

Urkund Analysis Result

Analysed Document: propuesta_2018101616162.docx (D42805422)
Submitted: 10/20/2018 1:41:00 AM
Submitted By: jbeniteza@unemi.edu.ec
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

Equipo de Gerencia

Equipo de ventas

Equipo de planificación y elaboración de proyectos

Equipo de recursos humanos

Equipo financiero

Fortalezas ¿En qué eres bueno? ¿Tienes algo que te diferencia? Oportunidades ¿Qué oportunidades tienes a tu alcance? ¿De qué tendencias te puedes diferenciar? Debilidades ¿Qué puedes mejorar? ¿Tienes menos ventajas que otros? Amenazas ¿Qué te podría distraer? ¿Qué hace tu competencia?

FORTALEZAS CALIDAD EN LOS PRODUCTOS/ SERVICIOS CAPACIDAD GERENCIAL ALTA
CAPACIDAD DEL PERSONAL

OPORTUNIDADES AMPLIO MERCADO DESARROLLO TECNOLÓGICO TRATADOS DE LIBRE
COMERCIO DEBILIDADES FALTA DE CAPACITACIÓN CONSTANTE SATURACIÓN RÁPIDA DEL
PERSONAL AMENAZAS CRECIENTE NÚMERO DE COMPETIDORES INCERTIDUMBRE POLÍTICA
CONVENIOS CON OTROS PAÍSES TEXTILES

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
GESTION EMPRESARIAL

PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA (DE CARÁCTER
COMPLEXIVO) INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

ANÁLISIS DE UN MODELO FODA PARA POTENCIALIZAR EL CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA
TEXTIL ECUATORIANA

Autora: GABRIELA NICOLE MARTINEZ GUERRA

Acompañante: JAVIER ANTONIO BENITEZ ASTUDILLO

Milagro, octubre 2018 ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero. Fabricio Guevara Viejó, PhD. RECTOR Universidad Estatal de Milagro Presente.

Yo, MARTINEZ GUERRA GABRIELA NICOLE en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título

de Grado, como aporte a la Línea de Investigación PRODUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD, INNOVACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL, GESTIÓN DE EMPRESAS de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 08 días del mes de octubre de 2018

_____ Firma del Estudiante GABRIELA MARTINEZ CI: 094207623-3

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, BENITEZ ASTUDILLO JAVIER ANTONIO en mi calidad de tutor de la Investigación Documental como Propuesta práctica del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo), elaborado por la estudiante MARTINEZ GUERRA GABRIELA NICOLE, cuyo tema de trabajo de Titulación es PROPUESTA DE UN MODELO FODA PARA POTENCIALIZAR EL CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA TEXTIL ECUATORIANA, que aporta a la Línea de Investigación PRODUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD, INNOVACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL, GESTIÓN DE EMPRESAS previo a la obtención del Grado DE LICENCIADA EN GESTION EMPRESARIAL; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo) de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 8 días del mes de octubre de 2018.

Equipo de Gerencia

Equipo de ventas

Equipo de planificación y elaboración de proyectos

Equipo de recursos humanos

Equipo financiero

Fortalezas ¿En qué eres bueno? ¿Tienes algo que te diferencia? Oportunidades ¿Qué oportunidades tienes a tu alcance? ¿De qué tendencias te puedes diferenciar? Debilidades ¿Qué puedes mejorar? ¿Tienes menos ventajas que otros? Amenazas ¿Qué te podría distraer? ¿Qué hace tu competencia?

FORTALEZAS CALIDAD EN LOS PRODUCTOS/ SERVICIOS CAPACIDAD GERENCIAL ALTA
CAPACIDAD DEL PERSONAL

OPORTUNIDADES AMPLIO MERCADO DESARROLLO TECNOLÓGICO TRATADOS DE LIBRE
COMERCIO DEBILIDADES FALTA DE CAPACITACIÓN CONSTANTE SATURACIÓN RÁPIDA DEL
PERSONAL AMENAZAS CRECIENTE NÚMERO DE COMPETIDORES INCERTIDUMBRE POLÍTICA
CONVENIOS CON OTROS PAÍSES TEXTILES

JAVIER ANTONIO BENITEZ ASTUDILLO Tutor C.I.: 0918089848

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por: _____

_____ Luego de realizar la
revisión de la Investigación Documental como propuesta practica, previo a la obtención del
título (o grado académico) de LICENCIADA EN GESTION EMPRESARIAL presentado por el /la
señor (a/ita) MARTINEZ GUERRA GABRIELA NICOLE.

Con el tema de trabajo de Titulación: PROPUESTA DE UN MODELO FODA PARA
POTENCIALIZAR EL CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA TEXTIL ECUATORIANA.

Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes
calificaciones: Investigación documental [] Defensa oral [] Total [] Emite el siguiente
veredicto: (aprobado/reprobado) _____ Fecha: 08 de octubre de 2018. Para
constancia de lo actuado firman:

Nombres y Apellidos

Firma

Presidente _____ Secretario /a
_____ Integrante _____

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi madre Olga a mis mejores amigas Adriana y Kerly a mi enamorado Julio Cesar y mis tíos Piedad, Lautaro, Felicita por el apoyo moral y económico a lo largo de mi carrera universitaria y por la cual ahora entrego mi trabajo de titulación de grado previo a la obtención del título de licenciada en gestión empresarial.

AGRADECIMIENTO

Estoy emocionada de que al fin he culminado mi trabajo de titulación y tengo tanto que agradecer a mi madre por su apoyo incondicional y a mi tutor académico quien me guio a tomar las mejores decisiones en la elaboración de este proyecto y me acompañara en el tribunal para observar el resultado final del esfuerzo que se hizo para obtener un trabajo claro, comprensible y con mucho valor para mis compañeros de facultad y profesionales.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR ii APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR iv DEDICATORIA v AGRADECIMIENTO vi ÍNDICE
GENERAL vii ÍNDICE DE FIGURAS viii ÍNDICE DE TABLAS ix RESUMEN 1 ABSTRACT 2
INTRODUCCIÓN 3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 4 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL 6
METODOLOGÍA 16 DESARROLLO DEL TEMA 18 CONCLUSIONES 27 REFERENCIAS
BIBLIOGRÁFICAS 28

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico No. 1 Análisis FODA Gráfico No. 2 Estructura Organizacional General de las empresas
textiles Gráfico No. 3 Gráfico de la matriz de perfil competitivo Gráfico No. 4 Matriz de perfil de
factores externos Gráfico No. 5 Matriz de perfil de factores internos (fortalezas y limitaciones)
Gráfico No. 6 Matriz FODA potencializadora para una industria textil

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Ponderación de valores a los factores clave de éxito Tabla No. 2 Matriz de perfil
competitivo Tabla No. 3 Ponderación de factores externos Tabla No. 4 Matriz de perfil de
factores externos Tabla No. 5 Ponderación de factores internos (fortalezas y limitaciones)
Tabla No. 6 Matriz de perfil de factores internos (fortalezas y limitaciones)

PROPUESTA DE UN MODELO FODA PARA POTENCIALIZAR EL CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA TEXTIL ECUATORIANA

RESUMEN La elaboración de este documental investigativo es con la finalidad de diseñar un
modelo FODA mediante herramientas competitivas para potencializar el crecimiento de la
industria textil ecuatoriana, mediante el análisis sectorial en las empresas DINTEX, MODATEX,
CONFECIONES LISBETH. Estableciendo en ellas las fortalezas, oportunidades, debilidades y
amenazas; que mediante un estudio descriptivo cuya metodología es documental permite
que, a través de técnicas y métodos adecuadas, así como valiéndose de fuentes secundarias
bibliográficas se llegó a la obtención de los objetivos planteados en este proceso investigativo.
La recolección de los datos obtenidos para la elaboración de la matriz es subjetiva y analizada
por estudios ya establecidos y que sirvieron de base para establecer la matriz que permitirá y
ayudara a potencializar mediante estrategias competitivas. Analizando los factores que
inciden ante un modelo FODA en las empresas textiles mediante documentos bibliográficos,
libros y artículos científicos, determinando las cinco fuerzas de Porter para el desarrollo de la
competitividad en las empresas textiles y aplicando estrategias, métodos y técnicas

adecuadas establecidas para potencializar el crecimiento en las industrias textiles. Permitió la culminación de este documental.

