



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Organización y administración de la industria textilera en la provincia
del Cañar, año 2016, análisis de caso/Proyecto Macro.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTOR: Solano Guamán, Wilson Luciano

DIRECTOR: Ríos Zaruma, Julio Alberto, Ms.

CENTRO PROVINCIAL MACHALA

2017



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>

2017

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 provincia de Cañar, año 2016, análisis de caso/Proyecto Macro**, realizado por **Solano Guamán Wilson Luciano** ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, febrero de 2017

f).....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Solano Guamán Wilson Luciano declaro ser autor del presente trabajo de titulación: Organización y administración de la industria textilera en la provincia de Cañar, año 2016, análisis de caso/Proyecto Macro, de la Titulación de Ingeniero en Administración de Empresas, siendo el Mgs. 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”

.....

Solano Guamán Wilson Luciano

C.C.:**0703093856**

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo investigativo a mi querida esposa Gabriela, que ha sido mi fuente constante de ánimo para seguir adelante, mi razón de vida. A mis hermanas Vicky, Ketty, a mi hermano Santiago, esto también es por ustedes.

A mis Sobrinas Camila, Martina, Kristel, Sussan y a mi querido sobrino Mattia.

Al pueblo pujante de Cañar y sus futuras generaciones, que en el desarrollo de la presente, me brindo su cálida hospitalidad y aportó con información valiosa que será para ellos y al resto del país, soporte, para conocer su legado y resaltar su valor cultural y tradición en nuestro país, y para que esta nunca desaparezca.

A ellos dedico esta tesis, desde el fondo de mi corazón.

Wilson Luciano Solano Guamán

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento a la Universidad Técnica Particular de Loja UTPL por haberme dado la oportunidad de haberme formado profesionalmente y aportar con mis conocimientos al desarrollo del país.

A mi querida Gabrielita, que con su amorosa comprensión y bondad me dio el ánimo para terminar lo que un día empecé.

A la Eco. Dayanara Villafuerte por su confianza depositada en mí, y adoptarme como su estudiante.

A mi tía Ing. Ximena Valarezo por su generoso tiempo, consejos y ayuda en mis estudios universitarios.

Wilson Luciano Solano Guamán

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
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO.....	14
ABSTRACT.....	15
INTRODUCCIÓN.....	16
CAPÍTULO I.....	19
1. HISTORIA DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL ECUADOR.....	19
1.1 Preámbulo a la historia de la industria textil.....	20
1.2 Historia de la industria textil en el Ecuador.....	20
1.3 Antecedentes generales.....	20
1.4 Ubicación geográfica de las industrias.....	21
1.5 Principales productos.....	25
1.6 Estadísticas: Evolución de la industria textil en los años (2010-2014).....	25
1.7 Importancia del sector textil en la economía ecuatoriana.....	26
CAPÍTULO II.....	28
2. ORGANISMOS E INSTITUCIONES DE APOYO A LA INDUSTRIA TEXTIL.....	28
2.1 Política industrial.....	29
2.2 Incentivos al sector textil: generales, sectoriales y específicos.....	30
2.3 Articulación de instrumentos con la política industrial.....	32
2.3.1 Plan nacional de desarrollo.....	32

2.3.2	Plan nacional del buen vivir (2013-2017).....	33
2.3.3	Agenda zonal para el buen vivir por zona de planificación.....	34
2.3.3.1	<i>Negocios actuales y potenciales y su peso relativo en Cañar.</i>	36
2.3.4	Matriz productiva.	37
2.4	Instituciones públicas de apoyo a la industria textilera.	39
2.4.1	Ministerio de industrias y productividad - MIPRO.....	40
2.4.2	Ministerio de comercio exterior: Comité de comercio exterior - COMEX.	41
2.4.3	Instituto de economía popular y solidaria – IEPS.....	42
2.5	Marco jurídico para inversiones.	43
2.5.1	Código de la producción: Principales características.	43
CAPÍTULO III.....		45
3.	LAS INDUSTRIAS TEXTILERAS EN LA PROVINCIA DE CAÑAR. ANÁLISIS SITUACIONAL, ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN.	45
3.1	Tipo de estudio.	46
3.2	Métodos de investigación.	46
3.3	Técnicas de recolección de datos.....	46
3.4	Metodología y datos.	47
3.5	Objetivo de la encuesta.....	48
3.6	Población y muestra.....	48
3.8	Diseño de la encuesta.....	51
3.9	Procesamiento y análisis de datos.....	53
3.5.	Análisis situacional de la industria textil en la provincia de Cañar.	53
3.5.1	Características de la provincia.	53
3.5.2	Perfil económico productivo.....	54
3.5.3	Descripción de productos elaborados por el sector.....	55
3.5.4	Ubicación geográfica del sector en el Ecuador (mapeo).	56
3.5.5	Análisis estadístico de la producción en la industria textil de la provincia. ...	59

3.5.6	Organizaciones gremiales del sector	59
3.10	Administración del sector textil	60
3.6.1	Estructura administrativa.	60
3.6. 1. 1	<i>Filosofía empresarial.</i>	61
3.6. 1. 2	<i>Instrumentos Organizativos.</i>	62
3.6. 1. 3	<i>Tipo de Liderazgo.</i>	63
3.6. 1. 4	<i>Planeación estratégica.</i>	64
3.6. 1. 5	<i>Plan operativo anual.</i>	64
3.6. 1. 6	<i>Área de producción.</i>	65
3.6. 1. 6. 1	<i>Productos textiles principales del Cañar.</i>	65
3.6. 1. 6. 2	<i>Volumen de producción.</i>	66
3.6. 1. 6. 3	<i>Técnica Fundamentada en Saberes Ancestrales.</i>	67
3.6. 1. 6. 4	<i>Certificados de calidad.</i>	68
3.6. 1. 7	<i>Área de marketing.</i>	69
3.6. 1. 8	<i>Financiero contable.</i>	71
3.6. 1. 9	<i>Recursos humanos.</i>	73
3.6. 1. 10	<i>Tecnología e innovación.</i>	76
CAPÍTULO IV.	78
4.	PROPUESTA DE INDUSTRIA TEXTIL DEL CAÑAR, CARLOS PÉREZ & CIA. ...	78
4.1	Antecedentes de la industria.....	79
4.2	Ubicación geográfica de la empresa propuesta a asociarse como industria textilera	80
4.3	Estructura legal.....	81
4.3.1	Régimen laboral.	81
4.4	Misión, visión, objetivos y filosofía empresarial.....	81
4.4.1	Misión.....	81
4.4.2	Visión.....	82

4.4.3	Objetivos.	82
4.4.4	Estrategias.	82
4.4.4.1	<i>Integración horizontal.</i>	82
4.4.4.2	<i>Comercialización.</i>	83
4.4.4.2.1	<i>Estrategia de diferenciación.</i>	83
4.4.4.3	<i>Liderazgo en costo.</i>	83
4.4.5	Filosofía empresarial.	84
4.5	Estructura organizativa.	84
4.5.1	Cargos del personal.....	86
4.5.1.1	<i>Junta de Accionistas.</i>	86
4.5.1.2	<i>Gerente general.</i>	86
4.5.1.3	<i>Asesor Jurídico.</i>	86
4.5.1.4	<i>Secretaria.</i>	87
4.5.1.5	<i>Gerente de Producción.</i>	87
4.5.1.5.1	<i>Supervisor de Calidad.</i>	88
4.5.1.5.2	<i>Supervisor de Producción.</i>	88
4.5.1.5.3	<i>Tejedoras.</i>	88
4.5.1.6	<i>Gerente de marketing y ventas.</i>	88
4.5.1.6.1	<i>Atención al cliente y ventas.</i>	89
4.5.1.7	<i>Gerente administrativo.</i>	89
4.5.1.7.1.	<i>Contador.</i>	90
4.5.1.7.2.	<i>Bodega.</i>	90
4.5.1.7.3.	<i>Compra de materia prima y exportaciones.</i>	90
4.6	Análisis Porter.	91
4.6.1.	Amenaza de entrada de nuevos competidores.	91
4.6.2.	Poder de negociaciones de los proveedores.....	92
4.6.3.	Poder de negociación de los consumidor.....	92

4.6.4. Amenaza de ingreso de productos sustitutos.....	92
4.6.5. Rivalidad entre industrias competidoras.....	92
4.7 Análisis P.E.S.T. (Político, Económico, Social y Tecnológico).	92
4.8 Análisis F.O.D.A	94
4.9 Matriz FODA con las estrategias	96
4.10 Proceso productivo de sombrero súper fino de paja toquilla.....	97
4.11 Infraestructura física.....	99
4.12 Canales de comercialización.....	100
4.13 Principales mercados internacionales.	100
CONCLUSIONES	101
BIBLIOGRAFÍA.....	104
ANEXOS.....	110

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Industrias textiles en Ecuador por provincias	22
Tabla 2 Clasificación de las empresas por estrato de personal ocupado*	23
Tabla 4 Principales productos fabricados en diferentes provincias del Ecuador.....	25
Tabla 5 Cañar negocios actuales y su peso relativo en la región	37
Tabla 6 Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU Rev. 4.0)	48
Tabla 7 Clasificación CIIU 4.0 Industria Textilera de la Provincia del Cañar.....	49
Tabla 8 Clasificación de Empresas Objeto de Estudio	52
Tabla 9 Población Económicamente Activa de la Provincia del Cañar	54
Tabla 10 Porcentaje de PEA del Cañar.....	55
Tabla 11 Clasificación CIIU 4.0 y sus Productos.....	56
Tabla 12 Asociación a las que pertenece los encuestados	60
Tabla 13 Matriz de Factores Internos (Fortalezas y Debilidades).....	95
Tabla 14 Matriz de Factores Externos (Oportunidades y Amenazas).....	96
Tabla 15 FODA y sus Estrategias	97

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Distribución, empleo y ventas por empresas del sector textil en Ecuador	24
Figura 2 Teñido con técnica Ikad	24
Figura 3 Evolución del sector textil en los últimos 5 años.....	26
Figura 4 Balanza comercial de la producción textil.....	27
Figura 5 Agenda Zonal	35
Figura 6 Mapeo de Sector Textil Provincia del Cañar (Azogues).....	57
Figura 7 Mapeo de Sector Textil de la Provincia del Cañar (La Troncal).....	57
Figura 8 Mapeo de sector textil en la Provincia del Cañar (Cantón Cañar).....	58
Figura 9 Mapeo del sector textil de la Provincia del Cañar (Borrero – Azogues) ..	58
Figura 10 Elementos filosóficos.....	61
Figura 11: Instrumentos organizativos	62
Figura 12: Tipo de liderazgo	63
Figura 13: Planificación estratégica	64
Figura 14: Porcentaje de POA en las empresas del Cañar.....	65
Figura 15: Principales CIU de Cañar.....	66
Figura 16: Volumen de producción anual	67
Figura 17: Uso de saberes ancestrales en la elaboración textil.....	68
Figura 18: Destino de la Producción.....	70
Figura 19: Volumen de venta anual.....	71
Figura 20: Generación de Utilidades	72
Figura 21: Principales fuentes de financiamiento.....	72
Figura 22: Personal total de la empresa	73
Figura 23: Nivel de formación académica en el área de producción	74

Figura 24: Formación académica del personal de producción.	75
Figura 25: Evaluación de desempeño.....	76
Figura 26: Uso de tecnología.....	77
Figura 27 Mapeo de Fundación Carlos Pérez & Compañía en Borrero - Provincia del Cañar.....	80
Figura 28 Organigrama propuesto para Carlos Pérez & Compañía	85
Figura 29 Modelo de Análisis Porter.....	91
Figura 30 Análisis Pest de Carlos Pérez & Compañía	93
Figura 31 Análisis FODA de Carlos Pérez & Compañía	94
Figura 32 Proceso de elaboración de sombreros de paja toquilla.....	98

RESUMEN EJECUTIVO

En la presente investigación se estudió la industria textilera en la provincia del Cañar, se inició con el levantamiento de información a través de la aplicación de encuestas a una muestra de 182 empresas, lo que permitió evidenciar que no existe en la provincia una empresa con producción textil a escala industrial, sin embargo se observó que existen PYMES dedicadas a esta actividad administradas por sus propietarios en base a sus conocimientos heredados de sus ancestros. La forma de organizarse y administrar sus negocios de manera formal aun con la llegada de la tecnología y globalización recién empieza a implementarse.

En las empresas del Cañar persiste la tercerización laboral con particularidades. Sastres y Modistas constituyen la mayor cantidad de empresas del sector textil. Se propuso la fusión de tres empresas dedicadas a la elaboración de sombreros de paja toquilla, éstas son administradas por el mismo gerente. Poseen una amplia experiencia en la fabricación de sombreros superfinos, en exportaciones y mantienen activos fijos que facilitan ostensiblemente la propuesta.

PALABRAS CLAVES: Industria textilera, sector textil, producción textil.

ABSTRACT

In the present investigation the textile industry was studied in the province of Cañar, began with the survey of information through the application of surveys to a sample of 182 companies, which made it possible to show that there is no company in the province with production Industrial scale, however it was observed that there are SMEs dedicated to this activity managed by their owners based on their knowledge inherited from their ancestors. The way to organize and manage your business in a formal way even with the advent of technology and globalization is just beginning to be implemented.

In the companies of the Cañar persists the labor outsourcing with particularities. Tailors and Dressmakers constitute the largest number of companies in the textile sector. It was proposed the merger of three companies dedicated to the manufacture of straw hats toquilla, these are administered by the same manager. They have extensive experience in the manufacture of superfine hats, in exports and maintain fixed assets that make the proposal ostensibly easier.

Key words: Industry textile, sector textile, production textile

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se la realizó con el objetivo de evidenciar la evolución y realidad de la industria textilera en la provincia de Cañar, analizando su organización y su régimen administrativo, para lo cual se utilizó como metodología a la técnica de la encuesta, la misma que fue aplicada a una muestra de 182 empresas tomadas de una población de 344, donde se evidenció que en esa provincia no existe industria textil, esta actividad se desarrolla en su mayoría por sus propietarios como negocios unipersonales. Dada la evidencia se plantea una propuesta de asociatividad como empresa en la rama textil bajo el nombre de “Industria Carlos Pérez & Compañía”. Centrando su objetivo en industrializarse y convertirse en una empresa líder del país, en la elaboración de sombreros de paja toquilla de tejido fino y ultra fino en modelos y diseños vanguardistas para su comercialización a nivel nacional e internacional, insertando el poder innovador en sus procesos, aprovechando el know-how de su *patrimonio* principal, sus hábiles accionistas.

Para lograr los objetivos planteados, el capítulo I parte con un estudio de la historia de la industria textil en el Ecuador, sus antecedentes desde sus inicios hasta la actualidad y su evolución desde el 2012 hasta junio 2015.

El capítulo II trata de los organismos e instituciones de apoyo a la industria textilera, desarrollo y aplicación de la política industrial con la contribución significativa del cambio en la matriz productiva en nuestro país, evidenciando un aporte muy importante en incentivos previstos en el marco jurídico para inversiones (COPCI), así como el Plan Nacional de Desarrollo y Plan Nacional del Buen Vivir, la política económica y su importancia en el proceso productivo con el análisis de los negocios actuales y potenciales y su peso relativo en Cañar.

El Capítulo III se investiga las industrias textiles en la provincia de Cañar, su análisis situacional, organizacional y administrativo, todo esto se logró en base a los resultados obtenidos con el trabajo de campo aplicado en la provincia antes mencionada.

Finalmente el capítulo IV se prioriza con una propuesta de asociatividad para la formación de una empresa textilera a la cual se la denomina “Industria Carlos Pérez & Compañía”, donde se expone cuál sería su estructura organizativa al igual que su misión,

visión, objetivos y filosofía empresarial, así como su ubicación geográfica, régimen laboral, estrategias de comercialización y ventas, finalmente se presenta un análisis Porter, PEST y FODA que permitirán conocer y enfrentar tanto las oportunidades como debilidades existentes en el sector.

La importancia de la investigación radica en la falta de conocimiento del estado en que se encuentra el sector textil en la provincia del Cañar. La poca información que se encuentra en organizaciones gremiales como AITE y en organismos estatales responsables del ramo contienen muchas imprecisiones y generalidades que hace imposible pensar en análisis, planteamientos y presentes o futuras soluciones de algo que en la práctica es desconocido.

Para la obtención de información y generación de conocimiento se utilizó la encuesta a la muestra definida por metodología científica de la población objetivo, la misma que se la tomó de la base de datos que se solicitó al SRI (Servicio de Rentas Internas) con fines estrictamente académicos respetando el sigilo del caso. Luego de la tabulación de los datos conseguidos, se evidencio el estado real de la industria textil de la provincia, los mismos que se exponen con detalle en el presente trabajo académico.

Los objetivos generales y específicos se proceden a describir a continuación:

Objetivo General

- ✓ Analizar los sistemas organizacionales y administrativos de la industria textilera en la provincia del Cañar e identificar el mejor caso productivo industrial con saberes ancestrales en la zona.

Objetivos Específicos

- ✓ Analizar la política económica y la importancia del proceso industrial actual.
- ✓ Analizar cronológicamente la historia de la industria textilera en el Ecuador.
- ✓ Realizar un diagnóstico situacional, organizativo y administrativo de la industria textilera en la provincia de Cañar.

En la presente investigación se utilizaron los métodos científicos deductivos e inductivos, en primera instancia el deductivo al agrupar información valiosa para el desarrollo de la tesis

y el inductivo al obtener la información de las encuestas realizadas, su tabulación, análisis y conclusiones. Logrando determinar con estos métodos el estado real de la provincia fuente de estudio.

CAPÍTULO I.

1. HISTORIA DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL ECUADOR

1.1 Preámbulo a la historia de la industria textil.

Con el proceso de este capítulo se procura establecer la importancia económica de esta industria, para lo cual se hace un estudio de la historia de la industria textil en nuestro país, sus antecedentes desde sus inicios hasta la actualidad y su evolución desde el 2012 hasta junio 2015, así como los lugares donde se encuentran las principales industrias y los principales productos que se elabora y su comercialización.

1.2 Historia de la industria textil en el Ecuador.

En un informe de la Asociación de Industriales Textileros del Ecuador (AITE, 2017) menciona que la historia de la industria textil se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos.

Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana elabora productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

1.3 Antecedentes generales.

En una investigación reciente sobre la producción textil en Ecuador Ordóñez (2015) mencionó que la industria en referencia es una de las actividades artesanales más antiguas sentó sus bases en la época colonial, específicamente a finales del siglo XVI, convirtiéndose en una de las actividades más importantes de la Real Audiencia de Quito, desde el siglo XX convirtiéndose en el eje principal de la economía colonial quiteña, las industrias textil y de confección han fabricado productos de fibras naturales como algodón, lana y seda y artificiales como poliéster, nylon y todo tipo de acrílicos.

En el informe de producción industrial de ProEcuador (2013) menciona que geográficamente la elaboración de tejidos se realizaba cerca de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Latacunga y Riobamba. Las primeras ventas de la producción textil se concentraron en el mercado local, hasta que a partir de la década de los 90 las exportaciones tomaron un gran impulso, llegando a alcanzar en el año 2000 un incremento

del 8.14% en relación a las de 1999, esto debido a la adaptación de la industria al nuevo esquema monetario dolarizado que le permitió marcar una tendencia creciente durante los años posteriores.

La tercera actividad de la provincia de Cañar según el Ministerio de la Producción, Empleo y Competitividad (MIPRO, 2013) es de la rama textil, específicamente la confección de prendas de vestir, obtenidas mediante procesos artesanales; esta actividad genera empleo en la Región para 1.251 personas ocupadas, con una producción bruta de 19,7 millones de USD.

1.4 Ubicación geográfica de las industrias.

Las empresas de fabricación de hilados, tejidos y prendas de vestir (Ordóñez, 2015) se han asentado a lo largo de todo el país, destacándose cinco provincias por su importancia en número de empresas, ventas y empleo: Pichincha (Quito), Guayas (Guayaquil), Tungurahua (Ambato), Azuay (Cuenca) e Imbabura (Antonio Ante /Atuntaqui), donde se localiza la ciudad de Atuntaqui, muy conocida por su industria textil, seguidas de Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí, con menor actividad pero igual de importante. Véase la Tabla 1.

Esta industria representa alrededor de 18% del empleo generado por toda la manufactura ecuatoriana, con 18.946 empresas textiles a lo largo del territorio nacional, este sector constituye 29% del total de empresas manufactureras del país, 87% del total de ellas, pertenecen a la industria de la confección, y solo el restante 13% son empresas que fabrican hilados y tejidos. La diferencia entre estos dos productos radica en que los hilados implican la transformación de una fibra textil en un hilo continuo y cohesionado, mientras que los tejidos suponen el entrelazamiento de hilos para formar cualquier tipo de tela.

La provincia de Imbabura cuenta con la mayor actividad textilera en la sierra, aquí se encuentra el 45.99% de los talleres textiles, Chimborazo posee el 15.02% de la actividad textil artesanal, en Azuay se concentra el 11.65% de estos talleres, a Carchi le corresponde el 10.83% de los talleres, la provincia de Tungurahua cuenta con más 397 talleres de textiles y tejidos autóctonos, representando el 5.15% de la producción nacional. Existen otras provincias donde la producción textil artesanal es de alta calidad, el porcentaje de talleres oscila entre el 1.36% al 0.14%

Tabla 1 Industrias textiles en Ecuador por provincias

Prov.	Cantón	Ciudad	% de Talleres textiles
Imbabura	Antonio Ante	Atuntaqui	45,99%
	Cotacachi		
	Ibarra		
	Otavalo		
	Pimampiro		
	San Antonio		
Chimborazo	Alausí		15,02%
	Chunchi		
	Colta		
	Guamote		
	Guano		
Azuay			11,65%
Carchi	Mira		10,83%
	Espejo		
	Montúfar		
Tungurahua	Ambato		5,15%
	Mocha		
	Pelileo		
	Quero		
Bolívar	Guaranda	parroquia	1,36%
		Salinas	0,14%

Fuente: ProEcuador, 2013

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

En empleo el 73% pertenece a la confección, en cambio, en términos de ventas, la manufactura textil supera ligeramente a la confección (Ordóñez, 2015) pues, aunque juntas facturaron \$ 1.320 en 2013, la primera representa el 53%. De esta manera, el aporte de ambos subsectores es fundamental, mientras que la confección genera más empleo, la

fabricación de hilados y tejidos al ser más intensiva en capital y tecnología recibe mayores excedentes económicos.

Tabla 2 Clasificación de las empresas por estrato de personal ocupado*

Actividad económica	Segmento de empresas por personal ocupado					Total de empresas por actividad
	Estrato I (=9)	Estrato II (=10-49)	Estrato III (=50-99)	Estrato IV (=100-199)	Estrato V (=200)	
Fabricación de productos textiles	1.428	152	18	21	13	1.632
Fábrica de prendas de vestir	8.355	567	50	14	13	8.999
Total empresas por segmento	9.783	719	68	35	26	10.631

Fuente: Ordóñez, 2015

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

*Existen en realidad 18.946 empresas textiles en el país; sin embargo, aquí solo se registran 10.631 de este tipo de unidades económicas, ya que solo estas tienen registros de personal ocupado-afiliado. Véase Tabla 2.

