



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 ciudad de Loja, año 2016, “análisis de caso / empresa textil “Stilo Internacional”.

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTOR: Aguilar Medina, Robinson Iván.

DIRECTOR: Ríos Zaruma, Julio Alberto, Mgtr

LOJA – ECUADOR

2016



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2016

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister.

Julio Alberto Ríos Zaruma.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: **Organización y administración de la industria textilera en la ciudad de Loja, año 2016**, realizado por Robinson Iván Aguilar Medina, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, Septiembre de 2016

f).....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Robinson Iván Aguilar Medina declaro ser autor del presente trabajo de titulación: **Organización y administración de la industria textilera en la ciudad de Loja, año 2016**, de la Titulación de ingeniería en administración de empresas, siendo el Mgtr. Julio Alberto Ríos Zaruma, director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

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

f).....

Autor: Robinson Iván Aguilar Medina

Cédula: 1104533581

DEDICATORIA

Esta tesis la dedico primeramente a Dios ya que él supo guiarme por el buen camino y darme las fuerzas necesarias para vencer todos los obstáculos que se me presentaron en el transcurso de la vida, él me enseñó que no existe problema si solución y que encarando las adversidades con carácter y sin perder los valores morales y éticos se puede llegar muy lejos y cumplir nuestros propósitos.

A mi familia especialmente a mi madre, mi hermana y mis abuelos que estuvieron presentes ahí para forjar mis principios mis valores y mi carácter, supieron brindarme su apoyo, comprensión y amor con el cual me alentaron en los momentos más difíciles, me brindaron los recursos necesarios sin condición alguna con los cuales tuve la oportunidad de demostrar mi empeño y perseverancia por crecer como persona y como profesional.

A mis compañeros de clase que me supieron apoyar y me permitieron ser parte de sus vidas, con los cuales supimos compartir tantos buenos y malos momentos durante todos estos años.

AGRADECIMIENTO

Agradezco de todo corazón a la Universidad Técnica Particular de Loja quien me abrió sus puertas y brindó la oportunidad de crecer profesionalmente, a mis maestros quienes poco a poco supieron plasmas en mí su calidez humanitaria, y sabios consejos a de más de los conocimientos impartidos que serán de suma importancia para mi desarrollo profesional.

Agradezco a Dios, familia y amigos que son quienes estuvieron ahí en todo momento para brindarme su apoyo incondicional y ser parte de mi formación personal y profesional los cuales de cierta forma motivaron y confiaron en mí.

Agradezco infinitamente a los grandes profesionales que son y aun mejores personas, el Mgtr. Julio Ríos, por saberme guiar y brindarme todo su apoyo durante este proceso, la Econ. Dayanara Villafuerte, por darme la oportunidad de participar en este proyecto de investigación y por último a la Mgtr. Diana Espinoza, por darme la mano y brindarme el apoyo oportuno.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|---|-----|
| CARATULA----- | i |
| APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN ----- | ii |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS----- | iii |
| DEDICATORIA ----- | iv |
| AGRADECIMIENTO----- | v |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS----- | vi |
| RESUMEN ----- | 1 |
| ABSTRACT ----- | 2 |
| INTRODUCCIÓN----- | 3 |
| 1. CAPITULO I. ----- | 5 |
| HISTORIA DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL ECUADOR.----- | 5 |
| 1.1. Industria textil en el Ecuador----- | 6 |
| 1.1.1. Antecedentes generales.----- | 6 |
| 1.1.2. Ubicación geográfica de las industrias.----- | 10 |
| 1.1.3. Principales productos textiles.----- | 11 |
| 1.2. Estadísticas: Evolución de la industria textil en los últimos cuatro años (2011 – 2014)----- | 13 |
| 1.3. Importancia del sector textil en la economía ecuatoriana----- | 16 |
| 2. CAPITULO II. ----- | 17 |
| ORGANISMOS E INSTITUCIONES DE APOYO A LA INDUSTRIA TEXTIL.----- | 17 |
| 2.1. Política industrial----- | 18 |
| 2.2. Incentivos al sector textil: generales, sectoriales y específicos----- | 20 |
| 2.3. Articulación de instrumentos con la política industrial ----- | 22 |
| 2.3.1. Agenda Zonal para el Buen Vivir por zona de planificación.----- | 22 |
| 2.3.2. Matriz productiva.----- | 23 |
| 2.4. Instituciones públicas de apoyo a la industria textilera ----- | 26 |
| 2.4.1. Ministerio de Industrias y Productividad – MIPRO.----- | 26 |
| 2.4.2. Ministerio de Comercio Exterior: Comité de Comercio Exterior – COMEX.-- | 28 |
| 2.4.3. Instituto de Economía Popular y Solidaria – IEPS.----- | 29 |
| 2.5. Marco jurídico para inversiones ----- | 31 |
| 2.5.1. Código de la producción: principales características.----- | 31 |
| 3. CAPÍTULO III.----- | 33 |

| | |
|---|-----------|
| LAS INDUSTRIAS TEXTILES DE LA CIUDAD DE LOJA: ANÁLISIS SITUACIONAL, ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO. ----- | 33 |
| 3.1. Metodología y datos----- | 34 |
| 3.1.1. Tipo de estudio. ----- | 34 |
| 3.1.2. Métodos. ----- | 34 |
| 3.1.3. Técnicas aplicadas en la investigación. ----- | 34 |
| 3.1.4. Objetivo de la encuesta. ----- | 35 |
| 3.1.5. Recopilación de la información. ----- | 35 |
| 3.1.6. Procesamiento y análisis de datos. ----- | 38 |
| 3.2. Análisis situacional de la industria textil en la provincia y ciudad de Loja ----- | 39 |
| 3.2.1. Características de la provincia. ----- | 39 |
| 3.2.2. Descripción de productos elaborados por el sector. ----- | 39 |
| 3.2.3. Ubicación geográfica del sector textil en la ciudad de Loja (mapeo). ----- | 41 |
| 3.2.4. Características de la ciudad de Loja. ----- | 42 |
| 3.2.5. Análisis estadístico de la producción textil de la ciudad de Loja. ----- | 45 |
| 3.3. Administración del sector textil ----- | 47 |
| 3.3.1. Estructura administrativa. ----- | 47 |
| 3.3.2. Estrategias de recursos humanos. ----- | 50 |
| 3.3.3. Estrategias de producción. ----- | 52 |
| 3.3.4. Estrategias de comercialización. ----- | 54 |
| 3.3.5. Estrategias de gestión financiera. ----- | 55 |
| 3.4. Organización del sector textil ----- | 58 |
| 4. CAPÍTULO IV. ----- | 59 |
| ANÁLISIS DE CASO: “STILO INTERNACIONAL” INDUSTRIA TEXTIL DE LA CIUDAD DE LOJA ----- | 59 |
| 4.1. Antecedentes de la empresa Stilo Internacional ----- | 60 |
| 4.2. Ubicación geográfica de la empresa textilera ----- | 60 |
| 4.3. Estructura legal ----- | 61 |
| 4.4. Filosofía empresarial actual ----- | 61 |
| 4.4.1. Propuesta para actualización de la filosofía empresarial. ----- | 62 |
| 4.5. Estructura organizativa ----- | 62 |
| 4.6. Análisis de los factores externos ----- | 64 |
| 4.6.1. Análisis PEST, (factores políticos, económicos, sociales-culturales, y tecnológicos). ----- | 64 |
| 4.7. Diagrama de las cinco fuerzas de Porter ----- | 65 |
| 4.8. Análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas)----- | 67 |

| | |
|--|-----------|
| 4.9. Matrices de factores internos y externos----- | 68 |
| 4.10. Matriz FODA con estrategias ----- | 72 |
| 4.11. Procesos productivos ----- | 74 |
| 4.12. Desarrollo de la innovación----- | 75 |
| 4.13. Logística ----- | 75 |
| 4.14. Marketing ----- | 78 |
| 4.15. Análisis de productos de mayor rotación----- | 78 |
| 4.16. Infraestructura física ----- | 79 |
| 4.17. Ingresos y gastos ----- | 80 |
| 4.18. Canales de comercialización----- | 84 |
| 4.19. Oportunidades comerciales ----- | 84 |
| 4.19.1. Principales mercados nacionales. ----- | 84 |
| 4.19.2. Principales mercados internacionales.----- | 85 |
| CONCLUSIONES----- | 87 |
| RECOMENDACIONES----- | 88 |
| BIBLIOGRAFÍA----- | 89 |
| ANEXOS----- | 93 |

RESUMEN

Con el presente trabajo de investigación se prevé analizar la organización y la administración de la industria textil de la ciudad de Loja, periodo 2016, considerando los antecedentes históricos de la misma a nivel local y nacional, el surgimiento textil así como los cambios que marcaron su desarrollo, para luego identificar las zonas con mayor producción y los productos que se elaboran en base a la industria, también se observan algunos parámetros políticos, de control y de desarrollo, propuestos por el gobierno de turno para la industria textil nacional.

Luego de un análisis al sector textil de la ciudad de Loja, se observan graves problemas administrativos debido a que una media del 73% carece de filosofía empresarial y el 96% no muestra instrumentos organizativos, además el 80% de este mismo sector se dedica a la fabricación de prendas de vestir, se estima que esta actividad genera menos costes productivos, por último, se determinó y se intervino la empresa más sobresaliente del sector, con la cual se estable un modelo empresarial, con el fin de promover la industria textil.

PALABRAS CLAVES: industria, textil, administración, organización, producción, desarrollo, crecimiento, empresa, sector.

ABSTRACT

With this research is expected to analyze the organization and management of the textile industry in the city of Loja, period 2016, considering the historical background of the same at local and national level, textile emergence and the changes that marked its development, then identify areas with higher production and products are developed based on industry, also some political parameters, control and development, proposed by the current government for the domestic textile industry are observed.

After an analysis of the textile sector of the city of Loja, serious administrative problems because an average of 73% lack of business philosophy and 96% does not show organizational instruments are observed in addition to 80% of this same sector is dedicated to the manufacture of clothing, it is estimated that this activity generates less production costs finally determined and the most outstanding company in the sector, which is established a business model, in order to promote the textile industry intervened.

KEYWORDS: industry, textile, administration, organization, production, development, growth, enterprise sector.

INTRODUCCIÓN

El tema de investigación se desarrolla en torno a la organización y administración de la industria textilera de la ciudad de Loja, periodo 2016, con el fin de analizar y determinar el nivel con que operan las empresas y este sector en sí, en sus distintas áreas administrativas y organizativas.

Esta investigación es de suma importancia ya que se prevé establecer los primeros antecedentes e indicadores de la industria textil en la ciudad de Loja, se espera estos resultados sirvan para establecer un criterio mucho más preciso, de la posición en la que se encuentran las empresas textiles, también servirá como base para investigaciones futuras en cuanto a este u otros sectores afines.

Con el presente trabajo de investigación y en base al análisis del sector textil se pudo dar respuesta, y una postura clara del porqué de los problemas, causas y efectos del bajo rendimiento que presentan actualmente las empresas y el sector textiles en sí.

En el sector textil de la ciudad de Loja se observan algunos inconvenientes y obstáculos, debido a que son escasas las fuentes de información, la distribución geográfica y la predisposición de las unidades de análisis o de las personas que representan este tipo de empresas para brindar y facilitar la información requerida, sin embargo la facilidad con que se tiene acceso a la metodología, las herramientas aplicadas y el conocimiento fueron de suma importancia para llevar a cabo el desarrollo del proyecto.

La metodología utilizada dependió de la información requerida y el planteamiento de cada capítulo en particular. En el primero, segundo y tercer capítulo, se utilizó el método inductivo-deductivo, donde se detalló el proceso mediante su particularidad, mientras que para el cuarto capítulo se utilizó el método experimental con el cual se establece un modelo empresarial para el sector textil.

Conforme con la investigación, en el primer capítulo se determinan los antecedentes de la industria textil en el Ecuador desde el siglo XIX hasta el año 2010, luego se identifican las áreas con mayor producción y determinación textil, posteriormente se determinan los productos de elaboración, confección y fabricación textil nacional, por último se muestra la evolución de la industria textil mediante las estadísticas de crecimiento, precios y participación del PIB, de los cuatro últimos periodos (2011 – 2014).

En el segundo capítulo, se identifican y analizan las políticas, instrumentos y organismos que intervienen, controlan e incentivan el desarrollo de la industria textil, para establecer el planteamiento y el manejo legislativo que propone el Gobierno nacional para el sector textil.

Para el tercer capítulo, se analiza el manejo organizativo y administrativo de la industria textil de la ciudad de Loja, con el propósito de medir mediante indicadores el crecimiento de este sector y establecer las posibles causas y efectos que marcan su desarrollo.

Por último en el cuarto capítulo se identificó la empresa con las mejores prácticas organizativas y administrativas, la cual fue intervenida para definir su estructura, con la cual se estableció un modelo empresarial para la industria textil lojana.

Se concluye que la administración y organización textil nacional presenta ciertos parámetros positivos, sin embargo la baja economía y la centralización de algunos factores productivos afectan a ciertas regiones del Ecuador, para ello se recomienda crear más incentivos y una organización gubernamental que vele por los intereses de las empresas de la ciudad de Loja y la región.

El cumplimiento de los objetivos específicos fue exitoso ya que se obtuvo una perspectiva clara de la historia, la evolución y el manejo del sector textil en el Ecuador, mientras que en el cuarto capítulo se obtuvo la información requerida para establecer el análisis de la industria textil, con la cual a sus vez se propuso un modelo empresarial para el sector textil de la ciudad de Loja, habiendo cumplido en su totalidad con el objetivo general.

Objetivo General.

Analizar los sistemas organizacionales y administrativos de la industria textilera en la ciudad de Loja e identificar el mejor caso productivo industrial de la zona.

Objetivos Específicos.

- Analizar cronológicamente la historia de la industria textil en el Ecuador.
- Analizar la política económica y la importancia del proceso industrial actual.
- Realizar un diagnóstico situacional, organizativo y administrativo de la industria textil en la ciudad de Loja.
- Identificar y analizar el mejor modelo productivo industrial. Análisis de caso con el fin de promover la industria local.

1. CAPITULO I.

HISTORIA DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL ECUADOR.

1.1. Industria textil en el Ecuador

1.1.1. Antecedentes generales.

La industria textil en el Ecuador empezó como una de las actividades artesanales más influyentes, con gran importancia en la cultura Inca, determinaba el estatus socioeconómico de los individuos, pero a finales del XIX con el surgimiento de nuevas culturas y los desplazamientos de las misma se generaron nuevas tendencias, luego se evidenció un cambio radical donde los obreros marcaron el periodo colonial.

De esta forma, los artículos textiles asumieron del valor de cambio en vez del valor de uso, pasaron a ser una necesidad del mercado, en el siglo XX la industria manufacturera reemplazó a los establecimientos artesanales, de tal forma los artículos textiles fueron confeccionados cada vez más de manera industrial, como valor atribuido a los productos textiles se genera cadenas de comercio, así aparecen los intermediarios y comerciantes, los mismos que distribuirán estos artículos textiles a las distintas zonas rurales como urbanas dentro y fuera del Ecuador (Vidas, 2002).

Esta industria textil se vio impulsada aún más en la época de la colonia, cuando se comenzó a producir lana y la misma era utilizada para los obreros como materia prima para elaborar tejidos, en un principio las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de lana hasta el siglo XX donde se introdujo el algodón, siendo así en la década de los 50 donde la industria adoptó la utilización de esta fibra, ha sido un proceso industrial progresivo, hasta la actualidad Ecuador produce un sinnúmero de productos los cuales están elaborados en base a todo tipo de fibras, por lo general se utiliza el algodón, el poliéster, el nailon, los acrílicos, la lana y la seda las cuales son las fibras más sobresalientes (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador [AITE], 2015).

Algunos hechos históricos y de conformidad con la modernización industrial textil, se dieron a partir de la introducción de sistemas económicos, el transporte como el ferrocarril, los conflictos armados mundiales y consecuentemente con los avances tecnológicos en la industria, los cuales tomaron parte de la historia y dieron apertura a canales y cadenas de valor, así surge el comercio a gran escala proporcionando importaciones y exportaciones textiles en el Ecuador.

Como fue de esperar en función de los hechos antes mencionados “entre 1911 y 1919 las importaciones de tejidos de lana y algodón cayeron de 60 mil a 22 mil quintales, aproximadamente, lo cual expandió las oportunidades de los productores nacionales para proveer al mercado interno. Se crearon nuevas empresas que poco o nada tenían que ver con los obreros y hacia 1920 la industria textil empleaba a casi 3 mil personas. Si bien al principio este renovado auge de la producción textil pudo tratarse de una reactivación de la manufactura más tradicional, articulada en torno a la hacienda (como en Otavalo o el valle de los Chillos), durante la década de 1910 se observa una conversión hacia un modelo más empresarial” (Cuvi, 2011, p.66).

De tal manera que para el periodo de 1920 y 1940 ocurrió la mayor expansión, se dio desde Ibarra hasta Cuenca debido a la buena articulación en función del ferrocarril, se crearon nuevas empresas, muchas como sociedades anónimas cuyos dueños en aquel tiempo ya se podían considerar como empresarios.

La industria creció rápidamente y en 1932-1933 se representaba con un valor de 250 mil sucres, el cual se cuadruplicó un año después; en 1937 alcanzó los 3 millones de sucres; en 1942 aproximadamente 6 millones de sucres y en 1948 llegó a la suma de 10 millones de sucres, en base a estos incentivos la industria textil del Ecuador tomó forma y creció, generando un aporte el cual luego sentaría las bases para la industria y economía del Ecuador de este periodo, importante resaltar que para el año de 1955 ya existían 79 establecimientos censados que producían de forma industrial que ocupaban 6.691 obreros (Cuvi, 2011).

Sin duda el crecimiento de la industria textil era inminente en función del modelo económico expansionista sin embargo “en 1950 la CEPAL consideraba que la maquinaria en el Ecuador era muy antigua en relación con la del resto del continente. De hecho, en un cálculo de la edad de telares e hilas hasta 1961, se constató que solo alrededor del 50% de los telares y husos hasta ese año eran de construcción posterior a 1946, por lo que para entonces se podría hablar de una industria semi moderna” (Cuvi, 2011, p.71).

La industria de 1960 tuvo un impulso definitivo debido a que tuvo que mejorar su maquinaria, la igual que su especialización fue necesaria para poder ser competitivos en cuanto a calidad y precio.

Debido a la competitividad tanto interna y aún más externa, la industria textil se vio obligada a modernizar tanto su maquinaria, procesos y productos para poder ser competitivos ante el comercio extranjero, ya que la globalización empezaba a tomar forma e intensidad, así en el año de 1955 las industrias textiles adquirieron maquinaria y repuestos, al hipotecar edificios y terrenos a favor del Banco Nacional de Fomento, de esta forma, se obtuvo el financiamiento necesario para la modernización, en 1972 hubo un aumento del personal técnico y administrativo el cual sustituyó a los obreros y artesanos que hasta entonces fueron los que impulsaban el desarrollo de la industria textil, en este mismo año la producción nacional proveía aproximadamente el 92% al consumo interno y se vio controlada, para 1984 este sector industrial textil ya ocupaba aproximadamente 20 mil personas en la cual hubo una tendencia a aumentar la capacidad instalada.

La mayoría de las empresas textiles Ecuatorianas destinan el mayor volumen de su producción para abastecer el consumo interno, aunque por lo general siempre han tenido la vocación a la exportación, siendo así que en la década de los 90 nuevamente las exportaciones tomaron fuerza debido a la industrialización de estos artículos, cabe recalcar que existieron algunos altibajos en los años de 1998 y 1999 al considerar la crisis financiera que se produjo en aquel periodo.

Al principio del nuevo siglo, Ecuador al adoptar la dolarización en el año 2000 evidenció un incremento satisfactorio en las exportaciones textiles, de un 8.14% con relación a años anteriores, sin embargo; como es consecuente en el año 2002 se denota nuevamente un decrecimiento de las exportaciones para luego en los dos años siguientes recuperar esta cuota de mercado llegando a exportar aproximadamente 90 millones de dólares en el 2004 superando toda expectativa y escalando el pico más alto de los últimos 10 años, ya que en 1997 se exportaba un aproximado de 82 millones de dólares.

Sin embargo, cabe recalcar que desde el 2004 el crecimiento viene siendo significativo debido en su mayoría a la competencia de la industria textil extranjera procedentes de la China, esto se debe a que presenta costos de producción muchos más bajos y una ayuda

estatal comprometida, siendo así que desde 1990-2006 “China, India, Viet Nam, Pakistán, Nicaragua y Jordania, países que tienen los menores costos de producción a nivel mundial, incrementan su porcentaje de participación en el mercado ecuatoriano (Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa [FLACSO-MIPRO], 2011, p 9), por ello hay que resaltar innumerables problemas por los cuales está atravesando la industria textil ecuatoriana; en primer lugar, se denota la baja producción de algodón la cual apenas suministra el 3%, otro factor innegable es el contrabando que se efectúa desde la China y los países vecinos del Ecuador, el contrabando ingresado desde el 2000-2004 asciende a \$ 2.103 millones, generando pérdidas al fisco por \$ 585 del periodo mencionado (Cuvi, 2011).

Hasta el año 2009, el sector manufacturero obtuvo ingresos por más de 40.509 millones de dólares, el 27,77% del total de ingresos generados en el país y el 77,8% del PIB total nacional y una participación del 13.39% del PIB del año 2011 de acuerdo con el (BCE) (Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa [FLACSO - MIPRO], 2011).

Así desde el 2010 los planes y proyectos de inversión y reinversión se efectuaron adquiriendo nueva maquinaria, de esta forma, expandieron las plantas productivas y la innovación, mejorando la competitividad del producto nacional, generando fuente de empleo directo e indirecto, considerando alrededor de 3.000 empresas en el encadenamiento textil-confección las cuales proporcionan 4.000 empleos directos, en el mismo año en función de la inversión se agregó 200 empleos directos y 800 empleos indirectos, de tal forma que la industria alcanzó ventas promedio de 800 toneladas/mes.

De conformidad y según las medidas tomadas “en el 2013, la producción del sector textil y confecciones, a precios constantes del 2008, fue de USD116.218 millones, y registró una disminución del 25,1%, respecto al 2012, cuando se ubicó en USD 155.261 millones. En el 2011, alcanzó USD 194.896 millones según la” (Legiscomex, 2014, p.6).

Por este motivo los últimos cinco años el sector industrial ha sido la segunda actividad económica para el Ecuador generando ingresos significativos que ayudan el desarrollo económico y social del Ecuador.

1.1.2. Ubicación geográfica de las industrias.

Como se ha demostrado a lo largo de la historia las empresas textiles se han ubicado por lo general en zonas económicamente activas, las empresas que en un principio dieron forma a la industria textil por lo general se asentaron en la sierra norte hasta la actualidad, desde un principio en puntos neurálgicos donde la industria textil sea estimulada por la demanda y la inversión.

En el Ecuador, los sectores más representativos y con el mayor número de empresas dedicadas a la actividad textil se ubican en las siguientes provincias; Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua e Imbabura, mientras que en provincias como Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí y Loja se muestran una baja producción pero no menos importantes para el Ecuador ya que su aporte es indispensable para el crecimiento de las mismas.



Figura N° 1. Mapa geográfico de la industria textil del Ecuador.
Fuente: Vidas, 2002. P.66.
Elaboración: Vidas, Ariel.

Al determinar la ubicación geográfica de la industria textil se puede evidenciar una notable participación en el callejón andino, debido al crecimiento y los asentamientos textiles coloniales, también se debe a que la región costa produce cierto porcentaje de la materia prima, fibras a base de lana y algodón la cual es trasladada a la región sierra para confeccionar los diferentes artículos textiles, a continuación se determinan los puntos geográficos donde estas actividades textiles se han desarrollado con mayor intensidad, según (PRO ECUADOR, 2012).

- La provincia de Imbabura cuenta con la mayor actividad textilera en la Sierra, comprendiendo las zonas de Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro, San Antonio y Urcuquí, que se dedican a la elaboración de tapices, fajasen telar de cintura y pedal, así como también a la confección de manteles, vestidos, blusas, sombreros de paño y demás textiles y tejidos autóctonos. Aquí se encuentra el 45.99% de los talleres textiles.
- Chimborazo posee el 15.02% de la actividad textil artesanal, la mayor concentración se encuentran en los cantones de Alausí, Chunchi, Colta, Guamate, Guano, Penipe y Riobamba y es donde se elaboran ponchos, teñidos con la técnica ancestral “ikat”, las famosas alfombras de guano, fajas, cintas para envolver cabello, entre otros.
- En Azuay se concentra el 11.65% de estos talleres y es el lugar en donde se destacan los tejidos de ponchos, macanas, cobijas, pantalones, blusas y chompas bordadas, polleras realizadas en telar de cintura con la técnica ikat.
- A Carchi le corresponde el 10.83% de los talleres y su principal actividad es el tejido de cobijas, sacos de lana, gorras y guantes, las zonas principales son los cantones de Mira, Espejo y Montúfar.
- La provincia de Tungurahua cuenta con más 397 talleres de textiles y tejidos autóctonos, representando el 5.15% de la producción nacional localizados principalmente en Ambato, Mocha, Pelileo, Quero. Se dedican a la elaboración de tapices hechos en telares de pedal, shigras de lana de borrego, ponchos y sombreros de paño.
- Existen otras provincias donde la producción textil artesanal es de alta calidad, el porcentaje de talleres oscila entre el 1.36% al 0.14%, como la provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Salinas, dedicada a la producción de sacos de lana, shigras, ponchos y bayetas.