PALABRAS CLAVE: FODA, estrategias, técnica, método

PROPOSAL OF A SWOT MODEL TO POTENTIALIZE THE GROWTH OF THE ECUADORIAN TEXTILE INDUSTRY

ABSTRACT

The elaboration of this investigative documentary is with the purpose of designing a SWOT model through competitive tools to potentiate the growth of the Ecuadorian textile industry, through sectorial analysis in the companies DINTEX, MODATEX, CONFECCIONES LISBETH. Establishing strengths, opportunities, weaknesses and threats in them; that by means of a descriptive study whose methodology is documentary it allows that, through appropriate techniques and methods, as well as using secondary bibliographic sources, the objectives set out in this research process were obtained. The collection of the data obtained for the elaboration of the matrix is subjective and analyzed by already established studies and that served as a basis to establish the matrix that will allow and help to potentialize through competitive strategies. Analyzing the factors that indicate a SWOT model in textile companies through bibliographic documents, books and scientific articles, determining the five forces of Porter for the development of competitiveness in textile companies and applying strategies, methods and adequate techniques established to potentiate the growth in the textile industries. It allowed the culmination of this documentary.

KEY WORDS: FODA, strategies, technique, method

INTRODUCCIÓN

El presente documental trata sobre un análisis sectorial de las empresas textiles que se encuentran laborando en nuestro país; para poder determinar mediante la creación de un modelo FODA las estrategias adecuadas, e indicadores esenciales que permitirán medir la eficiencia y eficacia organizacional en las empresas textiles. Requiere el control tanto interno como externo y obtener el balance adecuado ayudando en la mejora de las ventas y la relación comprometida con sus proveedores.

Cabe mencionar la importancia que aporta el desarrollo de este documento investigativo para ser un apoyo incondicional a las empresas textiles que expenden sus productos, ante la creación de la elaboración de materia prima de importación; la calidad la cual las identifica en la distribución de sus artículos para la creación de un nuevo producto; así como establecer los procedimientos específicos con que cuenta cada una de las empresas.

Por otra parte, se menciona que los beneficiados ante este documental son los usuarios de las empresas textiles mediante el diseño de un modelo FODA en las herramientas establecidas por Michael Porter dentro de las cinco fuerzas estratégicas, dando vital importancia

a

las gestiones internas y externas mediante el análisis de tres empresas textiles que se dedican a la venta de materia prima y confección de ropa para hombres y mujeres; siendo su venta directa o por catálogos o vía internet.

Este documental estará compuesto por el capítulo I; donde se detalla el planteamiento del problema que radica en estas empresas textiles, así como los objetivos y la justificación del mismo. Luego está el Capítulo II compuesto por el marco teórico y conceptual de acuerdo a los conceptos que determinan la importancia de las cinco fuerzas de Michael Porter para la competitividad empresarial y las leyes que rigen en el ámbito comercial y laboral. En el Capítulo III se cuenta con la metodología al cual requiere ser aplicada esta documentación.

Por último, encontramos el capítulo

IV en

el desarrollo de las técnicas adecuadas para la aplicación de un modelo FODA dentro de las fuerzas del

PORTER, para

ser como un modelo primordial en la aplicación de estas empresas textiles y llegar a establecer las conclusiones que permitieron este tipo de método investigativo, observatorio y conductual. CAPÍTULO 1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN Problematización En el Ecuador, la industria textil se encuentra a la expectativa ante la adaptación a diversos cambios relacionados con la calidad del producto, nuevas tendencias ecológicas, desarrollo sustentable y sobre todo se está acoplado a la moda internacional. De acuerdo a un informe elaborado por PROECUADOR, el sector textil está adquiriendo modalidades para mejorar los procesos de confección tanto de prendas de vestir como de lencería de hogar, sobre todo en lo que respecta a la minimización de costos, evitando el desperdicio de insumos.

El sector textil es el más antiguo del país ya que dio inicio mediante la fabricación de lana, y tiempo después de algodón, poliéster y seda; para lo cual se analiza la información de tres empresas dedicadas a la comercialización de prendas de vestir, ubicado en varios sectores del país, las cuales son:

• DINTEX S.A. • MODATEX S.A. • CONFECCIONES LISBETH S.A.

En lo que se refiere a la técnica de producción de estas empresas textiles es relativa, ya que se puede apreciar la falta de estrategias innovadoras de marketing, reconociendo a través del conocimiento las fortalezas y debilidades que las hace más competitivas dentro y fuera del país, a veces no cuentan con una misión, visión y objetivos que estén claramente definidos como para poder asegurar el crecimiento textilero ante el uso de los recursos con que cuenta la empresa.

De acuerdo a un reporte establecido por el presidente de la Cámara de la Pequeña y mediana Empresa (Capeipi) manifiesta que; el sector textil se encuentra bastante reprimido y es debido a su materia prima no se pueden conseguir debido

a las

prohibiciones en la importación de algunos productos y su stock es pequeño en cierto tipo de telas. CITATION Coe15 \l 12298 (Coello, 2015)

Otro de los problemas que impera en estas industrias textiles es su competencia ante las necesidades de un mercado cada vez más exigentes y más si no es conocido por ellas. Hoy en día, la demanda por consumir nuevas prendas de vestir con nuevos diseños los convierte en más competitivos y con el reto de conseguir una venta competitiva se vuelve un tema primordial; mejorar en su entorno, la cortesía en el trato del cliente, la calidad del producto y su acabado. CITATION Cri13 \l 12298 (Cristerna & Calderón, 2013)

Es lo que permite las cinco fuerzas de Michael Porter, poder afianzar y determinar conjuntamente cuán competitiva se encuentran estas empresas textiles y su rentabilidad ante el mercado mediante herramientas que seran de útil elaboración para la creación de estrategias de proceso, que ayudan para que cada una de ellas sepan con que reto se encuentran cada día en el mercado.

Objetivos Objetivo General Diseñar un modelo FODA mediante herramientas competitivas para potencializar el crecimiento de la industria textil ecuatoriana.

Objetivos Específicos • Analizar los factores que inciden ante un modelo FODA en las empresas textiles mediante documentos bibliográficos, libros y artículos científicos. • Determinar las cinco fuerzas de Porter para el desarrollo de la competitividad en las empresas textiles. • Aplicar estrategias, métodos y técnicas adecuadas establecidas para potencializar el crecimiento en las industrias textiles.

Justificación La metodología que persigue dentro de la aplicación de las cinco fuerzas de Porter, incluye un grupo de variables que de acuerdo al documental que se suscribe; servirán de guía para la elaboración del diagnóstico convirtiéndose en una herramienta para futuras toma de decisiones en diversas empresas no solo textiles. Desarrollándose una reflexión teórica sobre las fuerzas que influyen en el mercado, tratando de establecer conclusiones y recomendaciones necesarias.

CAPÍTULO 2 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL Antecedentes de la Investigación Actualmente el mundo sufre diversos cambios y cada vez más acelerados, tanto en la política, niveles de competencia, la evolución tecnológica constante, surgimiento de nuevos mercados, consumidores más informados y más exigencia en las estrategias que se usan, lo cual se impone a las empresas que operan en el Ecuador y del mundo, retos importantes y en ocasiones poner en juego su estabilidad y permanencia en el mercado.

Es por que las empresas siempre están en una búsqueda incesante de nuevas herramientas que les permitan siempre estar a la vanguardia de los cambios para así poder afrontar con las

consecuencias y es donde surge la transformación de un modelo FODA ante la teoría de Michael Porter; lo cual ha venido a permitir que los líderes de las empresas no solo se preparen ante las amenazas y las oportunidades del entorno, sino que exploren y exploten las capacidades propias de sus empresas con la finalidad de obtener ventajas competitivas sólidas.

