



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Estrategias competitivas en calidad y costos para disminuir los efectos de las importaciones de textiles chinos en el desarrollo de la industria textil en El Oro en 2025

**GOMEZ PAÑI MITZI FABIOLA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**GODOS COELLO MELANY JULEISY
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2025**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Estrategias competitivas en calidad y costos para disminuir los efectos de las importaciones de textiles chinos en el desarrollo de la industria textil en El Oro en 2025

**GOMEZ PAÑI MITZI FABIOLA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**GODOS COELLO MELANY JULEISY
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2025**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ANÁLISIS DE CASOS

Estrategias competitivas en calidad y costos para disminuir los efectos de las importaciones de textiles chinos en el desarrollo de la industria textil en El Oro en 2025

**GOMEZ PAÑI MITZI FABIOLA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**GODOS COELLO MELANY JULEISY
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

DIAZ CUEVA JIMMY GABRIEL

**MACHALA
2025**

Estrategias competitivas en calidad y costos para disminuir los efectos de las importaciones de textiles chinos en el desarrollo de la industria textil en El Oro en 2025.



Nombre del documento: Estrategias competitivas en calidad y costos para disminuir los efectos de las importaciones de textiles chinos en el desarrollo de la industria textil en El Oro en 2025.
ID del documento: 7c3a00b3a7d9edc52b5fc12982c44b353f1fa999
Tamaño del documento original: 1,26 MB
Autores: Mitzi Fabiola Gómez Pañi y Melany Juleisy Godos Coello

Depositante: JIMMY GABRIEL DIAZ CUEVA
Fecha de depósito: 24/7/2025
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 24/7/2025

Número de palabras: 19.631
Número de caracteres: 137.681

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	1library.co C13 FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES. - CIU 4.0. Clasificación ... https://1library.co/article/fabricación-productos-textiles-ciu-clasificación-nacional-actividades... 10 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (194 palabras)
2	pdfs.semanticscholar.org https://pdfs.semanticscholar.org/ca0a/ca256ee02160dc002826f43b3bbc52179b16.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (94 palabras)
3	doi.org Casos de éxito de Lean Manufacturing en PYMES: Una revisión de la liter... https://doi.org/10.47422/jstri.v5i1.48	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (84 palabras)
4	scielo.senescyt.gob.ec La calidad como herramienta estratégica para la gestión... http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2588-09692021000100019#... 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (70 palabras)
5	biblat.unam.mx https://biblat.unam.mx/hevila/ResnonverbaGuayaquil/2017/vol7/no1/10.pdf 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (80 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	ciencialatina.org https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/16067/22914/	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (33 palabras)
2	ecuadornegocios.com CONFECCIONES RIGORTEX CIA.LTDA https://ecuadornegocios.com/info/confecciones-rigortex-cialtda-5262F42B7ACE401B	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (25 palabras)
3	doi.org Casos de éxito de Lean Manufacturing en PYMES: Una revisión de la liter... https://doi.org/10.47422/jstri.v5i1.48	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (31 palabras)
4	obest.uta.edu.ec https://obest.uta.edu.ec/wp-content/uploads/2023/10/Evolucion-sector-textil-del-Ecuador.-Pr...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (26 palabras)
5	dx.doi.org Understanding Organizational Capabilities as an Antecedent of Perfo... http://dx.doi.org/10.12691/ijbms-12-1-2	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://www.aite.com.ec/industria.html>
- <https://www.pudeleco.com/>
- <https://appscvgen.supercias.gob.ec/consultaCompanias/societario/busquedaCompa>
- <https://alexatejidos.com.ec/industria-textil-en-ecuador>
- <https://asobanca.org.ec/wp>

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Las que suscriben, GOMEZ PAÑI MITZI FABIOLA y GODOS COELLO MELANY JULEISY, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado Estrategias competitivas en calidad y costos para disminuir los efectos de las importaciones de textiles chinos en el desarrollo de la industria textil en El Oro en 2025, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



GOMEZ PAÑI MITZI FABIOLA

0107312506



GODOS COELLO MELANY JULEISY

0705826592

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo con todo mi gratitud y amor a Dios, a mis padres por su sacrificio y esfuerzo incondicional que me han brindado en la vida, a mis hermanas y a mi hijo quienes han sido mi fuente motivacional para llenarme de sabiduría, entendimiento y no abandonarme en el proceso, y también a todas las personas que han confiado en mí y me han brindado su apoyo incondicional.

Mitzi Fabiola Gómez Pañi

A Dios.

A mis padres.

A mi familia.

A mis amigos.

A mis docentes.

Melany Juleisy Godos Coello

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradecer a Dios por acompañarme, ser guía y darme la fuerza para seguir en cada paso de este proceso, brindándome sabiduría entendimiento para culminar y alcanzar un logro más en mi vida. A mi padre Don Jorge Gómez por ser mi inspiración y motivación principal, por brindarme su apoyo y sacrificio incondicional en cada momento de la vida. María Pañi por ser mi inspiración y el motivo de seguir. A mi hijo Eydan Gómez por ser el principal motivo de mi preparación académica, mi fuente de energía, mi lucha a seguir día a día. A Melany Godos mi amiga compañera, expresar mi gratitud por el tiempo compartido por la paciencia en este largo proceso, por el compromiso y lucha que hemos tenido en este trabajo. Expresar mi gratitud al Doctor Luis Pastor Carmenate por el tiempo, dedicación y paciencia en sus enseñanzas en las aulas y la preparación de nuestro trabajo de titulación. Siempre agradecido con mis familiares y amigos que en algún momento de mi carrera creyeron en mí.

Mitzi Fabiola Gómez Pañi

A Dios, por brindarme la fortaleza, salud y sabiduría necesarias para culminar con éxito esta etapa de mi vida. A mis padres, Darwin Vinicio Godos Godos y Angelica del Carmen Coello Chávez, por su amor incondicional, apoyo constante y sacrificios a lo largo de mi formación académica. A mis amigos, por su apoyo emocional y compañía en los momentos de mayor exigencia. A mis docentes de la carrera de Comercio Exterior, por compartir sus conocimientos y guiarme académicamente. Y Finalmente a la Universidad Técnica de Machala, por formar parte fundamental de mi crecimiento profesional y personal.

Melany Juleisy Godos Coello

RESUMEN

El estudio analizó los efectos de las importaciones de textiles chinos en la industria textil de la provincia de El Oro en 2025, examinando las principales causas que han generado un impacto negativo en la producción de textiles, como los bajos costos de fabricación en China, la ausencia de regulaciones comerciales efectivas y la falta de competitividad en calidad y costos por parte de los productores locales. Se empleó un enfoque metodológico mixto, que incluye el uso de métodos teóricos y empíricos, para la recopilación de datos sobre la evolución del sector textil, las tendencias de importación y la afectación en las empresas de El Oro. Los resultados alcanzados en la investigación evidencian que el diseño de estrategias competitivas enfocadas en calidad y costos podría fortalecer significativamente la industria textil en El Oro en 2025, por ello, se concluye que el uso de dichas estrategias representa una alternativa viable para contrarrestar los efectos negativos de la competencia extranjera, permitiéndole a las empresas establecer un modelo estratégico que pueda servir de base para futuras investigaciones y para la toma de decisiones dentro de la industria textil.

PALABRAS CLAVES: Competitividad, estrategias, importaciones, industria, textiles.

ABSTRACT

This study analyzes the effects of Chinese textile imports on the textile industry in the province of El Oro in 2025. It examines the main causes that have negatively impacted textile production, such as low manufacturing costs in China, the absence of effective trade regulations, and the lack of quality and cost competitiveness among local producers. A mixed methodological approach, including theoretical and empirical methods, will be used to collect data on the evolution of the textile sector, import trends, and the impact on companies in El Oro. The results of the research show that the design of competitive strategies focused on quality and costs could significantly strengthen the textile industry in El Oro in 2025. Therefore, it is concluded that the use of these strategies represents a viable alternative to counteract the negative effects of foreign competition, allowing companies to establish a strategic model that can serve as a basis for future research and decision-making within the textile industry.

KEY WORDS: Competitiveness, imports, industry, strategies, textiles.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO	7
1.1 Evolución de la industria textil en el Ecuador	7
1.2 Evolución de las importaciones de textiles chinos y su desarrollo	9
1.3 Antecedentes conceptuales y referenciales.....	10
1.3.1 La gestión estratégica a nivel internacional.....	10
1.3.2 Estrategias competitivas	11
1.3.3 Estrategias en calidad	12
1.3.4 Estrategias en costos.....	12
1.3.5 Lean Manufacturing	13
1.3.6 Compras colaborativas	13
1.3.7 Sector textil.....	14
1.3.8 Valoración arancelaria.....	15
1.3.9 Partida arancelaria	15
1.3.10 Tratado de libre comercio.....	16
1.3.11 Ventajas competitivas	16
1.3.12 Estrategias de ventas	17
1.3.13 Innovación en las estrategias de ventas.....	17
1.4 Antecedentes contextuales.....	18
CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA	24
2.1 Tipo de estudio o investigación realizada.....	25

2.2	Paradigma o enfoque desde el cual se realizó.....	25
2.3	Población y muestra.	26
2.4	Métodos teóricos con los materiales utilizados.	27
2.5	Métodos empíricos con los materiales utilizados.	30
2.6	Técnicas estadísticas o matemáticas para el procesamiento de los datos obtenidos. 30	
CAPITULO 3. RESULTADOS		32
3.1	Fundamentación teórica del aporte practico	32
3.1.1	Análisis de la demanda y comportamiento de las empresas de El Oro	34
3.1.2	Interpretación de los resultados de la encuesta.....	35
3.2	Aporte práctico.....	44
3.2.1	Implementación de Lean manufacturing	45
3.2.2	Aplicación de Compras colaborativas entre empresas de la industria textil en El Oro	52
CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS		56
CONCLUSIONES		60
RECOMENDACIONES		62
REFERENCIAS		63
ANEXOS		69

LISTA DE ILUSTRACIONES Y TABLAS

	pág.
Tabla 1 <i>Empresas sujetas al control de la SuperCias</i>	19
Tabla 2 <i>Exportaciones de productos textiles con subpartida '6207999000</i>	23
Tabla 3 <i>Principales importadores de productos textiles con subpartida '6207999000</i>	24
Tabla 4 <i>Pertenece a la industria textil</i>	36
Tabla 5 <i>Años de operación de la empresa</i>	36
Tabla 6 <i>Tamaño de la empresa</i>	37
Tabla 7 <i>Sector de operación de la empresa</i>	37
Tabla 8 <i>Afectación de importaciones a la empresa</i>	38
Tabla 9 <i>Área más afectada en la empresa</i>	38
Tabla 10 <i>Disminución en la producción</i>	39
Tabla 11 <i>Cierres de empresas en la industria textil</i>	39
Tabla 12 <i>Reducción de personal</i>	40
Tabla 13 <i>Medida de protección comercial</i>	40
Tabla 14 <i>Calidad en productos</i>	42
Tabla 15 <i>Cambios en el consumidor</i>	42
Tabla 16 <i>Modificación de precios</i>	43
Tabla 17 <i>Afectación de importaciones a la empresa</i>	43
Tabla 18 <i>Estructura del modelo de Lean Manufacturing</i>	47
Tabla 19 <i>Propuesta estratégica para la implementación de la herramienta Lean Manufacturing</i>	48
Tabla 20 <i>Datos Operativos Estimados: Lean Manufacturing</i>	49
Tabla 21 <i>Significado de 5S</i>	50
Tabla 22 <i>Indicadores de mejora esperados con 5S (basado en estudios de caso textiles)</i> .	51
Tabla 23 <i>Propuesta para la implementación de compras colaborativas</i>	54
Tabla 24 <i>Datos Operativos Estimados: Compras Colaborativas</i>	54

Gráfico 1 <i>Ventas locales de productos textiles</i>	19
Gráfico 2 <i>Principales importadores de productos textiles y prendas de vestir</i>	22

INTRODUCCIÓN

Entre 2019 y 2024, las exportaciones de textiles y prendas de vestir en Ecuador reflejaron dinámicas variables. Durante enero de 2024, se registró un incremento del 33,4% en valor y un 14,8% en volumen respecto al mismo mes de 2023, marcando una recuperación tras las afectaciones económicas de la pandemia de COVID-19. Por otro lado, las importaciones de textiles y confecciones experimentaron una reducción del 13,7% en valor y un 31,4% en volumen entre enero de 2024 y 2023. Sin embargo, en febrero del mismo año, se observó un aumento del 9,9% en el valor de importaciones de prendas de vestir y un crecimiento general del 4,8%, alcanzando USD 60.875 en 2024.

En cuanto a los mercados de exportación, China mantuvo el liderazgo como proveedor del 34,7% de las importaciones ecuatorianas en el sector, aunque con una disminución del 12,3% respecto al mismo periodo de 2023.

El desarrollo de la industria textil en el Ecuador ha sido de gran importancia para el aumento productivo y estabilidad económica del país, pero a causa de las continuas tendencias dentro de este mercado, se ha visibilizado el desnivel competitivo existente con relación a la participación del país en los mercados internacionales.

Por lo tanto, este proyecto se enfoca en analizar el estado actual de la industria textil en el Oro, identificando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que enfrenta en un entorno marcado por la globalización y el comercio internacional. Por otra parte, se analizará la importancia de este estudio para el desarrollo de las empresas, con el objetivo de proponer estrategias que promuevan la competitividad de la industria local de la Provincia de El Oro y refuercen su posicionamiento en el mercado interno.

En la actualidad la provincia de El Oro ha presentado desafíos dentro de la industria textil, en los últimos años se han constatado diversos inconvenientes que han afectado a la industria, entre las principales que se destacan es la falta de inversión provocando una debilidad en la actividad productiva, a su vez generando la falta de empleos dentro del sector. En este contexto, uno de los principales retos y desafíos para la industria textil dentro de la provincia

es mejorar y fortalecer la competitividad local y consolidarse en mercados internacionales, estimulando la producción y crear nuevas oportunidades laborales.

En la actualidad, China es destacado no solo como uno de los principales exportadores globales de la Industria Textil, sino también como un creciente fabricante de confecciones de alta calidad y precios accesibles a nivel internacional. Gracias a su notable capacidad de producción y exportación, este país representa una competencia significativa para los fabricantes de textiles locales como lo es para la industria ecuatoriana.

En el Ecuador ingresan numerosos productos de la industria textil china, esta situación ha generado preocupación entre los productores textiles locales, quienes día a día se ven impactados debido a la ventaja competitiva existente para este mercado, por ello, resulta esencial analizar el impacto de la importación de estos productos para el crecimiento de la industria nacional, especialmente en las empresas textiles ubicadas en la provincia de El Oro. La política comercial del Ecuador frente al actual Tratado de Libre Comercio con China plantea diversos retos como oportunidades, este acuerdo fomenta e impulsa las exportaciones con ciertas cantidades de restricciones hacia el mercado chino favoreciendo ciertas oportunidades de diversos sectores, pero por otro lado también genera inquietudes en la industria local debido a la competencia externa, uno de los sectores afectados por este acuerdo es el sector textil ecuatoriano que cada día a tenido mayor desventaja frente a la competencia de importaciones de textiles chinos debido a la ausencia de un marco legal claro, la falta de restricciones por parte del gobierno de productos importados, la falta de oportunidades y carencia de estrategias competitivas que ayudan a dinamizar la economía dentro de la provincia así como del país.

Otras de las diversas problemáticas que enfrenta y afectan tanto al sector económico como la industria local es la competencia desleal generada por los precios bajos de estos productos importados, la importación de textiles chinos al contar con menores costos de producción ingresa al mercado ecuatoriano a precios mucho más bajos y accesibles, lo que dificulta a los fabricantes Orenses y nacionales que puedan competir ante estas condiciones.

La falta de estrictas regulaciones en el control de importaciones también afecta negativamente, debido a que permite el ingreso de productos que no cumplen con los requisitos establecidos teniendo como consecuencia la desprotección de la producción

nacional. Este impacto dentro de la industria textil ecuatoriana ha tenido como consecuencias como el cierre de pequeñas y medianas empresas locales, la disminución de la producción nacional, la pérdida de mercado lo que genera desempleo en el sector.

Si no se implementan acciones preventivas para mitigar los efectos de las importaciones provenientes de Asia, muchas empresas podrían verse obligadas a cerrar, lo que generaría un aumento en la tasa de desempleo y afectaría el equilibrio de la matriz productiva nacional.

Según el AITE (2024), las ventas locales de productos textiles en ese año muestran una disminución del 22% en comparación con 2019, al comparar las ventas locales de productos textiles de enero de 2024 con las de enero de 2023, se observa una disminución del 15,7%, lo que equivale a aproximadamente USD 5 millones menos.

¿Cómo disminuir los efectos de las importaciones de textiles chinos en el desarrollo de la industria textil en El Oro en 2025?

La delimitación del objeto de estudio consiste en analizar la industria textil ecuatoriana frente a las importaciones de textiles chinos, evaluando los factores internos y externos acerca de las importaciones que influyen en la competitividad de las empresas del sector textil en la provincia de El Oro, tomando en cuenta variables económicas, sociales y comerciales en el año 2025.

Se analizarán aspectos como los costos de producción, las políticas arancelarias y comerciales, y los efectos de la competencia china en términos de precios, calidad y acceso al mercado ecuatoriano. De esta manera, se busca establecer un marco claro que permita identificar las oportunidades y desafíos que enfrenta el sector textil ecuatoriano en su lucha por mantener su relevancia y competitividad en un entorno cada vez más globalizado.

Las causas que originan el problema científico son las siguientes:

- Los bajos costos de producción en China, que permiten ofrecer productos textiles a precios significativamente menores que la producción local ecuatoriana.
- Ausencia de un marco legal claro en relación con las políticas comerciales poco efectivas para proteger la industria local.
- La insuficiente diferenciación de productos locales, que se ve reflejado en la disminución de las ventas a nivel nacional.

- Preferencias de clientes y consumidores de productos importados por calidad y costos.
- Falta de competitividad en costos de textiles nacionales.
- Desconocimiento de estrategias productivas por empresas nacionales.

