

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniera de Empresas**

**TEMA: “El comportamiento socio-económico de los negocios
inclusivos en la provincia de Tungurahua”**

AUTORA: Maira Marisol Talahua Azas

TUTOR: Ing. William Fabián Teneda Llerena, Mg.

AMBATO-ECUADOR

Agosto 2020



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mg. William Fabián Teneda Llerena

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**El comportamiento socio-económico de los negocios inclusivos en la provincia de Tungurahua**” presentado por la señorita **Maira Marisol Talahua Azas**, para optar por el título de Ingeniera de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 26 de mayo del 2020

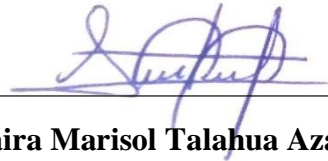


Ing. Mg. William Fabián Teneda Llerena

C.I. 180167004-1

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo **Maira Marisol Talahua Azas**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Maira Marisol Talahua Azas

C.I.1804260170

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. MBA. Marcelo Javier Mancheno Saa.

C.I. 1803549219



Ing. MBA. César Andrés Guerrero Velástegui

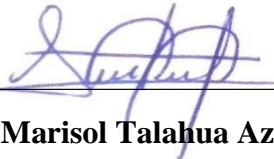
C.I. 1803101243

Ambato, 12 de junio del 2020

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.



Maira Marisol Talahua Azas

C.I:1804260170

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por brindarme la fuerza y valentía para seguir adelante a pesar de los obstáculos que han presentado durante mi vida y me permite culminar uno más de mis sueños.

A mis Padres por haber hecho de mí una persona de bien, por brindarme su apoyo, amor incondicional y no permitirme declinar en mí caminar para alcanzar un peldaño más en mí vida.

A mis amigas y amigos personas que contribuyeron con su apoyo cuando lo he necesitado.

Sin embargo, deseo enfatizar un especial agradecimiento, a los docentes de la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas por los conocimientos que me han sabido impartir a lo largo de mi carrera.

Una consideración y estima a mi Tutor. Ing. William Teneda, por su invaluable ayuda y orientación para la ayuda de este proyecto.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por darme la fortaleza y la Bendición para la alcanzar una meta más en mi vida.

A mis padres, por ser un pilar muy fuerte en mí caminar brindándome su apoyo, guía y consejo, sobre todo nunca dejarme rendir, son quienes han estado siempre pendientes en mi vida estudiantil.

A mi hijo Sebastián, quién día a día con sus ocurrencias me alegra mis días y es mi motor primordial para seguir adelante.

A mis amigos y amigas, por haberme apoyado y ser mi fortaleza para elaborar este proyecto, por su apoyo, paciencia y sobre todo estar a mi lado cuando más las he necesitado.

Maira Talahua

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE FIGURA	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT	xiv
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1 Antecedentes de la investigación	1
1.2 Descripción conceptual de la variable independiente: El comportamiento socio-económico	3
1.2.1 Comportamiento socio-económico	3
1.2.2 Características socio-económica	4
1.2.3 Indicadores socio-económicos	4
1.2.4 Niveles socio-económicos.....	6
1.2.5 Grupo A (alto).....	6
1.2.6 Grupo B (Nivel medio)	7
1.2.7 Grupo C+ (nivel típico).....	8
1.2.8 Grupo C- (nivel bajo).....	10
1.2.9 Grupo D (nivel bajo)	11
1.2.10 Nivel socio-económico de Negocios inclusivos del sector textil Tungurahua	12
1.3 Importancia del socio-económico	13
1.3.1 Factores determinantes del socio-económico.....	13
1.3.2 Ventajas del socio-económico.....	15
1.4 Negocios inclusivos	15
1.4.1 Conceptos.....	16

1.4.2 Esquema de los negocios inclusivos	20
1.4.3 Beneficios de los negocios inclusivos.....	22
1.4.4 Característica de los negocios inclusivos	23
1.4.5 Impacto de los Negocios inclusivos en la Pobreza	24
1.4.6 Ventajas al desarrollar un negocio inclusivo en la base de la pirámide	25
1.4.7 Cadena de valor de los Negocios inclusivos	26
1.4.8 Entidades Gubernamentales de apoyo a los negocios inclusivos.....	27
1.4.9 Importancia de los negocios inclusivos.....	28
1.5 Casos de Negocios inclusivos en el sector textil de Latino América.....	29
1.6 Objetivos	31
1.6.1 Objetivo general.....	31
1.6.2 Objetivos específicos	31
CAPÍTULO II.....	33
METODOLOGÍA	33
2. 1 Enfoque cualitativo	33
2.1.2 Encuesta	33
2.1.3 Paradigma.....	33
2.1.4 Método	33
2.1.5 Diseño de investigación	33
2.1.6 Tipo de investigación	34
2.1.7 Niveles de investigación	34
2.1.8 Población y muestra	34
2.1.9 Muestra.....	35
2.2 Recolección de información.....	36
2.2.1 Validación del instrumento	36
CAPITULO III.....	38
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	38
3.1 Análisis y discusión de los resultados.....	38
3.1.1 Análisis de negocios inclusivos del sector textil.....	38
3.1.2 Tipos de negocios inclusivos en el mundo.....	39
3.1.3 Negocios inclusivos en el sector textil en el Ecuador	41
3.1.4 Desafío de las empresas en Ecuador	42
3.1.5 Sector textil de la Provincia Tungurahua	43

3.1.6 Presentación actividad económica Tungurahua	44
3.1.7 El sector textil Ecuador representa el PIB industrial	45
3.1.8 Negocios inclusivos del sector textil de Tungurahua.....	45
3.2 Análisis de las encuestas	47
3.3 Discusión.....	59
CAPITULO IV	60
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	60
4.1 Conclusiones	60
4.2 Recomendaciones.....	60
BIBLIOGRAFÍA.....	61
ANEXOS.....	68

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1. Nivel socio-económico	12
Figura 2. Relación entre Empresas y comunidades de bajos ingresos de los NI	20
Figura 3. Pirámide económica	24
Figura 4. Niveles de ingresos de personas según países en la BdP	38
Figura 5. Segmentación de la base de la pirámide en función de los ingresos	38
Figura 6. Tipos de negocios inclusivos en el mundo	40
Figura 7. Principales Provincias de industrias textiles en el Ecuador.....	41
Figura 8. Categoría de empresas en los negocios inclusivos del sector textil	42
Figura 9. Actividad económica Tungurahua.....	44
Figura 10. PIB del Ecuador.....	45
Figura 11. Negocios inclusivos.....	46
Figura 12. Desconocen los NI.....	46
Figura 13. Personas	47
Figura 14. Tiempo.....	48
Figura 15. Nivel	49
Figura 16. Escuchado.....	50
Figura 17. Partícipe.....	51
Figura 18. Beneficios	52
Figura 19. Incursionar.....	53
Figura 20. Calidad.....	54
Figura 21. Contribuyente	55
Figura 22. Mejoran.....	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Nivel socio-económico de negocios inclusivos	12
Tabla 2. Personas de escasos recursos como socios, proveedores o distribuidores ..	22
Tabla 3. Personas de escasos recursos como consumidores	23
Tabla 4. Alfa de Cronbach	36
Tabla 5. Desafíos.....	43
Tabla 6. Comparación de empresas textiles por años	43
Tabla 7. Número de negocios inclusivos	45
Tabla 8. Desconocen el tema.....	46

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene el propósito de estudiar el comportamiento socio-económico de los negocios inclusivos en el sector textil de la Provincia de Tungurahua, esto permite conocer que los productos son de consumo masivo en el sector, uno de los principales objetivos es la satisfacción de los clientes.

Dicha investigación, se llevó a cabo con 102 negocios del sector textil de la Provincia Tungurahua, por medio de esta principal fuente de información se ejecutó el proyecto de investigación, donde se pudo evidenciar que en su mayoría de las empresas del sector textil desconocen el tema de los negocios inclusivos.

Para la ejecución de la investigación, se utilizó encuesta como instrumento facilitador de recolección de datos de los negocios inclusivos en el sector textil dedicadas específicamente a actividades de confección, donde se pudo lograr valiosa información basándose en los resultados adquiridos se identificó factores que influyen en mejorar la calidad de vida y desarrollo económico en la sociedad.

Finalmente, el resultado de la investigación arrojó realizar una capacitación sobre los negocios inclusivos en el sector, donde se beneficiarían tanto las empresas como las personas de escasos recursos integrando en la cadena de valor, ya que rige rentabilidad y sostenibilidad y el desarrollo de la economía, y por ende ser más competitivos en el mercado, donde se abrirá oportunidades de incrementar empleos así mejorar la calidad de vida, y reducir la pobreza.

PALABRAS CLAVES: PROYECTO SOCIOECONÓMICO, NEGOCIOS INCLUSIVOS, SECTOR TEXTIL, INVESTIGACIÓN, CAPACITACIÓN.

ABSTRACT

The present research work has the purpose is to study the socio-economic behavior of inclusive businesses in the Tungurahua Province, this allows knowing that the products are of mass consumption in the textile ambit, one of the main objectives is to customers satisfaction.

This investigation was carried out with 102 businesses in the textile sector of the Tungurahua Province. Through this main source of information, the research project was carried out, where it was evident that most of the companies in the textile ambit are unaware of the subject of inclusive businesses.

For the execution of the research, a survey was used as a facilitating instrument to collect data from inclusive businesses in the textile ambit dedicated specifically to clothing activities, where valuable information could be obtained based on the results obtained, factors influencing improvement were identified the quality of life and economic development in society.

Finally, the result of the research yielded a training on inclusive business in the sector, where both companies and people with complex resources would benefit by integrating into the value chain, which governs profitability and sustainability and the development of the economy and for being more competitive in the market, where opportunities to increase jobs are opened, thus improving the quality of life and reducing poverty.

KEY WORDS: SOCIOECONOMIC, INCLUSIVE BUSINESSES, TEXTILE SECTOR, RESEARCH, TRAINING.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

A nivel mundial en la Universidad sede de Bogotá Colombia se realizó un artículo científico con una investigación similar al tema de investigación realizado por los Autores Ángel Chaparro y Campo López con el tema “EL COPOAZÚ Y LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS, UNA ESTRATEGIA SOCIOECONÓMICA EN FLORENCIA-CAQUETA” realizado en Colombia y publicado el 10 de septiembre del 2017.

Dicha investigación se serializó con el fin de desarrollar un modelo de negocios inclusivos a mediano plazo, desde la producción y comercialización del copoazú con el fin de determinar una contribución positiva para mitigar el flagelo de la violencia y desigualdad se caracteriza en reducir los altos índices de pobreza en la región. (Chaparro-Orozco & López-Rodríguez, 2017)

A nivel nacional en la Universidad Espíritu Santo del Ecuador de la Facultad de Economía existe una investigación similar sobre un artículo académico del autor Pedro Mauricio Andrade con su respectivo tema de graduación: “NEGOCIOS INCLUSIVOS COMO FUENTE DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO EN GUAYAQUIL”, desarrollado en la ciudad de Guayaquil en el año 2015.

El propósito de esta investigación es resaltar los negocios inclusivos mediante inclusión de las personas de escasos recursos mejorar el estilo de vida de las poblaciones vulnerables así obteniendo un mejor resultado en disminuir los niveles de pobreza. (Andrade, 2015)

A su vez, para (Montenegro, Uribe, Garizabal, & Sánchez, 2017) en Ecuador, con su investigación de tema “NEGOCIOS INCLUSIVOS BENEFICIO COMPARTIDO ENTRE EMPRESAS Y POBLACIONES VULNERADAS DE LATINOAMÉRICA”, en el año 2017; se han implementado los negocios inclusivos para aprovechar las poblaciones vulnerables de campesinos pobres dedicados a la agricultura, que poseen menos de 10 hectáreas, ubicados en la provincia del Guayas,

con lo cual se refleja un impacto en las acciones de mejora de la producción, precios justos y acceso al crédito; mejora de la calidad de vida de los pequeños productores y la empresa se beneficia de producción permanente y de calidad con proveedores locales.

Por otro lado, también existen casos particulares en Ecuador de negocios inclusivos, como Pronaca que ha trabajado hace más de 20 años bajo la modalidad de agricultura bajo contrato 28 con medianos y grandes productores ecuatorianos, pues compra maíz a gran parte de agricultores controlando en su mayoría la red de producción. Similarmente, Nestlé posee modelos específicos de negocios inclusivos y como Ecuador es el segundo productor de aceite de palma en Latinoamérica, contratan gran personal a más bajo costo, pero generan mayor empleo (Muñoz, 2016).

La situación socio-económica de algunos países Latinoamericanos es perjudicial debido a los altos niveles de pobreza según datos obtenidos de (La Hora, 2019), en la actualidad la ciudad de Ambato se encuentra en tercer lugar con mayor índice de pobreza con el 8,4%, superada por Guayaquil con el 9,9% y Machala con el 8,6%, la urbe con bajo registro es Cuenca con el 4,2%. Debido a los años 2017-2018 en Ambato hubo un decremento en pobreza de 2,9% sin embargo, la pobreza extrema es de 2,1%. Es importante manifestar que un individuo pobre adquiere un ingreso familiar per cápita menor a \$84,79 mensuales, finalmente el pobre extremo obtiene menos de \$47,78.

1.2 Descripción conceptual de la variable independiente: El comportamiento socio-económico

La primera variable a ser analizada dentro de ésta investigación es el término socio económico, pues se refiere a los factores sociales y económicos de una nación, y aporta a un desarrollo económico y de la matriz productiva.

1.2.1 Comportamiento socio-económico

Definición

Éste término debate de la disciplina económica, donde mantiene la rigurosidad científica a través de esto se diferencia de la neoclásica; mediante con las fronteras disciplinarias en la nueva economía del conocimiento principal. También, se enfoca en una visión de la realidad completa de otras normas sociales, la economía es una realidad social, portadora de instituciones éticas y políticas (Poveda & Galindo, 2015).

Similarmente, socio-economía para Rayon (2016) es el análisis de conjunto de los factores sociales y económicos de un país donde permite crecer el nivel de vida de una forma progresiva y permanente por medio de la utilización de sus propios recursos naturales y humanos.

Del mismo modo, según Medina & Gibert (2017) definen la socio-económica como un paradigma económico social alternativo; por medio de esto se pretende que la economía neoclásica enfrente el problema de su propio campo donde afecta a la economía y a la sociología.

Cabe destacar que, de acuerdo a (Osorio-Bayter, 2012) la academia y las empresas de economía solidaria juegan un papel importante en el crecimiento del capital social, en la medida en que la cultura solidaria transporte las identidades rotas por la situación de conflictos internos y la capacitación en un amplio componente de cooperación y ayuda mutua.

De acuerdo a (Diaz, 2017) la socio-economía posee una economía inmersa a la realidad social y cultural donde no es un sistema cerrado, por medio de los intereses organiza comportamientos competitivos donde no son complementarios y armónicos; respectivamente procura reconducir la ciencia económica y solo con la maximización de una utilidad. A través de ésta, se trata de explicar las maneras de las condiciones

morales y sociales donde fluye el comportamiento del ahorro, mercados y la productividad y los incentivos laborales.

Además, la socio-economía de acuerdo a (Figueras, 2009) es un intento de incorporar, estructurada y armoniosamente, al análisis económico conceptualizaciones de la sociología, la psicología y las ciencias políticas.

1.2.2 Características socio-económica

Con respecto a Confederación Hidrográfica del Júcar (2010) las principales características de socioeconómicas están conformado por tres elementos:

- **Población:** Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos Ecuador obtuvo la población de 17'096.789 de habitantes (Ecuavisa, 2018); son tres provincias que superan con habitantes son Guayas siguiente Pichincha y Manabí.
- **Actividad económica:** Ecuador posee varias actividades económicas como son: las actividades primarias, donde destaca la agricultura y explotación del petróleo; las actividades secundarias, está compuesto por industrias donde están encargados de transformar la materia prima donde el país tiene un rol importante en la economía; actividades terciarias se considera las ventas minoristas, el turismo y los servicios financieros etc. (Actividades económicas de Ecuador, 2017)
- **Usos de agua:** según datos revelados de SENAGUA 2011 agrícola utiliza el 80% del caudal, y el 13% consumo doméstico por otra parte el 7% lo utilizan las industrias (Ministerio del Medio Ambiente, 2012).