Esta investigación documental en este capítulo permitirá desarrollar las ideas conceptuales de la industria, sus tipos y clasificación junto a la planificación estrategia FODA, así como el manejo de las herramientas y recursos utilizados como parte de su despliegue en la empresa. Como se toma en consideración a lo dispuesto por los autores Rivera & Méndez (2012) en un informe donde se establece un tipo de metodología para definir estrategias que sean generadoras de ventaja competitiva convirtiéndose en una herramienta primordial. (pág.6).

Es así como los autores Balarezo & Jaya (2013) mencionan en su trabajo de grado, que el FODA constituye una herramienta de estudio, empleada para determinar el estado de la situación actual de las empresas, mediante el análisis de factores externos e internos; a través de examinar los componentes que forma parte del entorno de la industria textil ecuatoriana dentro y fuera del país, desde el punto de vista productivo y la manera como se comercializa. (pág.91).

Fundamentos teóricos La industria La industria en nuestro país es cada vez más cambiante ante el uso de la tecnología, así como de nuevas herramientas

y

su crecimiento competitivo, es por ello que según Philip (2012) manifiesta que: "Una industria es un grupo de empresas que ofrece un producto o clase de productos que son sustitutos, aproximados uno de otros. Las industrias se clasifican según el número de empresas vendedoras; por el grado de diferenciación del producto" (pág. 11) es por la vía del conocimiento donde se llega al objetivo que persigue cada empresa, tomando como base esta importancia de lo que representa la industria en este documental.

Sin embargo, las personas que integran la industria son aquellas que se especializan en el manejo de la producción y su conservación recibiendo la paga de su labor, que eso generara un ingreso para el sustento mercantil de las transacciones comerciales ante una economía moderna; pues la mano de obra dentro de las industrias son las personas que se convierten de una u otra forma

en el capital más importante

aparte de los materiales que aporta.

Es por ello que lo que manifiesta el autor en su texto, nos permite analizar la situación que atraviesan estas empresas textiles que se encuentran ubicadas en diversos sectores de nuestro país, la manera como vienen desarrollándose y cuáles son sus objetivos, sus principales componentes ante la elaboración de las prendas de vestir y los tipos de productos que se expanden.

En virtud de lo tratado en el primer Congreso Internacional de Marketing de la Universidad de Guayaquil (2016) donde se manifiesta que: Las pequeñas y medianas empresas en Ecuador son las unidades productivas con mayor porcentaje de participación en la economía, es muy importante el apoyo o desarrollo de políticas, para el mejoramiento en la adquisición de tecnología, para mantener la competitividad de las mismas. (pág.72)

Se debe establecer estrategias competitivas que puedan ser respaldadas a través de métodos adecuados que permitan que las industrias textiles crezcan de una manera positiva ante los cambios que una sociedad da día tras día. Las estrategias competitivas son las que permiten la innovación ante un nuevo mejoramiento dentro de los procesos de la organización. La industria textil De acuerdo a lo manifestado por el autor Betancourt (2012) expone que: “el desarrollo más sobresaliente en la industria textil de este siglo es la aparición de las fibras artificiales, basadas en la celulosa natural y después en las sintéticas hechas con poliamidas y poliéster” como se puede apreciar con uno de los productos que expanden la elaboración de prendas de vestir en nuestro País; y poder llegar así a la exportación de este producto. (pág. 24)

Los productos textiles están considerados de consumo masivo de acuerdo a la calidad y su uso, elaborados con mano de obra ecuatoriana hacia el consumidor, conocer esta variedad de prendas es lo que identifica la calidad de la tela y en base a las cuales están elaboradas cada una de estas empresas industriales de prendas de vestir para el estudio del presente documental y de esta manera ser una guía en las expectativas del mercado y de los consumidores.

Análisis sectorial de las industrias textiles del Ecuador De acuerdo al autor Santamaria (2015) en su informe presentado, manifiesta que; “un sector es un grupo de empresas que suministra a un mercado, donde la rentabilidad del sector esta determinado por la competencia de acuerdo al producto y de los factores que se identifica” (pág.2). Es decir, con que estrategias cuenta el sector textil de nuestro País, para poder mejorar el sector productivo y es a través de un análisis sectorial de las fuerzas del mercado desarrollados por Porter que los empresarios se sentirán apoyados cuando surja una inspección financiera en sus empresas.

Cuando se lleva a cabo un análisis sectorial, se puede determinar que no todas las empresas se encuentran invirtiendo lo suficiente para mantenerse lejos de sus competidores; pues se les pasa por alto las nuevas estrategias de mercado que ellos adquieren para volverlos más competitivos, en cambio otras empresas piensan que jamás podrán conocer lo suficiente a sus competidores y no advierten la sensibilidad del peligro. Lo principal en ello que siempre deberían diseñar procesos que los encamine a nuevas innovaciones. CITATION Mun14 \p 5 \l 12298 (Munguía, Torres, & Cuenca, 2014, pág. 5)

Empresa Modatex S.A ubicada en la Ciudad de Cuenca provincia del Azuay, ubicada en las calles Simón Bolívar 9-20 y Mariano Cueva esquina; con número de registro único 010203955001; nacida en Cuenca en el año 1.993 de patrimonio familiar, cuenta con una vasta experiencia y conocimiento sobre el tema. La Gerencia está a cargo del Ing. Bernardo

Alvarado Moncayo, se identifica por la venta al mayor y menor de productos textiles; siendo una empresa de constitución de hecho.

- Realiza importaciones de productos de varias partes del mundo como Chile, Brasil, Panamá, USA, India, entre otros. Teniendo una gama de artículos con exclusividad en sus precios. Manejo de crédito en la representación de los proveedores.
- Clasificación de dos líneas; textil en general y la línea de producto terminado ropa

al

público en general.

- Distribución de varios artículos de confección entre ellos las telas; Índigo importada, driles, gabardinas, bramante, poliéster, casimir, dacrón.
- Distribución de telas textiles nacionales e importadas
- Debilidad. - Estancamiento en su crecimiento
- Elaborar un plan estratégico con maniobras y acciones concretas mediante el planteo de indicadores que puedan ser monitoreados con el pasar del tiempo.
- Permitirá adquirir una posición competitiva que sea óptima y rentable para la empresa.

Confecciones Lisbeth, es una empresa textil que se dedica a la elaboración de prendas de vestir para uniformes a las diferentes compañías a las cuales son contratadas. Su ubicación está en la Ciudad de Guayaquil y cuenta con 15 trabajadores actualmente,

la cual carece de una serie de requisitos, y la vuelve más vulnerable frente a

las demás empresas textiles.

- Capacitación al personal sobre corte y confección
- Ingreso de políticas establecidas por el Gobierno Ecuatoriano en el manejo de industria textiles.
- Falta de un diseño organizacional.
- Ineficiencia en la producción con los clientes.
- Se necesita establecer procedimientos específicos ante la producción y fabricación de las prendas de vestir.

Empresa Dintex S.A.- Esta empresa está dedicada a la elaboración de uniformes corporativos e industriales, para damas y caballeros, ropa de trabajo, chaquetas, pantalones para dama y caballeros, blusas, camisas, faldas y corbatas. Se encuentra ubicada en la Ciudad de Quito, en la Avenida 10 de agosto No. 59-133 y Francisco Namiña, en el sector de la Rumiñahui. Lo cual a pesar de que tiene sus bases y objetivos planteados, se detectó ciertas falencias dentro de su análisis:

- Muchas veces se ha detectado una debilidad en el crecimiento de la fábrica debido a la competencia de mercado, quizás por desconocimiento de nuevas estrategias de innovación.
- Elaborar una matriz FODA con maniobras y acciones concretas mediante el planteo de indicadores que puedan ser monitoreados con el pasar del tiempo. Permitirá adquirir una posición competitiva que sea óptima y rentable para la empresa.

De acuerdo a lo establecido en los párrafos anteriores se aprecia la necesidad que tienen cada una de las empresas textiles en emplear técnicas y estrategias y de esta manera ser competitivas dentro del mercado obteniendo mayor participación; es por ello, que requiere del uso de procesos y tecnología que les permitan alcanzar los estándares requeridos para lograr la satisfacción del cliente en cuanto al producto que confeccionan.