Como objetivo general se plantea:

Diseñar estrategias competitivas en calidad y costos para disminuir los efectos de las importaciones de textiles chinos en el desarrollo de la industria textil en El Oro en 2025.

Como objetivos específicos tenemos:

- Analizar el impacto económico de las importaciones de productos textiles chinos en las empresas de la industria textil de El Oro.
- Evaluar las capacidades operativas y los recursos actuales de las empresas textiles de El Oro para identificar áreas clave de mejora en calidad y costos.
- Identificar las principales desventajas competitivas de textiles chinos frente a los productos nacionales en calidad y costos.
- Elaborar estrategias de comercialización y producción textil en El Oro para incrementar la competitividad de la industria frente a las importaciones.

El campo de acción de la presente investigación se centra en la gestión estratégica de la competitividad, específicamente en el contexto del sector textil de la provincia de El Oro, Ecuador. Este análisis aborda la interacción entre las importaciones de productos textiles chinos y la capacidad competitiva de los productores y comerciantes locales, examinando factores críticos como las estrategias de comercialización, los mecanismos de adaptación al mercado, y las políticas de protección comercial.

El estudio se enfoca particularmente en la evaluación de las dinámicas comerciales que afectan a los pequeños y medianos empresarios del sector textil orense, considerando variables como la capacidad productiva, los costos de producción, las estrategias de comercialización y la formación de precios en el mercado local. Además, examina la falta de iniciativas y políticas gubernamentales que ayuden a fortalecer la competitividad del sector frente a la presencia de productos textiles importados desde China.

La industria textil del Ecuador tuvo sus orígenes en la época incaica, donde los tejidos de buena calidad representaban símbolo de poder y un estatus económico en la sociedad. Con

la llegada y conquista de los españoles, las confecciones de tejido se convirtieron en la principal actividad económica, en la serranía ecuatoriana los indígenas transformaban la lana de oveja en prendas de vestir de uso doméstico.

Con respecto a la industria de textiles chinos sus inicios se remontan en los años 5000 a.C con la producción de seda durante la dinastía Shang (1766 a.C.-1122 a.C.) y Han (220-265 d.C.), esta fibra fue ampliamente producida y comercializada a través de la Ruta de la Seda, alcanzando mercados tan lejanos como Roma. En el siglo XIX, con la llegada de las máquinas de coser, la producción masiva y la organización en cadenas de ensamblaje fortalecieron su industria. Actualmente, China lidera las exportaciones textiles a nivel mundial, gracias a su capacidad de producción, calidad, diseño y precios competitivos, consolidándose como un referente internacional.

La gestión estratégica a nivel internacional permite a las empresas planificar y responder tanto a contingencias previsibles como imprevisibles, proporcionando ventajas sostenibles independientemente de su tamaño. En este contexto, resulta clave definir prioridades y objetivos a largo plazo, lo que favorece el desarrollo de estrategias que incrementen la competitividad en mercados globales. Las estrategias competitivas son fundamentales para industrias como la textil, ya que fomentan el crecimiento económico y social. Este sector, influido por la globalización y las innovaciones tecnológicas, ha transformado sus procesos operativos y organizacionales para adaptarse a un mercado en constante cambio. Además, es importante considerar los niveles de competitividad empresa, industria y país, enfocándose en estos factores claves como productividad, calidad e innovación, ya que estos determinan el éxito de las estrategias aplicadas.

Por otro lado, las estrategias basadas en la calidad son esenciales para sobresalir en mercados competitivos. La calidad, entendida como un recurso estratégico, permite crear ventajas sostenibles a través de la implementación de procesos, la mejora de productos y servicios, y el desarrollo de una imagen institucional sólida. En mercados internacionales, cumplir con las expectativas de los consumidores y ofrecer productos de gran calidad posiciona a las empresas frente a sus competidores, aportándoles mayor valor. A su vez, las estrategias de costos desempeñan un papel relevante en la competitividad, ya que la optimización de

procesos, el control eficiente de los recursos y el aprovechamiento de economías de escala permiten minimizar gastos y maximizar ganancias.

La implementación de estrategias competitivas enfocadas en los costos y el fortalecimiento de la calidad en la industria textil de El Oro 2025, tendrá un efecto significativo en la competitividad de la industria local. Estas estrategias permitirán contrarrestar los efectos de las importaciones de textiles chinos, reflejándose en una mayor eficiencia en los procesos productivos, un aumento en la participación del mercado local y una disminución de la presión competitiva externa.

El presente trabajo de investigación tiene como variable independiente el desarrollo de estrategias competitivas en calidad y costos en base al impacto del volumen de importaciones de textiles chinos y cantidad de unidades ingresadas al mercado de la provincia de El Oro. Por otro lado, la variable dependiente se centra en los indicadores económicos de la industria textil nacional, incluyendo el nivel de producción local, el empleo en el sector manufacturero textil y los ingresos de las empresas textiles orenses, los cuales se ven directamente afectados por la entrada masiva de productos textiles chinos a precios significativamente menores que la producción local, generando una competencia desigual en el mercado nacional.

En relación a los métodos empleados dentro de la investigación se utilizara métodos teóricos como el analítico-sintético y el inductivo-deductivo, haciendo uso de fuentes de información empíricas como el estudio de documentos, para la obtención y recopilación de datos estadísticos publicados por organismos nacionales e internacionales como las bases de datos del Banco Central del Ecuador (BCE) y la Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), e información de artículos científicos, tesis, y sitios web.

En este contexto, en la realización de este proyecto se implementaron métodos empíricos para la obtención de información, como la realización de una encuesta a 17 empresas nacionales que realice la función de comerciante dentro de la provincia de El Oro, que nos ayudó a entender las tendencias de compra y sus principales ingresos. Además, el estudio de documentos permite entender la evolución de la industria textil ecuatoriana , al igual que los ingresos y ventas recaudados en 2025 haciendo relación con los acontecimientos de los últimos 5 años, donde se demuestra la decadencia de la industria nacional para la elaboración

de prendas de vestir y el cierre de algunas empresas participantes dentro de este sector, al igual, de la participación de las importaciones, las mismas que continúan en aumento debido a la gran demanda mundial de productos chinos y el crecimiento del e-commerce.

En conclusión, se llegó a determinar que la industria textil en la provincia de El Oro se encuentra en declive, y si no se busca una solución a esta problemática los ingresos son mínimos, es por ello que se recomienda la creación e implementación de estrategias competitivas que permitan a las empresas nacionales permanecer en el mercado nacional, además de la ayuda por parte del gobierno con relación a políticas comerciales que incentiven a las empresas a no cerrar sus negocios haciendo enfoque en la implementación de nuevas prácticas de producción que incurran al uso de menores costos, del mismo modo, que los consumidores locales se vean motivados a comprar productos.

CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO

1.1 Evolución de la industria textil en el Ecuador

La fabricación de textiles y tejidos en el Ecuador es considerada como una de las industrias más antiguas que se remonta a la época de la cultura Incaica teniendo una gran importancia debido a la calidad que tenía estos tejidos ya que era muy indispensable el cual representaba la situación socioeconómica y símbolo de poder.

A finales del siglo XVI, terminada la conquista española, el Ecuador se dirigió a las actividades económicas dentro del sector textil y al comercio, en el Ecuador la verdadera producción de textil erradicó con las primeras industrias dedicándose a procesar lana hasta la producción de algodón. Esta industria textil tiene sus antecedentes desde la época de la

colonia, donde la práctica de los indígenas habitados en la serranía donde se transformaba la lana de oveja en prendas de vestir que eran utilizadas en los hogares de aquella época.

Con el tiempo, las primeras fábricas comenzaron a centrarse en el procesamiento de esta fibra animal. Sin embargo, a inicios del siglo XX, el algodón hizo su aparición como una nueva materia prima, y para la década de 1950 su uso se consolidó como predominante en la industria nacional (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador, s.f.).

A lo largo de los años, las empresas dedicadas a la industria textil y de confección se han establecido en diversas ciudades del país. Sin embargo, las provincias con mayor número de industrias dedicadas a la actividad textil y confección son: Pichincha (53% del total), Tungurahua (21% del total), Guayas (14% del total) e Imbabura (5% del total) (BCE, 2020). Durante el periodo de la colonia española, la encomienda fue reemplazada como la principal fuente de riqueza, dando paso a diversas formas significativas de acumulación económica, estas incluyen actividades como la explotación de la plata y la producción textil, particularmente destacada en Quito. Las mercancías que circulaban frecuentemente en las actividades de compraventa pertenecían al grupo de los productos locales, entre los que se destacaban las jergas, lienzos, sayales, sobrecamas, paños de diversas tonalidades y texturas, bayetas, frazadas, cordellates, sombreros de algodón y lana

La industria textil y de confecciones es una de las más importantes en Ecuador, ocupando el tercer lugar dentro del sector manufacturero y contribuyendo con el 7% al Producto Interno Bruto (PIB). Además, es la segunda que más empleo formal genera, según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), con aproximadamente 158 mil trabajadores en empresas, sin considerar los empleos indirectos.

Para el año 2020 con la aparición la pandemia Covid-19 tuvo principales efectos en salud, sociedad y economía unos de principales afectados fue el comercio mundial que tuvo impresionantes pérdidas, la industria textil del Ecuador tuvo una afectación en ventas ya que se redujeron el 36% en relación con el 2019, generando la disminución de empleo y afectando la economía ecuatoriana (Llanos y Salazar, 2023).

La pandemia de COVID-19 tuvo un impacto negativo en el sector textil en Ecuador, las ventas locales de este sector disminuyeron en USD 16 millones, es decir, un 19% en enero de 2024 con relación a enero de 2019. Además, la variación interanual del mes de enero de

2024 mostró una reducción del 9,9%, lo que implicó USD 8 millones menos en ventas en comparación con enero de 2023. Estos datos nos indican que Ecuador no se ha podido recuperar completamente de los efectos de la pandemia.

En el período comprendido entre enero y febrero de 2024, China continuó siendo el principal proveedor de textiles y confecciones para Ecuador, con una participación del 34,7% en términos de valor total de importaciones. No obstante, esta cifra representa una disminución del 12,3% en comparación con el mismo período de 2023, lo que podría reflejar una menor dependencia del mercado chino. En contraste, las importaciones provenientes de Estados Unidos mostraron un notable incremento del 150,7%, evidenciando un cambio en las dinámicas comerciales y una posible diversificación de los mercados de origen. Estos datos sugieren transformaciones relevantes en la estructura de las importaciones textiles del país, probablemente influenciadas por factores económicos y comerciales específicos (Asociación de industriales textiles del Ecuador, s.f.).

1.2 Evolución de las importaciones de textiles chinos y su desarrollo

Desde la antigüedad, China ha sido un mercado clave en la industria textil, sus orígenes comenzaron de Bombyx mori que es un gusano de seda domesticado que se encuentra en Xia, Shaanxi fechado entre 5000 y 3000 AC, los primeros vestigios textiles se encontraron en Yuyao, aproximadamente en los años 4000 a.C.

Así mismos fragmentos de seda se descubrieron en Huzhou, ubicado en la misma provincia con una antigüedad estimada de 2700 a.C. Durante la dinastía Shang (1766 a.C. - 1122 a.C.), en China se confeccionaban y utilizaban túnicas de seda y faldas largas hasta los tobillos, con el pasar de los tiempos en la dinastía Han (220-265 d.C.), se inició una significativa actividad textil destinada al comercio con compradores lejanos. Este intercambio prosperó a través de la Ruta de la Seda, alcanzando su apogeo entre los siglos V y XII d.C., extendiéndose a regiones tan distantes como Roma e Irán.

La producción de la industria textil china junto con el comercio obtuvo una gran influencia en el desarrollo de la industria textil en la Europa medieval, en el siglo XIX, China era un gran productor de textil con el surgimiento de las máquinas de coser la producción de prendas

de vestir del siglo XIX obtuvieron una producción masiva y la organización de cadena de ensamblaje fue un logro obtenido para la industria textil china (Marco Biselli, 2009).

El gigante de industria textil China posee grandes ventajas comparativas a nivel internacional, cuenta con gran abundancia de materias primas y cuenta con una fuerte capacidad en la producción desde hilado y tela de vestidos para la producción de confecciones.

China ocupa el primer puesto a nivel mundial en las importaciones de textiles teniendo productos de buena calidad y precios bajos el cual le ha ayudado en la contribución de ventajas comparativas a nivel internacional. Este país se ha consolidado como el principal exportador mundial de productos textiles y prendas de vestir durante más de una década, la industria textil china se destaca por su alta competitividad gracias a la combinación de productos de calidad, diseños y precios accesibles que se adaptan a las demandas específicas de las distintas regiones del mundo.

1.3 Antecedentes conceptuales y referenciales

1.3.1 La gestión estratégica a nivel internacional

Para Gambaro et al., 2021, consideran que:

La gestión estratégica no es más que la planificación tanto para contingencias previsibles, como inviadas. Es aplicable tanto a las organizaciones pequeñas como a las grandes, ya que incluso las organizaciones más pequeñas enfrentan competencia. Y al formular e implementar estrategias apropiadas, pueden lograr una ventaja sostenible (p. 3).

Cuando la gestión estratégica es internacional abarca varios puntos que permiten precisar en las opiniones y decisiones a nivel empresarial, por tal razón, González (2021) opina que “la gestión estratégica te ayuda a definir por qué debes priorizar distintas iniciativas empresariales y qué pretendes lograr a largo plazo” (p. 4), ya que para alcanzar un alto nivel en el entorno competitivo internacional es fundamental el uso de la misma para la planificación y ejecución de estrategias.

Desde la perspectiva de la gestión estratégica empresarial, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) representa un factor clave, especialmente en el área de mercadeo, donde se integran acciones de comunicación, sostenibilidad y vinculación con el entorno. Alinear los objetivos financieros con compromisos sociales y ambientales fortalece la estructura organizacional y mejora la reputación corporativa. Sin embargo, aún se requiere mayor investigación en este campo, particularmente en empresas familiares y en contextos de economías emergentes (Gómez et al., 2024; Wilches et al., 2020).

1.3.2 Estrategias competitivas

El uso de estrategias competitivas para la industria textil es fundamental ya que impulsa el crecimiento y evolución económica, impulsando así el beneficio social nacional, es por ello que, Cuzco et al., (2021) opina que “el mercado actualmente se ha encontrado en un cambio e innovación constante, esto se debe a la evolución de las tecnologías y la globalización; lo que ha permitido que las empresas cambien sus procesos operativos y organizacionales” (p. 121).

Luna et al., (2021) indica que para la correcta aplicación de estrategias competitivas es importante tener en cuenta los “tres niveles de competitividad (empresa, industria y país) enfocándose en los factores claves como la productividad, calidad e innovación aplicada a los recursos y capacidades que posee la empresa” (p. 1067). Con el adecuado entendimiento de los tres niveles existentes permite la identificación de aquellos aspectos que pueden llegar a ser considerados minoritarios para el análisis, desarrollo y ejecución de estrategias.

Con las estrategias competitivas se busca fortalecer la comprensión sobre los factores que impulsan la competitividad empresarial, ofreciendo así una base estratégica para diseñar políticas públicas, tomar decisiones corporativas acertadas y desarrollar planes de exportación efectivos hacia los mercados internacionales. Como parte de una estrategia competitiva integral, se sugiere profundizar en investigaciones futuras que consideren elementos clave como el impacto de las políticas gubernamentales, la adopción de nuevas tecnologías y la evolución de la demanda global (Pinos et al., 2024).

1.3.3 Estrategias en calidad

El desarrollo de estrategias entorno a la calidad permiten a las empresas alcanzar grandes objetivos, ya que, con base a la postura de Becerra et al., (2019)

la calidad comprende un recurso estratégico sumamente valorado por la gerencia. Es claramente visible que el mercado tan competitivo y el entorno empresarial en el que se desenvuelven las organizaciones modernas, estas estrategias las obliga a asumir mayores retos y sobresalir ante la competencia mediante la creación de imagen institucional, marcas, patentes y políticas direccionadas a la producción cero defectos, desarrolló estrategias que persiguen la creación de ventajas competitivas e implementación de procesos (p. 22).

Para el diseño de estrategias entorno a la calidad es importante conocer las necesidades y preferencias del mercado al que se espera llegar, en el caso de ser internacional, se deberá conocer y examinar los métodos y formas para que lo que se ofrece llegue al consumidor final y el producto o servicio cumpla con las expectativas del consumidor. Kotler y Armstrong (2003) afirman que, si una empresa presenta un producto o servicio como de gran calidad, deberá cumplir lo que está vendiendo en el mercado, puesto que el posicionamiento por calidad implica proporcionar mayor valor que las ofertas de sus competidores.

El control de la calidad es la garantía de las primeras y principales etapas del desarrollo de un producto, la función principal es asegurar y revisar que los servicios o productos cumplan con todos los requisitos de calidad, logrando así la participación de todos dentro del proceso, dando origen al control de calidad en su organización que es uno de los más importante (Vargas y Camero, 2021).

1.3.4 Estrategias en costos

Para Dolan (1995) nos dice que se debe competir al nivel de los grandes actores del mercado, ofreciendo bienes y servicios con alto valor agregado y un alto grado de especialización, es fundamental contar con una estructura de costos que sea favorable para la empresa. Esto implica encontrar formas de reducir costos mientras se incrementan los márgenes dentro del mercado. En este sentido, "la fijación de precios debe ser un componente esencial de la

estrategia empresarial, y no una decisión tomada de forma tardía", como parte de un enfoque que permita alcanzar una rentabilidad sostenible y superior.