1.2.3 Indicadores socio-económicos

Vivienda: es parte de alojamiento visible e importante y las condiciones de vida de un hogar, que ofrece protección y seguridad a quienes habitan. También posee a accesos de servicios básicos como: agua, electricidad, servicio higiénico se agrupan las mejores condiciones de vida de la población. (INEC, 2015)

Mientras tanto el informe establecido del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), da a conocer que el Ecuador tiene un déficit habitacional de 31% de hogares corresponde, a 5,2 millones de personas. Esto abarca el 10% de los hogares equivale

a 1,7 millones de seres humanos no cuentan con vivienda propia, cabe destacar los que poseen, en bajas condiciones, razón por la cual se ven afectados más de 6 millones de ciudadanos. (La Hora, 2018)

Salud: mediante la publicación de Organización Mundial de Salud se define un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solo la falta de dolencias o enfermedades (Moreno, 2008).

El Ecuador cuenta con sistema está compuesto por sector, público y privado. En el sector público el Ministerio de Salud Pública (MSP), mediante ello se integran las demás instituciones como el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y en el sector privado constan entidades con fines de lucro consultorios, proveedores de seguros privados, etc. (Lucio, Villacrés, & Henríquez, 2011).

En el Ecuador la salud existe mejoras en los últimos años, esto significa la mejora en atención y servicio de calidad gratuito a los pacientes, mediante doctores especializados, entre los años 2007-2017 se invirtió 16'525,92 miles de millones de dólares; donde el país presentó mejoras no solo en la infraestructura además mejoró la calidad de sus servicios con mayor cobertura. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017)

Educación: es un derecho de todos los humanos y un deber del Estado, sin discriminación alguna, Ecuador proyectó como objetivo transformar un sistema educativo de acceso masivo, de calidad y gratuito. A partir de los años 2016-2017 invirtió 24.176 mil millones de dólares en gastos corrientes, con el fin de mejorar la educación del pueblo ecuatoriano. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017)

Tecnología: como afirma INEC en el año 2017 tuvo un ascenso de computadoras en los hogares de 12,1 puntos, además 9 de cada 10 individuos contaban con teléfono celular; de igual manera el uso del internet en los hogares ha incrementado en 14,7 puntos. Como lo hace notar que cada año las personas van adquiriendo un equipo tecnológico. (Tecnologías de la Información y Comunicaciones, 2017)

Remuneración: es la suma de dinero que recibe o se paga mensualmente a los empleados u obreros por un tiempo de trabajo determinado o realización de tarea. Posee valores de sueldo y salario.

El sueldo básico unificado (SBU) en el Ecuador que estableció para el año 2020 es de \$400,00; lo dio a conocer el Gobierno Nacional del país, donde se obtuvo un incremento de \$6 (El Universo, 2019).

1.2.4 Niveles socio-económicos

Por lo tanto, el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC, 2011) forma cinco grupos socioeconómicos:

- ✓ A (alto)
- ✓ B (medio alto)
- ✓ C+ (medio tónico)
- ✓ C- (medio bajo)
- ✓ D (bajo)

1.2.5 Grupo A (alto)

✓ Vivienda

El piso de estas viviendas es de duela, parquet, tablón o piso flotante.

Básicamente en promedio tienen dos cuartos de baño con ducha específica para el hogar.

✓ Bienes

Poseen de servicio telefónico convencional.

Cuentan con refrigerador.

Poseen de cocina de horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.

Tienen en promedio de dos televisores a color.

Adquieren hasta dos vehículos de uso exclusivo para el hogar.

✓ Tecnología

Tienen acceso al servicio de internet.

En gran mayoría poseen computadoras de escritorio y/o portátil.

Disponen de 4 teléfonos celulares en el hogar como promedio.

✓ **Hábitos de consumo**

Adquieren la mayor parte de su vestimenta en centros comerciales.

Usan internet.

Tienen correo electrónico personal.

La mayoría de los hogares están registrados en la página social en internet.

Lo hogares de este nivel han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

✓ **Educación**

El jefe de hogar posee nivel de instrucción superior y son pocos que alcanza estudios de post grado.

✓ **Economía**

Los profesionales se desempeñan como científicos, intelectuales, miembros del poder ejecutivo, de los cuerpos legislativos, personal del directivo de la Administración pública y de empresa.

Los miembros de los hogares están afiliados o cubierto por el seguro IESS y/o seguro de ISSFA o ISSPOL.

Tienen seguro de salud privada con o sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.

1.2.6 Grupo B (Nivel medio)

✓ **Vivienda**

Posee material predominante del piso de estas viviendas es de duela, parquet, tablón o piso flotante.

Cuenta con promedio de dos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

✓ **Bienes**

Poseen de servicio telefónico convencional.

Cuentan con refrigerador.

Poseen de cocina de horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.

Tienen en promedio de dos televisores a color.

Tiene un vehículo de uso exclusivo para el hogar.

✓ **Tecnología**

Tienen acceso al servicio de internet y computadora de escritorio.

Cuenta con computadora portátil.

Disponen de tres celulares en el hogar como promedio.

✓ **Hábitos de consumo**

Consiguen la mayor parte de su vestimenta en centros comerciales.

Utilizan internet.

Tienen correo electrónico personal.

La mayoría de los hogares están registrados en la página social en internet.

Han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

✓ **Educación**

El jefe de hogar posee nivel de instrucción superior.

✓ **Economía**

Los profesionales se desempeñan como científicos, intelectuales, técnicos y profesionales aun nivel medio.

Los miembros de los hogares están afiliados o cubierto por el seguro IESS y/o seguro de ISSFA o ISSPOL.

Tienen seguro de salud privada con o sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.

1.2.7 Grupo C+ (nivel típico)

✓ **Vivienda**

El piso de estas viviendas es de cerámica, baldosa, vinil o marmetón.

Tiene un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

✓ **Bienes**

Poseen de servicio telefónico convencional.

Cuentan con refrigerador.

Poseen de cocina de horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.

Tienen en promedio de dos televisores a color.

✓ **Tecnología**

Tienen acceso al servicio de internet y computadora de escritorio.

Cuenta con computadora portátil.

Disponen de dos celulares en el hogar como promedio.

✓ **Hábitos de consumo**

Consiguen la mayor parte de su vestimenta en centros comerciales.

Utilizan internet.

Tienen correo electrónico personal.

La mayoría de los hogares están registrados en la página social en internet.

Han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

✓ **Educación**

El jefe de hogar posee nivel de instrucción de secundaria completa.

✓ **Economía**

Se desempeñan como trabajadores de servicios, comerciantes y operadores de instalación de máquinas y montadores.

Está afiliado o cubierto por el seguro IESS y/o seguro de ISSFA o ISSPOL.

Tienen seguro de salud privada con o sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales.

1.2.8 Grupo C- (nivel bajo)

✓ Vivienda

El material predominante del piso de estas viviendas son ladrillo o cemento.

Tiene un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

✓ Bienes

Poseen de servicio telefónico convencional.

Cuentan con refrigerador y cocina con horno.

Poseen lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.

Tienen en promedio de un televisor a color.

✓ Tecnología

Tienen computadora de escritorio.

Disponen de dos celulares en el hogar como promedio.

✓ Hábitos de consumo

Adquieren la mayor parte de su vestimenta en centros comerciales.

Usan internet.

Tienen correo electrónico personal.

La mayoría de los hogares están registrados en la página social en internet.

Han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

✓ Educación

El jefe de hogar posee nivel de instrucción de primaria.

✓ Economía

Se desempeñan como trabajadores de servicios, comerciantes y operadores de instalación de máquinas y montadores varios de ellos están inactivos.

Está afiliado o cubierto por el seguro IESS y/o seguro de ISSFA o ISSPOL.

Tienen seguro de salud privada con o sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.

1.2.9 Grupo D (nivel bajo)

✓ Vivienda

El material predominante del piso de estas viviendas son ladrillo o cemento, tabla sin tratar o tierra.

Tiene un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

✓ Bienes

Poseen de servicio telefónico convencional.

Cuentan con refrigerador y cocina con horno.

Poseen lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.

Tienen en promedio de un televisor a color.

✓ Tecnología

Disponen de un celular en el hogar como promedio.

✓ Hábitos de consumo

Usan internet.

Han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

✓ Educación

El jefe de hogar posee nivel de instrucción de primaria.

✓ Economía

Se desempeñan como trabajadores no calificados, trabajadores de los servicios, comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores varios de ellos están inactivos.

Está afiliado o cubierto por el seguro IESS y/o seguro de ISSFA o ISSPOL.

1.2.10 Nivel socio-económico de Negocios inclusivos del sector textil Tungurahua

Tabla 1. Nivel socio-económico de negocios inclusivos

Nivel	Negocios inclusivos	%
A alto	10	9,8
B Medio	14	13,7
C+ medio típico	25	24,5
C- medio bajo	45	44,2
D bajo	8	7,8
	102	100

Elaborado por: Maira Talahua

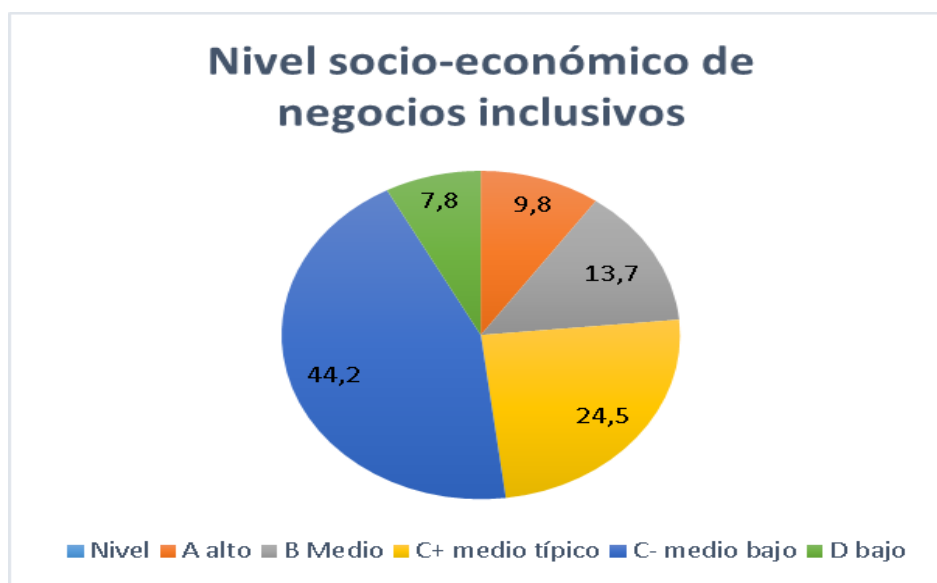


Figura 1. Nivel socio-económico

Elaborado por: Maira Talahua

En cuanto al análisis respectivo del nivel socio-económico de los negocios inclusivos en el sector textil se detalla que 9,8% de negocios se encuentran en el nivel alto, mientras que 13,7% de negocios en el nivel medio, 24,5% de negocios en el nivel

medio típico, y 44,2% negocios en el nivel medio bajo, y por el último 7,8% de negocios en el nivel bajo.

1.3 Importancia del socio-económico

En referencia a Rayon (2016) la importancia del comportamiento socio-económico radica en que por medio de este análisis económico en el mundo de los negocios, permite enfatizar la importancia de la satisfacción y las necesidades de los consumidores y productores en los mercados donde se interactúan. De esta manera se analiza el funcionamiento de la economía, esto permite realizar eficazmente negociaciones en el mercado laboral. A través del estudio de la utilización de la economía se impulsa la capacidad para analizar los recursos de la empresa, por medio de un estudio de los factores como son sociales y económicos.

En ese sentido, la academia puede incentivar a sus estudiantes, hacia la originalidad, creatividad y al desarrollo de la capacidad innovadora; promoviéndose la sensibilidad hacia las tendencias socioeconómicas, en donde se pueden proponer vías o modelos productivos de organización alternativo, democrático y participativo, con lo cual se direcciona a través de nuevas empresas o a las ya existentes; así como a la generación de puestos de trabajo con ideas innovadoras y de riqueza intelectual. De esta forma, cada individuo se considera un ente de desarrollo alternativo y capital social de su propia organización o para la que trabaje, convirtiéndose en un emprendedor (Osorio-Bayter, 2012). Concuerdan con ésta aseveración, puesto que actualmente, se debe educar para mejorar la sociedad con la finalidad de ofrecer oportunidades reales de desarrollo a todo ser humano e ir reduciendo las enormes diferencias socioeconómicas existentes entre unos sujetos y otros; para lo cual se debe producir un importante cambio cultural sobre el que edificar un nuevo modelo de desarrollo socioeconómico más justo y equilibrado.

1.3.1 Factores determinantes del socio-económico

Por otro lado, en referencia a (Galindo-Calvo, 2007) las claves económicas o culturales determinan de manera desigual la resolución de las diversas situaciones, siendo las culturales, en su mayoría las que mayor influencia ejercen de cara al mantenimiento o desenlace de las circunstancias que caracterizan cada situación. No se pueden obviar que los factores económicos, así como la norma y la legislación juegan un papel

imprescindible para el desarrollo económico de una región; y marcan las relaciones empresariales, financieras, bursátiles y laborales en un grado de influencia considerable. Pero, existen otros elementos de determinación que deben ser tomados en cuenta, como las estrategias de mejoramiento y reajuste de la vida socioeconómica y laboral de la población activa en particular y de la sociedad en general.

De esta forma, se debe considerar la doble realidad, objetiva -coyuntura económica -y subjetiva -cultura -que determina su desarrollo socioeconómico, pues el diagnóstico de las causas y problemas, así como la definición de las estrategias encaminadas a la intervención dirigida a afrontar la evolución y necesaria readaptación, se consolidan mutuamente para complementarse en algo tangible de la realidad social (Galindo-Calvo, 2007).

En un contexto de crisis económica a escala planetaria, (Martínez & Amador, 2010) el desarrollo socio-económico enfrenta problemas de pobreza y marginación. Donde se puede analizar la noción de desarrollo desde una perspectiva socio-histórica, y desde su origen con el proceso de Revolución Industrial a mediados del siglo XIX hasta la actualidad, observándose que dicho término no se puede entender exclusivamente como sinónimo de crecimiento económico, sino que más bien se trata de un término interdisciplinar en el que se interrelacionan los aspectos educativos, sociales, políticos, culturales, etc., además de los económicos. También, se puede analizar desde una redefinición del concepto de desarrollo, pues a pesar de que se han producido avances importantes en este sentido al menos a nivel teórico, lo cierto es que las desigualdades sociales y económicas no paran de aumentar inclusive dentro de los países denominados a sí mismos desarrollados. Donde la educación juega un papel decisivo en todo este proceso, para definir y establecer patrones de crecimiento y desarrollo basados en los principios de sostenibilidad, equidad y compromiso social dejando a un lado los clásicos criterios economicistas, materialistas y tremendamente individualistas que han caracterizado tradicionalmente dicho concepto.

Por tanto, se puede inferir que la relación existente entre cultura y desarrollo se sustenta en que una serie de componentes socioculturales, que predisponen los comportamientos y toma de decisiones de cara al desarrollo, tanto personal, como económico y social. Incluyéndose los valores, creencias y actitudes de una persona o

grupo. De este modo, si un empresario enfrenta la gestión de su empresa considera positivos valores como la libertad, la participación, la honestidad, la solidaridad, la responsabilidad o la justicia, o por el contrario le parecen más positivos valores como el prestigio, el status, la riqueza, el riesgo, la deshonestidad o la falsedad. Así la forma en que se enfrenta a la gestión de acuerdo a sus valores plasma su forma de pensar y su forma de ser, su personalidad y lo que debe ser o no ser en referencia a su criterio (Galindo-Calvo, 2007).

