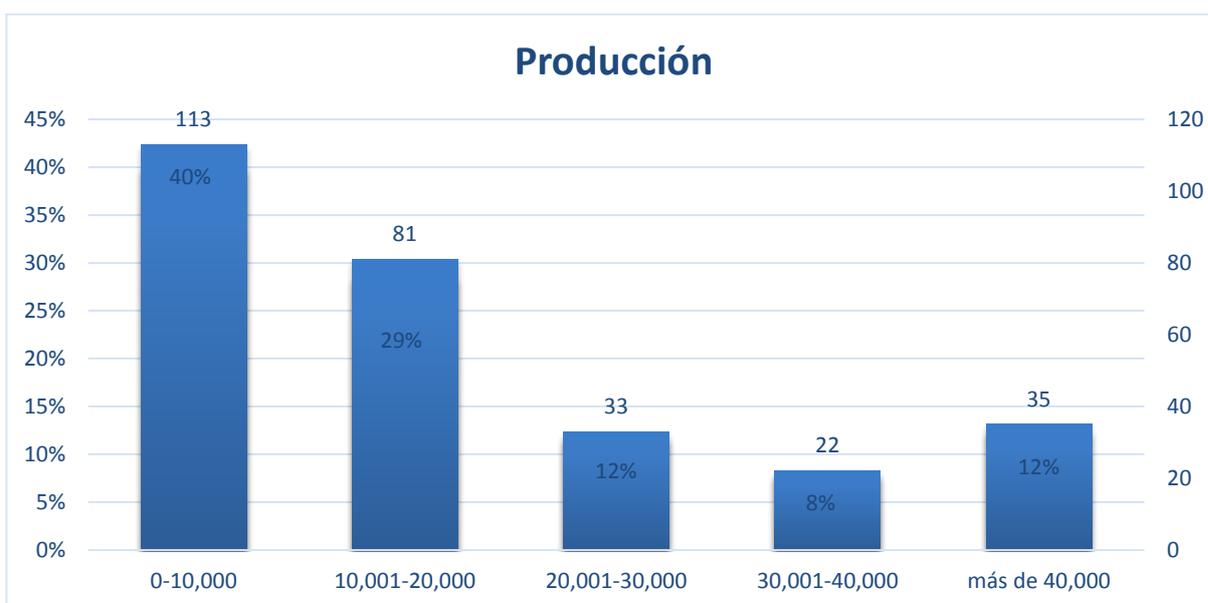


Figura 17. Producción.
Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: La Autora.

La figura N° 17 revela el volumen de producción anual de la industria en la localidad.

Dentro de los niveles de producción se puede mencionar que un 40% de las empresas se encuentran produciendo entre 0 a 10.000 dólares anuales, seguidas de las que producen entre 10.001 y 20.0000 con el 28%, en un porcentaje menor se ubican las empresas con mayor inversión en su producción, esto nos reivindica en el hecho de que en la localidad prosperan los micro emprendimientos.

Por otro lado, la producción se destina en mayor cantidad al mercado local según lo encuestado en un porcentaje del 81%, al mercado nacional en un 18% y finalmente 1% dedicado a la exportación, destacando con esto la contracción de la economía con respecto a las exportaciones y la gran aceptación que tienen los productos textiles fabricados dentro de la localidad, revelando que se ha favorecido a estas empresas con las salvaguardas y de igual forma reiterando la necesidad de prestar más atención a las negociaciones con distintos países.

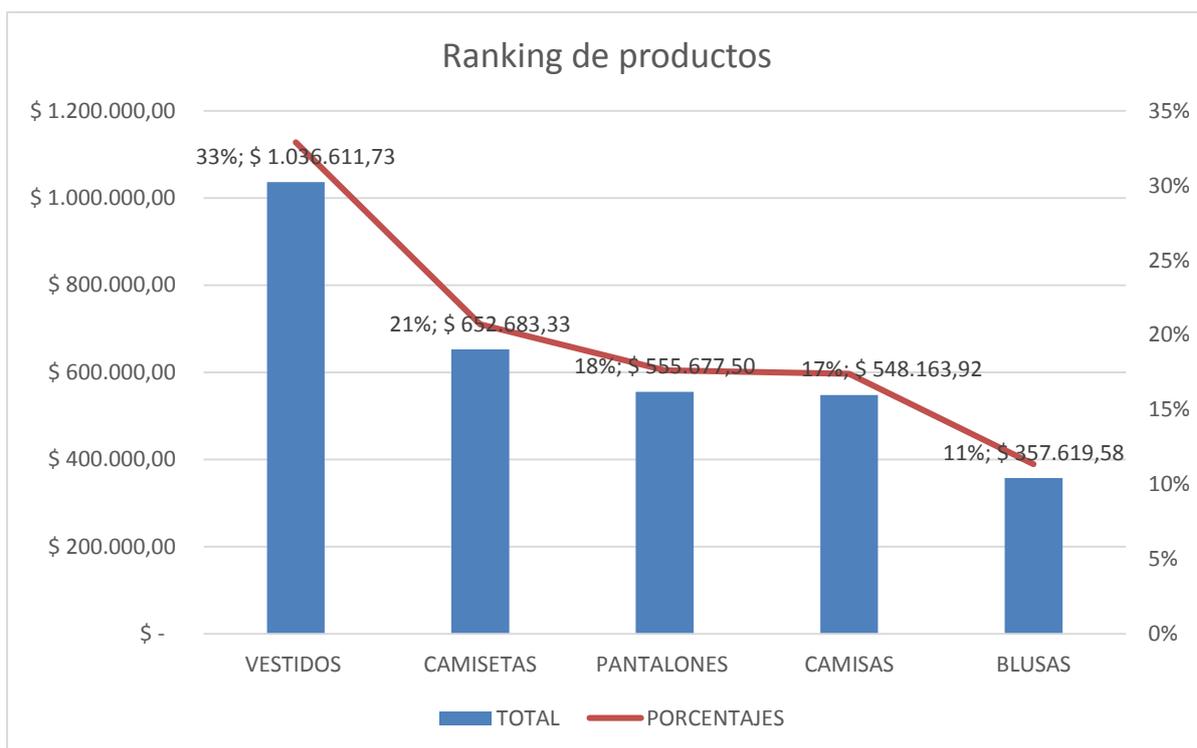


Figura 18. Principales productos.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

En la figura N° 18 se observa el ranking de los cinco principales productos que elabora la industria textil en la localidad.

El volumen de producción anual en Santo Domingo según datos de la encuesta, está en los \$ 5.308.575,20, con referencia a los de mayor volumen de ventas el 59% se destina a la fabricación de cinco principales productos que elabora la industria textil en Santo Domingo, encabezan la lista los vestidos con un 33%, seguidos de las camisetas con el 21% de ventas, los pantalones con el 18%, y en menor porcentaje las camisas y blusas, dando una referencia del mercado meta sobre el cuál se encuentra la mayor demanda comercial para el productor

textilero y que productos se deben desarrollar para obtener mejores oportunidades de negocios en la actualidad.

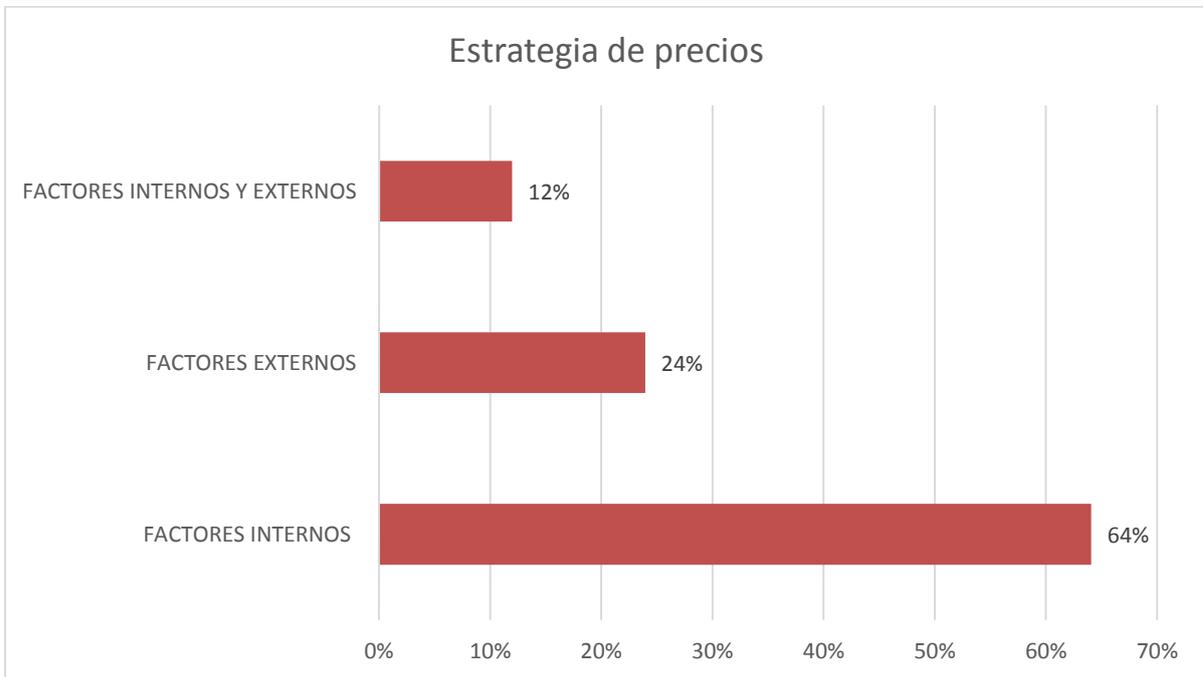


Figura 19. Estrategia de precios.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

La figura N° 19 muestra que estrategia de precios utilizan los empresarios textiles.

La estrategia de precios que utilizan en Santo Domingo en mayor grado las organizaciones, se obtuvo que el 64% de las empresas aplican los factores internos de costo más utilidad para fijar sus precios en el mercado, el 24% utilizan los factores externos según los estándares de la competencia, y el 12% restante aplica los dos factores para fijar sus precios, entendiéndose por esto a que la fijación de precios está basada en la fluctuación de los estándares económicos de la nación, mismos que son perceptibles a cambios cada vez que se toman medidas económicas por parte del gobierno, actuando con una reacción en cadena sobre los precios en la industria textilera, expuesta a estos cambios, aquí radica la importancia de una correcta toma de decisiones gubernamentales, encaminadas al crecimiento económico sustentable y sostenible del estado.

3.3.4. Estrategias de comercialización

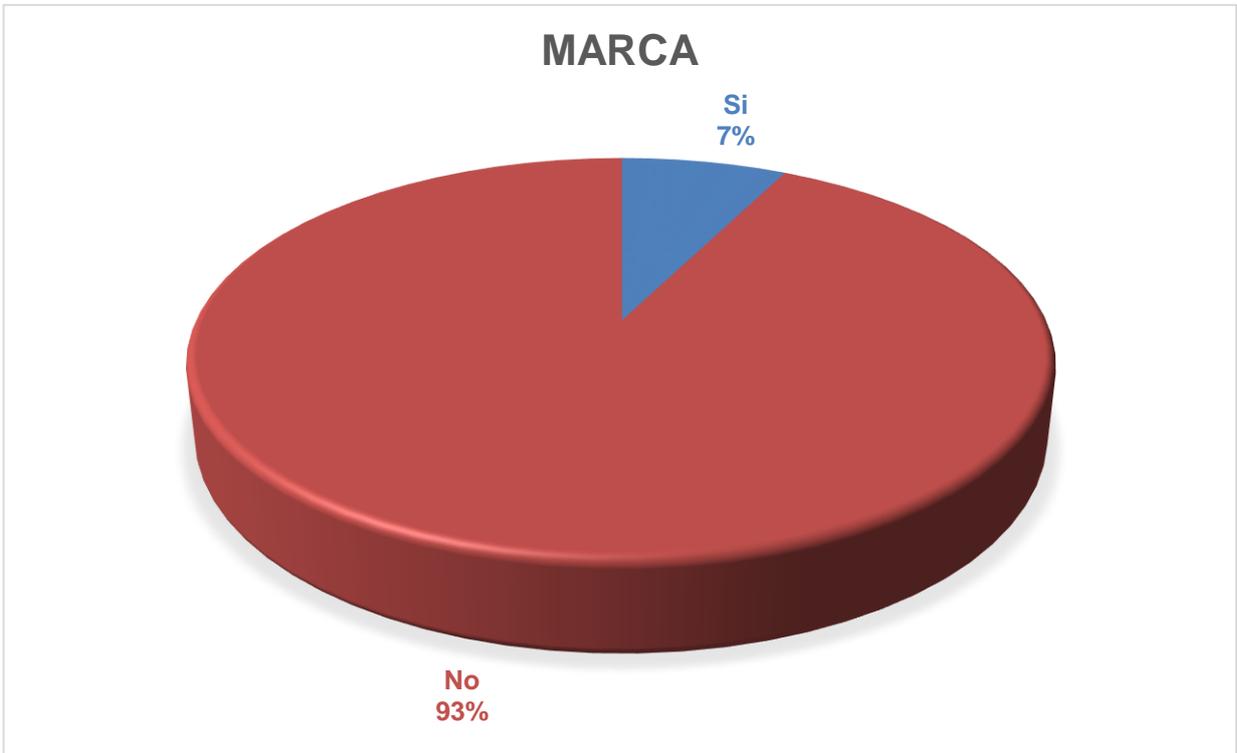


Figura 20. Marca.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

La figura N° 20 muestra las industrias que poseen marca propia dentro de Santo Domingo.

Existen varios indicadores dentro de lo se refiere a lo que es la comercialización tales como el posicionamiento de la marca, que es una de los referentes más importantes en el campo de la comercialización. En Santo Domingo el comportamiento de este componente de las empresas es subestimado, ya que como se puede observar solo el 7% de los empresarios cuentan con una marca y el 93% no, denotando la necesidad imperiosa de desarrollar marcas y sellos que generen identidad país.

Este elevado porcentaje denota que no existe un comportamiento que se alinee a darle valor agregado a la producción, no se han dedicado los esfuerzos necesarios para que se diferencien las marcas de estas empresas en el mercado textil, debido a factores como la dificultad para llevar a cabo el trámite y el desconocimiento de los procesos es por esto que las empresas en la localidad no tienen registradas sus marcas en el IEPI.