Según la teoría de la contingencia, una gestión eficiente está limitada por las particularidades de cada organización. Por ello, cuando el entorno empresarial se modifica, los Sistemas de Acumulación de Costos (SAC) también por ende debe ajustarse constantemente para mantener su eficacia. A las empresas les puede resultar complicado identificar los criterios adecuados para elegir un sistema de costeo basado en actividades, costeo estándar o costeo por objetivos, estos enfoques no son excluyentes, sino que pueden integrarse y funcionar de manera complementaria. (Perez y Hernandez, 2024)

1.3.5 Lean Manufacturing

El modelo Lean Manufacturing representa una filosofía de gestión de operaciones desarrollada originalmente por Toyota en Japón, y difundida globalmente por su eficacia para transformar procesos productivos mediante la eliminación sistemática de desperdicios, la mejora continua y la entrega de valor al cliente.

Según Ortiz et al., (2022) nos indican que la metodología 5S está enfocada en mejorar las condiciones de trabajo, lo que permite mejorar la calidad y seguridad, reduciendo daños y averías, tiempos de trabajo y variación eliminando las búsquedas y minimizando desplazamientos al momento de utilizar herramientas necesarias y útiles para el trabajo.

La metodología 5S es ampliamente utilizada en distintos sectores empresariales, tanto en la industria manufacturera como en los servicios. Forma parte fundamental del enfoque Lean Enterprise y se basa en un sistema estructurado que promueve la limpieza, el orden y la gestión visual en el entorno laboral. Su principal propósito es eliminar todo aquello que no aporta valor al proceso productivo, optimizando así la eficiencia y el rendimiento organizacional (Tapia, 2024).

1.3.6 Compras colaborativas

El consumo colaborativo ha ganado protagonismo como una alternativa al modelo económico tradicional, promoviendo el uso compartido de bienes y servicios. Plataformas como Uber, Airbnb o sistemas públicos de bicicletas reflejan esta tendencia creciente. Este

modelo ya no se limita a nichos, sino que alcanza mercados masivos. Para las empresas, representa una estrategia competitiva que permite innovar en la forma de ofrecer valor al cliente (Mejía et al., 2021).

Las compras colaborativas fomentan la coordinación y estandarización de procesos entre las empresas locales, reduciendo gastos administrativos y de gestión, el cual esto ayudara a optimizar el funcionamiento de la cadena de suministro textil, lo que permite mantener precios competitivos sin sacrificar la calidad del producto. De esta manera, la industria textil de El Oro se fortalece y mejora su capacidad para resistir la presión que representan las importaciones chinas en el mercado local.

La colaboración externa se ha convertido en herramientas clave dentro de los modelos de negocio basados en el consumo colaborativo. Al integrar aliados externos, como usuarios, proveedores o incluso otras empresas, se fomenta un entorno innovador y multidisciplinario que enriquece el proceso estratégico. Esta apertura permite a las organizaciones liberar recursos operativos para enfocarse en la reflexión y adaptación constante del modelo. Además, al incluir diferentes perspectivas, se reducen los sesgos en la comprensión de las necesidades del cliente, fortaleciendo así la propuesta de valor y mejorando la posición competitiva de la empresa en mercados colaborativos (Carvalho, 2025).

En el contexto del consumo colaborativo, es importante generar confianza para fidelizar a los usuarios. Según Mao et al. (2020), cuando las plataformas digitales ofrecen información detallada sobre el producto o servicio que se va adquirir de forma colaborativa, se incrementa significativamente la probabilidad de que el consumidor repita la experiencia. Este elemento se convierte en una ventaja competitiva para las empresas, ya que mejora la percepción del servicio y fortalece la relación con el cliente.

1.3.7 Sector textil

Las fases de fabricación textil, desde la obtención de fibras hasta la elaboración del tejido final, están avanzando en términos de control y evaluación de procesos. Esto abarca la producción y el procesamiento de fibras textiles mediante etapas como apertura, cardado, estirado y peinado, así como la producción de telas, que incluye tejidos de punto, procesos de coloración, acabados y la confección de prendas de vestir (Llanos y Salazar, 2023).

El sector textil abarca todas las actividades relacionadas con la manufactura y procesamiento de productos textiles, desde las fibras hasta las prendas, impulsando tanto la economía como la innovación tecnológica en materiales.

Para ASOBANCA (2022), las fases de fabricación textil, desde la obtención de la fibra hasta la creación del tejido final, están siendo optimizadas en cuanto a control y evaluación de los procesos. Este proceso involucra la producción y tratamiento de las fibras textiles mediante técnicas como apertura, cardado, estirado y peinado, además de la creación de telas, que incluye tejidos de punto, coloración, acabados y la confección de prendas de vestir.

1.3.8 Valoración arancelaria

La valoración en aduana es el procedimiento aduanero aplicado para determinar el valor en aduana de las mercancías importadas. Si se aplica un derecho ad valorem, el valor en aduana es esencial para determinar el derecho pagadero por el producto importado (Organización Mundial del Comercio, 2024).

El artículo VII del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) estableció los principios fundamentales para un sistema internacional de valoración aduanera. Dicho artículo estipulaba que el valor aduanero de las mercancías importadas debería basarse en su valor real, o en el de mercancías similares, como base para la imposición de derechos, descartando el uso de valores nacionales, ficticios o arbitrarios. Aunque el artículo VII proporcionaba una definición de "valor real", permitía a los países miembros aplicar métodos diversos para la valoración de las mercancías. Además, incluía "cláusulas de anterioridad" que permitían mantener normas previas que no cumplían con el nuevo estándar general establecido.

1.3.9 Partida arancelaria

Una partida arancelaria es la clasificación específica donde se asigna a cada mercancía según el arancel o Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, establecido internacionalmente. Este sistema facilita la identificación y categoriza los bienes, cada partida arancelaria incluye un código numérico acompañado de una descripción detallada que define las características principales de cada producto.

Meléndez y Tenorio (2024) nos indican que

El principal propósito de las partidas arancelarias es establecer la tarifa tributaria aplicable a una mercancía durante su importación o exportación, considerando aspectos como el tipo de producto, sus componentes, características técnicas y usos específicos. En Ecuador, la institución encargada de emitir resoluciones relacionadas con la clasificación arancelaria de productos es el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

El objetivo principal de las partidas arancelarias es identificar la tarifa tributaria de una mercancía al momento de ser importada o exportada, tomando en cuenta las cualidades del producto, sus características y sus usos específicos. En Ecuador, la entidad encargada de emitir resoluciones para la clasificación arancelaria de mercancías específicas es el SENAE.

1.3.10 Tratado de libre comercio

Jaramillo y Tonon (2023), “nos dicen que estos acuerdos tienen como principal objetivo incentivar el intercambio comercial sin restricciones tan exigentes, con el objetivo de promover la competencia a nivel global”. Los Tratados de Libre Comercio (TLC) son acuerdos internacionales diseñados para eliminar o reducir de manera significativa las barreras arancelarias y no arancelarias entre las economías participantes, debido a que reducen los costos de transacción, facilitan el acceso a mercados internacionales y promueven la integración económica tanto a nivel regional como global.

Ecuador se ha posicionado como un socio estratégico para China en el suministro de recursos energéticos en América Latina, convirtiéndose en uno de los principales destinos de inversión y financiamiento chino en la región. Más de 90 empresas chinas han invertido en el país, participando en proyectos de gran magnitud, como la construcción del sistema integrado de seguridad ECU 911 y la central hidroeléctrica Coca Codo Sinclair, la más grande de Ecuador (Vinelli y Paredes, 2024).

1.3.11 Ventajas competitivas

Díaz et al., (2021) nos indican que la competitividad proviene de las clásicas teorías de Adam Smith y David Ricardo el cual se siguen manteniendo en diferentes autores. Por ende, la

competitividad es la capacidad que una empresa puede ofrecer mediante sus bienes y servicios con mejoras en costos, calidad y eficiencia ante competidores locales e internacionales.

Estas ventajas son fundamentales para obtener una mayor competitividad y participación en el mercado internacional, fomentando e incrementando las exportaciones obteniendo como resultado un aumento en la economía.

1.3.12 Estrategias de ventas

Las estrategias de ventas son esenciales para el éxito de cualquier empresa, ya que determinan cómo los productos o servicios son promovidos y vendidos al mercado objetivo. La implementación efectiva de estas estrategias puede estar influenciada por varios factores, incluidos el diseño organizacional y la innovación.

El diseño organizacional juega un papel importante en la implementación y efectividad de las estrategias de ventas. Un diseño bien estructurado facilita la comunicación y coordinación entre diferentes departamentos, lo que es esencial para ejecutar campañas de ventas y marketing de manera efectiva. Según (Abikar & Muathe, 2024, págs, 7-9), las capacidades organizacionales, como la capacidad de innovar y diseñar productos centrados en el usuario, pueden incrementar significativamente las ventas y mejorar la posición en el mercado. Las empresas que adoptan una estructura organizacional que promueve la innovación y la adaptabilidad están mejor posicionadas para responder a las demandas del mercado y superar a sus competidores.

1.3.13 Innovación en las estrategias de ventas

La innovación es otro factor importante que puede potenciar las estrategias de ventas. La capacidad de una empresa para innovar no solo en sus productos sino también en sus métodos de ventas y marketing puede ofrecer una ventaja competitiva significativa. Enyinna et al., (2024) señalan que la innovación de productos está directamente relacionada con el crecimiento organizacional y la mejora de la cuota de mercado. Las empresas que invierten en innovación y adaptan sus estrategias de ventas para destacar sus productos innovadores pueden atraer a un mayor número de clientes y aumentar sus ingresos.

1.4 Antecedentes contextuales

En el territorio ecuatoriano, los mayores centros de producción textil se concentran en los territorios de Pichincha, Guayas, Tungurahua, Azuay e Imbabura, regiones donde esta actividad se ha desarrollado de manera sobresaliente, ofreciendo un amplio catálogo de artículos para los compradores. Las operaciones comerciales y envíos internacionales del rubro textil evidencian un descenso desde 2019, alcanzando su punto más bajo en 2020 con una reducción del 31% comparado con el periodo precedente. Los despachos al exterior se dirigieron principalmente al mercado filipino durante el 2019-2020, mientras que el gigante asiático China mantiene su posición dominante como el origen predominante de los productos importados (Corporación Financiera Nacional B.P., 2022).

Según la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2024), en su base de datos presentan que en el Ecuador se encuentran actualmente 726 empresas activas dentro de la industria manufacturera textil, este cuenta con sistema de clasificación por códigos, el cual toma como nombre CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme), este es un instrumento que sirve para encasillar las unidades de producción, la misma que obtiene los siguientes códigos:

C1392.01 - fabricación de artículos confeccionados con cualquier tipo de material textil, incluidos tejidos (telas) de punto y ganchillo: frazadas, mantas de viaje, sobrecamas, cobijas, edredones, ropa de cama, sábanas, mantelería, toallas y artículos de cocina acolchados, edredones, cojines, pufés, almohadas, sacos de dormir, artículos para el baño, etcétera, incluido tejidos para mantas eléctricas.

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, etcétera.

C1410.01 - fabricación de prendas de vestir de cuero o cuero regenerado, incluidos accesorios de trabajo de cuero como: mandiles para soldadores, ropa de trabajo, etcétera.

C1410.02 - fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, uniformes, camisas, camisetas, etcétera.

C1410.03 - fabricación de ropa interior y ropa de dormir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de encaje, etcétera, para hombres, mujeres y niños: panties, calzoncillos, pijamas, camisones, batas, blusas, slips, sujetadores, fajas, etcétera.

C1410.04 - actividades de confección a la medida de prendas de vestir (costuras, sastres).

También se onde solo 21 empresas pertenecen a la Provincia del Oro, las mismas que para el año 2024 solo 14 de estas representaron balances, obteniendo así 831,74 mil dólares de ingresos por ventas realizadas en ese año.

Tabla 1

Empresas sujetas al control de la SuperCias

No.	Nombre	CIU 6	Empleados	Ingresos Totales	IR Causado	Activos	Patrimonio	Ingresos ventas	U. antes de impuesto	Utilidad del ejercicio
17737	ECU ABIGBAGS CIA.LTDA.	C1312.09	2	778899	27855	499661,13	269326	778899	126511	126511
76554	SIMETRIA EXPERIMENTAL S.A.S.	C1410.04	4	24623	0	2265,26	1970	24623	0	20010
77786	ESOTEX S.A.S.	C1410.02	2	11446,97	10,89	12271,72	39,61	11446,97	49,5	49,5
87552	TECCHIN CIA.LTDA.	C1410.02	4	9048	0	658,44	-2342	9048	0	-12630
88691	VARTEX S.A.S.	C1410.03	3	4970	0	3200	-1447	4970	0	-4647
89846	TEXTILES ALGODON H-H TEXALH S.A.S.	C1410.02	3	2753	0	2813,48	1237	2753	1463	1463
88380	CORPORACION JUP JULIOLLAURIPEREZ S.A.	C1410.02	1	0	0	5000	5000	0	0	0
89908	JOE CREACIONES CIA. LTDA	C1410.01	1	0	0	4000	4000	0	0	0
96579	NAIRARETEX S.A.S.	C1410.02	2	0	0	1800	435,47	0	-250,53	-250,53
98916	INDUSTRIA TEXTIL NARACMOR S.A.	C1410.04	3	0	0	1000	1000	0	0	0
100440	CATALEYAFORER VER S.A.S.	C1410.02	3	0	0	1000	1000	0	0	0
104281	MERCANTIL DE PLASTICOS MERPLASTIC S.A.S.	C2220.03	3	0	0	800	800	0	0	0
115408	MODIN CIA. LTDA.	C1410.02	2	0	0	400	400	0	0	0
124103	FAMILIA BERZHI PUNTOLOCO S.A.S.	C1410.02	2	0	0	100	100	0	0	0
TOTAL			35	831739,97	27865,89	534970,03	281519,08	831739,97	127772,97	130505,97

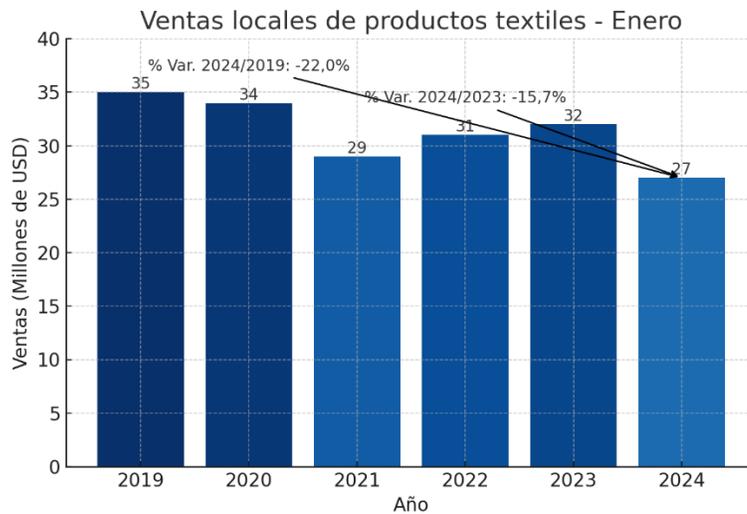
Nota. Empresas dentro de la industria textil en El Oro, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2023

Elaborado por los autores

En el 2024, la comercialización de productos textiles en Ecuador ha experimentado una disminución del 22% en comparación con los niveles alcanzados en 2019, evidenciando un rendimiento inferior al registrado antes de la pandemia de COVID-19. Esta tendencia negativa se ha mantenido de manera constante, como lo demuestra la caída del 15,7% en las ventas locales de enero de 2024 frente al mismo mes de 2023, lo que equivale a una reducción aproximada de USD 5 millones, esto demuestra que el mercado ecuatoriano aún se encuentra en una desventaja competitiva frente al ingreso de productos textiles internacionales (Alexa tejidos, 2024).

Gráfico 1

Ventas locales de productos textiles



Nota. La actividad económica dentro de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIU) a dos dígitos para Fabricación de Productos Textiles es C13, AITE, 2024 Elaborado por los autores

Las exportaciones de productos textiles y prendas de vestir del año 2019 al 2024 en el mes de enero se reflejó una disminución del 7,8% en valores de miles de dólares y en cuestión de volúmenes importados de 18,3%, esto a causa de la poca producción nacional, además de su lucha continua con productos extranjeros, puesto que Ecuador no ha podido recuperarse en su totalidad desde la pandemia por el COVID-19. En el caso de exportaciones de textiles y confecciones realizadas en el mes de enero de 2024 en relación a enero de 2023, representó un incremento de 33,4% en valor y 14,8% en volúmenes exportados (AITE, 2024).

A febrero de 2024, Colombia se posiciona como el principal destino de exportación de productos textiles y confecciones provenientes de Ecuador, tanto en términos de valor como de volumen. En cuanto al valor, expresado en USD FOB, Colombia representa el 22,3% del total de las exportaciones del sector, de manera similar, en términos de volumen, medido en toneladas métricas (TM), Colombia lidera como el principal receptor, con una participación equivalente al 24,3% del total exportado.

Este liderazgo reafirma la importancia estratégica del mercado colombiano para la industria textil ecuatoriana, reflejando una relación comercial sólida y sostenida que podría estar influenciada por factores como la proximidad geográfica y las condiciones favorables para el comercio bilateral.

En cuestión de importaciones de productos textiles y prendas de vestir, entre enero del año 2024 en relación al 2023, se redujeron en 13,7% en valor y 31,4% en volumen, sin embargo para febrero de estos mismos periodos se incrementaron las importaciones de prendas de vestir en un 9,9% en valor de miles de dólares FOB, y en total de importaciones se notó un crecimiento del 4.8%, puesto que en el año 2023 se importaron USD 58.078 y para el 2024 las importaciones aumentaron a USD 60.875 (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, s.f.).

También se menciona en un análisis comparativo de las exportaciones de diversos tipos de productos entre enero y febrero de los años 2023 y 2024, expresados en miles de dólares FOB. Se incluye la participación porcentual de cada categoría en el total de exportaciones de 2024, así como la variación absoluta y relativa en términos de valor exportado. En términos generales, las exportaciones experimentaron un crecimiento significativo del 23.1%, pasando de 12,837 mil dólares en 2023 a 15,806 mil dólares en 2024.