1.3.2 Ventajas del socio-económico

El socio-economía, puede ocuparse de los problemas de los que se ocupa la economía o la sociología. Pero la diferencia es que el socio-economía no agotará su análisis sobre la base de un enfoque únicamente económico, o únicamente sociológico, sino que integra estas dos perspectivas. La característica principal de la socio-economía, sobre esta base, es la de ser una disciplina intersecada, o una disciplina de intersección. Esto significa que sus contenidos están en una región delimitada que es común a la sociología y a la economía (Medina & Gibert , 2017).

Beneficios percibidos por las personas, son beneficios no monetarios percibidos de manera subjetiva por las personas o definidos, igualmente de manera subjetiva, por profesionales o especialistas de determinadas materias. Un ejemplo claro, del socio-económico es que, si pone en marcha un proyecto para crear empleo, se puede generar interés en evaluar la calidad de los empleos creados. Los beneficios objetivos no monetarios, se tratan de beneficios que su cuantificación ya está definida. Por ejemplo: el número de empleos creados, porcentaje de mujeres en puestos de dirección, entre otros. Finalmente, los beneficios monetarios se refieren a la rentabilidad de una inversión realizada, es decir, a los beneficios financieros que se consiguen por una actividad empresarial o comercial (Sabalza, 2006).

1.4 Negocios inclusivos

La segunda variable a ser analizada dentro de esta investigación es el término negocios inclusivos, que vinculan a poblaciones vulnerables dentro de la vida empresarial y aportan a la cadena de valor de un negocio.

1.4.1 Conceptos

Para Mejía (2014) revela que los negocios inclusivos son una estrategia empresarial, donde participan de provecho las comunidades de bajos ingresos en las cadenas de valor de las empresas mediante el desarrollo de los productos y servicios que satisfacen las necesidades y mejoran la calidad de vida de las comunidades de bajos ingresos. A su vez, son iniciativas empresariales económica rentables, ambiental y socialmente responsable; donde se adquiere un beneficio mutuo con el fin de mejorar la calidad de vida a personas de escasos recursos con la participación en la cadena de valor de un negocio. Según (Garzon & Vargas, 2017) manifiestan que, se apoyan en los proveedores, distribuidores de bienes y/o servicios, así como consumidores para optar por servicio o productos de calidad con un menor costo.

Cabe agregar que, las empresas sociales, las empresas inclusivas y los negocios sociales son algunos de los términos utilizados actualmente para referirse a organizaciones que tienen como objetivo resolver problemas sociales con eficiencia y sostenibilidad financiera (Young, 2009). Así, las empresas inclusivas son aquellas destinadas a generar oportunidades de empleo e ingresos para grupos con movilidad baja o nula en el mercado laboral (de acuerdo con los estándares de los llamados "trabajos decentes" que son autosuficientes, es decir, que generan ganancias para las empresas), estableciendo también una relación entre ellas y las organizaciones comerciales típicas, ya sea como proveedores de bienes y servicios o en la distribución de la producción por parte de empresas o negocios tradicionales (Teodósio & Graziella, 2012).

Si bien es cierto, se puede analizar a los negocios inclusivos como un impulsor del desarrollo, donde se refuerzan el papel de las multinacionales como actores clave en la propuesta de soluciones para combatir la pobreza en el mundo (Prahalad & Hart, 2002). Pero, también se interrelacionan con la sostenibilidad financiera y la creación de valor social, puesto que estos dos elementos se han vuelto inseparables y son el eje fundamental para la operación de negocios inclusivos, de esta forma las empresas inclusivas generan valor económico y social intrínsecamente (Teodósio & Graziella, 2012).

Los negocios inclusivos conducen a la creación de oportunidades de empleo para las comunidades de bajos ingresos, ya sea directamente o a través de las cadenas de valor

de las empresas como proveedores, distribuidores, minoristas y proveedores de servicios. Alternativamente, las empresas pueden desarrollar formas de suministrar productos y servicios asequibles para satisfacer las necesidades básicas de alimentos, agua, saneamiento, vivienda y atención médica (Bonnell & Veglio, 2011).

En referencia al modelo propuesto por el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (Bonnell & Veglio, 2011) identificó una combinación de tres factores que ayudan a construir modelos de negocios inclusivos exitosos: enfoque, asociación y localización; para ello deben considerar los siguientes aspectos:

- Centrarse en sus competencias centrales: concentrarse en sus puntos fuertes, para innovar en torno a esos puntos fuertes; garantizando la coherencia entre la cartera de actividades de la empresa y el modelo de negocios inclusivo, y facilitando la incorporación de negocios exitosos a favor de los pobres en el futuro.
- Asociarse en todos los sectores: los gobiernos y las ONG son cada vez más interesados en trabajar con empresas. Al involucrar a organizaciones de desarrollo que comparten complementarios objetivos, las empresas pueden beneficiarse de la experiencia en el terreno y recursos adicionales.
- Localizar la creación de valor: las empresas que operan en los países en desarrollo a menudo carecen de la infraestructura y los sistemas de soporte habituales: inteligencia de mercado, capacidades de fabricación o canales de distribución. Por lo tanto, tienen mucho que ganar aprovechando las redes locales y el conocimiento local.

De acuerdo a (Karnani, *Fortune at the Bottom of the Pyramid: A Mirage. How the private sector can alleviate poverty*, 2007) por consiguiente, las empresas deben integrar a los escasos recursos a su mercado, mediante innovación de precios en sus productos, cabe resaltar que los productos sean de calidez y por ende tener acogida en el mercado objetivo. Una manera más efectiva es ayudar con la disminución de la pobreza es por medio de las empresas donde lo consideren a los escasos recursos como productores y socios estratégicos para el núcleo del negocio, mediante capacitación orientada a la productividad con el fin de lograr las condiciones de ganar-ganar.

Por otro lado, los autores Sánchez & Hilda (2017) plantean que los negocios inclusivos tienen diferentes enfoques, que dinamizan una adecuada estructura del negocio por

medio de un rol que cumplen los actores en la cadena de valor. Así, los negocios inclusivos hoy en día son una iniciativa para promover el desarrollo sostenible y una oportunidad de crecimiento económico para muchas personas; mediante la producción de bienes y servicios a precios accesibles, la generación de oportunidades de empleo, el acceso capacitación y la oportunidad de integrarse a las cadenas de valor de organizaciones. Esto significa que, conforman una nueva manera de hacer negocio creándose oportunidades de colaboración mutua e incluyéndose objetivos sociales, económicos y ambientales en entorno de los objetivos empresariales, como lo detalla la revista económica (Ekos, 2013)

Sin embargo, mediante estas iniciativas no se resuelve por sí sola el problema de la pobreza porque una solución de mercado está integrada por políticas públicas; donde incentivan y estimulan su desarrollo de esta modalidad de negocio dentro de una economía más inclusiva.

En referencia a (Muñoz, 2016) expresa que los negocios inclusivos se enfocan en un negocio rentable ya que es de mucha importancia para las comunidades de bajos ingresos; a través de la participación de la cadena de valor en donde involucran a las actividades económicas y se integran como socios estratégicos de las empresas con capacidad de generar valor. De esta forma, se obtiene y mejora la calidad de vida con los beneficios mutuo de la economía del mercado.

Los negocios inclusivos (NI) para (Garizabal, Sánchez, & Estrada, 2017) lo manifiesta que son promovidos por el sector productivo en los últimos años, es decir con estrategia empresarial donde encamina a beneficios mutuos entre la empresa y poblaciones vulnerables. De esta forma, se logra prácticas innovadoras, sostenibles y contribuye en la construcción de una sociedad más justa; así como, proveer con el Estado para fomentar mecanismos donde ayuden a crecer con indicadores de empleo y emprendimiento, con relación a superación de la pobreza. También, El concepto de NI, se ha popularizado en los últimos años para explicar cualesquiera actividades empresariales orientadas a poblaciones pobres.

En ese sentido, la definición de NI tiene un vistazo más integradora: notar la población de bajos ingresos como productores o distribuidores. (Karnani, 2007), socios estratégicos o aliados para emprender nuevos negocios (Hart & London, 2005);

refiriéndose al valor compartido o iniciativas o prácticas de marketing social que conllevan a generar beneficios mutuos para la comunidad y la empresa (Kotler & Armstrong, 2013). Por ello, el sector productivo, el estado y las organizaciones de la sociedad civil son actores de los NI orientándose en la disminución de la pobreza y la desigualdad en el mundo, en forma sostenible (Garizabal, Sánchez, & Estrada, 2017).

De acuerdo a (Ishikawa & Strandberg, 2009) son iniciativas empresariales que, tiene un panorama del objetivo final en generar ingresos, donde apoya a la superación de la pobreza integrando a las poblaciones de bajos ingresos en la cadena de valor, conservando la relación en beneficio para las partes.

A su vez, (Rodríguez, Carrizosa, Bonell, & Rengifo, 2010) agregan que son negocios rentables, social y ambientalmente sostenible, donde la Empresa Ancla, vincula a su cadena de valor a un grupo de población de menores ingresos en una relación ganadora entre las partes. De este modo, se consideran una estrategia de negocio que empodera a las poblaciones vulnerables, vinculando necesidades sociales a la creación de trabajos y fuentes estables de ingreso; de este modo se reduce la pobreza y promueve el desarrollo en el largo plazo.

Asimismo, (AVINA , 2011) establece que son iniciativas económicamente rentables, y ambiental, socialmente responsables, a través de mecanismos de mercado para contribuir la mejor calidad de vida de personas de bajos ingresos mediante contribución en la cadena de valor de bienes y servicios, así también como vendedores/distribuidores, como por ejemplo tener acceso a servicios básicos de excelencia a precio accesible, y finalmente acceder a productos o servicios donde admita ingresar en el círculo virtuoso para obtener varias oportunidades de realizar negocios y mejorar la situación socioeconómica. Por tanto, es esencial que estas iniciativas se pongan en práctica en empresas puesto que apoyan directamente en el desarrollo económico de una nación o estado.

Después de las consideraciones anteriores los NI se consideran un modelo de negocio, donde posee mayor relación entre empresa y comunidad, donde forman un co-creación de valor, en lo económico y social, es decir que se benefician las partes con mayor interés. Sustentándose el criterio de (Poyantos, 2015) que este modelo de negocios mejora la calidad de vida de las personas, a través, de las ventas de productos

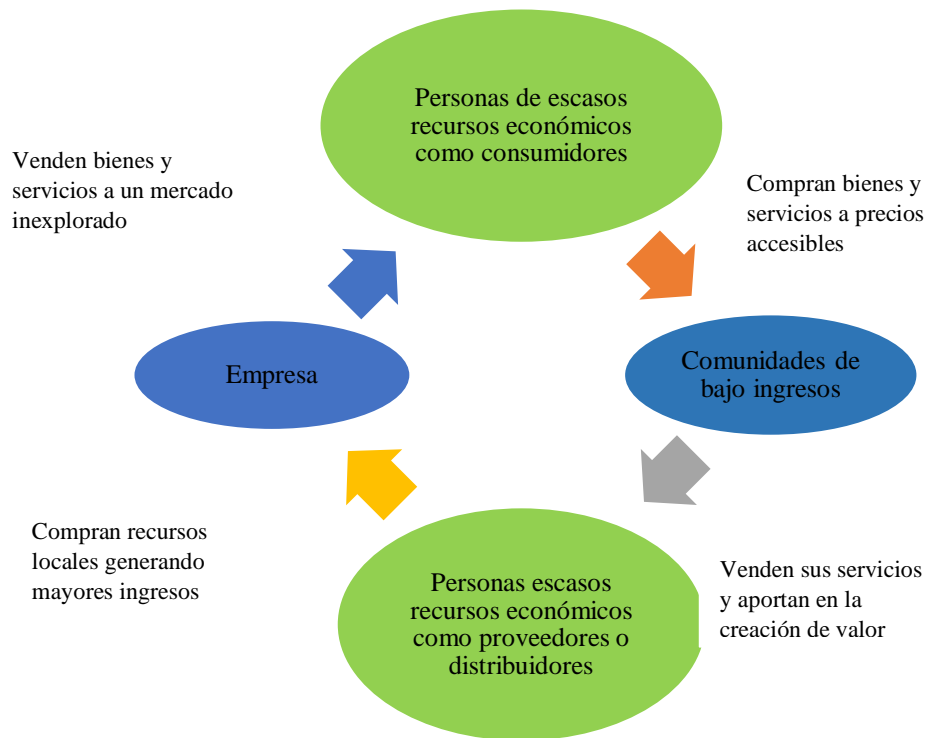
o servicios a los pobres y crean mercados eficientes, descubriendo nichos de mercado desatendidos.

Cabe destacar que, los negocios inclusivos nacen para dar solución a la superación de la pobreza, para apoyar en el desarrollo de la capacidad que tengan las sociedades latinoamericanas de fomentar mecanismos que ayuden a incrementar los indicadores de empleo y emprendimiento; por ello, a través de los negocios inclusivos se vincula a la empresa y a las poblaciones vulnerables, siendo fundamental cerrar brechas de exclusión en varios ámbitos como: lo económico, social, familiar, vivienda/ambiente y personal (Montenegro, Uribe, Garizabal, & Sánchez, 2017).

1.4.2 Esquema de los negocios inclusivos

Este modelo de negocio muestra el funcionamiento de los NI que surge a partir de su motivo y diseño, que tiene como estrategia conseguir beneficios para las partes involucradas con la inclusión de personas de bajos ingresos que integran en la Bdp mediante sectores de la cadena de valor, esto solo se logra con un proyecto sólido que permita el crecimiento económico y la sostenibilidad del negocio (Stigson, 2008)

Figura 2. Relación entre Empresas y comunidades de bajos ingresos de los NI



Fuente: (Stigson, 2008)
Elaborado por: Maira Talahua

Mediante el esquema, se considera la relación que existe con el entorno de los NI con la inclusión de las comunidades de bajos ingresos. Estas experiencias implementadas por las empresas, no están sujetas con la actividad principal de su negocio (core business) en algunas ocasiones específicas son empleadas con el propósito de obtener beneficios mutuos con la mejor percepción social entre los consumidores. Por medio de esta estrategia empresarial reduce la pobreza, mediante la sostenibilidad del negocio, el cual está conformado por 3 pilares: (Stigson, 2008)

Ser rentable

Ser cuidadoso con el Medio Ambiente

Tener un impacto social

El negocio inclusivo debe estar encaminado por un proyecto viable donde le permita lograr un crecimiento económico-rentable – la importancia y el compromiso con el medio ambiente según el impacto que pueda ocasionar el desarrollo de la actividad del negocio o en cualquier proceso. En definitiva, el tercer pilar, se agrega el impacto social del negocio con las personas que han sido integrados dentro de la cadena de

valor, obteniendo una formalización y estabilidad laboral que participan las personas y comunidades según sea la inclusión en el negocio, logren mayor participación y reconocimiento en proyectos y actividades que ejecuten en la región. El impacto social que los NI logran obtener, es cuando el negocio incorpora a personas de escasos ingresos como consumidores.

De esta manera las empresas logran vender a un mercado inexplorado donde sus clientes son consumidores donde aprovechan la oportunidad de mejorar la calidad de vida, permitiendo a un mercado que innova y comprende las necesidades cuenta con la capacidad de pagar los beneficios que son ofrecidos. Finalmente es la manera que se completa el ciclo, es así buscar el crecimiento económico donde permita obtener la sostenibilidad del proyecto.

Mientras que Londoño (2010) explica dos modalidades de Negocios Inclusivos con la participación de población de bajos recursos y empresa.

- Las empresas agregan a la población de bajos ingresos a través de socios empresariales, y proveedores de materia prima o de servicios como también distribuidores. Al incluir empresarios en cadena de valor las organizaciones generan mayor rentabilidad e ingresos, crean oportunidades de empleo.
- Mediante consumidores cuando la organización provee en el mercado productos y servicios para las personas de bajos recursos y satisfacen necesidades por ende a estables condiciones y fácil acceso para ellos.