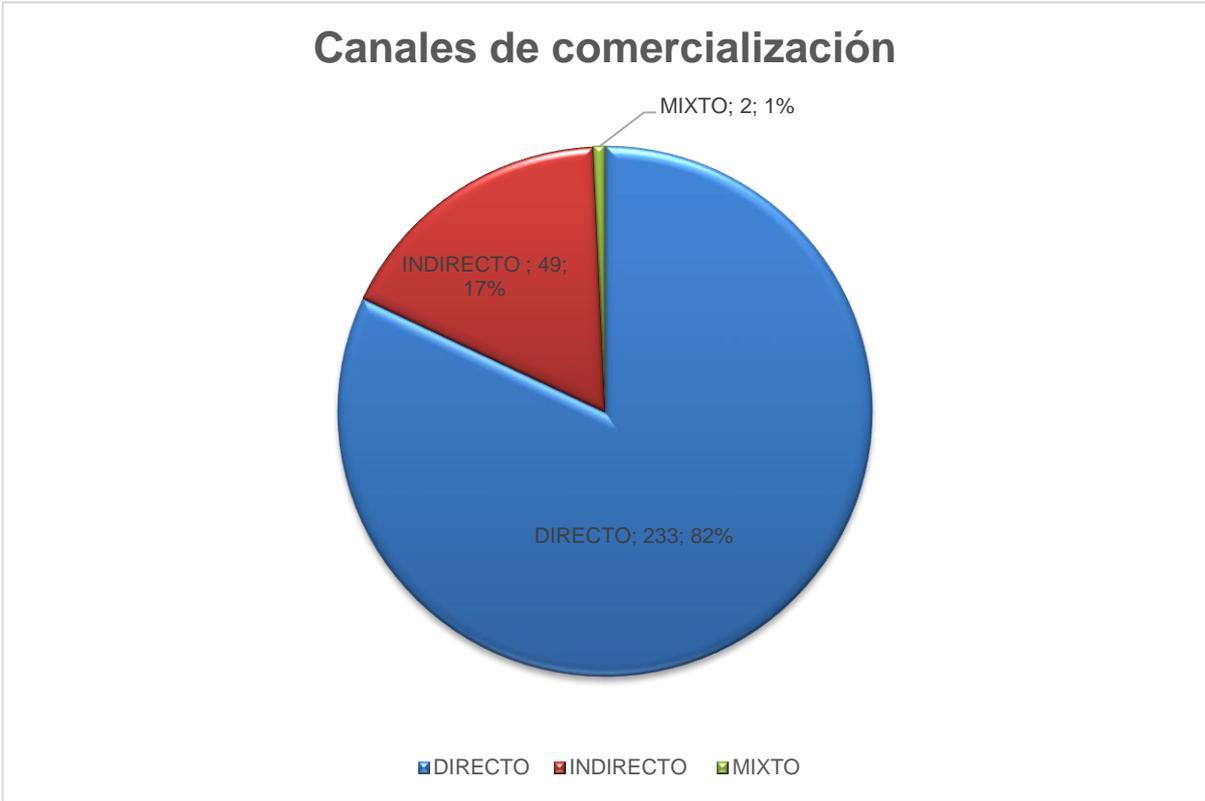


Figura 21. Canales de comercialización.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

En la figura N° 21 se observa los canales de comercialización utilizados por la organización textil en Santo Domingo.

Observamos que los canales de comercialización utilizados por las organizaciones son en un 82% directos (productor-consumidor), el 17% utilizan para su comercialización canales indirectos (productor-intermediario-consumidor) y 1% utilizan canales mixtos, en la localidad prima el comercio informal, por este motivo es tan alta la tasa de este tipo de canal de comercialización, donde el fabricante se ve en la imperiosa obligación de llegar sin intermediarios al cliente final, al evitar esta cadena comercial los productos se vuelven más atractivos porque disminuye el precio de venta, esta es la respuesta por la cual el industrial textil elije llegar a la población directamente, beneficiándose de que los textiles son productos de consumo masivo y de fácil adquisición para la población.

3.3.5. Estrategias de gestión financiera

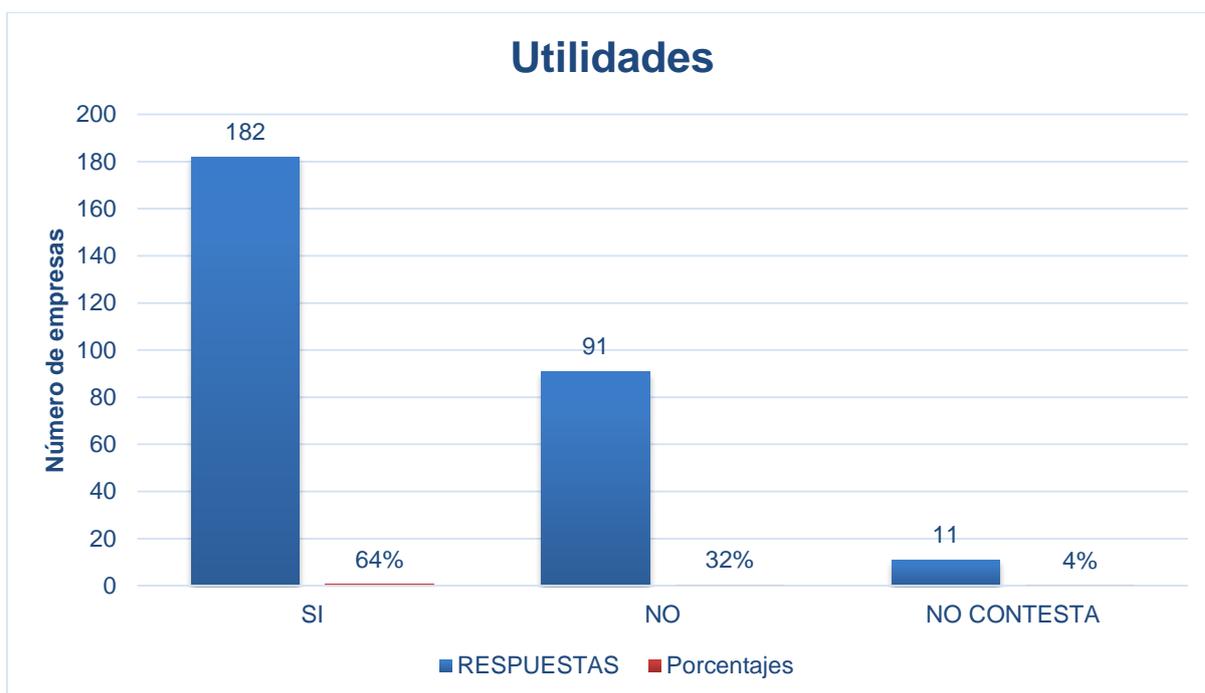


Figura 22. Utilidades.
Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: La Autora.

La figura N° 22 tiene relación al área financiera-contable, con respecto a las empresas que generaron utilidad en el año 2014.

Dentro de la parte financiera que se pudo analizar lo más relevante es que el 64.08% de los encuestados obtuvieron utilidades, las mismas que fueron utilizadas en su gran mayoría para la reinversión de activos, así como para el pago de obligaciones. Es importante mencionar el destino del dinero en lo referente a la reinversión de activos fue para la compra de maquinaria al área de producción en un 80%.

El destino de la utilidad en las industrias textiles de Santo Domingo fue en un 47% dirigido al pago de obligaciones, seguido del incremento del patrimonio en 30% y reinversión de activos en un 22%, este porcentaje de inversión anual que se realiza dentro de la organización se lo destina en un 80% al área de producción según cifras obtenidas de la encuesta, evidenciando que la industria está reforzando su capacidad productiva, denotando que existe una demanda saludable en este sector.

Estas cifras financieras nos indica sobre las empresas textiles de la localidad han obtenido ganancias positivas en el 2014, no obstante aproximadamente la mitad de este ingreso fue

destinado al pago de obligaciones y gran parte de la diferencia restante de este excedente se ha destinado para la inversión en el área de producción, dejando un margen neto de utilidad aproximado de un 30% para el empresario. Las utilidades a favor expresadas revelan el floreciente apareamiento de nuevos emprendimientos textiles en Santo Domingo, adicional a esto también se puede atribuir que se destinen en mayor grado estas utilidades al pago de obligaciones al alto costo de la vida en el país, ya que en la actualidad según cifras oficiales del INEC la canasta familiar básica a enero del 2016 en la localidad se sitúa en \$683,20.

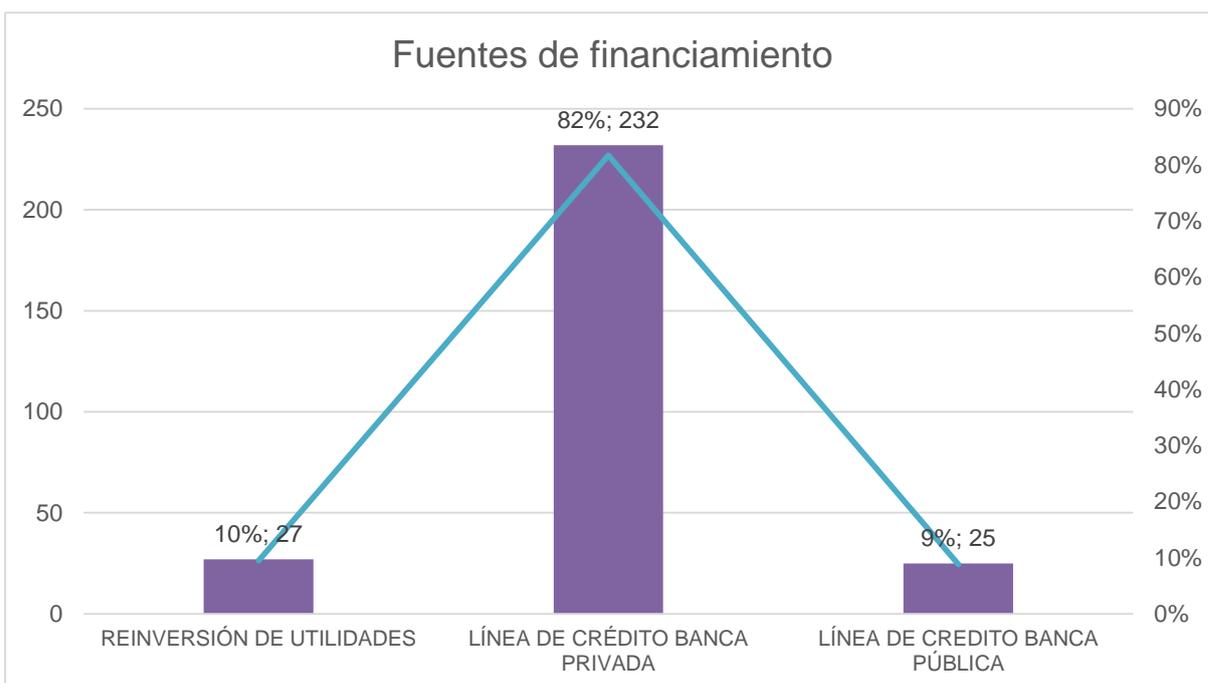


Figura 23. Fuentes de financiamiento.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

La figura N° 23 demuestra las fuentes de financiamiento que utilizan los industriales textiles.

Los industriales textiles de la localidad prefieren como fuente de financiamiento optar por la línea de crédito en la Banca Privada, según datos de la encuesta existe una afinidad del 82% hacia este recurso crediticio, 10 % se financian con aportes de capital de los socios y 9% acuden a la Banca Pública, tal vez por prestar más facilidades en los trámites, tasas de financiamiento atractivas y microcréditos constantes, este resultado evidencia la confianza que se deposita por parte de los empresarios en el sistema financiero privado.

Las fuentes de financiamiento del 82% de los encuestados se dan a través de instituciones del sector financiero tales como bancos, mutualistas, cooperativas de ahorro y crédito entre otras. El impulso al sector productivo es uno de los objetivos de financiamiento de la banca ecuatoriana y los bancos privados forman parte de esta iniciativa, fomentando el crecimiento

industrial de distintos sectores económicos como el textil, convirtiéndose en uno de los detonantes de la economía nacional y de la producción de empleos. Los microempresarios y emprendedores que predominan en la localidad, con la implementación de segmentos e instrumentos crediticios hacia pequeñas, medianas empresas y PYMES, se han visto atraídos por la oferta crediticia que ofrece facilidades para la consecución de los préstamos, por esto la banca privada es una fuente de financiamiento recurrente y de preferencia para los productores.

3.4. Organización del sector textil

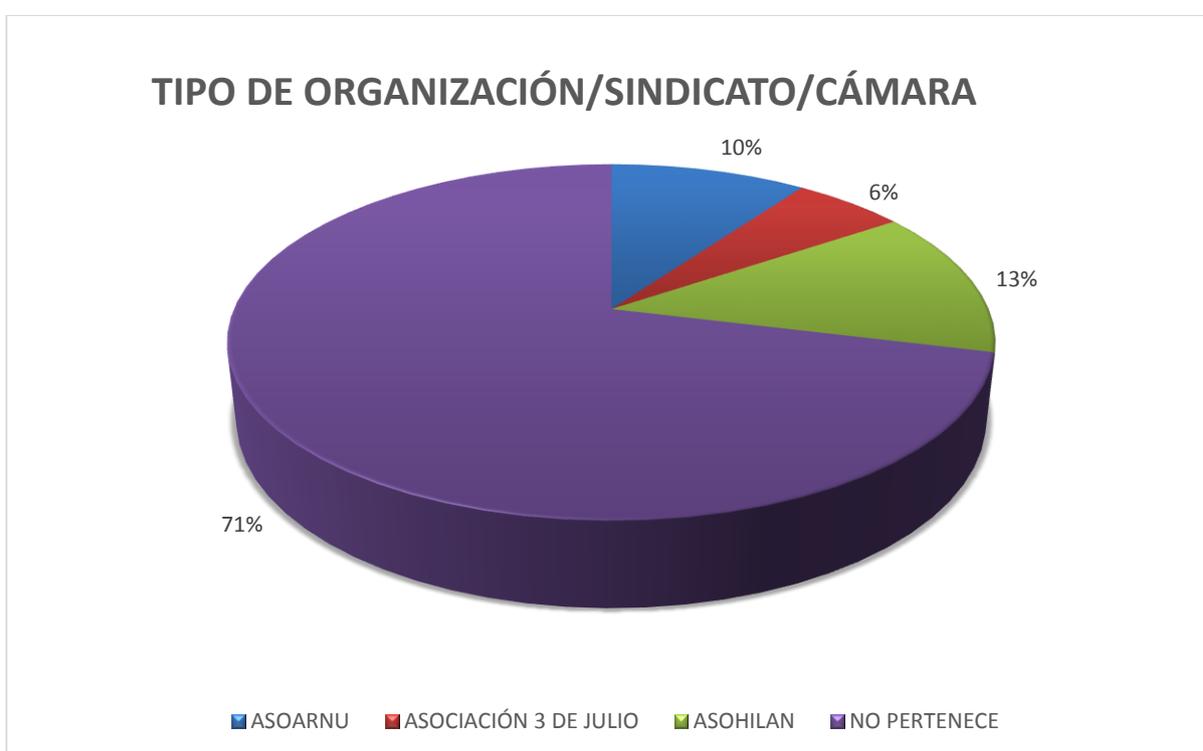


Figura 24. Tipo de Organización, Sindicato o Cámara.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

En figura N° 24 se observa a qué tipo de Organización, Sindicato o Cámara a la que indicaron pertenecen las empresas textiles en la zona.