1.1.3. Principales productos textiles.

Los principales productos elaborados por la industria textil del Ecuador, están fabricados ha base todo tipo de fibras tanto naturales como sintéticas, estas son de procedencia nacional e internacional considerando que en su gran mayoría son de origen extranjero, al determinar que tan solo el 3% de la producción interna es destinada a la industria textil (Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa [FLACSO - MIPRO], 2011, p.4).

Es así que la industria textil contribuye con el crecimiento del sector manufacturero, el cual es significativo y de gran importancia, hay que considerar que este sector consume grandes cantidades de insumos de otros sectores como el agrícola, la industria del plástico, la ganadera, la industria quinina, etc. Los cuales son indispensables para la fabricación de prendas y artículos textiles tales como:

Tabla Nº 1 Principales productos textiles que se fabrican en Ecuador.

| CAPÍTULO | DESCRIPCIÓN |
|-----------------|--|
| 50 | Seda |
| 51 | Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin |
| 52 | Algodón |
| 53 | Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de papel |
| 54 | Filamentos sintéticos o artificiales; tiras y formas similares de materia textil sintética o artificial |
| 55 | Fibras sintéticas o artificiales discontinuas |
| 56 | Guata, fieltro y tela sin tejer; hilados especiales; cordeles, cuerdas y cordajes; artículos de cordelería |
| 57 | Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil |
| 58 | Tejidos especiales; superficies textiles con mechón insertado; encajes; tapicería; pasamanería; bordados |
| 59 | Telas impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas; artículos técnicos de materia textil |
| 60 | Tejidos de punto |
| 61 | Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto |
| 62 | Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto |
| 63 | Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos |

Fuente: PRO ECUADOR, 2012, p.3.

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

1.2. Estadísticas: Evolución de la industria textil en los últimos cuatro años (2011 – 2014)

La industria textil del Ecuador ha sido poco progresiva en consideración a la economía contemporánea, destacando que no es una potencialidad que se ha sabido aprovechar ya que el crecimiento de la misma es lento y poco competitivo ante los mercados internacionales que son los que lideran este sector.

Participación del sector manufacturero en el Producto Interno Bruto (PIB) total:

Estos últimos años han sido de menor crecimiento para la región sur andina, específicamente para Chile y Perú ya que sus tasas siguen decayendo, si bien el crecimiento de Ecuador es lento, la tasa del año 2014 fue superior al 4%, la más alta de la región, sin embargo, aún existe cierta inferioridad productiva con relación a otras zonas, por ello se requieren estrategias productivas tanto en la zona andina como en el Ecuador para competir en mercados aún más desarrollados (Ekosnegocios, 2015).

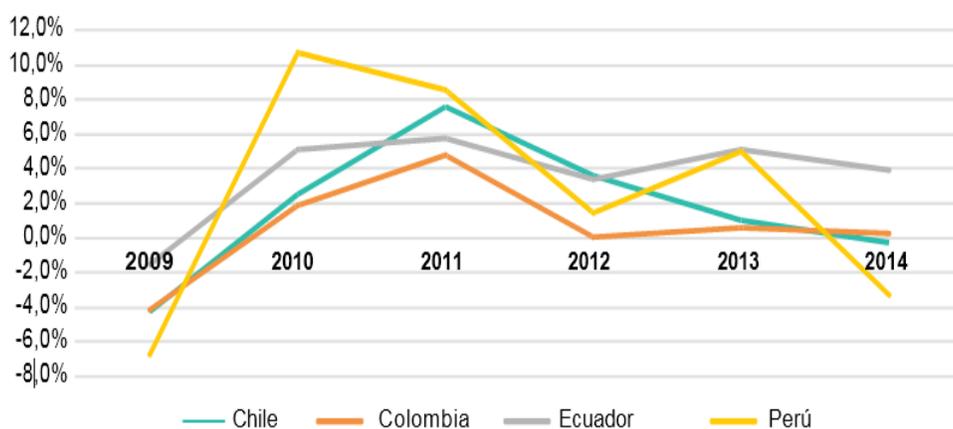


Figura N° 2. Tasa de crecimiento del sector Manufacturero (2014).

Fuente: Ekosnegocios, 2015, p.56

Elaboración: Banco Central del Ecuador (BCE).

Evolución del sector manufacturero:

Este sector ha variado en lo que a participación al PIB se refiere, a principios del año 2012 la participación del PIB fue de 11,7%, la más baja en estos últimos cuatro periodos, sin embargo, debido a que la economía en su conjunto creció a fines del mismo año alcanzó una participación del 12%, en el 2014 se obtuvo una contribución de 11,79%, la cual crecería hasta el 12,1% para el 2015, de acuerdo con las cifras del Banco Central del Ecuador (BCE), se estima que para entonces la industria tenga un valor aproximado de USD13.484 millones, dentro de la última década este sector registró un crecimiento del (PIB) de 47,46%, también se determinó un promedio de crecimiento del 4,6% anual,

reflejando un importante dinamismo dentro del sector manufacturero (Ekosnegocios, 2015, p.50).

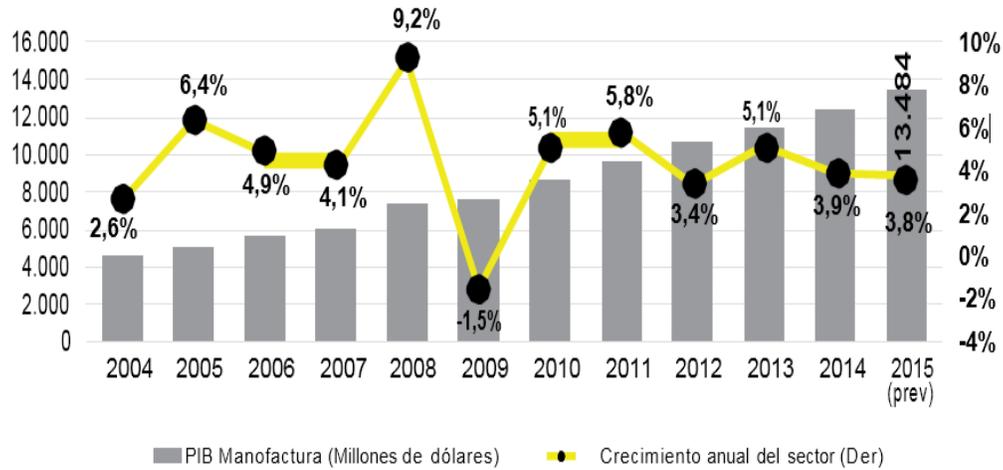


Figura N° 3. Crecimiento del PIB sector manufacturero.

Fuente: Ekosnegocios, 2015, p 50.

Elaboración: Banco Central del Ecuador (BCE).

Participación y composición del PIB manufacturero:

En el gráfico N° 4, se determina el porcentaje de participación de la industria textil y cueros frente a todos los sectores productivos, el aporte es del 7% hacia el sector manufacturero, es un aporte significativo pero que ha crecido progresivamente durante estos últimos cinco periodos 2011-2015, No obstante, todavía quedan desafíos por afrontar, ya que en 10 años su incremento fue de 0,3%, los sectores con mayor participación en el PIB fueron, construcción (+2,4%) y correo y comunicaciones (+1,8%), la infraestructura, la inversión pública y el mayor acceso al financiamiento han sido claves para este resultado (Ekosnegocios, 2015).

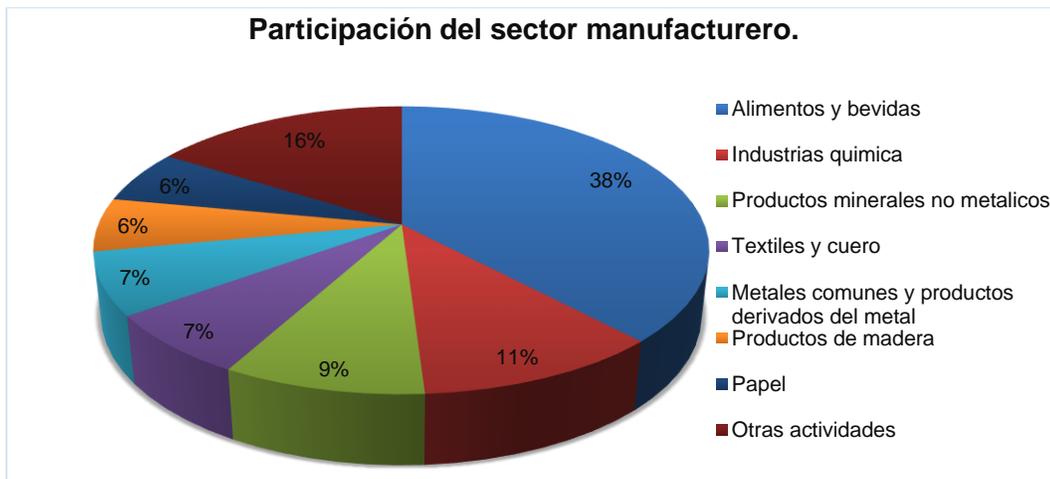


Figura N° 4. Participación de la industria en el sector manufacturero.

Fuente: Ekosnegocios, 2015, p.52.

Elaboración: Banco Central del Ecuador (BCE).

Producción:

Debido y pese a todas estas características la industria textil del Ecuador presenta una gran participación en mercados internacionales, con productos como prendas de vestir y lencería de hogar los cuales están en un proceso de internacionalización, es decir, que cada vez se está exportando más, debido a que cuentan con la certificación ISO 9000, ya que estos productos procuran los tejidos orgánicos y también presentan un certificado de precio justo lo cual los hace más atractivos para los consumidores.

La producción del sector textil a precios constantes del 2008 hasta el año del 2013 fue de aproximadamente USD 116.218 millones, registrando una disminución del 25.1% en consideración al 2012 ya que en este periodo se ubicó en USD 155.261 millones y en el 2011 alcanzó un monto de USD 194.896 millones, según la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, AITE, (2004).

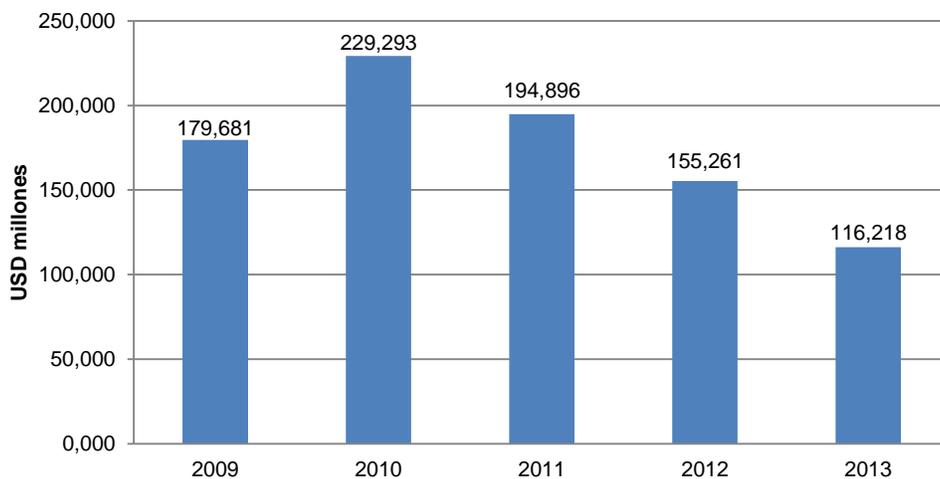


Figura N° 5. Producción a precios constantes del sector textil y confecciones en Ecuador.

Fuente: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, AITE, (2004).

Elaboración: Legiscomex, (2014).

En el segundo trimestre del 2013 los productos textiles participaron con el 0.34 % del Producto Interno Bruto (PIB) y a su vez contribuyeron con 0.13 puntos porcentuales a la variación del 1.2 % del PIB total, así se convierte en el quinto sector económico para el Ecuador, luego del sector de las telecomunicaciones, con el 0.14 % de participación (Legiscomex, 2014).

1.3. Importancia del sector textil en la economía ecuatoriana

La industria textil del Ecuador es de suma importancia para la generación de más fuentes de trabajo, al igual que para obtener una rentabilidad financiera la cual permita un desarrollo integral del sector, el gobierno ecuatoriano ha propuesto un cambio en la matriz productiva, apoyando a ciertos sectores estratégicos, para que puedan generar una producción basadas en la calidad y la cantidad con la cual ser competitivos ante los mercados internacionales generando valor agregado, como alternativa para el desarrollo del país.

La actividad textilera ecuatoriana en los últimos cinco años (2009-2013) ha tenido un crecimiento considerable de un 48% y un gran desarrollo en el sector gracias a las salvaguardias impuestas por el Gobierno Nacional. Así mismo, la formación tecnológica y el mejoramiento de los procesos productivos han permitido una diversificación en la industria textil (Legiscomex, 2014).

De conformidad para el 2014 “Las actividades de manufactura cuentan con 11.006 establecimientos, de los cuales el 74,2% corresponde a la fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel; el 8,2% a fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir; el 8,2% a fabricación de calzado y el 9,5% restante a otras actividades de manufactura mientras que en las actividades de servicios se registran 4.054 establecimientos, de los que el 56% se dedican a la reparación de calzado y artículos de cuero, y el 44% restante se dedica al lavado y limpieza de productos textiles y de piel” (INEC, 2012)

El personal ocupado total de las actividades relacionadas al sector textil asciende a 115.937 personas (68.215 mujeres y 47.722 hombres). En los establecimientos de Comercio se encuentran ocupadas 62.352 personas, en Manufactura 46.562 y en Servicios 7.023. Es de tal importancia ya que la industria textil aporta aproximadamente 7,24% del PIB manufacturero y un crecimiento de 4,30%, del sector manufacturero al producto interno bruto total del Ecuador.

2. CAPITULO II.

ORGANISMOS E INSTITUCIONES DE APOYO A LA INDUSTRIA TEXTIL.

2.1. Política industrial

Ecuador en el transcurso de los años 70 pasó a ser un país petrolero, desde entonces se refleja un problema estructural con el cual ha descuidado el sector de la industria, sin embargo, desde 2008 se establece una nueva política nacional bajo el gobierno de turno, con el fin de promover el cambio de la matriz productiva del país, como respuesta a una política desalineada que no cumplía con las funciones y objetivos del desarrollo de la industria, por ello la importancia de un cambio estructural el cual refuerce las brechas, priorice la concentración de los factores de producción, las actividades económicas, la incorporación de progreso técnico, el poder de negociación y la seguridad y estabilidad dentro de la vida laboral e industrial (Hernández y Ullauri, 2010, p1).

En el Ecuador existe escasa información en cuanto a la política industrial, así el Ministerio de Industrias y Competitividad inicia la tarea de reformar la construcción de la Política Industrial de acuerdo con su misión, como punto de partida consiste en fomentar el desarrollo de la industria nacional mediante políticas públicas y programas que incentiven 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 (Ministerio de Industrias y Productividad [MIPRO], 2009).

Como respuesta directa se determina las cinco principales políticas directas para el desarrollo de la industria (Ministerio de Industrias y Productividad [MIPRO], 2009, p13).

- I. Promover el incremento sostenido de la productividad y el valor agregado;
- II. Impulsar el desarrollo sustentable y el cuidado del medio ambiente como parte integrante de la política industrial;
- III. Impulsar la innovación tecnológica y el desarrollo del sistema de innovación y el emprendimiento;
- IV. 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;
- V. Incentivar el crecimiento y diversificación de nuevas industrias de exportación y la reestructuración de las existentes con miras a su incursión en mercados externos;

Una vez que se determina el marco constitucional y legal para la política industrial, también fue necesario contar con las normativas secundarias (Leyes Orgánicas u ordinarias) las

cuales tienen que adaptarse para poder ser implementadas y aplicadas, las siguientes leyes fueron objeto de cambio (Ministerio de Industrias y Productividad [MIPRO], 2009).

- 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

Proceso de construcción:

Se presentan dos etapas con las cuales se constituyó la Política Industrial: “la primera, que tuvo el apoyo de la Corporación Andina de Fomento (CAF) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) quienes, a través de una asistencia técnica, colaboraron en la identificación de los ejes temáticos para el diseño de la política industrial: Para la segunda etapa, la estrategia fue promover un proceso de construcción colectiva en el cual el Ministerio de Industrias y Competitividad (MIC), conjuntamente con la Secretaría Nacional de Planificación (SENPLADES), el Ministerio Coordinador de la Producción (MCP), el Ministerio de Coordinación de la Política Económica (MCPE) y la Secretaría de Ciencia y Tecnología (SENACYT) conformaron un equipo técnico que trabajó permanentemente en el diseño de la Política Industrial” (Ministerio de Industrias y Productividad [MIPRO], 2009, p15).

La Política Industrial se constituyó en el periodo 2008–2012 y se aplica en la actualidad mediante la alineación de los objetivos generales de las partes involucradas, con un mismo fin, el de reactivar la matriz productiva promoviendo la industria, incorporando tecnología y generando calidad para una mayor competitividad.

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

El organismo encargado de promover y determinar estos incentivos es el Comité de Comercio Exterior (COMEX), también es el ente responsable de aprobar la política comercial nacional.

Incentivos generales:

Específicamente estos incentivos se aplican a: Cualquier empresa, cualquier lugar de país, en cualquier sector económico priorizado o no.

- **Impuesto a la Renta (IR);**
 - Reducción de 10 puntos al IR por reinversión de utilidades en activos productivos.
 - Modificación de la base de cálculo del anticipo al IR por generación de empleo y compra de activos productivos.
 - Deducción de la compensación adicional para el pago del salario digno al IR.
 - Diferir los pagos del IR hasta por 5 años por apertura de capital social de las empresas a los trabajadores.
 - Exoneración del anticipo al IR por 5 años para toda inversión nueva (empresas nuevas luego de la creación del COPCI).
- **Pago de tributos de comercio exterior:**
 - Facilidad de pago hasta por 2 años de tributos al comercio exterior, para bienes de capital importados que superen los US\$ 10,000.
- **Impuesto a la salida de divisas (ISD):**
 - No pago del ISD para capital e intereses en préstamos del exterior.

Incentivos sectoriales:

Concretamente se aplica para el sector de la industria textil del Ecuador.

- Diferimiento algodón (2003-2014): Convenio de Absorción de Cosecha Nacional-Se aprueba el diferimiento de algodón sin cardar ni peinar para el período 2012-2014. (Res. 97 COMEX).
- Arancel mixto (2010): Salvaguardia por balanza de pagos mediante Resolución 466 del COMEXI (2009), estableció arancel específico de USD 12/Kg Neto para el sector de la confección.
- Decreto 372: Arancel Mixto Resolución COMEXI 552: ARANCEL MIXTO USD 5,5/Kg. Neto + 10% del valor en (61-62-63).

Incentivos específicos:

- **Medianas empresas.**

Específicamente estos incentivos se aplican a: medianas empresas (entre 50 y 199 trabajadores y ventas entre US\$ 1 a 5 millones).

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

- **Ambientales.**

- Tendrán una deducción adicional del 100% (doble) los gastos incurridos 100% (doble) los gastos incurridos para el cálculo al IR.
- Depreciación por adquisición de maquinaria de producción más limpia, para la declaración del Impuesto a la Renta acuerdo 027 del Ministerio del Ambiente.

- **Zonas deprimidas.**

Particularmente estos incentivos se aplican a: zonas con altos índices de desempleo, necesidades insatisfechas, vulnerabilidad.

- Tendrán una deducción adicional del 100% (doble) los gastos incurridos 100% (doble) los gastos incurridos para el cálculo al IR.
- Los sueldos, salarios y beneficios sociales por generación de nuevo empleo en zonas deprimidas (fuera de Quito o Guayaquil), por 5 años.
- Existen 89 cantones en el Ecuador considerados como zonas deprimidas Ej.: Cantón Pujilí, Cotopaxi y Cantón Salitre, Guayas.

Incentivos sectores priorizados:

Específicamente estos incentivos se aplican a: nueva Compañía (Constituida a partir de la expedición del COPCI - 29 de diciembre del 2010), nueva inversión, fuera del perímetro urbano de Quito y Guayaquil, inversión en: sectores priorizados o sustitución de importaciones.

- **Impuesto a la renta IR.**

No pagar el impuesto a la renta durante 5 años desde que se genera ingresos para nuevas inversiones que se realicen en sectores priorizados sustitución de importaciones.

- **Sustitución de importaciones**

- Sustancias químicas básicas
- Plaguicidas y productos de uso agropecuario
- Jabones, detergentes, perfumes y preparados de tocador
- Radios, televisores y celulares
- Productos químicos
- Productos de cerámica
- Prendas de vestir y textiles
- Cuero y calzado
- Electrodomésticos

2.3. Articulación de instrumentos con la política industrial

2.3.1. Agenda Zonal para el Buen Vivir por zona de planificación.

Las agendas zonales son instrumentos de planificación intermedios, desarrolladas con el objetivo de territorializar la política pública nacional vinculada a la construcción del Buen vivir, en función de las prioridades o necesidades regionales y locales recogidas principalmente de los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), 2013).

Agenda Zonal 7 para el Buen Vivir.

La Zona de Planificación 7 que está integrada por las provincias de Loja, El Oro y Zamora Chinchipe, conformada por 39 cantones y 191 parroquias rurales distribuidas en un área de 27.440,98 km, que corresponde al 11% del territorio ecuatoriano (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), 2010).

Diagnóstico de la zona 7 (con prioridad en el cantón de Loja).

Según la determinación de los recursos, el total de ingresos por ventas a nivel de zona 7 fue de aproximadamente USD\$ 7.132 millones, y específicamente el sector terciario donde se encuentran las actividades de manufactura aportó 89.9% (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), 2013).

En el cantón Loja las actividades económicas predominantes son, la consultoría de gestión, la comercialización de artículos para la construcción y los comercios no especializados.

“La producción zonal que incorpora valor agregado es escasa, los principales productos manufacturados en la provincia de Loja son: elaboración de otros productos alimenticios (café y té; especias y plantas aromática, procesados), elaboración de azúcar (azúcar de caña o de remolacha refinada, en estado sólido, con adición de sustancias saporíferas o colorantes; azúcar de caña o de remolacha sin refinar) y fabricación de productos metálicos para uso estructural. Es importante destacar que no existe industria textil o que se considere irrelevante en esta zona, al discurrir y determinar la potencialidad de la ciudad de Loja en el estudio que contempla la agenda zonal para el buen vivir” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), 2013).

Planificación e inserción de la industrialización en la Zona 7.

Se determina que para una efectiva transición hacia la industria se requieren acciones complementarias en otros ámbitos:

- Un elemento a mejorar como la finalidad de fomentar la industria zonal, son los niveles de acceso, uso e interacción de nuevas tecnologías y alfabetismo digital.
- Un segundo aspecto determinante para consolidar la industria tiene que ver con la demanda de energía la cual se requiere para su funcionamiento, actualmente el consumo de la zona es de 1201,05 GWh/ año que representa el 5.2% con relación al nivel nacional, obtenida de la: termoeléctrica Catamayo, Eólico Villonaco e hidroeléctrica San Ramón y el déficit de energía lo obtienen del sistema nacional interconectado, sin embargo, existen y se impulsan nuevos proyectos energéticos en la zona (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), 2013).

2.3.2. Matriz productiva.

la matriz productiva es una estrategia nacional, que se implanta con el firme propósito de impulsar la transición de una economía basada en recursos primarios a ser una economía post petrolera y basada en la generación de conocimiento y valor agregado mediante la industrialización, se intenta crear las condiciones necesarias para el desarrollo integral de esta matriz productiva, al poder incentivar ciertos sectores estratégicos se intenta reactivar las actividades técnicas e industriales que contribuyan a una economía más sostenible,

confiable y estable (Secretaría Técnica del Comité Interinstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva, 2015).

Los parámetros de mayor relevancia para el sector manufacturero textil están dados en el objetivo número 10, en el cual se determina el impulso directo e indirecto de la industria.

De conformidad encontramos la política y los lineamientos estratégicos de aplicación más directa a la industria textil, la política (10.1) se cree que permitirá, diversificar y generar valor agregado a la producción nacional, en la cual se especifican los siguientes apartados:

- a) Impulsar y fortalecer las industrias estratégicas claves y sus encadenamientos productivos, con énfasis en aquellas que resultan de la reestructuración de la matriz energética, de la gestión soberana de los sectores estratégicos y de las que dinamizan otros sectores de la economía en sus procesos productivos.
- b) Articular la gestión de los sectores estratégicos a la estrategia nacional para el Cambio de la Matriz Productiva y a la vocación productiva de los territorios y su diversidad poblacional.
- c) Consolidar la transformación productiva de los sectores prioritarios industriales y de manufactura, con procesos de incorporación de valor agregado que maximicen el componente nacional y fortalezcan la capacidad de innovación y de aprendizaje colectivo.
- d) Fortalecer y desarrollar la industria de astilleros, como generadora de encadenamientos productivos, para el desarrollo de actividades industriales conexas.
- e) Fortalecer el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad en los procesos productivos y garantice los derechos de consumidores y productores.
- f) Articular la educación y la investigación a la generación de capacidades técnicas y de gestión, para dinamizar la transformación productiva.
- g) Fomentar la sustitución selectiva de importaciones, en función del potencial endógeno territorial, con visión de encadenamiento de industrias básicas e intermedias.