1.4.3 Beneficios de los negocios inclusivos

Tabla 2. Personas de escasos recursos como socios, proveedores o distribuidores

Empresa	Personas de bajos recursos
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Seguridad y abastecimiento ➤ Control de calidad y materia prima ➤ Acceso a conocimientos y redes locales ➤ Mejores relaciones con el gobierno ➤ Posicionamiento en comercio justo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Precio justo ➤ Mercado seguro para vender ➤ Creación y expansión de puestos de trabajo ➤ Capacitación y asistencia técnica ➤ Facilitar conocimientos y tecnología ➤ Acceso a financiamiento ➤ Relación con el ambiente empresarial y clima

Fuente: (Londoño, 2010)
Elaborado por: Maira Talahua

Tabla 3. Personas de escasos recursos como consumidores

Empresa	Población de bajos ingresos
<ul style="list-style-type: none">➤ Posicionar en nuevo mercado➤ Crecimiento de ingresos➤ Incremento del valor de la marca y posicionamiento para alcanzar el crecimiento del futuro del mercado➤ Innovar productos en los mercados actuales	<ul style="list-style-type: none">➤ Acceso a productos y servicios de calidad➤ Precios menores y accesibles➤ Mejor calidad de vida➤ Crecimiento de productividad➤ Mano de obra calificada

Fuente: (Londoño, 2010)
Elaborado por: Maira Talahua

Mediante la revisión teórica han sido citados los beneficios empresariales y comunitarios que surgen de los negocios inclusivos a partir de las modalidades escritas. Con el beneficio de adquirir el conocimiento frente al entorno del beneficio logrados por estos negocios desde lo práctico.

A su vez, para (Cano, 2013) los beneficios para las empresas son:

- Ganar nuevos consumidores
- Ampliación de la fuerza de trabajo y el fortalecimiento de cadenas de suministro y distribución.
- La satisfacción de las necesidades básicas
- Obtener ingresos sostenibles y lograr una mayor productividad.

Además, los modelos pueden ser diseñados de tal forma, que se utilicen los recursos ambientales de manera sostenible. Por ello, los negocios inclusivos son de suma importancia para la economía de un país y de una sociedad.

1.4.4 Característica de los negocios inclusivos

Según (María , 2014) define la distribución de riqueza y la capacidad de generar ingresos en el mundo se puede captar por medio de pirámide económica.

- ✓ Personas de clase alta están en la cima de la pirámide, donde poseen numerosas oportunidades de generar altos niveles de ingresos.
- ✓ Los 4 mil millones de personas de escasos recursos, se encuentran en la base de la pirámide económica, que viven con menos de dos dólares al día.
- ✓ Satisface necesidades existentes y genera nuevos consumidores
- ✓ Realiza soluciones sostenibles y de mutuo beneficio
- ✓ Integra la participación de BdP en la cadena de valor

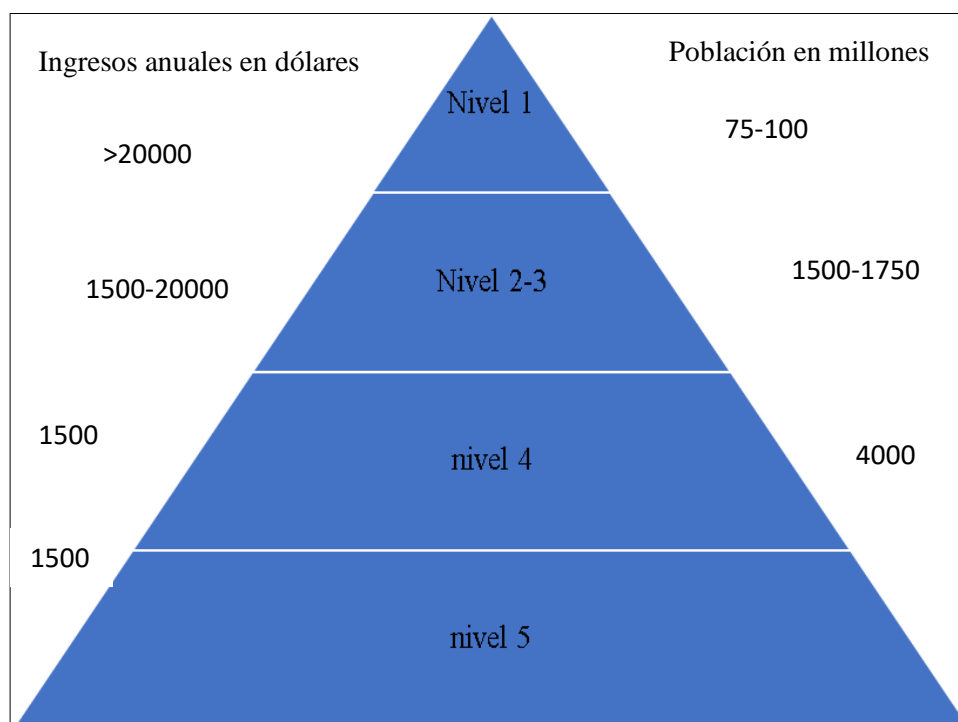
1.4.5 Impacto de los Negocios inclusivos en la Pobreza

Por medio de la base de pirámide muestra imágenes de la pobreza y enmascaran el hecho de que los pobres son, empresarios con alta capacidad y consumidores con sentido de valor, esto requiere de enfoque ayudar a los pobres y asociar con ellos para innovar en escenarios, las compañías deben suministrar productos y servicios que sean rentables. En el corazón de la solución a la pobreza se descubre un espíritu empresarial generalizado en gran escala. (Prahalad & Hart, 2002)

Como señala (Prahalad & Hart, 2002) de igual manera mediante base de la pirámide, el mercado genera mayor crecimiento de oportunidades e innovación en el sector privado a medida que deben ser los impulsores de los negocios de la empresa sin ser separados de la Responsabilidad Social Empresarial.

Dicho con palabras de (Márquez, Ezequiel, & Berger, 2010) da a conocer la base de la pirámide económica del mundo donde está formada por 4000 millones de personas el interés ha generado el concepto de negocios inclusivos, el interés de muchas empresas del segmento al ingreso bajo la pirámide se mantiene.

Figura 3. Pirámide económica



Fuente: (Prahalad & Hart, 2002)

Elaborado por: Maira Talahua

Mediante estudios realizados sobre los pobres latinoamericanos a nivel macro estudian pautas socioeconómicas a nivel nacional o regional para desarrollar una mirada diferente y entender el contexto de la pobreza en el mundo empresarial, con los métodos participativos de investigación etnográfica y poder contar con procesos organizacionales que garanticen el saber y proteger cuando se trate en el ámbito empresarial. (Márquez, Ezequiel, & Berger, 2010)

1.4.6 Ventajas al desarrollar un negocio inclusivo en la base de la pirámide

Desde el punto de vista las empresas que trabajan con la BDP deben disponer bajos costos, calidad, sostenibilidad y rentabilidad (Prahalad & Hart, 2002).

- ✓ Los beneficios deben involucrarse a negocios de impacto con las empresas
- ✓ Deben enfrentar la brecha cultural, la carencia de infraestructura y lograr sostenibilidad de los negocios
- ✓ Las empresas deben construir infraestructura adecuada para las oportunidades en la BDP para integrarlos a los negocios
- ✓ Contribuir base local de apoyo de empoderamiento de los actores porque los procesos pueden ser lentos.

- ✓ Orientar a la investigación y desarrollo hacia las necesidades o requerimientos de la población
- ✓ Formar alianzas con la cultura y el conocimiento para mejorar la credibilidad
- ✓ Facilitar alianzas con firmas locales con ONG y con gobiernos de nivel local y regional
- ✓ Aumentar el empleo para generar ingresos y nuevos consumidores
- ✓ Reducir la estructura de costos esto permite específico con los consumidores de la BDP
- ✓ El mayor uso de la Tics en Sistemas de producción y Distribución

1.4.7 Cadena de valor de los Negocios inclusivos

Teniendo en cuenta un aspecto importante para ofrecer servicios en mercados y las partes necesarias facilita el conocimiento necesario para brindar productos y servicios de consumo, donde la tecnología ha sido una herramienta clave para productividad laboral y las economías de escala.

Tal como dice el Foro Internacional la base de la pirámide, el presidente de Nestlé, Manuel Andrés (2013) plantea sobre el uso de las cadenas de valor como instrumento de inclusión implica tener en cuenta la relación entre la estrategia empresarial y el desarrollo de la base de la pirámide, donde no es necesario solo la satisfacción de las necesidades básicas de la población sino encaminar estrategia que agregue en toda la cadena la cadena de valor a través de la base de la Pirámide.

Con base en lo social y ambiental se ven afectados por la cadena de valor de la empresa, donde adquieren recursos naturales disponibles, de condiciones laborales con la firmeza del principio con el ambiente de trabajo. (Porter & Kramer, 2011) ratifica cuando presenta la oportunidad de crear valor compartido, ya que lleva costos económicos a la cadena de valor lo problemas sociales.

Como lo hace notar las investigaciones a nivel estratégico, entre BDP y la cadena de suministros es vital para estructurar propuestas de éxito como es la eliminación de la pobreza y el bienestar de la población, esto se da mediante reestructuraciones y coordinaciones en las cadenas productivas (Kiej de los Bosques, 2006).

1.4.8 Entidades Gubernamentales de apoyo a los negocios inclusivos

Art. 121 mediante Ley de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero, de igual manera el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca (MPCEIP) representan a organismos de apoyo, unión y la forma de cómo se establecerán; Art. 122 lo manifiesta de como las organizaciones deben tomar sus decisiones y condiciones que respetaran; el Art. 123 representa la unificación donde se constituirá con el objeto de defender los intereses de los afiliados con organismos públicos y privados. (Reglamento a la Ley Orgánica Económica Popular y Solidaria, 2018)

A su vez el art. 124 constituye Integración Económica con el fin de velar las operaciones y sus respectivas actividades de sus filiados mediante gestión de negocios; Art. 125 manifiesta la constitución y estructura interna; dentro del Art.126 se trata acerca de la aplicación de las normas; en el Art. 127 menciona las entidades de apoyo; y finalmente el Art. 132 Alude las medidas de fomento con la contratación pública, con las respectivas representaciones de unión Económica, Financiamiento, educación y capacitación, de igual manera con medios de pago mediante seguridad social y equidad.

Banco Interamericano de Desarrollo

Es una organización financiera internacional, fundada en el año 1959 con sede en Washington (EEUU). Con el fin de financiar proyectos viables del desarrollo económico, social e institucional con el fin de motivar al comercio regional en América Latina y el Caribe, esta institución presenta mayores oportunidades, donde fomenta iniciativas de financiar modelos de negocios con la participación de las empresas del sector privado, el Gobierno Local y comunidades de bajos ingresos, finalmente añadiendo en la Inclusión Económica y Social de las comunidades (Banco Interamericano de Desarrollo, 2008).

Superintendencia de Economía Popular y solidaria

Es una entidad que supervisa y controla a las organizaciones donde está representado por personal jurídica público y autonomía administrativa financiera, para su respectivo progreso, de estabilidad, solidez y eficaz funcionamiento de este sector (Reglamento a la Ley Orgánica Económica Popular y Solidaria, 2018).

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

Dicha entidad se encarga de organizar, diseñar y evaluar políticas agropecuarias con los sectores económicos y sociales (MAGAP, 2010).

Agrocalidad

Es la autoridad Nacional Sanitaria, con el organismo donde se encarga la definición y ejecución de políticas, también cuenta con regulación y control de actividades productivas para un perfecto funcionamiento de protección e inspección de insumos, cuenta con el apoyo de protección de salud y el medio ambiente. (Agrocalidad, 2015)

Fundación Avina

Es una fundación Latinoamericana, Avina facilita el diálogo entre actores diversos impulsa la consolidación de alianzas para promover la transición aun modelo de desarrollo que mejoran la calidad de vida emprendedores y empresas donde origine una relación armónica con la naturaleza y el buen vivir. (Fundacion Avina, 2008)

1.4.9 Importancia de los negocios inclusivos

Así, este tipo de negocios tiene un alto valor social pues apoya en la disminución de la pobreza sin convertirse en un modelo asistencialista, el cual solo mejora las condiciones y deja a un lado el desarrollo de capacidades de vida en la población; generándose oportunidades económicas en los socios o empresarios y la población de la base dela pirámide (Bejanni, 2010).

Un negocio inclusivo se refiere a un negocio que contribuye con innovaciones que generen beneficios a la población de bajos ingresos en la que se desarrollen. Así, una empresa con fines lucrativos puede adaptar o crear un modelo de negocio inclusivo por varias razones estratégicas. Una de ellas, es que puede incluir a personas vulnerables de una región. Similarmente, otro beneficio es la posibilidad de hacer negocios en una comunidad podría ayudar en las metas de crecimiento de una zona nueva, al obtener el reconocimiento y al aprender más sobre el entorno operativo y competitivo local, así como sobre las preferencias específicas de los clientes potenciales (Jaramillo, 2011).

Los negocios inclusivos, se proponen como la búsqueda de negocios sostenibles que prosperan que permite prosperar a las comunidades alrededor, generándose un impacto a gran escala, ya que promueven la asociatividad como mecanismo de cooperación

para la creación de valor entre las comunidades de bajos recursos, para ser incluidas en la base de la cadena de valor de grandes y medianas empresas, tanto públicas como privadas (Cano, 2013).

A su vez, apoya en la retención de empleados y la reputación social, los vínculos con el gobierno, y la capacidad de innovación si la empresa está buscando ingresar a un nuevo mercado (Grald & Knobloch, 2009) . Es posible que otras empresas busquen también satisfacer las preferencias de los clientes por razones éticas o de salud (Gaertner & Ishikaw, 2014). La presencia de un negocio inclusivo puede brindar acceso a un comprador más grande y estable. Además, la presencia de la empresa también puede generar empleo adicional dentro de la misma para la población local junto con la relación de compra con los agricultores locales. Las comunidades de bajos ingresos a menudo tienen una educación y capacidades limitadas, y algunas empresas inclusivas pueden elegir enfrentarla con la asistencia técnica. Las comunidades de bajos ingresos también pueden hacer frente a diversos niveles de exclusiones legales y políticas gracias al crédito financiero de la empresa o al ayuda para obtener documentación sobre la propiedad de la tierra de los agricultores. Se crea un círculo virtuoso, que va más allá de la compra inmediata de bienes por parte de los agricultores. Empresas que usan un modelo de negocio inclusivo ayudan a los agricultores mejorar sus prácticas productivas y eso incrementa la cantidad y la calidad de la cosecha (Zielinski & Romero, 2019).

1.5 Casos de Negocios inclusivos en el sector textil de Latino América

La mayoría de las empresas de América Latina con mayor frecuencia están integrando en los negocios inclusivos por la generación de valor de sus productos y servicios, incluyendo en la base de la pirámide por las distintas fases de operaciones de las empresas donde se obtiene un resultado de relación de beneficio mutuo en las partes tanto para la empresa y sociedad (Pedro , 2011).

Caso Manufacturas del Pilar S. A (Paraguay).

Ejemplo de negocio inclusivo de latinoamericano una empresa dedicada a la fabricación de prendas de vestir y telas de algodón con servicio de más de 80 años. Está ubicada en el departamento de Ñe´ embucú facilitando empleos a miles de personas de forma directa y a más de dos mil de forma indirecta, la producción es comercializada en mercados del exterior el 50% (Pedro , 2011).

A partir del año 2001 decide crecer el portafolio de productos, diversificando línea de producción, como fabricación de tapicería, línea de hogar para este proyecto se trabajó con los habitantes de las comunidades locales. Como también Ñe´ embucú pasa a ser considerada clúster de algodón y los demás productos textiles gracias a Manufacturas del Pilar esto se debe a la existencia de agricultores de algodón, talleres de confección familiares, telas artesanales, bordados, entidades de microcrédito. (Pedro , 2011).