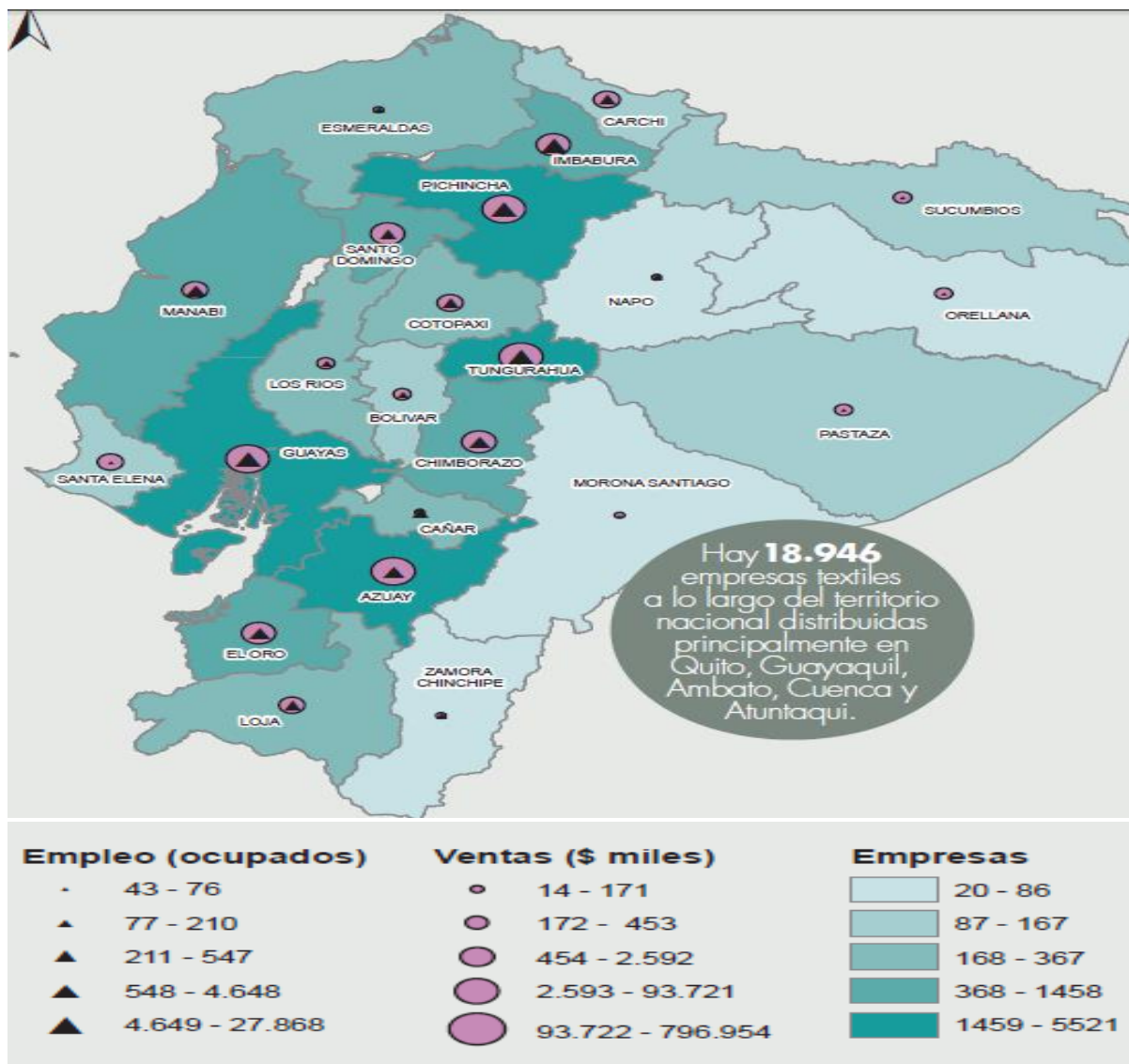


Figura 1 Distribución, empleo y ventas por empresas del sector textil en Ecuador

Fuente: Ordóñez, 2015

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán



Figura 2 Teñido con técnica Ikad

Fuente: PROECUADOR, 2013

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

1.5 Principales productos.

En la siguiente tabla se procede a describir los principales productos que elabora el sector textil en Ecuador, enfatizando las provincias con mayor incidencia de este tipo de elaborados.

Tabla 3 Principales productos fabricados en diferentes provincias del Ecuador

Prov.	Productos que fabrican
Imbabura	Tapices, fajas en telar de cintura y pedal, así como también a la confección de manteles, vestidos, blusas, sombreros de paño y demás textiles y tejidos autóctonos
Chimborazo	Ponchos, teñidos con la técnica ancestral "ikat", las famosas alfombras de guano, fajas, cintas para envolver cabello, entre otros.
Azuay	Tejidos de ponchos, macanas, cobijas, pantalones, blusas y chompas bordadas, polleras realizadas en telar de cintura con la técnica ikat.
Carchi	Tejidos de cobijas, sacos de lana, gorras y guantes.
Tungurahua	Tapices hechos en telares de pedal, shigras de lana de borrego, ponchos y sombreros de paño.
Bolívar	Sacos de lana, shigras, ponchos y bayetas

Fuente: Ordóñez, 2015

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

1.6 Estadísticas: Evolución de la industria textil en los años (2010-2014).

Las empresas de este sector destinan la mayor parte de su producción al mercado local. Sin embargo, sus exportaciones se han incrementado en los últimos años, llegando a \$ 148,13 M2 en 2014, valor que solo representa 1,19% con relación a las exportaciones no petroleras de este año.

Por el lado del subsector de la industria textil, resalta la venta al exterior de tejidos de algodón mezclado con denim que sirven para la confección de ropa de trabajo y jeans, las fibras textiles vegetales de abacá para la fabricación de papel y las telas de hilados de filamentos sintéticos para una variedad de prendas de vestir. Mientras que, en lo que se refiere al subsector de las confecciones, se destacaron las exportaciones de sacos para

envasar de polipropileno, más conocidos como costales, las mantas de fibras sintéticas y las calzas (*leggings*) y pantimedias. La Figura 3 contiene la evolución de los últimos cinco años de estos elaborados textiles. Resulta interesante que productos como suéteres, camisetas de punto de algodón y tejidos de algodón son algunos de los bienes textiles ecuatorianos más exportados y que más se compran en los mercados internacionales.

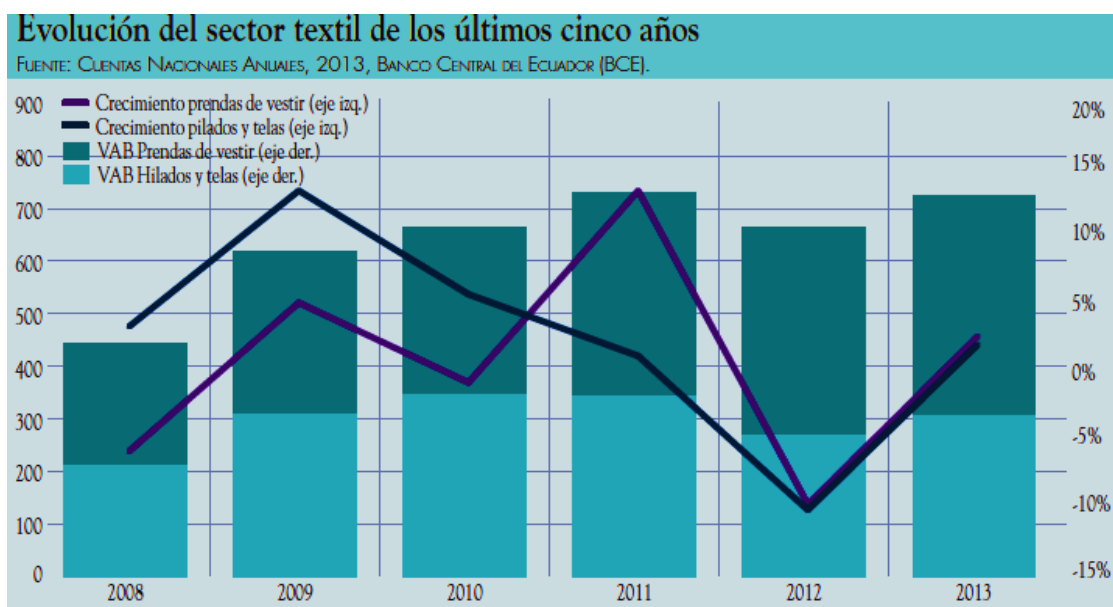


Figura 3 Evolución del sector textil en los últimos 5 años

Fuente: Ordóñez, 2015

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

1.7 Importancia del sector textil en la economía ecuatoriana.

La industria textil (Cevallos, 2014) se establece como un sector dinámico debido a que en 2014 registra un crecimiento de 4,30% respecto al año anterior y representa el 0,9% del PIB nacional y el 7,24% del PIB manufacturero, siendo un importante imán del empleo y el micro emprendimiento, siendo el tercer sector manufacturero más grande del país.

Además de su importancia económica, esta industria se constituye como uno de los sectores más influyentes dentro del mercado laboral ya que, según estimaciones de la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), la industria genera alrededor de 50.000 plazas de empleo directas y más de 200.000 indirectas lo que lo ha llevado a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea luego del sector de alimentos, bebidas y tabacos.

Si bien en la actualidad, el sector productor textil ha logrado diversificar su producción por medio de la elaboración de productos provenientes de todo tipo de fibras como algodón, poliéster, nylon, lana y seda, existe preocupación debido a la fijación de aranceles a la importación de bienes de capital necesarios para sus procesos de producción. La balanza comercial textil en los últimos 3 años ha sido deficitaria en más de 670 millones de dólares siendo los principales productos de importación el calzado, las polainas y los artículos relacionados con un valor FOB de más de USD 168 millones. Para el año 2015, los resultados al mes de junio develan que al igual que otros sectores, las exportaciones e importaciones del sector serán menores respecto al año anterior y que la balanza comercial permanecerá negativa. Véase Figura 4.

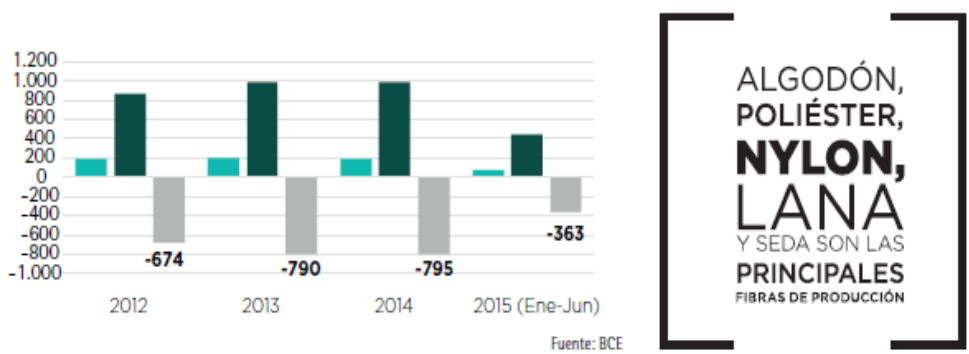


Figura 4 Balanza comercial de la producción textil
Fuente: Revista Ekos, 2015
Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

Las recientes sobretasas arancelarias (Cevallos, 2014) modifican su panorama de crecimiento, en que los principales determinantes son la búsqueda constante de calidad, a través de innovación y capacitación, y la lucha por la erradicación del contrabando y las prácticas desleales. Esta industria representa alrededor de 18% del empleo generado por toda la manufactura ecuatoriana.

Al tratar el término industria Revista Ekos (Ekos 2015), se hace referencia al proceso mediante el cual se transforma una materia prima en un producto para uso final o que servirá de insumo a otros procesos productivos.

CAPÍTULO II.

2. ORGANISMOS E INSTITUCIONES DE APOYO A LA INDUSTRIA TEXTIL

2.1 Política industrial.

La política industrial (Vacarezza, 2002) comprende aquellas medidas que apuntan a modificar de manera coordinada la estructura industrial por sectores incidiendo coordinadamente en la estructura a nivel regional y fomentando la competitividad y productividad.

Más allá de esta definición categórica que define a la política industrial por sus objetivos, lo esencial es entender a la política industrial desde el fenómeno en sí, como manifestación de un conjunto heterogéneo de acciones de política pública llevadas a cabo por distintos agentes en un lugar y período determinado históricamente de una sociedad dada.

A su vez, la política industrial comprende aquellas medidas que tienen por objetivo contribuir a cambiar el patrón primario, extractivo exportador de la economía ecuatoriana hacia el fomento de actividades con ventajas comparativas dinámicas, desarrollando y aprovechando la tecnología e innovación que permitan elevar los niveles de producción.

- 1 Modificar coordinadamente la estructura industrial por sectores.
- 2 Coordinar la estructura industrial a nivel subregional.
- 3 Fomentar la competitividad.

Objetivos específicos

- ✓ Incrementar la productividad;
- ✓ Superar la dependencia estructural del sistema productivo ecuatoriano;
- ✓ Meta de alcanzar la soberanía alimentaria y económica;
- ✓ Mayor valor agregado en la producción nacional, la diversificación productiva y de mercados;
- ✓ Potenciar el crecimiento de la economía social y solidaria;
- ✓ Reducir las irregularidades de desarrollo territorial y regional;
- ✓ Promover la innovación tecnológica para potenciar un crecimiento endógeno;
- ✓ Apoyar el desarrollo de sectores industriales prioritarios.

(MIPRO, 2009)

Políticas Industriales

- ✓ Fomentar sectores, industrias y actividades productivas que generen mayor valor agregado.
- ✓ Promover la asociatividad y el desarrollo de economías de escala que promuevan encadenamientos productivos locales.
- ✓ Impulsar a las micro, pequeñas y medianas empresas, artesanos y empresas de economía social y solidaria.
- ✓ Promover el empleo de calidad y mejorar la calificación de la mano de obra.
- ✓ Promover la producción de bienes y servicios de calidad.
- ✓ Incorporar, desagregar, adaptar y asimilar nuevas tecnologías en los procesos productivos.
- ✓ Reducir los costos de transacción para facilitar los procesos de producción, innovación y comercialización.
- ✓ Promover en los sectores productivos, la oferta y diversificación de productos industriales y mercados de exportación basados en economías de escala.

(MIPRO, 2009)

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

La escases de una política industrial en las últimas décadas, y conscientes de la necesidad de contar con estrategias que ayuden al desarrollo del sector industrial, ha hecho que el gobierno ecuatoriano a través del Ministerio Coordinador de Producción Empleo y Competitividad elabore una Política Industrial estableciendo principios, estrategias objetivos, planes de acción, programas y proyectos, la misma que contempla una importante participación del sector público y privado, lo que permitirá iniciar una nueva etapa de industrialización, congruente con los cambios de orden político, social y económico que vive el país actualmente.

La política se elaboró a partir de un diagnóstico crítico del sector industrial, identificando los aspectos más relevantes en los que el Estado deberá intervenir logrando un cambio en el modelo de monopolio actual. Se requiere por tanto, consolidar los elementos que impulsen la transformación de la estructura productiva, que promuevan encadenamientos productivos, generando mayor valor agregado, creación de empleo de calidad, elevando los niveles de productividad, competitividad sistémica y reactiven la

demanda interna, encaminando al cuidado del ambiente y el uso racional de los recursos naturales.

Es así que el Gobierno Nacional apoya a la inversión productiva privada inteligente que promueva la innovación tecnológica, generación de empleo de calidad y la sustitución selectiva de importaciones. Existen varios beneficios que Ecuador ofrece para su inversión:

- ✓ Incentivos del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones.
- ✓ Apoyo de Financiamiento de la Banca Pública
- ✓ Facilitación Aduanera
- ✓ Desarrollo de Capital Humano

Reglas claras

- ✓ Los inversionistas extranjeros gozarán de los incentivos establecidos en el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones.
- ✓ Todo inversionista tiene la opción de aplicar a un contrato con el Estado Ecuatoriano, el cual otorga estabilidad por 15 años, extensibles a 15 años adicionales. El monto mínimo de inversión del contrato es de \$ 250.000 dólares americanos.
- ✓ Arbitraje Internacional: Corte de la Haya (Sede Chile)

Incentivos generales

- ✓ Tasa del Impuesto a la Renta más baja de la región.
- ✓ Reducción de 10 puntos de la tarifa del Impuesto a la Renta por reinversión en activos productivos.
- ✓ Exoneración de pago del Anticipo Mínimo del Impuesto a la Renta por 5 años, para las nuevas empresas que se constituyan en el país.
- ✓ Exoneración del pago del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) para los pagos al exterior por créditos externos, con un plazo mayor a un año y con una tasa no superior a la autorizada por el Banco Central del Ecuador.

Incentivos para zonas fronterizas y deprimidas

- ✓ Deducción del 100% adicional para el cálculo del Impuesto a la Renta, los gastos en sueldos y salarios por generación de nuevo empleo en zonas determinadas, por 5 años.

Incentivos medioambientales

- ✓ Deducción del 100% adicional para el cálculo del impuesto a la renta, de la depreciación de maquinaria que se utilice para producción más limpia y para la implementación de sistemas de energías renovables (solar, eólica o similares) o la mitigación del impacto ambiental.

Incentivos a Medianas Empresas

- ✓ Deducción adicional del 100% de los gastos incurridos para el cálculo del impuesto a la renta.
- ✓ Capacitación técnica, investigación e innovación.
- ✓ Estudios de mercado y competitividad.
- ✓ Viaje, estadía y promoción comercial para apertura de nuevos mercados. (ProEcuador, 2017)

2.3 Articulación de instrumentos con la política industrial.

2.3.1 Plan nacional de desarrollo.

La Constitución de la República del Ecuador en su Art. 280 señala al Plan Nacional de Desarrollo como el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

2.3.2 Plan nacional del buen vivir (2013-2017).

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 (Secretaría del Buen Vivir, 2013) es un conjunto de objetivos que expresan la voluntad de continuar con la transformación histórica del Ecuador. Sus objetivos son:

Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular, auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad, mejorar la calidad de vida de la población, fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad territorial y global. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas. Impulsar la transformación de la matriz productiva. Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica. Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.

En síntesis el Buen Vivir es: “La satisfacción de las necesidades, la consecución de una calidad de vida y muerte digna, el amar y ser amado, el florecimiento saludable de todos, en paz y armonía con la naturaleza y la prolongación indefinida de las culturas humanas. El Buen Vivir supone tener tiempo libre para la contemplación y la emancipación, y que las libertades, oportunidades, capacidades y potencialidades reales de los individuos se amplíen y florezcan de modo que permitan lograr simultáneamente aquello que la sociedad, los territorios, las diversas identidades colectivas y cada uno visto como un ser humano universal y particular a la vez, valorando como objetivo de vida deseable (tanto material como subjetivamente y sin producir ningún tipo de dominación a un otro)”. Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 -2013. (Ministerio de Educación, 2013) Los objetivos que se incluyen en el Plan Nacional del Buen Vivir son los siguientes:

El Plan Nacional del Buen Vivir, contiene 12 Objetivos Nacionales, que se relacionan con el desempeño de las metas nacionales, con las distintas propuestas de acción pública

sectorial y territorial, y principalmente con la necesidad de concretar los desafíos derivados del actual marco constitucional.

1. Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular.
2. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad.
3. Mejorar la calidad de vida de la población.
4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.
5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.
6. Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos.
7. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global
8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible
9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas
10. Impulsar la transformación de la matriz productiva
11. Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica
12. Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana. (Secretaría del Buen Vivir, 2013)

2.3.3 Agenda zonal para el buen vivir por zona de planificación.

Con el propósito de fortalecer y mejorar la articulación entre niveles de gobiernos, en el año 2008 el gobierno inició los procesos de desconcentración y descentralización. Para el efecto, se conformaron las zonas administrativas de la siguiente manera. Véase Figura 5.



Figura 5 Agenda Zonal

Fuente: Secretaría del Buen Vivir, 2013

Elaborado por: Wilson Solano

Según datos de la Agenda para la Transformación Productiva Territorial Cañar (2017), la tercera actividad de esta provincia, es de la rama textil, específicamente la confección de prendas de vestir, obtenidas mediante procesos artesanales; esta actividad genera empleo en la región para 1.251 personas ocupadas, con una producción bruta de 19,7 millones de USD.

Sin embargo (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2015) luego del análisis de la agenda zonal no se encuentra detalles explícitos que demuestren un claro incentivo a la industria textil y su articulación con el Programa Nacional del Buen Vivir. Se

identifica que ciertos elementos de esta agenda de alguna forma puede ayudar a que la industria textil de Cañar tenga en cierto sentido incentivos para continuar desarrollándose. El parque industrial en la parroquia Javier Loyola de Azogues se constituye en la referencia más importante para el sector. Además, la importante inversión en el sector energético, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS) y el corredor # 5 vía Fluvial en Puerto Morona, vecino provincial son en sí los más importantes promotores indirectos de la industria textil en Cañar.

2.3.3.1 Negocios actuales y potenciales y su peso relativo en Cañar.

En la Agenda para la Transformación Productiva Territorial de la Región 6 del Ministerio de la Coordinación de la Producción Empleo y Competitividad (2011) se identificaron que:

33 negocios entre reales y potenciales que dado su representatividad productiva, económica y social en esta región, así como las interesantes perspectivas de mercado doméstico e internacional que presentan, y la disponibilidad de factores y recursos productivos de que se dispone, fueron seleccionados para efectos de la implementación de una Agenda de Diversificación y Transformación Productiva.

Los negocios abarcan alrededor de 8.151 millones de USD en facturación y 962 millones de USD en exportaciones, generando un empleo aproximado de 218 mil puestos de trabajo directo que involucran desde el sector primario, manufactura y servicios.

De los negocios reales de esta Región 9 le corresponden a Cañar por su participación importante en la facturación regional, según datos de la Encuesta de Manufacturas del año 2007. Véase **Anexo 1**. Claramente se puede ver actividades productivas predominantes que han evolucionado en un alto grado de especialización de negocios como el caso de la refinación de azúcar para el mercado

local que reporta el 100% de la facturación de toda la Región 6, flores de verano, el procesamiento de leche, revestimientos para la construcción, entre las principales. Todas ellas ponen en evidencia el proceso de integración vertical de la provincia, mostrando fuertes posibilidades de evolucionar hacia un “clúster” importante. (p. 32, 33). Véase tabla 5.

Tabla 4 Cañar negocios actuales y su peso relativo en la región

#	Descripción de Negocio	% Participación de Cañar en la Región 6	Facturación Regional (USD)
1	Rosas y Flores de verano de Exportación	40%	56,703.400
2	Hortalizas y Frutas Frescas para mercado Local	33%	28,223.457
3	Procesamiento de Leche	30%	70,746.000
4	Carnes, cortes y embutidos	30%	11,131.000
5	Azúcar para mercado local	100%	82,316.00
6	Textil-Confección ropa de vestir	20%	60,516.000
7	Revestimiento para la construcción	20%	212,432.148
8	Copas para sombreros de paja toquilla	10%	3,500.000
9	Turismo Cultural	33%	61,161.740
FACTURACION TOTAL			586,729.745

Fuente: Ministerio de la Producción, Empleo y Competitividad, 2013
Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

2.3.4 Matriz productiva.

En el Folleto Informativo Transformación de la Matriz Productiva: Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano (SENPLADES, 2012) explican que es la matriz productiva:

La forma cómo se organiza la sociedad para producir determinados bienes y servicios no se limita únicamente a los procesos estrictamente técnicos o económicos, sino que también tiene que ver con todo el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales que utilizan los recursos que tienen

a su disposición para llevar adelante las actividades productivas. A ese conjunto, que incluye los productos, los procesos productivos y las relaciones sociales resultantes de esos procesos, denominamos matriz productiva. (p. 7)

El cambio de la matriz productiva del Ecuador es un paso fundamental hacia el desarrollo. Implica pasar de ser simples exportadores de materia prima y actividades extractivas a uno que privilegie la producción diversificada, ecoeficiente y con mayor valor agregado; así como servicios basados en la economía del conocimiento, la biodiversidad, y en la utilización de las capacidades y los conocimientos de la población.

Un proceso de esta importancia requiere que las instituciones del Estado coordinen y concentren todos sus esfuerzos en el mismo objetivo común. Los ejes para la transformación de la matriz productiva son:

1. Diversificación productiva basada en el desarrollo de industrias estratégicas-refinería, astillero, petroquímica, metalurgia y siderúrgica y en el establecimiento de nuevas actividades productivas-maricultura, biocombustibles, productos forestales de madera que amplíen la oferta de productos ecuatorianos y reduzcan la dependencia del país.
2. Agregación de valor en la producción existente mediante la incorporación de tecnología y conocimiento en los actuales procesos productivos de biotecnología (bioquímica y biomedicina), servicios ambientales y energías renovables.
3. Sustitución selectiva de importaciones con bienes y servicios que ya producimos actualmente y que seríamos capaces de sustituir en el corto

plazo: industria farmacéutica, tecnología (software, hardware y servicios informáticos) y metalmecánica

4. Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos particularmente de la economía popular y solidaria, o que incluyan mayor valor agregado alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo. Con el fomento a las exportaciones buscamos también diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos. (p. 11, 12)

Es así como la industria textil nacional y en especial la del Cañar tienen ante la necesidad de encadenarse al cambio de la matriz productiva nacional, produciendo más y mejor, con mayor calidad y menor precio. Renovar su aparataje industrial obsoleto, por equipamiento de punta, capacitando a su mano de obra y cambiando de visión paternalista por una actitud emprendedora que acepte el desafío del momento y aporte en forma decidida al cambio de la Matriz Productiva.

2.4 Instituciones públicas de apoyo a la industria textilera.

Organizaciones gremiales del sector

✓ AITE, La Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, es una entidad gremial sin fines de lucro, con personería jurídica propia, constituida mediante aprobación conferida por el Acuerdo Ejecutivo No. 222 de 30 de septiembre de 1943, se rige por la norma legal anotada, por el ordenamiento jurídico de la República del Ecuador.

✓ Los objetivos que determinaron su creación fueron la necesidad de unir a los industriales textiles de la República en un organismo homogéneo que los representara para tratar y resolver los problemas de esta rama industrial en sus relaciones con el Gobierno, con los trabajadores y con el público. Esta institución ha servido de foro para discutir y analizar los problemas económicos y financieros del país, así como su repercusión en las actividades industriales. (Asociación de Industriales Textileros del Ecuador, 2017)

✓ CAPEIPI (Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha) Es un gremio constituido por los sectores productivos de las MIPYMES del Ecuador, para la representación gremial y prestación de servicios empresariales de calidad a favor de sus socios, apoyados en las instituciones adscritas y alianzas público privadas. Cuyo objetivo primordial es incrementar proyectos de apoyo a los sectores productivos entre ellos el sector textil, desarrollando permanentemente productos y servicios innovadores de calidad, adecuados a las necesidades sectoriales, apoyando a la comunidad empresarial y a la sociedad en general. (CAPEIPI, 2014)

✓ La Cámara de Comercio de Antonio Ante, fundada el 17 de abril del 2002 por un grupo de empresarios, con el objetivo de generar condiciones que permitan el desarrollo de los sectores comerciales y productivos.