Como se puede ver el 71% de los encuestados señalan no pertenecer a ningún tipo de asociación, se refleja la necesidad latente de socializar los beneficios que conlleva este mecanismo de cooperación entre compañías, aun manteniendo su identidad se pueden obtener las ventajas competitivas para el grupo, como mayor poder en el mercado sobre la negociación, se ahorran costos de difusión y la oferta exportable aumentaría e incluso se

podrían ver favorecidos por los encadenamientos productivos con otras industrias. En fin constituir redes terminará dando valor a las empresas.

3.5. Análisis General de la encuesta

Dentro de la encuesta se analizaron varios elementos tales como datos generales donde se obtuvo la ubicación de las empresas con respecto a la dirección donde la mayor concentración de estas se encuentran en la zona urbana comercial de Santo Domingo; el tipo de industria que en su mayoría son empresas familiares, posteriormente la categoría industrial, en la que pudo denotar que la fabricación de prendas de vestir es la actividad con mayores porcentajes de emprendimientos textiles en la localidad.

Posteriormente se analizó la caracterización de la industria por secciones administrativas, en dónde se analizó los elementos de la filosofía empresarial en la industria textil y se pudo concluir que en las empresas no se han desarrollado los elementos que conforman la filosofía organizacional, es decir no cuentan con Misión, Visión, Valores y Cultura organizacional, y de la misma forma sucedió con los instrumentos organizativos de las empresas, lo que muestra que el manejo de las empresas no está estructurado, es empírico y al sustituir estos métodos rudimentarios por métodos científicos podría alcanzar una elevada eficiencia industrial.

En la sección que consulta sobre el Área de Producción las cifras demuestran que el 40% de las empresas produce al año hasta \$10,000 y en un 49% son de índole familiar, lo que más se produce son vestidos, dando preferencia a los proveedores Nacionales, a la fijación de precios de costos más utilidad. Por otra parte, las empresas no se han interesado en la obtención de certificaciones de calidad, restando su atractivo para el mercado internacional, centrando su producción en el mercado nacional por medio de canales directos.

En lo que se refiere a la fabricación de productos con técnicas fundamentadas en saberes ancestrales, en la localidad se encuentra la etnia Tsáchila, antiguamente tejían sus vestuarios en telares proporcionados por el intercambio que eran sujetos tanto para alimentación y vestido con sus vecinos comerciales de Otavalo e Ibarra, pero en la actualidad a causa de la contaminación y deforestación, sumándole a esto la modernización y falta de interés de los jóvenes en las comunas Tsáchilas por mantener sus costumbres, se han extinguido casi totalmente las técnicas ancestrales de tejido, fabricando únicamente los ancianos para uso personal y de los niños sus chumbullinas, y para el resto del pueblo o para la comercialización compran a los comerciantes Otavaleños sus prendas cada año.

En el Área de Marketing se indaga sobre estas estrategias comerciales, los datos fueron contundentes el 93% de los encuestados no cuentan con marcas propias, los empresarios desconocen cómo se lleva a cabo este trámite, existe desinterés general de adquirir identidad que los avale y diferencie de la competencia.

Posterior a esto se enfocó el análisis en el área financiero contable, se pudo conocer que el 64% de las empresas generó utilidad, el sector textil está en constante crecimiento, aquí radica la importancia de una campaña de mejoramiento continuo de la calidad y de procesos, las utilidades obtenidas se destinan en aproximadamente en un 50% para el pago de obligaciones y la inversión de capital se destina más para la producción, también se evidenció la confianza del industrial textil en el sistema financiero bancario privado para la obtención de créditos.

El Recurso humano por la fuerte concentración de industrias familiares en la zona, las empresas cuentan con 1 a 5 personas en un 68%, la tendencia es realizar una capacitación al año, y continúa el manejo empírico, no cuentan con manuales de salud ocupacional y son poco frecuentes las evaluaciones de desempeño.

Por último, en la Tecnología e Innovación del sector textil se da mayormente en el departamento de producción para mejorar la calidad y diseño del producto.

CAPÍTULO 4.
ANÁLISIS DE CASO: “EMPRESA DECORVET DE LA INDUSTRIA TEXTILERA DE
SANTO DOMINGO”

4.1. Antecedentes de la industria.

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se caracteriza por ser una zona comercial que atrae la inversión de propios y extraños. En la zona existen varios actores que forman parte del sector textil, cerca del 25% del sector fue objeto de este estudio.

Dentro de la investigación se encuestaron a 284 empresas como muestra, generando una base de datos con información actualizada, la cual proporciona los parámetros necesarios para seleccionar a las 10 empresas más representativas de la ciudad, considerando valores cuantitativos como el volumen de ventas, personal empleado, entre otros.

Posterior a ello se realizó la matriz de selección del caso, aplicando los criterios y ponderaciones contenidas en la tabla como el volumen de ventas total tanto a nivel local, nacional e internacional, para seleccionar la empresa con mayor impacto en el mercado se escogieron de entre otros factores al recurso humano empleado, el acceso a proveedores locales y nacionales de materia prima así como la implementación de certificaciones de calidad y planificación estratégica.

Una vez realizada la valoración de los diferentes factores, se realizó un cálculo porcentual, para obtener los valores de cada empresa con respecto a su competitividad o participación en la industria así como la sumatoria de todos los porcentajes obtenidos, arrojando a la empresa más representativa textil local con un 66% por encima de sus pares, como consta en el Anexo 2, razón por la cual se escogió para este análisis a “Decorvet”.

“Decorvet” es una empresa que se dedica a la elaboración y comercialización de prendas de vestir para damas, caballero y niños que busca progresar cada día, ya que está trabajando en incorporar nuevas estrategias que ayuden al mejoramiento continuo de esta empresa.

4.2. Ubicación geográfica de la empresa textilera.

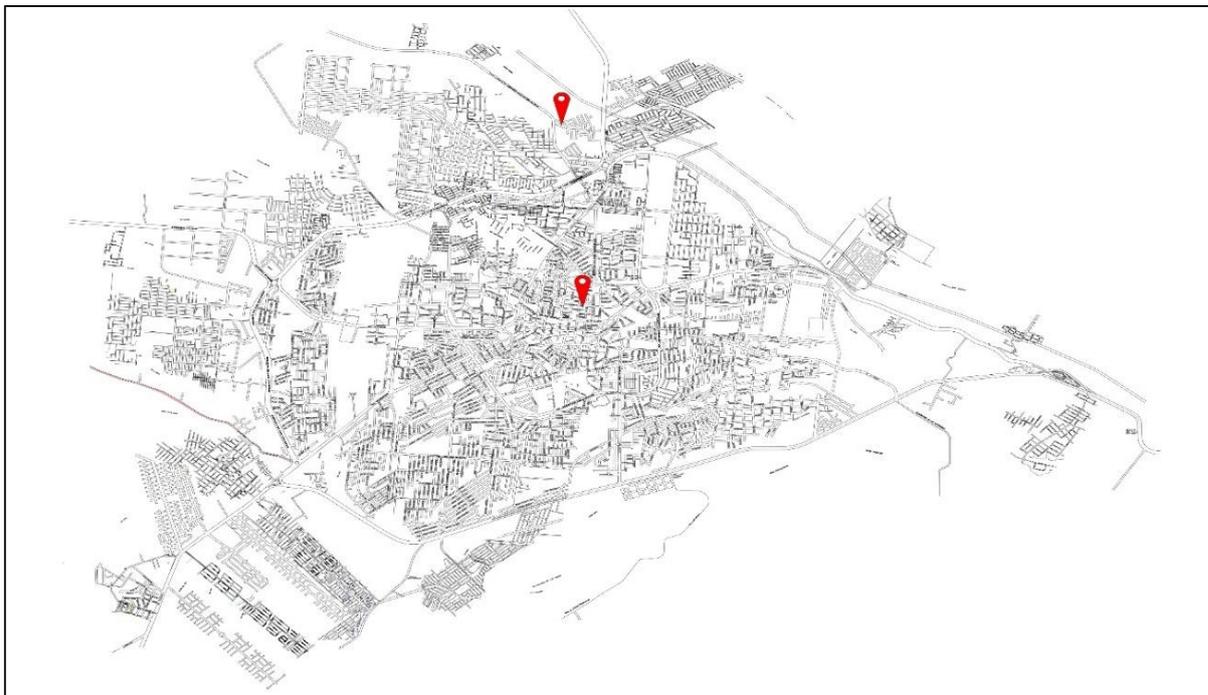


Figura 25. Ubicación de los locales de la empresa.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

La figura Nº 25 señala la localización geográfica de la empresa Decorvet.

La empresa “Decorvet” se encuentra situada en la ciudad de Santo Domingo, Zona Urbana de la Provincia, la misma que se cuenta con dos locales uno donde se confecciona las prendas de vestir ubicada en la Urbanización los Álamos, Calle A y los Álamos, Vía al Búa, así como una sala de exhibición la misma que se encuentra ubicada en la calle Guayaquil 605 entre Tulcán e Ibarra. .

La localización geográfica de la empresa es una decisión de tipo estratégico, vital para la viabilidad de la misma. La decisión está en favorecer la actividad económica presente y futura de la empresa.

4.3. Estructura organizacional.

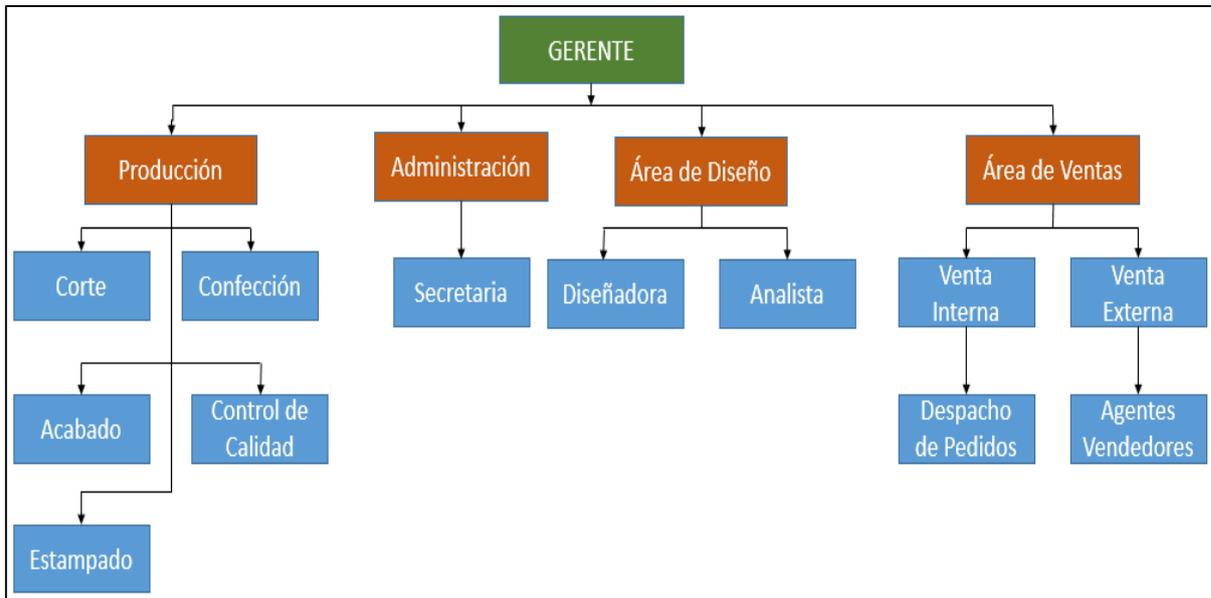


Figura 26. Estructura organizacional

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Decorvet.

En la figura N° 26 se observa la estructura organizacional de la empresa Decorvet.

La empresa cuenta con la siguiente estructura orgánica la misma que es horizontal y está compuesto por tres órdenes jerárquicos:

- Área Gerencial, encargada de tomar las decisiones del negocio.
- Jefaturas Departamentales, son los jefes de área, encargados de velar por el perfecto funcionamiento de cada departamento de la empresa.
- Área Operativa, conformada por el personal que está bajo las órdenes y responsabilidad de las jefaturas.

4.4. Misión, visión, objetivos y filosofía empresarial.

4.4.1. Misión.

Producir y comercializar eficientemente productos textiles para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, capacitando y gestionando el talento humano, actuando con responsabilidad social, generando valor a los accionistas, colaboradores y proveedores.

4.4.2. Visión.

Ser un modelo de empresa textil que ofrece la mejor calidad con los más bajos precios para satisfacción de nuestra clientela, haciendo conocer nuestra marca a nivel nacional e internacional, invirtiendo en el desarrollo de la compañía y su gente.

4.4.3. Valores Corporativos

- ✓ **Calidad:** Lo mejor en nuestro trabajo, tratando de superar siempre las expectativas de nuestros clientes.
- ✓ **Innovación:** Adaptamos muy rápido a los cambios.
- ✓ **Confianza:** Cumplir, siempre con los compromisos adquiridos.
- ✓ **Responsabilidad:** Hacer las cosas de la mejor manera, de tal forma que nunca se perjudique al otro, asumiendo las consecuencias de nuestras palabras, acciones, decisiones y compromisos contraídos.