En cuanto a la política industrial y reflejados en las agendas zonales son los puntos más concernientes que se toman en cuenta para el cambio de la matriz (Secretaría nacional de Planificación y desarrollo, 2013).

Componente de industria básica.

La articulación de los instrumentos ante el cambio de la matriz productiva, especifica que la industria básica es cual tienes la capacidad de ser una base para el florecimiento de muchas más industrias, ya sea por el aprovisionamiento de insumos o por la elaboración de productos o servicios adyacentes, de esta manera, se considera la industria potencial, la cual es determinante para el cambio de la matriz productiva por ello la importancia de identificarlas (Secretaría Técnica del Comité Interinstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva, 2015).

Se han podido identificar 14 sectores productivos, al igual que 5 industrias estratégicas que impulsarán el cambio, sin embargo, nos enfocamos en el sector de los bienes y servicios, ya que estas industrias serán las que faciliten la articulación, la política pública y materialicen la transformación del cambio y el crecimiento en la matriz productiva en el Ecuador (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), 2012).

Tabla N° 2. Industrias priorizadas (Cambio de la Matriz Productiva)

| SECTOR | INDUSTRIA |
|---------------|---|
| Bienes | 1) Alimentos fresco y procesados |
| | 2) Biotecnología (bioquímica y biomedicina) |
| | 3) Confesiones y calzado |
| | 4) Energías renovables |
| | 5) Industria farmacéutica |
| | 6) Metalmecánica |
| | 7) Petroquímica |
| | 8) Productos forestales de madera. |

Fuente: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, (SENPLADES), 2012, p.15.

Elaboración: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, (Informativo I).

La industria de la confección y el calzado es un sector prioritario para el cambio, pero en el marco legal y en base al plan de la matriz productiva se considera como industria textil básica del Ecuador, donde también se establecen puntos y estrategias a cumplir para el desarrollo de la misma, la cual se espera impulse el cambio de la matriz productiva.

Tabla Nº 3. Políticas del Plan Estratégico Integral de Industrias Básica

| Políticas para vitalizar proyectos en la industria básica | Políticas para maximizar el potencial socioeconómico. |
|---|---|
| Políticas que impactes en la rentabilidad: Tarifas eléctricas, beneficios fiscales, otros incentivos financieros, políticas con impacto indirecto para mejorar productividad / costos. | Políticas que potencializan encadenamientos: desarrollo de industrias aguas abajo, desarrollo de proveedores, desarrollo del empresario Local. |
| Políticas de viabilicen proyectos: estabilidad tributaria y jurídica, desarrollo de polos infraestructura, desarrollo de RRNN, condiciones de comercio internacional, regulación ambiental. | Políticas de potencializan el conocimiento: Formación de personal técnico y universitario, centros tecnológicos y de capacitación, incentivos a inversión e investigación y desarrollo. |

Fuente: Ministerio Coordinador de Sectores Estratégicos (MICSE – PEI-IB).

Elaboración: Secretaría Técnica del Comité Interinstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva.

Es importante el planteamiento de esta política, ya que proporcionarían las condiciones adecuadas para el desarrollo de la industria ecuatoriana, pero cabe destacar que tan solo el cumplimiento obligatorio de las mismas determinaría el éxito en el cambio de la matriz.

2.4. Instituciones públicas de apoyo a la industria textilera

2.4.1. Ministerio de Industrias y Productividad – MIPRO.

En la nueva constitución del Ecuador se contempla y promueve el desarrollo económico y un sistema productivo social y solidario, a su vez enmarcado en el Plan Nacional del Buen Vivir y tiene como función promover las actividades tradicionales o actuales de capital y el soporte industrial como factor de desarrollo para el buen vivir. “Es en virtud del Decreto Ejecutivo No. 1633 de 20 de marzo del 2009, que pasa a llamarse Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y a establecerse sus competencias y atribuciones” (Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), 2011).

Así es como el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) es un ente de articulación el cual se establece como rector de la política pública en cuanto se refiera a la producción,

el encargado y responsable de poner en marcha los planes de desarrollo que promuevan la industria en el Ecuador.

Para ello el MIPRO ha establecido ejes de acción y de lineamiento estratégico de conformidad con la industria, y son: agregación de valor, diversificación, inserción estratégica en el mercado mundial, esfuerzo y transferencia de tecnología, capital humano, sostenibilidad ambiental, generación de mayores encadenamientos productivos, generación de empleo, desarrollo local y territorial, inversión extranjera directa e infraestructura física y del conocimiento, todos estos lineamientos están dispuestos en los diferentes programas que están siendo desarrollados y ejecutados (Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), 2015).

En conformidad con la nueva reestructuración y para el cumplimiento de los fines estratégicos en cuanto al cambio de la matriz productiva del Ecuador y con la alineación de sus objetivos el MIPRO establece los siguientes objetivos.

Objetivo específico.

Incrementar el nivel de productividad de los sectores priorizados en la ATP establecidas con base en la vocación productiva de cada región.

Para el cumplimiento de este objetivo se establecieron las siguientes políticas que fijaran el desarrollo de la industria.

Política.

Política 1, Incrementar la presencia industrial en el mercado internacional.

Política 2, Potenciar la sustitución estratégica de importaciones.

Política 3, Transformar la matriz productiva para superar la dependencia estructural del sistema productivo.

Política 4, Apoyar al desarrollo de los pequeños y medianos industriales, microempresarios y artesanos.

El (MIPRO) determinará su propio desempeño, debido a que presenta indicadores que le permitirán medir el cumplimiento y la dirección tanto de los objetivos como de las políticas aplicadas, estableciendo las condiciones favorables para el cambio de la matriz productiva en la cual se determina la industria textil.

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

El ministerio de comercio exterior es un ente competente para atender directamente las consultas e inquietudes de los ciudadanos y los colectivos, donde se trasmite la información pertinente en cuanto a las disposiciones o las leyes aplicadas.

Mientras que el Comité de Comercio Exterior (COMEX) “es un cuerpo colegiado del sector público conformado por ocho Instituciones de la función ejecutiva que tiene a su cargo la aprobación de las políticas públicas nacionales en materia de política comercial. Para su funcionamiento se rige por las reglas del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva y su Reglamento de Funcionamiento, pero sus competencias se encuentran definidas en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y los Reglamentos a dicho código” (Comité de Comercio Exterior [COMEX], 2015).

Dichas “decisiones del COMEX deben proveer el ambiente idóneo para el desarrollo de las actividades productivas, el crecimiento económico y la consecuente generación de empleo en el país; por lo tanto, los temas que se debaten y deciden en el COMEX, son de interés general para los ciudadanos” (Comité de Comercio Exterior [COMEX], 2015).

El papel el (COMEX) es: 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 (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y competitividad, 20015).

De esta forma, este comité determina las políticas aplicadas a las distintas industrias con el único objeto de salvaguardar los intereses del mercado ecuatoriano, uno de los principios o medidas que se toman pertinentes al comercio son la regulación de los aranceles o salvaguardas que se implantan como medidas transitorias para regular el mercado, las medidas tomadas por COMEX en el 2015 y las más significativas sobre el comercio de la industria textil del Ecuador fueron las siguientes según (Enríquez, 2015):

- Se presenta un incremento del 5 al 15% en el sector textil en las 28 subpartidas arancelarias desde el mes de enero del 2015 de conformidad para regular el consumo de productos textiles de procedencia internacional.

- COMEX emitió la resolución número 51 donde se especifican las modificaciones arancelarias principal mente a divisas de maquinaria, entre esta se encuentra máquinas de coser, aparatos para cortar o estirar, productos textiles artificiales, telares, maquinaria para preparación de hilos y tecnología tanto de lavado como de pinchado industrial entre otras de la industria textil.

2.4.3. Instituto de Economía Popular y Solidaria – IEPS.

Como respuesta para la superación de la pobreza y la erradicación de la inequidad, se crea el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS), aprobado en la constitución del Ecuador en el año 2008, con la finalidad de promover un desarrollo sustentable basándose en una distribución equitativa de los recursos y la riqueza.

Específicamente en el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) se establece el Objetivo número 8 que define como una acción prioritaria del estado “consolidar un sistema económico, social y solidario de forma sostenible, asumiendo que la economía popular y solidaria es uno de los ámbitos de mayor importancia dentro de las políticas de estado en el Ecuador”, este mismo objetivo está establecido dentro de la Ley Orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario, el mismo aprobado en el año 2011, el cual tiene como prioridad promover, fortalecer y consolidar el sistema económico popular y solidario, pilar fundamental y parte indispensable del cambio de la matriz productiva” (Instituto nacional de Economía Popular y Solidaria [IEPS], 2013, p 5).

La política del Instituto de Economía Popular y Solidaria se establece y aplica con el único afán de mejorar él:

- Fortalecimiento de las capacidades de las personas y organizaciones de la Economía Popular y Solidaria, y de las entidades vinculadas a ella.
- Posicionamiento de los productos y servicios de la Economía Popular y Solidaria en los mercados.
- Incidencia en el acceso a los medios de producción y a la innovación tecnológica de la Economía Popular y Solidaria.
- Generación del conocimiento sobre la Economía Popular y Solidaria.

Al igual que toda institución gubernamental el IEPS presenta ciertos objetivos estratégicos, los cuales se alinean con el plan nacional y el cambio de la matriz y son los siguientes:

- Optimizar la gestión socioeconómica y política de las unidades económicas productivas y de las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria.
- Lograr una participación significativa de la oferta de la economía popular y solidaria en el mercado nacional e incrementar la exportación de bienes y servicios de la economía popular y solidaria.
- Cambiar la estructura de la matriz productiva de la Economía Popular y Solidaria.
- Contar con conocimiento de la Economía Popular y Solidaria para la formulación de políticas públicas y la toma de decisiones.

El Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS) como es de conformidad, determina sus funciones bajo el Art. 161 del reglamento de la Ley de Economía Popular Solidaria (EPS), cual establecen, obliga o eliminación dichos instrumentos políticos.

“En el año 2013, se brindó asistencia técnica legal a 839 organizaciones conformadas por actores de la Economía Popular y Solidaria para iniciar el trámite de registro y/o adecuación de estatutos en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Guayas, Napo y Loja son las provincias que registran mayor voluntad de asociatividad. De las 839 organizaciones, el 59% registra una actividad económica vinculada a servicios, entre ellos alimentación y limpieza; el 32% se dedica a actividades de producción como la agrícola y ganadera; el 5% a la manufactura, especialmente textil y cerámica; el 1% al turismo comunitario y un 3% a otras actividades” (Instituto nacional de Economía Popular y Solidaria [IEPS], 2013, p 8-9).

Es de tal importancia ya que nacionalmente se aprobaron aproximadamente 494 proyectos de emprendimiento, bajo el financiamiento del Crédito de Desarrollo Humano (CDH) y se entregaron a igual número a organizaciones del EPS, es importe resaltar que el IESP ayudo a la colocación de USD\$ 15.8 millones, los cuales se destinaron de la siguiente manera el 77% en el Crédito de Desarrollo Humano CDH y el 23% mediante el Banco Nacional de Fomento BNF, con el cual se brindado apalancamiento al sector financiero popular y solidario, fomentando la inclusión tanto social como financiera en el territorio, esta asistencia técnica y financiera a los factores del IEPS les permite generar emprendimientos de; alimentos, servicios, manufactura (Textil), producción agropecuaria y comercio en general, que promueves una iniciativa de cambio dentro de la matriz productiva del Ecuador (Instituto nacional de Economía Popular y Solidaria [IEPS], 2013).

2.5. Marco jurídico para inversiones

2.5.1. Código de la producción: principales características.

Como respuesta estratégica, para la consolidación de la inversión pública y privada se crea el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) con el fin de mejorar la calidad, fomentar el desarrollo productivo y la institucionalidad de la industria en general, otro lineamiento estratégico es el cambio de la matriz productiva según los incentivos que se especifican dentro del Código de la producción.

Los artículos presentados y suscritos en el Código de la producción, son los que determinan los derechos y las obligaciones así como las entidades rectoras, las cuales deberá hacer valer y cumplir la política comercial del Ecuador.

Es importante destacar que el código de la producción muestra una metodología, la cual prioriza los proyectos de inversión pública mediante una herramienta objetiva, como es el Índice de Prioridad de Inversión (IPI), básicamente todos los indicadores que presenta el (COPCI) están sujetos a estas tres características.

- Mejora de la productividad.
- Ampliación de mercados.
- Atracción de la inversión.

Para un estudio más detenido se revisan ciertos artículos, los cuales revelan la importancia del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), en los cuales se destacan los incentivos de la producción y la industria (Araque, 2015).

Art. 23 y 24 De los incentivos al desarrollo productivo.

- Art. 24, 2) Sectoriales....., la exoneración del total del impuesto a la renta por 5 años a las inversiones nuevas que se desarrollen en estos sectores.
- Disposición reformativa – Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno- segunda (2.2) reconoce que los incentivos reconocidos en Art. 24, 2), se darán en a las inversiones nuevas y productivas realizadas fuera del área urbana fuera del área urbana del cantón Quito o Guayaquil (Asamblea Nacional del Ecuador , 2010, p 8).

Art. 34 Zonas Especiales de Desarrollo Económico –ZEDE.

- La ZEDE son destinos aduaneros que permitirán las condiciones adecuadas para la obtención de beneficios, principalmente, de carácter arancelario a la hora de importar

Carácter arancelario a la hora de importar materias primas y bienes de capital (Asamblea Nacional del Ecuador , 2010, p 10).

Art. 54, e) Institucionalidad y competencias de los órganos de regulación de las Mipyme.

- Se determina el literal e) del Art. 54 el involucramiento de las Universidades, junto, al Estado y al sector productivo será la cooperación clave (Asamblea Nacional del Ecuador , 2010,p 14).

Art. 4.- Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los 226 siguientes fines:

Identificamos en el literal t. Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la 282 innovación y transferencia tecnológica (Asamblea Nacional del Ecuador , 2010, p 4).

Art. 22.- Medidas específicas.

El Consejo Sectorial de la Producción 684 establecerá políticas de fomento para la economía popular, solidaria y comunitaria, así como de acceso democrático a los factores de producción, sin perjuicio de las competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y de la institucionalidad específica que se cree para el desarrollo integral de este sector, de acuerdo con lo que regule la Ley.

También se impulsa la pequeña industria en base al literal e) Financiar proyectos productivos de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias que impulsen la producción agrícola, pecuaria, artesanal, pesquera, minera, industrial, turística y otras del sector (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010, p 8).

Son unos de los pocos artículos que se puntualizan en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), a fin de incentivar y regular los sectores productivos, sin embargo, no hemos centrado en la producción industrial correlacionada con el sector textil que es el objeto de estudio.

3. CAPÍTULO III.

**LAS INDUSTRIAS TEXTILES DE LA CIUDAD DE LOJA: ANÁLISIS SITUACIONAL,
ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO.**

3.1. Metodología y datos

3.1.1. Tipo de estudio.

Se ha utilizado el tipo de estudio analítico y descriptivo debido a que se analizará cada una de las áreas organizativas y administrativas de las empresas textiles de la ciudad de Loja, previo a esto se establecerá una descripción generalizada de la industria en cuestión, también se identificarán las posibles causas y efectos de su desarrollo.

3.1.2. Métodos.

Método: inductivo-deductivo: mediante esos métodos se determinarán las generalidades y particularidades y viceversa de la industria textil, la particularidad del estudio consiste en poder determinar mediante índices administrativos y organizativos el nivel con el que operan las empresas textiles, mientras que la generalidad del proyecto nos permitirá afirmar o rechazar la hipótesis en función de los parámetros internos y externos a los que está expuesta la industria textil de la ciudad de Loja.

3.1.3. Técnicas aplicadas en la investigación.

Existente diferentes técnicas y herramientas que se podría aplicar y combinar para llevar a cabo un proyecto de investigación, sin embargo, se determinó que las más apropiadas para el estudio de la industria textil de la ciudad de Loja, deben ser las siguientes en el presente orden.

- Recopilación documental: técnica que permitirá recopilar datos o información documental referente a la industria textil de documentos físicos o electrónicos mediante fuentes oficiales.
- Entrevista: es un hecho donde se entabla un diálogo directo con los representantes legales de las empresas textiles para plantarles una serie de preguntas estructuradas, con el fin de obtener datos específicos y los antecedentes de cada una de las empresas.
- Encuesta dirigida: instrumentos con el cual se recopila información, administrativa u organizativa de fuentes primarias que vienen siendo las empresas textiles de la ciudad de Loja.
- Observación: un procedimiento empírico con el cual se establece una relación lógica de los datos, los hechos y los actores que intervienen en el sector de industria textil.

3.1.4. Objetivo de la encuesta.

Realizar un diagnóstico situacional, organizativo y administrativo de la industria textil en la ciudad de Loja.

3.1.5. Recopilación de la información.

3.1.5.1. Unidad de análisis.

Consecuente con la investigación y como planteamiento de la misma se considera como unidad de análisis a la empresa textil de la ciudad de Loja, mediante la investigación y la recolección de información primaria basándose en una encuesta objetiva y dirigida, que permita analizar y describir la organización y administración interna de cada una de las empresas textiles. Las unidades de análisis se determinan mediante la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), versión 4.0 en la cual consta todo tipo de industria textil.

Tabla N° 4. Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) Textil.

| Sección | Descripción de la clasificación |
|----------------|---|
| C: | Industrias manufactureras. |
| 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 |

Fuente: Naciones Unidas, 2009.

Elaboración: El autor.

Esta clasificación se aplica al filtrar la base de datos que oportunamente brinda el Servicio de Rentas Internas (SRI) del Ecuador, en la cual se encuentra todo registro tanto de

personas naturales o jurídicas que intervienen en actividades económicas textiles, que objetivamente son nuestras unidades de análisis.

3.1.5.2. Diseño de la encuesta.

La encuesta está elaborada, diseñada y orientada a todas las áreas que se puedan presentar en una empresa u organización textil, sin embargo, se han determinado un enfoque más directo a las áreas que comprenden la organización y administración, definida por las siguientes secciones:

A. Datos generales (9 preguntas) de carácter informativo tales como nombre, dirección, número telefónico, tipo de empresa, etc.

B. Caracterización de la industria por secciones administrativas:

- Área Administrativa (6 preguntas) tales como la filosofía de la empresa, los instrumentos organizativos, tipo de liderazgo, la planificación estratégica y los planes operativos.
- Área de Producción (7 preguntas) como los principales productos de la industria, el volumen anual de la industria, los proveedores de materia prima, las principales materias primas de donde provienen, las técnicas y saberes ancestrales aplicados, las estrategias de precios y la certificación de calidad.
- Área de Marketing (7 preguntas) se encuentra la posición de marca propia, el tipo de marca, la inscripción de la marca en el IEPI, las iniciativas de diferenciación, el destino de la producción, el volumen de ventas por destino y el canal de comercialización.
- Financiero – Contable (4 preguntas) sí se generó utilidades, el destino de las utilidades, la inversión anual y las fuentes de financiamiento.
- Recursos humanos (5 preguntas) como el número de personal, el número de capacitaciones, las unidades de salud y los procesos de evaluación.

C. Tecnología e innovación

- Tecnología e innovación (2 preguntas) tales como el uso de la tecnología y por último el nivel de innovación correspondiente.

Basándose en un total de 40 preguntas dirigidas a cada área específica se podrá establecer la información requerida para la elaboración de una matriz con la cual se podrá determinar los gráficos estadísticos.

3.1.5.3. Población: muestra y/o censo: CIIU 4.0.

Una vez que se obtuvo la base de datos, donde constan los registros de los contribuyentes del Servicio de Rentas Internas (SRI) actualizada a fines del mes de enero del año 2016, se procede a hacer el respectivo filtrado de acuerdo con la clasificación (CIIU) versión 4.0, previo a la misma se determina la población objetiva con un total de 142 empresas que intervienen en una actividad directa con el sector de la industria textil de la ciudad de Loja.

Tabla N° 5. Clasificación CIIU versión 4.0 clasificación de la industria textil de la ciudad de Loja.

| N° de empresas por estrato | Clasificación CIIU presente en la industria textil de la ciudad de Loja |
|----------------------------|---|
| 12 | C131: Hiladura, tejeduría y acabado de productos textiles. |
| 30 | C139: Fabricación de otros productos textiles |
| 8 | C141: Fabricación de prendas de vestir excepto prendas de piel. |
| 1 | C142: Fabricación de artículos de piel |
| 8 | C143: Fabricación de artículos de punto y ganchillo |
| 80 | C151: Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles. |
| 3 | C152: Fabricación de calzado |
| 142 | TOTAL |

Fuente: Servicio de Rentas Internas del Ecuador (SRI), 2016 y Naciones Unidas, 2009.

Elaboración: El autor.

Luego para determinar una muestra se considera, trabajar con la fórmula de muestra finita, con un nivel de confianza del 95% y un error del 5%, según estos parámetros se determina la siguiente muestra:

PARAMETROS

$$Q = 0,5$$

$$Z = 1.96$$

$$E = 0.05$$

$$N = 142$$

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(142)}{(142) (0.05)^2 + (1.96)(0.5)(0.5)}$$

$$n = 103$$

De tal manera que (n = 103), vendría a hacer en número de encuestas que se deberán aplicar al sector de la industria textil.

Luego de determinar la población y la muestra se procede a calcular el número de encuestas estratificadas según la subclasificación (CIU), en la siguiente tabla se muestra el número de encuestas que se deberán aplicar a cada sección de la industria textil en la ciudad de Loja.

Tabla Nº 6. Número de encuestas en cuanto a la subclasificación CIU.

| Clasificación CIU | Número de empresas | Muestra por clasificación | Número de encuestas estratificadas |
|----------------------------|---------------------------|----------------------------------|---|
| C131: | 12 | 8,4 | 9 |
| C139: | 30 | 21 | 21 |
| C141: | 8 | 5,6 | 6 |
| C142: | 1 | 0,7 | 1 |
| C143: | 8 | 5,6 | 6 |
| C151: | 80 | 56 | 58 |
| C152: | 3 | 2,1 | 2 |
| Número de encuestas | | | 103 |

Fuente: Naciones Unidas, 2009 y Servicio de Rentas Internas del Ecuador (SRI), 2016.

Elaboración: El autor.

3.1.6. Procesamiento y análisis de datos.

Una vez determinada la población, la muestra objetiva y la estratificación de la misma, se procede a realizar un oficio dirigido a las 103 empresas indistintamente de su localización geográfica en la ciudad de Loja, en donde se anexó la encuesta.

Luego de haber recopilado toda la información, se transcribió a una matriz de datos en Excel clasificada en 7 áreas, entre las cuales se presentan los datos generales, la caracterización por secciones administrativas, área de producción, área de marketing, financiera – contable, recursos humanos y de tecnología e innovación mediante las cuales se determinan los cuadros y gráficos estadísticos de acuerdo con el sector de la industria textil de la ciudad de Loja.

3.2. Análisis situacional de la industria textil en la provincia y ciudad de Loja

3.2.1. Características de la provincia.

La provincia de Loja está ubicada al Sur de la región interandina sierra del Ecuador en el valle de Cuxibamba, con condiciones geográficas muy accidentadas en la región sierra, sus delimitaciones son: al norte con Azuay y el Oro, al Sur con el límite internacional con el Perú, al Este con Zamora Chinchipe y al Oeste con límite Internacional con el Perú, la temperatura promedio es de 16°, conformada por 16 cantones con aproximadamente 448.966 habitantes en su totalidad y tan solo 214.855 en el cantón Loja, con una población predominantemente mestiza del 86,5%, habitantes con características muy culturales y con identidad propia.

Una zona netamente agrícola en la cual encontramos algunos productos como: maíz duro y suave, fréjol seco, caña de azúcar, maní, arroz y banano, destacada también por ser una provincia ganadera propia en la crianza de ganado vacuno, una de las más destacadas en la región sierra y al igual que por tener una actividad netamente comercial debido a su posición geográfica.

3.2.2. Descripción de productos elaborados por el sector.

De acuerdo con la descripción de los datos adquiridos a través a las encuestas aplicadas al sector de la industria textil en la ciudad de Loja se pudo determinar los principales productos elaborados, existe una participación considerable en cuanto a la confección de prendas de vestir en general y productos conexos.