✓ La Asociación de Confeccionistas Textiles (Acontex) es una institución que surge a la iniciativa de un grupo de personas dedicadas a la confección de todo tipo de ropas, que buscan unirse para enfrentar los nuevos desafíos y retos que tiene el mundo actual en lo referente al mercado laboral, industrial.

2.4.1 Ministerio de industrias y productividad - MIPRO.

El Ministerio de Industrias y Productividad (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011) menciona que:

Los bienes y servicios que se produzcan tengan mayor valor agregado y niveles convenientes de calidad, en armonía con el medio ambiente, para crear empleo de calidad y lograr que los productos conquisten los mercados nacionales e internacionales. (p. 12)

Los objetivos estratégicos del Ministerio de Industrias y Productividad (Ministerio de Industrias y Productividad, 2017) se encuentran alineados al Plan Nacional de Desarrollo, mismos que se detallan a continuación:

- ✓ Incrementar la productividad de la industria y sus servicios conexos.
- ✓ Incrementar la sustitución selectiva de importaciones de bienes industriales y sus servicios conexos, creando oportunidades de inversión de nuevos agentes económicos en las industrias básicas e intermedias.
- ✓ incrementar la calidad de la producción industrial y sus servicios conexos.
- ✓ Incrementar las oportunidades de asociatividad para fortalecer su capacidad de gestión y negociación.
- ✓ Promover la generación de estímulos para la inversión en los diferentes sectores productivos y para la creación de bienes y servicios.
- ✓ Incrementar la inversión en la industria así como la aplicación de mejores tecnologías y capacidades para la innovación productiva.
- ✓ Incrementar las oportunidades para generar diversificación, valor agregado, y nueva oferta exportable.
- ✓ Diseñar políticas públicas bajo un enfoque integral y holístico, que permita la articulación del sector público y privado en el fomento de la producción.

2.4.2 Ministerio de comercio exterior: Comité de comercio exterior - COMEX.

El COMEX (COMEX, 2015) 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.

Cómo órgano a cargo de la política pública en materia comercial tiene incidencia respecto a un amplio espectro de la vida de los ciudadanos a nivel nacional. Las políticas públicas comerciales no interesan solamente a importadores y exportadores, dado que las 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.

2.4.3 Instituto de economía popular y solidaria – IEPS.

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

El IEPS (Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2017) busca la inclusión de todos los ciudadanos y ciudadanas, en los ámbitos: Económico, mediante la generación de empleos; Financiero, guiando en el acceso a créditos asociativos; Social, mediante capacitaciones; Cultural, preservando los saberes ancestrales; y Político, fomentando la toma de decisiones de manera democrática.

Beneficios.- Entre los principales beneficios que ofrece el IEPS, a los actores son:

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

Objetivos.- Se definen los siguientes objetivos:

- a Crear capacidades para que los actores de la Economía Popular y Solidaria se consoliden como sujetos económicos-sociales-políticos que participan en el nuevo régimen del buen vivir.

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

2.5 Marco jurídico para inversiones.

2.5.1 Código de la producción: Principales características.

La Asamblea Nacional (2010) emitió el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI) el cual contiene varios beneficios para el sector industrial:

Transformar la Matriz Productiva, democratizar el acceso a los factores de producción, fomentar la producción nacional, generar trabajo y empleo de calidad y dignos, generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, garantizar el acceso, de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza, incentivar y regular todas las formas de inversión, regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo; promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos, potenciar la sustitución estratégica de importaciones, fomentar y diversificar las exportaciones, facilitar las operaciones de comercio exterior, fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica.

Una característica importante de este cuerpo legal es el “Rol del Estado”, en fomentar el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva. Garantiza un trato no discriminatorio, derecho de propiedad, derechos de los inversionistas, tiempos de vigencia de los contratos de inversión, y resolución de conflictos

En conclusión el COPCI (2010) vislumbra incentivos para la inversión que destine un flujo de recursos a la producción de bienes y servicios, a la ampliación de la capacidad productiva y sea generadora de empleo, donde se dará igualdad de condiciones y beneficios para la inversión nacional y extranjera. Con esta normativa se pretende presentar al Ecuador en un país industrial y exportador.

CAPÍTULO III.

3. LAS INDUSTRIAS TEXTILERAS EN LA PROVINCIA DE CAÑAR. ANÁLISIS SITUACIONAL, ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN.

3.1 Tipo de estudio.

El tipo de estudio que se utilizó en el desarrollo de este trabajo académico fue la investigación descriptiva. Esta permitió fundamentarse en bases sólidas y datos reales que se encontraron en la provincia del Cañar, para posteriormente emitir una interpretación sin sesgo de los hechos revelados por los datos estadísticos que se encontró en la población objetivo motivo de la presente tesis.

3.2 Métodos de investigación.

Todo trabajo de investigación científica requiere la utilización de recursos metodológicos aceptados en cada uno de sus enunciados. En la presente investigación se utilizó la siguiente metodología:

- ✓ En los Capítulos 1 y 2 se utilizó el método deductivo, que ayudó en la recolección de datos de investigaciones realizadas al sector textil en el país.
- ✓ En el Capítulo 3 el método inductivo se utilizó como ayuda, en base a la evidencia encontrada en el campo, procesar los datos y a elaborar los análisis y las conclusiones de la muestra.
- ✓ Finalmente en el Capítulo 4, el método analítico ayudó en la elaboración de la propuesta del caso de la provincia del Cañar, en las conclusiones y recomendaciones finales.

3.3 Técnicas de recolección de datos.

Las técnicas de recolección de datos que se utilizó en éste trabajo de investigación fueron las siguientes:

- ✓ Recopilación bibliográfica: ésta técnica se utilizó en los capítulos 1 y 2, mediante investigación de textos acreditados científicamente y de valor académico.
- ✓ Encuesta: se utilizó en el capítulo 3 y se la aplicó en la provincia del Cañar a una muestra de 182 empresas. Véase Anexo 2.
- ✓ Observación: en base a la evidencia en la provincia este método fue aplicado en el capítulo 4 para proponer una propuesta de industria textil.

3.4 Metodología y datos.

Como primer paso en la investigación se solicitó al Servicio de Rentas Internas del Ecuador facilite la base general de contribuyentes naturales y jurídicos de la provincia del Cañar. Utilizando la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU 4.0) obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), con ella se filtró la información de la población objetivo utilizando un documento de Microsoft Excel 2010 como medio de tamizaje. Véase Tabla 6.

Parte integral en la obtención de datos, fue el hecho de que la Escuela de Administración de la UTPL, proporcionó cartas credenciales dirigidas a cada empresario que formaba parte de la muestra. Ello facilitó la confianza en el tesista y la fluidez de la información.

La metodología que la herramienta de investigación proporcionó, permitió conocer los datos generales del empresario, su forma de administrar, de producir, planes de marketing, su estado financiero contable, sus recursos humanos y la tecnología e innovación que utilizan en su negocio.

Con la información obtenida se buscó un caso representativo, de carácter industrial con aplicación de técnicas ancestrales de la provincia para su posterior análisis del caso. Como se explica en el desarrollo de esta tesis tal ejemplo nunca se encontró, aunque la provincia es rica en recursos empresariales con base textil.

Tabla 5 Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU Rev. 4.0)

CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN
C	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
C13	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES.
C131	HILATURA, TEJEDURA Y ACABADOS DE PRODUCTOS TEXTILES.
C1311	PREPARACIÓN E HILATURA DE FIBRAS TEXTILES.
C1312	TEJEDURA DE PRODUCTOS TEXTILES.
C1312.0	FABRICACIÓN DE TEJIDOS
1312.01	FABRICACIÓN DE TEJIDOS (Tela) ANCHOS DE ALGODÓN, LANA CARDADA, LANA PEINADA O SEDA, INCLUIDOS LOS FABRICADOS A PARTIR DE MEZCLAS O DE HILADOS SINTÉTICOS O ARTIFICIALES.
C139	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES
C1391	FABRICACIÓN DE TEJIDOS DE PUNTO Y GANCHILLO
C1392	FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS CONFECCIONADOS DE MATERIALES TEXTILES, EXCEPTO PRENDAS DE VESTIR
C14	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR
C141	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL
C1410	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL
C143	FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PUNTO Y GANCHILLO
C1430	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
C1512	FABRICACIÓN DE MALETAS, BOLSOS DE MANO Y ARTÍCULOS SIMILARES, ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA
C1512.01	FABRICACIÓN DE MALETAS, BOLSOS DE MANO, MOCHILAS Y ARTÍCULOS SIMILARES, DE CUERO, CUERO REGENERADO O CUALQUIER OTRO MATERIAL, COMO PLÁSTICO, MATERIALES TEXTILES, FIBRAS VULCANIZADAS O CARTÓN, CUANDO SE USA LA MISMA TECNOLOGÍA QUE EN EL CASO DEL CUERO
C152	FABRICACIÓN DE CALZADO
C1520	FABRICACIÓN DE CALZADO
C1520.01	FABRICACIÓN DE CALZADO, BOTINES, POLAINAS Y ARTÍCULOS SIMILARES PARA TODO USO, DE CUALQUIER MATERIAL Y MEDIANTE CUALQUIER PROCESO, INCLUIDO EL MOLDEADO (APARATO DE CALZADO)

Fuente: INEC, 2012

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

3.5 Objetivo de la encuesta.

El objetivo de la encuesta es extraer información confiable y fidedigna de la situación real de la industria textil en la provincia del Cañar, y que esta aporte datos que luego de la tabulación de los resultados obtenidos sirva para su análisis final y conclusión del tema planteado.

3.6 Población y muestra.

La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio a realizar. De ahí que la población con la que se trabajó está conformada por 344 empresas

en la provincia del Cañar, obtenidas de la base de datos del SRI, y escogidas en base a la nómina de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU 4.0) que se obtuvo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Se las describe a continuación por códigos de empresas existentes en Cañar:

Tabla 6 Clasificación CIU 4.0 | Industria Textilera de la Provincia del Cañar

CÓDIGO CIU 4.0	DESCRIPCIÓN	CANT	SUBT	TOTAL
C13	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES			23
C1312	PREPARACIÓN E HILADURA DE FIBRAS TEXTILES		8	
C1312.01	Fabricación de tejidos (telas) anchos de algodón, lana cardada, lana peinada o seda, incluido los fabricados a partir de mezclas o de hilados sintéticos o artificiales.	8		
C1313	SERVICIO DE ACABADO DE PRODUCTOS TEXTILES		1	
C1313.03	Servicio de Impermeabilizado, revestimiento, cauchutado, o impregnación de prendas realizado por terceros a Cambio de una retribución o por contrato	1		
C1392	FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS CONFECCIONADOS DE MATERIALES TEXTILES, EXCEPTO PRENDAS DE VESTIR		14	
C1392.02	Fabricación de accesorios confeccionados para el hogar: cortinas, cenefas, visillos.	9		
C1392.03	Fabricación de artículos de lona o encerados: tiendas de campaña, artículos de acampada, velas, toldos de protección contra el sol, carpas, fundas para embalar mercaderías, etc.	3		
C1392.04	Fabricación de tapices tejidos a mano.	2		
C14	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR			315
C1410	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL		315	
C1410.03	Fabricación de ropa interior y ropa de dormir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de encaje, etc., para hombres, mujeres y niños: panties, calzoncillos, pijamas, camisones, batas, blusas, slips, sujetadores, fajas, etc.	1		
C1410.04	Actividades de confección a la medida de prendas de vestir (costureras, sastres)	300		
C1410.05	Fabricación de gorros y sombreros (incluidos los de piel y paja toquilla)	13		
C1420	FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PIEL			
C1420.01	Fabricación de artículos de piel (con pelo natural): prendas y accesorios de piel incluido los confeccionados con pieles "alargadas", planchas, cuadros, tiras, etc.	1		
C15	FABRICACIÓN DE CUEROS Y PRODUCTOS CONEXOS			6
C1512	FABRICACIÓN DE MALETAS, BOLSOS DE MANO, Y ARTÍCULOS SIMILARES, ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA		3	
C1512.01	Fabricación de maletas, bolsos de mano, mochilas, y artículos similares, de cuero, cuero regenerado o cualquier otro material, como plástico, materiales textiles, fibras vulcanizadas o cartón, cuando se usa la misma tecnología que en el caso del cuero	1		
C1512.02	Fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería: Sillas de montar, arreo, látigos y fustas.	2		
C1520	FABRICACIÓN DE CALZADO		3	
C1520.01	Fabricación de calzado, botines, polainas y artículos similares para todo uso, de cualquier material y mediante cualquier proceso, incluido el moldeado (aparado de calzado)	3		
TOTAL DE POBLACIÓN: CAÑAR				344

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

3.7 Cálculo de la muestra.

Se entiende como muestra a una parte de la población a estudiar, y dado que el tamaño de la muestra es el número de individuos que se calcula en base a un ejercicio matemático, a continuación se expone el detalle de la fórmula con que se obtuvo el tamaño de la muestra a investigar.

Fórmula

$$n = \frac{N\sigma^2 Z_\alpha^2}{e^2(N-1) + \sigma^2 Z_\alpha^2}$$

Dónde: **n** = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población, que generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z_α = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del encuestador.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

La fórmula anterior se obtiene de la fórmula para calcular la estimación del intervalo de confianza para la media:

$$n = \frac{Z_\alpha^2 \sigma^2 N}{e^2 N - e^2 + Z_\alpha^2 \sigma^2}$$

Ordenando se obtiene la fórmula para calcular el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z_\alpha^2}{e^2(N-1) + \sigma^2 Z_\alpha^2}$$

El tamaño de la muestra de una población de 344 elementos con un nivel de confianza del 95%. En nuestro caso de estudio de la Provincia del Cañar: Se tiene **N=344**,

para el 95% de confianza $Z_{\alpha}=1.96$, y como no se tienen los demás valores se usará $\sigma=0.5$, y $e=0.05$.

Reemplazando valores en la fórmula se obtiene:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z_{\alpha}^2}{e^2(N-1) + \sigma^2 Z_{\alpha}^2}$$
$$n = \frac{344 \cdot 0.5^2 \cdot 1.96^2}{0.05^2 (344 - 1) + 0.5^2 \cdot 1.96^2}$$
$$n = \frac{330.38}{1.8179}$$
$$n = 181,74 \rightarrow 182$$

Por tanto la muestra óptima con margen de error del 5% es de 182

3.8 Diseño de la encuesta

La encuesta fue diseñada con el fin de conocer datos generales de la empresa, al sector textil al que pertenecen de acuerdo al CIIU, y el gremio al que pertenecen. El detalle si posee elementos filosóficos empresariales y el tipo de liderazgo que practica en ella. Se debe señalar que en la investigación, no se encontró un nivel industrial en los encuestados, véase **Anexo 3**. Incluye además los principales productos y volumen de producción, saberes ancestrales, volumen de ventas, proveedores, precios y certificación de calidad.

La encuesta ayuda a conocer las estrategias de venta, marcas, mercado y canales de comercialización, volumen de ventas y destino, rentabilidad en el periodo investigado, créditos. En recursos humanos aportará información sobre selección, contratación, formación, gestión, capacidad de liderazgo. Finalmente el uso de tecnología, y el grado de innovación existente. A continuación la estructura de la encuesta:

- ✓ **Datos Generales**
- ✓ **Caracterización de la industria por secciones administrativas**
- ✓ **Área de Producción**
- ✓ **Área de marketing**
- ✓ **Financiero - Contable**
- ✓ **Recursos humanos**
- ✓ **Tecnología e innovación**

Cabe destacar que dentro de las empresas encuestadas existe variación en la elaboración de productos agrupados dentro de la clasificación CIUU 4.0, y una vez establecida la categorización obtuvimos una muestra total de 182 empresas, las mismas que reportan 14 categorías productivas enmarcadas en el CIUU 4.0. Véase Tabla 8.

Tabla 7 Clasificación de Empresas Objeto de Estudio

DESCRIPCIÓN	N° EMPRESAS	%
C1312.01 (FABRICACION TEJIDOS)	1	0,55
C1313.04 (ESTAMPADOS SERIGRAFIA Y PRENDAS DE VESTIR POR CONTRATO)	1	0,55
C1392.01 (SABANAS, COJINES, ALMOHADAS, ROPA DE CAMA, MANTELERIA, TOALLAS, ETC)	6	3,30
C1394.01 (FABRICACION DE CUERDAS)	1	0,55
C1410.01 (FAB PRENDAS VESTIR CUERO)	2	1,10
C1410.02 (FAB PRENDAS VESTIR PUNTO Y GANCHILLO)	24	13,19
C1410.03 (ROPA INTERIOR Y DORMIR)	3	1,65
C1410.04 (COSTURERAS Y SASTRES)	114	62,64
C1410.05 (FABRICACION SOMBREROS PIEL Y PAJA TOQUILLA)	10	5,49
C1410.09 (FAB ACCESORIOS DE VESTIR GUANTES, CHALES, CORBATA, ETC)	6	3,30
C1420.01 (FAB ARTICULOS DE PIEL)	1	0,55
C1512.02 (FABRICACION DE ARTICULOS DE TALABARTERIA Y GUARNICIONERIA)	3	1,65
C1520.01 (FABRICACION DE CALZADO, BOTINES, POLAINAS Y SIMILARES)	5	2,75
VARIOS CODIGOS	5	2,75
	182	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

3.9 Procesamiento y análisis de datos.

Luego de haber concluido con la recopilación de datos de la muestra mediante la encuesta descrita, se procedió a elaborar el análisis de la información. La importancia de este paso radica en que se podrá interpretar la evidencia; el nivel de desarrollo de cada una de las empresas, su forma de administrarse, el sector textil de mayor y menor desarrollo, su nivel de industrialización, el uso de tecnología en los procesos productivos, y demás información relevante.

El resultado del cuestionario académico fue subido a un documento Excel en donde de manera ordenada y sistemática se procedió a la tabulación de la información en tablas y formas estadísticas que nos permitan observar los datos de forma detallada y rápida. Muchos de los cuales se han incluido en este trabajo académico tanto en el desarrollo como en los anexos de la tesis.

3.5. Análisis situacional de la industria textil en la provincia de Cañar.

3.5.1 Características de la provincia.

Según consta en la Agenda para la Transformación Productiva Territorial Cañar, esta provincia se encuentra dentro de la zona de planificación 6, la misma que fue creada el 23 de abril de 1884 y su capital Azogues, fue fundada el 8 de marzo de 1825, está ubicada al sur del callejón interandino, en la hoya del Cañar entre los macizos del nudo del Azuay y de Curiquingue Buerán, su relieve es montañoso y ocupa en su mayor parte la hoya del Cañar, posee un clima de páramo en las altas mesetas; mesotérmico húmedo y semihúmedo al interior de la provincia y tropical monzón en las partes bajas de las estribaciones occidentales. La Población Económicamente Activa (PEA) asciende al 40%; su aporte económico es del 17% del Producto Nacional Bruto, y el 1,8% a nivel, según la división política actual esta provincia, tiene 7 cantones y 33 parroquias.

Tabla 8 Población Económicamente Activa de la Provincia del Cañar

VARIABLE	DATO	% REGIÓN 6	% NACIONAL
Extensión (Km2)	3.142	9%	1.2%
Población (Personas)	234.467	22%	1.6%
Población Económicamente Activa (PEA) 2001 (Personas)	93.787	27%	2.0%
N° Establecimientos Económicos	9.675	18%	1.8%
Producto Nacional Bruto (PNB) (miles \$ 2000)	480.206	17%	1.3%
CANTONES	PARROQUIAS		
Azogues	9		
Biblián	5		
Cañar	12		
La Troncal	3		
El Tambo	1		
Déleg	2		
Suscal	1		
7	33		

Fuente: Ministerio de la Producción, Empleo y Competitividad, 2013

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

3.5.2 Perfil económico productivo

En la provincia del Cañar, El 45,2% de la Población Económicamente Activa se dedica a la agricultura, silvicultura, caza y pesca, siendo ésta la principal actividad económica de la provincia, seguida de actividades de servicios (13,9%), comercio (10,7%) y manufactura (10%), la construcción representa el 8,3% seguido de las actividades no bien especificadas que constituyen el 5,5% y transporte con el 4,6%. Mientras que, las actividades de menor importancia para la provincia son: Establecimientos financieros (1,1%), trabajador nuevo (0,4%), electricidad, gas y agua (0,2%) y explotación de minas y canteras (0,1%).

Tabla 9 Porcentaje de PEA del Cañar

Sector económico	% Población Económicamente Activa
Agricultura	45 %
Servicios	14%
Comercio	11%
Manufactura	10 %
Construcción	8%
Otros	6 %
Transporte	5 %
Servicios financieros	1%
Total	100%

Fuente: Ministerio de la Producción, Empleo y Competitividad, 2013

Elaborado por: Wilson Solano

3.5.3 Descripción de productos elaborados por el sector.

Cabe destacar que según resultados de la investigación lamentablemente no se encontró ningún producto objeto de estudio con un nivel de producción industrial, sin embargo a continuación se describen los considerados principales:

Tabla 10 Clasificación CIU 4.0 y sus Productos

Nomenclatura	CIU 4.0
C1312.01	Fabricación tejidos (telas) anchos de algodón, lana cardada, lana peinada o ceda, incluido los fabricados a partir de mezclas o de hilados sintéticos o artificiales.
C1313.03	Servicio de impermeabilizado, revestimiento, cauchutado, o impregnación de prendas realizado por terceros a cambio de una retribución o por contrato.
C1392.02	Fabricación de accesorios confeccionados para el hogar: cortinas, cenefas, visillos .
C1392.03	Fabricación de artículos de lona o encerados: tiendas de campaña, artículos de acampada, velas, toldos de protección contra el sol, carpas, fundas para embalar mercaderías, etc.
C1392.04	Fabricación de tapices tejidos a mano.
C1410.03	Fabricación de ropa interior y ropa de dormir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de encaje, etc., para hombres, mujeres y niños: panties, calzoncillos, pijamas, camisones, batas, blusas, slips, sujetadores, fajas, etc.
C1410.04	Actividades de confección a la medida de prendas de vestir (costureras, sastres)
C1410.05	Fabricación de gorros y sombreros (incluidos los de piel y paja toquilla)
C1420.01	Fabricación de artículos de piel (con pelo natural): prendas y accesorios de piel incluido los confeccionados con pieles "alargadas", planchas, cuadros, tiras, etc.
C1512.01	Fabricación de maletas, bolsos de mano, mochilas, y artículos similares, de cuero, cuero regenerado o cualquier otro material, como plástico, materiales textiles, fibras vulcanizadas o cartón, cuando se usa la misma tecnología que en el caso del cuero
C1512.02	Fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería: sillas de montar, arreos, látigos y fustas
C1520.01	Fabricación de calzado, botines, polainas y artículos similares para todo uso, de cualquier material y mediante cualquier proceso, incluido el moldeado (aparado de calzado)

Fuente: INEC, 2012

Elaborado por: Wilson Solano

3.5.4 Ubicación geográfica del sector en el Ecuador (mapeo).

La muestra a estudiar se determinó en 182 empresas, escogidas de 4 cantones de la provincia del Cañar, donde Azogues como capital fue la más estudiada, cabe acotar que según el resultado de investigación ninguna llega a considerarse Industria, para el mapeo se trabajó con la herramienta Google maps logrando de esta manera la ubicación de las empresas encuestadas, tal como se muestra a continuación.