Marco Conceptual El análisis FODA Es un instrumento de planificación estratégica que se usa para identificar y evaluar las fortalezas y debilidades de una organización y que en ellos se acentúa los factores internos; tomando en cuenta las oportunidades y amenazas (factores externos). Además, es una técnica sencilla, que se usa como un instrumento del libre intercambio de ideas para ayudar a presentar un reflejo positivo ante una situación actual.

Es a través de un análisis de FODA donde las empresas textiles tomarán importancia en la satisfacción del cliente, lo cual no es solo dar un buen servicio sino la manera como es la oferta de los productos en que estos sean de buena calidad y que cubran las expectativas, es por ello que las empresas no le toman importancia a este procedimiento en gestionar la calidad que permita garantizar la excelencia en el producto. CITATION Bla14 \p 19 \l 12298 (Blasco & Campa, 2014, pág. 19) Gráfico No. 1 Análisis FODA

Equipo de Gerencia

Equipo de ventas

Equipo de planificación y elaboración de proyectos

Equipo de recursos humanos

Equipo financiero

Fortalezas ¿En qué eres bueno? ¿Tienes algo que te diferencia? Oportunidades ¿Qué oportunidades tienes a tu alcance? ¿De qué tendencias te puedes diferenciar? Debilidades ¿Qué puedes mejorar? ¿Tienes menos ventajas que otros? Amenazas ¿Qué te podría distraer? ¿Qué hace tu competencia?

FORTALEZAS CALIDAD EN LOS PRODUCTOS/ SERVICIOS CAPACIDAD GERENCIAL ALTA
CAPACIDAD DEL PERSONAL

OPORTUNIDADES AMPLIO MERCADO DESARROLLO TECNOLÓGICO TRATADOS DE LIBRE
COMERCIO DEBILIDADES FALTA DE CAPACITACIÓN CONSTANTE SATURACIÓN RÁPIDA DEL
PERSONAL AMENAZAS CRECIENTE NÚMERO DE COMPETIDORES INCERTIDUMBRE POLÍTICA
CONVENIOS CON OTROS PAÍSES TEXTILES

Fuente: CITATION Bet12 \l 12298 (Betancourt, 2012)

De acuerdo al

gráfico

No. 1 donde se puede observar el análisis FODA de Porter y al ser utilizada como una herramienta para poder potencializar la industria textil ecuatoriana al ser analizada las

empresas

que son tomadas en este documental investigativo; se menciona las cinco fuerzas desarrolladas por este autor; nuevos ingresantes, proveedores, competidores de la industria, sustitutos y compradores. Todos estos factores son apoyados gracias al análisis y voluntad que tenga el empresario para establecer un cambio que ayude a mejorar su rentabilidad y evitar riesgos inoportunos que afecten a la economía laboral de la empresa.

- Nuevos ingresantes. - Cuando una empresa compite por un producto es un punto favorable caso contrario se debe tomar medidas al respecto; pues debe demostrar ante las demás empresas la calidad de su labor plasmada de una manera u otra no podrá competir. • El poder de negociación con los clientes. - En ciertas ocasiones el producto es conocido dentro del mercado y ante ese desafío la empresa debe mostrar sus mejores opciones compitiendo en la calidad y el precio para mostrarlo como una ventaja ante el proceso de venta; caso contrario estará obligada a bajar los precios.
- El poder de la negociación de los proveedores. - En este punto aumenta las negociaciones siempre y cuando la empresa proveedora tenga la materia prima para abastecerse.
- La amenaza de productos sustitutos. - Cuando el producto de la empresa es sustituido por otro con menos valor y la misma función y que podría ser reemplazado en cualquier momento, es importante analizar cuáles son las estrategias adecuadas para poder competir con ese reto comercial.
- La intensidad de la rivalidad entre competidores. - Ante esta fuerza la empresa debe optar por poseer una actitud y manera de proceder ante la competencia mediante estrategias innovadoras y de esta manera no perderá la posición dentro del mercado.

Para llevar a cabo un análisis FODA se debe seguir un determinado proceso, donde se elabora la matriz exponiendo los cuatro factores principales de este gráfico como; fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Luego se procede a identificar cada uno de estos factores y ubicarlos de tal manera que se expongan por separado, como está establecido en el mismo. CITATION Sal17 \l 12298 (Salgado, Salim, Rivera, & Reyes, 2017)

Parámetros del análisis FODA Ser competitivo como empresa actualmente es un factor importante para el crecimiento de la economía, sin embargo; se establece varios planteamientos y mediciones donde cada una dependerá del contexto en el que se desarrolla ya sea dentro del país o como una empresa textil. Existe varios autores que se aplica a esta metodología como Porter (1990), Krugman (1964) y Bejarano (1998) donde nos enseña que la competitividad no debe limitarse a las ventajas nacionales en los mercados, sino que deben incluir los factores que estos la determinen.

Según Michel Porter (1993) expresa que: la competitividad es el grado en que un país, estado región o empresa produce bienes o servicios bajo condiciones de libre comercio, enfrentando la competencia de los mercados nacionales e internacionales permitiendo mejorar simultáneamente los ingresos reales de sus empleados, así como la productividad de sus empresas. CITATION Bla14 \p 5 \l 12298 (Blasco & Campa, 2014, pág. 5)

Dentro de los parámetros de un análisis FODA, en donde se toman en cuenta varios puntos esenciales que con el pasar del tiempo se toman como indicadores de gestión dentro de una empresa; para un análisis sectorial pues es conocida como una fuerza dentro del mercado utilizada por unos varios empresarios para diagnosticar lo que está sucediendo en sus empresas que permitirá detectar cuáles son las falencias que no permiten que la empresa crezca dentro y fuera del país.

Existen otros factores que se deben tomar en cuenta ante un análisis sectorial de estas empresas textiles, según la teoría de Porter:

- Tomar en cuenta la inversión que se establece dentro de la empresa, mediante un balance en los costos que producirá con la finalidad de no producir gastos innecesarios.
- Medir siempre las operaciones de acuerdo al capital, publicidad para lograr una eficiencia a gran escala, pues le permitirá estar a la vanguardia de la tecnología para que el volumen de sus ventas crezca.

- La adquisición de la materia prima a bajo costo se convierte en una ventaja ante la competencia; quizás porque son empresas que llevan muchos años en sus labores
- La marca es la que hace la diferencia ante la diversidad de prendas de vestir pues ello garantiza una seguridad ante los consumidores.
- Establecer un acceso a los canales de distribución, cuando se crea un nuevo producto porque no es reconocida su marca dentro del mercado corriendo el riesgo de que no sea aceptado.
- La obtención de las patentes establecida por las leyes que rigen la economía en nuestro país, así como el control de calidad en los productos y la obtención de las licencias adecuadas de acuerdo al tamaño de la empresa.
- Muchas veces existen represalia por el surgimiento de nuevos competidores, los cuales bajan de una manera drástica los precios, se valen de la tecnología a través de publicidad tecnológica con la finalidad de causar efectos graves en los costos a otras empresas.
- Las empresas se crea una barrera de entrada de tal forma que protege los intereses dentro de ellas. Las ayuda a persuadir que tan competidora es la nueva empresa que llega con sus vastos conocimientos.
- Es necesario tomar en cuenta el número de empresas competidoras que están dentro del mercado para saber cuáles serán las estrategias que se tomen y lograr así una adecuada productividad.
- Diferenciar un producto de otro permite que los consumidores se hayan incentivados ante la calidad y el precio. Siendo esto como una amenaza para la empresa.
- La oferta y la demanda son factores que muchas veces se convierten en barreras de salida para la empresa con la finalidad de atraer a nuevos clientes, es por ello que se deben de tomar precauciones para que no se produzca un declive de la demanda, y sean solo de manera sustancial.