Manufacturas del Pilar realiza alianza con el Centro de Información y Recursos para el desarrollo, es una entidad paraguaya que brinda programas de capacitación a 383 jóvenes de escasos recursos temas de confección, moldes y ventas. Hoy en día produce 45,000 kits mensuales de indumentaria para el hogar los jóvenes aprendieron a diseñar, confeccionar, y crearon un observatorio de modas donde tienen un fin de investigar las tendencias de moda actual. (Pedro, 2011)

Caso levi´s (Argentina)

Esta empresa es reconocida por su marca Levi´s a nivel mundial en 110 países alrededor del mundo, la empresa ofrece trabajos en pro de las comunidades mediante alianza con la fundación Levi Strauss, reforzando con temas de prevención del VIH, los derechos de trabajadores y las mujeres. La alianza de Levi Strauss y Leurus S. A decidieron emprender negocio inclusivo y contactaron con la organización Argentina llamada Otro Mercado del Sur, donde trabajan en integrar en cooperativas a productores de algodón, fábricas de telas y confección aun comercio justo para las personas de escasos recursos económicos. (Musso & Ulla, 2010)

En el año 2007 Levis participó con recursos económicos en campaña Otro Mercado del Sur con el nombre cadena textil solidaria donde se redujo la pobreza, en 6 meses de aportar con el capital decidieron integrar en su cadena de valor para la línea de Eco de camisetitas de Levi´s por medio de esto se convirtió esta cadena textil en proveedor formal de Leuru S.A, con el primer orden de producción de 8,000 camisetitas. (Musso & Ulla, 2010)

A inicios el primer pedido de producción tuvo un 60% de errores y trabajo con capacitaciones eficaces donde se fabricó 20,000 unidades esto manifiesta que hay trabajar mucho (Musso & Ulla, 2010). El negocio inclusivo ha mejorado la calidad de

vida de las familias y de la región, Leuru decide continuar con negocio inclusivo, para crecer en cantidades de pedidos, capacitaciones con el fin de mejorar técnicas de producción para no solo ser proveedores de línea Eco sino de variedades de líneas de la empresa.

Caso Fundación Ser Paz (Ecuador)

El subdirector de la Fundación Ser Paz, trabaja diez años en los negocios inclusivos creando micro empresas para pandilleros de Guayaquil, la experiencia de años de trabajo en proyectos sociales decidió formar parte de la fundación y trabajar con los jóvenes de escasos recursos por ser considerados peligrosos son excluidos de la sociedad (Koenig, 2013).

Los jóvenes cayeron en la delincuencia al no contar con empleos estables, por esta razón la Fundación de ser paz decidió integrar en trabajos, pero los empresarios al conocer la situación de ellos se negaban a contratar. (Koenig, 2013) mediante esto surge la idea de lo jóvenes a ser micro empresarios, mediante convenio con el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) con el fin de capacitar en diferentes áreas carpintería, tapicería, electricidad, peluquería.

Estos jóvenes pandilleros al contar con oficio se acercaron al municipio de Guayaquil apoyo a esta causa con financiamiento de 200,000 dólares para emprender 10 microempresas como: imprenta, tapicería, peluquería, metal mecánico, cerrajería, pizzería. A la final los jóvenes tienen un sustento económico gracias a la Fundación ser paz hoy en día continúan capacitando para asegurar la sostenibilidad de los proyectos. (Koenig, 2013)

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Analizar el comportamiento socio-económico de los negocios inclusivos en el sector textil en la Provincia de Tungurahua.

1.6.2 Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente las variables de la investigación la relación del socio-económico de los negocios inclusivos en el sector textil.

- Conocer los beneficios de los negocios inclusivos vinculados en el sector textil de la provincia de Tungurahua.
- Identificar a las entidades gubernamentales que apoyan a los negocios inclusivos

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2. 1 Enfoque cualitativo

Por medio de esta investigación se definen el enfoque cualitativo, en donde se aplicará encuestas, a las empresas del sector textil de la Provincia Tungurahua (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010). Donde permitirá realizar un análisis claro de los resultados obtenidos en el sector, y conocer la situación socioeconómica en la que se encuentran los Negocios inclusivos.

2.1.2 Encuesta

Citando a López & Fachelli (2015) manifiesta la encuesta es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados mediante la recolección de datos para luego ser analizados por una serie de datos de muestra que representa de una población o universo. De esta forma, se utilizará la encuesta para analizar a las empresas en el sector textil de la Provincia Tungurahua.

2.1.3 Paradigma

Positivismo

Por ende, el paradigma positivista sustenta a la dicha investigación por medio de estudio estadísticos que determinan los parámetros de la variable mediante expresión numérica. Por lo tanto, esto se realizará en el campo de las ciencias sociales, basándose en procedimientos de análisis de datos ya establecidos en las ciencias exactas. (Ramos, 2015)

2.1.4 Método

Investigación cuantitativa

De acuerdo a Mendoza (2013) revela la investigación cuantitativa permite modificar y analizar datos numéricos de las variables determinadas, facilitando la interpretación de los resultados.

2.1.5 Diseño de investigación

No experimental

Con la investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular las variables donde se observan los fenómenos en ambiente natural donde se analizara con posterioridad. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010)

2.1.6 Tipo de investigación

Campo

Por medio de esta investigación de campo, se toma en forma directa con la realidad y la información con los objetivos planteados en el proyecto. Este proyecto se llevará a cabo en la Provincia Tungurahua, lugar donde se manifiesta el problema, integrando la realidad y la información necesaria para posibles soluciones a la existencia del problema (Prieto, 2014).

2.1.7 Niveles de investigación

Descriptivo

Se considera un estudio descriptivo con el fin de especificar si los negocios inclusivos son considerados para el beneficio del sector textil. Además, este tipo de estudios se enfocan a una investigación descriptiva simple, mediante la encuesta a negocios de del sector textil de la Provincia Tungurahua (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

Transversal

Se considera transversal mediante recolección de datos en un momento único porque tiene un propósito de describir variables y analizar la incidencia e interrelación en momento dado. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010)

2.1.8 Población y muestra

La población es un conjunto de individuos, o la totalidad de elementos de lo que se va llevar a cabo la investigación o un estudio. Según (Franco, 2014) la población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

- **Población Finita**

Por consiguiente, se tomará en cuenta para esta investigación cuando se conoce un total de la población de los negocios pertenecientes al sector textil de la Provincia

2.1.9 Muestra

La muestra es una parte o subconjunto de elementos donde se puede determinar la problemática ya que por medio de esto es capaz de generar datos donde se verifica fallas dentro del proceso. De acuerdo a Franco (2014) verifica que la muestra es un grupo de individuos donde se toma parte de una población para realizar un estudio o un fenómeno estadístico. Para la ejecución de este proyecto se tomará como muestra a los negocios existentes del sector textil de la Provincia Tungurahua.

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

Nomenclatura:

- n = Tamaño de la muestra
- Z = Nivel de confianza 95% (1,96)
- P = Probabilidad a favor
- Q = Probabilidad en contra
- N = Población – Universo a estudiar
- e = Margen de error 5%

$$\frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(139)}{(1,96)^2(0,50)(0,50) + (139 - 1)(0,05)^2}$$

$$\frac{(3,84)(34,75)}{(3,84)(0,25) + (138)(0,0025)}$$

$$\frac{133,44}{0,96 + 0,345}$$

$$\frac{133,44}{1,305}$$

$$102,25$$

Como resultado el tamaño de la muestra es de 102 negocios inclusivos a encuestar de

un total poblacional de la Provincia Tungurahua

2.2 Recolección de información

Selección de la muestra

- **Muestreo aleatorio simple**

Se realizó por muestreo aleatorio donde está formada por una parte del universo o población porque todos los elementos de la población tienen la probabilidad de ser seleccionados para formar parte de la muestra.

2.2.1 Validación del instrumento

Alfa de cronbach

En las investigaciones que se ejecutan, con instrumento de recolección de datos tiene mayor capacidad donde depende de la validez y confiabilidad, por lo tanto, para la validación del instrumento de investigación se aplicó alfa de Cronbach.

Como dice (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) afirma que es un nivel de probabilidad de equivocarse y se fija antes de probar hipótesis donde toma valores de 0 a 1, de manera que si obtengo 0,25 es baja confiabilidad, el 0,50 significa la fiabilidad es medio o regular, pero si supera el 0,75 es aceptable si es mayor 0,90 es elevada para ser tomada en cuenta. Es decir, si el coeficiente se acerca más a la 1 tiene mayor confiabilidad de ser muy elevada.

Para esto se aplicó el método estadístico Alfa de Cronbach elaborado en SPSS con los siguientes resultados.

Tabla 4. Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,956	10

Fuente: SPSS

Elaborado por: Maira Talahua

Mediante los resultados obtenidos se da a conocer que el alfa de cronbach es de 0,956 esto significa que el instrumento de esta investigación es de confiabilidad, esto quiere

decir que tiene una consistencia interna total para aplicar la respectiva encuesta a los negocios inclusivos del sector textil de la Provincia de Tungurahua.

CAPITULO III

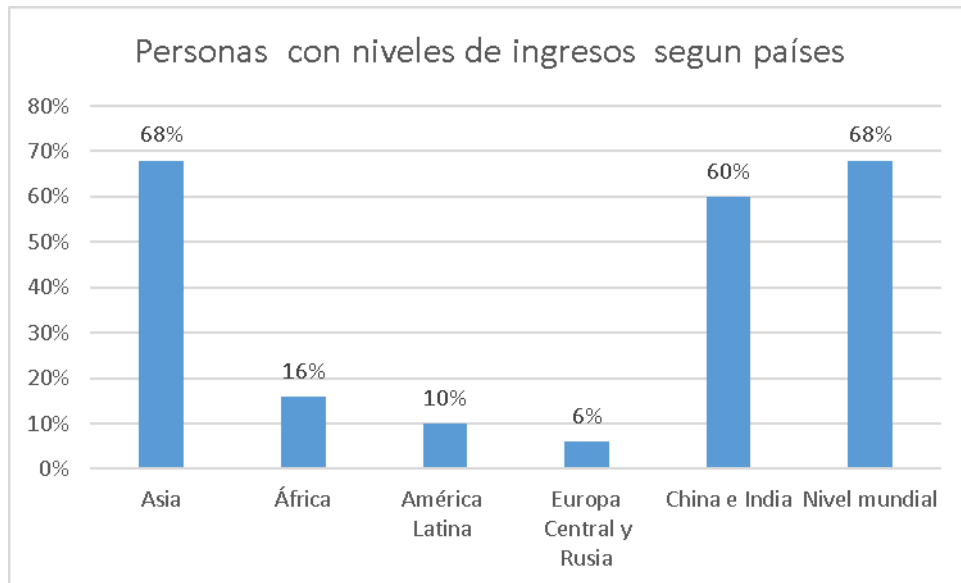
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados

3.1.1 Análisis de negocios inclusivos del sector textil

Con respecto a niveles de ingresos que presenta los negocios inclusivos en el sector textil en los países del mundo principalmente en Asia con el 68%, África con el 16% y América Latina 10%, Europa y China con el 6%, mientras que el 60% de la BdP se encuentra en China e India en las zonas rurales, y en representación a nivel mundial con el 68%.

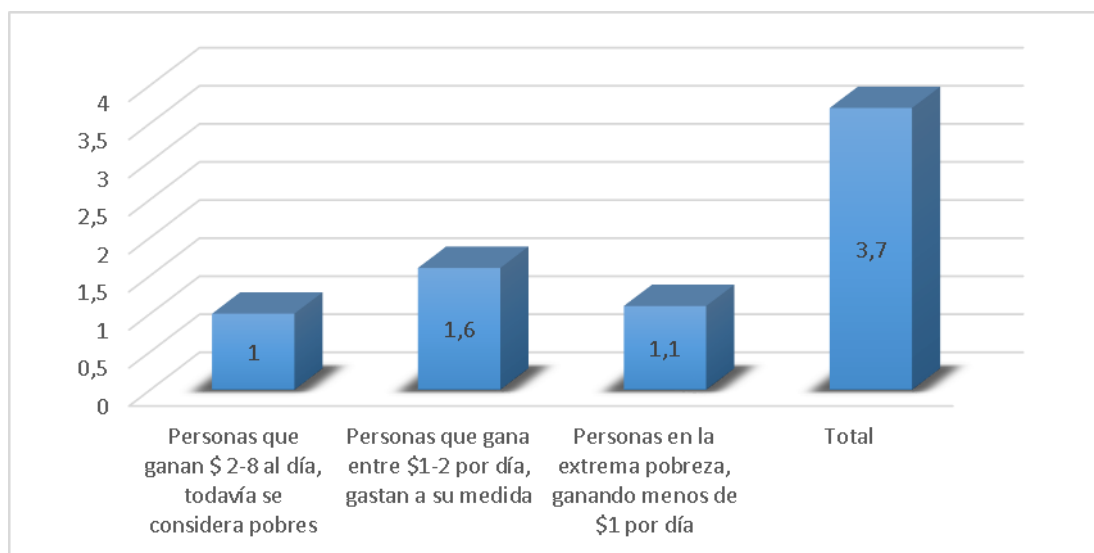
Figura 4. Niveles de ingresos de personas según países en la BdP



Fuente: (World Economic Forum and Boston Consultin Group, 2009)

Elaborado por: Maira Talahua

Figura 5. Segmentación de la base de la pirámide en función de los ingresos



Fuente: (World Economic Forum and Boston Consultin Group, 2009)

Elaborado por: Maira Talahua

Negocios inclusivos en el sector textil a nivel mundial los niveles de ingresos dentro del grupo de la BdP tienen variación de 1,100 millones ganan \$ 2-8 al día, todavía se considera pobres, y en el rango medio, de 1,6 millones gana entre \$1-2 por día, gastan a su medida y mil millones de personas viven en la extrema pobreza, ganando menos de \$1 por día, y luchan todos los días para satisfacer las necesidades básicas.

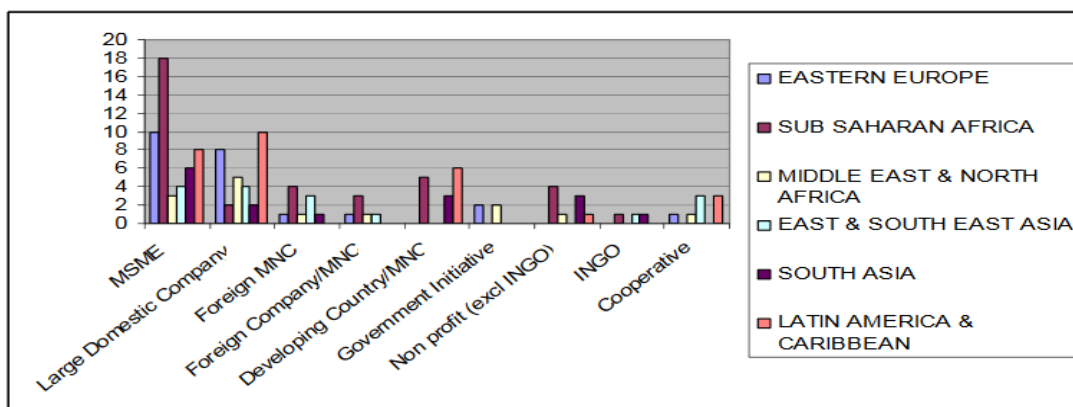
3.1.2 Tipos de negocios inclusivos en el mundo

Como es visible que el mercado inclusivo está muy extendido en todo el mundo y está creciendo. Al mismo tiempo, en estos mercados, diversas formas de organizaciones inclusivas están administrando sus negocios. La mayoría de ellos se pueden encontrar en África Subsahariana (18 de 49) y en Europa del Este (10 de 49) seguidos de las grandes empresas nacionales. A su vez, se encuentran 41 empresas inclusivas en América y el Caribe (10) son las regiones donde opera la mayoría de las empresas mencionadas, pero también se pueden encontrar en Europa Oriental (8). El país en desarrollo también es una forma común de organización empresarial inclusiva que se puede encontrar principalmente en América Latina y el Caribe (6) y en África Subsahariana (5). Otras organizaciones están diseminadas en todo el mundo como, por ejemplo, sin fines de lucro (excluidas las Organizaciones No Gubernamentales Internacionales).