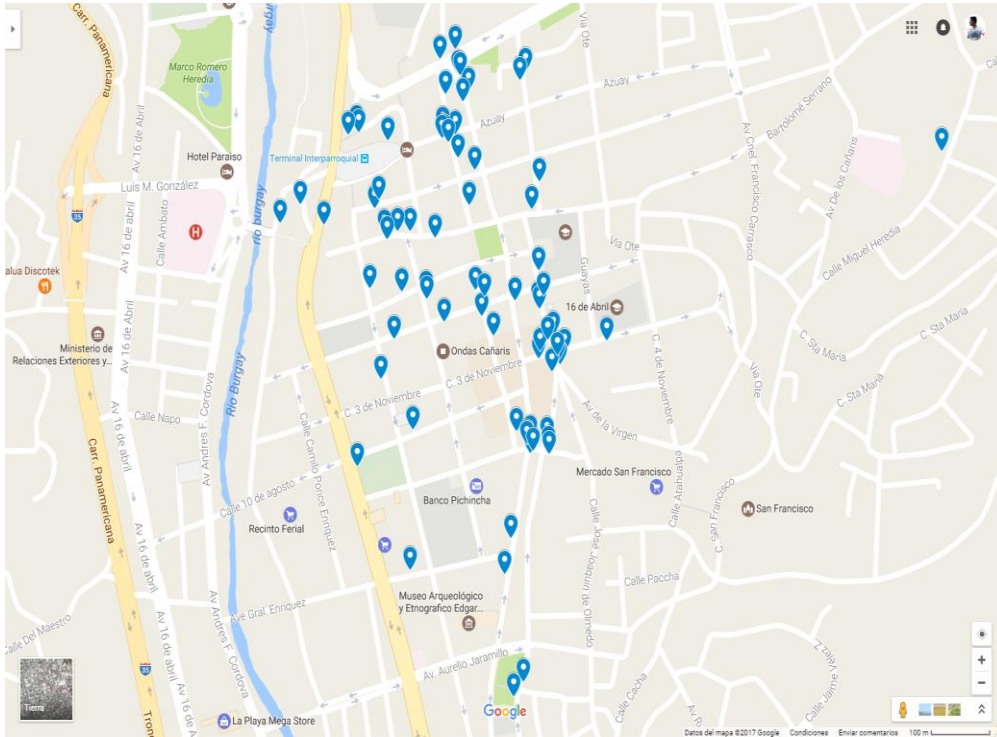


Figura 6 Mapeo de Sector Textil Provincia del Cañar (Azogues)

Fuente: SRI, Google Maps

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

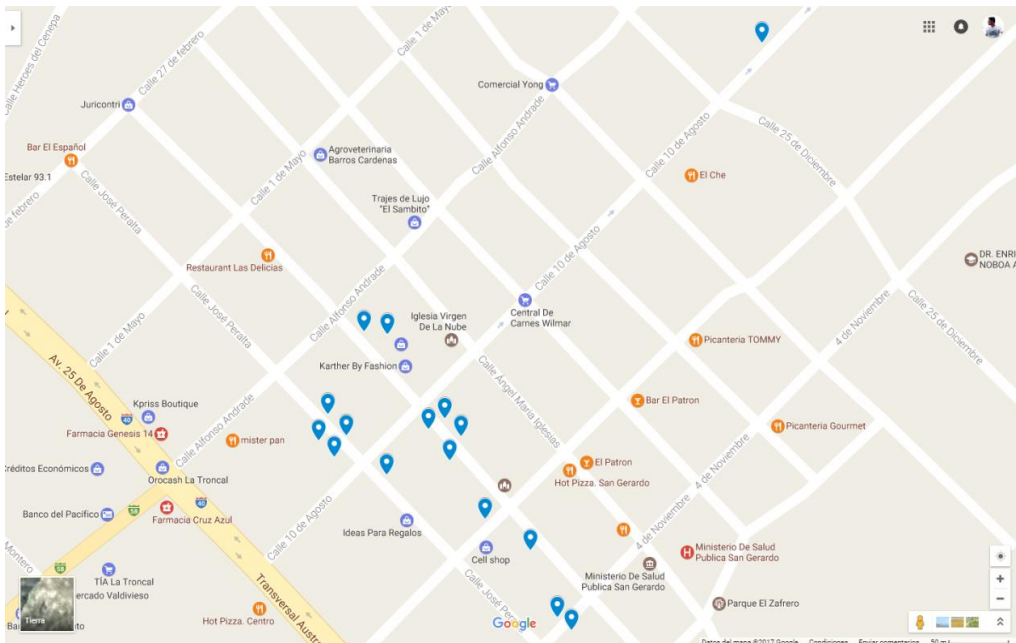


Figura 7 Mapeo de Sector Textil de la Provincia del Cañar (La Troncal)

Fuente: SRI, Google Maps

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

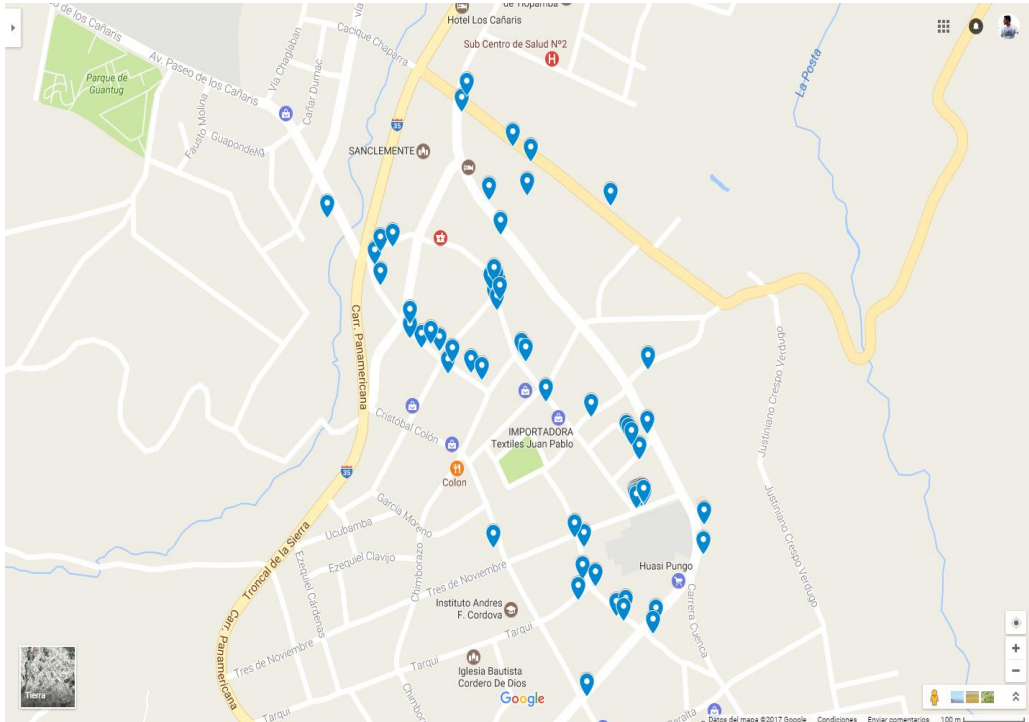


Figura 8 Mapeo de sector textil en la Provincia del Cañar (Cantón Cañar)

Fuente: SRI, Google Maps

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

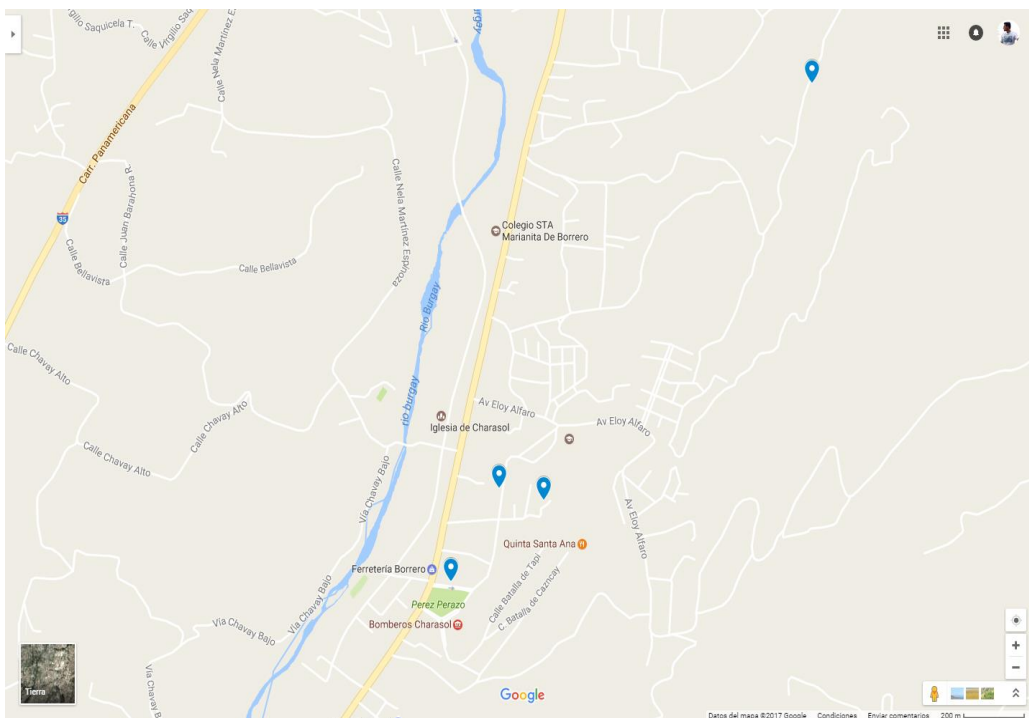


Figura 9 Mapeo del sector textil de la Provincia del Cañar (Borrero – Azogues)

Fuente: SRI, Google Maps

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

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

En esta provincia su principal actividad de manufactura, es la industria de alimentos, particularmente la producción de azúcar, actividad con la mayor producción bruta de la provincia, \$ 111.5 millones, aportando en la región una generación de empleo de 1.800 personas ocupadas, además de 300 cañicultores, evidenciando según resultados de la investigación que en la provincia de Cañar la industria textil no es la principal fuente económica generadora de ingresos, así lo confirma la agenda para la Transformación Productiva Territorial Cañar, que destaca que la rama textil es la tercera actividad, específicamente la confección de prendas de vestir, obtenidas mediante procesos artesanales.

Es así que 139 de las empresas encuestadas manejan esta actividad como negocios unipersonales que equivale al 76.37%, donde evidente es la confección de prendas de vestir con el 75.27%, 35 son de tipo familiar es decir el 19.23% y tan solo 8 empresas por llamarles así son de tipo no familiar dedicados a la fabricación de cueros y productos conexos.

3.5.6 Organizaciones gremiales del sector.

Según el resultado de la investigación el 60,44% (110) de los encuestados manifestaron no pertenecer a ninguna organización, sindicato o cámara, tan solo el 39,56% (72) declararon pertenecer a algún tipo de estas organizaciones.

De ahí que, en la provincia del Cañar existen varias asociaciones, gremios, cooperativas, fundaciones identificadas, a las cuales pertenecen las encuestadas, tal como se muestra a continuación.

Tabla 11 Asociación a las que pertenece los encuestados

ORGANIZACIONES	CANT.	%
Asociación Blanca Ortiz	1	0,55
Asociación de Artesanos Interprofesionales del cantón Biblián	2	1,10
Asociación de jubilados del Cañar	1	0,55
Asociación de trajes Cañaris	1	0,55
Asociación interprofesional 1 de mayo	2	1,10
Asociación interprofesional artesanal del cañar	17	9,33
Asociación Mushuc Pacari	16	9,88
Asociación Santiago Correa	1	0,55
Cámara de Artesanos de Azogues	2	0,55
Cámara de comercio de Azogues	1	0,55
Cámara de comercio de la Troncal	2	1,10
Cámara de comercio del Cañar	1	0,55
Cámara de la pequeña industria del Cañar	1	0,55
Coop de artesanos/as padre Rafael González	1	0,55
Cooperativa de tejedoras Pérez Perazo de Azogues	1	0,55
Fundación Carlos Pérez	1	0,55
Gremio 1 de enero profesionistas del calzado	1	0,55
Gremio de modistas y afines del Cañar	7	4,40
Gremio de sastres y modistas 5 de mayo	2	1,10
Gremio de sastres y modistas de la Troncal	5	2,75
Junta nacional de defensa del artesano	4	0,55
Pre cooperativa Puertas del Cielo"	1	0,55
Sindicato artesanal del Cañar	1	0,55
Ninguna	110	60,99
TOTAL	182	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Solano

3.10 Administración del sector textil.

Según Henry Fayol (Fayol, 1949), la administración se define como el proceso de prever, organizar, mandar, coordinar y controlar"

El concepto de Fayol es aplicable a todo tipo de empresas y organizaciones sean pequeñas o grandes empresas lucrativas y no lucrativas, a las industrias manufactureras y a las de servicio.

3.6.1 Estructura administrativa.

Es una clave determinante dentro de una empresa, ya que su funcionamiento ayuda a saber quién, cómo, cuándo, con qué elementos, y en cuanto tiempo se debe realizar las tareas. Además promueve los vínculos profesionales que se establecen en el interior de una empresa para que ésta pueda lograr sus objetivos de estabilidad, producción y desarrollo económico. A continuación se procederá a exponer los resultados porcentuales de la encuesta y el respectivo análisis de cada uno de los enunciados.

3.6. 1. 1 *Filosofía empresarial.*

Representa el ambiente que se desenvuelve la industria, constituye una manera de informar a la sociedad en general su naturaleza al hacer negocios. Es una excelente forma de guiar a su planta laboral en la toma de decisiones en pro de cumplir los objetivos deontológicos que son la razón de ser la empresa.

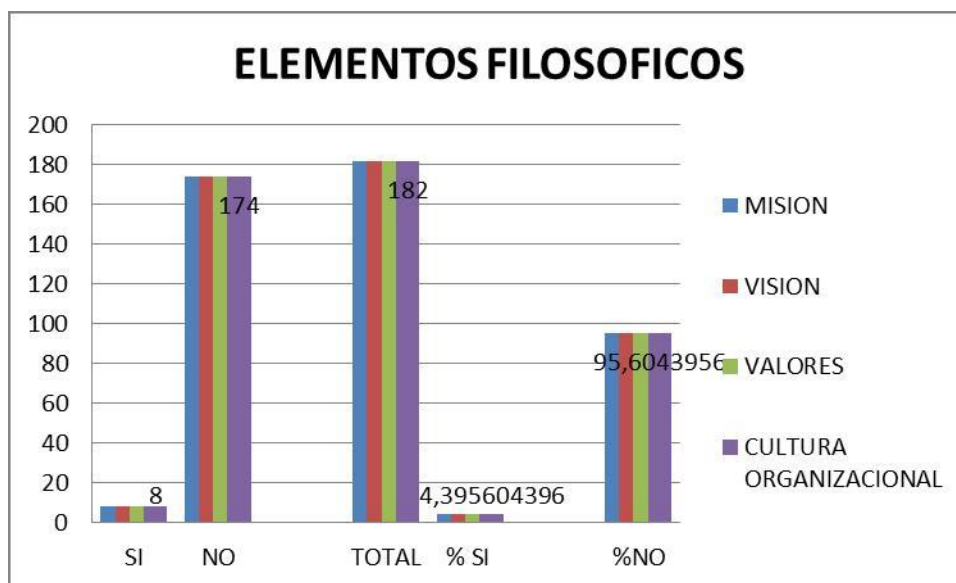


Figura 10: Elementos filosóficos
 Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

La figura 10 refleja la manera informal con que los textileros de la provincia del Cañar manejan su empresa. Pues la encuesta refleja que tan solo el 4% de la muestra posee elementos filosóficos, se menciona adicionalmente que menos del 1% lo habían hecho conocer a sus empleados o socios. Lo que lleva a concluir que en la provincia estudiada en la práctica no se aplica estos enunciados.

3.6. 1. 2 Instrumentos Organizativos.

Las empresas deben institucionalizar su trabajo para mostrar de forma clara y específica a todas las personas comprometidas con esta, cuáles son sus funciones, límites, reglas y manuales; es por ello que una correcta administración profesional no descuidará los instrumentos organizativos. Véase Figura 11.

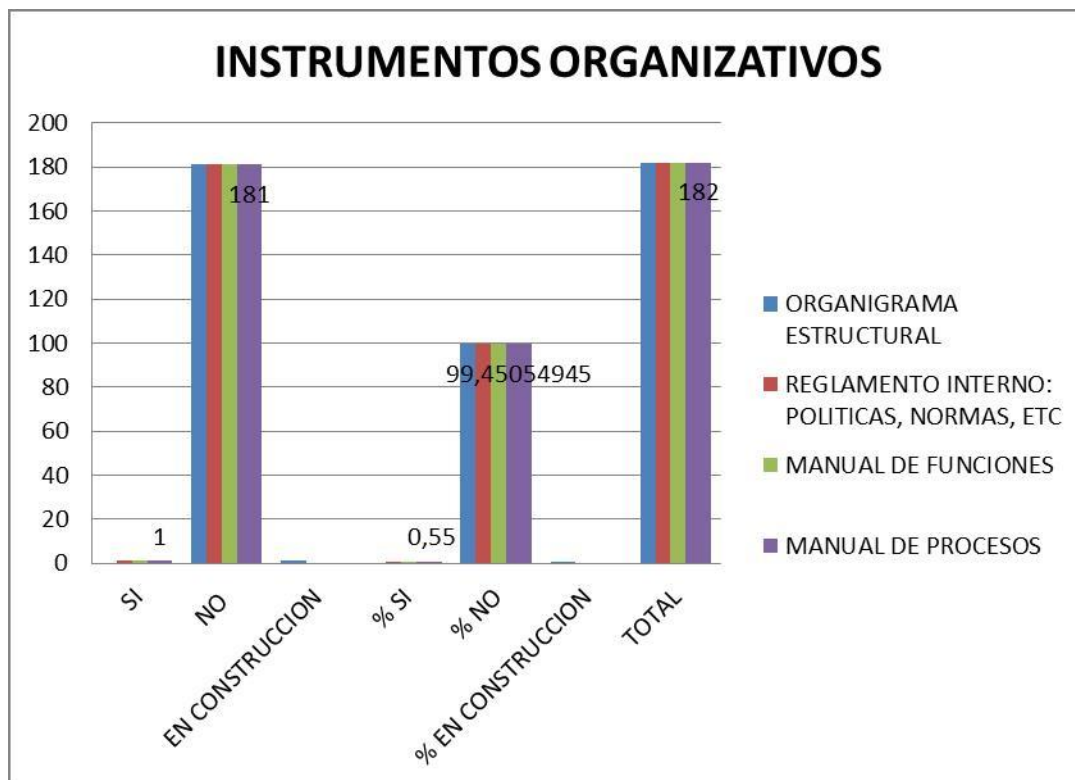


Figura 11: Instrumentos organizativos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

Dada la evidencia porcentual de las empresas encuestadas que no posee un organigrama estructural, un reglamento o manual de funciones y de procesos, y que tan solo el 0,55% piensa implementarlo a futuro es muestra evidente que la provincia del Cañar no tiene definido su nivel jerárquico de manera formal. No existen ciencia, norma, ni manual con el cual regirse, con ello difícilmente puede iniciar un proceso industrial a futuro. Además refleja el nivel primario empresarial generalizado en la zona.

3.6. 1. 3 Tipo de Liderazgo.

Liderazgo es el conjunto de técnicas administrativas que una persona posee para influir sobre otras, haciendo que estos laboren con entusiasmo hacia el logro de sus metas y objetivos.

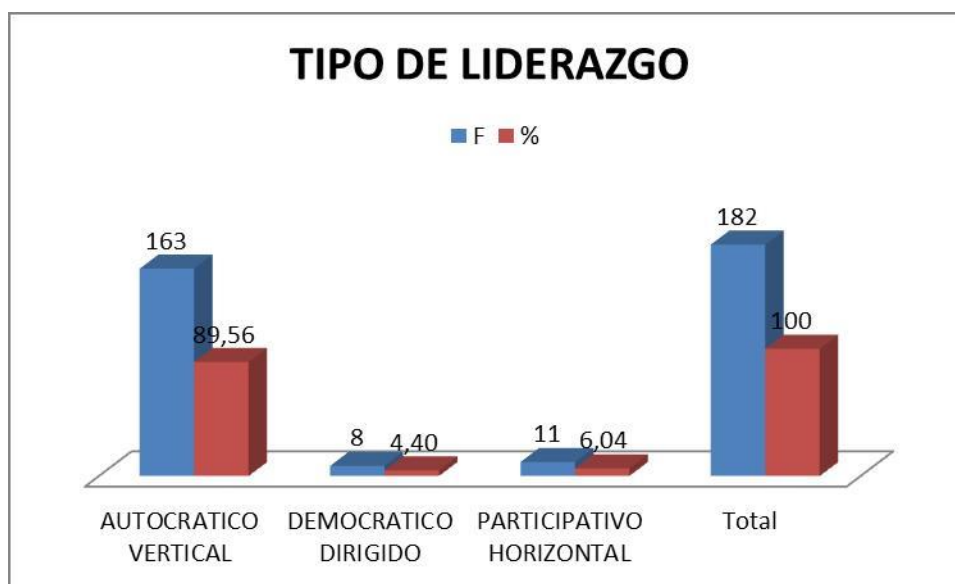


Figura 12: Tipo de liderazgo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

Mediante el presente desarrollo investigativo se ha consultado sobre tres clases de liderazgo, procurando averiguar qué tipo de liderazgo de los incluidos en el cuestionario se imprime en la provincia. Se procederá a conceptualizar brevemente cada uno de ellos para posteriormente hacer el análisis respectivo.

En base a la encuesta se puede concluir que el liderazgo autocrático es el de mayor preeminencia en la provincia. La razón evidente la constituye el hecho de que en un 90% las empresas pertenecen a un solo propietario o empresa familiar y él cual es el que finalmente toma las decisiones. Véase Figura 12.

3.6. 1. 4 *Planeación estratégica.*

Se debe entender como planeación estratégica (IBARRA, 2004) a la creación de un sistema dúctil e integral de objetivos, así como el planteamiento de las alternativas que permitan a la empresa y sus ejecutivos lograrlos.

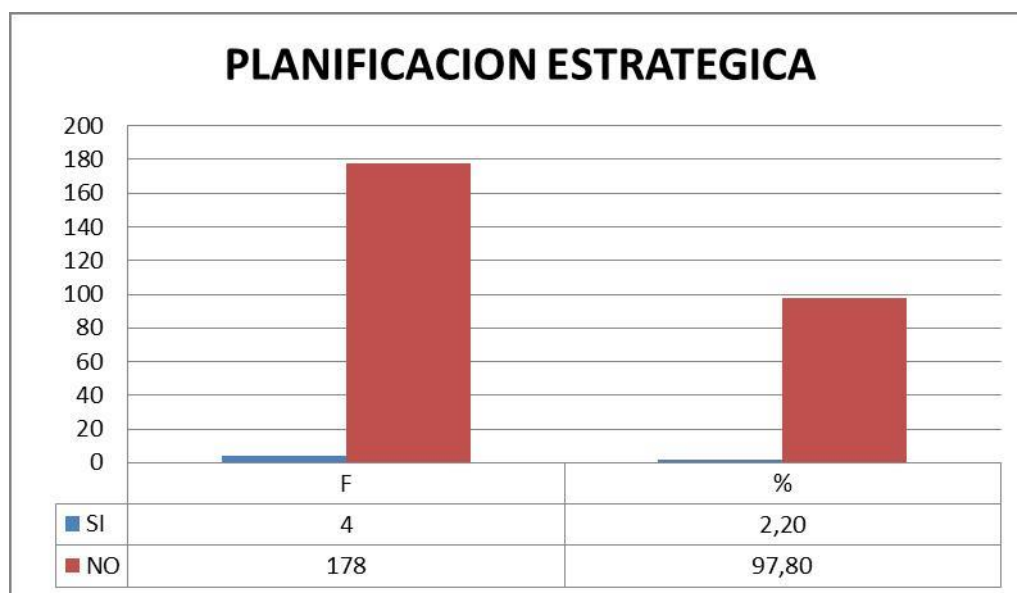


Figura 13: Planificación estratégica
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

Los empresarios de la provincia del Cañar no hacen uso de la planificación estratégica, hecha por quinquenios para determinar su dirección y crecimiento. Los hechos revelan que tan solo un 2% de los encuestados mencionó conocer de la importancia de ella en la empresa, pero en la práctica ninguno demostró estar siguiendo el lineamiento por escrito de este tipo de planificación. Cabe mencionar que se notó en el campo, un claro sesgo en sus respuestas al preguntar sobre la manera en como planificaban su empresa, ya que de forma errática mencionaban que lo hacían diariamente, semanalmente, mensualmente, etc. Véase Figura 13.

3.6. 1. 5 *Plan operativo anual.*

El plan operativo anual es un documento organizacional en el que se detallan los objetivos a conseguir durante un ejercicio económico, y que está ligado estrictamente al plan estratégico de la empresa.

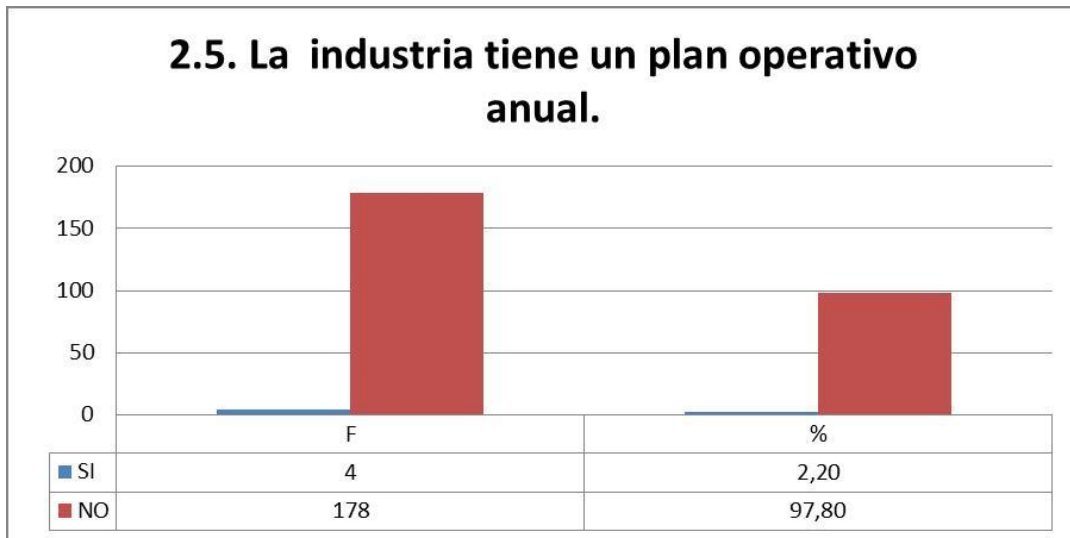


Figura 14: Porcentaje de POA en las empresas del Cañar

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

El resultado de la encuesta a las empresas, demuestra que el nivel marginal de elaboración de un Plan Operativo Anual (POA), en porcentaje tan solo en 2,2%. Por lo que se puede evidenciar que las empresas del sector textil en esta provincia no conocen la importancia y utilidad de un POA para el desarrollo y crecimiento empresarial, y las consecuencias de evitarlo tiene un alto contenido de resultados parecidos cada año, perpetuando la inexistencia industrial del Cañar. Véase figura 14.