4.5. Análisis F.O.D.A.

Como parte de este estudio se realiza análisis interno y externo de la empresa, aplicando técnicas para la recopilación de información como la encuesta, entrevistas con directivos y personal de la empresa y mediante la observación.

4.5.1. Análisis interno

4.5.1.1. Fortalezas.

Dentro de las fortalezas se encuentran las siguientes.

- Capacidad de adaptación ante fluctuaciones de la demanda.
- Poder para negociar los precios con los proveedores.
- Experiencia en el mercado.
- Productos fiables.
- Productos con marca propia.
- Diseños exclusivos.
- Poseer las últimas tendencia en la moda
- Conocimiento del mercado.

4.5.1.2. Debilidades.

En función del análisis se observaron las siguientes debilidades.

- Deficiente publicidad.
- Instalaciones insuficientes para ampliarse.
- Marca poco conocida.
- Falta de coordinación en los procesos.
- Error de control en el despacho de materia prima.
- Insuficiente investigación y desarrollo.

4.5.1.3. Matriz de evaluación interna (E.F.I).

Tabla 4. Matriz de evaluación interna

Nº	FACTORES INTERNOS	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS				
1	Experiencia en el mercado.	0,15	4	0,60
2	Productos con marca propia.	0,09	3	0,27
3	Poseer las últimas tendencias en la moda.	0,10	3	0,30
4	Capacidad de adaptación ante fluctuaciones de la demanda.	0,08	3	0,24
5	Diseños exclusivos.	0,08	4	0,32
DEBILIDADES				
1	Deficiente publicidad.	0,15	2	0,30
2	Instalaciones insuficientes para ampliarse.	0,10	2	0,20
3	Marca poco conocida.	0,10	1	0,10
4	Falta de coordinación en los procesos.	0,06	1	0,06
5	Error de control en el despacho de materia prima.	0,09	1	0,09
TOTAL		1		2,48

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora.

La Tabla Nº 4 muestra la matriz EFI, análisis de los factores internos que se realiza después de conocer las fortalezas y debilidades de la industria.

4.5.1.4. Análisis de matriz de evaluación interno.

Esta matriz nos revela que nos encontramos con varias debilidades dentro de los factores internos de la empresa, obteniendo como puntaje menor la falta de coordinación en los procesos, seguidos del error de control en el despacho de la materia prima y del hecho de poseer una marca no registrada y poco conocida en el mercado, teniendo que estas debilidades ser tomadas en cuenta en la búsqueda de soluciones para la empresa.

Las fortalezas de la matriz muestra que los puntajes más altos están en lo que respecta a la experiencia en el mercado, seguido de que la empresa posee diseños exclusivos y productos que están a la vanguardia con las últimas tendencias de la moda.

4.5.2. Análisis externo.

Dentro del análisis externo de la empresa se realizó las Cinco Fuerzas de Porter, como también los factores PEST para de esta manera poder llegar a determinar las oportunidades y debilidades.

4.5.2.1. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.

4.5.2.1.1. Amenaza de la entrada de nuevos competidores.

La barrera de entrada de nuevos participantes en el mercado es media debido a que:

- Se llega a un mercado minorista de alta gama, donde las empresas pueden entrar sin ningún problema a competir con la empresa.
- Es necesario realizar una fuerte inversión en tecnología y maquinaria.
- Se limita la aparición de nuevos emprendimientos textiles con la fijación estatal de aranceles a la importación de bienes de capital necesarios para los procesos de producción textil.

4.5.2.1.2. Poder de negociación de los clientes.

El poder de negociación es bajo en los mercados, porque los clientes del sector son muchos, pero están raramente organizados para defender sus intereses y compran de manera individual. En el caso de las asociaciones grandes como las Multilaterales, que compran

cantidades elevadas, los precios suelen ser más favorables al cliente en consideración a sus pedidos de alta escala y su poder de negociación por ende es más elevado.

4.5.2.1.3. Rivalidad entre competidores.

La rivalidad entre competidores es alta. Existen muchos minoristas de alta gama que tienen gran variedad de productos en sus tiendas compitiendo de manera agresiva en precios, calidad, diseño, innovación y marketing. En Santo Domingo no existe un grado de diversificación en la calidad y marca de los productos esto hace que la elección de los clientes se fundamente en los precios y diseño del producto final. Los costes de almacenamiento bajos por ser un producto no perecedero le facilita el acceso a la competencia en mercados minoristas, no obstante los costos de fabricación altos hacen que las industrias más fuertes sobrevivan en el contexto textil nacional.

4.5.2.1.4. Principales proveedores

La barrera en el poder de negociación de los proveedores es media, existen muchos proveedores de materia prima con quienes se pueden establecer relaciones a largo plazo, a pesar de los costos pueden fluctuar de una negociación a otra. La materia prima o material que se requiere para la elaboración de los artículos de vestir se los adquiere en diferentes lugares tanto de la localidad, el país y el mundo. Dentro de los proveedores nacionales se puede mencionar a Anitex, ubicada en Av. La Prensa N42-86 y Mariano Echeverría. Sector la Y, Cortyvis con dirección Calderón, Duchicela #536 y 9 de Agosto. A nivel internacional se importan los apliques para los acabados de las prendas de vestir desde Colombia.

4.5.2.1.5. Posibilidad de productos sustitutos.

La amenaza de productos sustitutos es alta, hablando en función de las marcas sustitutivas, ya que para los productos textiles no existe sustitutivo. Con las salvaguardas se restringió el ingreso de sustitutos de los productos textiles nacionales, pero los controles de Aduana no han sido suficientes, permitiendo el ingreso de la competencia desleal de otros países hacia la industria, es así que se compete en mejorar la calidad precio, e ir a la par con las tendencias cambiantes del mundo en cuanto a los productos.

4.5.2.2. Factores P.E.S.T "Político, Económico, Social y Tecnológico".

Tabla 5. Factores P.E.S.T.

POLÍTICOS	ECONÓMICOS
<ul style="list-style-type: none"> • Política económica del gobierno central favorable para las empresas industrializadoras. • Aumento del uso de ropa deportiva en instituciones y empresas públicas y privadas. • Nuevas regulaciones realizadas al medioambiente o tratamiento de residuos, prohibición de ciertos productos en el área textil. • Reglamentos para el cumplimiento de los requisitos relacionados con la producción y comercialización de productos elaborados en el país. • Presión fiscal estabilizada, aunque con mayor supervisión para evitar el fraude fiscal y la economía sumergida. • Restricciones arancelarias impuestas a ciertos productos importados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Grados de competencia y especialización de los productos y servicios por parte de los competidores de confección de prendas de vestir. • Contrabando de prendas de vestir de países vecinos y del este asiático. • Costes de nuevos equipamientos para adaptarse a las nuevas tecnologías. • Inflación y crecimiento económico en el país. • Costes financieros asociados a solicitud de préstamos o líneas de crédito con el precio del dinero o intereses razonables para las empresas. • Facilidades de financiamiento por parte de las entidades financieras y organismos oficiales que ayudan a las empresas.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla 6. Factores P.E.S.T.

SOCIAL	TECNOLÓGICOS
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la población y acceso a prendas de vestir nacionales • Crecimiento de métodos de adquisición de prendas de vestir (comercio electrónico). • Campañas públicas de preferencia hacia la producción nacional. • Ritmo de adaptación de las nuevas generaciones hacia el uso de prendas de vestir nacionales. • Mayor concientización con el medio ambiente, reciclaje y la ecología del país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Complejidad en la adquisición de tecnologías para las empresas textiles. • Seguridad en la transmisión de datos y nuevas formas de comunicaciones mediante el internet. • Adaptación a futuros requerimientos relacionados con la facturación electrónica en la compra y venta de productos textiles. • Mano de obra no calificada en usos maquinarias con tecnología. • Bajo crecimiento tecnológico.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

La tabla N° 5 y N° 6 se presentan los factores **P.E.S.T.** (Político, Económico, Social, Tecnológico) para indagar el macro-entorno externo en el cual opera la empresa.

Dentro de los factores PEST se consideraron cada uno de los componentes en función al sector Textil en la localidad y el país. Al ser una técnica del factor externo es necesario hacer un análisis macroeconómico.

4.5.2.3. Análisis de las oportunidades y amenazas.

4.5.2.3.1. Oportunidades.

- Mayor aceptación del producto nacional.
- Desarrollo de mecanismos de difusión de consumo de los productos nacionales por parte del estado.
- Medidas de proteccionismo a la producción interna.
- Apoyo a las industrias con incentivos por parte del estado.
- Crecimiento del mercado.

4.5.2.3.2. Amenazas.

- Alta competencia de las marcas y baja asociatividad.
- Insuficiente capacidad productiva de la industria.
- Cambios en la moda pueden hacer peligrar la producción.
- Inestabilidad Económica actual.
- Aumento de los precios de la materia prima.
- Dificultad para conseguir mano de obra calificada.

Tabla 7. Matriz de Factores Externos (E.F.E)

Nº	FACTORES EXTERNOS	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES				
1	Mayor aceptación del producto nacional.	0,10	3	0,30
2	Desarrollo de mecanismos de difusión de consumo de los productos nacionales por parte del estado.	0,09	2	0,18
3	Medidas de proteccionismo a la producción interna.	0,10	2	0,20
4	Apoyo a las industrias con incentivos por parte del estado.	0,10	4	0,40
5	Crecimiento del mercado.	0,11	4	0,44
AMENAZAS				
1	Alta competencia de las marcas y baja asociatividad.	0,10	2	0,20
2	Insuficiente capacidad productiva de la industria.	0,09	1	0,09
3	Cambios en la moda pueden hacer peligrar la producción.	0,09	2	0,18
4	Inestabilidad Económica actual.	0,10	4	0,40
5	Aumento de los precios de la materia prima.	0,12	1	0,12
TOTAL		1		2,51

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

La tabla N° 7 muestra la matriz de evaluación de los factores externos (E.F.E), que permite sintetizar y valorar información cultural, social, económica, tecnológica, demográfica, competitiva, ambiental, gubernamental, jurídica y política.

4.5.2.4. Análisis de matriz de evaluación externa E.F.E.

En la matriz externa se encuentra que hay mayores oportunidades, teniendo que aprovecharlas para seguir aumentando la producción y ventas de la empresa, y de esta manera hacer que la marca sea reconocida, siendo el principal factor competitivo para esta industria el crecimiento del mercado.

Es también importante que se considere el apoyo a las industrias con incentivos por parte del estado, y finalmente la aceptación que tienen los productos nacionales por parte de la demanda.

Dentro de las amenazas se encuentra principalmente la insuficiente capacidad productiva de la industria, así también el aumento de los precios de materia prima y los fluctuantes cambios en los gustos y preferencias de los consumidores finales.

4.5.3. Matriz de perfil competitivo.

Tabla 8. Matriz de perfil competitivo

FACTORES CRÍTICOS	PONDERACIÓN	Dulzura		Modas Dana Marca Antonella	
		Cal.	Total	Cal.	Total
PRECIOS	0,22	4	0,88	4	0,88
PUBLICIDAD	0,15	2	0,3	2	0,3
PARTICIPACION EN EL MERCADO	0,27	2	0,54	1	0,27
CALIDAD DE PRODUCTO	0,19	3	0,57	2	0,38
SERVICIO AL CLIENTE	0,17	2	0,34	3	0,51
TOTAL	1		2,63		2,34

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

En la tabla N° 8 se aprecia la matriz de perfil competitivo, que muestra cuales son los competidores más fuertes de la empresa.

Dentro de las competencias directa de DECORVET tenemos a dos empresas que compiten dentro del mercado de textiles, las mismas que se encuentran en un nivel de ventas similar pero que se diferencian por características como precios, publicidad, participación en el mercado, la calidad en el producto y el servicio al cliente; todos estos factores son importantes a la hora de que un consumidor elija la marca de su preferencia. Donde el que predomina es la calidad del producto entre las empresas estás son Modas Dana y Juventud Elegante, una

de ella representa ser nuestra competencia más fuerte la misma que es Modas Dana teniendo una fortaleza en precios.

4.5.4. Matriz FODA.

Tabla 9. Matriz F.O.D.A

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNAS/EXTERNAS	1. Experiencia en el mercado 2. Productos con marca propia 3. Poseer las últimas tendencias en la moda 4. Capacidad de adaptación ante fluctuaciones de la demanda. 5. Diseños exclusivos.	1. Deficiente publicidad 2. Instalaciones insuficientes para ampliarse 3. Marca poco conocida 4. Falta de coordinación en los procesos. 5. Error de control en el despacho de materia prima.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA (F.O)	ESTRATEGIA (D.O)
1. Mayor aceptación del producto nacional. 2. Desarrollo de mecanismos de difusión de consumo de los productos nacionales por parte del estado. 3. Medidas de proteccionismo a la producción interna. 4. Apoyo a las industrias con incentivos por parte del estado. 5. Crecimiento del mercado	(F5; O5): Incrementar la producción con productos de óptima calidad y únicos en el mercado para satisfacer la demanda actual y atraer nuevos clientes.	(D4; O5): Capacitación sobre coordinación en secuencia de actividades y técnicas de ventas en atención a clientes.
AMENAZAS	ESTRATEGIA(F.A)	ESTRATEGIA(D.A)
1. Alta competencia de las marcas y baja asociatividad. 2. Insuficiente capacidad productiva de la industria. 3. Cambios en la moda pueden hacer peligrar la producción. 4. Inestabilidad Económica actual. 5. Aumento de los precios de la materia prima.	(F5; A4): Reducir costos innecesarios de producción, manteniendo estándares y normas de calidad del producto.	(D3; A4): Realizar promociones y mayor control de recursos.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

En la tabla N°9 con todos los datos recolectados se realiza una matriz de análisis de FODA donde se desarrolla las cuatro estrategias en cada uno de los cuadrantes. Los mismos que al ser aplicados mejoraran la eficiencia y eficacia de la empresa.

4.6. Procesos productivos.

Se debe tener en cuenta que este tipo de productos debe tener una buena rotación, ya que si se los almacena por mucho tiempo sus diseños pueden pasar de moda y ya no estarían en condiciones de ser expendidos en el mercado, lo cual causaría perdidas a la empresa.