Las organizaciones sin fines de lucro (excluidas las ONGI) se pueden encontrar principalmente en África Subsahariana y Asia del Sur. En general, se puede concluir

que el mercado para negocios inclusivos no es pequeño en absoluto. En el mundo, podemos encontrar 132 organizaciones empresariales inclusivas que operan a través de varios modelos y en diferentes sectores. La mayoría de ellos están presentes en África Subsahariana (37 empresas), América Latina y el Caribe (28 empresas) y en Europa del Este (22).

Figura 6. Tipos de negocios inclusivos en el mundo



Fuente: (Golja & Požega, 2012)

De acuerdo a (Golja & Požega, 2012) el tipo más común de organizaciones inclusivas todavía está en las MIPYMES con un 37,5% o 6 de 16 organizaciones y las organizaciones sin fines de lucro (excluyendo las ONG internacionales) están igualmente representadas (18,75 % o 3 de 16 organizaciones). Además, se puede concluir que América Latina y el Caribe cubren grandes negocios y mercados inclusivos, particularmente Colombia, donde operan muchos negocios, siendo el más importante el agrícola. Las empresas están tratando de combatir la pobreza y lograr la sostenibilidad del medio ambiente, y fomentar la cooperación global con el mundo. Los pobres están involucrados en los negocios como productores, consumidores, empresarios y empleados, razón por la cual los negocios inclusivos son de suma importancia.

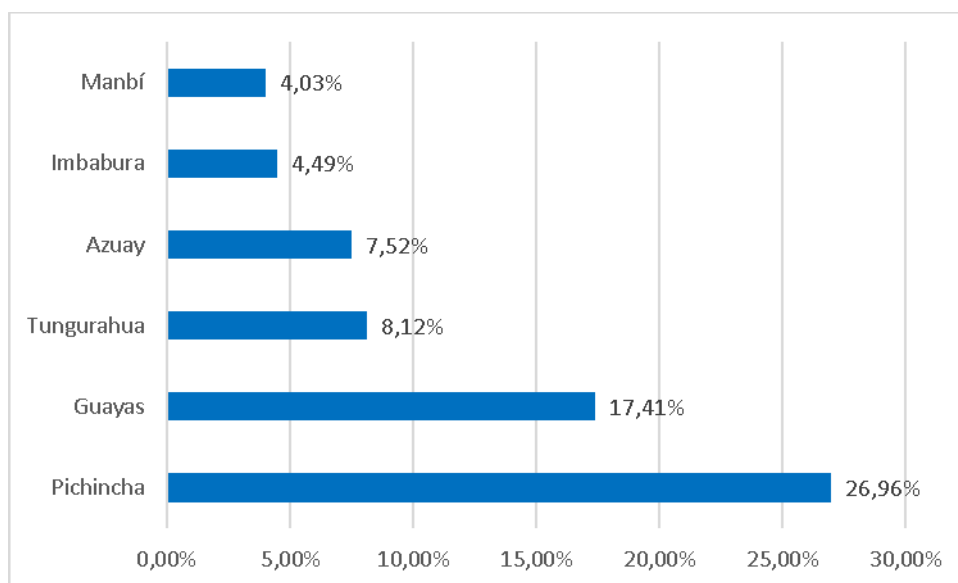
Además, el autor (Teodósio & Graziella, 2012) encontró para su investigación que los principales factores impulsores de la inclusión son: la disposición de las organizaciones para promover negocios inclusivos 17.8%, la disponibilidad de mano de obra 16.7%, los negocios rentables realizados con los pobres 13.7, el impacto en la reputación de las organizaciones 13.1%, la ley 12.1% y la conciencia comunitaria

sobre el tema 10.7%. Por estos motivos, es fundamental que se promuevan los negocios inclusivos, con la finalidad de que todos puedan optar por un trabajo óptimo.

3.1.3 Negocios inclusivos en el sector textil en el Ecuador

Ecuador es uno de los países en América Latina en integrar negocios inclusivos, como iniciativa, con alianzas de organismos internacionales como es Servicio Holandés de Cooperación para el Desarrollo (SNV) de igual manera el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sustentable (WBCSD) con esto ha permitido que los negocios familiares se conviertan en pequeñas microempresas, y mejorar la capacidad de ingresos entre 20% y 70% que dinamizan las economías locales. (El telégrafo, 2016)

Figura 7. Principales Provincias de industrias textiles en el Ecuador

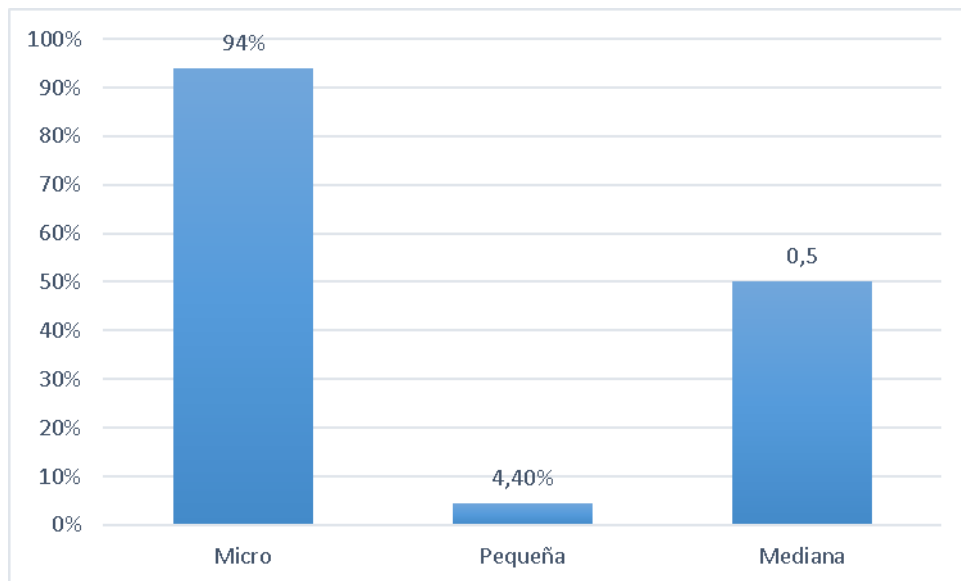


Fuente: (INEC, 2012)

Elaborado por: Maira Talahua

En el Ecuador se encuentra las Provincias que poseen industrias textiles como son: Pichincha, Guayas, Tungurahua, Azuay, Imbabura y Manabí. Esto quiere decir que tienen una mayor participación en la confección de textiles. Los negocios inclusivos es una iniciativa empresarial para integrar en la BdP en la cadena de valor, donde permite participar en la dinámica de la economía global.

Figura 8. Categoría de empresas en los negocios inclusivos del sector textil



Fuente: (INEC, 2012)
Elaborado por: Maira Talahua

Mediante programa negocios inclusivos ganamos todos empezó en Ecuador en el 2008 donde participaron alrededor de 12 mil personas en situación de pobreza se integraron en las cadenas de valor de las Mipymes del Ecuador (El telégrafo, 2016).

Las empresas tienen una relación con las personas de escasos recursos y se benefician las dos partes ganar-ganar, y aseguran la venta de su producción a través de la asesoría que reciben, con esto poseen gran motivación de generar un impacto positivo en este sector con la reducción de la pobreza, y en la sociedad debe ser compatible con la rentabilidad económica. Por lo tanto, los negocios inclusivos son considerados como una actividad empresarial y no como ayuda social. (El telégrafo, 2016).

3.1.4 Desafío de las empresas en Ecuador

Frente a este panorama surge la oportunidad la nueva forma de cooperación, a través de los negocios inclusivos donde busca la reducción de la pobreza, donde se integra activamente a la BdP.

Tabla 5. Desafíos

Desafíos para las empresas		
En el 2050 el 85% de la población estará en países en desarrollo	Actualmente el 80% de la población mundial vive con menos de \$10 al día	El 48% de la población en desarrollo tiene menos de 24 años

Fuente: (Negocios inclusivos: Acción empresas por un desarrollo sostenible, 2017)

Elaborado por: Maira Talahua

3.1.5 Sector textil de la Provincia Tungurahua

Con los datos obtenidos de la (INEC, 2018) se pudo verificar que en la Provincia de Tungurahua en pasar los años se han aumentado empresas en el sector textil. Por lo tanto, se realizó la comparación.

Tabla 6. Comparación de empresas textiles por años

		TOTAL 2014	TOTAL 2015	TOTAL 2016	TOTAL 2017	TOTAL 2018
Código CIIU- Clase (4 dígitos)	Preparación e hilatura de fibras textiles.	12	13	13	14	14
	Tejedura de productos textiles	28	31	31	33	33
	Servicio de acabado de productos textiles.	78	97	98	100	102
	Fabricación de tejidos de punto y ganchillo	4	5	5	6	6
	Fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir	91	116	127	130	133
	Fabricación de tapices y alfombras	6	7	7	8	8
	Fabricación de cuerdas, cordeles bramantes y redes	6	6	6	7	8
	Fabricación de otros productos textiles n.c.p	53	63	66	68	70
	Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel	2884	3236	3422	3620	3830
	Fabricación de artículos de piel	4	98	87	96	100
	Fabricación de artículos de punto y ganchillo.	23	25	25	28	30
	Curtido y adobo de cueros; adobo y teñido de pieles.	112	42	43	66	70
	Fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares, artículos de talabartería y guarnicionería.	123	154	162	170	176
	TOTALES		3424	3893	4092	4346

Fuente: Redatam Directorio de empresas (INEC, 2018)

Elaborado por: Maira Talahua

Con los datos obtenidos (INEC, 2018) se puede identificar que la Provincia Tungurahua en los transcurso de los años han crecido número de empresas en sector textil. En comparación se realizó a partir del año 2014 hasta el 2018, por lo tanto, en

el año 2014 existía un total de 3424 empresas, en cuanto al año 2015 hubo 3893 empresas, en el 2016 en total de empresas fue de 4092 y en el año 2017 fue de 4346 empresas, y por el último en el año 2018 fue de 4580 empresas en el sector textil, con esto se manifiesta que cada año crecieron las empresas.

Así también menciona (La Hora, 2019) el primer trimestre del año pasado se registró el 30% de pérdidas en locales comerciales de los negocios textiles, aseguran que esto se debe por el precio de la materia prima, el contrabando y la situación económica que atraviesa el país. Con respecto al precio de los productos no hay variación, mientras tanto las ganancias para esta actividad de negocios ya no generan rentabilidad, por esta razón el sector textil se encuentra deficiente lo que ha ocasionado que las empresas pequeñas se cierren y disminuyan el personal como también en reducir en la producción.

Con las empresas del sector textil no buscan mercados externos, no tendrá futuro de la confección de los productos, se podrá subsistir, pero no crecer.

Desde luego, se revela desde el año 2018 los negocios han disminuido los ingresos. Esto se da por los ingresos bajos de la ciudadanía y no frecuentan compras de los productos a menudo.

3.1.6 Presentación actividad económica Tungurahua

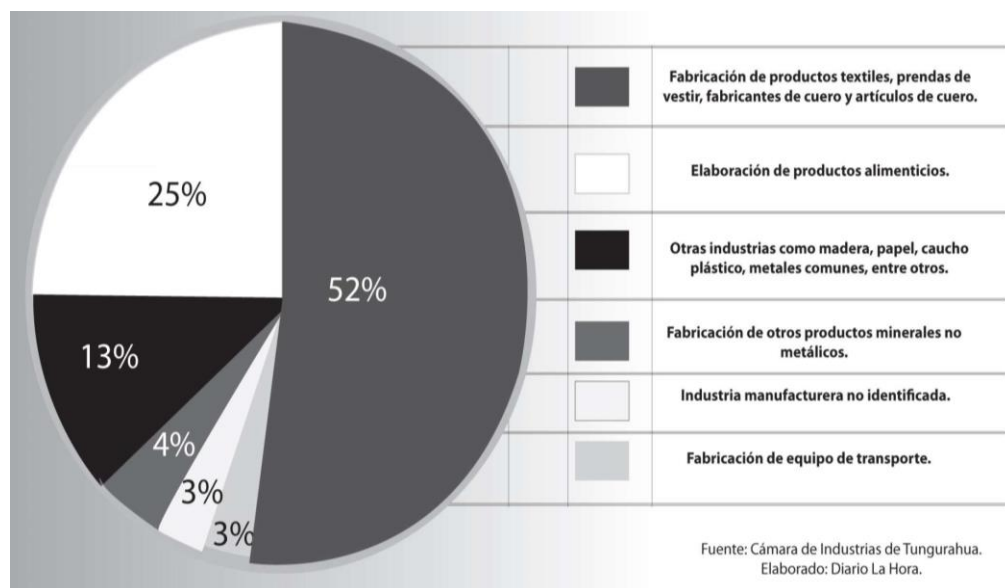
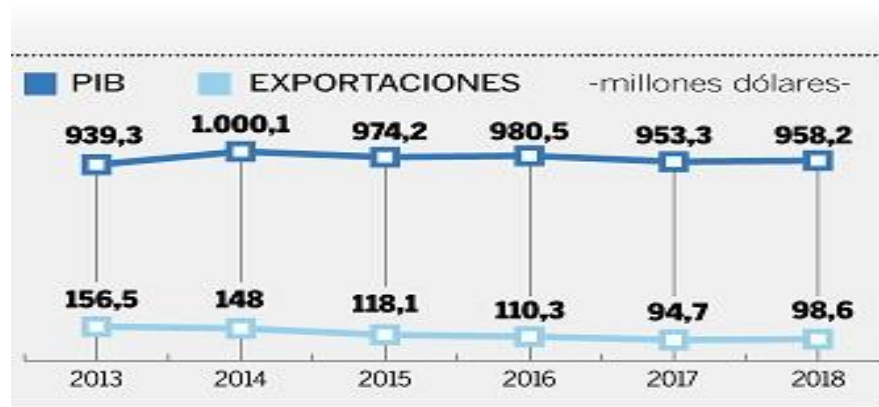


Figura 9. Actividad económica Tungurahua
Fuente: La Hora (2018)

En la actividad económica manufacturera se encuentra varios subsectores y uno de ellos es la fabricación de productos textiles, con el 52,2% de producción, ya que este sector es uno de los más grandes en la provincia, y en el día a día están mejorando con los procesos de producción y compitiendo con mercados grandes lo manifestó el presidente de la Asociación. (Altamirano, 2018)

3.1.7 El sector textil Ecuador representa el PIB industrial

Figura 10. PIB del Ecuador



Fuente: (Economía Latinoamérica, 2018).

El sector textil representa el 6% del PIB total esto se ve a un crecimiento promedio anual de 1% y el 1,5% según (Economía Latinoamérica, 2018). El sector textil ecuatoriano es considerado como el segundo con mayor contribución del PIB de 958,2 millones en el año 2018 dentro del sector manufacturero del Ecuador.