Este incremento estuvo impulsado principalmente por categorías como "Hilados", que mostraron un crecimiento del 165.3%, "Prenda de punto" con un aumento del 118.7%, y "Tejido plano", que incrementó sus exportaciones en un 44,3%. Estas cifras reflejan una mayor demanda internacional o un aumento en la producción y competitividad de estos segmentos. Por otro lado, algunas categorías experimentaron caídas en sus exportaciones. "Ropa hogar" presentó la mayor reducción con una disminución del 54.0%, seguido por "Resto de productos" (-24.8%) y "Alfombras, tapices" (-17.9%). Estas disminuciones pueden estar relacionadas con factores como menor demanda en los mercados de destino, cambios en las preferencias de los consumidores o disminuciones en la producción.

En cuanto a la participación en el total de exportaciones de 2024, los productos con mayor peso fueron "Otros usos (fibras de abacá)" con un 25.8% y "Prenda de punto" con un 25.1%, consolidándose como los principales rubros de exportación. Mientras tanto, productos como "Hilados" y "Tejido plano" lograron un crecimiento significativo, aunque con una participación menor en el total.

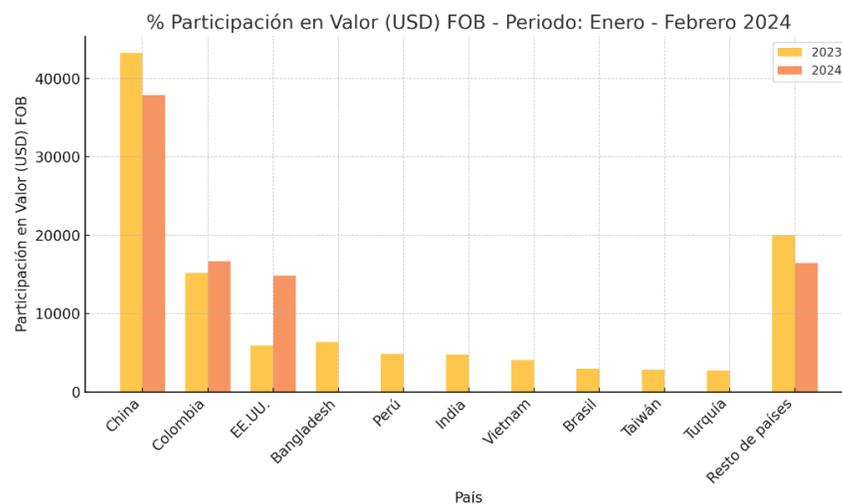
En sí los datos evidencian una tendencia positiva en el comercio exterior de ciertos productos textiles y derivados, con un crecimiento global sostenido. Sin embargo, también se

identifican sectores que requieren atención para revertir su tendencia negativa y fortalecer su competitividad en los mercados internacionales (p. 7).

En el caso de las importaciones el periodo comprendido entre enero y febrero de 2024, el 34,7% del valor total de las importaciones de textiles y confecciones en Ecuador provino de China, lo que representa una disminución del 12,3% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Este descenso refleja una posible contracción en la demanda de productos textiles de origen chino o un cambio en las dinámicas del comercio internacional.

Gráfico 2

Principales importadores de productos textiles y prendas de vestir



Nota. Principales mercados de origen de productos textiles que ingresan al Ecuador, Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), 2024

Elaborado por los autores

Las principales importaciones de productos en términos de miles de dólares FOB para el período de enero a febrero de 2023 y 2024. Se detalla la participación porcentual de cada categoría en el total de importaciones de 2024, así como la variación absoluta y relativa en términos de valor importado. En términos generales, el total de importaciones experimentó una disminución del 4,3%, pasando de 114.370 mil dólares en 2023 a 109.436 mil dólares en 2024. Este descenso refleja una menor demanda de ciertos productos en el mercado, lo que puede estar vinculado a factores económicos, cambios en la producción local o ajustes en las cadenas de suministro.

El producto con el mayor crecimiento en importaciones fue "Productos especiales (mascarillas, telas impregnadas, etc.)", con un aumento del 166.9%, lo que sugiere una mayor necesidad de estos insumos, posiblemente por nuevas regulaciones sanitarias o mayor demanda en la industria. Otro producto que registró un fuerte crecimiento fue "Ropa hogar", con un aumento del 50.8%. Por el contrario, varios productos experimentaron una reducción significativa en sus importaciones. "Tejido plano" presentó la caída mayor con un -28.3%, seguido por "Materia prima" (-32.5%), "Hilado" (-32.1%) y "Tela sin tejer" (-24.1%). Estas disminuciones pueden estar relacionadas con una mayor producción nacional o una reducción en la demanda de estos materiales. En cuanto a la participación dentro del total de importaciones de 2024, los productos con mayor peso fueron "Prenda, exc. de punto" (18.3%), "Tejido plano" (16.3%) y "Prenda de punto" (15.8%), consolidándose como los principales productos importados.

Sin embargo, la caída en la importación de algunos insumos clave podría indicar un cambio en la estructura productiva del país, con una posible sustitución de importaciones por producción local. Entonces, los datos reflejan una contracción en las importaciones generales, con un notable incremento en productos específicos como mascarillas y telas impregnadas, mientras que otros segmentos han disminuido considerablemente su demanda externa. Esto sugiere una posible reconfiguración en la industria textil y fabricante, con cambios en la producción y el consumo de insumos importados (AITE, 2024).

Según PUDELECO (2024), en las importaciones del 2024 de productos textiles presentaron un total CIF de \$12855,78 siendo el mes de noviembre con mayor pico, demostrando así un gran desbalance en comparación con las pocas exportaciones realizadas en el mismo año, ya que se registraron solo exportaciones notables en el mes de Mayo, julio y octubre de los productos clasificados dentro de la subpartida arancelaria '6207999000 la misma que tiene como descripción "Los demás/Camisetas interiores, calzoncillos (incluidos los largos y los slips), camisones, pijamas, albornoces de baño, batas de casa y artículos similares, para hombres o niños".

Tabla 2

Exportaciones de productos textiles con subpartida '6207999000

Año	Mes	Distrito	Régimen	Exportador	RUC	Provincia	Pais_de_Destino	Ciudad_de_Destino	Remitente/Proveedor
2024	5	QUITO	40	IBANEZ QUISILIMA JOSE JACINTO	'1001630290001	Imbabura	PA-PANAMA	TOCUMEN-CIUDAD DE PANAMA	IBANEZ QUISILIMA JOSE JACINTO
2024	5	QUITO	40	IBANEZ QUISILIMA JOSE JACINTO	'1001630290001	Imbabura	PA-PANAMA	TOCUMEN-CIUDAD DE PANAMA	IBANEZ QUISILIMA JOSE JACINTO
2024	7	QUITO	40	CAMPO ROMERO ROSA MATILDE	'1001837655001	Imbabura	PT-PORTUGAL	LISBON (LIS)-AIRPORT	ROSA MATILDE CAMPO ROMERO
2024	10	QUITO	40	PICUASI CASERES ADELA PILAR	'1002889002001	Imbabura	PA-PANAMA	TOCUMEN-CIUDAD DE PANAMA	PICUASI CASERES ADELA PILAR
2024	10	QUITO	40	PICUASI CASERES ADELA PILAR	'1002889002001	Imbabura	PA-PANAMA	TOCUMEN-CIUDAD DE PANAMA	PICUASI CASERES ADELA PILAR
2024	10	QUITO	40	CHAVEZ OTAVALO OSWALDO JAVIER	'1002948733001	Imbabura	PA-PANAMA	ARUBA-REINA BEATRIX AIRPORT	CHAVEZ OTAVALO OSWALDO JAVIER
2024	10	QUITO	40	CHAVEZ OTAVALO OSWALDO JAVIER	'1002948733001	Imbabura	AW-ARUBA	ARUBA-REINA BEATRIX AIRPORT	CHAVEZ OTAVALO OSWALDO JAVIER

Nota. Exportaciones de textiles del 2024

Elaborado por: Autores

Las importaciones al ser superiores que las exportaciones presenta un desequilibrio comercial que afecta directamente a la producción nacional, como se evidencia en el sector textil de El Oro, donde la entrada masiva de productos chinos más económicos está desplazando a los productores locales, resultando en cierres de empresas, pérdida de empleos y una creciente dependencia de productos extranjeros. Además, este fenómeno puede desencadenar problemas estructurales más amplios como la reducción del crecimiento económico, disminución de la inversión en sectores productivos locales, deterioro del empleo, etc.

Tabla 3

Principales importadores de productos textiles con subpartida '6207999000

Posición	Importador	Total CIF	Cantidad	Unidad Fisica
1	CASA Y MODA CASMODAS S.A.	7045,02	895	Unidades (Código 11)
2	GONZALEZ ABRIL NARCY MERCEDES	1592,32	126	Unidades (Código 11)
3	COMERCIAL ET ATEX C.A. - ET AFASHION	1423,65	240	Unidades (Código 11)
4	KENJOU S.A.	1100,06	402	Unidades (Código 11)
5	CAI MINGLEI	649,06	1080	Unidades (Código 11)
6	SORIA OJEDA FERNANDO MARCELO	238,18	20	Unidades (Código 11)
7	FIT 2 LIVE GYM CENTER	223,86	1	Unidades (Código 11)
8	IMPORTADORA ANCORP CIA LTDA	210,08	300	Unidades (Código 11)
9	ESPINOSA ESPINOSA KARLA SOFIA	176,83	17	Unidades (Código 11)
10	GUEVARA PEREZ JOEY ALEXANDER	59,54	61	Unidades (Código 11)
11	MONTVARG-MF S.A.	58,69	8	Unidades (Código 11)
12	CALIPRIX S.A.	54,16	22	Unidades (Código 11)
13	IMPORTALT IMPORTACIONES T ANYA LEON F CIA LTDA	13,76	1	Unidades (Código 11)
14	GUILLEN CEDENO GLENIA SORAYA	10,56	10	Unidades (Código 11)

Nota. Importaciones de textiles del 2024

Elaborado por: Autores

CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA

2.1 Tipo de estudio o investigación realizada.

El presente análisis de caso trata sobre "Efectos de las importaciones de textiles chinos en el desarrollo de la industria textil en El Oro en 2025" este fue encasillado en un enfoque metodológico que responde a diversas clasificaciones, dónde según su finalidad es aplicada. Según su objetivo gnoseológico, la investigación fue de tipo explicativa-transformadora, ya que no se limitaba únicamente a describir el fenómeno de las importaciones de textiles chinos, sino que busca comprender las causas que originan sus efectos en la industria textil provincial. A partir de este análisis, se generó conocimientos que contribuyeron a la formulación de estrategias competitivas como una propuesta para promover el desarrollo de esta industria, influyendo de manera positiva en su transformación.

En cuanto a su contexto, se trata de una investigación de campo, debido a que la recolección de datos se realizó directamente en el entorno donde se manifiestan los efectos del fenómeno estudiado, mediante la recaudación de datos a través de las encuestas realizadas a los directivos de las 17 empresas del sector textil en El Oro y otros actores relevantes obtenidas del estudio de documentos.

Desde la orientación temporal, la investigación es de carácter longitudinal, lo que significa que se analizaron los efectos de las importaciones de textiles chinos a lo largo del tiempo, específicamente durante el año 2025. Este enfoque permitirá identificar tendencias, cambios y continuidades en el desarrollo de la industria textil en El Oro, ofreciendo una perspectiva más amplia del fenómeno.

En cuanto a su nivel de generalidad, la investigación se basó en el estudio de situaciones específicas, ya que se buscaba comprender el estado actual del problema para la industria textil en el Oro, permitiendo así establecer relaciones y patrones a partir de la evidencia recolectada en el campo, para luego formular e identificar estrategias para la correcta toma de decisiones dentro de las empresas pertenecientes a este sector.

2.2 Paradigma o enfoque desde el cual se realizó.

El paradigma en esta investigación se estableció dentro de una posición pragmática usando la teoría de la complementariedad, ya que fundamentó la integración de métodos

cuantitativos y cualitativos para analizar el impacto de las importaciones textiles chinas en la provincia de El Oro, Ecuador. La investigación reconoce la complejidad de las interacciones entre los factores que influyen en la competitividad del sector textil provincial. Se integran datos estadísticos sobre importaciones y rendimiento económico con información cualitativa obtenida a través de encuestas de los actores involucrados en el sector y estudio de documentos, permitiendo así una visión más completa de las estrategias de adaptación y resistencia implementadas por los empresarios locales frente al ingreso masivo de productos textiles chinos en el mercado. Este enfoque de complementariedad posibilita la identificación de soluciones más efectivas y contextualizadas para fortalecer la competitividad del sector textil en la provincia de El Oro.

2.3 Población y muestra.

La unidad de análisis utilizada para esta investigación fueron las empresas pertenecientes a la industria textil de la provincia de El Oro, donde su población es de 21 empresas donde se incluyeron tanto a grandes empresas como a medianas y pequeñas que participen en este sector. La muestra, por su parte, es un subconjunto representativo de la población, seleccionado mediante técnicas de muestreo que permiten obtener resultados confiables y generalizables. En este caso, dado que el número total de empresas existentes en la industria textil de la provincia de El Oro es de 21, se optó por un **muestreo probabilístico, específicamente un muestreo aleatorio simple**, lo que garantiza que cada empresa tenga la misma probabilidad de ser seleccionada, asegurando así la objetividad y validez estadística del estudio. Su fórmula de aplicación es la siguiente:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{(e^2 \cdot (N - 1)) + (Z^2 \cdot p \cdot (1 - p))}$$

Donde:

N: tamaño de población

Z: nivel de confianza

n: tamaño de la muestra

P: Probabilidad de éxito, o de que el evento ocurra

q: Probabilidad de fracaso o de que el evento no ocurra.

e: error máximo admisible en términos de proporción

Para calcular el tamaño de la muestra es necesario conocer la información relacionada al tamaño de la población en este caso de la industria textil se identificó la existencia de 21 empresas dentro de la provincia de El Oro. También se debe considerar un nivel de confianza del 95% que mediante tablas equivale a un valor de 1,96. La probabilidad a favor y en contra es del 50%, además de la proporción de error máxima del 5%.

$$n = \frac{21 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.1)^2 \cdot (21 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5} = \frac{21 \cdot 3.8416 \cdot 0.25}{0.2 + 0.9604} = \frac{20.1684}{1.1604} \approx 17.4$$

Como resultado del cálculo de la muestra tenemos la aplicación del método empírico a 17 empresas si redondeamos el resultado, es decir, la encuesta se aplicó a 17 empresas de la industria textil de la provincia de el Oro.

2.4 Métodos teóricos con los materiales utilizados.

La metodología de la presente investigación se sustentó en la implementación de métodos teóricos con el objetivo de lograr un análisis integral del fenómeno estudiado. En este sentido se emplearon diversos métodos teóricos, los cuales permiten abordar el problema de investigación desde diferentes perspectivas, facilitando la comprensión de los efectos de las importaciones de textiles chinos en el desarrollo de la industria textil en la provincia de El Oro.

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron varios métodos entre ellos encontramos, el método teórico **histórico-lógico** el mismo que nos permitió comprender los procesos y transformaciones que ha experimentado la industria textil en la provincia de El Oro a lo largo del tiempo, particularmente en el contexto del incremento en las importaciones de textiles chinos. Este método permite identificar de manera secuencial los acontecimientos que han contribuido en el desarrollo de la industria, así como identificar los factores estructurales que han condicionado su evolución y situación actual.

En la aplicación del método histórico-lógico, la etapa histórica implica una reconstrucción cronológica del desarrollo de la industria textil provincial, desde sus orígenes hasta el presente. Este análisis contempla momentos claves como el auge de la producción artesanal, la industrialización parcial del sector, las políticas comerciales aplicadas en décadas anteriores y los primeros indicios del ingreso masivo de productos extranjeros. Esta revisión permite identificar patrones históricos de vulnerabilidad o fortaleza en la industria, así como las respuestas adoptadas por los actores locales ante la competencia externa. Por su parte, la etapa lógica profundiza en el análisis de las relaciones de causa y efecto derivadas de los hechos históricos previamente observados.

El **método inductivo-deductivo** ya que se menciona como “una forma de razonamiento que pasa del conocimiento de casos particulares a uno más general, reflejando lo común en los fenómenos individuales. Se basa en la repetición de hechos, encontrando rasgos comunes para llegar a conclusiones características” (Rodríguez & Pérez, 2019).

El método inductivo-deductivo fue fundamental para el desarrollo del estudio. En la fase inductiva, se empezó del estudio de los datos recolectados mediante encuestas y análisis de documentos relacionados con la actividad textil e importadora en El Oro. A partir de estos datos empíricos, se identificarán patrones, regularidades y tendencias sobre el efecto de las importaciones. Posteriormente, en la fase deductiva, dicha información fue sometida a verificación, contrastándolas con teorías existentes y analizando si los resultados obtenidos corresponden con los marcos conceptuales establecidos. Esta dinámica permitió establecer relaciones entre las variables involucradas en el fenómeno.

Al igual que la utilización del **método analítico-sintético**. Según Flores (2012) en su tesis menciona acerca de que “la validación de un método analítico es el proceso que establece, mediante estudios, que las características de desempeño del procedimiento cumplen los requisitos para las aplicaciones analíticas previstas, asegurándonos que es lineal, exacta y precisa bajo los rangos especificados”.

Esto contribuyo al proceso de descomposición y reconstrucción del objeto de estudio. En la fase analítica, se inició en el desglose del fenómeno en sus componentes básicos,

examinando por separado factores como el volumen de las importaciones, la competitividad de la industria local, el comportamiento del mercado y las políticas comerciales vigentes. Posteriormente, en la fase sintética, se integraron los resultados obtenidos en el análisis, estableciendo conexiones entre los diferentes factores obteniendo una visión global y coherente del impacto de las importaciones chinas en la industria textil local.