4.6.1. Análisis de productos de mayor rotación.

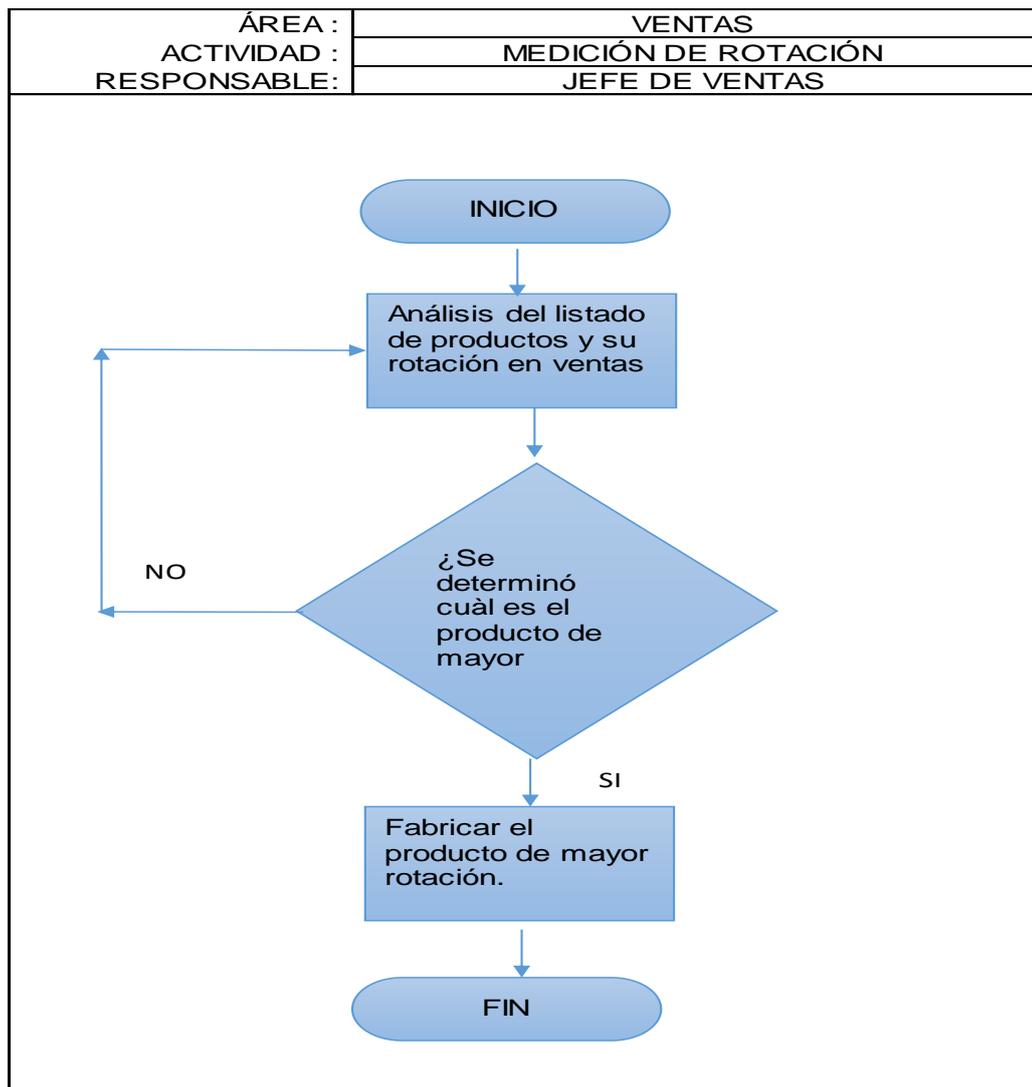


Figura 27. Productos de mayor rotación

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

En la figura N° 27 se grafica el diagrama de flujo del proceso de medición de la rotación de productos.

El producto de mayor rotación dentro de la empresa se encuentra caracterizada por prendas de vestir para niña, ya que tiene mayor demanda en el mercado por su alta variedad, en diseños, colores, precios.

El análisis de los productos de mayor rotación se inicia con la observación de los productos que tienen mayor venta, el mismo que se determina a partir del número de productos que se han vendido, para luego realizar un proceso de producción de mayor rotación.

4.6.2. Logística interna.

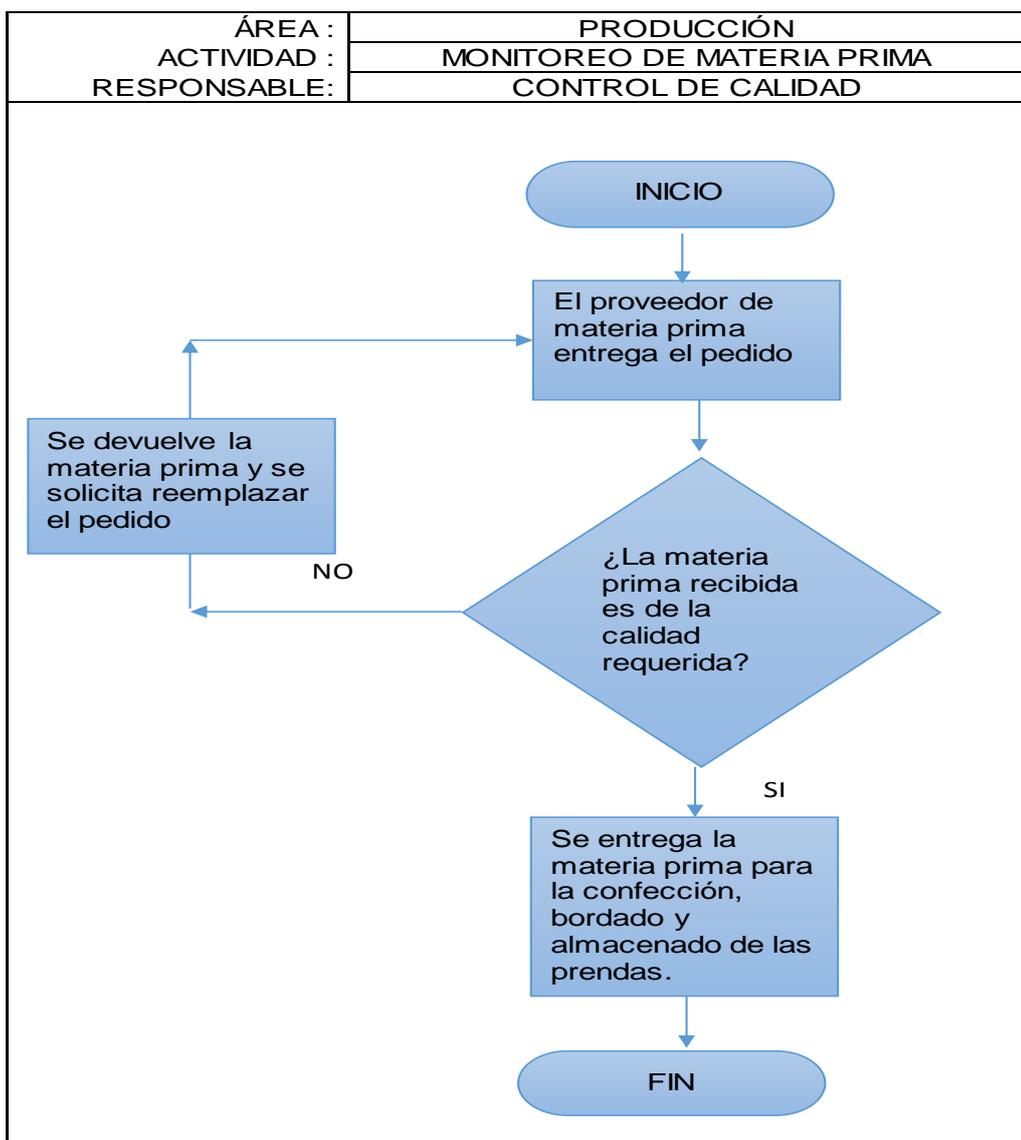


Figura 28. Logística interna

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

La figura N° 28 contiene el diagrama de flujo logística interna para el monitoreo de la materia prima.

La adquisición de materia prima se la realiza mediante pedidos a los proveedores, el mismo que entrega el material a los 8 días, una vez entregada la materia prima se procede a la revisión de los materiales y a su almacenamiento.

El material almacenado es distribuido al área de diseño y corte, luego es trasladada al área de bordado y estampado, donde se lleva al área de confección, acabados, control de calidad, doblado, empackado donde el producto terminado es almacenado para su posterior comercialización.

4.6.3. Logística Externa.

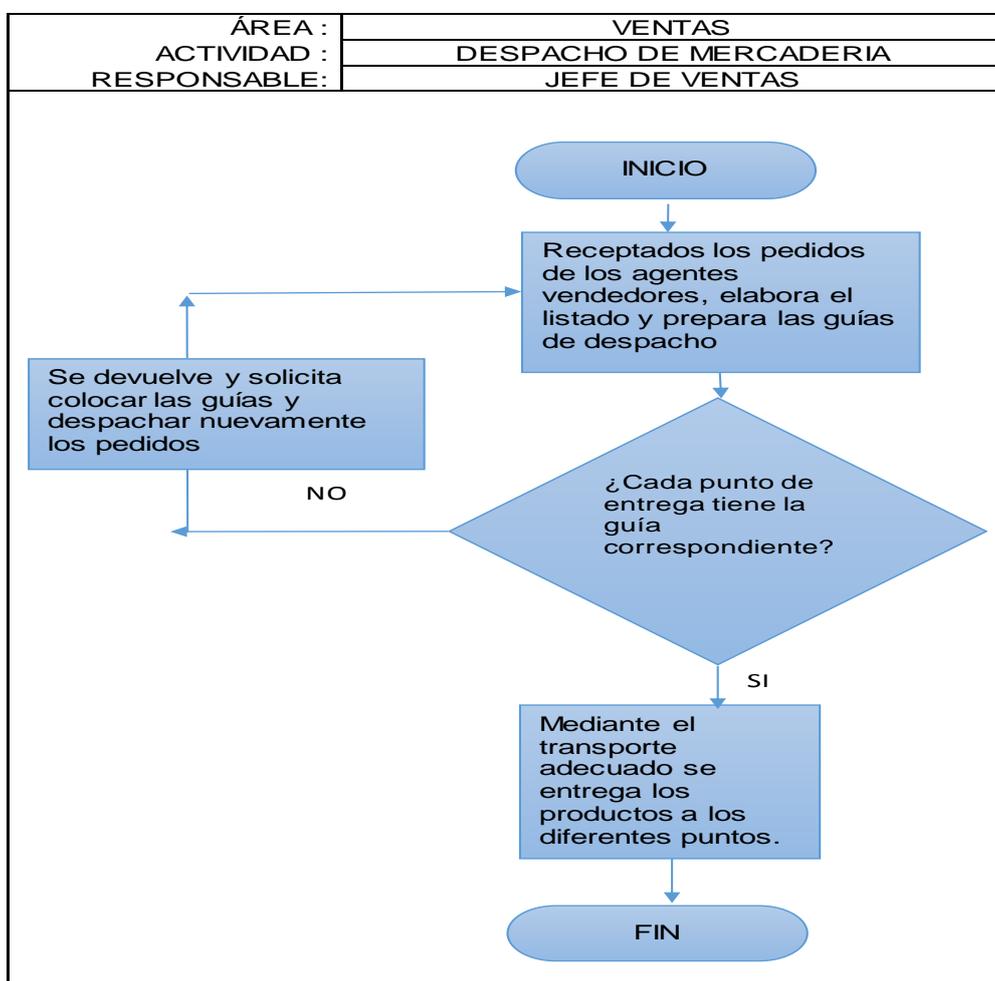


Figura 29. Logística externa

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

La figura N° 29 muestra la logística externa llevada a cabo para el despacho de mercadería en la empresa.

Una vez receptado los pedidos, el despacho se lo realiza a los diferentes puntos de entrega donde el cliente estableció para su posterior entrega, para ello la empresa tiene a su disposición el medio de transporte adecuado, de esta manera se cumple con la distribución adecuada de la mercancía.

4.6.4. Marketing y Ventas.

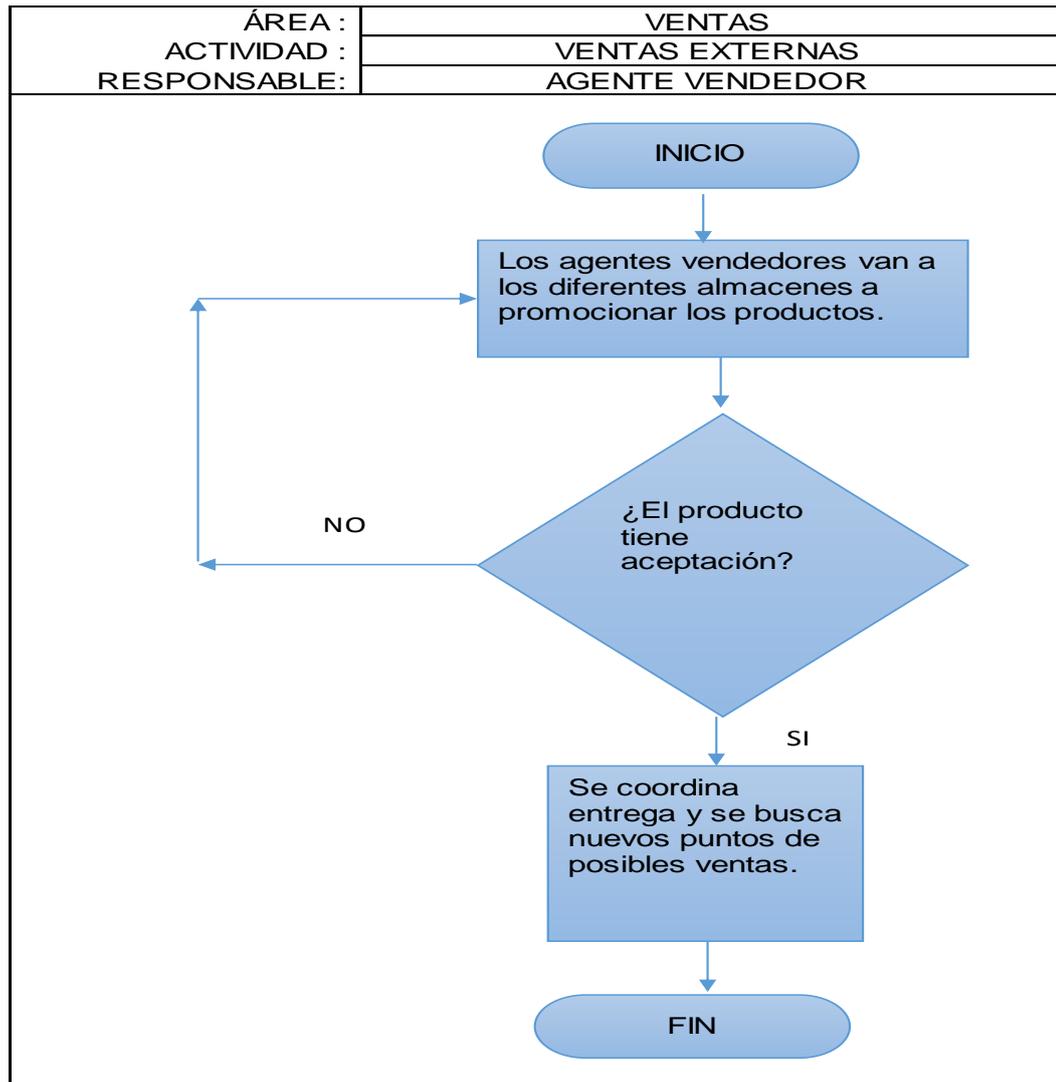


Figura 30. Marketing y ventas

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

En la figura N° 30 se puede observar el diagrama de flujo para marketing y ventas externas.