3.6. 1. 6 *Área de producción.*

En el detalle de esta sección de la encuesta, se revelará los principales productos que elabora la provincia del Cañar, el volumen de producción anual, sus proveedores, origen de la materia prima, saberes ancestrales, estrategia de precios y certificados de calidad obtenidos.

3.6. 1. 6. 1 *Productos textiles principales del Cañar.*

En base a la tabulación de datos podemos concluir que la provincia del Cañar centra su sector productivo textilero en los elaborados por Costureras y Sastres, seguido de la fabricación de prendas de vestir de punto y ganchillo, la

fabricación de sombreros de paja toquilla como tercera actividad principal, en cuarto y quinto lugar compartiendo el mismo número de casos la fabricación de lencería para el hogar y accesorios de vestir como guantes y chales. Véase Figura 15.

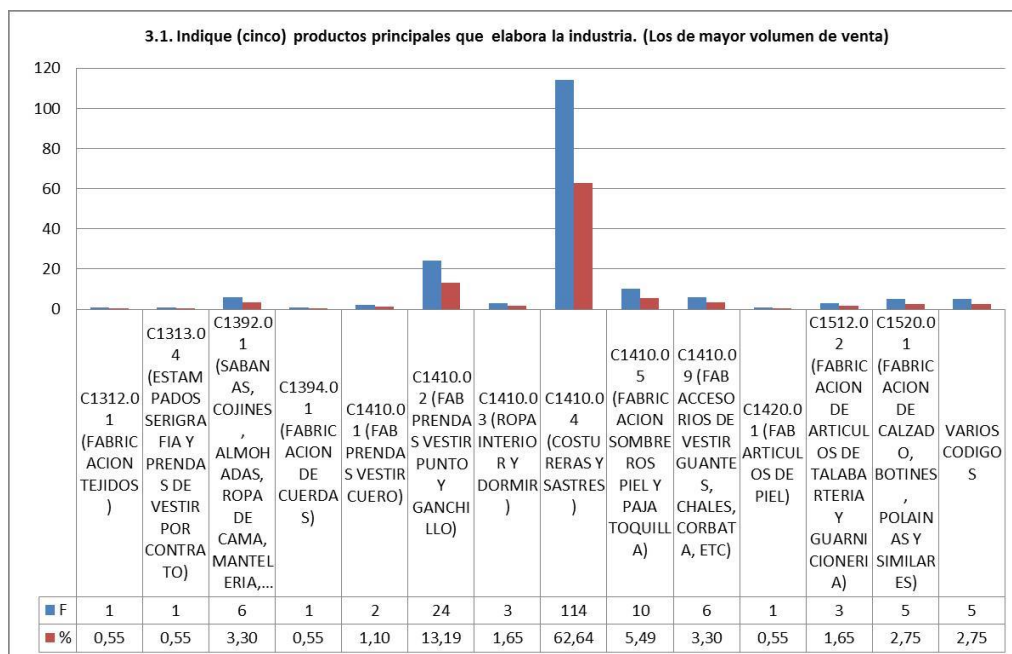


Figura 15: Principales CIU de Cañar
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

3.6. 1. 6. 2 Volumen de producción.

Dada la importancia de las cifras económicas expresada en volumen de ventas por ejercicio anual se expone a continuación la tabla en números de los niveles de productividad del Cañar.

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

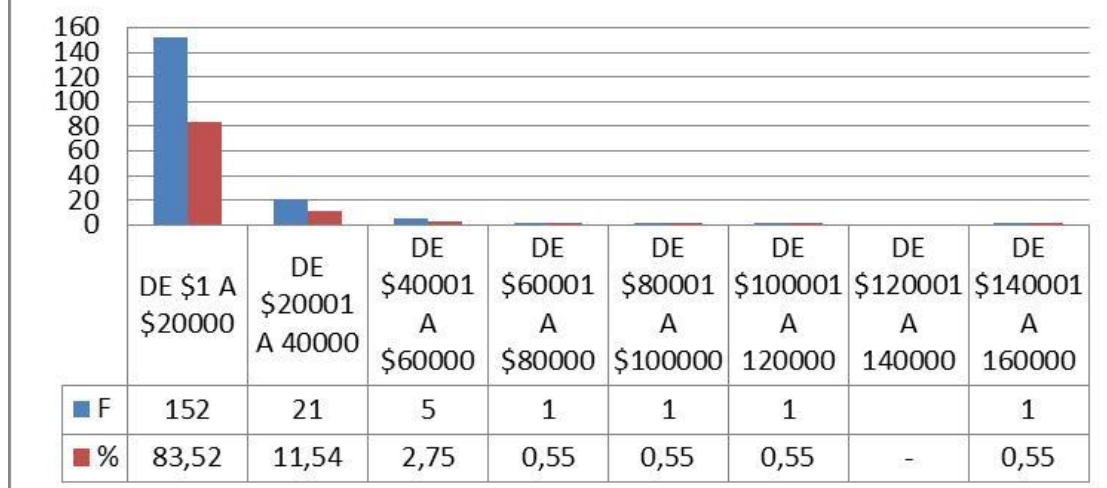


Figura 16: Volumen de producción anual

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

Los números no dejan espacio a la elucubración de la realidad del Cañar, y queda claro que no existe industria en la provincia. Dado los niveles de producción en cifras, cabe mencionar el alto porcentaje de microempresas, las que representan el 84%. El 16% adicional se fraccionan en PYMES con claros indicios de descenso económico según mencionaron los encuestados. Véase figura 16.

Adicional a ello como explicación de los resultados en esta misma área se encontró que el 84% (véase Anexo 4) de la materia prima utilizada en la provincia del Cañar proviene del mercado nacional, mencionaron como razón principal a esta opción a los problemas de importación por las salvaguardias impuestas por las políticas macroeconómicas del gobierno actual. Los empresarios mencionaron que la materia prima nacional posee calidad deficiente y precios muy altos. Mostraron preocupación por la inminente falta de competitividad con el resto del país.

3.6. 1. 6. 3 *Técnica Fundamentada en Saberes Ancestrales.*

Se consideró de vital importancia mencionar una especificidad de incidencia muy alta en la provincia, la cual constituyen los saberes ancestrales en la elaboración

de productos textiles. Es de particular interés resaltar el hecho que el 60% de los elaborados contiene conocimientos patrimoniales. Es deber del estado preservar esta herencia cultural y a nivel empresarial constituye una oportunidad de industrialización como área a destacar la elaboración de sombreros de paja toquilla. Las cañarenses en especial poseen habilidad heredada en este artículo. Además la elaboración de polleras cañaris está muy extendida en la provincia y forman parte del alto porcentaje de textiles que cuentan como componentes saberes ancestral en su elaboración. Véase Figura 17.

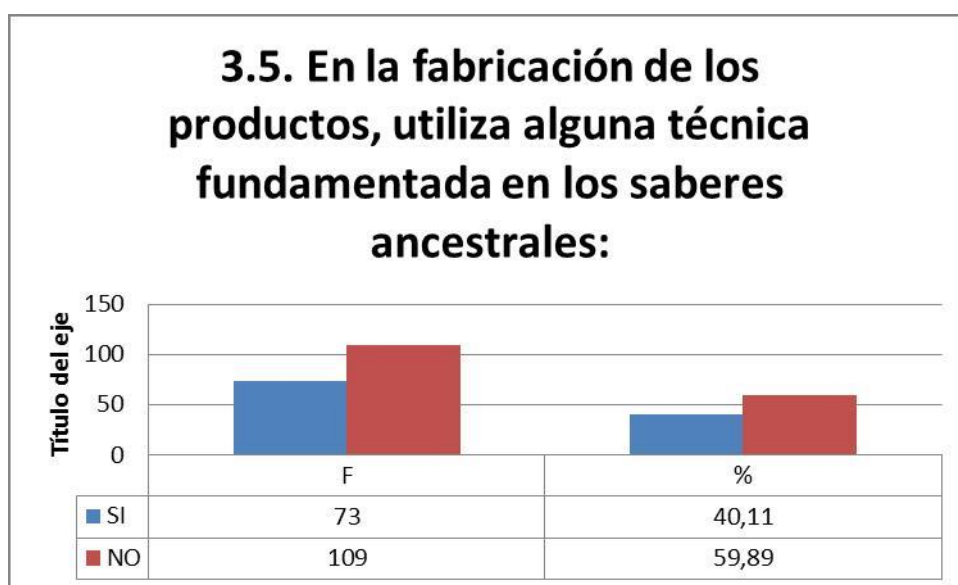


Figura 17: Uso de saberes ancestrales en la elaboración textil

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

Siguiendo el detalle de la encuesta, se debe mencionar la forma en como los empresarios de la provincia del Cañar del sector textil ponen los precios a sus elaborados. De acuerdo al Anexo 5 el 89% de los empresarios lo hace considerando factores internos es decir costo más utilidades. Se notó el carácter marginal del uso estratégico del precio de los productos como medio de promoción y aumento de rotación de inventarios. Tan solo un 3% considera a la competencia, para forjar los precios de sus productos.

3.6. 1. 6. 4 *Certificados de calidad.*

Los certificados de calidad son una muestra de excelencia, de desarrollo de procesos, de control de calidad, de cultura empresarial. Es por ello que se vio conveniente mediante la exposición de la siguiente figura mostrar la realidad de la provincia del Cañar, pues las cifras son muy reveladoras y ayudaran a aportar criterio en la conclusión de este documento académico. El 99% de las empresas encuestadas manifestó que nunca ha sido reconocida la calidad de su producción.

Probablemente como investigador se puede emitir opinión sobre la posible causa de ello, y quizás una de las causales la constituya la desidia del sector empresarial local y nacional para promover la excelencia. Cañar es una provincia sin un cuerpo empresarial sólido, con liderazgo. La mayoría de la muestra expreso antipatía a cualquier tipo de asociación. Lamentablemente sin el trabajo en sinergia, mancomunado, le será muy difícil al sector poder mejorar y mostrar la calidad que puede lograr su aparataje textil, que como se mencionó de forma supracitada contiene abundante riqueza ancestral-patrimonial de inigualable valor.

3.6. 1. 7 *Área de marketing.*

El área de marketing de los empresarios textiles de la provincia del Cañar posee datos valiosos que aportan más detalle de cómo se desenvuelve el sector en esta área. El Anexo 6 demuestra que un 20% de los empresarios encuestados posee marca propia, lo que indica conciencia de un buen número de empresarios –claro esta aun deficiente- de la importancia de la promoción de sus productos en el mercado y la correspondiente diferenciación de la competencia.

Contrario a los leves indicios de conciencia marketera, sorprende el hecho de que tan solo una empresa haya hecho el registro de su marca. Explicación probable fue de acuerdo al Anexo 7, el desconocimiento del proceso de trámite un 30%, a descuido 33% y un marginal 5% atribuyo a la dificultad en los trámites.

Queda mucho trabajo que hacer en esta área importante a la hora de posicionar un producto en el mercado, puesto que el 74% de los que poseen marca Anexo 8 mencionó no haber realizado ningún proceso comercial para diferenciar su marca de la competencia. El 26% que si lo hizo, invirtió en publicidad de prensa escrita en un estimado del 70% de los valores totales destinados a este rubro.

El 93% de la producción (véase Figura 18) se destinó al mercado local (Provincia del Cañar) lo que representó el monto \$2'148.592 en el ejercicio económico de 2015 (véase Figura 19). Siendo en el 91% de los casos el canal directo Productor- Consumidor el medio por el cual se expenden los productos textiles en la provincia (véase Anexo 9).



Figura 18: Destino de la Producción

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán



Figura 19: Volumen de venta anual
 Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

3.6. 1. 8 *Financiero contable.*

A pesar de la situación local favorable en el ejercicio económico de 2014, un 42% de la muestra no generó utilidades. Véase figura 20. La generación anual de utilidades por parte de las empresas es evidencia de crecimiento de un buen manejo económico y para los accionistas -de acuerdo al nivel de utilidades- una buena Tasa Interna de Retorno TIR es la razón de ser de sus inversiones. El 58% que sí lo hicieron destinaron sus utilidades (véase Anexo 10) para reinversión en activos, el porcentaje restante lo dedicaron para aumento de patrimonio, pago de obligaciones, otros.

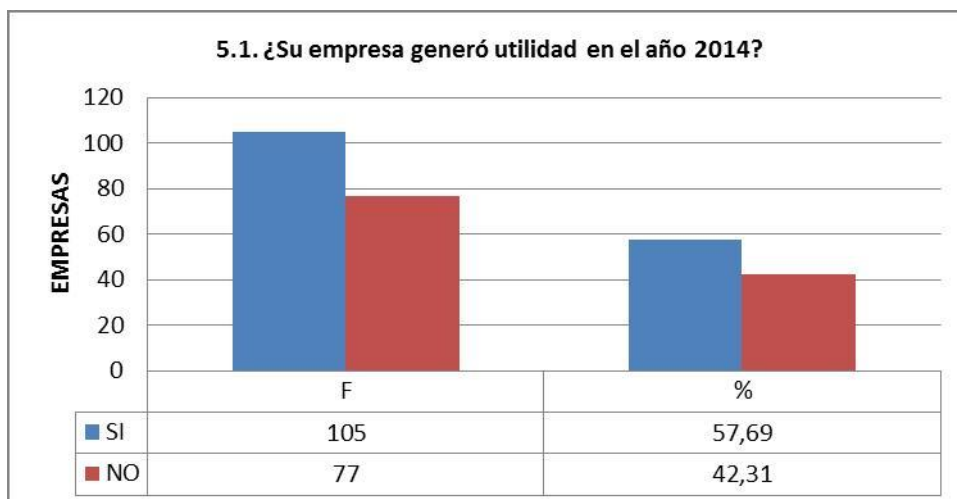


Figura 20: Generación de Utilidades

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

Con los excedentes que genera el sector textil en la provincia del Cañar, el 100% coincidió que dedica los recursos para la producción. Mencionaron que los recursos son escasos y por tanto no pueden invertir en áreas ajenas a la producción. Su fuente de financiamiento principal (véase Figura 21) es el sistema cooperativo de ahorro y crédito.

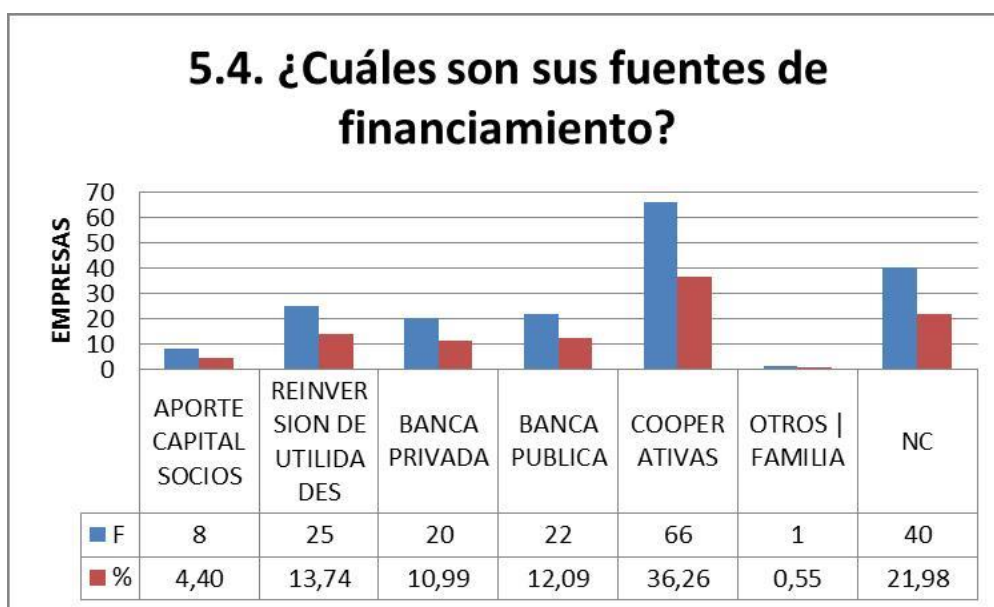


Figura 21: Principales fuentes de financiamiento

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

Como información relevante de esta figura, se debe destacar que según el Banco Central del Ecuador (2017) existen 4 cooperativas que tienen sus orígenes en la provincia del Cañar. Pese a ello la demanda de créditos es alta en este tipo de instituciones, y sin embargo las cooperativas de origen cañareño es baja en comparación con otras provincias de la sierra como Tungurahua que tiene 43 cooperativas de ahorro y crédito.

Extrapolando datos se puede concluir la veracidad de la evidencia encontrada en el campo y la opinión generalizada de la muestra, la cual mencionaba que tienen un elevado porcentaje de desconfianza en las asociaciones de todo tipo.

3.6. 1. 9 Recursos humanos.

En cuanto a los recursos humanos (véase Figura 22) la encuesta reveló que en Cañar el 29% de la muestra dijo ser personal administrativo, y el 71% restante operativos. Cabe mencionar que en varios casos de la muestra los que fueron clasificados como administrativos también hacían la labor de operativos por el hecho de que eran empresas manejadas por el mismo emprendedor.

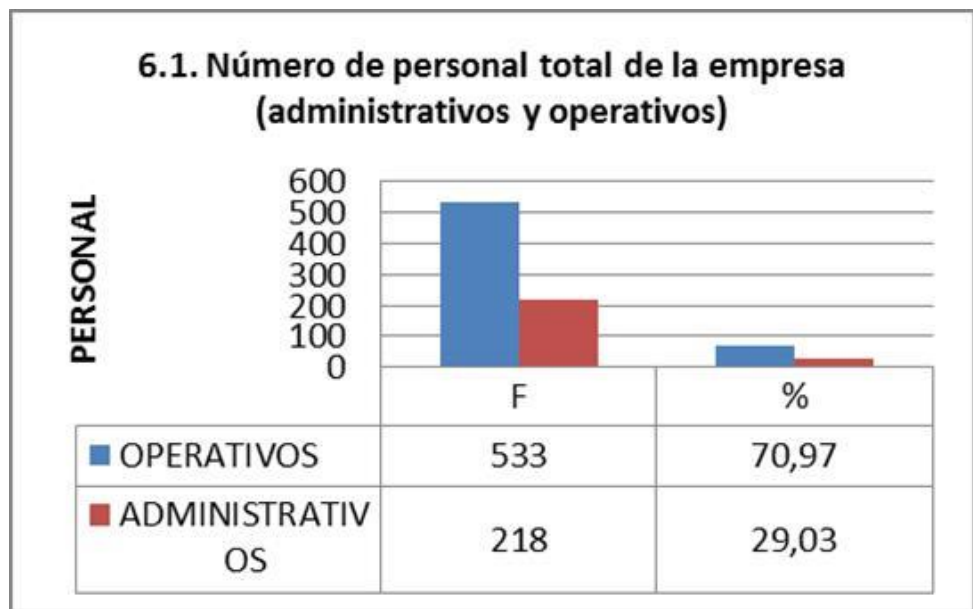


Figura 22: Personal total de la empresa

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

Hay datos reveladores en cuanto al nivel de educación en la provincia del Cañar. Véase Figura 23. Tanto en el área de producción como en el área que se encarga del financiamiento de la empresa. El 82% del personal productivo mantiene el nivel básico de educación; se pudo percibir que esta cifra aún guarda subregistros, pues es común que las nuevas generaciones no pasen de cuarto grado de escolaridad básica y el 18% que contesta que cuenta con bachillerato, en la práctica llega en su mayoría a 10 años de educación básica.

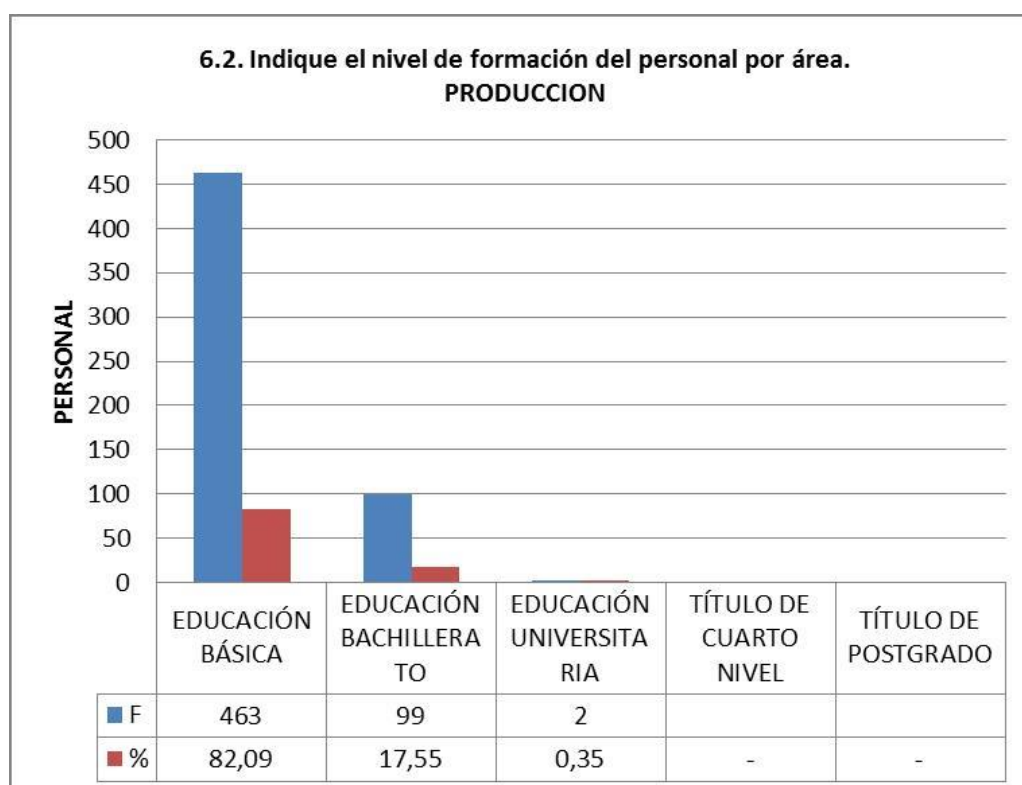


Figura 23: Nivel de formación académica en el área de producción

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

En cuanto al personal que se encarga del área de financiamiento la diferencia de educación apenas supera el de producción (véase Figura 24) continúa habiendo extrema deficiencia de educación y preparación técnica en la provincia del Cañar, sin un nivel de educación adecuado poco puede cambiar la forma en cómo se está manejando las empresas y menos aún llegar a un nivel de gran escala. No es de extrañar la correlación de la educación en la provincia con el nivel industrial de sus empresas.

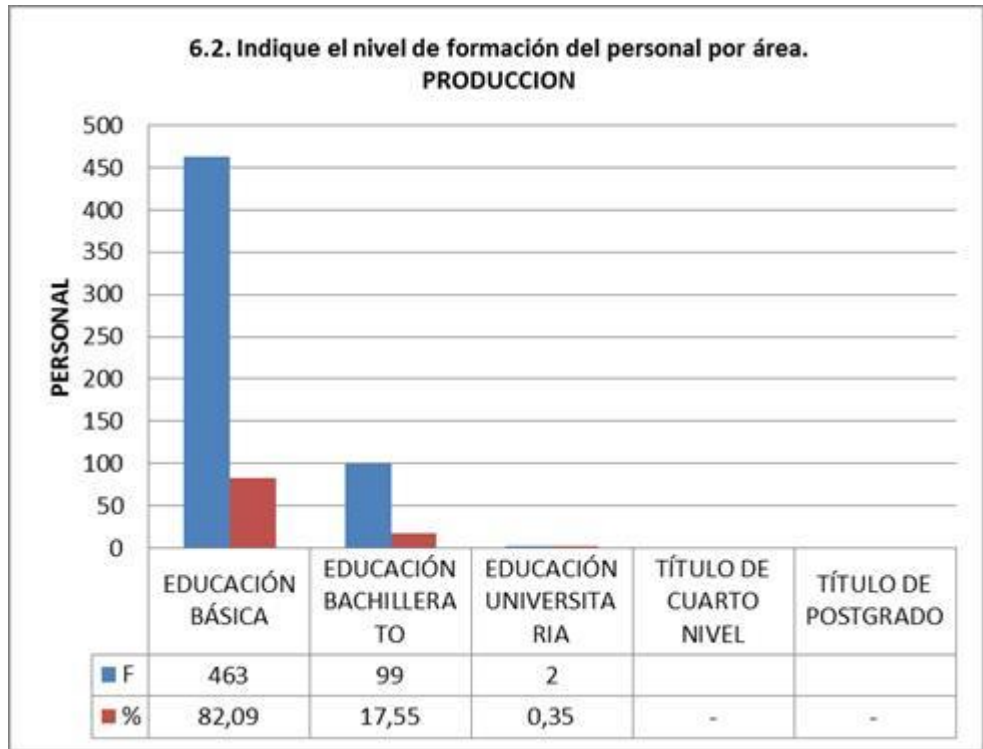


Figura 24: Formación académica del personal de producción.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

La inversión que se realizó en capacitación fue de \$150.00 en el total de la muestra. Con el nivel de educación antes citada, sumado al nivel de capacitación de su planta laboral, el resultado es muy claro. No existe unidad de salud ocupacional y riesgo laboral en ninguna empresa del Cañar. (Véase Anexo 11) Finalmente solo en el 7% de la muestra se registra que existe un proceso de evaluación del desempeño en su planta laboral. (Véase Figura 25)

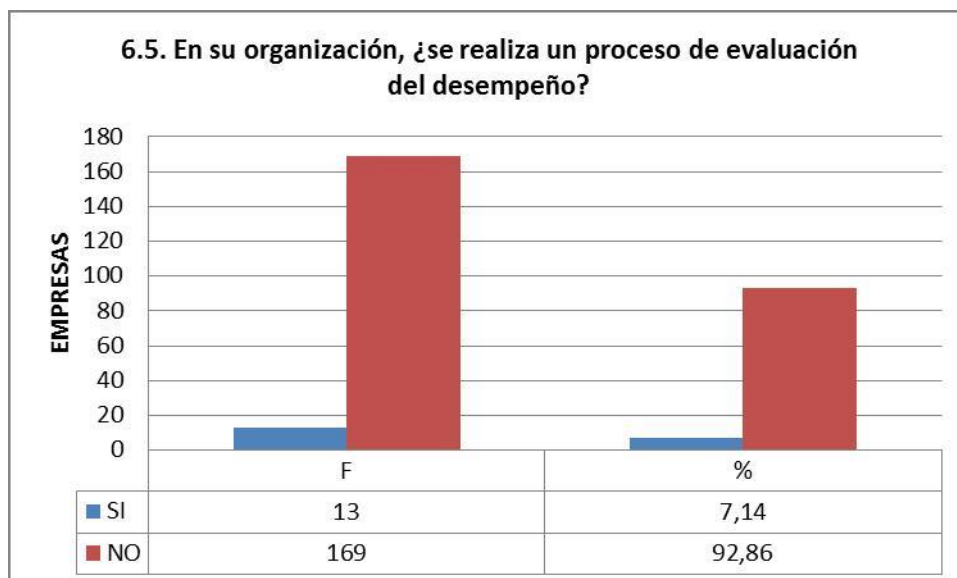


Figura 25: Evaluación de desempeño

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

3.6. 1. 10 Tecnología e innovación.