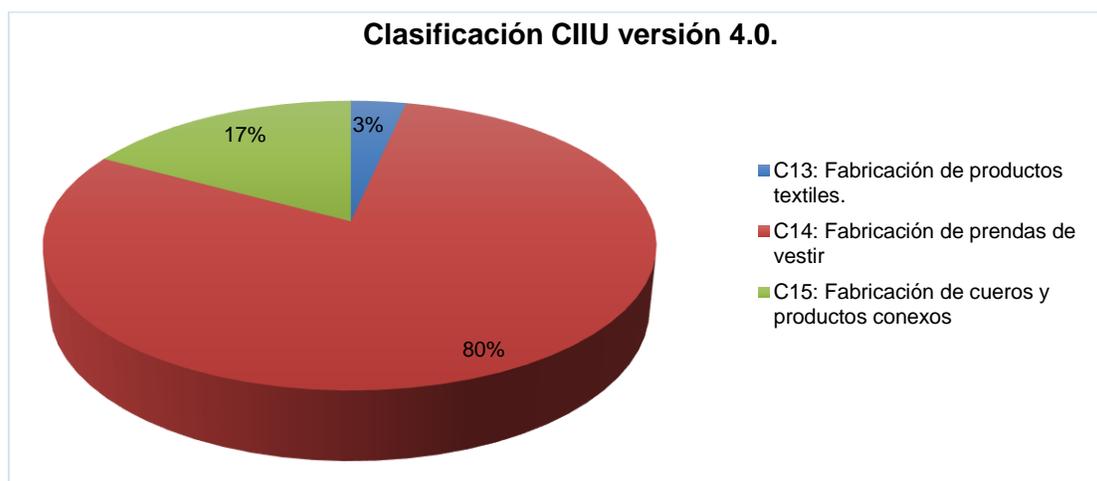


Figura N° 6. Estadística de la clasificación CIIU de la industria textil de la ciudad de Loja.

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El autor.

Se puede observar en la figura N° 6 la clasificación y participación que presenta la industria textil en cuanto a los productos elaborados por la misma, la más representativa con el 80% es la sección C14, en la cual se encuentra la fabricación de prendas de vestir, esto permite precisar que la gran mayoría de empresas textiles de la ciudad de Loja prefieren fabricar prendas de vestir, debido a que la fabricación de estos productos no les genera demasiados costes productivos y son mucho más comerciales en la región, la segunda sección es la C15 fabricación de cueros y productos conexos con aproximadamente el 17%, debido a que es un sector secundario donde la materia prima es mucho más escasa y costosa, y tan solo el 3% de la industria se dedica a la sección C13, donde se fabrican productos textiles primarios, todo tipo de fibras con las cuales se puede confeccionar los distintos productos, la participación de las empresas en esta sección es muy baja debido a que en la región no existe materia prima textil.

Conforme a la clasificación y la matriz de datos propuesta por la investigación, se determinó los productos textiles más relevantes y de mayor producción en la ciudad de Loja:

Tabla N° 7. Productos textiles elaborados en la ciudad de Loja según la clasificación CIIU 0.4.

| Productos C13: Materias primas | Productos C14: Prendas de vestir | Productos C15: Productos conexos |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Fibras de lana • Fibras de productos vegetales. | <ul style="list-style-type: none"> • Uniformes deportivos (internos y externos) • Camisa • Blusas • Pantalones • Chalecos • Chompas • Faldas • Vestidos • Pijamas • Lencería (ropa íntima) | <ul style="list-style-type: none"> • Tapices en general • Forros de todo tipo • Alfombras • Cobertores • Carpas • Mantelería en general • Cortinas • Cenefas • Cojines • Almohadas |

Fuente: Naciones Unidas, 2009.

Elaboración: El autor.

3.2.3. Ubicación geográfica del sector textil en la ciudad de Loja (mapeo).

Con ayuda del servidor Google Maps se obtuvo el mapa geográfico de la ciudad de Loja, en el cual se ubicaron las empresas textiles intervenidas, con exactitud, así se determinó la distribución y su intensidad geográfica en cuanto a la industria textil en la ciudad.

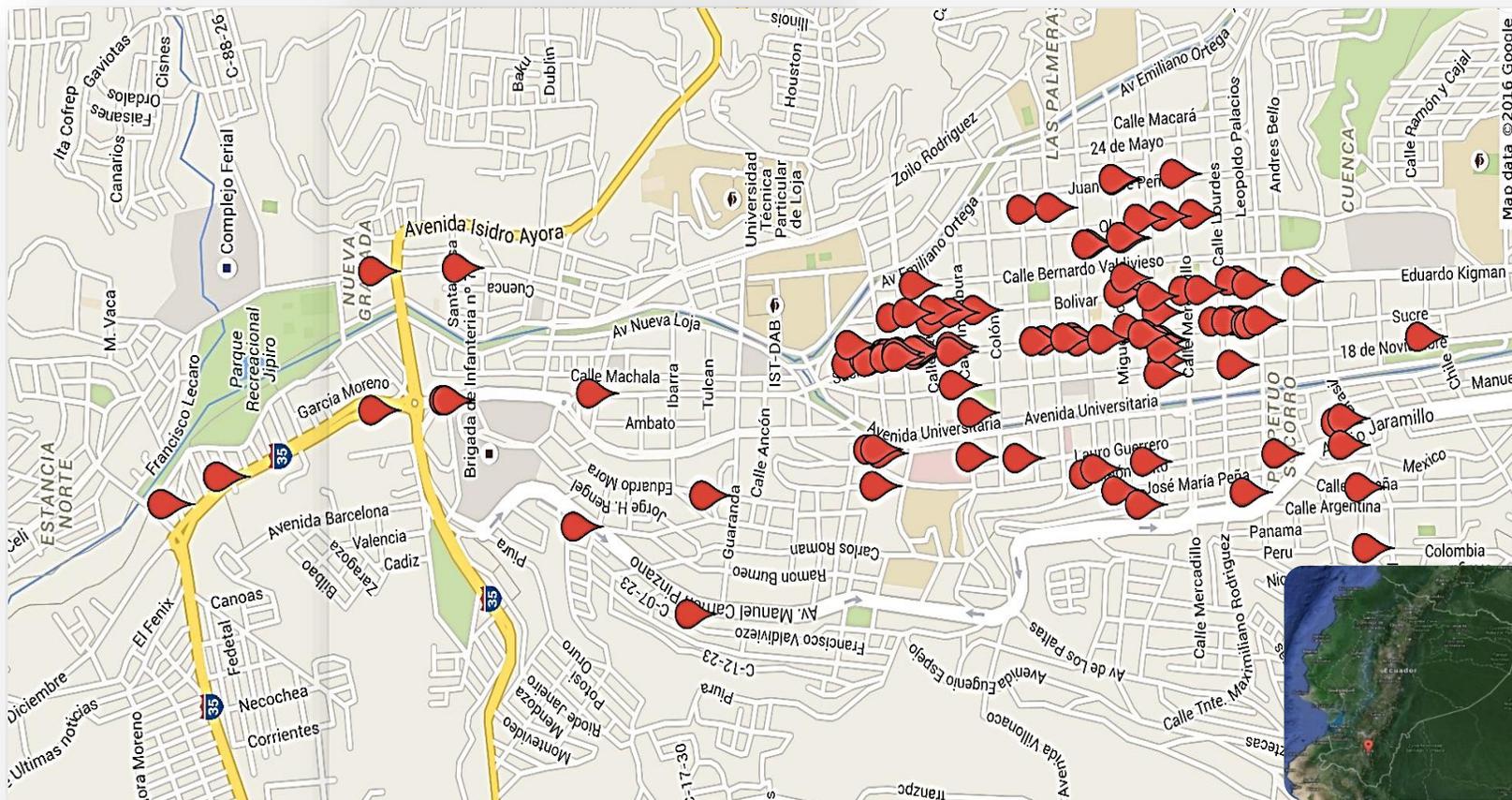


Figura N° 7. Mapa geográfico de la industria textil de la ciudad de Loja.

Fuente: Google maps, 2016.

Elaboración: El autor.

3.2.4. Características de la ciudad de Loja.

La ciudad de Loja presenta una Población Económicamente Activa (PEA) de 61.277 en mujeres y de 115.146 en hombres de los cuales:

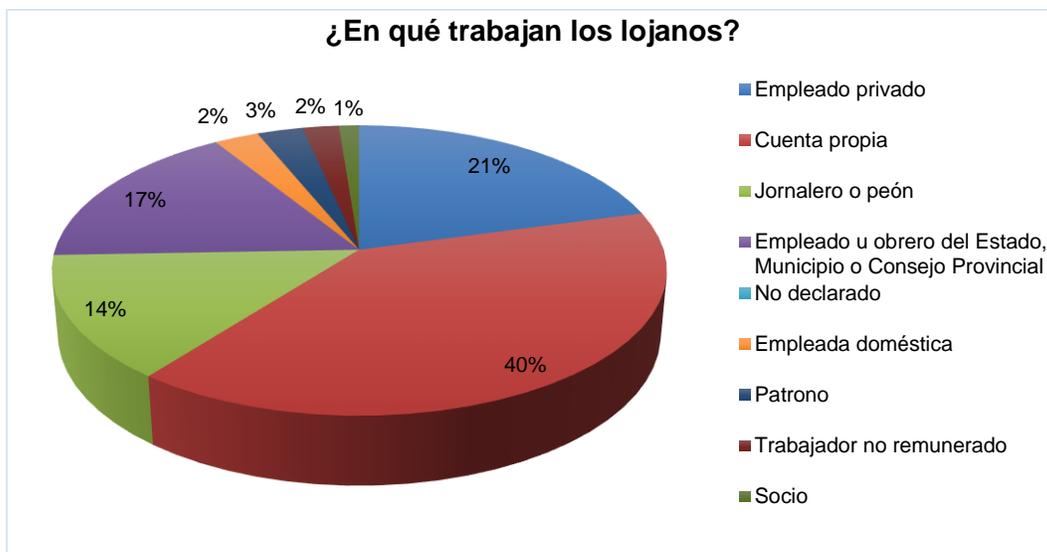


Figura N° 8. Estadísticas de ocupación laboral de los lojanos

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), 2010.

Elaboración: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

La Población Económicamente Activa (PEA) y objetiva está comprendida en la clasificación de empleado privado y por cuenta propia los cuales incurren en actividades económicas directas e indirectas en la provincia de Loja y son aproximadamente 98.282 personas, dentro de esta proporción podemos encontrar a las individuos dedicados al sector de la industria textil.

La participación del sector manufacturero en el año 2014 tanto del cantón como de la ciudad de Loja fue de:

Tabla N° 8. Participación de la manufactura en la provincia y cantón Loja.

| Manufactura | | | |
|--------------------|-----------------------|----------------------------------|-------------------------------------|
| Total LOJA: | 55.525,80 | Total Nacional: | 13.956.141,00 |
| Provincias | Valor Agregado | Participación Territorial | Participación Nivel Nacional |

| | | | |
|---------------|--------|-------|------|
| Calvas | 212 | 0,4% | 0,0% |
| Catamayo | 13.461 | 24,2% | 0,1% |
| Celica | 974 | 1,8% | 0,0% |
| Chaguarpamba | 65 | 0,1% | 0,0% |
| Loja - Loja | 39.688 | 71,5% | 0,3% |
| Olmedo - Loja | 56 | 0,1% | 0,0% |
| Paltas | 91 | 0,2% | 0,0% |
| Pindal | 84 | 0,2% | 0,0% |
| Puyango | 89 | 0,2% | 0,0% |
| Quilanga | 26 | 0,0% | 0,0% |
| Saraguro | 176 | 0,3% | 0,0% |
| Sozoranga | 31 | 0,1% | 0,0% |
| Zapotillo | 55 | 0,1% | 0,0% |
| Espíndola | 72 | 0,1% | 0,0% |
| Gonzanamá | 111 | 0,2% | 0,0% |
| Macará | 334 | 0,6% | 0,0% |

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) , 2016.

Elaboración: Dirección nacional de síntesis macroeconómica.

Como se observa en la tabla N°7, la producción del sector manufacturero se da con mayor intensidad en el cantón Loja con el 71,5%, y en el cantón de Catamayo con el 24,2%, los más altos con relación a los demás cantones de la provincia, Loja denotan una baja producción manufacturera ya que a nivel provincial presenta un aporte del 0.3%.

Tabla N° 9. Producción bruta provincial de la industria textil.

| N° | Provincias | Fabricación de productos textiles, prendas de vestir; fabricación de cuero y artículos de cuero. Miles de dólares | | | |
|----|------------|---|----|-------------------------|------------------|
| 1 | Azuay | 97.600 | 13 | Manabí | 12.242 |
| 2 | Bolívar | 690 | 14 | Morona Santiago | 735 |
| 3 | Cañar | 647 | 15 | Napo | 1.797 |
| 4 | Carchi | 5.737 | 16 | Pastaza | 1.956 |
| 5 | Cotopaxi | 15.725 | 17 | Pichincha | 1.207.327 |
| 6 | Chimborazo | 17.341 | 18 | Tungurahua | 517.016 |
| 7 | El Oro | 7.478 | 19 | Zamora Chinchipe | 252 |
| 8 | Esmeraldas | 2.535 | 20 | Galápagos | 108 |
| 9 | Guayas | 262.069 | 21 | Sucumbíos | 2.674 |
| 10 | Imbabura | 118.040 | 22 | Orellana | 1.220 |
| 11 | Loja | 2.803 | 23 | Santo Domingo | 6.565 |
| 12 | Los Ríos | 2.983 | 24 | Santa Elena | 1.296 |
| | | | | Producción bruta | 2.286.836 |

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE), 2014.

Elaboración: Subgerencia de Programación y Regulación-Dirección Nacional de Síntesis Macroeconómica.

De conformidad con la industria textil, se expone en la tabla N°8 la producción bruta por provincia, siendo Pichincha la primera con 1.207.327 (MD), luego Tungurahua con 517.016 (MD), y tan solo la provincia del Guayas es una de las que no pertenece a la región sierra y está considerada como la tercera con 262.069 (MD), así con las provincias de Imbabura, Chimborazo y Manabí, etc. Es determinante que la participación de la provincia de Loja es

muy baja con tan solo 2.803 (MD), ubicándola en el puesto N° 14 a nivel nacional, determinando el bajo volumen de producción y competitividad textil.

3.2.5. Análisis estadístico de la producción textil de la ciudad de Loja.

La producción textil de la ciudad de Loja, se ve determinada por algunos factores internos y externos y en muchas ocasiones debido a la cultura, tradición o a las necesidades del sector, esto reflejados en el tipo de industria, el volumen de ventas y el aprovisionamiento de la materia prima que presentan el sector.

Existen un sin número de clasificaciones para determinar el tipo de industria pero es indispensable la perspectiva con que se quiere observar o manifestar la información, por ello se ha determinado que en este entorno se observa la industria familiar, unipersonal o sociedad no familiar.

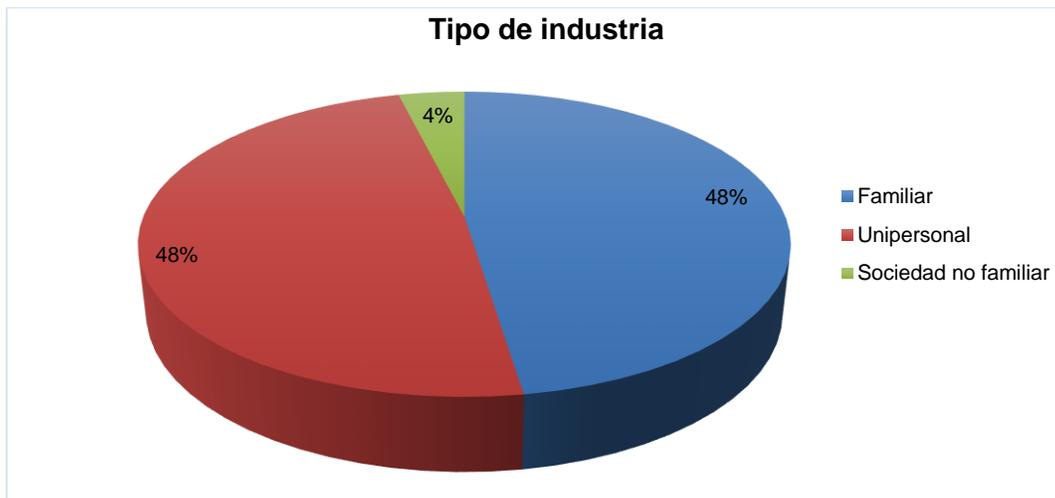


Figura N° 9. Estadística del tipo de industria en las empresas textiles de la ciudad de Loja.

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El autor.

De acuerdo con los datos de la investigación, este sector presenta dos tipos de industria predominante, 48% son de tipo familiar y el otro 48% de tipo unipersonal, en las cuales se observa cierta zona de confort, limitando el crecimiento del sector textil y por lo general se dan de forma tradicional, por otra parte, el 4% son sociedades no familiares, en las cuales se pudo observar una mayor participación administrativa y organizativa, por ello es el tipo de industria recomendada, con la cual se obtendría un desarrollo textil favorable.

El factor más importante para describir el nivel productivo de la industria textil en la ciudad de Loja, es el nivel de ventas ya sean de carácter local, nacional o internacional mediante el cual se determine el potencial industrial y de competitividad.



Figura N° 10. Estadística del volumen de ventas en los distintos mercados, de las empresas textiles de la ciudad de Loja.

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El autor.

Como es evidente, en el porcentaje de ventas por destino del sector textil, el 85% de su producción abastece o se distribuye en el mercado local, esto determina el poco alcance comercial y de distribución, el 14% es comercializado al mercado nacional, en su mayoría a provincias como Zamora Chinchipe y El Oro, debido a que dichas provincias presentan una industria igual o más débil, determinando el bajo nivel de producción con el que se compite nacionalmente, y tan solo el 1% se destinan a mercados internacionales, tales como Perú, Colombia y otros mercados, cabe resaltar que tan solo se incurre a estos mercados cuando se presentan pedidos exclusivos por personas o instituciones particulares que presentan cierta relación comercial con este tipo de empresas textiles.

Otro factor determinante para el desarrollo de la industria textil, es la obtención o aprovisionamiento de materia prima, la misma que se adquiere mediante proveedores que se encuentran en áreas locales, nacionales o internacionales dependiendo de la materia prima y del precio de adquisición de la misma.

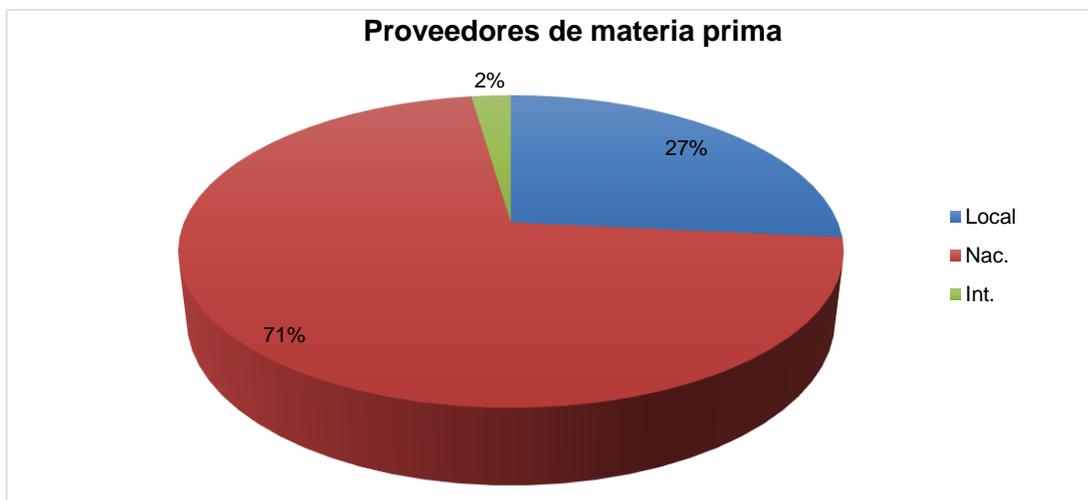


Figura N° 11. Estadística según los proveedores de materia prima para la industria textil de la ciudad de Loja.

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El autor.

De acuerdo con el abastecimiento, el 71% de los proveedores son nacionales y se encuentran ubicados en ciudades como Quito, Imbabura, Ibarra, Guayaquil, Ambato y Cuenca ya que son provincias con un mayor volumen de producción, destacando que estas en su gran mayoría son casas comerciales internacionales.

La ubicación geográfica de la ciudad de Loja es contraproducente en cuanto a la industria textil, ya que se encuentra al sur del Ecuador y está lejos de todo motor económico, lo cual genera mayores costes y gastos productivos, ya que tiene que importar materia prima porque en la zona es muy escasa, debido a esto el 27% de los proveedores son de procedencia local, ubicados en la ciudad de Loja, sin embargo, hay que resaltar que estos proveedores o representantes comerciales a su vez también son nacionales e internacionales y tan solo el 2% se provee de materia prima directa y procedente de Colombia y Perú debido a su cercanía considerando la reducción de costes productivos.

3.3. Administración del sector textil

3.3.1. Estructura administrativa.

Al identificar e interpretar la estructura administrativa, los tipos de liderazgo predominantes que se observa y se aplican en la industria textil de la ciudad de Loja fueron, el autocrático-vertical, el democrático-dirigido y participativo-horizontal, los cuales presentaron los siguientes resultados:

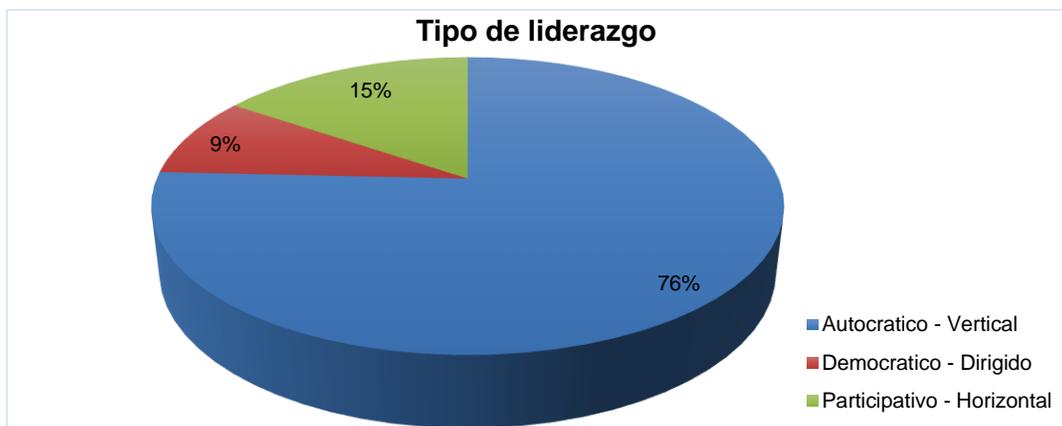


Figura N° 12. Estadística de liderazgo en las empresas textiles de la ciudad de Loja.

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El autor.

Desacuerdo con a la investigación, el 76% de este sector aun emplea el liderazgo horizontal, esto se debe, a que en su mayoría son empresas tradicionalmente familiares y unipersonales que avanzan lentamente en su desarrollo y consideradas en cierta zona de confort, cabe destacar que ya se observan pequeños cambios debido a que el liderazgo horizontal y dirigido toma sentido y se ve aplicado en el 24% del sector textil, es una pequeña proporción pero que sin embargo ya se encuentra presente.

Otra formas de poder medir y determinar la estructura organizativa y administrativa, es mediante el análisis de la filosofía empresarial y de los instrumentos organizativos, en la medida en que sé los aplique se puede determinar el nivel con el que opera este sector.

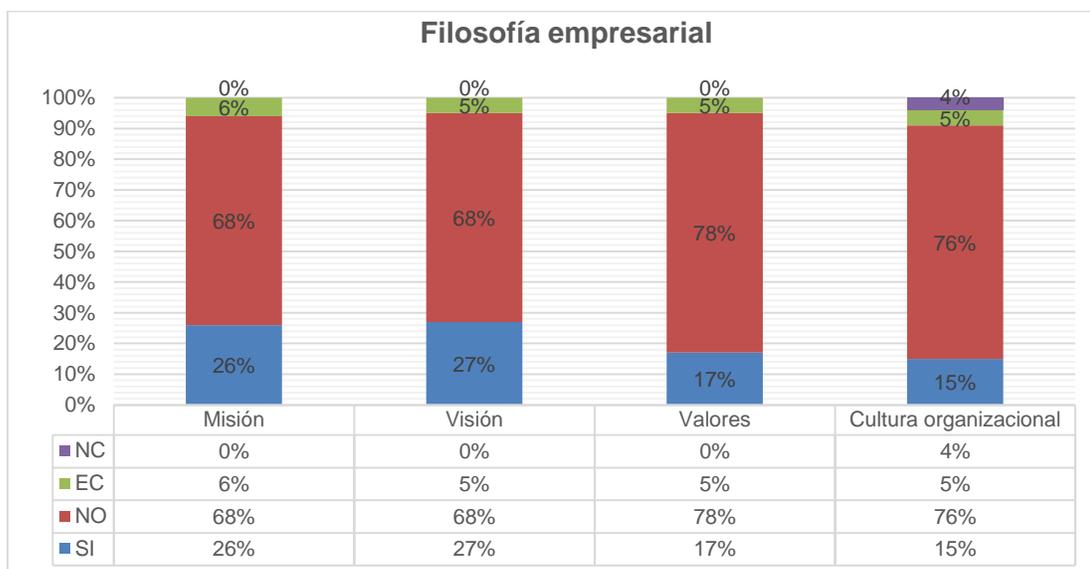


Figura N° 13. Estadísticas de la filosofía empresarial de la industria textil de la ciudad de Loja.

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El autor.

La filosofía empresarial comprende la misión, visión, valores y la cultura organizacional los cuales presentan estadísticas similares debido a que gran parte del sector desconoce de sus ventajas o tan solo no se aprecia el uso de las mismas, el 68% no emplean tanto la misión como la visión, tan solo el 26% emplean misión y el 27% la visión, y un 6% presenta los valores en construcción y el 5% en cuanto a cultura organizacional, en lo referente a los valores, el 78% no hace uso de ellos mientras que el 17% si los posee y aproximadamente el 5% está en proceso de construcción, por último, la cultura organizacional tan solo se aprecia en el 15% del sector y la gran mayoría que es del 76% no la tiene, y el 5% de la misma se encuentra en construcción.