En lo respecta al marketing en la empresa se lo realiza por medio de agentes vendedores quienes son los encargados de visitar clientes reales que cuentan la empresa, ofreciendo los productos mediante un portafolio de ventas; estos a su vez se encargan de buscar posibles clientes de la empresa, para así ampliar su cartera de ventas e ingresos.

4.6.5. Servicio.

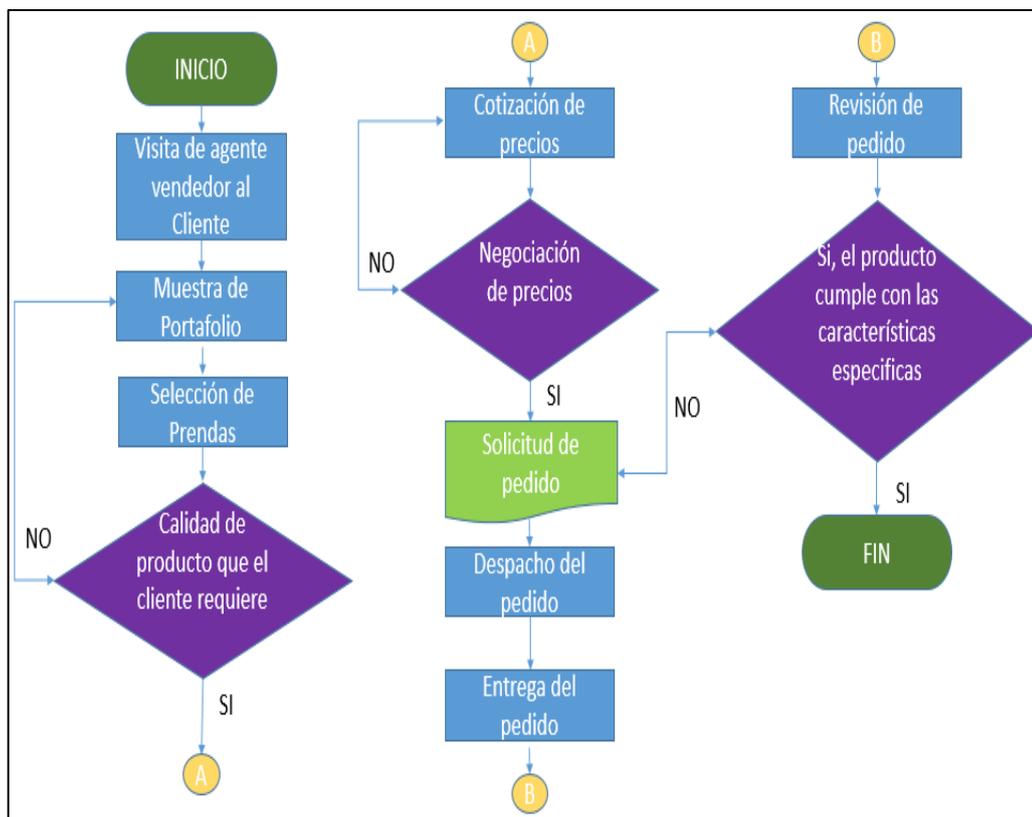


Figura 31. Prestación del servicio.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

La figura N° 31 denota el manual de procedimientos de prestación de servicio, con respecto a las ventas de mercadería por parte de los agentes vendedores.

El agente vendedor visita al cliente, le ofrece un portafolio de productos, si el cliente está de acuerdo con los términos y condiciones de la venta (calidad requerida), se cotiza el pedido para posterior a ello entrar al proceso de negociación y cierre de la venta por parte del agente vendedor. Después se efectúa el pedido y se entrega lo solicitado, el cliente revisa el pedido y si está conforme a lo que el cliente ha solicitado la venta ha finalizado.

El servicio adicional que presta la empresa actualmente es la de transportación de la mercadería, dicho servicio solo lo presta dentro de la provincia.

También cuenta con el servicio postventa ya que brinda seguimiento a sus clientes tanto como a su productos.

4.6.6. Abastecimiento.

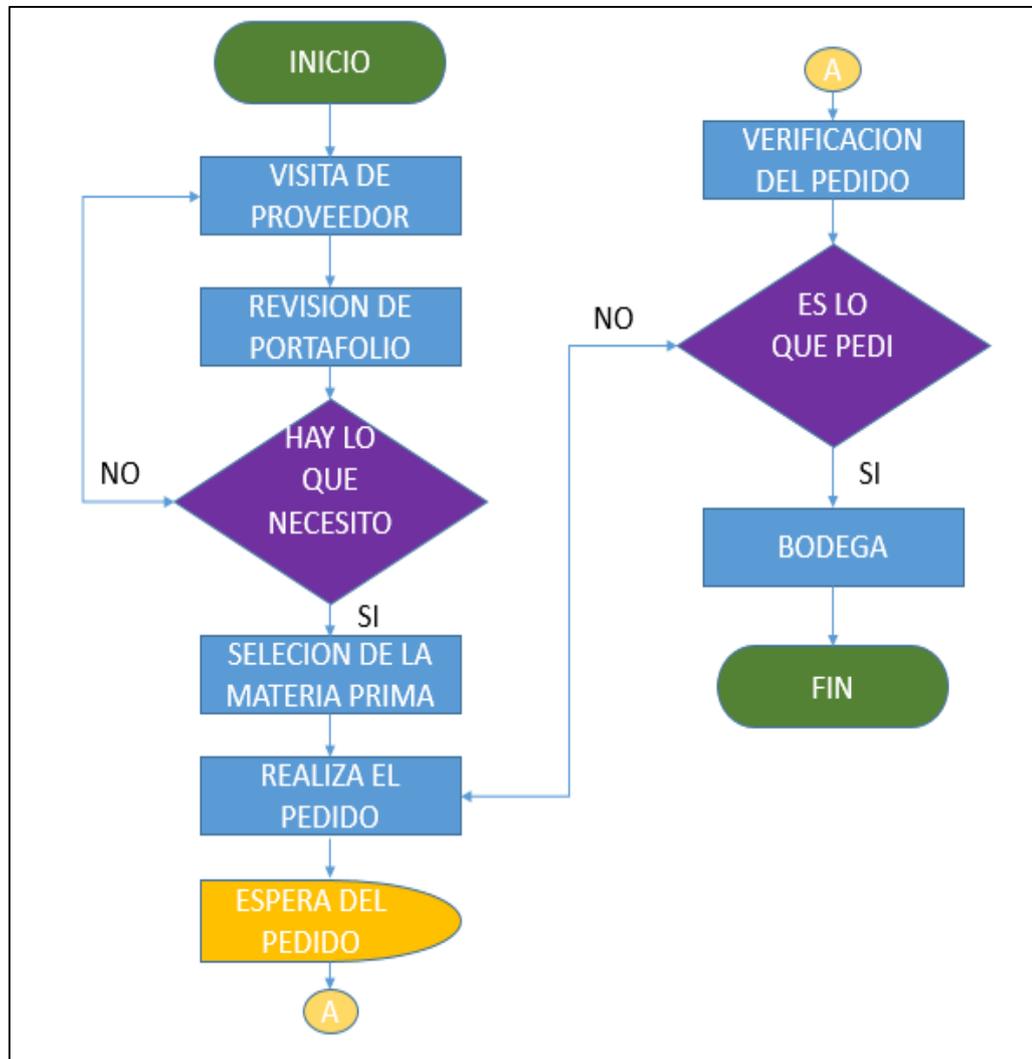


Figura 32. Abastecimiento.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

La figura N° 32 muestra el proceso de abastecimiento de materia prima por parte de la empresa.

El proceso de abastecimiento de la empresa inicia con la visita del proveedor, el mismo que facilita con un portafolio de la variedad de telas, si hay lo que se necesita se selecciona la materia prima y se realiza el pedido, esto lleva un periodo de espera luego a eso, se verifica el pedido si es lo que se requirió, se lo almacena para luego ser distribuido a las diferentes áreas para su procesamiento.

4.6.7. Desarrollo e Innovación.

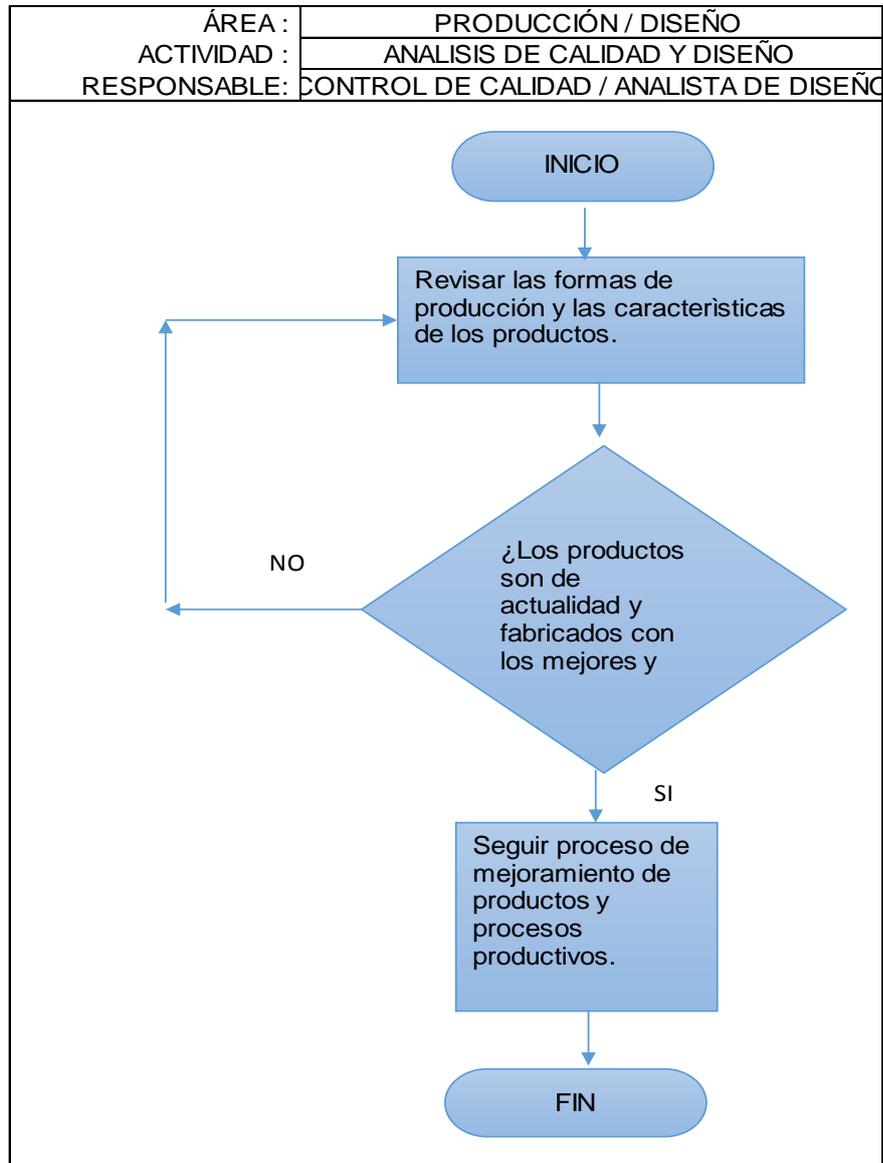


Figura 33. Desarrollo e innovación

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La Autora.

En la figura N° 33 muestra el desarrollo e innovación en la calidad y diseño de productos de la empresa Decorvet.

En la empresa la innovación es constante, tanto en diseños, materiales, herramienta y maquinaria, ya que esta rama requiere de constante actualización, para así poder alcanzar un nivel competitivo hacia el mercado, y clientes exigentes que se presentan día a día.

Entre esa innovación cuentan con los siguientes equipos:

Bordadora Láser: que ayuda y facilita una tendencia de moda moderna.

Sublimadora: esta es una tendencia en sublimados que sustituyen al estampado en pintura, ahorrando recursos como; tiempo, materiales.

4.7. Infraestructura física.

La empresa DECORVET, tiene a su disposición instalaciones propias, la misma que está conformada por un edificio de cuatro niveles en los cuales consta:

- ❖ En la planta baja se encuentra las áreas de:
 - Administración.
 - Almacén de producto terminado.
 - Bordado.
 - Despacho.
 - Control de Calidad.
 - Recepción de Materia Prima.

- ❖ El primer nivel está constituida por el área:
 - Bodega de Materia Prima.

- ❖ El segundo nivel se encuentra las áreas de:
 - Diseño.
 - Corte.

- ❖ El tercer nivel está constituido por las ares de:
 - Estampado.
 - Terminados.

4.8. Análisis de los ingresos y de los egresos.

Tabla 10. Balance general.