El uso de tecnología e innovación en la provincia del Cañar se concentra en la obtención de una máquina de coser, sea esta industrial o de uso casero. El 79% de la muestra lo refleja. Véase figura 26. Además de lo mencionado no se observó en la muestra interés por adquirir tecnología de punta o innovación de procesos. El área que mayor innovación de productos que se observó fue en la ropa típica de la zona. Los colores, motivos y diseños demostraron una constante innovación y diferenciación marcada entre competidores.

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

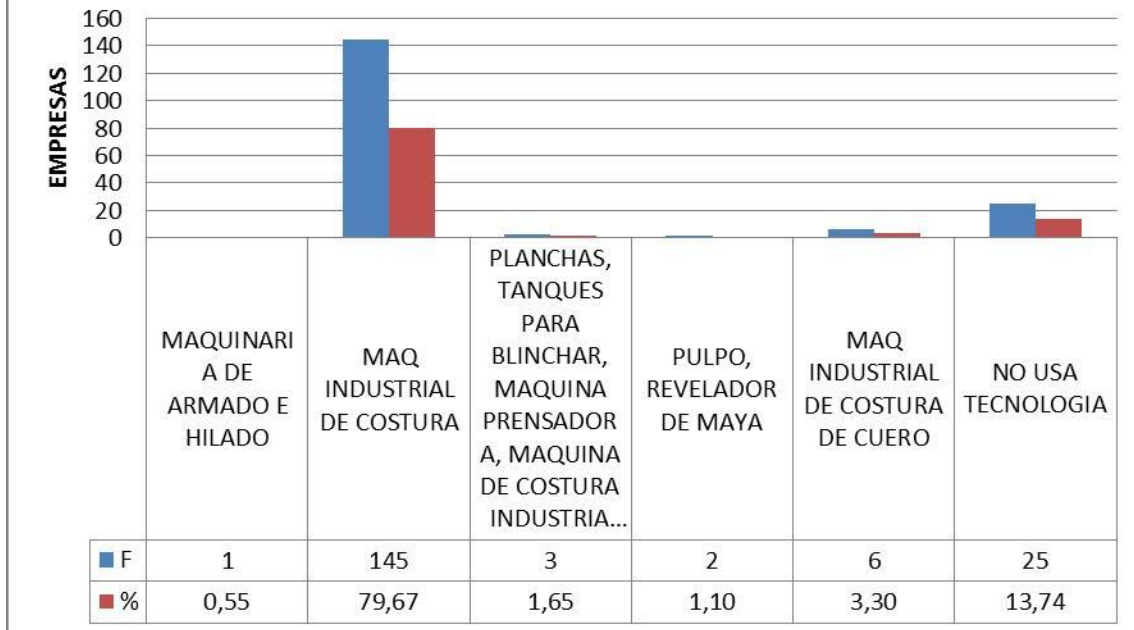


Figura 26: Uso de tecnología

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

CAPÍTULO IV.

4. PROPUESTA DE INDUSTRIA TEXTIL DEL CAÑAR, CARLOS PÉREZ & CIA.

4.1 Antecedentes de la industria.

El resultado de la investigación pone en evidencia que en la provincia del Cañar no existen industrias textiles, dado que en su mayoría son de tipo unipersonal y familiar. Sin embargo, se encontró una empresa clasificada como industria, su nombre es "Industrias Valencia" la misma que paralizó sus máquinas en 2012. Los motivos que espentó fueron el alto costo de materia prima, en su mayoría nacional; falta de competitividad en los mercados principales, mientras que Colombia y Perú tienen libre acceso a los mercados objetivo como USA, el Ecuador aún mantiene escepticismo a la firma de un tratado comercial con este importante mercado para los industriales del país; como consecuencia el contrabando proveniente de países como Colombia y Perú aumentaron considerablemente, y constituyeron -entre varias aristas- para que la fábrica cerrara sus puertas. La industria se encuentra en mantenimiento regular hasta que macroeconómicamente el país mejore su competitividad sistémica.

En diversas empresas del Cañar se evidenció deficiencia de mano de obra local calificada, factores motivacionales escasos, conformismo, y desidia. Al ser Cañar una provincia de alta migración, recibe anualmente ropa enviada desde el extranjero en grandes cantidades, gran parte de las empresas textiles han optado por constituirse en empresas reparadoras de ropa, que no son más que antiguas empresas de confección, dedicadas ahora a esta actividad de reparación de prendas para ajustarlas a la medida del cliente.

El sector talabartero enfrenta su inminente desaparición, debido a la falta de requerimiento de sus elaborados, la materia prima es cara y la demanda que hay ha sido reemplaza con productos de menor calidad y bajo precio de países vecinos.

En todos los cantones del Cañar se constató que existen empresas dedicadas a la fabricación de trajes típicos, teniendo los mismos una gran demanda de la población femenina. La capacidad técnica en bordado de las artesanas es de calidad, los motivos y detalles labrados con maquina parecen provenir de su cotidianidad en los altos paramos, la flora y fauna de esta zona austral del país es común en los bordes de sus polleras, blusas, ponchos y chales.

En conclusión, la provincia del Cañar tiene importantes fortalezas en el área de manufactura de sombreros de paja toquilla y trajes de ropa típica, que con adecuada

capacitación y maquinaria con tecnología de punta se podría forjar un polo de desarrollo importante en el austro del país.

El sector económico propuesto como empresa a industrializarse, es el que se dedica a la elaboración de sombreros de Paja Toquilla, por la evidente ventaja comparativa y competitiva, descrita de acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU 4.0 con C14 FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR (INEC, 2012) y categorizada en forma específica con C1410.05 Fabricación de gorros y sombreros (incluido los de piel y paja toquilla). La empresa escogida como modelo de desarrollo industrial es la “Fundación Carlos Pérez Perazo”, con administración tipo democrático – dirigido

4.2 Ubicación geográfica de la empresa propuesta a asociarse como industria textilera

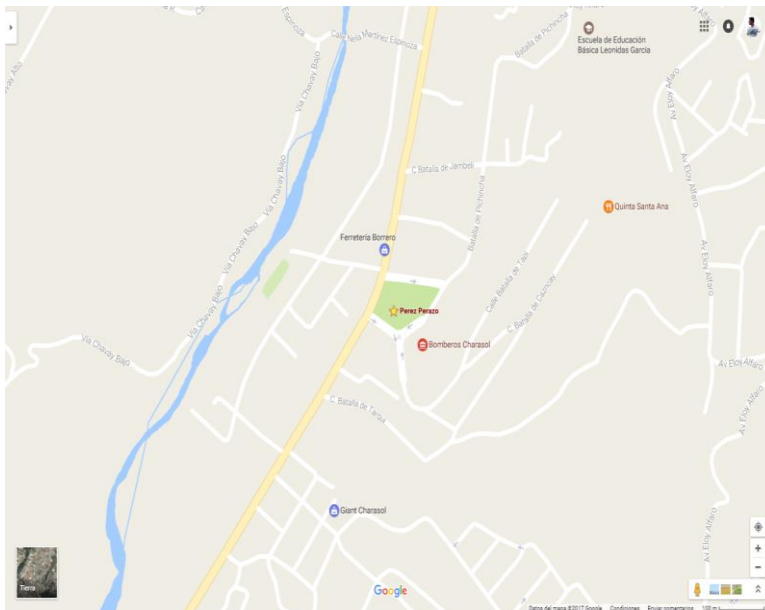


Figura 27 Mapeo de Fundación Carlos Pérez & Compañía en Borrero - Provincia del Cañar

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Wilson Solano Guamán

La empresa Carlos Pérez Perazo se encuentra ubicada en la comunidad de Borrero Charasol, Provincia de Cañar, tiene suficiente extensión de terreno para expansiones futuras, lo que soporta la propuesta de industrialización de esta empresa. Cuya planta de producción está ubicada en la siguiente dirección:

Industria: “Carlos Pérez Perazo”

Provincia: Cañar

Cantón: Azogues
Parroquia: Borrero
Sector: Charasol
Dirección: Batalla de Pichincha s/n y Batalla de Verdeloma
Teléfono: 2246794
E-mail: domabazquez@hotmail.com

4.3 Estructura legal.

Como antecedente empresarial de la propuesta, se menciona que Carlos Pérez Perasso es actualmente una fundación sin fines de lucro que tiene como objetivo promover la calidad y cantidad de la elaboración de sombreros de paja toquilla. Esta fundación tiene nexos con dos cooperativas de toquilleras que son administradas por la misma gerente.

Por tanto, se propone que la Fundación Carlos Pérez Perasso se constituya como Industria Carlos Pérez & Compañía, aglomerando a las dos cooperativas que mantiene anexadas, y así erigirse como una compañía de nombre colectivo, clasificada en el SRI como empresa de orden jurídico, la cual al pertenecer a sociedades en general, estaría ante el SRI obligada a llevar contabilidad.

4.3.1 Régimen laboral.

Carlos Pérez & Compañía se regirá a la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica del Servicio Público y al Código del Trabajo, Ley Orgánica para la Promoción del Trabajo Juvenil, Regulación Excepcional de la Jornada de Trabajo, Cesantía y Seguro de Desempleo, y a la Ley Orgánica para la Justicia Laboral y Reconocimiento del Trabajo en el Hogar. Todas estas vigentes y en plena aplicación.

4.4 Misión, visión, objetivos y filosofía empresarial.

4.4.1 Misión.

Producir y exportar los mejores sombreros de paja toquilla del mundo, utilizando las mejores herramientas técnicas en su elaboración y tecnológicas en la promoción y venta de nuestros productos a nivel internacional, contribuyendo al desarrollo personal y comunitario de todos los socios.

4.4.2 Visión.

Ser referente de calidad, confort y excelencia en todos nuestros productos, apoyando la difusión de origen de nuestro patrimonio cultural a nivel mundial, impulsando el desarrollo social y económico comunitario.

4.4.3 Objetivos.

- ✓ Constituir de nuestra industria una empresa líder en el proceso de elaboración de sombreros de paja toquilla en la provincia con proyección internacional.
- ✓ Ser vanguardistas en la comercialización de nuestros elaborados a nivel internacional.
- ✓ Innovar procesos productivos
- ✓ Optimizar costos de producción y maximizar los réditos de inversión para nuestros socios

4.4.4 Estrategias.

Las siguientes propuestas estratégicas empresariales permitirán a Carlos Pérez & Compañía alcanzar los objetivos trazados.

4.4.4.1 Integración horizontal.

Se propone que la Fundación Carlos Pérez Perasso mediante alianza estratégica se fusione con dos PYMES de Borrero Charasol:

- ✓ “Cooperativa Artesanal Santiago Correa”, y
- ✓ “Cooperativa Artesanal Puertas del Cielo”.

Estas tres empresas son administradas por el mismo gerente; por tal motivo la viabilidad del planteamiento es impecable. La Fundación es la de mayor experiencia en el mercado internacional por lo que mantener el nombre sería estratégico. Se sugiere una compañía en nombre colectivo por la horizontalidad que representa. La Industria llevaría el nombre de: Calos Pérez & Compañía; con esta fusión se convertiría en la empresa industrial más grande de Borrero Charasol con 117 operarios y 8 administrativos, una de la más grandes de la provincia del Cañar.

4.4.4.2 Comercialización.

Partiendo de que la comercialización es una parte importante y determinante dentro de cualquier empresa, para el desarrollo de esta estrategia se utilizará los medios gubernamentales de promoción internacional como Pro Ecuador, se enviará comitivas en las visitas presidenciales a otros países para promocionar el sombrero de paja toquilla, y además se contara con stand de exhibición y ventas en todas las Ferias Internacionales de Turismo de mayor concurrencia en países como Alemania en la Internationalen Filmfestspiele Berlín ITB 2017, en Inglaterra en la World Travel Market 2017 (WTM), en Estados Unidos en la World Tourism Exhibitions (WTE) 2017, e Italia en la Borsa Internazionale di Turismo (BIT). Se utilizará dos tipos de canales de distribución: el directo, mediante el uso de ventas en línea usando una página web con las seguridades y facilidades para la compra de los elaborados de la empresa; e indirecto, mediante empresas con capacidad internacional de colocar los sombreros en diversos países del mundo como Amazon.com y Alibaba.com

4.4.4.2.1 Estrategia de diferenciación.

Carlos Pérez & Compañía fabricaría exclusivamente sombreros extrafinos, estos ostentan hasta 40 fibras por pulgada. La estrategia de la empresa radicaría en aprovechar el número considerable de obreras para elaborar sombreros finos y extrafinos para el mercado internacional, y posicionar la marcada diferencia del producto final con el de la competencia, usando bandas negras de poliéster de lujo; una caja de madera fina con obra de tallado en alto y bajo relieve mostrando el logo de la marca, y de origen; y finalmente lo más importante un sombrero de gama alta sin defectos, solo de calidad Premium.

4.4.4.3 Liderazgo en costo.

El objetivo de la estrategia de liderazgo en costos como potencial ventaja competitiva, es la de ofrecer productos o servicios al menor costo de la industria. El reto consiste en obtener un beneficio adecuado para la empresa, en lugar de operar con pérdidas, y drenar la rentabilidad de todos los actores del mercado. Empresas como Walmart tienen éxito con esta estrategia al presentar precios bajos en artículos clave en los que los clientes son conscientes de los precios, mientras que vende otra mercancía con

descuentos menos agresivos. Esta estrategia se apoya en fabricación en masa y eficiente y grandes economías de escala

El promedio de sombreros finos y extrafinos tejidos por los obreros de la costa es de 3 sombreros por año, en contraparte con ello, las obreras de Carlos Pérez & Compañía producen 5 por año, entonces con la unión además lograrán tener instalaciones profesionales para el tejido en un ambiente laboral agradable ya que poseen maquinaria industrial de formado y pos formado, planchas, y un laboratorio de análisis de fibras, que ayudará a que la producción brinde garantías de calidad con costos de producción al margen de la competencia nacional.

4.4.5 Filosofía empresarial.

Carlos Pérez & Compañía comprende la importancia de la honestidad y el cuidado de la confianza entre los socios, la comunidad y sus clientes internacionales. Por tanto deja a consideración su filosofía de conducta empresarial:

✓ **Solidaridad**

Sentimos empatía por cada uno de nuestros socios y deseamos que cada una de nuestras acciones genere bienestar en su vida.

✓ **Honestidad**

Efectuamos nuestras operaciones industriales con transparencia, honradez y verdad.

✓ **Confianza**

Honramos nuestra palabra, cumplimos lo que ofrecemos, nuestra producción la respalda.

✓ **Puntualidad**

Cumplimos a tiempo nuestros compromisos con nuestros clientes y socios.

✓ **Calidad**

Calidad en el proceso de obtención de materia prima, en la elaboración de los sombreros, en la gestión de venta y en la calidad del producto final.

4.5 Estructura organizativa.

En el siguiente organigrama se explica la propuesta administrativa luego formación de la empresa textil Carlos Pérez & Compañía con las dos empresas competidoras que se sugiere y que se avizora un panorama viable:

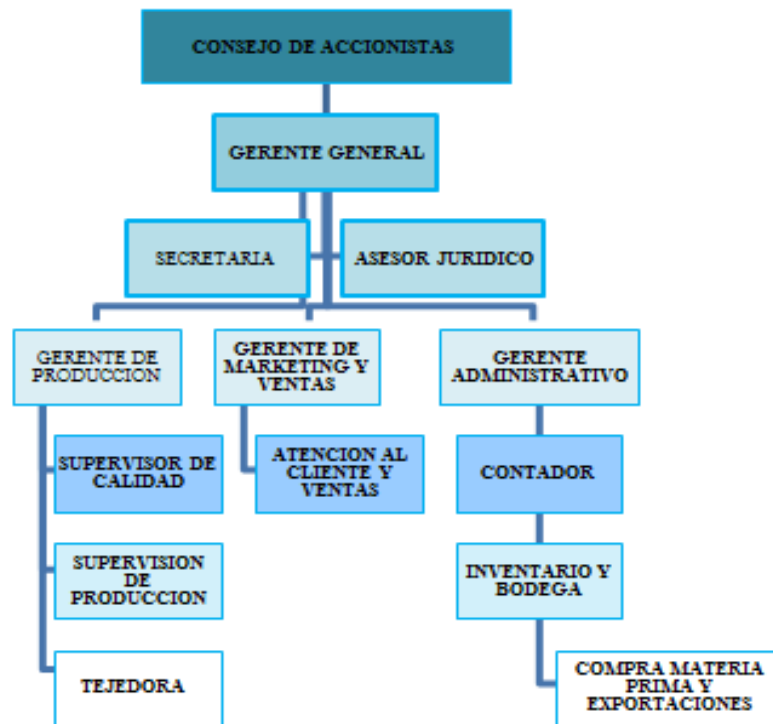


Figura 28 Organigrama propuesto para Carlos Pérez & Compañía

Fuente: Autor

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

En el organigrama propuesto se describe al consejo de accionistas como autoridad máxima de la empresa. La gerencia general contará con tres brazos ejecutores de la planificación elaborada. El gerente de producción que supervisará la calidad, la cantidad y la capacitación constante de las tejedoras. El gerente de Marketing y Ventas tendrá como objetivo la promoción y la venta de los sombreros de paja toquilla, utilizando los canales planteados en la propuesta. Supervisara la calidad de atención al cliente y su entera satisfacción con el producto que solicitó. Finalmente el gerente administrativo se encargará de la administración de los recursos con el soporte del contador y su disponibilidad para que la empresa cumpla con todos los objetivos planteados. Se encargará de vigilar la contabilidad, los inventarios, y las compras que se realicen.

4.5.1 Cargos del personal.

A continuación se describirá cada puesto organizacional propuesto para la industria Carlos Pérez & Compañía:

4.5.1.1 Junta de Accionistas.

Será el órgano de gobierno de la Industria Carlos Pérez & Compañía y es, por tanto, el órgano principal de administración y fiscalización del desarrollo de las actividades en la industria textil. Sus decisiones serán autónomas y de cumplimiento obligatorio, se regirán por normas de sus propios reglamentos y estatutos, levantando acta de todas ellas y llevando un registro de las mismas. Las sesiones serán regidas por el presidente elegido de entre la junta de accionistas, para efectos de organización.

4.5.1.2 Gerente general.

Éste será el Representante Legal de Carlos Pérez & Compañía, y tendrá a su cargo la dirección y la administración de la industria y ejecutará las directrices de la junta de accionistas de la compañía. El Gerente General no podrá ser miembro titular de la Junta, pero la Junta podrá encargar provisionalmente la Gerencia a cualquiera de sus miembros. El Gerente General será nombrado por la Junta. Para ser gerente no es necesario ser accionista. El gerente general es responsable en forma complementaria a las obligaciones del directorio, y reporta a éste acerca del desempeño de la empresa. El gerente general es el responsable legal de la empresa y en ese sentido deberá velar por el cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten los negocios y operaciones de ésta. La duración del cargo es indefinida pudiendo ser removido en cualquier momento por la JGA. En caso de ausencia del Gerente General, éste será reemplazado por la persona que designe la Junta.

4.5.1.3 Asesor Jurídico.

Tendrá como papel principal garantizar el cumplimiento de la legalidad en las operaciones de Industrias Carlos Pérez & Compañía y es clave en cualquier estrategia empresarial, puesto que, analiza, defiende, informa y soluciona las disputas relacionados con la empresa, sus contratos, convenios y normas legales. Emitirá informes jurídicos sobre las distintas áreas de la empresa, así mismo negociará y redactará contratos. Asesorará a la

empresa en materia fiscal, preparando todo tipo de declaraciones y obligaciones fiscales, tributarias junto al contador, así mismo orientaría en torno a la gestión de derechos en materia de propiedad intelectual e industrial, interviniendo en toda negociación laboral, brindado asesoría en materia de derecho empresarial.

4.5.1.4 Secretaria.

Manejará las comunicaciones verbales y escritas, la preparación de documentos, la organización de la oficina y la gestión de los proyectos de la Junta de Accionistas y el Gerente General, convirtiéndose en la primera persona que entra en contacto con los visitantes de la oficina, saluda e instruye a las personas que llegan para las citas, prepara comunicaciones escritas, tales como cartas, oficios y correos electrónicos, también en nombre de la Junta de Accionistas y Gerente General. Sería como el punto focal ya que es responsable por la precisión de los documentos.

4.5.1.5 Gerente de Producción.

El gerente de producción garantizará el buen funcionamiento de la línea de producción, supervisará el trabajo del personal y hará frente a los problemas, como averías de la maquinaria, comprobará que haya suficiente materia prima en la planta y que el espacio de almacenamiento disponible para los productos terminados sea suficiente, por ello coordinará con bodega y exportaciones al respecto, pondrá especial atención a los siguientes factores:

- ✓ El importe de la paja toquilla.
- ✓ Los nuevos diseños de sombreros y su viabilidad para presentarlos a la junta.
- ✓ La maquinaria y procesos apropiados para que los sombreros no pierdan el toque artesanal del trabajo en tejido y armado.
- ✓ La cantidad de personal necesaria para cada aspecto en la elaboración del sombrero de paja toquilla.
- ✓ Estará al tanto del desarrollo tecnológico que podrían ayudar a que los sombreros de Carlos Pérez & Compañía puedan salir al mercado minimizando tiempo y costos operativos.

4.5.1.5.1 Supervisor de Calidad.

El supervisor de calidad llevará a cabo las inspecciones requeridas a los atributos de la materia prima, pruebas de resistencia, densidad y dureza en el laboratorio, comprobando si se cumplen las especificaciones. Calificará los productos inspeccionados con detalles como por ejemplo la clase y estado de la paja toquilla, determinará la causa de los problemas o los defectos en la elaboración de los sombreros.

Participará en la organización del proceso de producción (p.ej., proponer cambios que puedan mejorar el proceso de tejido, participar en el diseño del sistema de calidad de sombreros de paja toquilla). Recopilará los informes de inspección y de pruebas y los presentará al gerente de producción.

4.5.1.5.2 Supervisor de Producción.

Sus funciones serán planear y programar la producción, detectando posibles fallas y dar solución a los problemas en la elaboración de los sombreros de paja toquilla. Siendo su responsabilidad principal el cumplimiento con la producción programada en tiempo, cantidad esperada, y calidad de acuerdo a los estándares de la empresa, mejorando los costos de producción.

4.5.1.5.3 Tejedoras.

Las tejedoras en su mayoría provienen de familias campesinas y se constituyen en accionistas de la empresa. Son las artífices de la misma, cuya función sería elaborar los sombreros de paja toquilla, de la mejor calidad y optimización de tiempos. Cada una teje 5 sombreros extrafinos al año y han sido clasificadas después de diagnosticar profesionalmente sus habilidades en los diferentes procesos para el elaborado final, que es el mejor sombrero de paja toquilla extrafino calidad de exportación. El mismo que para llegar a su acabo final y exportación pasa ocho pasos de confección.