También utilizaremos el método **abstracción – concreción** el cual permitió analizar los efectos de las importaciones de textiles chinos en la provincia de El Oro partiendo de la realidad empírica como el cierre de talleres locales, la pérdida de empleo y el aumento de productos chinos en el mercado para luego abstraer teóricamente sus causas estructurales, como la competencia desigual entre economías en relación a los costos de producción, la falta de políticas de protección al sector productivo local, y la preferencia del consumidor por precios bajos. A partir de estas determinaciones, se reconstruyó una visión más clara del fenómeno, comprendiendo que dichas importaciones no solo afectan al comercio, sino que debilitan el tejido productivo de la provincia y generan mayor informalidad laboral.

Y por último utilizaremos el **método sistémico** ya que nos ofrece una perspectiva integradora y abarca diversas disciplinas, por ello, a través de este método, estudiamos los efectos de las importaciones de textiles chinos en la provincia de El Oro considerando la interdependencia entre distintos subsistemas: el económico, el político y el social. Este enfoque permite comprender cómo la gran entrada de textiles chinos desestabiliza el sistema comercial local, afectando el trabajo en la región, presionando a los pequeños negocios y cambiando los hábitos de compra de la población, además de generar reacciones por parte de las instituciones. En este sentido, el impacto no es un hecho aislado, sino el resultado de una transformación dentro de un sistema interconectado, donde un cambio en un área, como la apertura a las importaciones, repercute en todo el conjunto, haciendo necesario un enfoque de solución que contemple la totalidad del sistema provincial.

La combinación de estos métodos teóricos garantizo un enfoque riguroso y sistemático, permitiendo no solo describir y explicar el fenómeno, sino también generar conocimientos que puedan ser aplicados en la formulación de estrategias para fortalecer la industria textil en la región.

2.5 Métodos empíricos con los materiales utilizados.

En el presente proyecto, la encuesta se utilizó como método empírico para recopilar opiniones y percepciones clave de los actores involucrados en la industria textil de la provincia de El Oro, tales como empresarios. Su uso permitió obtener información directa sobre los efectos percibidos de las importaciones de textiles chinos en el desempeño económico y la competitividad del sector textil provincial durante el año 2025. Dado que los encuestados se encuentran dispersos en distintas localidades de la provincia, el cuestionario de la encuesta se envió mediante correo, ya que facilito la recolección de datos de forma eficiente y con mayor alcance geográfico (Feria et al., 2020)

El estudio de documentos es una herramienta fundamental para analizar el impacto de las importaciones de textiles chinos en la industria textil de El Oro. Este permite examinar informes de organismos oficiales, bases de datos económicas y estudios previos sobre el sector textil en Ecuador, facilitando una comprensión más profunda del fenómeno.

Se empleó el análisis de documentos como método empírico para obtener información cuantitativa y cualitativa sobre el volumen de importaciones textiles, las políticas comerciales vigentes y la competitividad del sector en la provincia de El Oro. Fuentes como el Banco Central del Ecuador (BCE) y la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE) han sido clave en la recopilación de datos sobre las fluctuaciones del mercado y los efectos de la competencia extranjera en los productores locales, este método se complementa otras técnicas de investigación, como encuestas al director de las empresas pertenecientes al sector textil de la provincia de el Oro.

2.6 Técnicas estadísticas o matemáticas para el procesamiento de los datos obtenidos.

En el presente estudio, se empleó el análisis estadístico como método para interpretar los datos recopilados sobre las importaciones de textiles chinos y su impacto en la industria textil

de El Oro. El análisis estadístico implica la recopilación e interpretación de datos para descubrir patrones y tendencias, y es un componente esencial de la analítica de datos.

Al aplicar técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales, se busca identificar tendencias en las importaciones, evaluar su correlación con variables económicas locales y determinar el grado de afectación en la producción y empleo del sector textil en la provincia. Este enfoque permite una comprensión más profunda de la problemática, facilitando la formulación de estrategias basadas en evidencia para mitigar los efectos negativos de las importaciones en la industria local.

Tal fue el caso que, mediante el análisis de series temporales de datos de importación y producción local, se identificaron patrones estacionales y tendencias a largo plazo que sirvieron para informar decisiones estratégicas. Asimismo, la aplicación de pruebas de hipótesis y modelos de regresión ayudó a establecer relaciones causales entre las variables estudiadas, proporcionando una base sólida para recomendaciones prácticas. En sí, el análisis estadístico en esta investigación no solo facilitó la organización y descripción de los datos, sino que también fue crucial para interpretar los hallazgos y proponer soluciones efectivas basadas en evidencia cuantitativa.

CAPITULO 3. RESULTADOS

3.1 Fundamentación teórica del aporte practico

Este capítulo se desarrolla mediante la elaboración de estrategias competitivas el cual tiene como objetivo fortalecer el sector textil de la Provincia de El Oro frente a las importaciones de textiles chinos, teniendo un enfoque estratégico en calidad y costos, el cual están adaptados a la realidad económica y social de las empresas del sector oreense.

Para la obtención de datos primarios de esta investigación, se procederá a analizar resultados obtenidos mediante la aplicación métodos empíricos, teniendo como objetivo la validez de la información analizada, la industria textil oreense si bien es cierto, presenta y atraviesa cada día nuevos competidores principalmente con China ya que se ha convertido en el principal proveedor de importaciones de estos textiles debido a los costos accesibles el cual lo hace que sea mucho más competitivo destacando por la capacidad de producción.

Cuando hablamos de estrategias competitivas nos referimos a estrategias efectivas que permitan desarrollar actividades económicas mucho más eficiente. En ámbito de alta competencia, el cual se enfrentan los productores locales ante el ingreso de textiles importados a bajo precio, es indispensable replantear los modelos de producción y comercialización de estos productos. La competitividad, conocida como la capacidad de generar productos con valor agregado, productos de calidad diferenciada y eficiencia operativa, se convierte en el eje central del desarrollo económico.

Las propuestas en el desarrollo de estrategias competitivas como Lean Manufacturing y compras colaborativas para optimizar costos, ayudara y aportara con respuestas positivas y competitivas para las empresas de textil de la provincia, permitiendo la reducción de tiempo, gastos, demoras y minimizar errores en la elaboración de estos textiles el cual no le permiten ser competitivos, teniendo como carencia pocas ventas o el cierre de empresas debida a la baja rentabilidad de ventas.

Para la elaboración de las estrategias competitivas Hernández y Vizán (2013), nos indica que el Lean Manufacturing aplicado a PYMEs textiles implementa una versión simplificada del modelo de Just Time, centrada en la reducción de desperdicios, optimización de flujos de trabajo y mejora continua. Basado en casos de empresas textiles en Perú, donde se logró mejorar la eficiencia sin grandes inversiones, esta estrategia implica en eliminar aquellas actividades que no generan valor ni para el proceso de la empresa ni para el cliente. Estas actividades, conocidas como desperdicios o despilfarros, incluyen acciones como la sobreproducción, los largos tiempos de espera o los defectos en los productos, la filosofía del lean manufacturing que se pretende aplicar en las empresas de textil de la Provincia de El Oro busca optimizar el sistema de producción, enfocándose en minimizar aquellas actividades que no aportan valor para la empresa. La utilización del lean manufacturing es una estrategia innovadora el cual busca optimizar y reducir los procesos de gestión de las empresas, esta estrategia tiene cuatro objetivos principales que son: eliminar desperdicios, reducir el tiempo, mejora de la calidad y reducir los costos totales. La idea principal del esto es la inversión el tiempo y esfuerzo teniendo como beneficio ser competitivos a las empresas orenses frente a las importaciones de textil chinos.

Como siguiente estrategia tenemos compras colaborativas para optimizar costos, esta ha sido una de las estrategias que han obtenido resultados positivos, nuestra provincia cuenta con microempresas y pequeñas empresas el cual cuentan con recursos limitados, la utilización de esta estrategia representaría una oportunidad clave para la reducción de costos y aumento de la competitividad frente a las importaciones de textiles provenientes de China.

Al implementarse esta estrategia de compras colaborativas, las empresas textiles orenses pueden acceder a economías de escala, teniendo así unas negociaciones de mejores precios por volumen, además contar con condiciones de pago más favorables y una reducción en los costos logísticos. Además, se fortalece el sentido de cooperación entre actores locales, promoviendo una red empresarial sólida que mejora el poder de negociación frente a proveedores nacionales e internacionales.

3.1.1 Análisis de la demanda y comportamiento de las empresas de El Oro

Mediante el análisis de la demanda de productos textiles en la provincia de El Oro se podrá identificar, aquellas carencias que limitan la competitividad de la industria textil local. Se ha identificado que en los últimos años se ha incrementado la oferta productos de textiles importados desde china, el cual esto ha generado un cambio radical en las preferencias de los consumidores, donde optan por productos de calidad a precios económicos y en tendencia. Hoy en día estos comportamientos han presentado la reducción de mercado de fabricantes orenses, obligándolos a diseñar y determinar estrategias de producción y comercialización para la venta de textiles.

Ante esta situación empresas locales han optado por reducir sus volúmenes de producción, otras empresas han optado por una segmentación de mercados más específicos, como ropa personalizada, mientras que otras empresas intentan en competir en precios, sacrificando productos en baja calidad o márgenes de rentabilidad.

Sin embargo, muchas empresas locales enfrentan limitaciones en cuanto a acceso a tecnología, maquinarias modernas, y economías de escala, lo cual esto hace que sus costos operativos se incrementen día a día. Estas desventajas se agravan ante un entorno donde los consumidores privilegian la relación precio-diseño, lo que vuelve más difícil posicionar el producto local sin un valor agregado significativo.

Pese a este panorama desafiante, el análisis de la demanda también revela oportunidades. Existe un segmento de consumidores que aún valora la producción nacional, los diseños exclusivos, la calidad artesanal y la identidad local de las prendas. Este nicho representa una oportunidad para las empresas textiles orenses que apuesten por la innovación, la diferenciación y la mejora de procesos productivos.

Es fundamental que las empresas locales analicen detalladamente las tendencias de consumo, donde adapten sus modelos de negocio a las nuevas exigencias del mercado y preferencias del consumidor, y se articulen en redes de colaboración que les permitan reducir costos, acceder a nuevos canales de comercialización y mejorar su capacidad de respuesta. Solo así

podrán enfrentar de manera estratégica la creciente presión de las importaciones de textiles chinos y fortalecer su posicionamiento en el mercado regional.

3.1.2 Interpretación de los resultados de la encuesta

Con la identificación de la población existente de empresas pertenecientes a la industria textil dentro de la provincia de el Oro, se tomó como muestra 17 empresas para la aplicación del instrumento de la encuesta, brindándonos resultados relevantes para la construcción de nuestra discusión sobre el diseño de estrategias competitivas en calidad y costos y como estas podrían impulsar la competencia a las empresas locales.

La encuesta aplicada permitió evidenciar un escenario de alta vulnerabilidad competitiva en las empresas frente a la creciente presencia de productos textiles importados de China, identificando que la mayoría de estas empresas son de reciente creación y cuentan con recursos limitados, lo que restringe su capacidad de adaptarse ante los desafíos del mercado globalizado. Estas empresas operan mayoritariamente en segmentos donde la competencia es intensa y donde los productos chinos, por su bajo costo y amplia disponibilidad, representan una amenaza directa. Esta realidad ha generado un efecto negativo en áreas clave como la comercialización, la estabilidad financiera y la capacidad productiva. Además, muchas han tenido que tomar medidas drásticas como la reducción de personal, lo que refleja la profundidad de las afectaciones.

Otro de los aspectos relevantes es la dificultad que enfrentan estas organizaciones para sostener la calidad de sus productos ante la presión de competir en precios, esta situación compromete la percepción del valor del producto nacional y evidencia la urgencia de implementar estrategias orientadas a mejorar la eficiencia sin renunciar a la calidad, sin embargo, el cambio en las preferencias del consumidor hacia alternativas más económicas agrava esta problemática.

Además, de acuerdo con los datos obtenidos permite evidenciar que las respuestas empresariales hasta ahora han sido limitadas, ya que principalmente suelen utilizar tácticas reactivas como rebajas de precios, que no abordan la raíz del problema. Esto hace evidente la necesidad de adoptar estrategias más estructuradas y sostenibles que permitan a estas empresas competir no solo en costo, sino también en calidad. En este sentido, enfoques como

la mejora continua de procesos, la innovación adaptada a los recursos disponibles y la cooperación entre empresas para optimizar costos, se presentan como herramientas fundamentales para fortalecer su posicionamiento en el mercado.

Pregunta 1:

Tabla 4

Pertenece a la industria textil

¿Su empresa forma parte del sector textil en la provincia de El Oro?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<i>Si</i>	17	100%
<i>No</i>	0	0%
TOTAL	17	100%

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)

Elaborado por las autoras

Al ser todas las empresas encuestadas pertenecientes al sector textil de El Oro, permite validar la confiabilidad de los resultados para el presente estudio. Este resultado refuerza la necesidad de diseñar estrategias competitivas dirigidas específicamente a este sector y su contexto local.

Pregunta 2:

Tabla 5

Años de operación de la empresa

¿Desde hace cuántos años está operando su empresa en el sector textil?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<i>Menos de 2 años</i>	7	41,2%
<i>Entre 2 y 5 años</i>	9	52,9%
<i>Más de 5 años</i>	1	5,9%
TOTAL	17	100%

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)

Elaborado por las autoras

El 94,1% de las empresas tiene menos de 5 años de operación, evidenciando que la mayoría son empresas jóvenes con poca experiencia acumulada en el mercado. Esto se podría interpretar como que las estrategias competitivas deben ser accesibles y adaptables, considerando la limitada trayectoria y madurez organizacional de estas empresas.

Pregunta 3:

Tabla 6

Tamaño de la empresa

¿Cuál es el tamaño de su empresa según número de empleados?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<i>Microempresa (1-9 empleados)</i>	12	70,6%
<i>Pequeña empresa (10-49 empleados)</i>	4	23,5%
<i>Mediana empresa (50-199 empleados)</i>	1	5,9%
<i>Grande empresa (más de 200 empleados)</i>	0	0%
TOTAL	17	100%

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)
Elaborado por las autoras

El 70,6% de las empresas son microempresas (1-9 empleados) y el 23,5% pequeñas empresas. Este resultado confirma que los recursos financieros y operativos son limitados. En consecuencia, las estrategias competitivas propuestas deben priorizar bajo costo y facilidad de implementación, como Lean Manufacturing y compras colaborativas.

Pregunta 4:

Tabla 7

Sector de operación de la empresa

¿En qué segmento de la industria textil opera principalmente su empresa?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<i>Producción de tejidos</i>	3	17,6%
<i>Confección de prendas de vestir</i>	9	52,9%
<i>Comercialización de productos textiles</i>	5	29,4%
TOTAL	17	100%

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)
Elaborado por las autoras

La mayoría (52,9%) se dedica a la confección de prendas de vestir, mientras que el 29,4% se dedica a la comercialización. Esto evidencia que la competencia con las importaciones chinas afecta principalmente a las empresas que transforman materias primas y comercializan productos terminados, por lo cual la elaboración de estrategias es fundamental para el desarrollo de la industria en la provincia.

Pregunta 5:

Tabla 8

Afectación de importaciones a la empresa

¿Considera usted que las importaciones de textiles chinos han afectado significativamente a su empresa?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<i>Si</i>	10	58,8%
<i>Parcialmente</i>	7	41,2%
<i>No</i>	0	0%
TOTAL	17	100%

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)
Elaborado por las autoras

El 58,8% afirma que han afectado significativamente y el 41,2% que les ha afectado parcialmente. Esto respalda la necesidad de diseñar estrategias de calidad y costos para mitigar este impacto y mantener la competitividad frente a las importaciones chinas.

Pregunta 6:

Tabla 9

Área más afectada en la empresa

¿Qué áreas de su empresa considera más afectadas por las importaciones chinas?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<i>Producción</i>	4	23,5%
<i>Comercialización</i>	15	88,2%
<i>Recursos humanos</i>	3	17,6%
<i>Finanzas</i>	8	47,1%
TOTAL		

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)
Elaborado por las autoras

La comercialización (88,2%) y las finanzas (47,1%) son las áreas más afectadas, lo que sugiere que las empresas tienen dificultades para vender sus productos a precios competitivos y sostener su rentabilidad. Esto justifica la implementación de estrategias que mejoren la calidad y reduzcan los costos para sostener márgenes de beneficio.

Pregunta 7:

Tabla 10

Disminución en la producción

*Ha disminuido su producción por la competencia con productos textiles chinos si es así
¿En qué medida en los últimos 3 años?*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<i>Nada</i>	1	5,9%
<i>Hasta un 10%</i>	8	47,1%
<i>Entre 10% y 30%</i>	3	17,6%
<i>Más de 30%</i>	5	29,4%
TOTAL	17	100%

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)
Elaborado por las autoras

El 47,1% reporta una disminución de hasta el 10% y el 29,4% reporta una disminución superior al 30%. Esta reducción en la producción resalta la necesidad de implementar estrategias Lean para optimizar procesos, reducir desperdicios y mantener la capacidad productiva de las empresas.

Pregunta 8:

Tabla 11

Cierres de empresas en la industria textil

¿Considera que las importaciones de textiles chinos han contribuido al cierre de empresas del sector textil en la provincia?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<i>Sí, de manera importante</i>	10	58,8%
<i>Sí, pero en menor medida</i>	7	41,2%
<i>No ha influido</i>	0	0%
TOTAL	17	100%

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)
Elaborado por las autoras

El 58,8% de las empresas considera que las importaciones han contribuido de manera importante al cierre de empresas. Esto subraya la urgencia de aplicar estrategias competitivas que permitan a las empresas locales sostener su operación y evitar cierres, protegiendo el empleo.

Pregunta 9:

Tabla 12

Reducción de personal

¿Ha tenido que reducir personal debido a la competencia generada por las importaciones chinas?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<i>Sí</i>	16	94,1%
<i>No</i>	1	5,9%
TOTAL	17	100%

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)
Elaborado por las autoras

El 94,1% de las empresas ha tenido que reducir personal. Este resultado refuerza la necesidad de implementar estrategias que permitan reducir costos sin sacrificar empleos, como la mejora de procesos Lean.