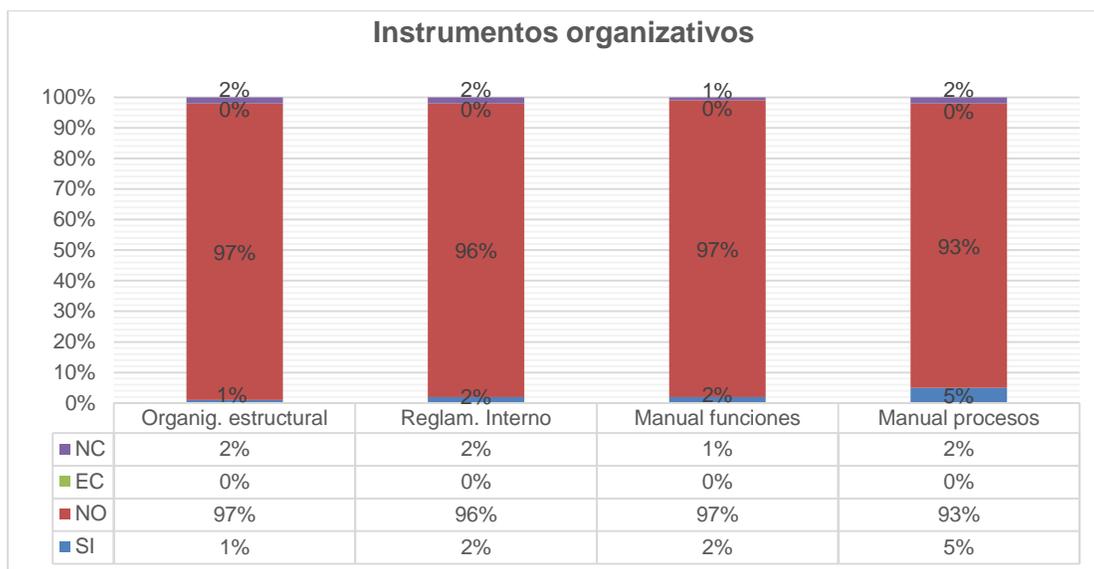


Figura N° 14. Estadística de los instrumentos organizativos en las empresas textil de la ciudad de Loja.

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El autor.

Referente a los instrumentos organizativos tales como organigrama estructural, reglamento interno, manual de funciones y manual de procesos, presentan porcentajes aún más bajos que los de la filosofía empresarial.

Se observa que el 97% del sector textil no presentan un organigrama estructural y menos del 1% si, el 96% tampoco tiene un manual de funciones, y tan solo el 2% tienen un reglamento interno, también se determinó que en lo que respecta al manual de funciones el 97% del sector no lo posee y el 2% si, por último, el manual de procesos no lo tiene el 93% y apenas el 5% del sector lo presentan, esto se debe a que la mayoría de las empresas consideraron que estos instrumentos no son esenciales para el desarrollo de sus

actividades, debido a que sus procesos son muy básicos y otra gran parte del sector los desconoce, esto hace que se subestimen estos instrumentos, haciendo que se asuman las áreas administrativas y organizativas con la informalidad del caso incurriendo en un bajo nivel de desarrollo y productividad textil.

Otra característica es la planificación estratégica a corto plazo, la cual se da en gran medida, debido a que las empresas textiles deben considerar el tiempo y la materia estimada con relación al producto terminado y entrega del mismo, debido a que trabajan bajo pedido y la planificación es indispensable, por ello el 97% del sector lo aplica, sin embargo, los planes operativos anuales aún son inexistentes.

3.3.2. Estrategias de recursos humanos.

El factor más importante para el desarrollo de la industria textil es el personal, al igual que el grado de instrucción o conocimiento adquirido, con el cual llevan a cabo sus funciones.

Debido al estudio del sector y la muestra aplicada, se determinó que la industria textil de la ciudad de Loja cuenta con aproximadamente 400 personas de las cuales, 290 están en el área operativa y 110 en el área administrativa

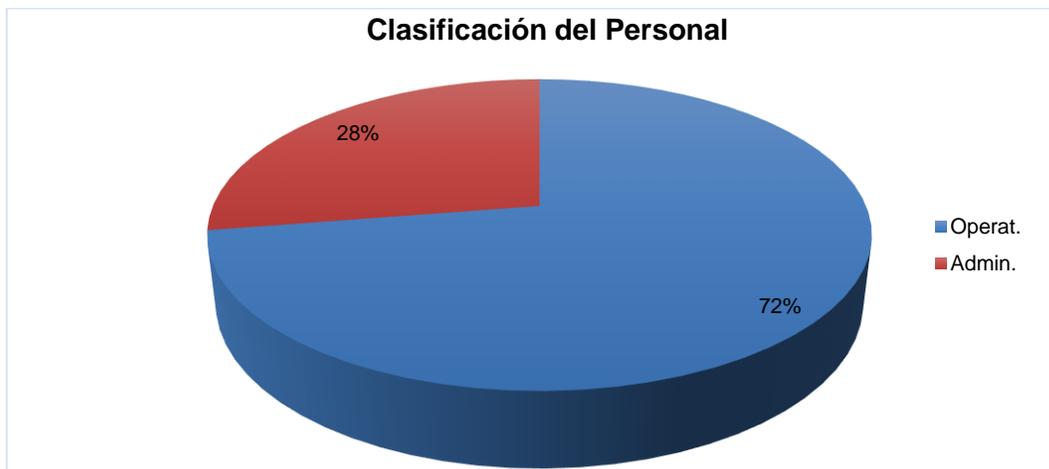


Figura N° 15. Clasificación del personal de la industria textil en la ciudad de Loja.
Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El autor.

En cuanto a la clasificación del personal textil, el 72% está involucrado directamente en los procesos de fabricación de los distintos artículos textiles, se determinó un alto nivel de subcontratación en el área de producción debido a que los propietarios de las empresas textiles evitan pagar sueldos establecidos y seguros para los empleados.

El personal administrativo que es de tan solo el 28% en el sector textil y está encargado de gestionar los distintos recursos para el funcionamiento de las áreas, también se pudo observar cierto nivel de subcontratación en cuanto a servicios de contabilidad y asesoramiento administrativo, resaltando que existe muy poco personal idóneo para el manejo de áreas administrativas.

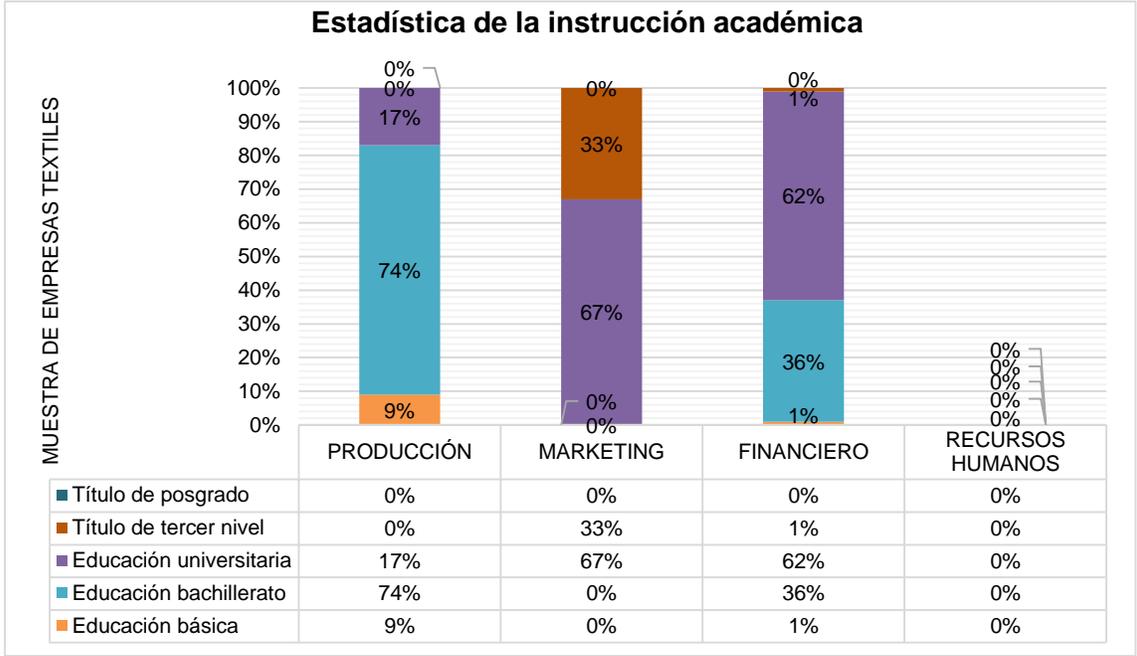


Figura N° 16. Estadística de la instrucción académica de las personas en las empresas textiles de la ciudad de Loja.

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El autor.

Es de suma importancia determinar la instrucción académica o profesional con la que cuenta el personal que interviene en cada una de las áreas administrativas y organizativas, por ello se determinó el estudio del personal de las siguientes áreas.

Al observar la Figura N°16, se determinó que la mayoría del personal del área de producción cuenta con instrucción bachiller o secundaria y es del 74%, y tan solo el 17% una instrucción universitaria, es una de las áreas que presenta más personal y se observa menos instrucción académica, debido a que asumen tareas y deberes así como responsabilidad mucho más específicas con respecto a las del área administrativa, el 67% del personal del área de marketing presenta instrucción universitaria, mientras que el 33% tiene un título de tercer nivel, determinando el grado de preparación con el que se debe contar para incurrir en esta área, debido a que es necesario el conocimiento de ciertas metodologías, herramientas e instrumentos de aplicación.

En el área financiera aproximadamente el 62% tienen instrucción universitaria, parte de la misma es subcontratada para la declaración de tributos y más servicios contables, mientras que el 36% poseen una instrucción secundaria, debido a que estas empresas son pequeñas y la mayoría de ellas declaran en cero y en línea, esto determina que cualquier persona que cuente con el conocimiento de los procesos de declaración pueden llevar a cabo esta actividad. Por último, el personal en el área de recursos humanos es inexistente en las empresas textiles lojanas, también se pudo observar que no existe ninguna muestra de preocupación por esta área, lo cual genera cierta inestabilidad laboral.

En lo concerniente a la evaluación del desempeño, tan solo el 2% del sector textil presenta ciertos parámetros de evaluación. En cuanto se refiera al riesgo laboral, no existen medidas o unidades de salud que brinden atención a su personal.

3.3.3. Estrategias de producción.

El nivel productivo que presentan las empresas textiles lojanas está determinado por el tamaño de las mismas, por esta razón se determina el porcentaje de empresas, en función del monto anua de la producción industrial.

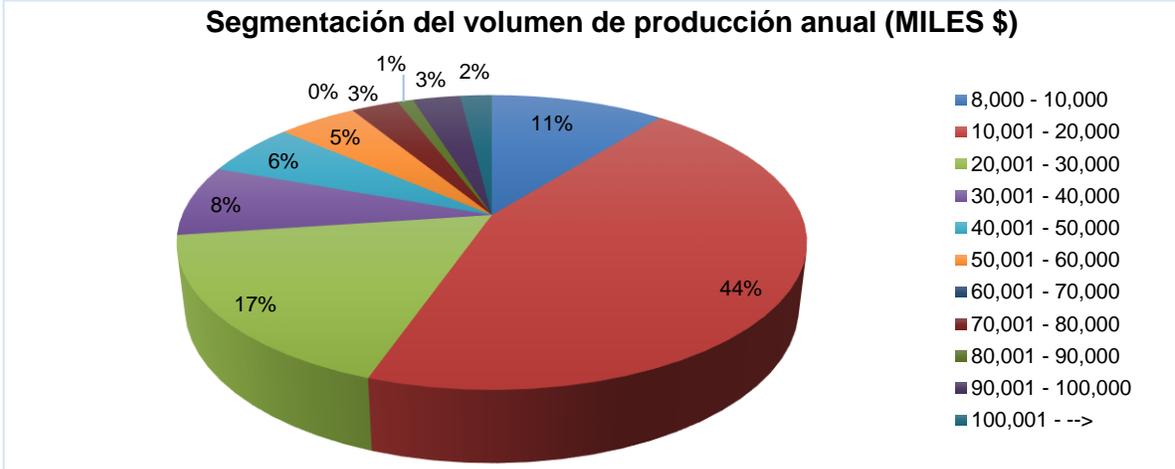


Figura N° 17. Segmentación según el volumen de producción en las empresas textiles Lojanas.
Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El autor.

Se determinó que el 44% del sector presentan un volumen de producción de entre \$10,000 y \$20,000 dólares anuales, esto se debe a que la mayoría de empresas textiles son de dimensiones pequeñas, y basan su sustento diario en esta actividad, determinadas por un bajo crecimiento, el 17% presenta una producción de entre los \$20,001 y \$30,000 a medida que sube el volumen de producción el número de empresas es mucho menor, esto se debe al mal manejo y al tipo de liderazgo que se presenta, al igual que la falta de filosofía e

instrumentos organizativos y administrativos aplicados al sector de la industria textil, por último, se determinó que tan solo dos empresas textiles superan el monto de \$100.000 dólares en el año 2015, consideradas como sociedades no familiares, es el tipo de industria que más crece en el sector.

De acuerdo con muestra del proyecto, en la industria textil de la ciudad de Loja se generó un volumen de producción total de \$3.700.800,00 dólares, en el periodo 2015.

Las empresas textiles lojanas cuentan con bajos niveles estratégicos en cuanto se refiere la producción y fidelización de los clientes, una de ellas es la certificación de calidad, la cual respalda y certifica a los productos y procesos, al igual que organización como tal.



Figura N° 18. Estadística de empresas textil de la ciudad de Loja con certificación de calidad.
Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaboración: El autor.

Como se observa en la figura N°18, el 98% de las empresas textiles lojanas carecen de alguna certificación de calidad, esta característica no define a las empresas como tal, más bien la percepción de calidad discurre en cada uno de los clientes como una experiencia muy individual o personal, tan solo el 2% de este sector presentan alguna certificación, es una estadística muy negativa, ya que las empresas carecen de normas de producción, debido a esto su producto es poco atractivo para el mercado local, nacional e internacional, con lo cual es imposible generar competitividad.

Otro factor determinante es la estrategia de precios, el sector de la industria textil prioriza los factores internos, esto determina que los precios de los productos textiles se vean reflejados y determinados en base a la estrategia de costo más la utilidad, esto se da en aproximadamente el 100% de las empresas del sector textil de la ciudad de Loja.

3.3.4. Estrategias de comercialización.

Al estudiar el comportamiento de las empresas textiles de la ciudad de Loja, se evidenció algunas de las estrategias utilizadas para la comercialización de sus productos.

Una de las estrategias identificadas en el sector textil de la ciudad de Loja fue, el número de empresas que presentan marca propia y cuantas de ellas estaban legalmente inscritas en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, (IEPI).



Figura N° 19. Estadística en cuanto a la presencia de marcas propias en las empresas textiles de la ciudad de Loja.

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El autor.

Se estableció que aproximadamente el 88% de las empresas textiles de la ciudad de Loja presentan algún tipo de marca, cabe resaltar que tan solo el 5% de las mismas se muestran como marcas registradas en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), esto en particular produce bajos niveles de competitividad ante marcas nacionales y extranjeras previamente posicionadas en el mercado, existen un sinnúmero de razones por las que hay tan pocas marcas registradas lo cual se observara a continuación.

El bajo nivel en cuanto a marcas registradas que se observa en el sector textil se debe a las siguientes particularidades:

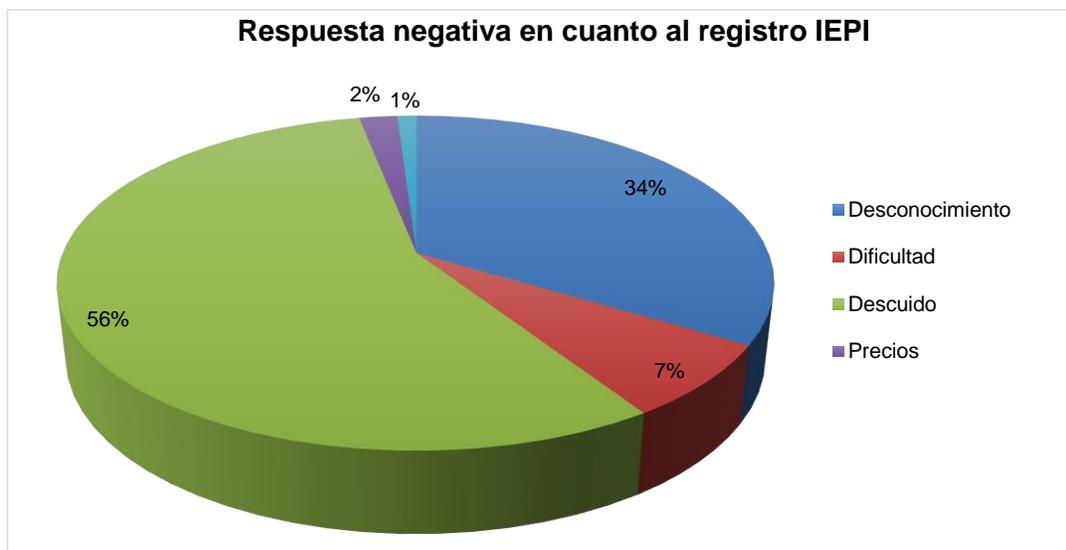


Figura N° 20. Estadística del por qué no presentan un registro de marca en las empresas textiles de la ciudad de Loja.

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El autor.

El argumento más representativo por el cual estas empresas no tienen una marca registrada se debe al descuido ya que el 56% del sector lo afirma, considerando que no es un factor indispensable para la empresa en sí o el desarrollo de sus actividades, al desconocer las ventajas y el nivel de competitividad que puede generar una marca registrada y bien trabajada, el desconocimiento de esta estrategia en el sector es del 34%, y tan solo el 9% presenta conocimiento de este registro y por situaciones como la dificultad del proceso y de los precios no han podido certificar su marca.

3.3.5. Estrategias de gestión financiera.

En el transcurso de la investigación se determinó que 103 empresas en su totalidad presentaron una utilidad, recalcando que las que no han percibido utilidades tuvieron que cerrar de inmediato y obligatoriamente por ello es que en el estudio no se pudo observar ninguna empresa con tendencias negativas.

Las estrategias que se generan en cuanto a la gestión financiera dentro de la industria textil están determinadas por las necesidades de este sector.

Debido a la necesidad de permanecer en el mercado, las empresas textiles lojanas han optado por considerar algunas estrategias las cuales se puede observar mediante la distribución de las utilidades y de la inversión.

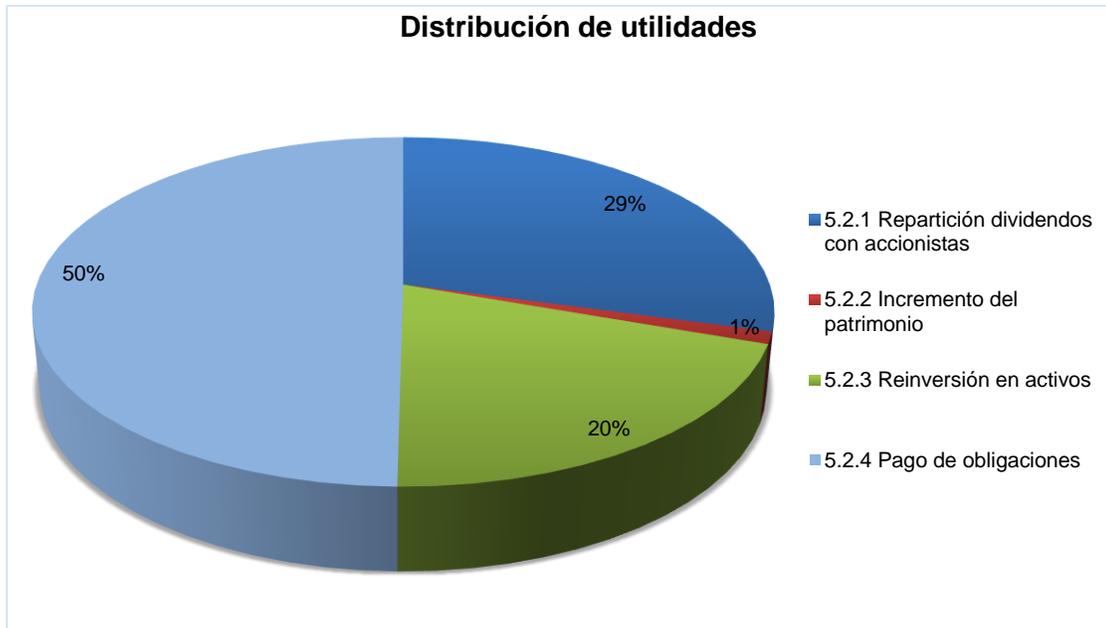


Figura N° 21. Estadística de la distribución de utilidades en empresas textiles de la ciudad de Loja.

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El autor.

Es evidente al observar la figura N° 21, que el pago de obligaciones es uno de los más grandes y se estima en un 50% del total de las utilidades, debido a que la materia prima, la mano de obra y los servicios prestados para generación de estos productos textiles, son unos de más altos en el país, considerando que estas son empresas pequeñas donde existe una media de dos personas y que el 44% del sector presenta un volumen de producción de entre 10.000 y 20.000 dólares anuales, se determinó también que la repartición de dividendos es del 29%, determinando que los ingresos netos son muy bajos y poco atractivos si se quiere incurrir en esta actividad económica.

Otro aspecto es la inversión en activos, la cual está representada por el 20%, básicamente porque la producción de estos bienes demanda materiales, repuestos y accesorios en mantenimiento de su maquinaria o en aditamentos para la mismas, por último y el menos tomado en cuenta por el sector textil es el incremento del patrimonio que tan solo representa el 1% de las utilidades, debido a esto es que se observa el bajo crecimiento de la industria textil en la ciudad de Loja.

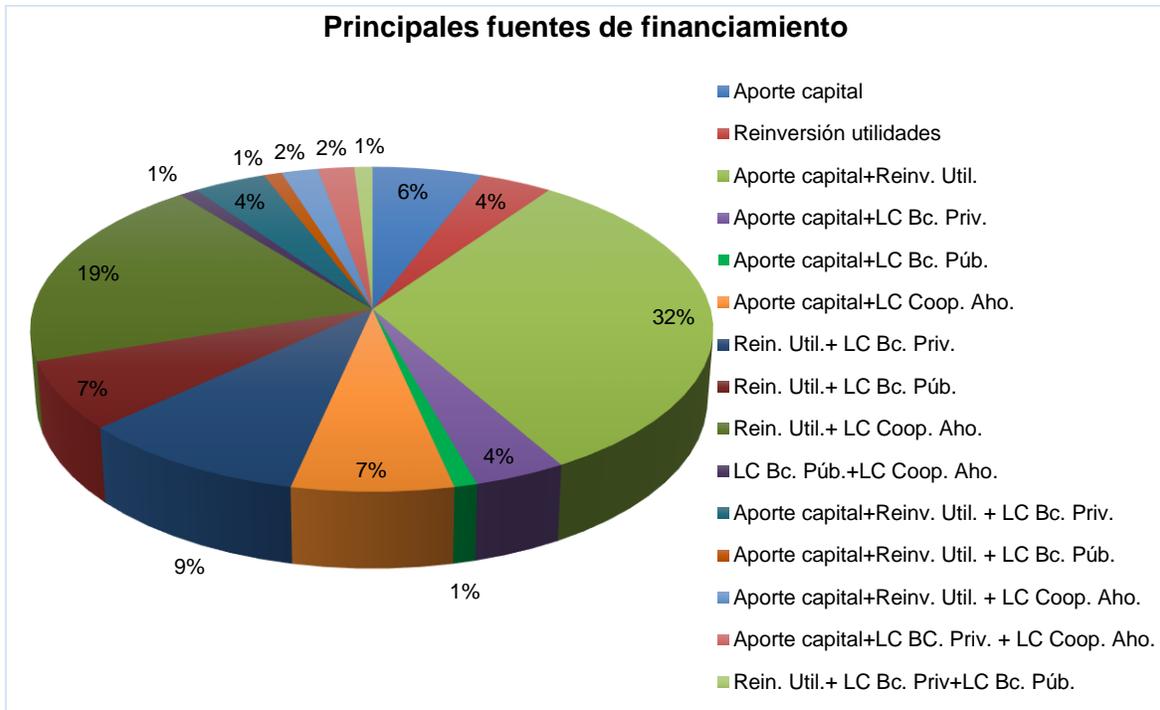


Figura N° 22. Estadística de las principales fuentes de financiamientos de las empresas textiles de la ciudad de Loja.

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El autor.

Las empresas textiles de la ciudad de Loja optan y prefieren las fuentes de financiamiento internas que constan tanto del aporte de capital como la reinversión en utilidades debido a que estas no generan más endeudamiento como pueden ser los intereses, por ello el 32% de la industria adoptan esta estrategia, por lo general las empresas que presentan una producción anual menor a los \$20,000 dólares no prefieren asumir más riesgos y se abstienen al momento de considerar un préstamo en instituciones financieras.