4.5.1.6 Gerente de marketing y ventas.

El Gerente de marketing y ventas de Carlos Pérez & Compañía participará en el desarrollo de la política comercial de la empresa con el objetivo de aumentar las ventas,

utilizando el canal directo e indirecto descrito supracitadamente, al tiempo que cumplan con la imagen y la marca, después de analizar y evaluar los mercados, teniendo a su cargo además la promoción internacional de los sombreros de paja toquilla, planificará los viajes al extranjero, aprovechando la promoción estatal de este patrimonio y en comitiva empresarial exponer el producto que la industria fabrica, asistir a las ferias internacionales de turismo para generar nuevos contactos y clientes. Además el Gerente de Marketing subordinará el departamento de atención al cliente y ventas.

4.5.1.6.1 Atención al cliente y ventas.

Su función radicará en asegurar la satisfacción de los clientes, tanto nacionales, turistas e internacionales ya que estos últimos constituyen el mercado objetivo por lo cual el personal será poliglota, y preparado en Neuromarketing, Inteligencia Emocional, Customer Retention, Multimedia, entre otras capacidades, y sus funciones serán:

- ✓ Ser el canal de comunicación entre las necesidades de los clientes y las operaciones de la empresa.
- ✓ Representar la autoridad para resolver problemas que afectan a los clientes directa o indirectamente.
- ✓ Recibir las solicitudes de productos y servicios que desea comprar un cliente.
- ✓ Coordinar la logística de la entrega de los sombreros de paja toquilla.

4.5.1.7 Gerente administrativo.

Formulará y propondrá a la Junta de Accionistas y Gerencia General de Carlos Pérez & Compañía, políticas y procedimientos para el mejor funcionamiento de las actividades relacionadas con la administración y contabilidad de la organización. Supervisará la elaboración, evaluación y ejecución del presupuesto anual, de conformidad con sus estatutos, reglamentos internos y demás disposiciones legales aplicables.

Revisará, aprobará y firmará los cheques emitidos por conceptos como: pagos a proveedores, pagos de servicios, aportes, asignaciones, avances a justificar, incremento o creación de fondos fijos, fondos especiales y de funcionamiento, alquileres, y otras asignaciones especiales.

4.5.1.7.1. Contador.

Las principales responsabilidades del departamento de contabilidad será: procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos de cada una de las operaciones, así como la actualizará los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.

Llevará mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA y retenciones. Elaborará los comprobantes del libro diario, mediante el registro oportuno de la información siguiendo con los principios contables generalmente aceptados, a objeto de obtener los estados financieros. Cualquier otra actividad fijada por el Gerente Administrativo de la empresa. Mantendrá al día el movimiento de inventarios. Cumplirá y hará cumplir todas las recomendaciones de tipo contable, administrativo y fiscal, y demás obligaciones dispuestas por el estatuto y reglamento vigente de Industrias Carlos Pérez & Compañía.

4.5.1.7.2. Bodega.

Se encargará de recibir la materia prima, demás materiales y suministros, verificando con la orden de compra que las mismas estén acordes en cuanto a calidad y cantidad, así como almacenar y resguardar estos suministros, dando especial prioridad a la paja toquilla y a los productos terminados, en este caso los sombreros. Del mismo modo se mantendrán actualizados los registros de control de existencias en inventarios.

4.5.1.7.3. Compra de materia prima y exportaciones.

Este departamento se encargará de las compras de la principal materia prima que es la paja toquilla, así como la adquisición de maquinaria equipos e instalaciones necesarias para la fabricación de los sombreros de paja toquilla. Teniendo como principal objetivo el abastecimiento de paja toquilla a las obreras, así como atender los requerimientos del departamento de ventas, encargándose del despacho y exportación de la mercadería solicitada. Priorizando el control en exactitud de los artículos que se exportan así

como la rapidez en su ejecución, cumpliendo con el despacho dentro de los plazos solicitados.

4.6 Análisis Porter.

Este modelo establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria, y poder desarrollar una estrategia de negocio. Estas 5 fuerzas son las que operan en el entorno inmediato de una organización, y afectan en la habilidad de esta para satisfacer a sus clientes, y obtener rentabilidad.



Figura 29 Modelo de Análisis Porter
Fuente: 5 Fuerzas de Porter, 2017
Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

4.6.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Existen en la actualidad varias empresas que se dedican a la exportación de sombreros de paja toquilla, en el Cañar hay varios centros de acopio de estas empresas. No hay barreras para la constitución de otra industria por la gran cantidad de tejedoras dispersas y dispuestas a vender su producto a precio muy bajo, donde el precio lo pone a

discreción el mayorista, hay libre acceso a materia prima, no hay exclusividad en la elaboración de sombreros, y alta concentración en el mercado internacional de productos similares en paja a precios menores.

4.6.2. Poder de negociaciones de los proveedores.

Por la abundancia de materia prima en Ecuador, el poder de negociación de los proveedores es marginal, la necesidad de vender sus plantaciones y la problemática económica que vive el país en la actualidad hace que su prioridad sea vender de forma segura su producción, a un consumidor regular.

4.6.3. Poder de negociación de los consumidor.

Pese a tener muchas empresas exportadoras como competidoras directas, exposición y ventas de sombreros de similares características en los mercados objetivo en el extranjero, la calidad de tejido de las artesanas de Carlos Pérez & Compañía marcan una huella muy difícil de imitar, por lo que la ventaja comparativa y competitiva hace que el poder negociador del consumidor mayorista o final tenga poder medio en las negociaciones con esta industria.

4.6.4. Amenaza de ingreso de productos sustitutos.

A nivel internacional existen productos que compiten por su demanda entre consumidores, como los sombreros de material textil derivados del algodón, o del petróleo como el polyester, inclusive con características especiales como aquellos que tienen filtro UV y con un precio marcadamente inferior que no supera las dos cifras.

4.6.5. Rivalidad entre industrias competidoras.

La provincia del Cañar y una muy cercana Azuay se especializa en el acopio y exportación de sombreros de paja toquilla, la rivalidad por captar la mayor cantidad de materia prima y la captación de los mercados objetivos es muy alta. Hay amplia experiencia en el mercado, en el manejo y exportación del sombrero de paja toquilla.

4.7 Análisis P.E.S.T. (Político, Económico, Social y Tecnológico).

PEST es un acrónimo y las letras que lo componen representan los siguientes factores del macro-entorno de la empresa: Políticos, económicos, sociales y tecnológicos. A continuación el análisis PEST de la empresa:



Figura 30 Análisis Pest de Carlos Pérez & Compañía

Fuente: Autor

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

Factor Político

- ✓ Reformas laborales
- ✓ Elecciones Presidenciales
- ✓ Tratados Internacionales

Factor Económico

- ✓ Financiamiento con la CFN
- ✓ Economía recesiva local
- ✓ Economía internacional en crecimiento
- ✓ Barreras arancelarias

Factor Social

- ✓ Alto poder adquisitivo

- ✓ Moda
- ✓ Educación

Factor Tecnológico

- ✓ Alta penetración de internet
- ✓ Redes Sociales
- ✓ Compras en línea

4.8 Análisis F.O.D.A

El análisis FODA hará posible el conocimiento completo de la empresa, permitirá relacionar las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas, llevando a Carlos Pérez & Compañía a la elaboración de estrategias, atenuando con ello el impacto de las amenazas y reduciendo las debilidades, haciendo uso de nuestras fortalezas y aprovechando las oportunidades.



Figura 31 Análisis FODA de Carlos Pérez & Compañía

Fuente: Autor

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

Tabla 12 Matriz de Factores Internos (Fortalezas y Debilidades)

MATRIZ DE FACTORES DE ANÁLISIS INTERNO				
No	Factores	Peso	Calificación	Peso Ponderado
FORTALEZAS				
1	Fusión de Empresas Tejedoras	0,15	4	0,6
2	Equipo laboral con vasta experiencia	0,10	3	0,3
3	Activos Fijos	0,10	1	0,1
4	Agilidad Única en Tejido Fino	0,15	4	0,6
5	Materia Prima de Calidad	0,15	4	0,6
6	Ubicación Estratégica	0,10	1	0,1
DEBILIDADES				
7	Instalaciones Reducidas	0,05	1	0,05
8	Falta de Autonomía Laboral-Familiar	0,05	1	0,05
9	Desconfianza General al Liderazgo	0,10	1	0,1
10	Falta Sinergia Laboral	0,05	1	0,05
		1		2,73

Fuente: Autor

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

A continuación se explica el rango de calificación que se asigna a cada uno de los factores de la matriz que revelara la situación actual y motivara a planificar las estrategias posibles a aplicar en la Industria Carlos Pérez & Compañía:

Entre 1 y 4 a cada uno de los factores a efecto de indicar si el factor representa una

- 1 = Regular
- 2 = Buena
- 3 = Muy Buena
- 4 = Optima

La ponderación total de la matriz de factores internos nos dio como resultado un total ponderado de 2,73 tomando en cuenta que la media es 2,0, el resultado evidencia que Carlos Pérez & Compañía posee una posición interna Buena acercándose a muy fuerte entre sus competidoras.

Tabla 13 Matriz de Factores Externos (Oportunidades y Amenazas)

MATRIZ DE FACTORES DE ANÁLISIS EXTERNO				
N	Factores	Peso	Calificación	Peso Ponderado
OPORTUNIDADES				
1	Referente Internacional de Calidad	0,15	3	0,45
2	TLC Europa	0,20	4	0,45
3	Poder de Innovación	0,1	3	0,35
4	Oportunidades de Nuevas Tecnologías	0,1	2	0,25
5	Próximo Tratado OCDE	0,20	4	0,45
AMENAZAS				
6	Competencia Desleal con productos Similares de Menor Calidad	0,05	3	0,15
7	Financiamiento	0,05	2	0,10
8	Alta Incidencia Machismo en los Esposos de Obreras	0,15	4	0,35
		1	30	2,65

Fuente: Autor

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán.

Las calificaciones indican el grado de eficacia con que las estrategias de la empresa responden a cada factor, donde 4 = la respuesta es óptima; 3 = la respuesta está por arriba de la media, y es muy buena; 2 = la respuesta es buena y 1 = la respuesta es regular o mala.

El total ponderado de 2.65 está por arriba de la media de 2.00, siendo 2,05 el ponderado total de oportunidades y tan solo 0,6 las amenazas, lo que nos indica que el medio ambiente empresarial es favorable para la empresa.

4.9 Matriz FODA con las estrategias

Tabla 14 FODA y sus Estrategias

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fusión de empresas tejedoras - Equipo laboral con vasta experiencia - Activos fijos - Agilidad única en tejido fino - Materia prima de calidad - Ubicación estratégica 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instalaciones reducidas - Falta de autonomía laboral-familiar - Desconfianza general al liderazgo - Falta sinergia laboral
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Referente internacional de calidad - TLC con Europa - Alianza estratégica con productores de paja toquilla - Poder de innovación - Nuevas tecnologías - Próximo tratado OCDE 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA FO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posicionar marca en los mercados objetivo aprovechando TLC con Europa - Aprovechar los medio de difusión electrónica, como páginas web y social media para hacer conocer los sombreros - Ser conocido como un proveedor REGULAR de sombreros de tejido extra fino 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA DO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificar la construcción de mejores instalaciones de producción y exportación. - Forjar un liderazgo positivo, innovador, capaz, y proactivo. - Erigir una industria cuyo mayor baluarte sea la honestidad y la confianza
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Competencia desleal con productos similares de menor calidad - Dificultad de financiamiento - Alta incidencia machismo en los esposos de obreras 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA FA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentar el sombrero en caja diferenciada e innovadora sin perder la sustancia. - Diversificar fuentes de financiamiento - Promover actividades Psico-familiares con las obreras 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA DA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contar con un departamento de Psicología familiar y guardería (MIES) - Acelerar fusiones con empresas comunes y planificar futuras adhesiones - Fomentar un excelente ambiente laboral

Fuente: Autor

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

4.10 Proceso productivo de sombrero súper fino de paja toquilla.

El Proceso productivo en la elaboración de sombreros Súper Fino de Carlos Pérez & Compañía tiene que pasar por 13 pasos, para llegar a su estado de exportación y son los siguientes:

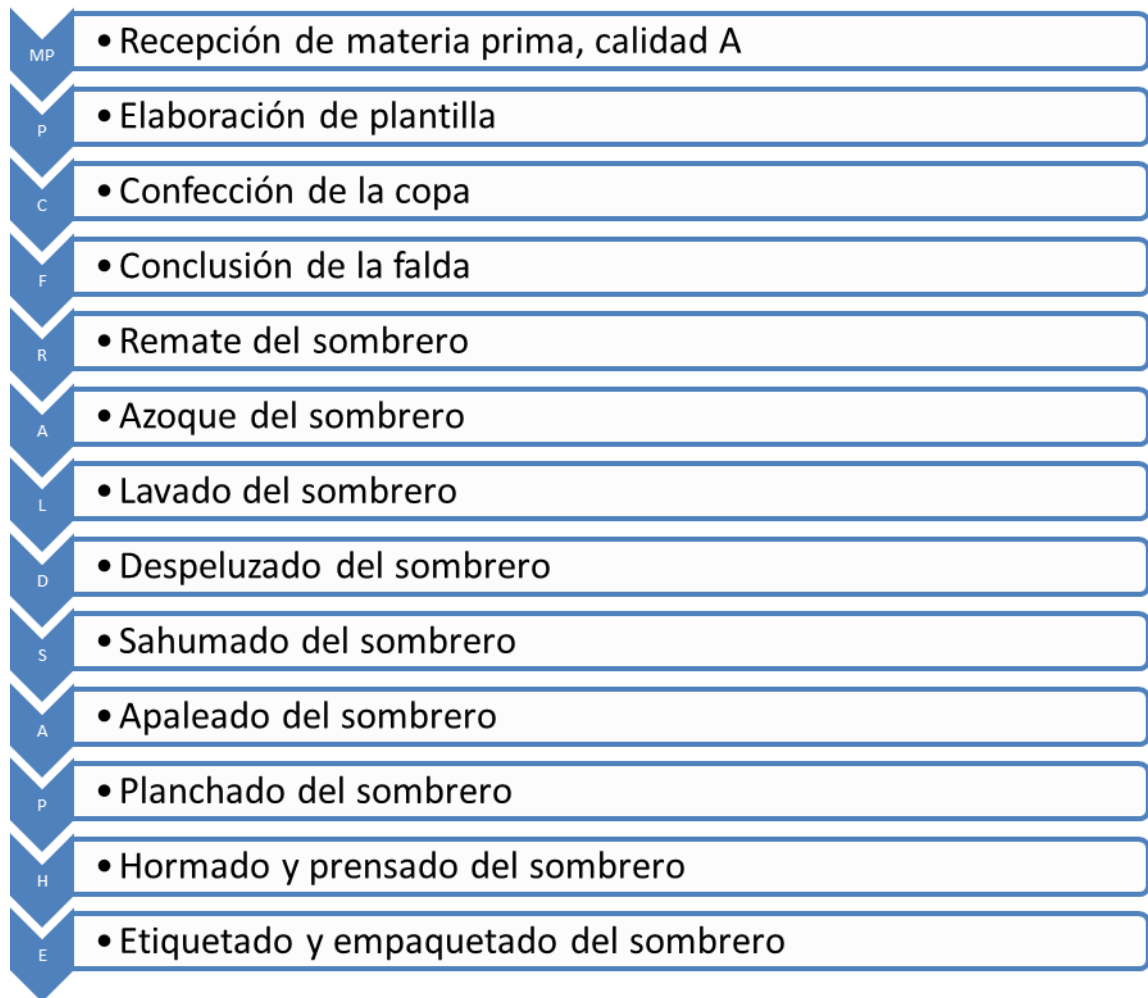


Figura 32 Proceso de elaboración de sombreros de paja toquilla

Fuente: Ecuador Hat

Elaborado por: Wilson Luciano Solano Guamán

- ✓ **La plantilla:** Su centro tiene una forma circular, la habilidad manual del artesano, da la calidad del sombrero, siendo las labores y los calados que en ellos hacen, producto de su iniciativa personal.
- ✓ **La copa:** En la que es indispensable el uso de la horma que es la que da forma al sombrero.
- ✓ **La falda:** Concluido el tejido de la falda, se hace el rematado, de derecha a izquierda, sin cortar las pajas sobrantes. Luego de estos primeros pasos, empieza la técnica industrial de acabado para prepararlo para la exportación, que son los siguientes:
- ✓ **Azoque:** Técnica mediante la cual se aprietan los remates a cabos de los sombreros para que el tejido no se abra y le ofrezca un máximo de seguridad al usuario.

- ✓ **El lavado:** lo realizan por lo general en cesta de plástico para luego enjuagarlos y eliminar los residuos que de este material pudiera haber quedado en los sombreros.
- ✓ **Sahumado o blanqueado:** Se someten el sombrero ya terminado, a vapores de azufres por un lapso no menor de 8 a 10 horas, no pudiendo por ningún motivo abrirse este antes del tiempo señalado.
- ✓ **El Secado:** Se lo realiza en los patios o en lugares amplios, dependiendo la duración de las condiciones del clima: así, en verano los sombreros tardan en secarse una o dos horas, si el sol es fuerte de lo contrario una mañana.
- ✓ **El hormado, planchado y maceteado:** son técnicas simultáneas. En el primer caso los compositores emplean la horma, ajustando el sombrero terminado a ella, para darle la forma correcta, el planchado es el uso de planchas de calor para que adopten la forma de manera permanente, mientras se lo macetea o golpea con un mazo de madera, para igualar la superficie de tejido y mejorar su aspecto general.

Concluido este proceso se pasa la clasificación de los sombreros, se tiene en cuenta la calidad, forma, tamaño, clase y color de los mismos, para finalmente realizar el empaque o embalaje como paso previo a la exportación.

4.11 Infraestructura física

Calos Pérez & Compañía posee varias propiedades que forman parte de su patrimonio y que representan un activo fijo importante para desarrollar la propuesta de expansión mediante la unión, mantiene al momento un local de exhibición y ventas en el centro de Azogues, calle Simón Bolívar 5-08 entre Vicente Solano y Antonio José de Sucre, signada con las siguientes coordenadas -2.738385, -78.846376.

Además (Modesto Hats, 2017) cuenta con una propiedad de aproximadamente 3 hectáreas en Borrero Charasol en la siguiente coordenada -2.774344, -78.848246. En esta última se encuentran las instalaciones de la empresa y que forma parte de la propuesta de Industrialización de Carlos Pérez & Compañía. Consta de:

- ✓ Oficina Administrativa
- ✓ Bodega de acopio de Materia Prima
- ✓ Área de Tejido
- ✓ Remate
- ✓ Azoque

- ✓ Lavado
- ✓ Despeluzado
- ✓ Sahumado
- ✓ Apaleado
- ✓ Planchado
- ✓ Máquina de Hormado
- ✓ Máquina de Encajado y Etiquetado

4.12 Canales de comercialización.

La comercialización de sombreros de paja toquilla de Carlos Pérez & Compañía se dirigirá de forma prioritaria para la exportación, y se lo hará mediante los siguientes canales: directo, mediante una página web habilitada para el consumidor final, e indirecto mediante comercializadoras de talla internacional como Amazon.com y Aliexpress.com

4.13 Principales mercados internacionales.

Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia, Italia, Reino Unido y España son los principales destinos de los sombreros de paja toquilla que se envían desde Ecuador, específicamente de la zona austral del país, que concentra el 90% de la producción nacional. En el primer trimestre de 2015 se exportaron USD 1,6 millones a 20 países de América, Europa, Asia y Oceanía. En el mismo período del año 2014 fueron USD 1,08 millones, según datos del Banco Central del Ecuador.

Un factor que benefició las exportaciones fue la declaratoria del tejido del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, una distinción que entregó la Unesco en diciembre del 2012. Esta declaratoria fue importante, porque consolidó la imagen en el exterior y atrajo a los visitantes a las empresas nacionales.

Carlos Pérez & Compañía posee excelentes perspectivas de desarrollo y crecimiento sostenido en el mercado exterior que es el objetivo de venta de la industria propuesta en este proyecto de tesis.

CONCLUSIONES

La política económica de Ecuador en época de recesión ha afectado directamente a la industria textil, las salvaguardias afectaron duramente a las empresas de la provincia del Cañar, se encontró cifras productivas de subsistencia. Las salvaguardias fueron concebidas para proteger el sector artesanal e industrial interno, no obstante la muestra no identifico algún beneficio. Lo que sí percibieron fue la carestía de la materia prima debido a estas medidas. Notaron el aumento de ropa importada en forma de regalos de parte de los migrantes, que aprovecharon las ventajas postales para hacerlo, ocasionando con ello menos trabajo formal para las PYMES textiles.

En la provincia del Cañar prevalece negocios o personas dedicadas a la confección de prendas de vestir a la medida, de las 182 muestras evidencian que el 76.37% (139) son de tipo unipersonal, las de tipo familiar con el 19.23% (35) y el 4.40% (8) se consideran de tipo no familiar. Lo que se ve evidenciado en su preferencia por la venta de bienes y servicios al por menor en un 91% de la población objetivo.

Es imperativo que la provincia cuente con la presencia del estado, y sea tomado en cuenta en el cambio de la matriz productiva. Cañar cuenta con un elevado acervo cultural, que tiene ventajas comparativas y competitivas, como es el caso de la elaboración de sombreros de paja toquilla y la habilidad de precisión en la fabricación de prendas de vestir típicas. Se debe maximizar estas fortalezas para despuntar el sector industrial del austro ecuatoriano.

En general las empresas de la provincia del Cañar no poseen cultura organizacional, lo demuestra el 96% encuestado. La forma de administrar las empresas son básicas, no existe planificación operativa ni estratégica. El nivel de educación de la muestra es deficiente, como dato relevante el 82% del personal productivo del Cañar tiene educación básica, fue común escuchar en la población objetivo que su nivel máximo de educación es hasta cuarto grado. Una cifra que demuestra la falta de preparación académica que mantiene Cañar

En la provincia del Cañar no se encontró ninguna empresa de tipo industrial, se encuestó a una sola industria que se dedicaba a la elaboración de tejidos de poli-algodón, sin embargo cerró sus puertas en 2012. Por la evidencia indicada en este estudio se puede sostener que no existe en la provincia del Cañar industria textil.

Se concluye dando respuesta a la hipótesis: la provincia del Cañar no se ha desarrollado por las políticas económicas del estado, estas las han limitado. No se encontró evidencia de que el PNBV haya afectado positivamente al sector empresarial. El emprendimiento, la innovación y el tipo de planificación utilizada en Cañar no han sido suficientes para industrializar a sus empresas.

RECOMENDACIONES

A la Cámara de Comercio e Industrias se recomienda, coordinar comitivas y reuniones urgentes de trabajo con el gobierno nacional con miras a impulsar, promocionar e implementar un programa de reactivación y transformación económica productiva de la industria textil en la provincia del Cañar, priorizando la internacionalización de sus productos, elaborando planes de acción que involucren metas y actores corresponsables, estableciendo mecanismos de seguimiento y monitoreo en su real ejecución.

Con base en los resultados de la investigación, establecer una red con base tecnológica, productiva, asociativa y financiera para impulsar el desarrollo de la industria textil, determinando la factibilidad y requerimientos técnicos, productivos, asociativos, de gestión y de inversión para implementar una cadena de producción de la industria textil especialmente para la exportación.

Al Ministerio de la Producción e Instituto de Economía Popular Y Solidaria se recomienda optimizar la coordinación colectiva entre niveles (central, regional, provincial y municipal), de los sectores público privado, así como la conexión vertical-horizontal, para lo cual es necesario realizar un mapeo de los principales actores involucrados directamente con la industria textil; estableciendo mecanismos de seguimiento de la ejecución y cumplimiento del programa de reactivación de la industria textilera, reforzando la comunicación de temas estratégicos de la evolución productiva a nivel local. Esto implica un repaso y análisis político de la región; la difusión de temas estratégicos a los actores claves; la elaboración de informes productivos, cuando corresponda, en temas relevantes que sean urgentes para la provincia y preparar reuniones de interacción público-privadas.