Pregunta 10:

Tabla 13

Medida de protección comercial

En su opinión, ¿qué medida sería más efectiva para proteger la industria textil local frente a las importaciones chinas?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<i>Reducción de costos en insumos textiles locales</i>	7	41,2%
<i>Apoyo estatal a la innovación y modernización del sector</i>	4	23,5%
<i>Fomento a la producción nacional mediante incentivos económicos</i>	3	17,6%

<i>Implementación de estrategias competitivas</i>	3	17,6%
TOTAL	17	100%

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)
Elaborado por las autoras

El 41,2% menciona la reducción de costos de insumos o materia prima para la confección, seguido por un 23,5% que prefiere el apoyo estatal a la innovación. Esto sugiere que, además de medidas gubernamentales, las empresas deben adoptar estrategias propias de innovación y eficiencia para ser competitivas.

Pregunta 11:

Ha implementado estrategias si es así ¿Qué estrategias ha implementado su empresa para enfrentar la competencia de los productos textiles chinos?

Respuestas
No
Ninguna
Estrategia de promoción
Si he implementado estas estrategias fueron centradas en los envíos y obtención de proveedores ecuatorianos ya que la materia prima es muy reducida y en poco lugar se puede conseguir producto 100% ecuatoriano.
Varías
No, pero pienso hacerlo
Tratar de bajar los costos de producción para que sea rentable la prenda para vender al precio venta al público, cotizando materia prima más barata
Promociones - descuentos
Bajar precios
He trato de disminuir costos para tener precios más accesibles
Ofertas de prendas, para igualar precios
Reducción de precios
Si he implementado estrategias en relación con la disminución de precios, pero no provoco un gran cambio ya que hay muchos clientes que prefieren productos chinos que son muchos más económicos, ya que su materia prima y mano de obra también lo es.
En la innovación de más productos
Reducción de costos de confección

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)
Elaborado por las autoras

La mayoría de las empresas menciona estrategias reactivas como reducción de precios y promociones. Esto muestra la ausencia de estrategias proactivas de calidad y eficiencia, evidenciando la necesidad de implementar Lean Manufacturing y estrategias de diferenciación basada en la calidad para competir de manera sostenible.

Pregunta 12:

Tabla 14

Calidad en productos

¿Ha enfrentado problemas para mantener la calidad de sus productos ante la competencia de precios bajos de los textiles chinos?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<i>Sí, frecuentemente</i>	12	70,6%
<i>Ocasionalmente</i>	5	29,4%
<i>No, mantenemos la calidad</i>	0	0%
TOTAL	17	100%

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)
Elaborado por las autoras

El 70,6% ha enfrentado problemas para mantener la calidad. Esto destaca la importancia de las estrategias de calidad como elemento diferenciador, ya que competir únicamente en precio reduce la rentabilidad y la sostenibilidad a largo plazo.

Pregunta 13:

Tabla 15

Cambios en el consumidor

¿Ha observado cambios en la preferencia de sus clientes hacia los productos textiles chinos en lugar de los nacionales?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<i>Sí, significativamente</i>	12	70,6%
<i>Sí, de manera moderada</i>	5	29,4%
<i>No ha habido cambios</i>	0	0%
TOTAL	17	100%

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)
Elaborado por las autoras

El 70,6% observa cambios significativos en la preferencia de los clientes hacia los productos chinos. Esto refuerza la necesidad de diseñar estrategias de diferenciación en calidad, innovación y servicio al cliente para recuperar la preferencia del mercado local.

Pregunta 14:**Tabla 16***Modificación de precios**¿Ha tenido que modificar sus precios para competir con las importaciones chinas?*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<i>Sí, he reducido precios</i>	10	78,8%
<i>Sí, he realizado promociones o descuentos</i>	7	41,2%
<i>No, los precios se han mantenido</i>	0	0%
TOTAL	17	100%

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)
Elaborado por las autoras

El 78,8% ha reducido precios y el 41,2% ha realizado promociones o descuentos. Esto confirma que las empresas han intentado competir en precio, pero con resultados limitados, por lo que es necesario diseñar estrategias que integren la reducción de costos (Lean) con el mantenimiento de la calidad para sostener márgenes adecuados.

Pregunta 15:**Tabla 17***Afectación de importaciones a la empresa**¿Ha recibido su empresa apoyo por parte de instituciones públicas o privadas para enfrentar la competencia externa?*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<i>Sí, apoyo económico</i>	5	29,4%
<i>Sí, capacitación o asesoría</i>	4	23,5%
<i>No ha recibido apoyo</i>	8	47,1%
TOTAL	17	100%

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)
Elaborado por las autoras

El 47,1% no ha recibido ningún apoyo, lo que evidencia la falta de respaldo institucional. Esto subraya la necesidad de articular esfuerzos entre el sector privado y el Estado para desarrollar capacidades y apoyar la implementación de estrategias competitivas.

Pregunta 16:

¿Cree usted que el gobierno ecuatoriano debería implementar regulaciones más estrictas sobre las importaciones textiles para proteger la industria nacional? Si o No ¿Por qué?

Respuestas
Si
Si, para intentar que la comercialización local se incremente
Si, porque no está permitiendo que se desarrolle la industria en la provincia de El Oro ya que existe mucha competencia, y es complicado para empresas que están iniciando.
Si, porque fomentase la competitividad dentro de la provincia e impulsaría el comercio
Sí, porque regulaciones más estrictas pueden proteger a los productores.
Si, porque nos afecta a la economía nacional, ya que la gente prefiere importar desde china y el mercado nacional no vende y por ende tiene bajas ventas y no genera ingresos.
Sí, para proteger la industria nacional, generar empleo y frenar el ingreso de textiles importados que afectan la producción local. Las medidas deben ser equilibradas para evitar desabastecimiento.
Si, protección de la industria local, las importaciones masivas y a bajo costo, especialmente de países con producción en masa y mano de obra barata, dificultan que los productores ecuatorianos puedan competir en precio, lo que pone en riesgo miles de empleos.
Si, porque el ingreso de productos chinos en la actualidad está siendo descontrolado y de cierta forma afecta a la industria local.
No
Si debiera para proteger la industria nacional

Nota: Encuesta elaborada a empresas pertenecientes a la industria textil de El Oro. (2025)

Elaborado por las autoras

La mayoría coincide en que sí (motivos: protección de la industria local, generación de empleo y fomento de la competitividad). Esto sugiere que, aunque la regulación es necesaria, también deben implementarse estrategias internas que fortalezcan a las empresas para enfrentar la competencia externa.

3.2 Aporte práctico

Frente a la creciente presión de las importaciones de textiles chinos, que se han destacado por su bajo costo y alta disponibilidad, la industria textil de la provincia de El Oro se ve obligada a implementar estrategias eficientes que le permitan mantenerse competitiva ante

esta situación. En este contexto, la aplicación conjunta de la metodología Lean Manufacturing y las compras colaborativas constituye un aporte práctico de alto impacto para optimizar los costos de producción y operación.

3.2.1 Implementación de Lean manufacturing

Para poder implementar la estrategia Lean Manufacturing en las empresas de la industria textil orense, primero se debe realizar un diagnóstico completo de los procesos internos dentro de las empresas, el cual esto permitirá identificar cuellos de botella, procesos innecesarios o tareas repetitivas y los puntos de ineficiencia que generan costos adicionales. Otro punto muy importante es analizar desde la adquisición de materias primas hasta el lugar de destino de entrega del producto final, con el objetivo de considerar la reducción de tiempos, consumo de recursos, movimientos y sobre todo calidad, este diagnóstico ayudara a tomar decisiones informadas y diseñar un plan de mejora donde permita optimizar los procesos y reducir desperdicios.

El sistema Lean cumple una función específica y se proyecta en la excelencia en operaciones, que abarca mayor calidad, menor coste, menor tiempo de entrega, mayor seguridad y una organización con trabajadores motivados.

Lean Manufacturing se sostiene sobre dos pilares principales:

Justo a Tiempo (JIT), garantiza que cada producto o componente se fabrique y se entregue en la cantidad necesaria, en el momento oportuno y sin exceso de inventario. Incluye herramientas como el Takt Time, el flujo pieza a pieza y el sistema Pull.

Esta técnica ayudaría a las empresas orenses a producir solo lo necesario, es decir, en cantidades mínimas de producción y cuando se necesite, esto ayudara a minimizar pérdidas en los productos no vendidos, permitiendo responder de manera más rápida a los cambios del mercado. Para ello, es importante establecer un sistema de planificación de la producción ajustado a la demanda real, seguido mantener una comunicación eficiente con proveedores locales, y garantizar que cada etapa del proceso esté alineada con los tiempos de entrega pactados con los clientes.

La estrategia Jikota presenta algunos beneficios a empresas, como lo es mejorar la calidad en los productos ofrecidos, optimizar costos y lo más importante tratar a sus trabajadores con

respeto dentro de la empresa. Esto se obtiene mediante la identificación de problemas existentes, el Jikota automatiza y da solución a los problemas, reduciendo los errores humanos (Nieto et al., 2024).

Jidoka, enfatiza la calidad en el origen, permitiendo identificar problemas en el momento en que ocurren, gracias a mecanismos como paradas automáticas, separación hombre-máquina y sistemas a prueba de errores (Poka-Yoke).

Estos pilares se apoyan en una base operativa compuesta por procesos estandarizados, producción nivelada (Heijunka) y un enfoque constante de mejora continua (Kaizen), lo que permite mantener la estabilidad del sistema y adaptarse de forma eficiente a la demanda.

El factor humano es central en la implementación del sistema Lean. El compromiso del personal, la formación, la comunicación efectiva y el liderazgo son condiciones esenciales para asegurar el éxito del modelo, ya que Lean no es solo una técnica, sino una cultura organizacional.

Lean Manufacturing cuenta con un conjunto de herramientas tácticas y operativas, que se clasifican según su función:

- **Herramientas de diagnóstico**, como **VSM (Value Stream Mapping)** que permite visualizar el flujo completo del proceso y detectar los puntos de desperdicio.
- **Herramientas operativas**, como **5S** que abarca los puntos principales de la organización, limpieza y disciplina en el lugar de trabajo. También **SMED**, permitiendo un mayor control en reducción de tiempos de preparación de máquinas, **TPM (Total Productive Maintenance)** es otra de las herramientas a utilizar, a cuál permitirá cumplir con el mantenimiento productivo total, para asegurar equipos en óptimas condiciones, y finalmente **KANBAN**, el cual es un sistema visual para gestionar inventarios y producción bajo demanda.
- **Herramientas de seguimiento**, relacionadas con la **Gestión visual** y **KPTs (Keep, Problem, Try)**, los mismos que son sistemas para el control visual y mejora continua a través de retroalimentación estructurada.

Tabla 18*Estructura del modelo de Lean Manufacturing*

LEAN MANUFACTURING					
Excelencia Operaciones					
Mayor calidad, menores costes, menos plazo entrega, mayor seguridad, motivación plena					
Justo a tiempo (JIT)				JIDOKA	
Pieza correcta, en la cantidad correcta, cuando se necesita				Calidad en la fuente, haciendo los problemas visibles	
Tiempo de ciclo de cliente (Takt Time)				Paradas automáticas	
Flujo continuo pieza a Sistema Pull				Separación hombre-máquina Poka-Yoke	
Procesos estables y estandarizados		Producción nivelada		Mejora continua (Kaizen)	
Factor Humano: Compromiso, dirección, formación, comunicación, motivación, liderazgo					
VSM	5S	SMED	TPM	KANBAN	Gestión Visual / KPT's
Herramienta diagnóstico	Herramienta operativa				Herramienta seguimiento

Fuente. Hernández y Vizán, (2013, p. 18).

Elaborado por las autoras

Para hacer frente a los desafíos que presenta la competencia de textiles importados, especialmente aquellos provenientes de China, se propone la adopción progresiva de herramientas del modelo Lean Manufacturing. Esta metodología, ampliamente aplicada en el sector industrial y adaptada con éxito en pequeñas empresas textiles de Latinoamérica, permite mejorar la eficiencia operativa, reducir desperdicios y elevar los estándares de calidad sin requerir grandes inversiones. A continuación, se detalla la propuesta estratégica

basada en cuatro herramientas clave de Lean Manufacturing, adaptadas al contexto de las micro y pequeñas empresas textiles de la provincia de El Oro.

Tabla 19

Propuesta estratégica para la implementación de la herramienta Lean Manufacturing

Herramienta Lean	Objetivo Estratégico	Acciones Propuestas	Resultados Esperados
5S (Clasificar, Ordenar, Limpiar, Estandarizar, Disciplinar)	Optimizar el entorno de trabajo para reducir tiempos muertos y errores	Clasificación de herramientas, orden en estaciones de trabajo, rutinas de limpieza	Mayor eficiencia operativa, reducción de desperdicios y mejor imagen del producto
Estandarización de Procesos	Asegurar homogeneidad en la producción para mejorar calidad y eficiencia	Documentar procesos, capacitar operarios, definir métodos estándar	Menos variabilidad, menor tasa de errores y mejor aprovechamiento de recursos
Producción Nivelada (Heijunka)	Adaptarse a la demanda sin generar sobreproducción ni acumulación	Planificación semanal de la producción con base en pedidos reales	Reducción de inventarios, mayor liquidez y eficiencia logística
Cultura de Mejora Continua (Kaizen)	Fomentar una actitud proactiva en el equipo para mejoras constantes	Implementar reuniones cortas para detección de fallos y propuestas de mejora	Incremento de productividad, motivación del personal y adaptabilidad al mercado

Elaborado por las autoras

La correcta implementación de estas herramientas permitirá a las empresas locales mejorar su competitividad al optimizar sus procesos internos, reducir costos de operación y garantizar la calidad del producto final, generando así una diferenciación clave frente a los productos textiles extranjeros de bajo costo.

Tabla 20*Datos Operativos Estimados: Lean Manufacturing*

Herramienta Lean Manufacturing	Tiempo de Implementación Inicial	Requiere Inversión	Recursos Necesarios	Personal Involucrado	Indicador de Mejora Esperado
5S (Clasificar, Ordenar, Limpiar, Estandarizar, Disciplinar)	2 a 3 semanas	Muy baja	Capacitación básica y tiempo del personal	Toda la planta / taller	Reducción del 20–30% en tiempos de búsqueda de herramientas e insumos
Estandarización de Procesos	1 mes	Moderada	Documentos de procesos y sesiones de entrenamiento	Jefes de área y operarios clave	Disminución del 15–25% en errores de producción
Producción Nivelada (Heijunka)	1 mes	Nula	Planificador de producción, hojas de registro	Gerencia y planificación	Reducción del 10–20% en sobreproducción y mejora en flujo continuo
Cultura de Mejora Continua (Kaizen)	Permanente	Nula	Cultura organizacional, reuniones breves	Todo el equipo, operarios y supervisores	5–10% de mejora mensual en eficiencia o reducción de desperdicio

Elaborado por las autoras

Eliminación de desperdicios

Uno de los pilares fundamentales del sistema Lean Manufacturing es la eliminación de los desperdicios, conocidos como “Muda” en japonés. Dentro de las empresas de la industria textil orense, estos desperdicios pueden manifestarse a través de la sobreproducción, demoras entre procesos, transportes innecesarios, acumulación excesiva de inventario, productos defectuosos o movimientos improductivos del personal, esto se implementaría mediante herramientas como la metodología 5S (clasificar, ordenar, limpiar, estandarizar y mantener), el cual permitiría optimizar los espacios de trabajo, reducir pérdidas en tela por errores en la confección o el almacenamiento, y mejorar los tiempos de respuesta frente a la demanda. La aplicación de esta será especialmente útil en talleres y fábricas que aún operan con procesos artesanales o poco estandarizados, ya que facilitaría una transformación gradual hacia sistemas más eficientes, permitiendo a los productores orenses ser más competitivos frente a los textiles importados, en especial los provenientes de China.

5S

Una de las herramientas esenciales dentro de la manufactura rápida y la principal base de todo aquel cambio que se desee mejorar e implementar dentro de la industria textil orense son las 5s ya que es una herramienta básica y muy fundamental, es considerada como un método de organización y de estructura técnica para deshacerse del desorden y el desperdicio, la limpieza y el orden y el tener un lugar dispuesto para cada cosa es clave para el éxito de cualquier emprendimiento, los nombres japoneses de cada una de las 5s y su significado son los siguientes:

Tabla 21

Significado de 5S

1	Seiri – Clasificar las cosas.
2	Seiton – Ordenar las cosas en orden particular.
3	Seiso – Sanear y limpiar diariamente
4	Seiketsu – Estandarizar
5	Shitsuke – Sustentabilidad o Diciplina

Fuente: (Hirano, 1996)

Elaborado por las autoras

Las 5S son conocidas como una herramienta de reconocimiento global, su procedencia y origen proviene de las industrias japonesas, destacada por el impacto positivo que genera tanto en las organizaciones como en los individuos que la implementan. Esta estrategia se enfoca en fomentar el aprendizaje continuo dentro de las empresas, aprovechando su simplicidad y rapidez para aplicar pequeños cambios y mejoras que permiten experimentar y adquirir conocimientos. Su principio fundamental establece que la calidad solo es posible cuando se mantiene un entorno organizado, limpio, ordenado y disciplinado.

El programa 5 Ss, está compuesta de lo siguiente:

- **SEIRI (Seleccionar).** Consiste en retirar los artículos que no se necesitan en el área de producción de tejidos y deshacerse de ellos para una mejora continua en la elaboración de prendas
- **SEITON (Organizar).** Ordena los artículos necesarios, como hilos, tela, bobinas de máquina, tijeras, etc, estableciendo lugares específicos, de modo que se puedan ubicar

y utilizar fácilmente para el trabajador, ahorrando tiempo de la búsqueda de estos materiales. También organizar prendas ya elaboradas utilizando primero en entrar primero en salir.

- **SEISO (Limpiar):** Eliminar la suciedad y mantener el área de trabajo limpio de tal manera que no haya polvo en los pisos, máquinas y equipos.
- **SEIKEITSU (Estandarizar):** Lograr que los procedimientos, prácticas y actividades logrados en las tres primeras etapas se elaboren conscientemente y de manera regular para asegurar un alto estándar de limpieza y organización, en el área de trabajo.
- **SHITSUKE (Disciplina y Hábito):** Entrenar al personal encargado para que las actividades de las 5Ss se logren convertir en un hábito, manteniendo correctamente los procesos generados por el compromiso de todo el personal.