ACTIVOS	2014	2015	Variación Porcentual	
	111.668,50			
ACTIVOS CORRIENTES		156.818,59	45.150,09	40%
Efectivo y equivalentes al efectivo	3.199,44	6.205,77	3.006,33	94%
No relacionados/Locales	1.800,00		-1.800,00	-100%
Otras cuentas y documentos por cobrar clientes-corriente		387,86	387,86	
Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (IVA)	259,49	1.800,90	1.541,41	594%
Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (RENTA)	1.358,96	1.602,18	243,22	18%
Inventario de productos terminados y mercadería en almacén	105.050,61	146.821,88	41.771,27	40%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE				
ACTIVOS NO CORRIENTES				
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO				
Muebles y Enseres	5.382	8.700,00	3.318,00	62%
Maquinaria, equipo e instalaciones	4.050	538,88	-3.511,12	-87%
Depreciación de propiedad planta y equipo	804	1.028,42	224,42	28%
TOTAL PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	9.027,48	8.210,46	-817,02	-9%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	9.027	8.210,46	-817,02	-9%
TOATL DEL ACTIVO	120.695,98	165.029,05	44.333,07	37%
PASIVO			0,00	
PASIVO CORRIENTE			0,00	
No relacionados/Locales	42.000,00	42.816,00	816,00	2%
Otras cuentas y documentos por pagar corriente			0,00	
No relacionados/Locales	1.135,36	1.540,14	404,78	36%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	43.135,36	44.356,14	1.220,78	3%
Cuentas y documentos por pagar proveedores largo plazo			0,00	
Obligaciones con instituciones financieras largo plazo			0,00	
Locales	10.898,23	5.290,2	-5.608,03	-51%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	10.898,23	5.290,2	-5.608,03	-51%
TOTAL DEL PASIVO	71.243,37	49.646,34	-21.597,03	-30%
TOTAL PATRIMONIO NETO	49.452,61	115.382,71	65.930,10	133%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	120.695,98	165.029,05	44.333,07	37%

Fuente Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

En la tabla N° 10 dentro del análisis de los ingresos y egresos de la empresa se consideró los dos últimos años para lo cual se realizó un análisis horizontal.

Dentro de los activos corrientes se puede notar que ha existido un incremento del 40% entre el año 2014 y el año 2015, lo que significa que la empresa tiene buenas perspectivas de crecimiento. En lo que es equivalente a efectivo que es de mayor rango creció en un 94% y

los inventarios en un 40%. En propiedad planta y equipo, el crecimiento es de 37%. Lo mismo representa los activos totales, ya que el crecimiento fue uniforme entre un año y el otro teniendo como perspectivas un crecimiento acelerado de la empresa.

En lo referente a los pasivos, el crecimiento de pasivos corrientes fue únicamente del 3%. El patrimonio se incrementó en un 133%, esto debido a la adquisición de nueva mercadería y de muebles y enseres. En general el crecimiento total fue del 37%.

Tabla 11. Estado de Resultados.

INGRESOS	2012	2013	Variación Porcentual	
Ventas netas locales gravadas con tarifa 12% de IVA	160.132,7 1	188.231,92	28.099,21	18%
TOTAL INGRESOS	160.132,7 1	188.231,92	28.099,21	18%
COSTOS Y GASTOS				
Inventario inicial de bienes no producidos por el sujeto pasivo	56170,19	105.050,61	48.880,42	87%
Compras netas locales de bienes no producidos por el sujeto pasivo	168.102,8	188.203,19	20.100,39	12%
(-)Inventario final de bienes no producidos por el sujeto pasivo	105.050,6 1	148.203,19	43.152,58	41%
Constituyen materia gravada del IESS	17.902,08	10.844,27	-7.057,81	-39%
Beneficios sociales indemnización y otras remuneraciones	2.506,61	2.856,44	349,83	14%
Aporte a la seguridad social (incluye fondos de reserva)	3.522,22	4.321,38	799,16	23%
Honorarios profesionales, dietas	1.800,0	1.983,37	183,37	10%
Suministros y materiales	4.767,11	2.050,93	-2.716,18	-57%
Transporte	252,3	492,96	240,71	95%
Intereses Bancarios				
Local	2.959,66	3.405,06	445,40	15%
Impuestos contribuciones y otros	220,97	409,89	188,92	85%
IVA que se carga al costo o gasto	894,43	529,91	-364,52	-41%
Pago por otros servicios	1.904,97	927,63	-977,34	-51%
TOTAL COSTOS	119.222,3 8	146.431,92	27.209,54	23%
TOTAL GASTOS	37.938,80	37.841,23	-97,57	0%
TOTAL COSTOS Y GASTOS	157.161,1 8	184.273,15	27.111,97	17%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	2.971,53	3.958,77	987,24	33%
Base de cálculo de participación a trabajadores	2.971,53	3.958,77	987,24	33%
(-)Participación a trabajadores	445,72	593,82	148,10	33%
UTILIDAD GRAVABLE	2.525,81	3.364,95	839,14	33%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

En la tabla N° 11 según el análisis horizontal del estado resultado las ventas netas locales grabadas con tarifas 12% IVA incrementaron el 18% entre el año 2014 y 2015. Dentro de los costos y gastos está el inventario inicial de bienes no producidos por el sujeto pasivo el cual

se incrementó en un 87% lo que muestra que existe una amplia cantidad de inventarios dentro de la empresa.

Es importante considerar que existe una disminución de materia grabada del IESS, debido a que se redujo personal, ya que las indemnizaciones se incrementaron un 14%; en general el total de costos y gastos tuvo un incremento del 23% generando una utilidad en el ejercicio del 33% lo que significa que la empresa tiene un porcentaje elevado de utilidad frente a las ventas, que puede utilizar si fuese necesario en adquisición de préstamos para ampliaciones del negocio.

4.9. Canales de comercialización

Los canales que actualmente maneja la empresa son mixtos, directos para la zona de Santo Domingo e Indirectos a nivel Nacional.

Son directos en la localidad, puesto que cuentan en el centro de la ciudad con un establecimiento para exhibición y venta de los productos que fabrican.

Los canales indirectos de comercialización se dan a nivel nacional, la empresa distribuye sus productos en la región Costa y Oriente. Los mayoristas son los encargados de la distribución y venta en la provincia de Manabí y Esmeraldas a los diferentes puntos de comercialización. En la Región Oriental se cuenta con agentes vendedores donde el destino de la venta son los mercados generales de venta de prendas de vestir.

4.10. Oportunidades comerciales

Las oportunidades comerciales que existen para “Decorvet” se ven favorecidas por su larga experiencia en el mercado, ya que los altos costos de fabricación hacen que las industrias más fuertes sobrevivan en el contexto textil, siendo esta una gran ventaja ante la competencia naciente que con dificultad logra subsistir en contraposición de la competencia ya establecida.

En lo referente al crecimiento del mercado, a nivel nacional son varias las empresas que se encuentran liderando el mercado textil Según la (Revista Ekos, 2016) son: Vicuña, Lamitex, Smurfit Kappa, Fibran, Insomet, Empresas Pinto, Textiles el Rayo, S.J. Jersey Ecuatoriano, Tejido Pintex y RoyalTex; las que cuentan con competidores extranjeros o multilaterales de ventas por catálogos como “Nivi”, la misma que con la aplicación de las salvaguardias se ha visto obligada en concentrar su producción dentro del país para ser competitivos en relación

a los precios. “Decorvet” es una de las empresas nacionales beneficiadas a partir de la aplicación de las medidas restrictivas puesto que Nivi le apostó a la producción local, siendo una de los proveedores actuales de esta empresa, presentando la atractiva oportunidad de negocios a Decorvet para generar mayor producción y ventas en beneficio al giro del negocio textil que realiza.

4.10.1. Principales mercados nacionales

Los principales mercados nacionales se encuentran concentrados en la Región Costa y Oriente. En la región Costa se distribuye en Manabí y Esmeraldas y en la región Oriental se comercializa a Lago Agrio.

El auge de ventas en estas provincias se da por las características de surtido que tiene la empresa, la misma que fabrica prendas de vestir adecuadas para las necesidades climáticas de estas zonas.

4.10.2. Principales mercados internacionales

Las oportunidades comerciales se dan en la actualidad solo en el ámbito nacional, porque a nivel internacional los precios han dejado de ser atractivos, en vista de la depreciación de las monedas de los principales compradores frente al dólar, provocando el cierre de oportunidades comerciales que pudieron haberse concretado para las empresas textiles ecuatorianas, entre ellas Decorvet.

Además el país no cuenta con tratados internacionales que impulsen la exportación a corto, mediano y largo plazo: mientras que, nuestros competidores mantienen a nivel internacional varios tratados comerciales con potencias mundiales , a esto se le suma los bajos niveles de calidad, los escasos niveles tecnológicos, la falta de capacitación a la mano de obra , el manejo empírico y la situación económica del país, estos son factores que afectan la expansión comercial a otras fronteras de esta empresa.

CONCLUSIONES

La industria textil es una de las actividades empresariales que más se remonta en la historia del Ecuador. A finales del siglo XVI la producción textil fue tomando fuerza, en el siglo XVII los textiles se convirtieron en el motor dinamizador de la economía colonial. La producción textil en el Ecuador empezó con el procesamiento de lana de oveja, hasta que a inicios del siglo XX se introdujo el algodón.

En la actualidad la industria elabora productos de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda. Pese a ser conocido en el mundo por ser exportador de fibras naturales, en los últimos 60 años Ecuador ha logrado ganarse un lugar en el mercado mundial textil, siendo una de las actividades más importantes, abriendo miles de fuentes de empleo y ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero.

La política económica del país se concentra en la inversión interna, se aplican diferentes mecanismos para evitar la fuga de capitales, se incentiva la generación de productos terminados, con el fin de diversificar la matriz productiva dejando de depender del petróleo y así convertirse en una economía con diferentes fuentes de ingresos a través de la creación de industrias que atraen nuevas inversiones y que posicionen al Ecuador fuera de sus fronteras con una importante marca País.

Los incentivos económicos funcionan bien para nuevas empresas y emprendimientos, puesto que están dirigidos en su mayoría a nuevas inversiones; pero no en totalidad para empresas ya en funcionamiento, mismas que no están en capacidad de invertir más, considerando entre otros limitantes la escasa socialización de la “Ley de Incentivos” y factores económicos mundiales como la caída del petróleo, que ha causado que el país entre en recesión y surjan tensiones sociales, restringiendo así las adquisiciones de los empresarios.

Esta industria es apoyada por instituciones estatales como son el MIPRO, el MIES y otras, mismas que dan apoyo en la parte organizativa, en capacitaciones, emprendimientos, etc., complementados por el acceso al financiamiento por parte del BIESS, BANECUADOR, CFN, estos esfuerzos de financiamiento han sido insuficientes en la zona, porque el 82%, de los emprendedores acuden a la banca privada, sugiriendo un bajo nivel de confianza en el sistema estatal crediticio.

El sector textil en la provincia de Santo Domingo maneja sistemas organizacionales y administrativos generalmente empíricos, pocos pertenecen a asociaciones y no cuentan con empresas que apliquen saberes ancestrales, más bien se concentran en la comercialización y venta de artículos industrializados, por ser la zona un área que se dedica en mayor grado al comercio tanto formal como informal, las ventas se llevan cabo generalmente por canales directos al consumidor (productor-consumidor).

En la localidad las empresas textiles han prosperado gracias al comercio por el que es influenciado la zona, aportando al surgimiento de empresas familiares que en alto porcentaje se dedican a la fabricación de prendas de vestir, pequeños emprendimientos que han logrado crecer y obtener una fuente de sustento para su familia, obteniendo ganancias, ya que más del 50% de los productores indicó tener márgenes de utilidad.

El mejor caso productivo de la zona lo maneja la empresa Decorvet, destacándose dentro de la investigación con un 66% por encima de sus pares, según la matriz de selección del caso adjunta en el Anexo 2, la misma que arrojó las 10 empresas más competitivas de la localidad, con parámetros como el volumen de ventas total, el recurso humano empleado, el acceso a proveedores, la implementación de certificaciones de calidad y planificación estratégica.

Las industrias textiles se caracterizan por no contar certificaciones de calidad, incluido “Decorvet” que ha intentado registrar sus marcas, más no lo ha logrado por lo oneroso de los trámites y por este motivo ha dejado de lado iniciativas importantes como las marcas e incluso las certificaciones de calidad, siendo una constante en la zona, por esto es fundamental crear conciencia en los fabricantes del valor de promover y proteger la capacidad innovadora que logren desarrollar a través de los Sistemas de Protección Intelectual.

RECOMENDACIONES

El Estado debe apoyar al sector textil para que este se fortalezca e incremente las fuentes de empleo, mismo que actualmente ha reflejado un crecimiento constante, es preciso mejorar la liquidez del país, fomentar la asociatividad, facilitar el acceso al crédito, fomentar la inversión estatal para la industria, propiciar un clima empresarial con capacitaciones, ruedas de negocios constantes y que las decisiones gubernamentales como medidas restrictivas e incentivos sean tomadas previo un conversatorio con los actores económicos.

Para que el desarrollo de la industria textil sea sostenible, las empresas deben implementar políticas que apoyen al crecimiento de la industria, por lo que se debe analizar estrategias para concientizar al productor y facilitar la obtención de certificaciones de calidad y registros de marca, considerando que es un mecanismo de diferenciación y selección importante para competir en el mercado textil.

Las instituciones públicas que apoyan al sector textil deben ser socios dinámicos de las industrias que inician su actividad, para que los emprendedores puedan crecer de manera apropiada dentro de los lineamientos de estas organizaciones que cuentan con herramientas y experiencia para dar apoyo y facilitar el acceso al crédito bancario, así se eliminan las barreras de acceso al financiamiento y los inalcanzables requisitos de la banca tradicional.

La industria textil de Santo Domingo debe manejar su administración de manera sistemática para que las dificultades actuales sean erradicadas, se debe ampliar las técnicas y actividades de producción, asegurando la calidad en los procesos, para diversificar los productos que estas ofrecen y alcanzar mercados internacionales.

Las empresas deben brindar capacitaciones continuas, como cursos de calidad, para que se inserten prácticas adecuadas de planificación y su organización sea de acuerdo a la actividad que ejecutan, la misma que se debe dirigir de manera proactiva llevando constantes controles dentro de la organización.