- Analizar los costes de la empresa sean estos fijos o variables, es donde la empresa tomara decisiones en cuanto a los pedidos que cubra la cantidad de capital con que cuentan.
- El poder de negociación de los compradores, radica en los factores productivos y los de productos y la manera de como establecen el precio y el poder de la negociación en los productos a sus clientes.
- La sensibilidad en el momento de poner el precio a un artículo; ya que los compradores se fijan en el costo del producto para que no sea sustituido por otro y si se hayan en competencia se establece una reducción en los precios de sus compras. El consumidor también toma en cuenta la calidad del producto y por ello establece que el precio es justo.
- Existen diversos factores que influyen en el poder de la negociación de los compradores y los vendedores en saber invertir para obtener buenas ganancias en el coste de sus productos, mediante el dialogo director de la calidad del producto para controlar la estabilidad del suministro entre el cliente, el proveedor y las compras.
- Mantener un poder de negociación de los proveedores, en el área productiva, de negociación y la obtención de la materia prima, los productos semielaborados y lo que compone son a menudo productos estandarizados por

lo

que las pequeñas empresas o los grandes fabricantes en este caso los proveedores carecen de negociación.

Marco legal

De acuerdo al marco legal, concierne a las normas legales que se establecen a las empresas dentro del Ecuador; como la Ley de la compañía, el Código de Comercio, la Ley del régimen tributario interno y el Código Civil que se encuentra vigente, los cuales van a permitir que mediante estas regulaciones las empresas textiles se encuentren constituidas y de esta manera no afectara a sus funciones tanto internas como externas.

La Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE) establece que existe ordenanzas Municipales como la No. 31 referente al Plan de Uso y Ocupación del Suelo, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 31 desde el 24 de octubre del 2008 y otras resoluciones obligando a las industrias a obtener los permisos y licencias respectivas para su legal funcionamiento.

Además, se menciona lo establecido de acuerdo al Código orgánico de la producción, comercio e inversiones (COPCI) que gobierna todas las actividades productivas que se elaboran dentro del territorio ecuatoriano desde la producción, transformación, distribución hasta el consumo ya sea una empresa natural o jurídica. Los siguientes artículos: • Art. 4; numeral a, c y h • Artículos: 24 y 36 en el literal "c" • Artículo 59 literal "e" • Ley de la Constitución de la República del Ecuador Registro Oficial No. 449. o Art. 320 capitulo sexto,

sección primera. o Art. 306 capítulo 4, sección 2, artículo 306. o Art. 336 de la Carta Fundamental. o Artículos de la Ley al consumidor

CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA

Modelo, tipo y nivel metodológico De acuerdo a la metodología

que

envuelve este documental es de carácter descriptiva ante su desarrollo, es así como Torres (2010) manifiesta que esta investigación cumple con una función principal de seleccionar los puntos esenciales de un objeto de estudio para luego ser presentados con los componentes que lo conforman. A partir de este contexto nos permitira describir la situación de la producción textil ecuatoriana; así como conocer las condiciones de estas empresas, su organización y funcionamiento.

Cabe mencionar además, que se requirio de fuentes secundarias de todo lo concerniente a la importancia de la aplicación de las cinco fortalezas de Michael Porter, mediante estrategias que permiten analizar aquellos factores internos y externos que inciden en el funcionamiento de una empresa u organización; por lo tanto se puede evidenciar que es una investigación de carácter documental con un análisis cualitativo y de los cuales se los a introducido en el respectivo marco teórico.

Cuando se trata de establecer un análisis general de las tres empresas textiles, se debe tomar en cuenta ciertos puntos primordiales: • Se debe conocer como está estructurada cada una de las empresas, de esa forma se podrá detectar que tan competitiva son una de otra; su rentabilidad, las tendencias,

el

stock de prendas de vestir y los productos que expanden a sus consumidores aprovechando las oportunidades del negocio. • El buen trato permite la apertura común en el negocio cogiéndose a las necesidades de los clientes, volviendo débil a la competencia convirtiéndose en un punto favorable.

- Aprovechar las tendencias de lo que presta el sector textil, porque son más dinámicos que los competidores.
- Establecer un estudio del entorno para determinar qué es lo más imprescindible para la buena marcha en el manejo de la empresa.
- Determinar los factores globales del entorno de la empresa que de una u otra manera generen oportunidad en el negocio textil, lo cual es regido por los clientes, los proveedores y la competencia.

La aplicación de un modelo FODA establecida y fundamentada por Porter como una de las herramientas de gestión empresarial y servirá para potencializar el crecimiento de la industria textil ecuatoriana, volviéndola más competitiva con productos acorde a los consumidores y en

diálogo conjunto con sus proveedores ante la obtención de su materia prima. CITATION Lóp17 \l 12298 (López, Guadalupe, Cueva, & Martínez, 2017)

Tomando en cuenta los objetivos de este documental investigativo es descriptiva, ya que lo que mediante el análisis se podrá establecer cuáles han sido los factores que han incidido para la aplicación de un modelo FODA para un buen desarrollo de la competitividad en las empresas textiles; sacarlas de su estancamiento, perdiendo el temor de los empresarios ante una nueva inversión en sus productos.

CAPÍTULO 4 DESARROLLO DEL TEMA De acuerdo a un análisis sectorial de las empresas textiles DINTEX S.A, MODATEX S.A y CONFECIONES LISBETH S.A. en la toma de los factores internos y externos que influyen en cada una de ellas y que en común se identifican con los indicadores que las empresas siempre necesitan al momento de llevar a cabo los objetivos. Mediante el gráfico que se detalla se generaliza los departamentos que poseen estas empresas:

Gráfico No. 2 Estructura Organizacional General de las empresas textiles

Equipo de Gerencia

Equipo de ventas

Equipo de planificación y elaboración de proyectos

Equipo de recursos humanos

Equipo financiero

Fortalezas ¿En qué eres bueno? ¿Tienes algo que te diferencia? Oportunidades ¿Qué oportunidades tienes a tu alcance? ¿De qué tendencias te puedes diferenciar? Debilidades ¿Qué puedes mejorar? ¿Tienes menos ventajas que otros? Amenazas ¿Qué te podría distraer? ¿Qué hace tu competencia?

FORTALEZAS CALIDAD EN LOS PRODUCTOS/ SERVICIOS CAPACIDAD GERENCIAL ALTA
CAPACIDAD DEL PERSONAL

OPORTUNIDADES AMPLIO MERCADO DESARROLLO TECNOLÓGICO TRATADOS DE LIBRE
COMERCIO DEBILIDADES FALTA DE CAPACITACIÓN CONSTANTE SATURACIÓN RÁPIDA DEL
PERSONAL AMENAZAS CRECIENTE NÚMERO DE COMPETIDORES INCERTIDUMBRE POLÍTICA
CONVENIOS CON OTROS PAÍSES TEXTILES

Fuente: Elaborado por la autora

Es así como está determinado los departamentos que conforman cada una de las empresas textiles antes mencionadas; de allí que sus factores tanto internos como externos son diferentes de acuerdo al análisis sectorial que se ha venido haciendo en este documental, y es lo que ha conducido a detallarlo mediante matrices, lo cual contiene los conceptos estudiados e investigados para tener en claro cuál es la visión de las empresas y hacia donde se dirigen

para tener un cimiento para la toma de decisiones estratégicas en cada una de ellas. Es por ello la creación de un modelo FODA general que permita potencializar el crecimiento en la industria textil ecuatoriana.

Elaboración de la matriz de perfil competitivo Paso 1 Ante el análisis de estas empresas textiles se puede identificar su competencia y establecer las limitaciones y fortalezas particulares, tomando en cuenta que los valores que se les asignó son de carácter subjetivo impuesto por el creador del documental investigativo, que son: precio, capacitación, calidad del producto, programa personalizados, falta de herramientas, vanguardia e innovación. Paso 2 A cada factor se le asignó un ponderado dependiendo de lo que radique en cada una de ellas en el éxito empresarial, como es: 1.00 (muy importante), 0.01 (no es importante) dando la suma de 1.00 Paso 3 Luego se asignó a cada competidor su debilidad o fortaleza de esa empresa de acuerdo al factor clave de éxito como se detalla:

Tabla No. 1 Ponderación de valores al factor clave de éxito Detalle Valor Limitación importante 1 Limitación menor 2 Fortaleza menor 3 Fortaleza importante 4 Fuente: Elaborado por el autor

De acuerdo a esta asignación de valores determinan los factores clases de éxito que debe multiplicarse por lo indicado en la tabla de cada competidor, el resultado indicara la fuerza o debilidad relativa a cada factor determinante.