3.1.8 Negocios inclusivos del sector textil de Tungurahua

Tabla 7. Número de negocios inclusivos

Total, empresas	4441	97%
Negocios Inclusivos	139	3%
Suma	4580	100%

Fuente: (INEC, 2018)

Elaborado por: Maira Talahua

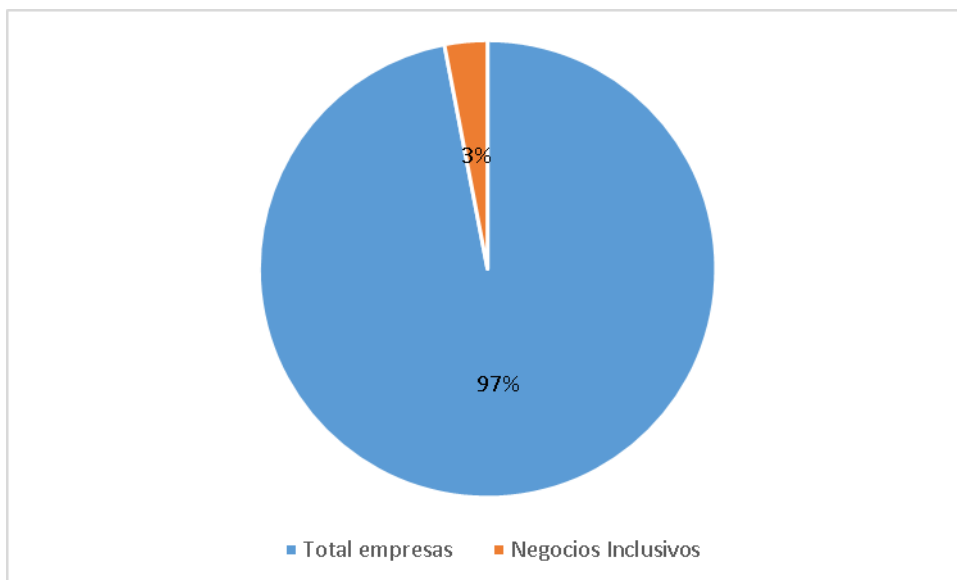


Figura 11. Negocios inclusivos
Elaborado por: Maira Talahua

Del 97% de las empresas existentes en el sector textil de la Provincia Tungurahua el 3% son considerados negocios inclusivos con respecto a ese porcentaje se llevó a cabo la presente investigación.

Tabla 8. Desconocen el tema

Negocios Inclusivos	139	3%
Escuchado hablar sobre NI	73	1,3%
Ha sido Partícipe de los NI	101	1,3%

Elaborado por: Maira Talahua

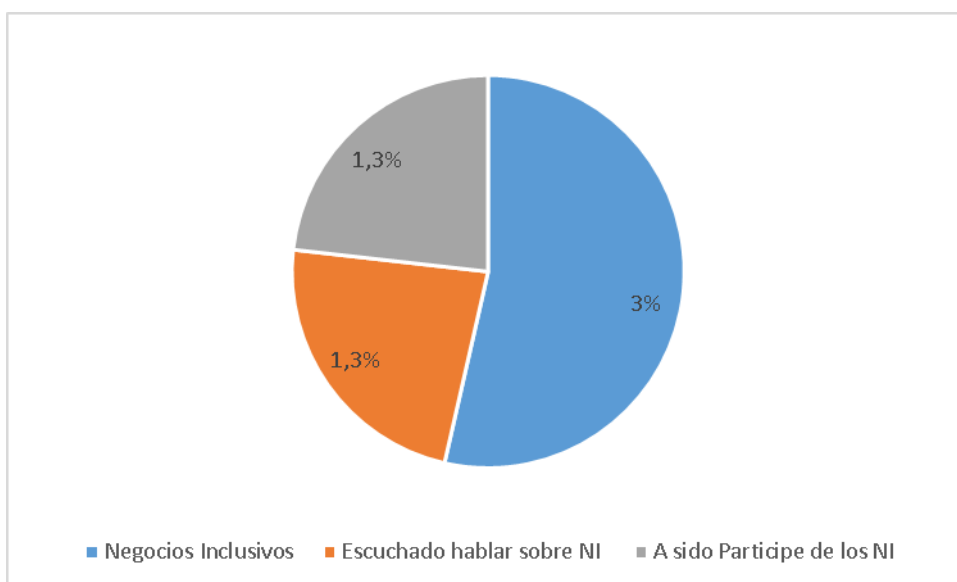


Figura 12. Desconocen los NI
Elaborado por: Maira Talahua

De las encuestas realizadas a las empresas el 3% del sector textil, el 1,3% de las empresas desconocen el tema sobre Negocios Inclusivos, esto quiere decir que el 1,3% tampoco han sido partícipes en ningún momento.

3.2 Análisis de las encuestas

3.2.1 Pregunta 1.- ¿Señale cuantas personas trabajan en su negocio?

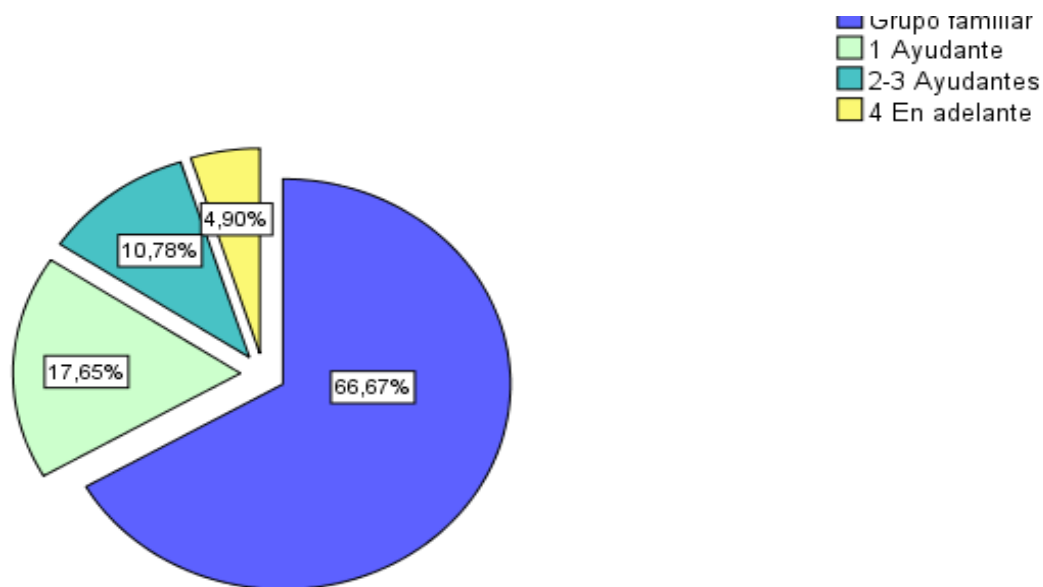


Figura 13. Personas
Elaborado por: Maira Talahua
Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De la encuesta realizada se observa que el 66,67% de negocios trabajan en un grupo familiar, el 17,65% trabajan con un ayudante, 10,78% trabajan con dos a tres ayudantes, y el 4,90% de negocios trabajan con cuatro ayudantes en adelante. Esto quiere decir que los negocios inclusivos del sector textil trabajan más de la mitad en grupos familiares debido a que ahorran en sueldos, y los beneficios de ley, de igual manera en infraestructura.

3.2.2 Pregunta 2.- ¿Qué tiempo lleva de funcionamiento su negocio?

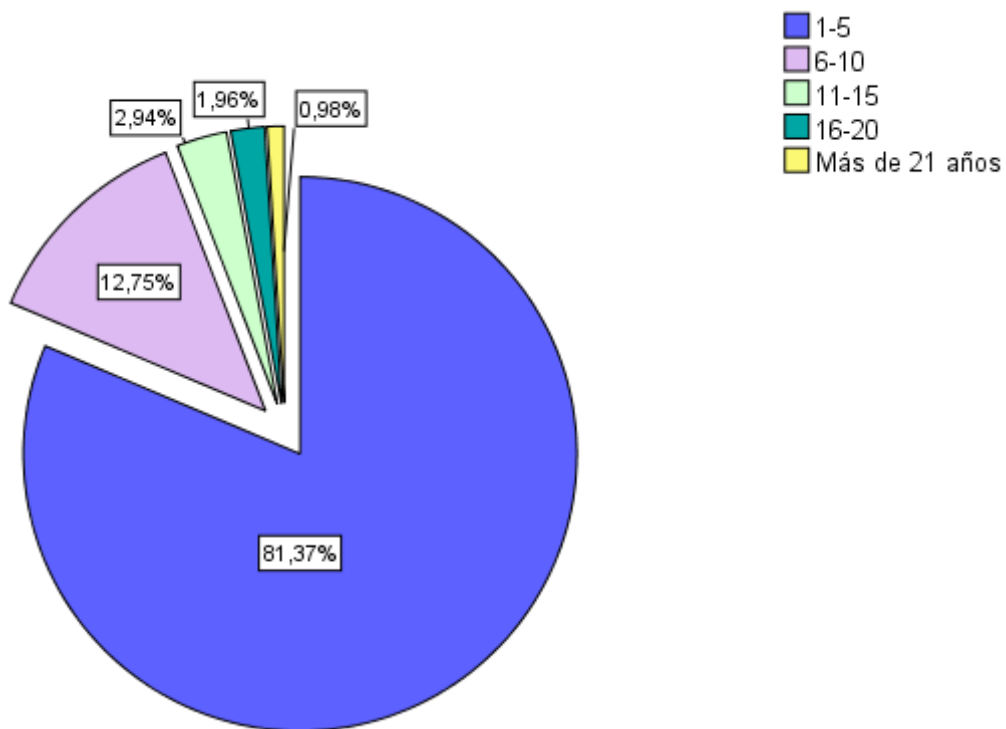


Figura 14. Tiempo
Elaborado por: Maira Talahua
Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

Del 100% de los negocios inclusivos encuestados se encuentra que el 81,37% lleva de funcionamiento de uno a cinco años, el 12,75% funciona de seis a diez años, mientras que el 2,94% ejecutan de once a quince años, y el 1,96,0% trabajan de dieciséis a veinte, el 0,98,0% lo viene haciendo más de veinte años. Se puede identificar que en el sector textil encuestados de los negocios inclusivos en su mayoría lleva funcionando su negocio de uno a cinco años.

3.2.3 Pregunta 3.- ¿Según su criterio en qué porcentaje ha crecido su nivel de producción anual?

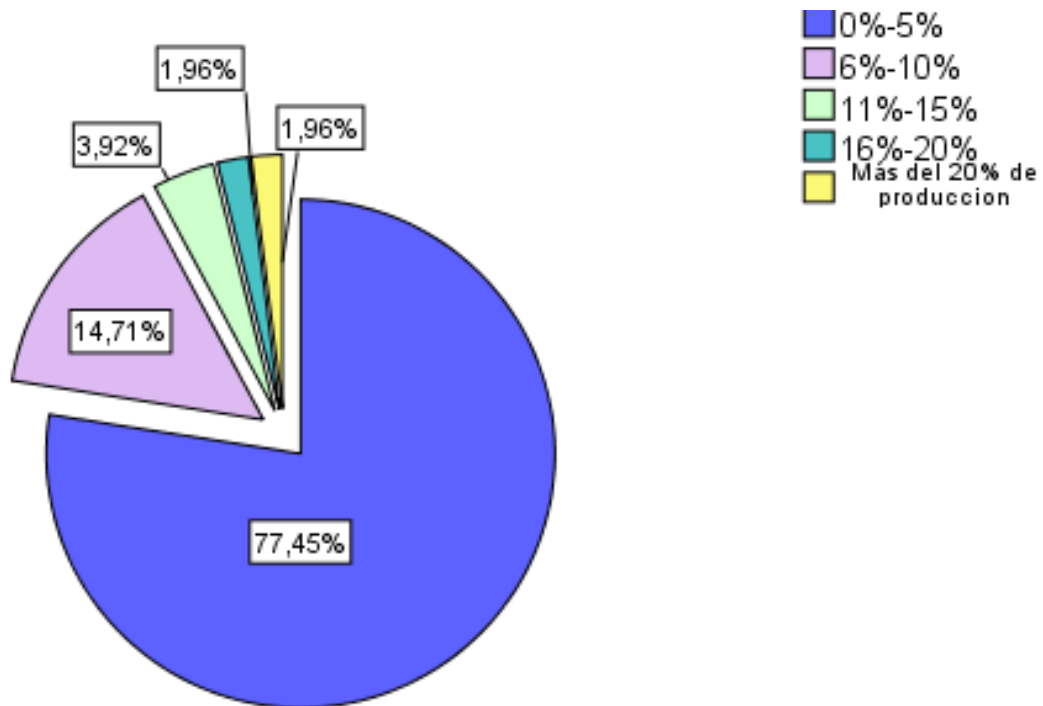


Figura 15. Nivel
Elaborado por: Maira Talahua
Fuente: Encuesta

Análisis

Con los datos adquiridos de la encuesta realizada a los negocios inclusivos del sector textil el 77,45 % cuenta con crecimiento de su nivel de producción anual de cero a cinco por ciento, el 14,71% de seis a diez por ciento, el 3,92% de once a quince, y el 1,96% de dieciséis a veinte, y por el último de 1,96% más de veinte por ciento en producción anual. Gran parte de los negocios inclusivos del sector textil resalta un nivel de crecimiento de producción anual donde poseen su capital propio en diferencia de los otros rangos de nivel son menores en la producción y las ventas.

Este sector textil es uno de los más grandes de la provincia Tungurahua, con la producción de 52,2% actualmente se encuentran en la mejora de producción y ser más competitivos en el mercado (Altamirano, 2018).

3.2.4 Pregunta 4.- ¿Alguna vez ha escuchado hablar sobre los negocios inclusivos?

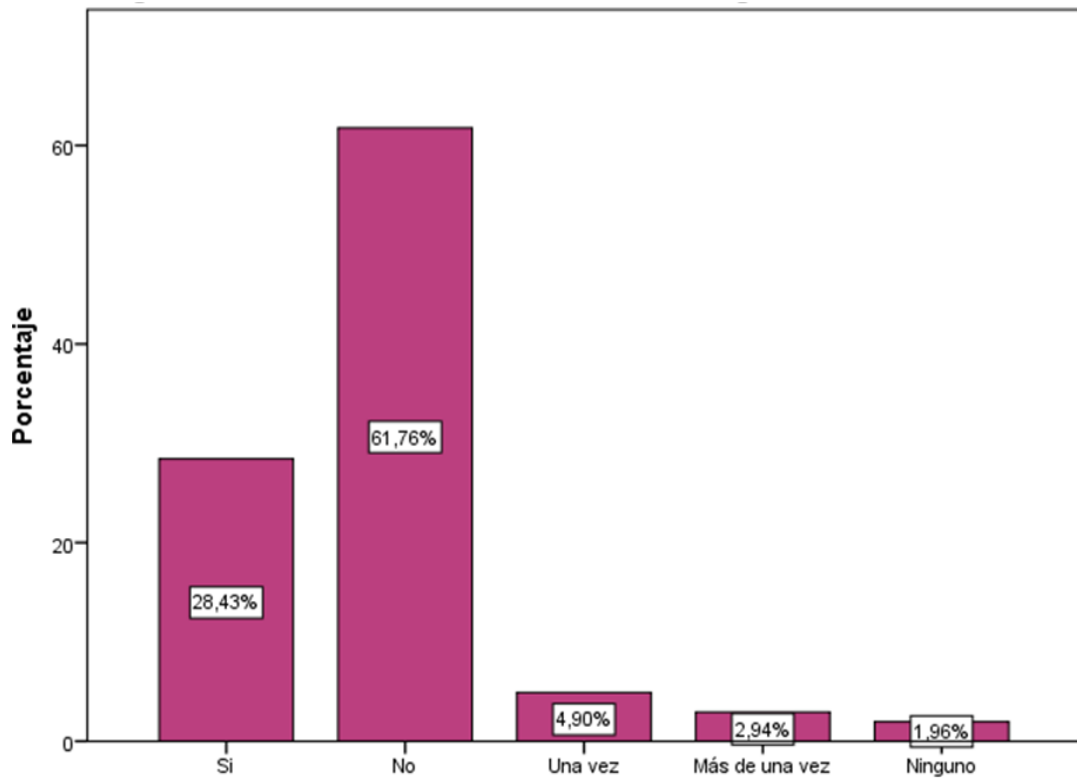


Figura 16. Escuchado
Elaborado por: Maira Talahua
Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De los datos obtenidos revelan que el 28,43% conocen el tema de los negocios inclusivos, mientras tanto que el 61,76% desconocen acerca del tema, el 4,90% han escuchado hablar una vez, el 2,94% lo han hecho más de una vez, y el 1,96% ninguno no tiene idea de que se trata. Con la encuesta determina que la mayoría del sector textil no posee conocimientos acerca de los negocios inclusivos, mientras que un porcentaje bajo si lo conocen, esto debería ser que brinde la información a través de los organismos que lo apoyan a este sector.