El aporte de capital lo asumen tan solo el 6% del sector textil debido a que se da en empresas que no superan un volumen de producción de \$10,000 dólares, sin embargo, el apalancamiento es un factor determinante para renovar su maquinaria y financiar el pago de ciertas obligaciones, por lo general las empresas que superan un volumen de producción de \$25.000 dólares anuales son las que adquieren prestados en las distintas instituciones financieras, debido a esto el 18% considera la reinversión en utilidades y financiamiento por parte de cooperativas de ahorros y créditos, el 7% en Reinversión en utilidades y banca pública, el 7% en aporte al capital más banca pública, de esta manera se consideran las fuentes de financiamiento más significativas en las empresas textiles de la ciudad de Loja.

3.4. Organización del sector textil

Existen muy pocas organizaciones como entes de regulación y de apoyo que incentiven de forma directa la industria textil de la ciudad de Loja.

Sin embargo, existen organismos gremiales, cámaras y sindicatos ajenos al sector textil, que de alguna forma intervienen y organizan de manera moderada la industria lojana, cabe resaltar que son muy pocos los inscritos que participan en estas organizaciones.



Figura N° 23. Estadística de la organización del sector textil de la ciudad de Loja.

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: El autor.

La principal organización que acoge a la mayoría es la Junta Nacional de Defensa del Artesano, donde aproximadamente el 82% de las personas relacionadas con la actividad textil en la ciudad de Loja está inscrita y pertenece al gremio, existen algunas que no destacan en cuanto a organización textil y tan solo el 5% pertenecen al gremio de maestros modistas, el otro 5% a la cama de comercio de Loja, el 3% a la cámara de la pequeña industria y otro 3% pertenecen a sindicatos particulares de empresas privadas y por último tan solo en 2% pertenecen al ministerio de industria y productividad del Ecuador.

4. CAPÍTULO IV.

ANÁLISIS DE CASO: “STILO INTERNACIONAL” INDUSTRIA TEXTIL DE LA CIUDAD DE LOJA

4.1. Antecedentes de la empresa Stilo Internacional

La empresa STILO INTERNACIONAL nace el 20 de agosto del año 1991 es una de las primeras empresas textiles y una de las principales tanto en la región como en la ciudad de Loja, creada mediante la asociación de dos hermanos y constituida con un aporte de capital independiente por parte de los socios, la empresa toma como representante legal al Ing. Luis Vicente Valarezo Azanza para llevar acabo el funcionamiento y desarrollo de sus actividades, el objeto social con el cual fue creada entonces fue, la confección y fabricación de ropa deportiva.

Luego de algunos años, se observa un bajo crecimiento debido a la mala economía de aquel periodo y se suman los desacuerdos administrativos por parte de los socios, debido a esto se disuelve la sociedad en noviembre de 1994, de manera que él Ing. Luis Vicente Valarezo Azanza compra en su totalidad las acciones de su hermano, de esta forma, pasa a ser una empresa de tipo familiar, bajo los mismos principios sigue ofreciendo productos textiles de calidad y enfocados aún más en las líneas deportivas extienden su cartera de productos y servicios.

En marzo del 2007, luego de aproximadamente 7 años, la empresa pasa a manos de su esposa la Lic. Marlene Inés Encalada Cueva, calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, con el Nro. 81890, cuya cartera de productos se extiende aún más el mismo año, en la cual la línea deportiva sigue siendo su actividad primaria, ampliando y proponiendo nuevas tendencias y estilos en estos últimos años, de esta forma, la empresa ha observado un crecimiento satisfactorio, cabe recalcar que aun trabaja proactivamente en proyectos enfocados en la industria textil para poder cumplir a cabalidad las expectativas de sus clientes.

4.2. Ubicación geográfica de la empresa textilera

La empresa Stilo Internacional está ubicada estratégicamente en la zona urbana céntrica de la ciudad de Loja entre las calles Sucre y Catacocha, en las siguientes coordenadas (GD) Grados decimales* (Latitud -4.003973699481774 y longitud -79.20147813856602) presenta un único centro de fabricación y distribución dentro de la urbe.

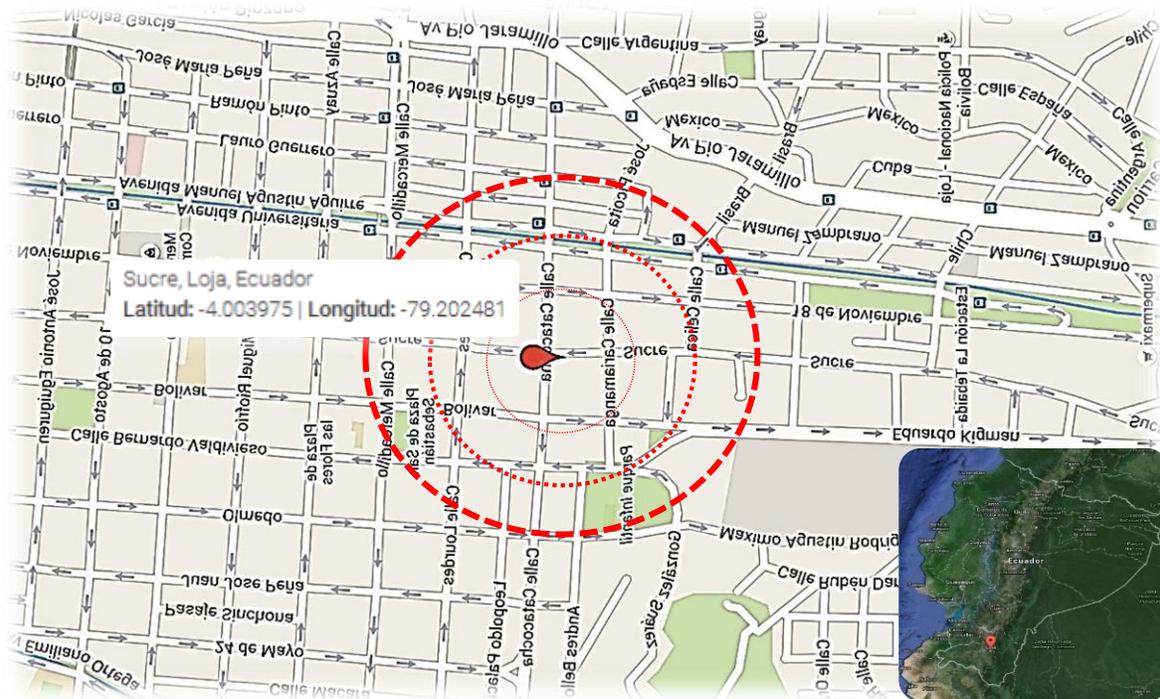


Figura N° 24 Mapa geográfico de la empresa textil “STILO INTERNACIONAL”.

Fuente: Google mapas, 2016, y Stilo Internacional, 2016.

Elaboración: El autor.

4.3. Estructura legal

Desde marzo de 2007 la empresa Stilo Internacional está suscrita bajo la representación legal de una persona natural y particular no obligada a llevar contabilidad, la Lic. Marlene Inés Encalada Cueva poseedora de una actividad económica como es la confección y fabricación de productos textiles. Determinante a la clasificación oficial y que reconocer el Servicio de Rentas Internas SRI del Ecuador para las respectivas retenciones de tributos, bajo el proceso de facturación el cual presenta el nombre del propietario con RUC N° 1101446548001, esta obligación se da, cuando pasa los montos establecidos, 60.000, 00 en capital o 100.000,00 en ventas al año de lo contrario no está obligada a llevar contabilidad.

4.4. Filosofía empresarial actual

Misión

Diseñar y confeccionar en nuestras instalaciones todo tipo de ropa deportiva.

Visión

Convertirnos en el año 2016 en la empresa líder en diseño y confección de ropa deportiva en el austro ecuatoriano.

4.4.1. Propuesta para actualización de la filosofía empresarial.

Misión

Diseñar, producir y comercializar eficientemente ropa deportiva para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, capacitando y gestionando el talento humano, actuando con responsabilidad social y velando por el bienestar de todos sus clientes y empleados.

Visión

En el año 2020 Stilo Internacional será una empresa reconocida por su orientación textil y compromiso con sus clientes, brindando productos de calidad y satisfaciendo las exigencias del mercado nacional e internacional.

Objetivos

- Apoyar al deporte y la cultura de ciudad de Loja y del Ecuador
- Ser una de las empresas textiles líderes a nivel local y nacional.
- Generar fuentes de empleo directo e indirecto en la región.
- Mantener la calidad y estilos actualizados en cuanto a ropa deportiva.
- Ofrecer comodidad, elegancia y moda a nuestros clientes.
- Mantener una postura flexible en cuanto a las tendencias y la nueva moda para asimilarlas y responder de forma proactiva y práctica las demandas y necesidades de nuestros clientes.

4.5. Estructura organizativa

La empresa Stilo Internacional presenta una estructura tradicional y vertical jerárquica en la cual se ven determinados todos sus niveles. En base al poder adquirido y en cuanto a las funciones y toma de decisiones se presenta de la siguiente manera:

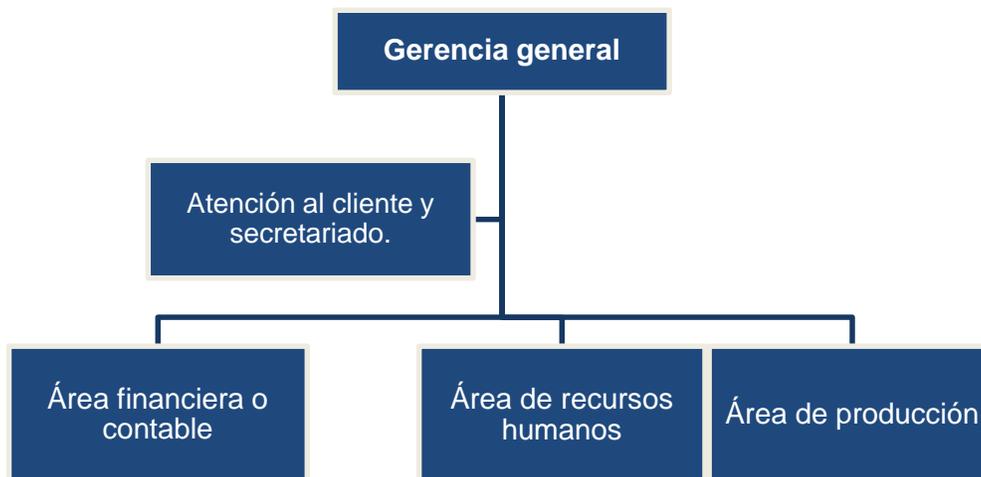


Figura N° 25. Estructura organizativa de la industria textil “STILO INTERNACIONAL”.
Fuente: Hintze, 1999, y Stilo Internacional, 2016.
Elaboración: El autor.

Según la estructura organizativa de la empresa textil se determinaron los principales cargos que se ejercen, la limitación y obligación en cuanto a las funciones del personal administrativo como de planta.

Gerente general: de la empresa Stilo Internacional es la Lic. Marlene Inés Encalada Cueva, bajo la cual recae la responsabilidad de la misma y es la persona encargada de tomar las decisiones administrativas y funcionales encaminadas en el bienestar de la empresa.

Secretariado o ventas: quien lleva todos los registros relacionados con los procesos y genera las órdenes de compra y venta, siendo la persona quien interactúa directamente con los clientes determinando la atención al cliente.

Contador: este se encuentra encargado del departamento de contabilidad, al igual que de genera los balances generales y estados de resultados e informes tanto trimestrales como anuales en cuanto al ejercicio contable.

Recursos humanos: este departamento vela por el bienestar de todos los integrantes de la empresa, elabora y lleva registros de puntualidad, cumplimiento y evalúa el desempeño, está encargado de contratar o despedir a las personas mediante órdenes justificadas o de fuerza mayor, también se encarga de recompensar el trabajo y el esfuerzo de las personas.

Personal de producción: en esta área se encuentran once personas distribuidas en los diferentes procesos que se generan en cuanto al diseño y la fabricación de artículos y ropa deportiva, son siete los procesos identificados: cortado, estampado, sublimado, costura o confección, control de calidad, planchado y empaquetado, de esta forma, el personal de planta está encargado del funcionamiento y cumplimiento de esos procesos.

4.6. Análisis de los factores externos

4.6.1. Análisis PEST, (factores políticos, económicos, sociales-culturales, y tecnológicos).

El objetivo principal del análisis PEST es poder describir los factores ya sean: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, medioambientales y legales que influyen directa o indirectamente de manera positiva o negativa al desarrollo del sector o la empresa en cuestión, con el fin de poder cuantificar su impacto en la empresa textil Stilo Internacional.

Entorno político: El Ecuador tiene una rama ejecutiva, encabezada por un presidente mediante elección universal, es uno de los países menos estables de América del Sur debido a que en sus 159 años se han presentado 86 gobiernos y 17 constituciones, tan solo veinte gobiernos se establecieron bajo elecciones populares cabe destacar de la mayoría de estas son de carácter dudoso o fraudulento.

Las entidades que regulan y apoyan a la industria textil son: el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), Ministerio de Comercio Exterior, Comité de Comercio Exterior (COMEX), Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) y la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), sus principales características son, salvaguardar el interés de la industria textil aplicando políticas transitorias o temporales, establecer incentivos, regular los productos y los procesos bajo los cuales se elaboran.

Conforme se decretó la nueva constitución en el año 2008 en la cual se termina el cambio de la matriz productiva, se actualizaron y fortalecieron las normas industriales y de legislación laboral, las cuales amparan y defienden los derechos de las personas que trabajan en los distintos sectores económicos.

Entorno económico: Ecuador dependiente de una economía basada en la explotación de materia prima y netamente petrolera se ve afectada considerablemente ante la brusca caída de los precios del petróleo ya que a fines de diciembre del año 2014, se ubicó en \$ 53.27

el barril, mientras que a inicios de año superaban los \$ 92. También cuenta con una fluctuación de la inflación de bienes y servicios que hasta el mes de enero del 2016 se encontraba en 0.31% proporcionada por el INEC, esto en la nación, otro es el panorama de la ciudad de Loja donde existe una escasa industria la cual presenta un aporte del 0,3% a nivel nacional, con un equivalente de \$ 2.803 (miles de dólares), debido a estas causas el incremento de algunos de los factores de producción se ha elevado considerablemente.

Entorno social cultural: Loja está ubicada al extremo sur del Ecuador en la región Sierra donde es predominante el terreno accidentado y su temperatura fluctúa entre 16° a 21° con una temperatura promedio de 17°.

También presenta una formación educativa donde las tasas de matriculación mediante las categorías de preprimaria, primaria, secundaria y superior se ubican en 0.74; 0.73; 0.77; 0.28, datos oficiales del INEC, censo del 2010.

La ciudad de Loja en particular, presenta medios de comunicación y de opinión pública abiertos tales como la televisión, la radio, el periódico, y redes sociales de fácil acceso.

Loja se destaca por ser cuna de artistas debido a sus ilustres personajes tanto en el arte de la literatura y la música, también como parte de la cultural se presentan algunas fiestas y celebraciones muy arraigadas entre las más importantes está la feria de Loja, la peregrinación con la llegada del virgen del Cisne, el 8 de Septiembre la independencia de Loja y el 18 de diciembre su fundación.

Entorno tecnológico: Sin duda el uso de la tecnología es indispensable en la actualidad, debido a que la incorporación de la misma en la maquinaria, comunicación, distribución y comercialización los hace mucho más competitivos y eficientes, en el Ecuador se ha invertido el 1,58% del total del PIB% en las Actividades de Ciencia y tecnología (ACTI) hasta el año 2011 según datos oficiales del INEC.

4.7. Diagrama de las cinco fuerzas de Porter

Mediante la aplicación de las cinco fuerzas de Porter, la empresa Stilo Internacional podrá describir y analizar la intensidad de la competencia y la rentabilidad generar o esperar en del sector textil.

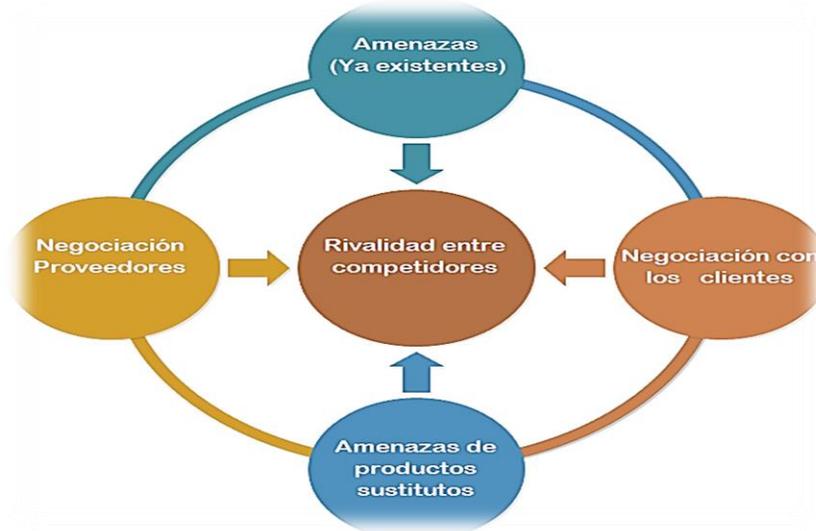


Figura N° 26. Diagrama de las cinco fuerzas de Porter.
Fuente: Porter, 1997.
Elaboración: Porter, Michael.

Poder de los proveedores: por lo general la actividad textil en la empresa Stilo Internacional está dotada de diversos insumos y materias primas, las mismas que son suministradas por un amplio grupo de proveedores, en su mayoría son distribuidores de carácter nacional e internacional, en los cuales hay ligeras diferencias de calidad y precios, debido a esto la empresa no presenta mayores inconvenientes de negociación, como determinación a todo lo antes mencionado se establece que el poder de negociación de los proveedores es moderado con respecto a la industria y la empresa.

Amenaza de sustitución: en este sector la única forma de determinar un producto sustituto es la similitud con que cumple la misma función, debido a esto se puede considerar que para los productos textiles no existen bienes sustitutos ya que se considerara como única función vestir, sin embargo, si se pueden determinar las características que poseen los productos con mayor grado de sustitución, como es el ciclo de vida del producto, la evolución en la mejora en la calidad, precio y por último los productos con mayor margen de comercialización, esto se puede atribuir a las marcas deportivas de forma objetiva, ya que son las que compiten agresivamente dentro del sector textil deportivo.

La rivalidad competitiva: con la investigación de la industria textil se pudo observar que existe una gran competencia debido a la confección y fabricación de prendas deportivas, ya que el 40% del sector presenta este tipo empresas denominadas polideportivos, a ello se suman las empresas de carácter nacional e internación con marcas reconocidas que

proporcional los mismos productos, es una competencia agresiva donde, los precios, el diseño, la calidad, la innovación y el marketing determinan el margen de ventas para la empresa Stilo Internacional, esto está provocando un ritmo de crecimiento bajo en la empresa y el sector en general.

Amenaza de nuevos competidores: se ha considerado que a este sector en específico, la nueva incorporación de competidores no está condicionada por las barreras de entrada sino por el gran número de empresas ya existentes, sin embargo, la entrada de empresas internacionales que cuentan con el capital y la marca pueden ser una amenaza latente, mas no, la entrada de empresas pequeñas o medianas de carácter local ya que la misma es muy baja en la actualidad.

El poder del consumidor: los consumidores de ropa deportiva son muy numerosos, al determinar que cada individuo que presenta una edad prudente, hacen deporte, lucen o poseen al menos una prenda deportiva, en su gran mayoría se concentran clubs, asociaciones o tan solo personas organizadas que compran cantidades considerables, los cuales pueden tener cierto poder de negociación mediante los descuentos o promociones.

4.8. Análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas)

Con el presente análisis se determinaran los factores internos y externos que intervienen, contribuyen y afectan el desarrollo de la empresa Stilo Internacional.

Tabla N° 10. Análisis FODA de la empresa Stilo Internacional.

| PUNTOS FUERTES | PUNTOS DÉBILES | DE ORIGEN INTERNO |
|---|---|-------------------|
| Fortalezas | Debilidades | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1) Ubicación estratégica en la ciudad. 2) Amplia experiencia en confección y fabricación artículos y ropa deportiva. 3) Diseños exclusivos y personalizados en todo tipo de tallas y marcas y de excelente calidad. | <ol style="list-style-type: none"> 1) Poca estructura comercial. 2) No presentan una marca reconocida. 3) No muestran un diseño personalizado para el empaque del producto. 4) Cuenta con un solo punto de venta y un tipo de distribución directa. 5) Pocos incentivos comerciales. | |

| | | |
|---|--|---------------------------------|
| <p>4) Disponibilidad de mano de obra calificada y capacitada.</p> <p>5) Amplias instalaciones.</p> <p>6) La mejor y más actualizada maquinaria industrial textil en la región.</p> <p>7) Precios económicos y accesibles.</p> <p>8) Goza de transparencia y una filosofía empresarial sólida.</p> | <p>6) No poseen algunos instrumentos organizativos tales como: organigrama estructural, manual de funciones y procesos.</p> | |
| <p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <p>a) El desarrollo de la TIC.</p> <p>b) Alianzas estratégicas dentro y fuera del país.</p> <p>c) La globalización.</p> <p>d) Nuevos canales de promoción y difusión.</p> <p>e) El aumento en la demanda de artículos y ropa deportiva.</p> <p>f) La vinculación de los centros de emprendimiento y las universidades para el fortalecimiento de la industria.</p> <p>g) El conocimiento en cuanto a los nuevos procesos administrativos y productivos.</p> <p>h) El acceso a la tecnología.</p> <p>i) El cambio de la matriz productiva.</p> | <p style="text-align: center;">Amenazas</p> <p>a) Cambios en cuanto a las tendencias y la moda deportiva.</p> <p>b) El lento crecimiento del sector textil a nivel local y nacional.</p> <p>c) La escasa producción de materia prima en la región (Tela).</p> <p>d) Un elevado número de empresas competidoras en el sector.</p> <p>e) El incremento de las salvaguardas arancelarias.</p> <p>f) El incremento del IVA del 12% al 14%.</p> <p>g) El clima de la región cierra determinado por las bajas temperaturas.</p> <p>h) El incremento de las importaciones.</p> | <p>DE ORIGEN EXTERNO</p> |

Fuente: Promove Consultoria e Formación (SLNE), 2012, y Stilo Internacional, 2016.

Elaboración: El autor.

4.9. Matrices de factores internos y externos

Esta matriz nos permitirá definir y a su vez evaluar los distintos factores internos o externos, los de mayor relevancia para la empresa Stilo internacional, donde los parámetros de calificación son los siguientes:

Tabla N° 11. Ponderación y calificación de las matrices de factores internos y externos.

| Ponderación | Condición |
|----------------------|---|
| 0.0 | Es muy baja |
| 0.1 | Es muy alta |
| Clasificación | Condición |
| 4 | Cuando las fortalezas u oportunidades son mayores |
| 3 | Cuando las fortalezas u oportunidades son menores |
| 2 | Cuando las debilidades y amenazas son menores |
| 1 | Cuando las debilidades y amenazas son mayores |

Fuente: Moreno, 2012.

Elaboración: El autor.

Condición: si el total ponderado está por debajo de 2.5 esto determinara que la empresa es internamente o externamente débil, caso contrario si el mismo supera este margen se considerara una empresa interna o externamente fuerte.

Tabla N° 12. Matriz de factores Internos de la empresa Stilo Internacional de la ciudad de Loja.

| Factores (Análisis interno) | | Ponderación | Calificación | Calificación ponderada |
|------------------------------------|---|--------------------|---------------------|-------------------------------|
| Fortalezas | Ubicación estratégica en la ciudad. | 0,09 | 4 | 0,36 |
| | Diseños exclusivos y personalizados en todo tipo de tallas y marcas y de excelente calidad. | 0,09 | 3 | 0,27 |
| | La mejor y más actualizada maquinaria industrial textil en la región. | 0,06 | 4 | 0,24 |
| | Precios económicos y accesibles. | 0,07 | 3 | 0,21 |
| | Amplia experiencia en confección y fabricación artículos y ropa deportiva. | 0,05 | 4 | 0,20 |
| | Disponibilidad de mano de obra calificada y capacitada. | 0,05 | 3 | 0,15 |
| | Amplias instalaciones. | 0,04 | 3 | 0,12 |

| | | | | |
|--------------------|---|----------|---|-------------|
| | Goza de transparencia y una filosofía empresarial sólida. | 0,04 | 3 | 0,12 |
| Debilidades | No presentan una marca reconocida. | 0,17 | 2 | 0,34 |
| | Cuenta con un solo punto de venta y un tipo de distribución directa. | 0,15 | 2 | 0,30 |
| | Poca estructura comercial. | 0,07 | 2 | 0,14 |
| | Pocos incentivos comerciales. | 0,06 | 1 | 0,06 |
| | No muestran un diseño personalizado para el empaque del producto. | 0,03 | 1 | 0,03 |
| | No poseen algunos instrumentos organizativos tales como: organigrama estructural, manual de funciones y procesos. | 0,03 | 1 | 0,03 |
| Total | | 1 | | 2,57 |

Fuente: Moreno, 2012, y Stilo Internacional, 2016.

Elaboración: El autor.