Paso 4 Luego se suman los resultados ponderados de cada empresa textil, dando un resultado para cada una, el total revelara la fuerza total de la empresa en su análisis sectorial y el más alto es el competidor más amenazante, mientras que el menor será el más débil.

Tabla No. 2 Matriz de perfil competitivo FACTORES CLAVE DE ÉXITO PESO DINTEX S.A MODATEX S.A LISBETH S.A

Factor	Dintex S.A	Modatex S.A	Lisbeth S.A
PRECIO	0,20	2 0,40	2 0,40
CALIDAD	0,25	4 1,00	1 0,25
CAPACITACIÓN	0,15	3 0,45	2 0,30
PROGRAMAS PERSONALIZADOS	0,15	4 0,60	1 0,15
FALTA DE HERRAMIENTAS	0,10	3 0,30	1 0,10
VANGUARDIA E INNOVACIÓN	0,15	2 0,30	3 0,45
TOTAL	1,00	18 3,05	10 1,65

Fuente: Elaborado por la autora

Se puede observar de acuerdo a los resultados en los promedios de ponderación obtenidos en el análisis de las tres empresas textiles que la empresa Dintex S.A, arroja los valores más altos en cuanto a la fortaleza total en comparación con sus competidores, convirtiéndose en el más amenazante, lo cual se refleja también en la siguiente demostración en barras.

Gráfico No. 3 Gráfico de la matriz de perfil competitivo

DINTEX S.A CALIFICACIÓN

PRECIO CALIDAD CAPACITACIÓN PROGRAMAS PERSONALIZADOS FALTA DE HERRAMIENTAS VANGUARDIA E INNOVACIÓN 2 4 3 4 3 2 MODATEX S.A CALIFICACIÓN

PRECIO CALIDAD CAPACITACIÓN PROGRAMAS PERSONALIZADOS FALTA DE HERRAMIENTAS
VANGUARDIA E INNOVACIÓN 2 1 2 1 1 3 LISBETH S.A CALIFICACIÓN

PRECIO CALIDAD CAPACITACIÓN PROGRAMAS PERSONALIZADOS FALTA DE HERRAMIENTAS
VANGUARDIA E INNOVACIÓN 1 3 1 1 1 1

Equipo de Gerencia

Equipo de ventas

Equipo de planificación y elaboración de proyectos

Equipo de recursos humanos

Equipo financiero

Fortalezas ¿En qué eres bueno? ¿Tienes algo que te diferencia? Oportunidades ¿Qué oportunidades tienes a tu alcance? ¿De qué tendencias te puedes diferenciar? Debilidades ¿Qué puedes mejorar? ¿Tienes menos ventajas que otros? Amenazas ¿Qué te podría distraer? ¿Qué hace tu competencia?

FORTALEZAS CALIDAD EN LOS PRODUCTOS/ SERVICIOS CAPACIDAD GERENCIAL ALTA
CAPACIDAD DEL PERSONAL

OPORTUNIDADES AMPLIO MERCADO DESARROLLO TECNOLÓGICO TRATADOS DE LIBRE
COMERCIO DEBILIDADES FALTA DE CAPACITACIÓN CONSTANTE SATURACIÓN RÁPIDA DEL
PERSONAL AMENAZAS CRECIENTE NÚMERO DE COMPETIDORES INCERTIDUMBRE POLÍTICA
CONVENIOS CON OTROS PAÍSES TEXTILES

Fuente: Elaborado por la autora

Elaboración de la matriz de factores externos Paso 1 A través de esta matriz permitirá el análisis del entorno de los factores externos en las tres empresas textiles, sabiendo que sus valores son subjetivos en base al análisis de cada una., tomando en cuenta los siguientes factores: • Ampliación en el mercado • Desarrollo de la tecnología • Tratados de libre comercio • Crecimiento como empresa competidora • Incertidumbre política • Falta de convenios con otros países.

Paso 2 A cada factor se le asignó un ponderado dependiendo de lo que radique en cada una de ellas en el éxito empresarial, como es: 1.00 (muy importante), 0.01 (no es importante) dando la suma de 1.00

Paso 3 Luego se asignó a cada competidor amenaza y oportunidad de esa empresa de acuerdo al impacto que se detalla:

Tabla No. 3 Ponderación de factores externos Detalle Valor Amenaza importante 1 Amenaza menor 2 Oportunidad menor 3 Oportunidad importante 4 Fuente: Elaborado por el autor

De acuerdo a esta asignación de valores determinan los factores externos que debe multiplicarse por lo indicado en la tabla de cada competidor, el resultado

indicará la amenaza u la

oportunidad relativa a cada factor determinante.

Paso 4 Luego se suman los resultados ponderados de cada empresa textil, dando un resultado para cada una, el total revelará la fuerza total de la empresa en su análisis sectorial y el más alto es el competidor más amenazante, mientras que el menor será el más débil.

Tabla No. 4 Matriz de perfil de factores externos FACTORES CLAVE DE ÉXITO PESO DINTEX S.A MODATEX S.A LISBETH S.A

CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL AMPLIO MERCADO 0,30 4 1,20 2 0,60 1 0,30 CRECIENTE NÚMERO DE COMPETIDORES 0,20 1 0,20 1 0,20 1 0,20 DESARROLLO TECNOLÓGICO 0,25 3 0,75 2 0,50 1 0,25 INCERTIDUMBRE POLÍTICA 0,05 2 0,10 1 0,05 1 0,05 TRATADOS DE LIBRE COMERCIO 0,10 3 0,30 1 0,10 3 0,30 CONVENIOS CON OTROS PAÍSES TEXTILES 0,10 2 0,20 3 0,30 1 0,10 TOTAL 1,00 15 2,75 10 1,75 8 1,20 Fuente: Elaborado por la autora De acuerdo al cuadro se observa que el resultado total del ponderado es el de la empresa Dintex S.A. con una calificación de 15 puntos y el resultado promedio es de 2,75 lo cual da a señalar que esta lista para poder competir, tendiendo grandes oportunidades externas, mientras que en un resultado de 1 se diría que esta empresa tiene un negocio poco atractivo, enfrentándose día a día con graves amenazas externas. Gráfico No. 4 Matriz de perfil de factores externos

DINTEX S.A AMPLIO MERCADO CRECIENTE NÚMERO DE COMPETIDORES DESARROLLO TECNOLÓGICO INCERTIDUMBRE POLÍTICA TRATADOS DE LIBRE COMERCIO CONVENIOS CON OTROS PAISES TEXTILES 4 1 3 2 3 2 MODATEX S.A AMPLIO MERCADO CRECIENTE NÚMERO DE COMPETIDORES DESARROLLO TECNOLÓGICO INCERTIDUMBRE POLÍTICA TRATADOS DE LIBRE COMERCIO CONVENIOS CON OTROS PAISES TEXTILES 2 1 2 1 1 3 LISBETH S.A AMPLIO MERCADO CRECIENTE NÚMERO DE COMPETIDORES DESARROLLO TECNOLÓGICO INCERTIDUMBRE POLÍTICA TRATADOS DE LIBRE COMERCIO CONVENIOS CON OTROS PAISES TEXTILES 1 1 1 1 3 1

Equipo de Gerencia

Equipo de ventas

Equipo de planificación y elaboración de proyectos

Equipo de recursos humanos

Equipo financiero

Fortalezas ¿En qué eres bueno? ¿Tienes algo que te diferencia? Oportunidades ¿Qué oportunidades tienes a tu alcance? ¿De qué tendencias te puedes diferenciar? Debilidades

¿Qué puedes mejorar? ¿Tienes menos ventajas que otros? Amenazas ¿Qué te podría distraer?
¿Qué hace tu competencia?