La implementación de la metodología 5S en empresas textiles permite también resultados medibles en términos de eficiencia operativa, calidad del producto y satisfacción laboral. Diversos estudios en micro y pequeñas empresas del sector textil en América Latina han demostrado que su aplicación sistemática contribuye significativamente a la reducción de desperdicios, tiempos improductivos y errores. A continuación, se presentan algunos de los indicadores clave de mejora esperados, con base en experiencias y literatura especializada.

Tabla 22

Indicadores de mejora esperados con 5S (basado en estudios de caso textiles)

Indicador	Valor Estimado	Fuente Técnica
Reducción del tiempo de búsqueda de herramientas	25% a 40%	Orellana y Magallan (2023)
Disminución de defectos por contaminación y desorden	15% a 30%	Ortiz et al. (2022)
Aumento en la velocidad del ciclo productivo	10% a 20%	EOI-UPM Manual Lean, 2013
Mejora en el clima laboral y reducción de accidentes	+20% satisfacción	UTP-Estudio Lean Textil Ecuador, 2021

Elaborado por las autoras

Como se evidencia, la adopción de la metodología 5S no requiere una gran inversión económica, pero sí un compromiso sostenido del equipo de trabajo y liderazgo organizacional. Los beneficios que se derivan de su correcta aplicación repercuten

directamente en la competitividad de las empresas, mejorando su capacidad para enfrentar la presión de las importaciones textiles, aumentar la productividad y optimizar sus recursos en un entorno desafiante como el actual.

Control de inventarios

Al optimizar los niveles de inventarios, las empresas orenses reducirían los costos operativos relacionados con el almacenamiento, el deterioro de telas o tener excesos de herramientas como hilos, fibras o prendas ya realizadas que están en stop. Al aplicar esta herramienta permite ofrecer precios más competitivos sin tener que sacrificar la calidad. Además, con la práctica de un buen control de inventario ayuda a mejorar el tiempo de respuesta del cliente haciendo entregas mucho más rápidas y eficientes que las importaciones.

Recursos humanos mal-utilizados.

La mala práctica de no saber los conocimientos o habilidades adquiridos por parte del personal de trabajo en el proceso de producción, implicando pérdidas de oportunidades y de tiempo en el proceso, debido a las malas confecciones de prendas defectuosas ocasionando así reclamos por parte del consumidor y al mismo tiempo teniendo desventaja frente a la competencia de textiles provenientes de china.

3.2.2 Aplicación de Compras colaborativas entre empresas de la industria textil en El Oro

Identificar y asociarse entre empresas textiles locales

Uno de los primeros pasos hacia la implementación de una estrategia de compras colaborativas consiste en identificar a las empresas que se encuentren dentro del sector textil en la provincia de El Oro que enfrentan dificultades y desafíos similares ante la competencia de productos textiles chinos. Muchas de estas empresas, entre ellas las pequeñas y medianas son las más afectadas, debido a que no cuentan con el poder adquisitivo ni la capacidad logística necesaria para negociar con proveedores en mejores condiciones. Es así, que esta estrategia permite establecer alianzas estratégicas o formar agrupaciones empresariales, ya sea mediante asociaciones formales, cooperativas o consorcios temporales, al igual que permitirá consolidar la demanda de productos o servicios. Estas asociaciones deberán contar

con objetivos comunes y una visión clara y compartida del beneficio mutuo, con la finalidad de fortalecer su capacidad de negociación colectiva y reducir costos estructurales.

La implementación de una estrategia de compras colaborativas en la industria textil de la provincia de El Oro ayudará a los pequeños y medianos productores de textiles a unirse para adquirir materias primas e insumos a mayor escala. Al negociar colectivamente con proveedores nacionales o internacionales, las empresas textiles locales podrían obtener precios accesibles, condiciones de pago más flexibles y contar con mayor acceso a insumos de calidad, el cual hacer ser más competitivos frente a las importaciones de estos productos. Además, esta estrategia promueve la cooperación y el fortalecimiento de redes locales, reduce la dependencia de intermediarios y mejora la capacidad de respuesta ante cambios del mercado. En un entorno económico desafiante, como lo es la provincia de El Oro, donde predominan empresas familiares y talleres artesanales, las compras colaborativas también pueden facilitar la innovación conjunta, el intercambio de buenas prácticas y la estandarización de procesos, consolidando al sector como un bloque más fuerte y competitivo tanto en el mercado interno como externo.

Dado que uno de los principales retos identificados en el diagnóstico empresarial fue el elevado costo de los insumos, se plantea como segunda estrategia competitiva la implementación de esquemas de compras colaborativas. Esta práctica, fundamentada en experiencias exitosas en otros sectores, promueve la asociación estratégica entre empresas locales para adquirir insumos de manera conjunta, reduciendo costos unitarios y fortaleciendo su capacidad operativa. La siguiente tabla resume los elementos esenciales de esta propuesta.

Tabla 23*Propuesta para la implementación de compras colaborativas*

Estrategia de Compras Colaborativas	Objetivo Estratégico	Acciones Propuestas	Resultados Esperados
Identificación de Insumos Comunes	Reconocer materiales compartidos entre empresas para consolidar pedidos	Crear listado conjunto de insumos frecuentes (telas, hilos, etiquetas)	Visibilidad de oportunidades comunes y mejor planeación de compras
Negociación en Bloque	Acceder a mejores precios y condiciones de pago por volumen	Formar grupos de compra y contactar proveedores en conjunto	Reducción significativa de costos por unidad sin sacrificar calidad
Logística Compartida	Disminuir costos de transporte y almacenamiento	Contratar transporte compartido o bodegas comunes	Mejora de eficiencia logística y reducción de plazos de entrega
Plataformas Digitales de Coordinación	Facilitar comunicación, organización y transparencia en compras conjuntas	Desarrollar o usar plataformas para publicar necesidades y ofertas de compra	Mayor capacidad de gestión colaborativa y fortalecimiento del sector

Elaborado por las autoras

La adopción de estas prácticas colaborativas permitiría a las empresas textiles orenses mejorar su estructura de costos, optimizar su logística de aprovisionamiento y fomentar relaciones de cooperación sectorial, consolidando así un entorno más competitivo frente a la presión del mercado internacional.

Tabla 24

Datos Operativos Estimados: Compras Colaborativas

Proceso Estratégico	Tiempo para Implementación Inicial	Requiere Inversión	Recursos Necesarios	Número de Empresas Recomendado	Impacto Estimado
Identificación de Insumos Comunes	1 semana	Nula	Reuniones interempresariales	5 a 10 empresas	Optimización de inventario común hasta 15%
Negociación en Bloque	2-3 semanas	Nula o baja	Representante de compras, base de datos	3 a 10 empresas	Ahorro de 10% a 20% en insumos por volumen
Logística Compartida	3 semanas	Moderada	Contrato con transportista o almacenamiento	3 a 5 empresas cercanas geográficamente	Reducción del 15% en costos logísticos
Plataformas Digitales de Coordinación	1 semana	Muy baja	WhatsApp, Google Sheets o apps de logística	Flexible	Mejora en la planificación y transparencia

Elaborado por las autoras

Beneficios al aplicar la estrategia de compras colaborativas para la provincia de El Oro

- **Reducción de costos de materias primas:** Al realizar compras de forma colectiva en grandes volúmenes de telas, hilos, tintes y otros insumos textiles, se pueden negociar precios por volumen más competitivos. Esto compensa las desventajas frente a las importaciones textiles baratas (China).
- **Acceso a nuevos proveedores y mercados:** en esta metodología se pueden importar directamente materias primas de calidad, reduciendo la dependencia de intermediarios nacionales que suelen encarecer los productos o suelen dar a costos muchos más altos obteniendo, así como desventaja la venta de productos ya realizados a precios más grandes.

Optimizar costos de logística y almacenamiento: mediante el uso de esta estrategia las empresas textil oreñas se compartirían los costos logísticos como transporte, el bodegaje o almacenamiento de materias primas o productos ya realizados y al mismo tiempo en los sistemas de distribución. Uno de los principales retos que enfrentan las pequeñas y medianas empresas textiles en la provincia de El Oro es la ineficiencia logística asociada al transporte de insumos, almacenamiento de materias primas y distribución de productos terminados. Este problema suele generar sobrecostos, demoras, pérdida de materiales por mal manejo o vencimiento, y baja capacidad de respuesta ante la demanda.

CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada a las empresas textiles de la provincia de El Oro reflejan una situación empresarial crítica frente al impacto de las importaciones de textiles chinos. La mayoría de las organizaciones encuestadas presentan una estructura empresarial frágil, caracterizada por su reciente creación, reducido número de empleados y recursos limitados. Esto configura un escenario de alta vulnerabilidad ante una competencia internacional intensiva en escala, precio y variedad, lo cual pone en riesgo esta industria en la provincia.

Uno de los aspectos más relevantes evidenciados es que muchas empresas se han visto obligadas a reducir personal y disminuir su producción, lo que impacta no solo en la estabilidad financiera de las organizaciones, sino también en el tejido socioeconómico de la provincia. En este sentido, el diagnóstico cuantitativo coincide con los planteamientos teóricos del modelo Lean Manufacturing, que identifica el desperdicio en forma de sobreproducción, inventarios innecesarios y mano de obra desaprovechada como principales fuentes de ineficiencia operativa.

Esta situación coincide con hallazgos de investigaciones en contextos similares, donde se ha comprobado que la implementación de estrategias como Lean Manufacturing puede mejorar significativamente la eficiencia interna y la competitividad. Ortiz et al. (2022) reportan que la aplicación de herramientas Lean en empresas textiles peruanas permitió reducir los desperdicios, mejorar la calidad del producto y aumentar la productividad, aun en organizaciones con recursos limitados. Asimismo, Orellana y Magallan (2023) evidenciaron mejoras notables en los tiempos de entrega y reducción de fallos al aplicar metodologías como 5S y SMED en PYMES del sector textil. En complemento, otras investigaciones demuestran que la mejora del proceso de compras mediante prácticas estandarizadas y colaborativas puede contribuir directamente a la reducción de costos operativos (Campos et al., 2022), lo que resulta clave considerando que muchas de las empresas encuestadas identificaron los altos costos de insumos como una barrera crítica. En conjunto, estas evidencias confirman que la adopción de estrategias competitivas como Lean Manufacturing

y compras colaborativas no solo es viable, sino necesaria para fortalecer la industria textil local y mejorar su capacidad de respuesta frente al contexto globalizado.

Frente a esta realidad, las estrategias actualmente utilizadas por las empresas se centran en la reducción de precios o en la aplicación de promociones, medidas que, si bien pueden generar impactos temporales, no aportan soluciones sostenibles ni fortalecen la competitividad a largo plazo. Este comportamiento reactivo refuerza la necesidad de introducir estrategias estructuradas que no solo ataquen los síntomas del problema, sino que transformen de fondo los procesos y modelos de gestión empresarial.

Es aquí donde la aplicación de estrategias competitivas como Lean Manufacturing, y Compras Colaborativas adquiere total pertinencia. El modelo Lean, como ha sido desarrollado en la fundamentación teórica, (Carrillo et al., 2019; Torres, 2024) “Con la aplicación de las herramientas 5S y TPM se logra una mejora directa en la calidad tanto del producto que se ofrece como en el proceso productivo, disminuyendo los defectos de un 12 % a un 4,38 %”, esta permite a las empresas reorganizar sus procesos internos para eliminar desperdicios, mejorar la eficiencia y reducir costos sin sacrificar la calidad. En paralelo, las compras colaborativas ofrecen una solución concreta a uno de los problemas recurrentes identificados: el elevado costo de los insumos, la unión entre empresas para adquirir materia prima a mejor precio permite no solo abaratar costos, sino también fomentar la cooperación en una industria caracterizada por la competencia desleal.

Mediante estos resultados también podemos evidenciar la falta de apoyo institucional, lo que implica que muchas de las acciones necesarias para mejorar la competitividad deben partir de las propias empresas y sus redes locales. Considerando, las estrategias propuestas no solo son viables, sino que tienen como objetivo y resultan necesarias para crear un modelo de desarrollo que fortalezca la industria textil local frente a las presiones del comercio.

En pocas palabras, las empresas textiles de la provincia de El Oro necesitan adoptar una visión estratégica enfocada en mejorar su eficiencia operativa y elevar su estándar de calidad, no como un fin en sí mismo, sino como una respuesta urgente a los desafíos que impone el entorno comercial actual. La implementación de estrategias competitivas bien fundamentadas, incluso con recursos limitados, representa una alternativa real y aplicable

para sostener el empleo, ser competitivo y ayuda a dinamizar la economía local y preservar y mantener las empresas existentes del sector en el desarrollo productivo de la provincia.

En el análisis de los efectos de las importaciones de textiles chinos en el desarrollo de la industria textil en la provincia de El Oro, los expertos brindaron una evaluación globalmente positiva del trabajo, con calificaciones entre 8 y 9 puntos, lo que refleja un alto grado de acuerdo con los resultados obtenidos y las estrategias propuestas. En general, las estrategias competitivas, como el lean manufacturing y las compras colaborativas, fueron bien recibidas, con la mayoría de los evaluadores destacando su capacidad para contribuir al fortalecimiento de la competitividad del sector textil local. Estas estrategias fueron calificadas de manera favorable, ya que se considera que favorecen el logro de los objetivos planteados, especialmente en la mejora de la eficiencia operativa y la reducción de costos, elementos clave para contrarrestar los efectos negativos de las importaciones textiles desde China.

Sin embargo, un aspecto que se destacó como área de mejora fue la claridad y precisión de los indicadores utilizados para medir el cumplimiento de los objetivos de las estrategias. Un experto sugirió que se deberían definir de manera más explícita los indicadores específicos que podrían evaluar el impacto directo de las estrategias implementadas, como los niveles de productividad y los ahorros en costos operacionales en las empresas textiles. Este comentario resalta la importancia de establecer métricas más cuantificables y precisas para facilitar una evaluación más objetiva y rigurosa del impacto de las estrategias en la industria.

A pesar de estas recomendaciones, la mayoría de los expertos coincidió en que las estrategias propuestas son apropiadas y necesarias para el desarrollo sostenido de la industria textil en la región. Las iniciativas de lean manufacturing y las compras colaborativas se consideran especialmente relevantes para mejorar la competitividad frente a las importaciones extranjeras, un factor clave para las empresas locales que enfrentan dificultades en el mercado. Sin embargo, algunos sugirieron que sería beneficioso incorporar un enfoque más integrado que considere aspectos sociales y ambientales en la implementación de estas estrategias, con el objetivo de garantizar un desarrollo más equilibrado y sostenible.

En general, la evaluación de los expertos sugiere que, si bien las estrategias propuestas son viables y tienen el potencial de mejorar la competitividad de la industria textil de El Oro, es necesario afinar algunos aspectos metodológicos, especialmente en lo que respecta a la

medición de resultados. La implementación de indicadores más específicos y la integración de consideraciones sociales y ambientales podrían fortalecer aún más el impacto de estas estrategias a largo plazo.

CONCLUSIONES

- Actualmente las estrategias aplicadas por las empresas textiles orenses, como rebajas de precios o promociones, resultan insuficientes y temporales, debido a que no abordan los principales problemas estructurales ni mejoran la productividad. Para ello se requiere un cambio hacia estrategias integrales y sostenibles que aporten y transformen la gestión interna y aumenten así la capacidad de respuesta ante el mercado internacional.
- Las estrategias diseñadas y enfocadas en la calidad y los costos son una respuesta factible ante el desafío que plantean las importaciones masivas de textiles chinos para la industria textil de la provincia de El Oro. A través del análisis de los factores internos de producción, la optimización de los procesos y la implementación de estándares de calidad, las empresas textiles locales pueden diferenciar sus productos y posicionarse de forma más sólida en el mercado nacional e internacional.
- Una adecuada gestión de costos permite mejorar la rentabilidad y ofrecer precios más competitivos sin sacrificar la calidad, lo cual es fundamental para contrarrestar la presión de precios bajos impuesta por los textiles importados. En este sentido, las estrategias diseñadas no solo permiten mitigar los efectos negativos de la competencia extranjera, sino también impulsar un desarrollo sostenible del sector textil en El Oro durante el año 2025, fomentando el empleo, la innovación y el fortalecimiento del tejido productivo local.
- El desarrollo y la implementación del modelo Lean Manufacturing se identifica como una estrategia clave para aumentar la competitividad, ya que permite a las empresas eliminar desperdicios, optimizar procesos, reducir tiempos de producción y mejorar

la calidad, aun en contextos de limitación de recursos. De tal forma que cuenta con la capacidad para la transformación de la industria textil orense.

RECOMENDACIONES

- Las empresas deben adaptarse a las nuevas tendencias de consumo, formar redes de colaboración para reducir costos y acceder a nuevos canales de comercialización con la mejora de procesos de producción, es decir, realizar un análisis profundo de los principales problemas que afectan al producto y no le permita ser competitivo.
- Es necesario realizar pequeñas evaluaciones al consumidor acerca de los gustos, preferencias, tendencias y modas para poder adaptarse a sus necesidades y demandas ante el mercado local ganando la confianza del cliente y estar en constante innovación.
- Las empresas textiles deben invertir en la capacitación continua de su personal en áreas clave como control de calidad, gestión eficiente de recursos y tendencias del mercado, para asegurar que los procesos productivos sean más eficientes, de mayor calidad y puedan competir de manera efectiva en el mercado local e internacional.
- Es fundamental que las empresas locales adapten sus productos a las preferencias de los consumidores mediante la innovación continua en diseño y calidad, enfocándose en ofrecer productos con valor agregado que resalten la identidad local, y el diseño exclusivo, para ganar la preferencia del cliente frente a las alternativas importadas.
- Explorar y fomentar la diversificación de productos textiles, no solo centrarse en la producción de prendas de vestir, sino también en productos complementarios o nichos de mercado como la moda sostenible, ropa deportiva o prendas ecológicas. Esto permitirá a las empresas locales captar nuevas oportunidades de mercado y diferenciarse de la competencia, aprovechando las tendencias globales de consumo responsable y ecológico.