BIBLIOGRAFÍA

Libros.

- Alonso, D. (2011). *Administración de la Producción* . México : UNAM.
- Barboza, J. (2014). *Las Funciones Administrativas* . Bogotá: Norma .
- Boland, A. (2012). *El Procesos de la Administración* . México : Mc Graw Hill.
- Chec, M. (2011). *Procesos Administrativos* . México : Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2011). En I. Chiavenato, *Sistema de Administración de Recursos Humanos*. México: Mc Graw Hill.
- Ocampo, M. (2011). *Comunicación empresarial*. Bogotá.
- Guizar Montufar, R. (2008). *Desarrollo Organizacional principios y aplicaciones*. México: McGraw Hill.
- Heinenmann, K. (2003). *INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA*. Barcelona España: Paidotibo.
- Hellrigger, D. (2002). *Administración basada en competencias* . Madrid : Poket .
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2006). *Metodología de la investigación* . Mexico : Mc Graw Hill .
- Koontz, H. (1998). "Administración, en referencia al proceso administrativo." . Buenos Aires-Argentina.
- Koontz, H. (1998). *Organización de empresas*. España: Gestión.
- Montalvo Claros, O. G. (2004). "Administración financiera básica. el corto plazo". Univ. Mayor de San Andrés Fac. Ciencias Económicas y Financieras. Carrera de Administración de Empresas.
- Ortega Castro, A. (2002). *Introducción a las Finanzas*. México: McGraw Hill. México. .
- Pavia, M. (2012). *Administración* . México : Person .
- Plant, I. (2012). *Administración* . México : Mc Graw Hill.
- Porret, J. (2014). *Administración* . México : Thonson .
- Sánchez, I. (2003). *Subsistema de gestión empresarial*. Prentice -Mexico.
- Scanlan, P. (2011). *Administración de la producción*. México .

Documentos de sitios web.

- 12 MANAGE THE EXECUTIVE FAST TRACK. (2016). *Methods PEST analysis*. Obtenido de http://www.12manage.com/methods_PEST_analysis_es.html

- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (13 de 10 de 2010). *Boletines AITE*. Recuperado el 2016, de Boletín Mensual 10: <http://www.aite.com.ec/phocadownload/boletines/boletinotubre1.pdf>
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador [AITE]. (16 de Octubre de 2010). *La Industria Textil apuesta e invierte en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.aite.com.ec/phocadownload/boletines/boletinotubre1.pdf>
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador [AITE]. (2014). *Industria Textil Historia y Actualidad*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de <http://www>
- Asociación de Industrias Textiles. (7 de 5 de 2014). *La AITE plantea cambios al Código de la Producción*. Obtenido de Boletín mensual 26: <http://www.aite.com.ec/phocadownload/boletn%20aite%20n%2026.pdf>
- Asociación de Industrias Textiles. (30 de 3 de 2016). *BOLETÍN 30 EDICIÓN 2016*. Obtenido de Industria textil y de confección.
- Cepal. (2012). *La industria Textil en El Ecuador*. Quito : Comisión Económica para América Latina y El Caribe .
- Cevallos Jaime. (2014). Momentos difíciles para el textil ecuatoriano. (J. Cevallos, Ed.) *Revista Gestión*, 34. Obtenido de INDUSTRIA: <http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2014/03/Industria-textil.pdf>
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones - PRO ECUADOR. (2012). <http://www.proecuador.gob.ec>. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf
- Herrera Castellanos, M. (2011). *FORMULA PARA CÁLCULO DE LA MUESTRA POBLACIONES FINITAS*. Obtenido de <https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>
- INEC. (2010). *Encuesta Anual de Manufactura y Minería*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-anual-de-manufactura-y-mineria/>
- INEC. (2016). *Directorio de empresas 2014*. Obtenido de Industrias Santo Domingo 2014: <http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=DIEE2014&MAIN=WebServerMain.inl>
- INEC. (2016). *INEC INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS*. Obtenido de IPC – Canastas 2016: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ipc-canastas-2016/>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2010). *PRO ECUADOR*. Obtenido de CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/codigo-organico-de-la-produccion-comercio-e-inversiones/>

- Javier Díaz, p. d. (05 de ene de 2016). *expreso.ec*. (D. EXPRESO, Ed.) Obtenido de SECCIÓN ECONOMÍA: http://expreso.ec/economia/la-reduccion-en-la-nomina-textil-fue-de-entre-un-10-y-un-40--ETGR_8792184
- Las Letras - Trabajos Documentales - mfgjt - ClubEnsayos.com*. (6 de Abril de 2015). Obtenido de ClubEnsayos: <https://www.clubensayos.com/Filosof%C3%ADa/Las-Letras/2431532.html>
- Lovato, J. S. (05 de 2014). *Análisis de la participación y evolución del sector textil en el Ecuador 2010-2011*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6837/7.36.001414.pdf?sequence=4>
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. (07 de 2013). *Políticas de comercio exterior para incentivar el mercado nacional del sector textil*. (A. Cáceres, Ed.) Recuperado el 2016, 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>
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo, Competitividad. (12 de 2012). *MANUAL DE APLICACIÓN DE LOS*. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/GUIA-DE-APLICACION-INCENTIVOS.pdf>
- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (07 de 2011). *Agenda para la transformaciòn productiva territorial Sto. Domingo de los Tsáchilas*. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-SANTO-DOMINGO.pdf>
- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (2013). *Agenda para la transformacion productiva*. Obtenido de [http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Agenda_Productiva\[1\].pdf](http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Agenda_Productiva[1].pdf)
- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (14 de 06 de 2011). *Incentivos Código Producción*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/mcpec1/incentivos-cdigo-produccion>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2012). *POLÍTICA INDUSTRIAL DEL ECUADOR 2008-2012*. Obtenido de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/POLITICA%20INDUSTRIAL%20DEL%20ECUADOR%202008-2012.pdf>
- Montalvo Claros, O. G. (2004). *Administración financiera básica. el corto plazo*. Univ. Mayor de San Andrés Fac. Ciencias Económicas y Financieras. Carrera de Administracion de Empresas.
- Ocampo, M. (2011). *Comunicación empresarial*. Bogotá: Universidad de la Sabana.

- Pro Ecuador. (2012). *Análisis Sectorial de Textiles y Confecciones*. (D. d. Inversiones, Ed.)
Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf
- Pro Ecuador. (2014). *Perfil sectorial de prendas de vestir y textil para el inversionista*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/11/PERFIL-DE-TEXTIL-IED.pdf>
- Revista Gestión. (2014). Momentos difíciles para el textil ecuatoriano. (J. Cevallos, Ed.) (GESTIÓN N°237), 34. Obtenido de <http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2014/03/Industria-textil.pdf>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo . (2013). *Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. (Senplades, Ed.) Obtenido de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
- SENPLADES. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Obtenido de Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Servicio de Rentas Internas. (2015). *CIIU Clasificador Industrial Internacional Único*. Obtenido de Guía Básica Tributaria: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- SUPERINTENDENCIA DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO. (2013). “VI TECNOLOGÍA Y REGULACIÓN MERCADO TEXTIL” 13avo TALLER INTERNACIONAL. Obtenido de <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2016/05/13-Taller-Internacional-1.pdf>
- Villa, S. A. (2016). *Diagnóstico y propuesta de un Manual de Control de*. Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/9167/1/SANDRA%20ALICIA%20%20VILLA%20SU%C3%81REZ.pdf>

Sitios Web.

- Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Información Económica: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/788-banco-central-del-ecuador>
- COMEX. (2015). *Valores / Misión / Visión*. Recuperado el 2016

EcuadorTributa. (26 de 10 de 2011). *EcuadorTributa.com*. Obtenido de Incentivos del Código de la Producción: <https://ecuadortributa.wordpress.com/2011/10/26/incentivos-del-codigo-de-la-produccion-2/>

GAD Municipal Santo Domingo. (9 de 3 de 2015). *La ciudad, situación y ubicación geográfica*. Obtenido de <http://www.santodomingo.gob.ec/index.php/la-ciudad/situacion.html>

Instituto de Economía Popular y Solidaria. (29 de 5 de 2015). *Hilando el Desarrollo ciclo Sierra 2015-2016 priorizará el trabajo asociativo*. Obtenido de <http://www.economiasolidaria.gob.ec/>

Instituto de Economía Popular y Solidaria. (2015). *Misión-Visión-Valores-Objetivos-Ejes estratégicos*. Recuperado el 2016, de IEPS: <http://www.economiasolidaria.gob.ec/valores-mision-vision/>

Ministerio de Comercio Exterior. (2015). *Ministerio de Comercio Exterior*. Recuperado el 2016, de Programas y Servicios COMEX: <http://www.comercioexterior.gob.ec/comex/>

Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (2015). *Valores / Misión / Visión*. Recuperado el 2016

Ministerio de Industrias y Productividad Mipro. (2015). *Valores-Misión-Visión*. Recuperado el 2016, de Quiénes somos?: <http://www.industrias.gob.ec/>

Rivero, B. M. (2012). *BLOG EMPRESA DE BEATRIZ MÉNDEZ RIVERO*. Obtenido de <http://beatricina1989.blogspot.com/>

Superintendencia de Control del Poder de Mercado. (2015). *Misión-Visión*. Obtenido de <http://www.scpm.gob.ec/>

Artículos de revistas.

Ekosnegocios. (2014). *Negocios*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>

Maldonado, F., Proaño, G., & Equipo Editorial Ekos. (09 de 2015). *Industria en Ecuador*. (F. M. Ekos, Ed.) Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1300.pdf>

Revista Ekos. (2016). Producción nacional por Ekos. *Ekos*, 50.

Revista Gestión. (2014). Momentos difíciles para el textil ecuatoriano. (J. Cevallos, Ed.) (GESTIÓN N°237), 34. Obtenido de <http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2014/03/Industria-textil.pdf>

Artículos de periódicos.

Chango, J. R. (23 de Agosto de 2010). Industria Textil . *El Universo* , pág. A7.

Díaz, J . Presidente del AITE. (05 de ene de 2016). “La reducción en la nómina textil fue de entre un 10 y un 40 %”. (D. Expreso, Ed.) *¿Qué necesitan para el nuevo año de parte del Gobierno?* Recuperado el 2016, de SECCIÓN ECONOMÍA:
http://expreso.ec/economia/la-reduccion-en-la-nomina-textil-fue-de-entre-un-10-y-un-40--ETGR_8792184

ANEXOS

Anexo 1
La Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Encuesta dirigida a directivos de industrias textiles

Objetivo: Identificar la estructura administrativa y aplicación de saberes ancestrales de la industria textilera en la provincia de **Santo Domingo de los Tsáchilas**.

Encuestado: _____ **Cargo:** _____

Encuestador: _____ **Fecha:** _____ **Nº de encuesta:** _____

A Datos generales

1.1. Provincia:				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 ()	
1.9. Organización, Sindicato o Cámara a la que pertenece:				

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, etc.	()	()	()
Manual de funciones	()	()	()
Manual de procesos	()	()	()
Otros. Especifique _____	()	()	()

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	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:

Proveedores	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	PRODUCCIÓN	MARKETING	FINANCIERO	RECURSOS HUMANOS
Educación				
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 (Comercialización) () 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.

Matriz de selección del caso.

Criterios y sus ponderaciones	Puntaje para cada empresa									
	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Empresa 6	Empresa 7	Empresa 8	Empresa 9	Empresa 10
<ul style="list-style-type: none"> Total de ventas (25%) 	Decorvet	Modas Dana	Juventud Elegante	Decor Class	Manualidades, Eventos y Confeccion es Lupita's	Estilo	Daniel Sport	Trajes Londri	Confeccion es Elix	Modistería D'Marlene
Volumen de ventas	25,00%	20,18%	19,71%	19,44%	18,07%	15,38%	14,81%	14,78%	13,89%	13,80%
<ul style="list-style-type: none"> Ventas Mercado internacional (10%) 	Decorvet	Modas Dana	Juventud Elegante	Decor Class	Manualidades, Eventos y Confeccion es Lupita's	Estilo	Daniel Sport	Trajes Londri	Confeccion es Elix	Modistería D'Marlene
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).	10%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<ul style="list-style-type: none"> Personal (20%) 	Decorvet	Modas Dana	Juventud Elegante	Decor Class	Manualidades, Eventos y Confeccion es Lupita's	Estilo	Daniel Sport	Trajes Londri	Confeccion es Elix	Modistería D'Marlene
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)	20%	3%	3%	7%	8%	7%	8%	1%	13%	7%
<ul style="list-style-type: none"> Proveedores de materia prima local (15%) 	Decorvet	Modas Dana	Juventud Elegante	Decor Class	Manualidades, Eventos y Confeccion es Lupita's	Estilo	Daniel Sport	Trajes Londri	Confeccion es Elix	Modistería D'Marlene

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)	8%	0%	0%	6%	0%	0%	0%	15%	13%	0%
<ul style="list-style-type: none"> Proveedores de materia prima nacional (10%) 	Decorvet	Modas Dana	Juventud Elegante	Decor Class	Manualidades, Eventos y Confeccion es Lupita's	Estilo	Daniel Sport	Trajes Londri	Confeccion es Elix	Modistería D'Marlene
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)	3%	5%	8%	9%	8%	5%	9%	6%	9%	10%
<ul style="list-style-type: none"> Certificación de calidad (10%) 	Decorvet	Modas Dana	Juventud Elegante	Decor Class	Manualidades, Eventos y Confeccion es Lupita's	Estilo	Daniel Sport	Trajes Londri	Confeccion es Elix	Modistería D'Marlene
<i>Si tienen certificación tendrá el 10%, si están proceso el 5%, si no tiene 0%</i>	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<ul style="list-style-type: none"> Planificación estratégica (10%) 	Decorvet	Modas Dana	Juventud Elegante	Decor Class	Manualidades, Eventos y Confeccion es Lupita's	Estilo	Daniel Sport	Trajes Londri	Confeccion es Elix	Modistería D'Marlene
<i>Si tiene un documento de planificación estratégica tendrá el 10%, si está proceso el 5%, si no tiene 0%</i>	0%	0%	0%	0%	10%	0%	10%	0%	0%	0%
Puntaje total (100)	66%	28%	30%	47%	44%	27%	42%	37%	48%	30%

Anexo 3

Mapeo.