Tabla Nº 13. Matriz de factores externos de la empresa Stilo Internacional de la ciudad de Loja.

| | Factores (Análisis externo) | Ponderación | Calificación | Calificación ponderada |
|----------------------|--|--------------------|---------------------|-------------------------------|
| Oportunidades | El aumento en la demanda de artículos y ropa deportiva. | 0,13 | 3 | 0,39 |
| | La tecnología y su acceso. | 0,07 | 4 | 0,28 |
| | Nuevos canales de promoción y difusión. | 0,07 | 3 | 0,21 |
| | El desarrollo de la TIC. | 0,05 | 4 | 0,20 |
| | Alianzas estratégicas dentro y fuera del país. | 0,05 | 4 | 0,20 |
| | El conocimiento en cuanto a los nuevos procesos administrativos y productivos. | 0,06 | 3 | 0,18 |

| | | | | |
|-----------------|--|-------------|---|-------------|
| | La vinculación de los centros de emprendimiento y las universidades para el fortalecimiento de la industria. | 0,04 | 3 | 0,12 |
| | El cambio de la matriz productiva. | 0,03 | 3 | 0,09 |
| | La globalización. | 0,04 | 2 | 0,08 |
| Amenazas | La escasa producción de materia prima en la región (Tela). | 0,10 | 2 | 0,20 |
| | Un elevado número de empresas competidoras en el sector. | 0,12 | 1 | 0,12 |
| | El lento crecimiento del sector textil a nivel local y nacional. | 0,04 | 2 | 0,08 |
| | Cambios en cuanto a las tendencias y la moda deportiva. | 0,07 | 1 | 0,07 |
| | El incremento de las salvaguardas arancelarias. | 0,03 | 2 | 0,06 |
| | El incremento del IVA del 12% al 14%. | 0,03 | 2 | 0,06 |
| | El incremento de las importaciones. | 0,05 | 1 | 0,05 |
| | El clima de la región cierra determinado por las bajas temperaturas. | 0,02 | 2 | 0,04 |
| Total | | 1,00 | | 2,43 |

Fuente: Moreno, 2012, y Stilo Internacional, 2016.

Elaboración: El autor.

4.10. Matriz FODA con estrategias

Una vez determinadas las variables en el análisis FODA se procedió a enlazar y contrastar las mismas, de este modo se llega a establecer las estrategias más relevantes, las cuales permitirán fortalecer el desarrollo de la actividad textil de la empresa Stilo Internacional.

Tabla N° 14. Estrategias mediante la matriz FODA para la empresa Stilo Internacional.

| Estrategias FODA | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|-------------------------|---|--|
| OPORTUNIDADES | <p style="text-align: center;">FO (Maxi-Maxi)</p> <p>(3-e) Atraer a los clientes mediante un servicio personalizado y de calidad.</p> <p>(2-b) Establecer una alianza estratégica con los clubs deportivos y establecimientos en general para la confección y fabricación de sus prendas deportivas.</p> <p>(5-c) Debido a las buenas instalaciones aprovechar la confección y fabricación en masa para cubrir la demanda de ropa deportiva a nivel local y nacional.</p> <p>(8-f) Aprovechar la vinculación de las universidades para gestionar el conocimiento en los procesos tanto administrativos como de producción en la empresa.</p> | <p style="text-align: center;">DO (Mini-Maxi)</p> <p>(1-d) Crear nuevos canales de comercialización y difusión, mediante las redes sociales y páginas web que les permitan llegar a un amplio mercado.</p> <p>(2-g) Crear una marca propia e inscribirla en el IEPI para fortalecer el potencial comercial.</p> <p>(3-f) Mediante la vinculación de los centros de emprendimiento y universidades gestionar un diseño para la funda la cual será el empaque del producto.</p> <p>(6-f) Mediante los centros de vinculación gestionar el diseño de los instrumentos organizativos de la empresa.</p> |

| | FA (Maxi-Mini) | DA (Mini-Mini) |
|-----------------|---|--|
| AMENAZAS | <p>(5-a) Priorizar y no desabastecer las exportaciones de los clientes internacionales con la eficiencia de siempre.</p> <p>(8-c) Establecer alianzas estratégicas con empresas textiles para adquisición de materia prima de carácter nacional e internacional.</p> <p>(4-d) Mediante la buena gestión, apertura una sucursal en la región Costa para captar un amplio mercado de potenciales clientes.</p> <p>(8-e) Establecer una vinculación con entidades y centros de apoyo a la industria textil como AITE, MIPRO, Cámara de Comercio de Loja y Cámara de Artesanos de la provincia de Loja.</p> | <p>(1-d) Diseñar una campaña publicitaria o de mercadeo.</p> <p>(2-a) Capacitar y determinar las tendencias y la moda deportiva en la zona y el mundo.</p> <p>(5-e) Determinar la compra de materia prima a precios más bajos sin decaer en la buena calidad de los productos.</p> <p>(5-d) Establecer planes a crédito, descuentos o promociones para clientes.</p> |

Fuente: Moreno, 2012, y Stilo Internacional, 2016.

Elaboración: El autor.

4.11. Procesos productivos

En la empresa Stilo Internacional se pudo identificar y determinar los siguientes procesos productivos, los mismos que determinan la generación de valor, mediante los productos terminados.

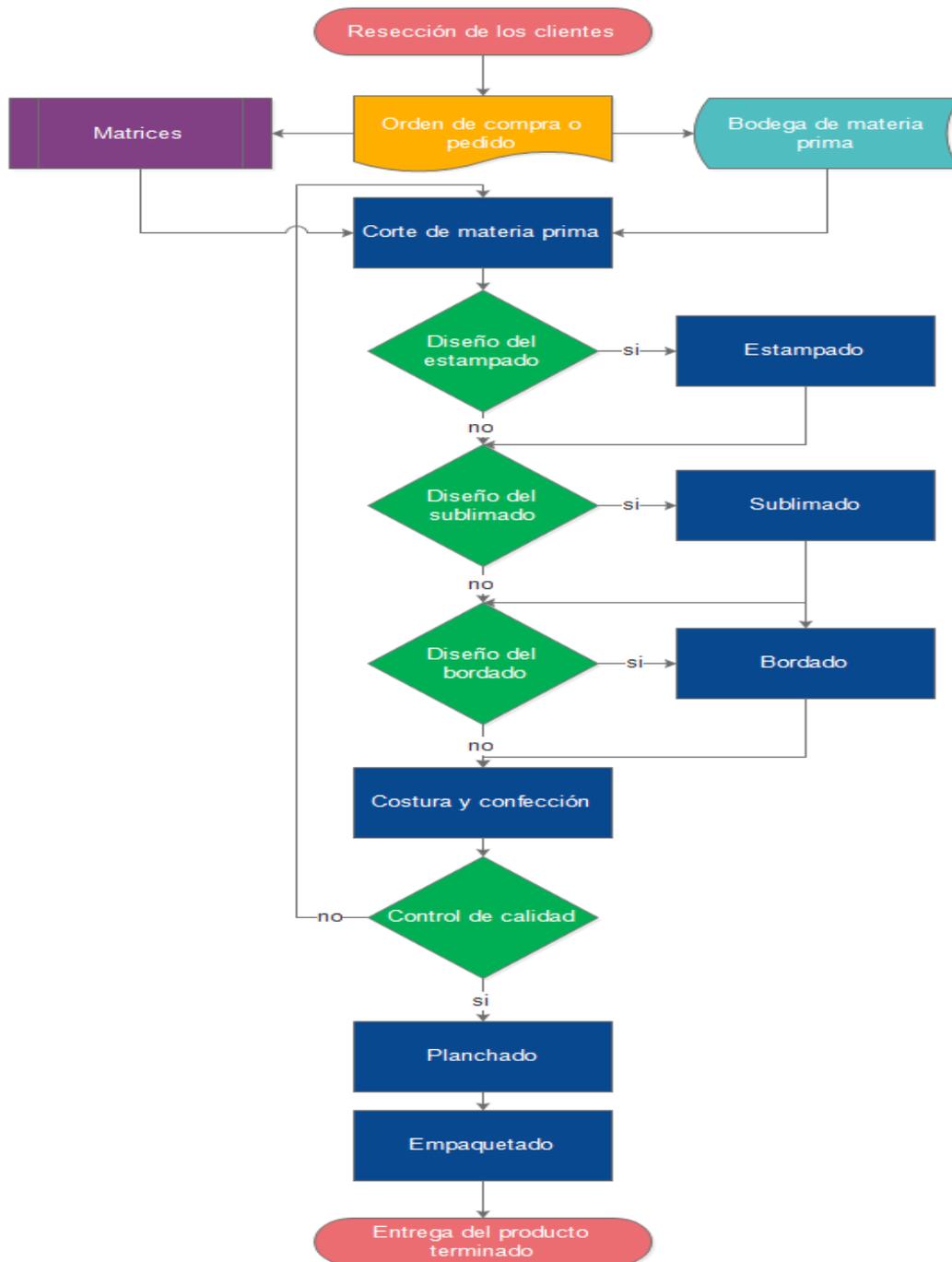


Figura N° 27. Diagrama de los procesos productivos de la empresa Stilo Internacional.

Fuente: Dominguez, 2011, y Stilo Internacional, 2016.

Elaboración: El autor.

4.12. Desarrollo de la innovación

La innovación en las empresas es una estrategia que les permite subsistir a lo largo del tiempo, más aún en la industria textil deportiva donde las tendencias, los gustos y la moda presentan un corto ciclo de vida, se ven afectadas aún más por los nuevos diseño que toman poder comercial, cabe destacar que el desarrollo de las fibras con que se producen determinara y aportaran la calidad al producto fijando gran parte el precio.

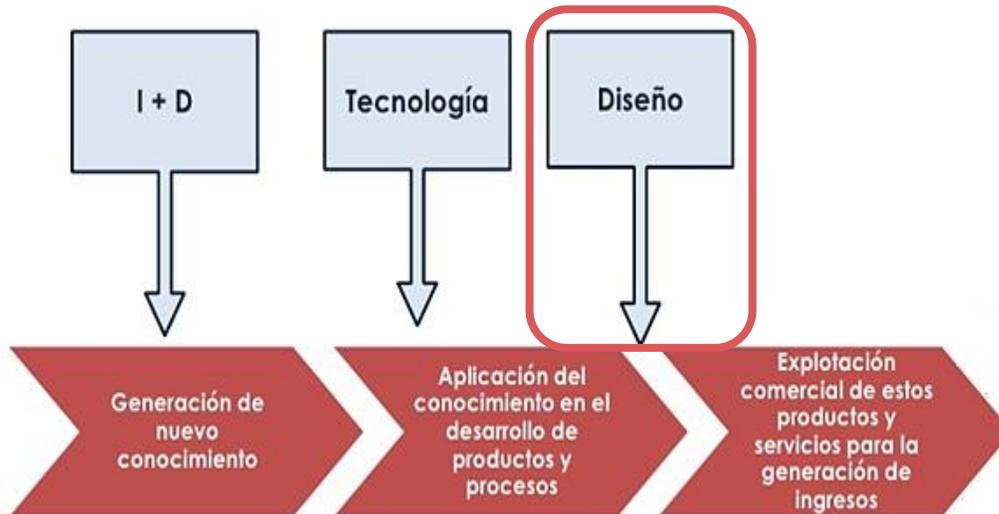


Figura N° 28. Desarrollo de la innovación.

Fuente: More, 2012.

Elaboración: More, Carlos.

La empresa Stilo Internacional considera un tipo de innovación dirigida hacia los productos, debido a que en gran parte su valor agregado está determinado por el diseño de los mismos, ya que tan solo se limita a la confección de ropa y artículos deportivos, sin descuidar ni dejar de lado la buena calidad con la que los produce al igual que sus procesos con lo que determinan el valor agregado.

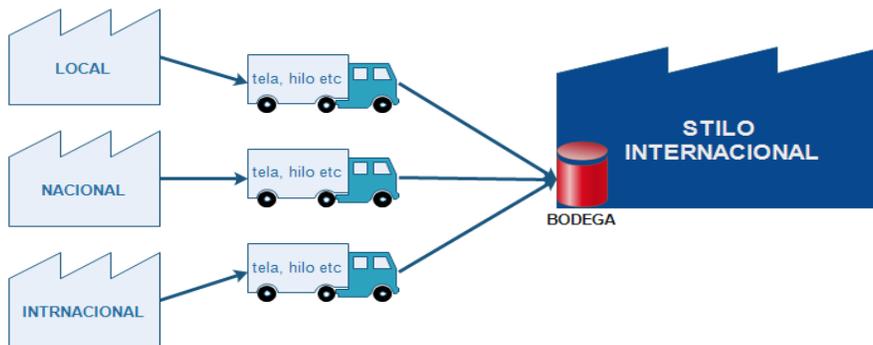
4.13. Logística

La logística no es más que el proceso para gestionar los requerimientos de una forma estratégica, donde el aprovisionamiento de materia prima, los procesos de producción y las piezas que conforman el producto terminado y entregado hacia los consumidores, se lleve a cabo a tiempo, generando el mínimo coste.

La logística que presenta la empresa Stilo está determinada de la siguiente manera.



Logística de aprovisionamiento: mediante este proceso se gestionan los materiales desde los puntos de adquisición hasta la empresa Stilo internacional donde se procesarán, la principal materia prima para este tipo de industria es la tela la misma que se adquiere desde los distintos distribuidores de carácter regional, nacionales e internacional, entre los más importantes tenemos PACO publicidad, Mundy Sport, Imporbuenaño, Humberto Garcés y por último Lafayette entre otros.



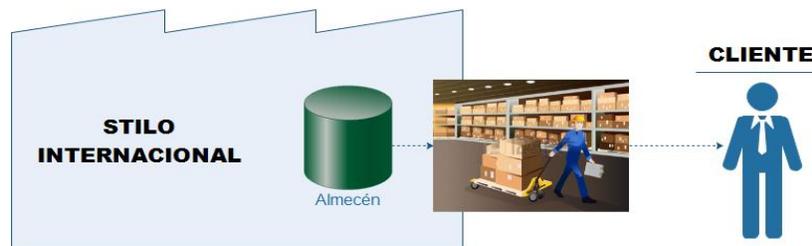
El proceso comienza con generar un pedido estimando la cantidad necesaria de tela y demás materiales a necesitarse en la confección de artículos y ropa deportiva, una vez echo ello los distribuidores tramitan la orden y determinan el tiempo estimado de entrega y se pone en marcha, hasta que llega a la empresa estilo internacional donde será almacenada para hacer uso de la misma.

Logística de producción: no es más que los movimientos que se gestionan conforme a los procesos de producción, mediante la logística se prevé la adquisición, el movimiento, el almacenamiento y control así como el flujo de la información, tanto en los canales de organización como de distribución con el único objetivo de maximizar la rentabilidad tanto en el presente como en el futuro estableciendo una reducción en los costes.



Se ha podido identificar siete áreas donde se gestionan los datos y descansa la materia al mismo tiempo que es procesada: todo empieza con una orden de pedido por parte del cliente en la que se especifican las características y condiciones del producto, luego se emiten las ordenes tanto al departamento de matrices como a la bodega donde se encargan de determinar las características que asumirá el producto, las cuales tendrán que pasar por las distintas áreas de corte, sublimado, estampado, bordado, de confección, control de calidad y empaquetado, al igual que por los puntos de almacenamiento, para las disposiciones pertinentes, existen dos áreas de almacenamiento, la bodega donde se aprovisiona la materia prima para el respectivo procesamiento y el almacén, donde se compilaran los productos terminados los mismos estarán disponibles para ser entregados.

Logística de distribución: en esta última zona se describe el trayecto del producto terminado desde que ha abandonado el último proceso productivo hasta los puntos de consumo o el consumidor final.



La empresa Stilo Internacional tan solo cuenta con un solo tipo de distribución la misma que es de forma directa, esto quiere decir que una vez el producto fue empaquetado ya que es el último proceso al que se somete, posteriormente se almacena hasta que el cliente solicite o se acerque a las instalaciones a recoger el producto terminado, de tal forma la empresa gestione la entrega del mismo de forma directa y personal.

4.14. Marketing

De momento la empresa Stilo internacional no cuenta con ningún estudio o departamento asignado a determinar las técnicas o estrategias comerciales que generen valor abstracto, sin embargo, presentan cierto carácter o una disposición nada convencional con la que llevan algunos aspectos cómo el producto y el precio, han hecho que de alguna forma obtengan una diferencia técnica o metodológica con la que aún permanecen en el mercado lojano pese a la excesiva competencia y el bajo crecimiento del sector textil.

4.15. Análisis de productos de mayor rotación

Para la empresa Stilo Internacional es indispensable determinar los productos con mayor rotación debido a que estos presentan un ritmo muy elevado de entradas y salidas, los cuales se pueden identificar mediante la frecuencia y la cantidad con que venden y se ven reflejados en la facturación también mediante el registro de abastecimiento de la materia prima, todo esto es necesario para poder determinar la importancia de la especialización y la logística con que se van a manejar estos productos los cuales servirán como base del desarrollo para la empresa en cuestión.

Se pudo identificar que el producto estrella y de mayor rotación son los uniformes deportivos que constan de camisa, pantaloneta, chompa y calentador, por ello es que la empresa Stilo Internacional determina sus funciones y logística a la fabricación de estas prendas en particular, la distribución física al igual que la logística de la empresa esta adecuada especialmente para llevar a cabo la fabricación de estas prendas por ello es que actualmente la empresa se identifica como una de las primeras en esta actividad en el mercado local, cabe recalcar que los productos tanto de rotación media como bajo no son descuidados debido a que se encuentran o se producen bajo la misma cadena productiva textil y se someten a los mismos procesos productivos.

4.16. Infraestructura física

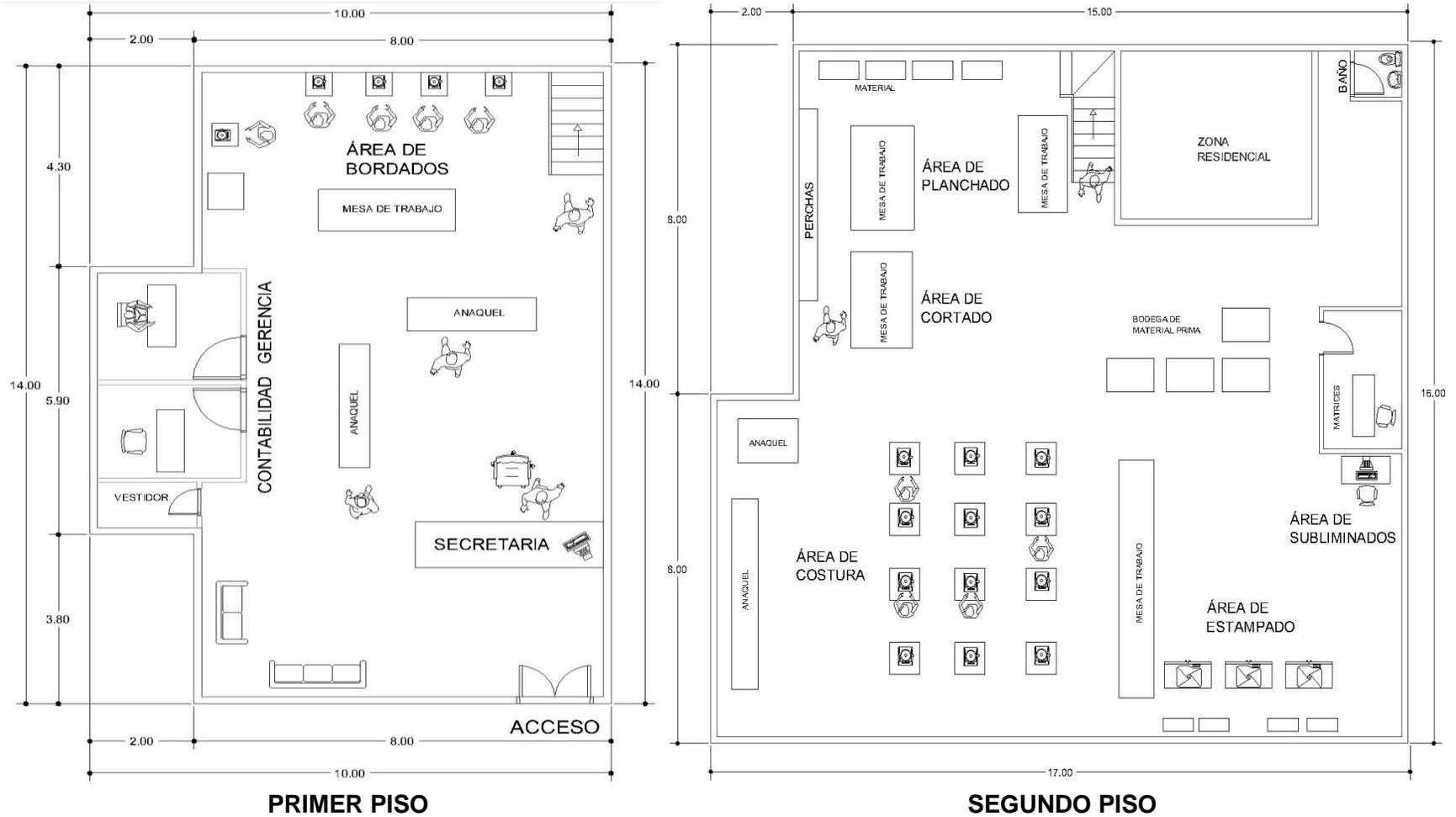


Figura N° 29. Infraestructura física de la empresa Stilo Internacional.
Elaboración: El autor.

4.17. Ingresos y gastos

En este punto se establecerá un análisis horizontal de los balances generales y de los estados de resultados, con los cuales se prevé determinar las variaciones absolutas como relativas de las cuentas financieras en las que incurra la empresa, de tal forma poder definir el incremento o la disminución de las mismas, con el fin de adoptar una idea más clara de los cambios y los procesos de la empresa Stilo internacional, con el objetivo de localizar los errores en el manejo de los procesos tanto administrativos como de producción, con el cual se podrán tomar medidas correctivas.

Se observa que es un balance general muy específico, con un número de cuentas moderado debido a que no existen muchos movimientos financieros dentro de la empresa.

Tabla Nº 15. Análisis horizontal de los balances generales de los años 2014 y 2015.

| BALANCE GENERAL - ANÁLISIS HORIZONTAL | | | | |
|--|-------------------|-------------------|------------------------------|------------------------------|
| STILO INTERNACIONAL | | | | |
| AL 31/12/ 2014 - 2015 | | | | |
| Cuentas | 31/12/2014 | 31/12/2015 | Variaciones absolutas | Variaciones relativas |
| ACTIVOS | | | | |
| ACTIVO CORRIENTE | 5.869,00 | 6.916,40 | 1.047,40 | 18% |
| Caja | 2.715,00 | 3.758,40 | 1.043,40 | 38% |
| Banco de Loja | 3.154,00 | 3.158,00 | 4,00 | 0% |
| ACTIVO EXIGIBLE | 4.158,00 | 8.957,00 | 4.799,00 | 115% |
| Cuentas por cobrar | 4.158,00 | 8.957,00 | 4.799,00 | 115% |
| ACTIVO REALIZABLE | 18.254,00 | 20.158,00 | 1.904,00 | 10% |
| Inventario de mercadería | 18.254,00 | 20.158,00 | 1.904,00 | 10% |
| ACTIVO FIJO | 201.313,48 | 201.313,48 | - | 0% |
| Muebles de oficina | 500,00 | 500,00 | - | 0% |

| | | | | |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------|
| Deprec.Acum.Muebles de Oficina | -50,00 | -50,00 | - | 0% |
| Herramientas | 1.500,00 | 1.500,00 | - | 0% |
| Deprec.Acum.herramientas | -15,00 | -15,00 | - | 0% |
| Maquinaria y equipo | 39.475,00 | 39.475,00 | - | 0% |
| Deprec.Acum.Maquinaria y Equipo | -3.947,00 | -3.947,00 | - | 0% |
| terreno | 25.000,00 | 25.000,00 | - | 0% |
| Edificio | 141.595,48 | 141.595,48 | - | 0% |
| Deprec.Acum.Edificio | -2.745,00 | -2.745,00 | - | 0% |
| TOTAL ACTIVO | 229.594,48 | 237.344,88 | 7.750,40 | 3% |
| | | | | |
| PASIVO | | | | |
| PASIVO CORTO PLAZO | 90.269,00 | 44.642,98 | -45.626,02 | -51% |
| | | | | |
| Cuentas por pagar | 2.514,00 | 3.314,00 | 800,00 | 32% |
| Cuentas por pagar al Banco de Loja | 80.345,00 | 33.686,99 | -46.658,01 | -58% |
| Otros | 7.410,00 | 7.641,99 | 231,99 | 3% |
| TOTAL PASIVO | 90.269,00 | 44.642,98 | -45.626,02 | -51% |
| | | | | |
| CAPITAL | 139.325,48 | 192.701,90 | 53.376,42 | 38% |
| Capital | 125.325,24 | 168.360,04 | 43.034,80 | 34% |
| Utilidad del ejercicio | 14.000,24 | 24.341,86 | 10.341,62 | 74% |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMINIO | 229.594,48 | 237.344,88 | 7.750,40 | 3% |

Elaboración: Valarezo, Wendy.