A la Fundación Carlos Pérez Perasso se sugiere tomar en cuenta la asociatividad para la conformación de la empresa que se deja como propuesta, implementando políticas de fomento e impulso al emprendimiento a través de la ejecución y/o fortalecimiento de la iniciativa denominada Carlos Pérez & Compañía

BIBLIOGRAFÍA

- 5 Fuerzas de Porter. (2017). *Las 5 Fuerzas de Porter*. Obtenido de Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa: <http://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Andino Invesment Holding. (Noviembre de 2011). *Gerencia*. Obtenido de FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL GERENTE GENERAL:
<http://www.andino.com.pe/wp-content/uploads/2011/11/FUNCIONES-Y-RESPONSABILIDADES-DEL-GERENTE-GENERAL-.pdf>
- Arriaga Asociados Asesores. (27 de Julio de 2014). *Asesoría jurídico legal a empresas*. Obtenido de Funciones del asesor jurídico en la empresa:
<http://asesoria.arriagaasociados.com/funciones-del-asesor-juridico-en-la-empresa/>
- Asociación de Industriales Textileros del Ecuador. (2017). *Aite, Historia y Actualidad*. Obtenido de Aite: <http://www.aite.com.ec/industria.html>
- Ayala Ruiz, L. E. (2015). *Gerencia de Mercadeo*. Obtenido de El Análisis PEST:
<http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc098.htm>
- Bermudez Talavera, P. (31 de Marzo de 2014). *Estrategia de Diferenciación*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/pbermudez10/estrategia-de-diferenciacion-32970802>
- CAPEIPI. (19 de Febrero de 2014). *Juntos Contruyendo el Futuro*. Obtenido de Capeipi:
<http://www.capeipi.org.ec/index.php/corporativo/quienes-somos/mision-y-vision>
- Cevallos, J. (2014). Momentos difíciles para el textil ecuatoriano. *Revista Gestión*, 34-36.
- COMEX. (15 de Julio de 2015). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de ¿QUÉ ES EL COMEX?: http://comex.comercioexterior.gob.ec/?page_id=715
- Emprendices. (25 de Septiembre de 2013). *La importancia de la matriz FODA como herramienta de diagnóstico*. Obtenido de Emprendices:

- <https://www.emprendices.co/la-importancia-de-la-matriz-dofa-como-herramienta-de-diagnostico/>
- Enciclopedia Financiera. (2017). *Liderazgo en costos*. Obtenido de Enciclopedia Financiera: <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-liderazgo-en-costos.html>
- Entrepreneur. (06 de Octubre de 2006). *MARKETING*. Obtenido de Atención al cliente: <https://www.entrepreneur.com/article/255133>
- Escuela Europea de Negocios. (25 de Febrero de 2013). *Blog de EEN – España, Escuela Europea de Negocios*. Obtenido de Junta General de Accionistas: órgano de gobierno de una empresa: <http://www.een.edu/blog/junta-general-de-accionistas-organo-de-gobierno-de-una-empresa.html>
- Gomez Torres, E. R. (29 de Enero de 2016). *GERENCIA DE PROYECTOS DE INNOVACION TECNOLÓGICA. M.G.S*. Obtenido de Análisis Porter de las cinco fuerzas: <https://sites.google.com/a/espe.edu.ec/gerencia-de-proyectos-de-innovacion-tecnologica/home/analisis-porter-de-las-cinco-fuerzas>
- INEC. (Junio de 2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU REV. 4.0)*. Obtenido de Unidad de Análisis de Síntesis: <http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/metodologias/CIIU%204.0.pdf>
- Instituto de Economía Popular y Solidaria. (2017). *La Institución*. Obtenido de Instituto de Economía Popular y Solidaria: <http://www.economiasolidaria.gob.ec/la-institucion/>
- La Voz de Houston. (2017). *¿Cuáles son las funciones de una secretaria como asistente de un gerente?* Obtenido de La Voz de Houston: <http://pyme.lavoztx.com/cules-son-las-funciones-de-una-secretaria-como-asistente-de-un-gerente-9388.html>

Lideres. (2015). La exportación de sombreros de toquilla sube. *Lideres*, 3. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/exportacion-sombreros-toquilla-cuenca-ecuador.html>

Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. (2017). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Obtenido de Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad: <http://www.produccion.gob.ec/codigo-organico-de-la-produccion-comercio-e-inversiones/#>

Ministerio de Educación. (2013). *Educación para la Democracia y el Buen Vivir*. Obtenido de ¿Qué es el Buen Vivir?: <https://educacion.gob.ec/que-es-el-buen-vivir/>

Ministerio de Industrias y Productividad. (03 de Agosto de 2009). *Política Industrial del Ecuador 2008 - 2012*. Obtenido de Ministerio de Industrias y Productividad: <http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/POLITICA%20INDUSTRIAL%20DEL%20ECUADOR%202008-2012.pdf>

Ministerio de Industrias y Productividad. (2017). *El Ministerio*. Obtenido de Objetivos Institucionales: <http://www.industrias.gob.ec/objetivos/>

Ministerio de la Producción, Empleo y Competitividad. (Febrero de 2013). *Agenda para la transformación productiva territorial*. Obtenido de Provincia del Cañar: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-CA%C3%91AR.pdf>

Modesto Hats. (2017). *PROCESO DE ELABORACIÓN DE LOS SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA MONTECRISTI HATS*. Obtenido de CÓMO SE HACEN LOS SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA MONTECRISTI?: <https://modestohats.com/elaboracion-sombreros-de-paja-toquilla-proceso-hecho-a-mano-en-montecristi-ecuador/>

Ordóñez, M. (2015). Los dos lados de la tela. *Revista Gestión*, 52-59.

ProEcuador. (Noviembre de 2013). *Análisis Sectorial de textiles y Confecciones*. Obtenido de ProEcuador Web: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf

PROECUADOR. (Noviembre de 2013). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior: http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf

ProEcuador. (2017). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Reglas e Incentivos para la Inversión: <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/porque-invertir-en-ecuador/reglas-claras-e-incentivos-para-la-inversion/>

Pymex. (14 de Octubre de 2013). *Funciones y Responsabilidades del Contador*. Obtenido de Pymex: <https://pymex.pe/liderazgo/capacitacion/funciones-y-responsabilidades-del-contador>

Pymex. (14 de Octubre de 2013). *Funciones y Responsabilidades del Gerente de Administración y Finanzas*. Obtenido de Pymex: <https://pymex.pe/liderazgo/capacitacion/funciones-y-responsabilidades-del-gerente-de-administracion-y-finanzas>

Pymex. (01 de Mayo de 2015). *Gerente de Producción: funciones y responsabilidades*. Obtenido de Pymex: <https://pymex.pe/liderazgo/recursos-humanos/gerente-de-produccion-funciones-y-responsabilidades>

Recompass. (2017). *Ejecutivo de Ventas y Marketing*. Obtenido de Visión general : <http://www.rescompass.org/espanol,25/perfiles-profesionales,60/ejecutivos-de-desarrollo-de,65/sales-marketing-executive,464.html>

Revista Ekos. (02 de Septiembre de 2015). *Inteligencia de Mercados*. Obtenido de Industria Textil:

<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>

Revista Ekos. (02 de Septiembre de 2015). *La Industria Textil en el Ecuador*. Obtenido de Unidad de Analisis Económico:

<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6442>

Secretaría del Buen Vivir. (24 de Junio de 2013). *Buen Vivir*. Obtenido de Secretaría del Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/69>

Secretaría del Buen Vivir. (Septiembre de 2013). *Objetivos Nacionales del Buen Vivir*.

Obtenido de Secretaría del Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (Octubre de 2015). *Agenda Zonal - Zona 6 Austro*. Obtenido de Senplades: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/10/Agenda-zona-6.pdf>

Senplades. (Enero de 2013). *Transformación de la Matriz Productiva*. Obtenido de Revolución productiva a través del conocimiento y talento humano:

http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf

SlideShare. (25 de Agosto de 2015). *Estrategia empresarial, Tipos de Estrategia, Ejemplos de Estrategia, tipos de estrategias empresariales, tipos de estrategias, estrategias empresariales*. Obtenido de Estrategia empresarial, Tipos de Estrategia, Ejemplos de Estrategia, tipos de estrategias empresariales, tipos de estrategias, estrategias empresariales: <https://es.slideshare.net/aamoraga7/estrategia-empresarial-tipos-de-estrategia-ejemplos-de-estrategia>

- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2017). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. Obtenido de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros:
<http://www.supercias.gob.ec/portal/>
- Tamayo, T. y. (27 de Junio de 1997). *Tesis de Investigacion*. Obtenido de Población y Muestra: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Universidad católica Santiago de Guayaquil. (01 de Abril de 2016). *Infocsi*. Obtenido de Instituto de Formación, Capacitación, Prestación de Servicios e Investigación:
http://www2.ucsg.edu.ec/infocsi/dmdocuments/codigo-organico_produccion.pdf
- Vaccarezza, F. L. (2002). *POLITICAS DE DESARROLLO INDUSTRIAL EN LA ARGENTINA 1940 – 2001*. Argentina: CAEI, Argentina.

ANEXOS

ANEXO 1: Negocios actuales y potenciales y su peso relativo en la región 6 y en cada provincia

Negocios Actuales y Potenciales y su peso relativo en la Región 6 y en cada provincia

NEGOCIOS ACTUALES

#	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	Azuay	Cañar	Morona Santiago	Facturación Regional (USD)	% Participación en el PIB Nacional estimado al 2009	% Participación en el PIB Regional estimado al 2009	Empleo Formal	Empleo Informal	No. Empresas Formales región	No. Empresas Informales (estimado)	Exportaciones en US\$ dólares al 2009
1	Rosas y Flores de Verano de Exportación	60%	40%	0%	56.703.400	0,239%	3,680%	4.400	-	11	N/A	527.109.000
2	Hortalizas y Frutas Frescas para Mercado Local	33%	33%	33%	28.223.457	0,119%	1,830%	2.000	21.738	18	27000 UPAS	202.102.000
3	Bebidas de Frutas Naturales	100%	0%	0%	36.812.000	0,155%	2,390%	697	-	228	N/A	22.950.000
4	Procesamiento de Leche	50%	30%	20%	70.746.000	0,298%	4,600%	1.000	28.149	60	28149 UPAS	623.000
5	Carnes, cortes y embutidos	60%	30%	10%	11.131.000	0,047%	0,720%	300	69.775	30	69775 UPAS	135.000
6	Calzado de cuero	100%	0%	0%	5.715.000	0,024%	0,370%	1.020	-	38	N/A	36.546.000
7	Textil-Confección ropa de vestir	80%	20%	0%	60.516.000	0,255%	3,930%	960	-	24	N/A	1.929.000
8	Línea Blanca	100%	0%	0%	348.431.326	1,466%	22,640%	2.442	-	7	N/A	38.881.000
9	Revestimiento para la construcción	80%	20%	0%	212.432.148	0,894%	13,800%	1.937	-	40	N/A	8.394.000
10	Cerámica utilitaria	100%	0%	0%	10.000.000	0,042%	0,650%	250	-	5	N/A	2.872.000
11	Muebles de madera	100%	0%	0%	248.461.538	1,045%	16,140%	512	1.100	42	1.100	32.986.000
12	Copas para sombreros de paja toquilla	90%	10%	0%	3.500.000	0,015%	0,230%	90	11.310	4	11.000	4.831.000
13	Joyería para mercado local	100%	0%	0%	18.216.000	0,077%	1,180%	102	1.198	36	1.198	83.306.000
14	Turismo Cultural	33%	33%	33%	61.161.740	0,257%	3,970%	998	-	42	N/A	N/A
TOTAL NEGOCIOS ACTUALES					1.254.365.610	5%	82%	18.208	133.570	586	13.298	962.664.000

ANEXO 2: Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a directivos de industrias textiles

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

Encuestado: _____ **Cargo:** _____

Encuestador: _____ **Fecha:** _____ **N° de**

encuesta: _____

A Datos generales

Provincia:		Cantón :	
Razón social:			
Dirección:			
Teléfono:			
Correo electrónico:			
Página web:			
1.7. Tipo de industria	Familiar ()	Unipersonal ()	Sociedad no familiar ()

1.8. Categoría industrial	C13. Fabricación de productos textiles ()	C14: Fabricación de prendas de vestir ()	C15: Fabricación de cueros y productos conexos ()
1.9. Organización, Sindicato o Cámara a la que pertenece:			

B. Caracterización de la industria por secciones administrativas:

Área Administrativa

2.1. La industria posee los siguientes elementos de filosofía:

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

organizacional

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

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

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

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

Horizontal

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

Si () No ()

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

Actualizado y declarado por escrito, solamente es conocido por ()

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

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

2.5. La industria tiene un plan operativo anual.

Si () No ()

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

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

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

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

Área de Producción

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

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

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

\$ _____

3.3. Los proveedores de materia prima son:

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

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

Si () No ()

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

.....

3.6. ¿Qué estrategia de precios utiliza su organización?

Factores internos: Costos más ()
 utilidad

Factores externos: ()
 Competencia

Factores externos e internos ()

Otro. ()

Especifique _____

3.7. ¿La empresa posee alguna certificación de calidad?

Si () No () En proceso ()

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

.....

Área de Marketing

4.1. ¿La industria posee marcas propias?

Si () No ()

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

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

Si () No ()

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

Desconocimiento de procesos ()

Dificultad en los trámites ()

Descuido ()

Precios ()

Otros. Especifique _____ ()

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

Si () No ()

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

.....
.....
.....

4.5. La producción se destina al mercado:

Local () % _____

Nacional () % _____

Internacional () % _____

Total 100%

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

Local () \$ _____

Nacional () \$ _____

Internacional () \$ _____

Total \$ _____

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

Canal directo (Productor - consumidor) ()

Canal indirecto (Productor - intermediario - consumidor) ()

Canales mixto: directo e indirecto ()

Financiero - Contable

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

Si () No ()

5.2. Señale el destino de las utilidades. Indique %

Repartición de dividendos a accionistas ()% _____

Incremento del patrimonio ()% _____

Reinversión en activos ()% _____

Pago de obligaciones ()% _____

Otros. ()% _____

Especifique _____

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

Producción: ()% _____

Capacitación: ()% _____

Activos fijos productivos ()% _____

Sistemas informáticos ()% _____

Otros. ()% _____

Especifique _____

5.4. ¿Cuáles son sus fuentes de financiamiento?

Aporte de capital por parte de los socios ()

Reinversión de utilidades ()

Línea de crédito Banca Privada ()

Línea de crédito Banca Pública ()

Línea de crédito Cooperativas de ahorro ()

Otros. ()

Especifique _____

Recursos humanos

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

Operativos: _____

Administrativos: _____

Total: _____

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

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

postgrado				
TOTAL				

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

_____ \$ _____

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

Si () No ()

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

Si () No ()

C. TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

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

Producción () Especifique _____

Recursos Humanos () Especifique _____

Área financiera (Incluye () Especifique _____

contabilidad)

Marketing () Especifique _____

(Comercialización)

7.2. El nivel de innovación existente corresponde a:

Innovación en producto ()

Innovación en proceso ()

Innovación en marketing ()

marketing

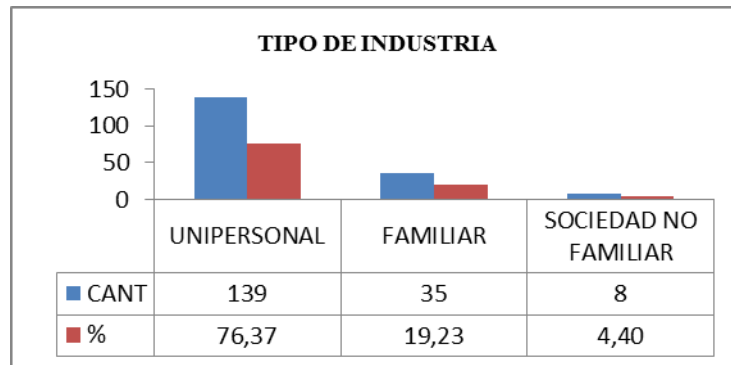
Innovación en organización ()

en organización

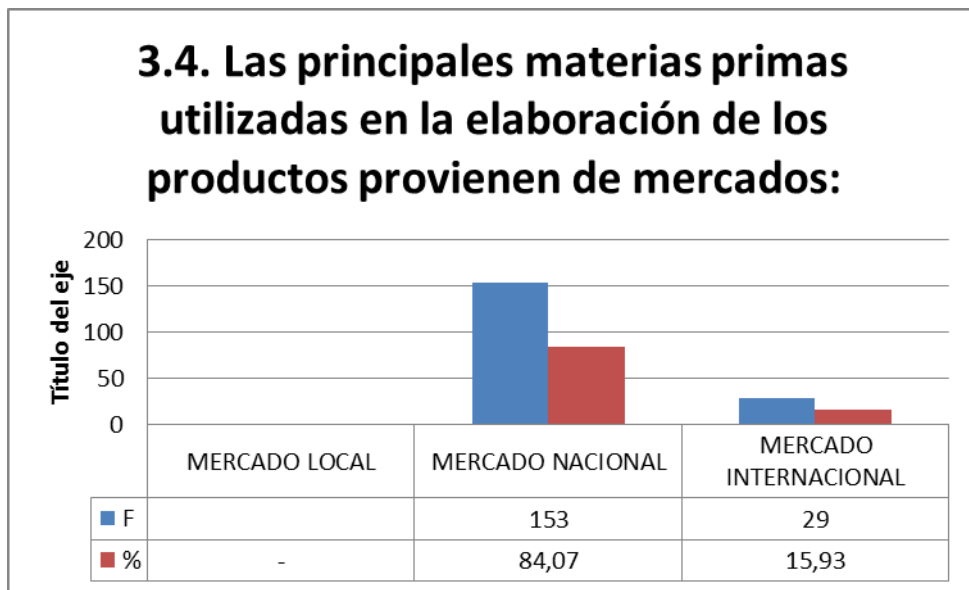
No existe ()

Observaciones:

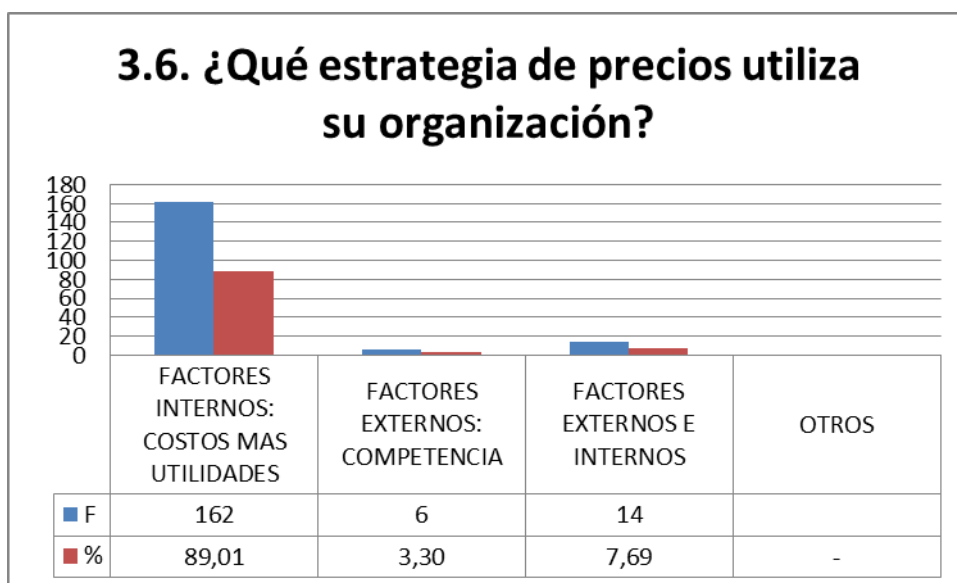
Anexo 3: Tipo de Industria



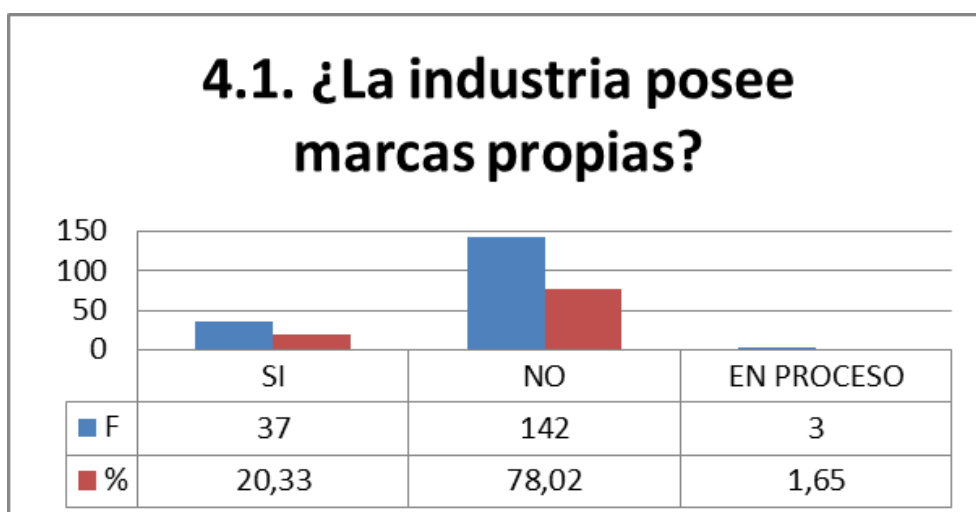
Anexo 4: Mercados originarios de la materia prima



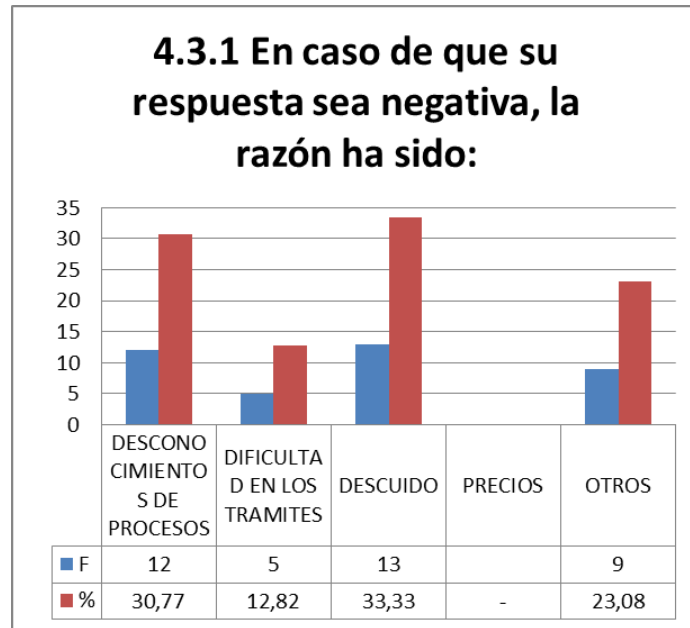
Anexo 5: Estrategia de precios.



Anexo 6: Porcentaje de marcas en la industria del Cañar

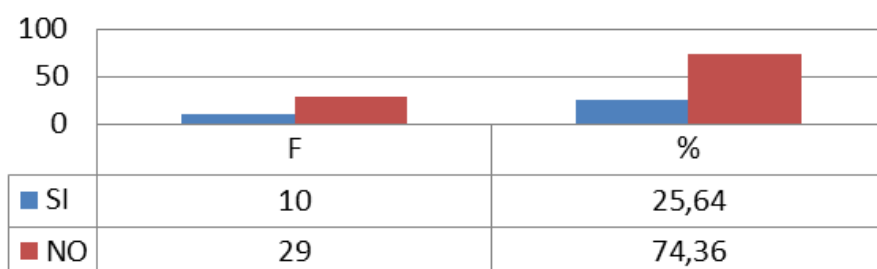


Anexo 7: Registro de marca en el lepi



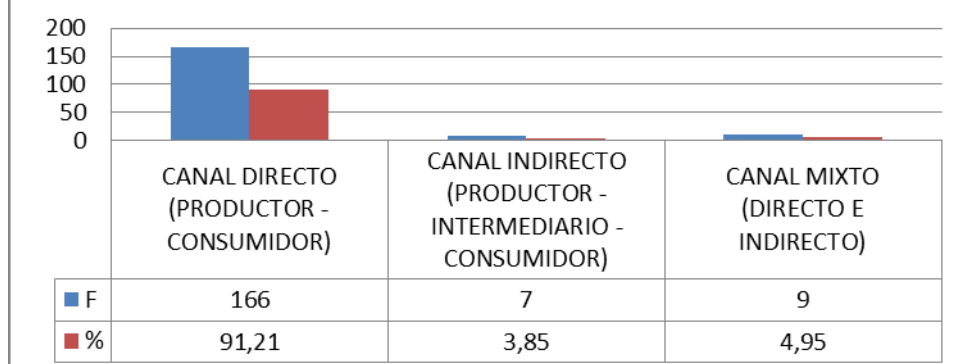
Anexo 8: Estrategia de posicionamiento de la marca en el mercado.

4.4. ¿Ha desarrollado iniciativas para que se diferencie la marca de su...

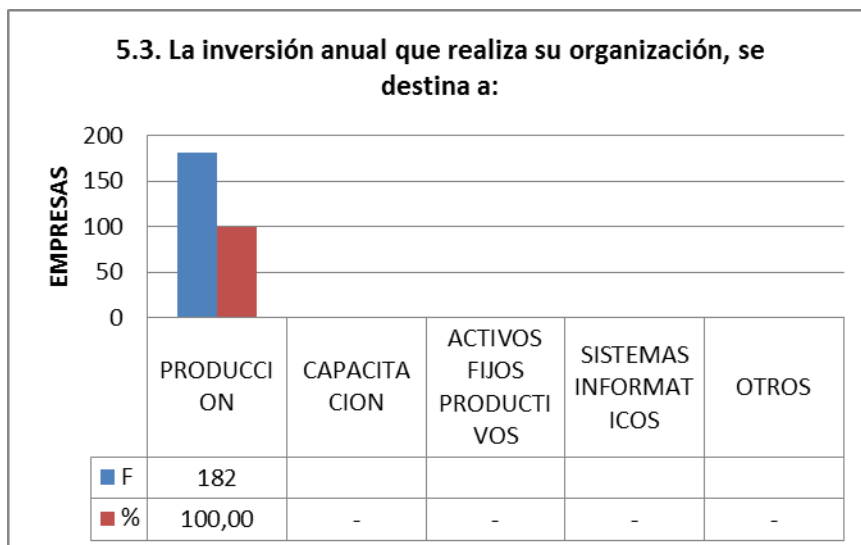


Anexo 9: Canal de Comercialización.

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



Anexo 10: Destino de utilidades.



Anexo 11: Salud ocupacional y riesgo laboral