FORTALEZAS CALIDAD EN LOS PRODUCTOS/ SERVICIOS CAPACIDAD GERENCIAL ALTA
CAPACIDAD DEL PERSONAL

OPORTUNIDADES AMPLIO MERCADO DESARROLLO TECNOLÓGICO TRATADOS DE LIBRE
COMERCIO DEBILIDADES FALTA DE CAPACITACIÓN CONSTANTE SATURACIÓN RÁPIDA DEL
PERSONAL AMENAZAS CRECIENTE NÚMERO DE COMPETIDORES INCERTIDUMBRE POLÍTICA
CONVENIOS CON OTROS PAÍSES TEXTILES

Fuente: Elaborado por la autora Elaboración de la matriz de factores internos (fortalezas y limitaciones) Paso 1 A través de esta matriz permitirá el análisis del entorno de los factores internos es decir cuáles son sus fortalezas y limitaciones en las tres empresas textiles, sabiendo que sus valores son subjetivos en base al análisis de cada una., tomando en cuenta los siguientes factores:

- La calidad en los productos • Capacidad gerencial • Alta capacidad de personal • Falta de capacitación al personal • Saturación del personal

Paso 2 A cada factor se le asignó un ponderado dependiendo de lo que radique en cada una de ellas en el éxito empresarial, como es: 1.00 (muy importante), 0.01 (no es importante) dando la suma de 1.00

Paso 3 Luego se asignó a cada competidor amenaza y oportunidad de esa empresa de acuerdo al impacto que se detalla:

Tabla No. 5 Ponderación de factores internos (fortalezas y limitaciones) Detalle Valor
Limitación importante 1 Limitación menor 2 Fortaleza menor 3 Fortaleza importante 4 Fuente:
Elaborado por el autor

De acuerdo a esta asignación de valores determinan los factores externos que debe multiplicarse por lo indicado en la tabla de cada competidor, el resultado indicara las amenaza u oportunidad relativa a cada factor determinante.

Paso 4 Luego se suman los resultados ponderados de cada empresa textil, dando un resultado para cada una, el total revelara la fuerza total de la empresa en su análisis sectorial y el más alto es el competidor más amenazante, mientras que el menor será el más débil.

Tabla No. 6 Matriz de perfil de factores internos (fortalezas y limitaciones) FACTORES CLAVE DE ÉXITO PESO DINTEX S.A MODATEX S.A LISBETH S.A

Factor	DINTEX S.A	MODATEX S.A	LISBETH S.A
CALIFICACIÓN TOTAL	1,00	14	3,15
CALIDAD EN LOS PRODUCTOS/ SERVICIOS	0,30	4	1,20
FALTA DE CAPACITACIÓN CONSTANTE	0,10	2	0,20
CAPACIDAD GERENCIAL	0,25	4	1,00
SATURACIÓN RÁPIDA DEL PERSONAL	0,15	1	0,15
ALTA CAPACIDAD DEL PERSONAL	0,20	3	0,60
TOTAL	1,00	14	3,15

Fuente: Elaborado por el autor El resultado total ponderado más alto es de 4.00 para una empresa textil y el menor es de 1.00, el promedio es de 2.50 y por eso el mayor es del 2.50 donde se establece que una empresa posee una fuerte posición interna, mientras que los menores de 2.50 muestran una organización con debilidades internas. Gráfico No. 5 Matriz de perfil de factores internos (fortalezas y limitaciones)

CALIDAD EN LOS PRODUCTOS/ SERVICIOS CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL
 CALIFICACIÓN TOTAL PESO DINTEX S.A MODATEX S.A LISBETH S.A 0.3 4 1.2 1 0.3 1 0.3 FALTA
 DE CAPACITACIÓN CONSTANTE CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN
 TOTAL PESO DINTEX S.A MODATEX S.A LISBETH S.A 0.1 2 0.2 2 0.2 1 0.1 CAPACIDAD GENERAL
 CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL PESO DINTEX S.A MODATEX
 S.A LISBETH S.A 0.25 4 1 3 0.75 1 0.25 SATURACIÓN RÁPIDA DEL PERSONAL CALIFICACIÓN
 TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL PESO DINTEX S.A MODATEX S.A LISBETH
 S.A 0.15 1 0.15 1 0.15 1 0.15 ALTA CAPACIDAD DEL PERSONAL CALIFICACIÓN TOTAL
 CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL PESO DINTEX S.A MODATEX S.A LISBETH S.A 0.2 3
 0.600000000000000009 1 0.2 1 0.2 TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL
 CALIFICACIÓN TOTAL PESO DINTEX S.A MODATEX S.A LISBETH S.A 1 14 3.15 8
 1.5999999999999999 5 1

Equipo de Gerencia

Equipo de ventas

Equipo de planificación y elaboración de proyectos

Equipo de recursos humanos

Equipo financiero

Fortalezas ¿En qué eres bueno? ¿Tienes algo que te diferencia? Oportunidades ¿Qué oportunidades tienes a tu alcance? ¿De qué tendencias te puedes diferenciar? Debilidades ¿Qué puedes mejorar? ¿Tienes menos ventajas que otros? Amenazas ¿Qué te podría distraer? ¿Qué hace tu competencia?

FORTALEZAS CALIDAD EN LOS PRODUCTOS/ SERVICIOS CAPACIDAD GERENCIAL ALTA
 CAPACIDAD DEL PERSONAL

OPORTUNIDADES AMPLIO MERCADO DESARROLLO TECNOLÓGICO TRATADOS DE LIBRE
 COMERCIO DEBILIDADES FALTA DE CAPACITACIÓN CONSTANTE SATURACIÓN RÁPIDA DEL
 PERSONAL AMENAZAS CRECIENTE NÚMERO DE COMPETIDORES INCERTIDUMBRE POLÍTICA
 CONVENIOS CON OTROS PAÍSES TEXTILES

Fuente: Elaborado por el autor

Gráfico No. 6 Matriz FODA potencializadora para una industria textil

Equipo de Gerencia

Equipo de ventas

Equipo de planificación y elaboración de proyectos

Equipo de recursos humanos

Equipo financiero

Fortalezas ¿En qué eres bueno? ¿Tienes algo que te diferencia? Oportunidades ¿Qué oportunidades tienes a tu alcance? ¿De qué tendencias te puedes diferenciar? Debilidades ¿Qué puedes mejorar? ¿Tienes menos ventajas que otros? Amenazas ¿Qué te podría distraer? ¿Qué hace tu competencia?

FORTALEZAS CALIDAD EN LOS PRODUCTOS/ SERVICIOS CAPACIDAD GERENCIAL ALTA
CAPACIDAD DEL PERSONAL

OPORTUNIDADES AMPLIO MERCADO DESARROLLO TECNOLÓGICO TRATADOS DE LIBRE
COMERCIO DEBILIDADES FALTA DE CAPACITACIÓN CONSTANTE SATURACIÓN RÁPIDA DEL
PERSONAL AMENAZAS CRECIENTE NÚMERO DE COMPETIDORES INCERTIDUMBRE POLÍTICA
CONVENIOS CON OTROS PAÍSES TEXTILES

Fuente: Elaborado por el autor

CAPÍTULO 5 CONCLUSIONES De acuerdo al análisis establecido en las tres empresas textiles, en forma global se pudo esclarecer la matriz FODA que permitirá potencializar las estrategias competitivas dentro de las actividades

como controlar la calidad en los productos y servicios no tener miedo a entrar en nuevos nichos de mercado, usar el desarrollo tecnológico a favor de la empresa, contratar al personal adecuado, mantenerse en constante innovación, tener todos los permisos correspondientes para laborar en el país y así ayudar a ser mejores en

el mercado. Se elaboró una estructura organizacional general de manera sólida, para que la empresa que se guíe mediante este análisis comience con conocimientos hacia donde quiere dirigirse, teniendo muy claro cuáles serán sus objetivos generales y específicos;

la persona aprenderá a medir los indicadores que afectan generalmente a las empresas a través de un sistema subjetivo que se elaboró en estudio documental.