En general existe un crecimiento poco alentador de los activos corrientes del 18% en el periodo 2015, debido a esto también existe un crecimiento del 38% de la cuenta Caja ya que el efectivo que circula de forma constante es productos del incremento habitual de las ventas y con el cual también se cubren algunos costos y gastos rutinarios.

En la cuenta banco no ha existido ninguna variación relevante desde el 2014 hasta el 2015 ya que tan solo se han acreditado \$ 4,00 dólares, esto determina el poco nivel de ahorro a corto plazo que posee en la actualidad.

Aún más alarmante son las cuentas por cobrar las cuales han incrementado en un 115% que suman un monto de \$ 4.799,00 se estima que es debido a la crisis financiera por la cual está trascurriendo el país en general y que debería hacerse una recuperación de cartera.

Existe un crecimiento moderado debido al total del activo ya que en el 2014 contaron con \$ 229.594,48 y en el 2015 cuenta con un monto de \$ 237.344,88 esto es un aumento del 3%, debido al crecimiento de sus operaciones productivas y el sector textil en general.

En cuanto a los pasivos, se pudo evidenciar una baja considerable de los mismos ya que para el 2015 en los pasivos de corto plazo existió una reducción del -51% esto determina que la empresa se ha preocupado por cubrir deudas a terceros el cual lo ha manejado de forma correcta.

Por último, la utilidad del ejercicio ha sido muy satisfactoria y considerable en el año 2015 ya que ha crecido en un 74% esto termina el buen papel que desempeña la empresa pese al bajo crecimiento del sector y la economía, de alguna forma sus actividades rinden buenos resultados tanto para la empresa como para la economía de la ciudad, región y del país.

Tabla Nº 16. Análisis horizontal de los estados de resultados de los años 2014 y 2015.

| ESTADO DE RESULTADOS – ANÁLISIS HORIZONTAL | | | | |
|---|-------------------|-------------------|------------------------------|------------------------------|
| STILO INTERNACIONAL | | | | |
| AL 31/12/ 2014 - 2015 | | | | |
| Cuentas | 31/12/2014 | 31/12/2015 | Variaciones absolutas | Variaciones relativas |
| | | | | |

| | | | | |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------|
| INGESOS OPERACIONALES | | | | |
| VENTAS NETAS | 188.600,40 | 190.537,69 | 1.937,29 | 1% |
| | | | | |
| GASTOS OPERACIONALES | | | | |
| COMPRAS | 85.458,00 | 97.337,33 | 11.879,33 | 14% |
| Gastos sueldos | 53.228,85 | 51.754,55 | -1.474,30 | -3% |
| Gastos Depreciaciones | 4.185,31 | 7.675,08 | 3.489,77 | 83% |
| OTROS GASTOS | 23.578,00 | 35.000,00 | 11.422,00 | 48% |
| GASTOS FINANCIEROS | | | | |
| Gastos Intereses | 8.150,00 | 5.928,87 | -2.221,13 | -27% |
| | | | | |
| TOTAL DE GASTOS | 174.600,16 | 166.195,83 | -8.404,33 | -5% |
| | | | | |
| UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO | 14.000,24 | 24.341,86 | 10.341,62 | 74% |

Elaboración: Valarezo, Wendy.

Es evidente el bajo crecimiento que se ha producido en la cuenta ventas ya que para el 2015 tan solo ha crecido en un 1%, esto se debe al poco poder adquisitivo que presentan las personas, debido a la repentina caída de la economía así como el bajo crecimiento en el sector textil que persistió en la región.

El total de los gastos operacionales se ven elevados en un 5% para el año 2015, debido a la inflación natural, la misma que se ve reflejada en los sueldos, los servicios básicos y de mantenimiento de los equipos o maquinaria textil, el incremento de estos gastos también es debido a las políticas transitorias de importación.

Sin duda otra de las cuentas que ya vimos anteriormente, es la de utilidad del ejercicio en la cual persiste un incremento del 74% para el 2015, tomando un valor de \$ 24.341,86 en comparación al 2014 que fue de \$ 14.000,24, por esa razón se enfatiza la buena gestión que ha presentado en este último periodo la empresa Stilo Internacional en lo concerniente a la industria textil.

4.18. Canales de comercialización

En la empresa Stilo Internacional se pueden identificar tan solo dos tipos de comercialización entre los cuales están la venta directa y call center, debido a esto la cobertura de clientela es muy limitada, hasta el día de hoy la empresa ha mantenido estos canales tradicionales considerando ser una empresa medianamente funcional. Con el fin de cubrir mercados mucho más amplios y captar clientes potenciales a nivel local, nacional e internacional se prevé la implementación de nuevos canales de comercialización que se ajusten al tipo de empresa y producto, por ello se ha considerado de prioridad la implementación de una página Web y la incorporación de redes sociales como:

Página Web: como parte de la vinculación y de apoyo a la empresa Stilo Internacional se ha diseñado e implementado una página web en la que se disponen los productos y servicios textiles de manera oportuna, con el fin de ser competitivos y mostrar sus propuestas al mercado local, nacional e internacional, por esa razón ahora Stilo Internacional dispone del siguiente sitio web (<http://stilo-internacional9.webnode.es/>).

Facebook: es una red social conocida en todo el mundo, presenta el mayor número de usuarios, en la cual se abre una cuenta empresarial con el nombre de la empresa Sitio Internacional disponible en (<https://www.facebook.com/stiloropadevortiva/?fref=ts>) la cual se maneja y trabaja como otro canal de comercialización en la cual se exponga de manera transparente la empresa y brinde tanto sus productos y servicios al mercado en línea.

4.19. Oportunidades comerciales

4.19.1. Principales mercados nacionales.

Es un gran reto participar y generar competitividad en la industria textil nacional, pero sin embargo se ven algunas características potenciales las cuales se pueden aprovechar para incorporarse en algunos mercados, la mayoría de empresas textiles se encuentran ubicadas en provincias como Pichincha Tungurahua, Azuay y Guayas, eso no cubre todo el amplio espectro nacional, donde entraría la empresa Stilo Internacional, evidentemente, en la región 7 del Ecuador donde se ubican las provincias de El Oro y Zamora Chinchipe, así como en las provincias de Chimborazo y Manabí donde no hay o es muy baja la actividad textil, se podrían generar alianzas estratégicas, canales de comercialización y distribución donde se incorpore a los mercados nacionales, de esta

forma, se pueda confeccionar y fabricar de manera industrial, para satisfacer las necesidades de un amplio grupo de personas en una extensión de territorio mayor, en el cual tendría mayor accesibilidad y determinara el desarrollo sustentable para la empresa

Tabla N° 17. Provincias con mayor actividad textil del Ecuador 2010.

| PROVINCIA | N° DE EMPRESAS | % PARTICIPACIÓ |
|------------------|-----------------------|-----------------------|
| Pichincha | 182 | 55,70% |
| Guayas | 71 | 30,90% |
| Azuay | 14 | 6,10% |
| Tungurahua | 7 | 3,00% |
| Imbabura | 5 | 2,20% |
| Cotopaxi | 2 | 0,90% |
| Chimborazo | 1 | 0,40% |
| El Oro | 1 | 0,40% |
| Manabí | 1 | 0,40% |
| TOTAL | 230 | 100% |

Fuente: Villena, 2010.

Elaboración: Eco. Villena, María.

4.19.2. Principales mercados internacionales.

La empresa Stilo internacional ya ha experimentado en el campo de las exportaciones debido a que en numerosas ocasiones ha tenido la oportunidad de exportar sus productos a países como España, Londres y Estados Unidos cabe destacar que tan solo se han hecho bajo pedido exclusivo pero ya presenta cierto conocimiento adquirido el cual puede utilizar y desarrollar para exportar de forma permanente y considerable.

Existen algunos acuerdos multilaterales, uniones aduaneras y acuerdos comerciales preferenciales que permanecen vigentes y se podrían aprovechar para incorporarse en nuevos mercados internacionales ya que se determinan preferencias arancelarias para los productos, maquinaria e I+D en el sector textil, en el año 2015 los países a los que mayor cantidad de productos textiles se exportó fueron:

Tabla N° 18. Países con el mayor nivel de importación de productos textiles desde Ecuador.

| BLOQUE ECONÓMICO (Solo Uso Textil) | EXPORTACIONES | |
|---|----------------------|-------------------|
| | 2015 | |
| | TON. | FOB. |
| Comunidad Andina | 10,838.864 | 46,701.751 |
| MERCOSUR | 1,748.949 | 8,065.101 |
| Resto NAFTA | 991.381 | 7,283.387 |
| Chile | 759.165 | 5,588.679 |
| Estados Unidos | 453.241 | 5,497.234 |
| Unión Europea | 173.280 | 2,777.574 |
| CAFTA-DR | 138.763 | 1,122.500 |
| Otros | 131.940 | 1,041.615 |
| Panamá | 119.745 | 938.587 |
| Resto Asia | 38.009 | 136.482 |
| china | 0.056 | 0.443 |
| Total general | 15,393.392 | 79,153.352 |

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Elaboración: Departamento Técnico AITE.

Al observar la tabla N°.20, podemos determinar que sin duda la comunidad andina en donde se encuentran países fronterizos como, Perú y Colombia podrían ser un potencial económico en función de la industria textil, ya que los costes de comercialización se verían reducidos por la cercanía de los mismos, los acuerdos multilaterales, presentan un mercado y una cultura similar y por último considerando que nuestro potencial comercia ha sido uno de los más altos en estos últimos años.

Como segunda opción se puntualizaría a mercados que conforman el MERCOSUR, RESTO NAFTA, y países como Chile y Estados Unidos que son mercados internacionales que no se pueden descartar, en los cuales se puede incurrir y establecer potencialidades económicas en cuanto a la industria textil.

CONCLUSIONES

La industria textil del Ecuador ha sido limitada por algunos acontecimientos políticos y económicos desde la colonia, sin embargo, existen provincias que han sabido aprovechar los centros y mercados de economía, entre las provincias con mayor producción textil esta Pichincha con el 45.99%, y Chimborazo que posee el 15.02% de la actividad textil artesanal, factores como geografía, infraestructura, tecnología, capital e inversión y consumo permite el considerable desarrollo, también se observa un crecimiento corriente del 4.0% en el país, el más alto de la zona andina.

La política industrial la cual determina los incentivos del sector, la articulación de instrumentos como las agendas zonales y la matriz productiva así como los organismos tales como el MIPRO, COMEX e IEPS, confirman las buenas intenciones de mejorar y generar un desarrollo sustentable en cuanto al sector, mediante el fortalecimiento de los instrumentos de control, manejo y apoyo a la industria textil, con la cual se prevé cambian la matriz productiva, creando y mejorando la línea de producción y el encadenamiento de la industria textil.

El sector textil de la ciudad de Loja presenta graves problemas, debido a que carece de conocimiento, técnicas e instrumentos que le permita crear y desarrollar áreas gerenciales, de producción, financieras, de marketing y de ventas, el 76% presentan un tipo de liderazgo autocrático vertical, en el mismo sector el 48% presenta a un tipo de industria familiar, la de menor crecimiento, de tal manera que el 85% de su producción se destinan al consumo interno, estableciendo la baja competitividad y escasa producción textil, en cuanto se refiere a filosofía empresarial un promedio del 73% no presenta misión, visión, valores ni cultura organizacional, por último, el 96% del sector tampoco emplea instrumentos organizativos.

Stilo Internacional una empresa medianamente estable representativa de la ciudad de Loja, con una producción anual de \$190.537,69 dólares en el año 2015, una de las más sobresalientes del sector textil local, siendo así un modelo eficaz a seguir, presenta ciertas herramientas y sapiencias que le han permitido subsistir y sobrellevar las adversidades del mercado textil.

RECOMENDACIONES

Es de suma importancia desarrollar una economía flexible y de escala en cuanto a la industria textil, de igual forma, hay que establecer una industrial sustentable que permita fortalecer las zonas ajenas a Guayaquil y Pichincha, descentralizando los factores de producción, donde las demás provincias tengan la oportunidad de incurrir en esta actividad, potencializando al sector textil y al país en general.

La implementación de más políticas, instrumentos y entidades dirigidas y descentralizadas al sector textil para el cambio de la matriz productiva, los cuales ayuden, promuevan y fortalezcan los campos de la innovación y el desarrollo con los cuales se pueda establecer un encadenamiento productivo, también se deberían crear más incentivos para que los emprendedores y empresas textiles puedan acceder a los mercados nacionales e internacionales.

Es necesaria la creación de una institución que represente, promueva y proteja los intereses del sector textil en la ciudad de Loja, con la finalidad de aportar nuevas destrezas y conocimientos a las empresas textileras, mediante talleres, conferencias, cursos y asesoramiento individual para determinar las herramientas y procesos administrativos y de producción los cuales deberían ser potencializados.

La empresa Stilo Internacional debería instalar nueva tecnología en el campo de la producción, la comunicación y los canales de comercialización y distribución, abriendo nuevas posibilidades y permitiéndole incorporarse en mercados nacionales e internacionales, en los cuales puedan ofrecer nuevos productos, y también le permitirá brindar con mayor amplitud sus servicios.

BIBLIOGRAFÍA

- Araque, W. (20 de Diciembre de 2015). *El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones - COPCI*. Obtenido de http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/COPCI_W_ARAQUE.pdf
- Asamblea Nacional del Ecuador . (29 de Diciembre de 2010). *Registro Oficial Organo del Gobierno del Ecuador* . Obtenido de Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.: <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec050es.pdf>
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador [AITE]. (2015). *Industria Textil*. Recuperado el 10 de 11 de 2015, de Historia y Actualidad: <http://www.aite.com.ec/industria-textil.html>
- Ballén, X. R. (7 de 2012). *unal.edu.co*. Obtenido de GUÍA ANÁLISIS PEST: http://www.bogota.unal.edu.co/planeacion/download/herramientas-metodologia/Guia_Analisis_PEST.pdf
- Banco Central del Ecuador (BCE. (2014). *bce.fin.ec*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/293-cuentas-provinciales>
- Banco Central del Ecuador (BCE) . (2016). *bce.fin.ec*. Obtenido de Banco Central del Ecuador : <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/293-cuentas-provinciales>
- Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa [FLACSO - MIPRO]. (Diciembre de 2011). *Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES*. Recuperado el 13 de 11 de 2015, de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/bc0c28zhw1qd44db7yor1ux67pdzje.pdf>
- Comité de Comercio Exterior [COMEX]. (2015). *Que es COMEX*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior: <http://comex.ec/que-es-el-comex/>
- Cuvi, N. (Abril de 2011). *Auge y decadencia de La fábrica de hilados y tejidos de algodón la industria, 1935-1999*. Recuperado el 12 de 11 de 2015, de Revista Ecuatoriana de Historia: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3046/1/04-ES-Cuvi-s.pdf>
- Dominguez, E. A. (5 de 2011). *DIAGRAMACIÓN*. Obtenido de <http://documents.tips/business/presentacion-inicial-diagramacion-y-tipos-de-diagramas.html>
- Ekos. (07 de Diciembre de 2015). *El portal de negocios del Ecuador*. Obtenido de Industria textil: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>
- Ekos. (07 de Diciembre de 2015). *EL PORTAL DE NEGOCIOS del Ecuador*. Obtenido de Industria textil: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>
- Ekosnegocios. (Septiembre de 2015). *La Industria en Ecuador*. Obtenido de EkosNegocios.com: <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1300.pdf>

- Enríquez, C. (15 de Enero de 2015). *Mayores aranceles para 588 partidas empesaron a regir*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/aranceles-partidas-maquinaria-sector-textil.html>
- Hernández y Ullauri, (. (2010). *FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS*. Obtenido de Escuela de Economía.
- Hintze, D. J. (1999). *enap.gub.uy* . Obtenido de Administración de Estructuras Organizativas:
<http://enap.gub.uy/onsc1/images/stories/Publicaciones/RevistaONSC/r37/37-8.pdf>
- INEC. (16 de Octubre de 2012). *Infoeco/omia*. Obtenido de Análisis Sectorial:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info6.pdf>
- Instituto nacional de Economía Popular y Solidaria [IEPS]. (Diciembre de 2013). *Informe de Gestion diciembre de 2013*. Obtenido de
<http://www.economiasolidaria.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/Informe-Gestion-IEPS-2013-f.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2010). *ecuadorencifras*. Obtenido de Fascículo Provincial de Loja: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/loja.pdf>
- Legiscomex. (12 de 3 de 2014). *Textiles y Confecciones en Ecuador*. Recuperado el 11 de 14 de 2015, de
<http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/estudio-textil-confecciones-ecuador-listo.pdf>
- Ministerio de Industrias y Productividad [MIPRO]. (2009). *Política Industrial del Ecuador 2008 - 2012*. Obtenido de
<http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/POLITICA%20INDUSTRIAL%20DE L%20ECUADOR%202008-2012.pdf>
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y competitividad. (20 de Diciembre de 20015). *“Políticas de Comercio Exterior para Incentivar el Mercado Nacional del Sector Textil”*. Obtenido 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 de Comercio Exterior (COMEX). (Diciembre de 2015). *Secretario Técnico* . Obtenido de <http://comex.ec/secretario-tecnico/>
- Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO). (2011). *Plan Estratégico Institucional 2011-2013*. Obtenido de http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Plan_Estrat%C3%A9gico_2013.pdf
- Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO). (Noviembre de 2015). *Sistema de Indicadores para la Micro, Pequeña y mediana Empresa, basado en el censo del 2010* . Obtenido de <http://aplicaciones.mipro.gob.ec/simipro/>
- More, C. H. (20 de 5 de 2012). *es.slideshare.net*. Obtenido de Innovación y Desarrollo del Producto : <http://es.slideshare.net/CarlosHernandez30/innovacin-y-desarrollo-de-producto-v21>

- Moreno, D. C. (2012). *planifadminist.files.wordpress.com*. Obtenido de Planificación y Administración: <https://planifadminist.files.wordpress.com/2013/08/teoria-sobrematriz-efe-efi.pdf>
- Naciones Unidas. (2009). *Departamento de Asuntos Económicos y Sociales (División de Estadística)*. Obtenido de http://unstats.un.org/unsd/publication/seriesM/seriesm_4rev4s.pdf
- Porter, M. E. (1997). *sc.ehu.es*. Obtenido de EL ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS: <http://www.sc.ehu.es/oewhesai/Porter-en%20indarren%20kapitulua.pdf>
- PRO ECUADOR. (12 de 2012). *ANÁLISIS SECTORIAL DE TEXTILES Y CONFECCIONES*. Recuperado el 12 de 11 de 2015, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf
- Promove Consultoría e Formación (SLNE). (2012). *ferrol.es*. Obtenido de Cómo elaborar el análisis DAFO: http://www.ferrol.es:8080/activateenelcentro/fotos/biblioteca/CPX_ComoelaborarAnalisisDAFO_cas.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). (2010). *Agenda Zonal para el Buen Vivir*. Obtenido de http://www.utmachala.edu.ec/archivos/siutmach/documentos/centro_investigacion/DOMINIOS%20TECNICOS%20CIENTIFICOS%20Y%20HUMANISTAS/4.%20AGENDA%20ZONAL%207.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). (2012). *Transformación de la Matriz productiva, Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano*. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). (Julio de 2013). *Agenda Zonal 7 (2013-2017)*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/191988715/Agenda-Zonal-7-2013#scribd>
- Secretaría nacional de Planificación y desarrollo. (2013). *Buen Vivir Pnan nacional*. Obtenido de Objetivo 10 : <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2013-2017-Objetivo-10.pdf>
- Secretaría Técnica del Comité Interinstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva. (Marzo de 2015). *Estrategia Nacional para el cambio de la Matriz Productiva*. Obtenido de <http://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2014/04/ENCMPweb.pdf>
- Servicio de Rentas Internas del Ecuador (SRI). (10 de 8 de 2016). *sri.gob.ec*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- Vidas, A. A. (02 de 2002). *Memoria Textil e Industrial del Rescerdo en los Andes*. Recuperado el 10 de 11 de 2015, de Identidadaes a prueba del turismo Perú, Bolivia y Ecuador:

<https://repository.unm.edu/bitstream/handle/1928/11600/Memoria%20textil%20e%20industria%20del%20recuerdo.pdf?sequence=1>

Villena, M. (7 de 2010). *media.peru.info*. Obtenido de Oportunidades comerciales de prendas de vestir en Ecuador:
<http://media.peru.info/PROMO/2010/AmericadelSur/Oportunidades%20comerciales%20para%20las%20prendas%20de%20vestir%20en%20Ecuador.pdf>

ANEXOS

CARTA COMPROMISO DE CONFIDENCIALIDAD

Loja, 28 de Septiembre de 2015

Estimado(a)

GERENTE DE LA EMPRESA TEXTIL “.....”

Presente.-

De mi consideración:

Reciba un cordial y atento saludo de parte de la Titulación de Administración de Empresas de la Universidad Técnica Particular de Loja, modalidad Abierta y a Distancia.

Por medio del presente, tengo a bien comunicar que nos encontramos desarrollando un proyecto de investigación nacional titulado “Sistemas de organización y administración de la industria textilera en la región andina ecuatoriana, año 2015” cuya información nos servirá como punto de partida en la propuesta de estrategias de desarrollo para el sector textil. Razón por la cual, solicito muy comedidamente, su ayuda y autorización para el estudiante (nombre del estudiante), con cédula No....., realice la aplicación de una encuesta a usted o al directivo que usted tenga a bien designar.

Cabe indicar que desde la Titulación y el estudiante establecemos un compromiso de confidencialidad irrestricto, respecto al levantamiento y tratamiento de la información obtenida a través de la presente encuesta.

Si por algún motivo faltásemos a cualquiera de nuestros compromisos, aceptamos nuestra responsabilidad adquirida.

Mgs. Diana Espinoza Torres

COORDINADORA DE LA TITULACIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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.....

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/cámara a la que pertenece la empresa | | | |

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

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

| Materia prima | Materia prima: Mercado Local | Materia prima: Mercado Nacional | Materia prima: Mercado Internacional |
|------------------|---------------------------------|------------------------------------|--|
| | | | |

| | | | |
|--------------------|--|--|--|
| Proveedores | | | |
| 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:

Matriz de decisión para seleccionar empresa de la industria textil

Metodología para la selección de caso

Determinar la empresa para el estudio de caso considerando lo siguiente:

A: Menores o iguales a 20 empresas encuestadas. Pasar directamente al proceso de la matriz de decisión con todas las empresas.

B: Mayores a 20 empresas encuestadas. Filtrar la información de acuerdo a los siguientes parámetros.

1. Saberes ancestrales: Filtrar las empresas que si poseen saberes ancestrales (Base de datos). En caso de no existir empresas con saberes ancestrales, pasar al siguiente paso.
2. De las empresas que poseen saberes ancestrales, filtrar el volumen de ventas total (local, nacional e internacional) y seleccionar las 10 empresas con un mayor volumen. Estas empresas son los elementos de análisis que formarán la matriz de decisión.

Cuadro 1: Matriz de decisión para seleccionar estudio de caso

| <i>Crterios y sus ponderaciones</i> | <i>Puntaje para cada empresa</i> | | | | |
|---|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | <i>Empr esa 1</i> | <i>Empr esa 2</i> | <i>Empr esa 3</i> | <i>Empr esa 4</i> | <i>Empre sa 5...</i> |
| • Total de ventas (25%) Volumen de ventas (1 al 25 de acuerdo al ingreso de cada empresa, la de mayor ingreso tendrá una ponderación de 25% y se realiza una ponderación proporcional mediante una regla de 3 para ponderar los restantes). | | | | | |
| • Ventas Mercado internacional (10%) Volumen de ventas (1 al 10 de acuerdo al ingreso de cada empresa, la de mayor ingreso tendrá una ponderación de 10% y se realiza | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| <p>una ponderación proporcional mediante una regla de 3 para ponderar los restantes).</p> | | | | | |
| <p>• Personal (20%)</p> <p>Cantidad total de personal (1 al 20 de acuerdo a la cantidad de empleados, la empresa de mayor cantidad tendrá una ponderación de 20% y se realiza una ponderación proporcional mediante una regla de 3 para ponderar los restantes)</p> | | | | | |
| <p>• Proveedores de materia prima local (15%)</p> <p>Promediar el porcentaje de materia prima local entre todos los productos. La empresa de mayor porcentaje tendrá una ponderación de 15% y realiza una ponderación proporcional mediante una regla de 3 para ponderar los restantes)</p> | | | | | |
| <p>• Proveedores de materia prima nacional (10%)</p> <p>Promediar el porcentaje de materia prima nacional entre todos los productos. La empresa de mayor porcentaje tendrá una ponderación de 10% y realiza una ponderación proporcional mediante una regla de 3 para ponderar los restantes)</p> | | | | | |
| <p>• Certificación de calidad (10%)</p> | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| <p><i>Si tienen certificación tendrá el 10%, si están proceso el 5%, si no tiene 0%</i></p> | | | | | |
| <p>• Planificación estratégica (10%)</p> <p><i>Si tiene un documento de planificación estratégica tendrá el 10%, si está proceso el 5%, si no tiene 0%</i></p> | | | | | |
| <p>Puntaje total (100)</p> | | | | | |

Fuente: Equipo de investigación UTPL Proyecto "Industria Textil"

Utilizando la matriz de decisión se elige la empresa con mayor ponderación para realizar el estudio de caso.