REFERENCIAS

- Asociación de Industrias Textiles del Ecuador. (s.f.). Recuperado Diciembre de 2024, de <https://www.aite.com.ec/industria.html>
- PUDELECO - *Generando conocimiento de comercio exterior en Ecuador desde 1979*. (2024). Pudeleco.com. <https://www.pudeleco.com/>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2024). Gob.ec. <https://appscvsgen.supercias.gob.ec/consultaCompanias/societario/busquedaCompanias.jsf>
- Alexa tejidos. (2024). *alexatejidos*. <https://alexatejidos.com.ec/industria-textil-en-ecuador-cifras-2024/>
- Asociación de bancos del Ecuador. (2022). *asobanca*. <https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2022/12/19.-Guia-Industria-Textil.pdf>
- Becerra, F., Andrade, A., & Diaz, L. (2019). Sistema de gestión de la calidad para el proceso de investigación: universidad de Otavalo, Ecuador. *Actualidades Investigativas en Educación*, XIX(1), 571-604. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15517/aie.v19i1.35235>.
- Camacho, V., Gavilanes, M., Moncayo, Y., & Vallejo, D. (2023). Toma de decisiones en la gestión estratégica empresarial: información, TICS y marketing digital. *Bibliotecas. Anales de Investigación*, XIX(3), 1-10. <https://doi.org/1683-8947>
- Corporación Financiera Nacional B.P. (Septiembre de 2022). *cfn*. <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2022/fichas-sectoriales-3-trimestre/Ficha-Sectorial-Prendas-de-Vestir.pdf>
- Corporación Financiera Nacional B.P. (Septiembre de 2023). *cfn*. <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2023/fichas-sectoriales-3-trimestre/Ficha-Sectorial-Prendas-de-vestir.pdf>
- Cuzco, R., Vera, Y., & Romero, O. (2021). Elementos Influyentes del Mercado. El Caso de la Asociación de Producción Textil Telar de El Oro, Asoprotexeo. *Economía y Negocios*, XII(1), 118-132. <https://doi.org/https://doi.org/10.29019.eyn.v12i1.911>

- Diaz, G., & Salazar, D. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*(39), 19-36. <https://doi.org/2588-0969>
- Feria, H., Matilla, M., & Mantecon, S. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, XI(3), 62-79. <https://doi.org/2224-2643>
- Gambaro, E., Ligia, N., & Garcia, L. (2021). Empresas B: Una gestión estratégica apoyada en el conocimiento. *erevistas*(42). <https://doi.org/https://doi.org/10.53766/ACCON/2021.42.05>
- González, F. (2021). El marketing 5.0 y su efecto en la estrategia empresarial del sector industrial en España. *Revista de marketing Aplicado*, XXV(1), 1-20. <https://doi.org/https://doi.org/10.17979/redma.2021.25.1.7848>
- Llanos, M., & Salazar, A. (2023). Efectos post pandemia en el desempeño del sector industrial textil ecuatoriano de ropa liviana: periodo 2020-2021. *ECA Sinergia*, XIV(3), 129-141. <https://doi.org/https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v14i3.5665>
- Luna, K., Rivas, D., & Chillogalli, M. (2021). La competitividad como factor de gestión en el sector industrial textil de la ciudad de Cuenca- Ecuador. *Polo del conocimiento*, VI(7), 1062-1082. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i7.2907>
- Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. (2019). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (82), 179 - 200. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Flores Miranda, P. (2012, Noviembre). “DESARROLLO Y VALIDACIÓN DE UN METODO ANALITICO PARA LA CUANTIFICACION DE ACETAMINOSALOL POR CROMATOLOGRAFIA LIQUIDA DE ALTA RESOLUCIÓN”. <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/22920/TM-1840.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Abikar, A. H., & Muathe, S. M. (2024). Understanding Organizational Capabilities as an Antecedent of Performance of Gigantic Property Management Company Limited in Kenya. *SciEP*, XII(1), 13-22. 10.12691/jbms-12-1-2

- Enyinna, E. K., Uhegbu, M., & Iheoma, C. (2024). Product Innovation and Growth of Selected Brewing Firms in South-East, Nigeria. *Academy of Marketing Studies Journal*, II(28), 65-78. 1528-2678-28-2-135
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2003). Fundamentos de marketing, sexta edición. México: Pearson Prentice Hall.
- Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA RESEARCH JOURNAL*, VI(1). doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- Jaramillo, S., & Tonon, L. (2023). Ventajas y desventajas de la firma de tratados de libre comercio. *Estudios de la Gestión*(14), 155 - 177. doi:<https://doi.org/10.32719/25506641.2023.14.7>
- Meléndez, M., & Tenorio, S. (2024). *Impacto del acuerdo comercial con China en el sector textil*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Guayaquil: Repositorio. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/23432/1/UCSG-C490-22963.pdf>
- Organización Mundial del Comercio. (2024). *OMC*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/cusval_s/cusval_info_s.htm
- Vinelli, L., & Carranco, S. (2024). La negociación de tratados de libre comercio entre Ecuador y Panamá con la República Popular China. *Revista RELACIONES INTERNACIONALES* (97.1), 141-164. doi:<https://doi.org/10.15359/97-1.7>
- Dolan, R. J. (1995). *Cómo establecer precios para obtener utilidades*. Bogotá: McGraw-Hill.
- ASOBANCA. (2022). *GUÍA DE INDUSTRIA TEXTIL*. Org.ec. <https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2022/12/19.-Guia-Industria-Textil.pdf>
- Mejía, S. (2024). Impacto de la importación de productos textiles desde china en la PYMES nacionales [Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2569/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-109.pdf#:~:text=La%20industria%20textil%20de%20China%20posee%20destacadas,tela%20a%20vestidos%20y%20diversos%20productos%20confeccionados>.

- Hernández, J., & Vizán, A. (2013). Lean manufacturing: concepto, técnicas e implantación.
- Ortiz, J., Salas, J., Huayanay, L., Manrique, R., & Sobrado, E. (2022). Modelo de gestión para la aplicación de herramientas Lean Manufacturing para la mejora de la productividad en una empresa de confección de ropa antifiama de Lima - Perú. *Industrial data*, XXV (1), 103–135. <https://doi.org/10.15381/idata.v25i1.21501>
- Orellana, Y., & Magallan, I. (2023). *Propuesta de mejora del proceso productivo para incrementar la eficiencia utilizando lean manufacturing en el sector textil de Lima Metropolitana*. Edu.pe. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/671360/Orellana_CY.pdf?sequence=1
- Campos, A., del Aguila, S., & Mesones, J. (2022). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN MARKETPLACE DE COMPRAS COLABORATIVAS, LIMA, 2019* [Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/908f333f-13cc-41d5-8224-a2f3cbbd20de/content>
- Carrillo, M., Alvis, C., Mendoza, Y., & Cohen, H. (2019). Lean manufacturing: 5 s y TPM, herramientas de mejora de la calidad. Caso empresa metalmecánica en Cartagena, Colombia. *Signos*, XI(1), 71–86. <https://doi.org/10.15332/s2145-1389.2019.0001.04>
- Wilches, A., Castro, L. y Torres, C. (2020). Estructura de las juntasdirectivas y divulgación de la responsabilidad social corporativa: El caso de las empresas más reputadas en Colombia. Cuadernos de administración, 33.https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuadernos_admon/article/view/23575/25094
- Torres, R. (2024). Casos de éxito de Lean Manufacturing en PYMES: Una revisión de la literatura. *Journal of Scientific and Technological Research Industrial*, V(1), 44–52. <https://doi.org/10.47422/jstri.v5i1.48>
- Carvalho, J. (2025). ESTRATEGIAS PARA LA INNOVACIÓN EN MODELOS DE NEGOCIO MEDIANTE COCREACIÓN EXTERNA. *Ciencias Administrativas*, 26. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511680467007>

- Gómez, L., Vélez, O., Grajales, N., & Barrientos, O. (2024). Estrategias de mercadeo en pequeñas y medianas empresas de familia para ser competitivas en Colombia. *Tendencias*, 25(1), 244–268. <https://doi.org/10.22267/rtend.242501.248>
- Mao, Z. (eddie), Jones, M. F., Li, M., Wei, W., & Lyu, J. (2020). Sleeping in a stranger's home: A trust formation model for Airbnb. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42, 67–76. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.11.012>
- Mejía, O., Mendoza, C., & Mejía, Y. (2021). Consumo colaborativo: la confianza, un factor crítico en la intención de compra. *Suma de Negocios*, 12(27), 149–160. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2021.v12.n27.a6>
- Pinos, L., Cevallos, E., Abril, X., & Pauta, J. (2024). Determinantes de exportación del sector manufacturero ecuatoriano 2018-2021. Un análisis a nivel empresa Economía y Negocios. *Economía y Negocios*, XVI(1), 57–75. <https://doi.org/10.29019/eyn.v16i1.1408>
- Tapia, F. (2024). Juego para mostrar los efectos de implementar Work-Standard & 5S en ensamble simulado. *Ciencias administrativas*, 25, 2–14. <https://doi.org/10.24215/23143738e152>
- Nieto, C., Montilla, D., & Arce, A. (2024). Lean Manufacturing: una estrategia para la producción sostenible del agua. *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, XXXIV (1), 123-142. <https://doi.org/https://doi.org/10.18359/rcin.7271>
- Ortiz, J., Salas, J., Huayanay, L., Manrique, R., & Sobrado, E. (2022). Modelo de gestión para la aplicación de herramientas Lean Manufacturing para la mejora de la productividad en una empresa de confección de ropa antífama de Lima - Perú. *Industrial Data*, XXV (1), 103-135. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.15381/idata.v25i1.2150>
- Pérez, M., & Hernández, M. (2024). La administración de costos y la atención al cliente en el desempeño empresarial: un caso de la industria de la confección. *Revista Academia & Negocios*, XX(1), 145-162. <https://doi.org/0719-6245>
- Vargas, E., & Camero, J. (2021). Aplicación del Lean Manufacturing (5s y Kaizen) para el incremento de la productividad en el área de producción de adhesivos acuosos de una

empresa manufacturera. *Industrial Data*, XXIV (2), 249-260. [https://doi.org/DOI:
https://doi.org/10.15381/idata.v24i2.19485](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.15381/idata.v24i2.19485)

ANEXOS

Cuestionario de preguntas de la encuesta.



Cuestionario para las empresas pertenecientes a la industria textil en El Oro

Esta encuesta forma parte del estudio titulado *"Efectos de las importaciones de textiles chinos en el desarrollo de la industria textil en El Oro en el 2024"*. Su propósito es recopilar información relevante sobre la situación actual de las empresas textiles de la provincia, identificando los principales efectos que ha tenido el aumento de las importaciones provenientes de China en aspectos como la producción, la competitividad y la participación de estas en el sector.

* Indica que la pregunta es obligatoria

¿Su empresa forma parte del sector textil en la provincia de El Oro?

Si

No

¿Desde hace cuántos años está operando su empresa en el sector textil?

- Menos de 2 años
- Entre 2 y 5 años
- Mas de 5 años

¿Cuál es el tamaño de su empresa según número de empleados?

- Microempresa (1-9 empleados)
- Pequeña empresa (10-49 empleados)
- Mediana empresa (50-199 empleados)
- Grande empresa (más de 200 empleados)

¿En qué segmento de la industria textil opera principalmente su empresa?

- Producción de tejidos
- Confección de prendas de vestir
- Comercialización de productos textiles
- Otro: _____

¿Considera usted que las importaciones de textiles chinos han afectado significativamente a su empresa?

- Si
- Parcialmente
- No

¿Qué áreas de su empresa considera más afectadas por las importaciones chinas?

- Producción
- Comercialización
- Recursos humanos
- Finanzas
- Otro: _____

Ha disminuido su producción por la competencia con productos textiles chinos si es así ¿En qué medida en los últimos 3 años?

- Nada
- Hasta un 10%
- Entre 10% y 30%
- Más del 30%

¿Considera que las importaciones de textiles chinos han contribuido al cierre de empresas del sector textil en la provincia?

- Sí, de manera importante
- Sí, pero en menor medida
- No ha influido

¿Ha tenido que reducir personal debido a la competencia generada por las importaciones chinas?

- Si
- No

En su opinión, ¿qué medida sería más efectiva para proteger la industria textil local frente a las importaciones chinas?

- Reducción de costos en insumos textiles locales
- Apoyo estatal a la innovación y modernización del sector
- Fomento a la producción nacional mediante incentivos económicos
- Implementación de estrategias competitivas
- Otro: _____

Ha implementado estrategias si es así ¿Qué estrategias ha implementado su empresa para enfrentar la competencia de los productos textiles chinos? *

Tu respuesta

¿Ha enfrentado problemas para mantener la calidad de sus productos ante la competencia de precios bajos de los textiles chinos?

- Sí, frecuentemente
- Ocasionalmente
- No, mantenemos la calidad

¿Ha observado cambios en la preferencia de sus clientes hacia los productos textiles chinos en lugar de los nacionales?

- Sí, significativamente
- Sí, de manera moderada
- No ha habido cambios

¿Ha tenido que modificar sus precios para competir con las importaciones chinas?

- Sí, he reducido precios
- Sí, he realizado promociones o descuentos
- No, los precios se han mantenido

¿Ha recibido su empresa apoyo por parte de instituciones públicas o privadas para enfrentar la competencia externa?

- Sí, apoyo económico
- Sí, capacitación o asesoría
- No ha recibido apoyo

¿Cree usted que el gobierno ecuatoriano debería implementar regulaciones más estrictas sobre las importaciones textiles para proteger la industria nacional? Si o No ¿Porque?

Tu respuesta

Enviar

Borrar formulario

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. - [Propietario del formulario de contacto](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

¿Parece sospechoso este formulario? [Informe](#)

Google Formularios

GUÍA o ENCUESTA

ASPECTOS A TENER EN CUENTA POR LOS EXPERTOS PARA REALIZAR LA EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA DIDÁCTICA.

Compañero(a):

Usted ha sido seleccionado, por su calificación científico-técnica, sus años de experiencia y los resultados alcanzados en su labor profesional, como experto para evaluar los resultados teóricos de esta investigación, por lo que el autor le pide que ofrezca sus ideas y criterios sobre las bondades, deficiencias e insuficiencias que presenta el estudio "Efectos de importaciones de textiles chinos en el desarrollo de la industria textil en 2025", a partir de valorar los aspectos que se relacionan a continuación ordenándolos de manera decreciente, asignando el número 9 al aspecto (o los aspectos) que usted considere que mejor se revelan o se manifiestan, el número 8 al siguiente y así sucesivamente hasta el número 1.

- 1.- Valorar si la concepción teórica y práctica de las Estrategias competitivas en calidad y costos refleja los principios teóricos que la sustentan.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto:

(I)	(II)	(III)	(IV)
BIEN CONCEBIDO	HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

Siempre que usted marque una de las columnas (I), (II) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

2. - Valorar si la concepción estructural y metodológica de las estrategias competitivas en calidad y costos favorecen el logro del objetivo por el cual se

elaboró.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto:

(I)	(II)	(III)	(IV)
BIEN CONCEBIDO	HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

Siempre que usted marque una de las columnas (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

3.- Valorar si las etapas declaradas en las estrategias competitivas lean manufacturing y compras colaborativas dan solución de problemas han sido ordenadas atendiendo a criterios lógicos y metodológicos de la disciplina.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto:

(I)	(II)	(III)	(IV)
BIEN CONCEBIDO	HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

Siempre que usted marque una de las columnas (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

4.- Valorar si se reflejan con calidad y precisión las orientaciones para el tratamiento metodológico de las acciones a desarrollar en la operación de lean manufacturing y compras colaborativas.

A 1 1 1 1 1 1 1 1 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto:

(I)	(II)	(III)	(IV)
BIEN CONCEBIDO	HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

Siempre que usted marque una de las columnas (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

5. - Valorar si los indicadores y categorías del sistema de control propuesto en la Estrategias Competitivas son precisos y miden el cumplimiento del objetivo general.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto:

(I)	(II)	(III)	(IV)
BIEN CONCEBIDO	HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

Siempre que usted marque una de las columnas (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

6. - Valorar el nivel de satisfacción práctica de la Estrategias Competitivas, como

solución al problema y posibilidades reales para el desarrollo de la industria textil de la Provincia de El Oro.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto:

(I)	(II)	(III)	(IV)
BIEN CONCEBIDO	HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

Siempre que usted marque una de las columnas (I), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

7. - Valorar si existe correspondencia entre la complejidad de las actividades teóricas y prácticas a desarrollar por los autoras en las actividades propuestas en la Estrategias Competitiva.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto:

(I)	(II)	(III)	(IV)
BIEN CONCEBIDO	HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

Siempre que usted marque una de las columnas (I), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

8. - Valorar la contribución que realiza las estrategias competitivas lean manufacturing y compras colaborativas para el desarrollo de la industria textil en el Oro.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto:

(I)	(II)	(III)	(IV)
BIEN CONCEBIDO	HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

Siempre que usted marque una de las columnas (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

- 9.- Valorar la contribución que realiza las estrategias competitivas al desarrollo, operación y procesos en las esferas: social, económica y ambiental.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en este aspecto:

(I)	(II)	(III)	(IV)
BIEN CONCEBIDO	HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES

Siempre que usted marque una de las columnas (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

Para finalizar, queremos expresarle que sus criterios y opiniones se manejarán de forma anónima, además le agradecemos por anticipado su valiosa colaboración y estamos seguros que sus sugerencias y señalamientos críticos contribuirán a perfeccionar las estrategias competitivas, tanto como propuesta y en su futura aplicación en la industria textil.

Muchas gracias por su cooperación y le pedimos disculpas por las molestias ocasionadas.