Se aplicó los indicadores de éxito, los factores internos y externos y por consiguientes el análisis general FODA, para tener en claro las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que existen en el estudio de las tres empresas textiles

las cuales tienen varios años en el mercado pero ninguna de las tres pudo adaptarse a la era digital, la limitada comunicación entre los clientes potenciales y la empresa impide futuras negociaciones.

Sin embargo la empresa DINTEX S.A se convirtió en la empresa más competitiva, tomando como base las conceptualizaciones que afianzan el texto escrito, así como el análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de las demás empresas establecido por los indicadores de medición, dando resultados, los cuales se ven reflejados en los gráficos. Es por ello la importancia de incluir en toda empresa no solo textil sino de diversos productos las diferentes estrategias que ofrece el márketing o el uso de sus estrategias, con la única finalidad de volverlos más competitivos y poder enfrentarse ante los nuevos cambios en éste mundo globalizado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Balarezo, T., & Jaya, D. (2013). Estimación de los costos de producción para la empresa textil caso prendas de vestir en la CIudad de Quito. Quito: Universdiad Politécnica Salesiana.
 Betancourt, B. (2012). Análisis sectorial y competitividad. Universidad del Valle: Ediciones ECOE.
 Blasco, M., & Campa, F. (2014). Guía para la autoevaluación de las empresas. Bogotá: Editorial ACCID.
 Caceres, J. (2015). Industria TExtil. EKOS, 40-15.
 Coello, M. (2015). La competencia para los textileros ecuatorianos aumenta. Lideres, 3. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/competencia-textileros-ecuatorianos-aumenta.html>
 Cristerna, E., & Calderón, M. (2013). El escenario de competencia de la industria gastronómica de Cancúm. Basado en las cinco fuerzas de Porter. El Peripo Sustentable, 3-31.
 Guayaquil, U. d. (2016). Primer Congreso Internacional de marketing 2016. Retos y perspectivas para el posicionamiento del proudcto Ecuatoriano en el Mercado Global. Guayaquil: Ing. Fabrizio Andrade.
 Inversión, I. d. (2012).

Análisis

sectorial de téxtiles y confecciones. Quito: PRO Ecuador. Lideres, R. (2017). Sector textil es el seguro del Ecuador que genera mas empleo. Revista Lideres, 35.
 López, A., Guadalupe, F., Cueva, Á., & Martínez, D. (13 de julio de 2017). Propuesta de estrategias de mejora basadas en análisis FODA en las pequeñas empresas de Arandas, Jalisco.. Mexico. Redalyc., 13(3), 417-424.
 Munguía, V., Torres, B., & Cuenca, Q. (2014). La competitividad de los productos textiles mexicános en el merco de la Alianza dle Pacífico. Revista d eEstudios en Contaduría, Administración e Informática, 67.
 Ordoñez, M. (2015). Los dos lados de la tela. Revista Gestión , 59-255.
 Philip, K. (2012). Dirección de Mercadotécnia. México: Prentice Hall.
 Ricalde, B. (2016). Proceso Administrativo. España: Editorial Digital UNID.
 Rivera, A. G., & Méndez, S. (2012). Manual para la realización del análisis de las fuerzas d emercado en pymes. Bogota: Universidad del Rosario. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/86436853.pdf>
 Salgado, L., Salim, O., Rivera, G., & Reyes, G. (2017). Análisis FODA sobre el uso de la inteligencia competitiva en pequeñas empresas de la industria del vestido. Revista Científica "Visión de Futuro", 21, 78-99.
 Santamaria, A. (2015). Análisis Sectorial. España: Practice Hill.
 Torres, B. (2010). Metodología de la investigación. México: Pearson Education.

, iii

Equipo de Gerencia

Equipo de ventas

Equipo de planificación y elaboración de proyectos

Equipo de recursos humanos

Equipo financiero Fortalezas ¿En qué eres bueno? ¿Tienes algo que te diferencia?
Oportunidades ¿Qué oportunidades tienes a tu alcance? ¿De qué tendencias te puedes
diferenciar? Debilidades ¿Qué puedes mejorar? ¿Tienes menos ventajas que otros? Amenazas
¿Qué te podría distraer? ¿Qué hace tu competencia? FORTALEZAS CALIDAD EN LOS
PRODUCTOS/ SERVICIOS CAPACIDAD GERENCIAL ALTA CAPACIDAD DEL PERSONAL

OPORTUNIDADES AMPLIO MERCADO DESARROLLO TECNOLÓGICO TRATADOS DE LIBRE
COMERCIO DEBILIDADES FALTA DE CAPACITACIÓN CONSTANTE SATURACIÓN RÁPIDA DEL
PERSONAL AMENAZAS CRECIENTE NÚMERO DE COMPETIDORES INCERTIDUMBRE POLÍTICA
CONVENIOS CON OTROS PAÍSES TEXTILES DINTEX S.A CALIFICACIÓN

PRECIO CALIDAD CAPACITACIÓN PROGRAMAS PERSONALIZADOS FALTA DE HERRAMIENTAS
VANGUARDIA E INNOVACIÓN 2 4 3 4 3 2 MODATEX S.A CALIFICACIÓN

PRECIO CALIDAD CAPACITACIÓN PROGRAMAS PERSONALIZADOS FALTA DE HERRAMIENTAS
VANGUARDIA E INNOVACIÓN 2 1 2 1 1 3 LISBETH S.A CALIFICACIÓN

PRECIO CALIDAD CAPACITACIÓN PROGRAMAS PERSONALIZADOS FALTA DE HERRAMIENTAS
VANGUARDIA E INNOVACIÓN 1 3 1 1 1 1

CALIDAD EN LOS PRODUCTOS/ SERVICIOS CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL
CALIFICACIÓN TOTAL PESO DINTEX S.A MODATEX S.A LISBETH S.A 0.3 4 1.2 1 0.3 1 0.3 FALTA
DE CAPACITACIÓN CONSTANTE CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN
TOTAL PESO DINTEX S.A MODATEX S.A LISBETH S.A 0.1 2 0.2 2 0.2 1 0.1 CAPACIDAD GENERAL
CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL PESO DINTEX S.A MODATEX
S.A LISBETH S.A 0.25 4 1 3 0.75 1 0.25 SATURACIÓN RÁPIDA DEL PERSONAL CALIFICACIÓN
TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL PESO DINTEX S.A MODATEX S.A LISBETH
S.A 0.15 1 0.15 1 0.15 1 0.15 ALTA CAPACIDAD DEL PERSONAL CALIFICACIÓN TOTAL
CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL PESO DINTEX S.A MODATEX S.A LISBETH S.A 0.2 3
0.600000000000000009 1 0.2 1 0.2 TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL CALIFICACIÓN TOTAL
CALIFICACIÓN TOTAL PESO DINTEX S.A MODATEX S.A LISBETH S.A 1 14 3.15 8
1.5999999999999999 5 1

DINTEX S.A AMPLIO MERCADO CRECIENTE NÚMERO DE COMPETIDORES DESARROLLO
TECNOLÓGICO INCERTIDUMBRE POLÍTICA TRATADOS DE LIBRE COMERCIO CONVENIOS CON
OTROS PAISES TEXTILES 4 1 3 2 3 2 MODATEX S.A AMPLIO MERCADO CRECIENTE NÚMERO DE
COMPETIDORES DESARROLLO TECNOLÓGICO INCERTIDUMBRE POLÍTICA TRATADOS DE LIBRE
COMERCIO CONVENIOS CON OTROS PAISES TEXTILES 2 1 2 1 1 3 LISBETH S.A AMPLIO
MERCADO CRECIENTE NÚMERO DE COMPETIDORES DESARROLLO TECNOLÓGICO
INCERTIDUMBRE POLÍTICA TRATADOS DE LIBRE COMERCIO CONVENIOS CON OTROS PAISES
TEXTILES 1 1 1 1 3 1

Hit and source - focused comparison, Side by Side:

Left side: As student entered the text in the submitted document.

Right side: As the text appears in the source.