3.2.5 Pregunta 5.- ¿A sido partícipe de los negocios inclusivos en algún momento?

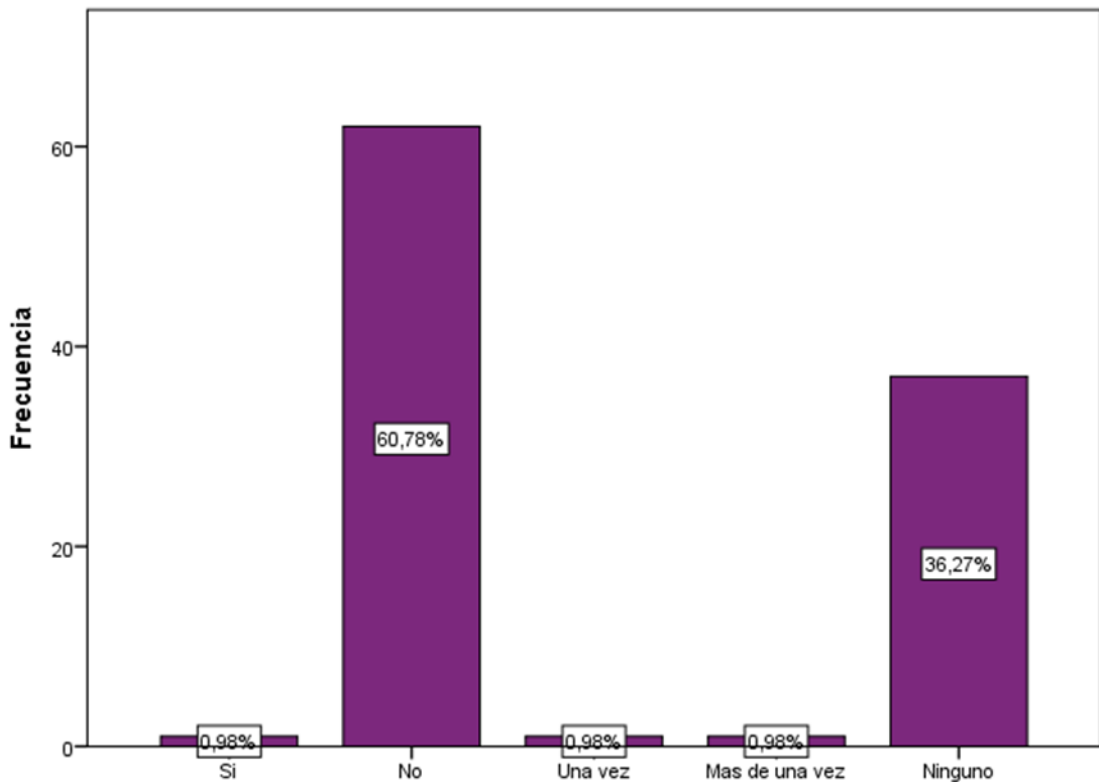


Figura 17. Partícipe
Elaborado por: Maira Talahua
Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos el 1,0% a participado en los negocios inclusivos, mientras tanto que el 60,8% en ningún momento no ha sido partícipe, el 1,0% una vez ha sido, el 1,0% lo han hecho más de una vez, y el 36,27% no ha participado ninguna vez. Esto quiere decir que en el sector textil no conocen sobre el tema de los negocios inclusivos por eso se debe a que nunca han sido partícipes en nada como también es por la falta de recursos económicos.

3.2.6 Pregunta 6.- ¿Usted cree que los beneficios de un negocio inclusivo son?

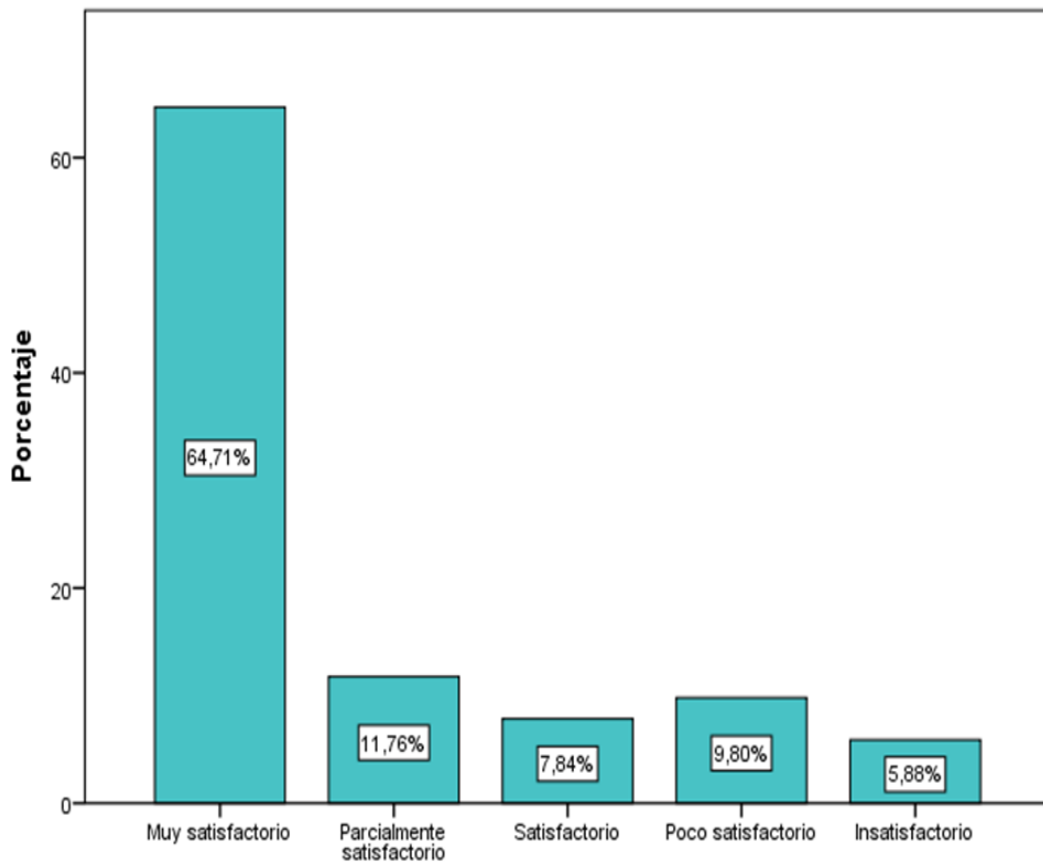


Figura 18. Beneficios
Elaborado por: Maira Talahua
Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De la encuesta realizada de los negocios inclusivos en el sector textil los datos obtenidos revelan que el 64,7% concluyen que los beneficios son muy satisfactorios dentro de los negocios inclusivos, mientras tanto que el 11,76% consideran que es parcialmente satisfactorio, el 7,84% son satisfactorios respecto a los beneficios, el 9,80% expreso que son poco satisfactorios y el 5,88% considera que es nula la satisfacción respecto a los beneficios obtenidos dentro de los negocios inclusivos. Esto hace referencia que más de la mitad de su totalidad de negocios inclusivos encuestados consideran que los beneficios obtenidos son muy satisfactorios y asegura la venta a un precio justo de esta iniciativa económicamente rentable, con el acceso a la mano de obra calificada.

Los beneficios de los negocios inclusivos son de un valor donde genera varias oportunidades para crear empleo, mejorar la competitividad de la cadena productiva, buscar nuevos mercados, capacitaciones de los tics esto genera mayor crecimiento económico y rentabilidad para este sector (Peinado, 2015).

3.2.7 Pregunta 7.- ¿Está de acuerdo en incursionar en el negocio inclusivo?

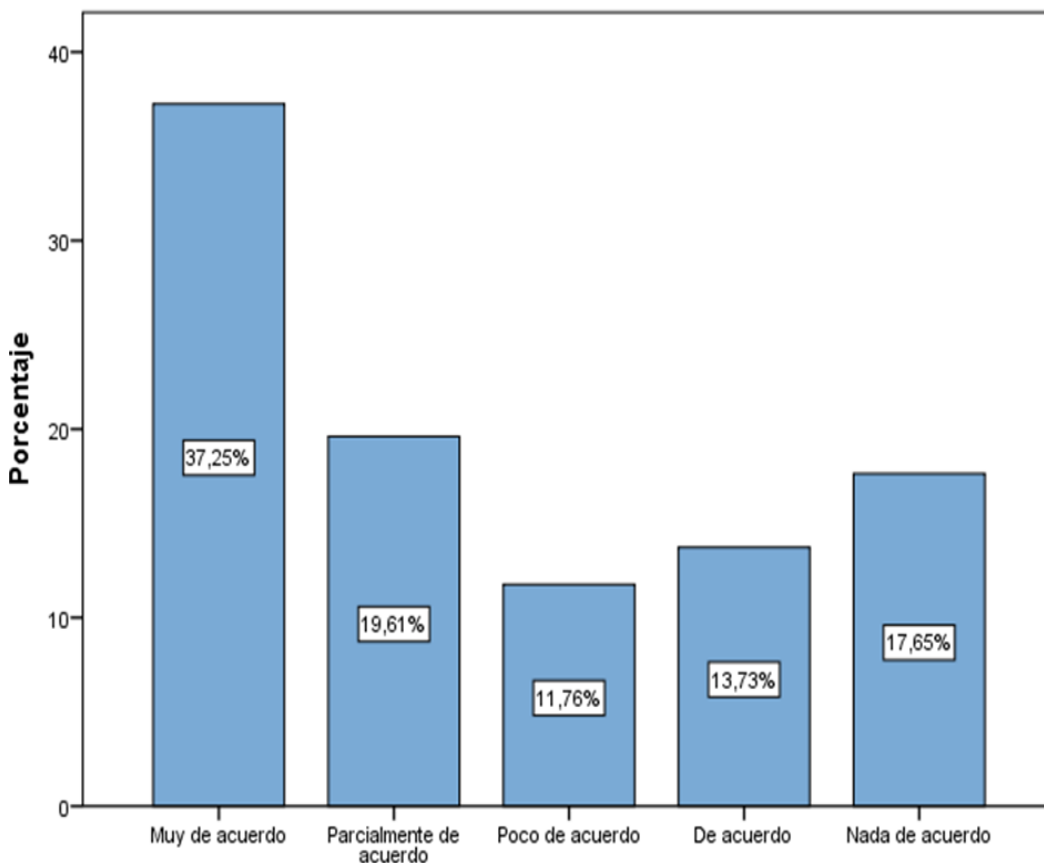


Figura 19. Incursionar
Elaborado por: Maira Talahua
Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

Del 100% de los datos realizada de los negocios inclusivos en el sector textil los datos obtenidos revelan que el 37,25% dicen que están muy de acuerdo con participar dentro de los negocios inclusivos, mientras tanto que el 19,61% consideran que parcialmente están de acuerdo en participar, el 17,76% considera que no están de acuerdo en participar, el 13,73% están de acuerdo con participar y el 17,65% están poco de acuerdo en participar en negocio inclusivo. Esto nos hace entender que la aceptación para participar dentro de negocio inclusivo para la industria textil es bastante aceptada

uno puede ser los beneficios que muchos consideran satisfactorios y los factores a favor de ser miembros en este negocio inclusivo.

Como lo manifiesta Peinado (2015) plantea que al incursionar en el negocio inclusivo mediante cadena de valor de una empresa es una manera de lograr resultados sostenibles donde su principal interés es el económico ya que sin retornos en las inversiones no serán capaces de sostener la iniciativa con enfoque de resultados de mutuos beneficios más allá de sus ganancias individuales.

3.2.8. Pregunta 8.- ¿Considera Ud. ¿Que el negocio inclusivo mejora la calidad de vida a personas de escasos recursos?

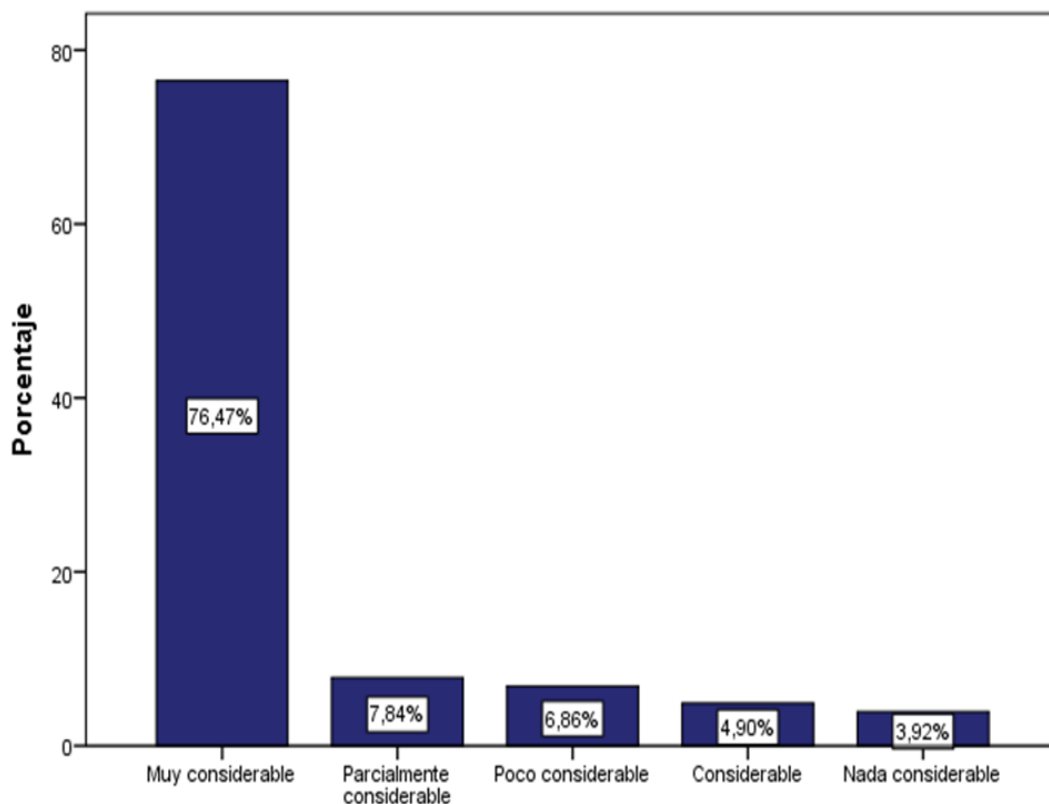


Figura 20. Calidad
Elaborado por: Maira Talahua
Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

Del 100% de la encuesta realizada de los negocios en el sector textil los datos obtenidos revelan que el 76,47% concluyen que los negocios inclusivos mejoran muy considerablemente la calidad de vida de los participantes , mientras tanto que el 7,84%

consideran que es parcialmente considerable la mejora, el 6,86 % es poco considerable respecto a la mejora en la calidad de vida de los negocios inclusivos, el 4,90% expresa que es considerablemente y el 3,92% considera que es nada considerable respecto a la mejora en la calidad de vida de los participantes de los negocios inclusivos. Se puede encontrar que más de la mitad de los encuestados consideran que los negocios inclusivos mejoran considerablemente la calidad de vida de los miembros, ayudando al desarrollo económico social de cada uno de estos, mientras tanto son apenas el porcentaje minoritario quienes concluyeron que no tiene ninguna ventaja sobre la calidad de vida de los miembros de este grupo económico.

Citando a (Karime, 2015) define que los negocios inclusivos impactan de manera concreta en mejorar la calidad de vida de las personas de escasos recursos donde poseen iniciativas, por medio del desarrollo de sus capacidades e incremento de sus ingresos, otorgando la facilidad a accesos de productos y servicios de calidad que lleguen a contribuir una mejoría del día a día.

3.2.9. Pregunta 9.- ¿Usted cree qué es importante que los negocios inclusivos contribuyen al desarrollo socio-económico de la Provincia?

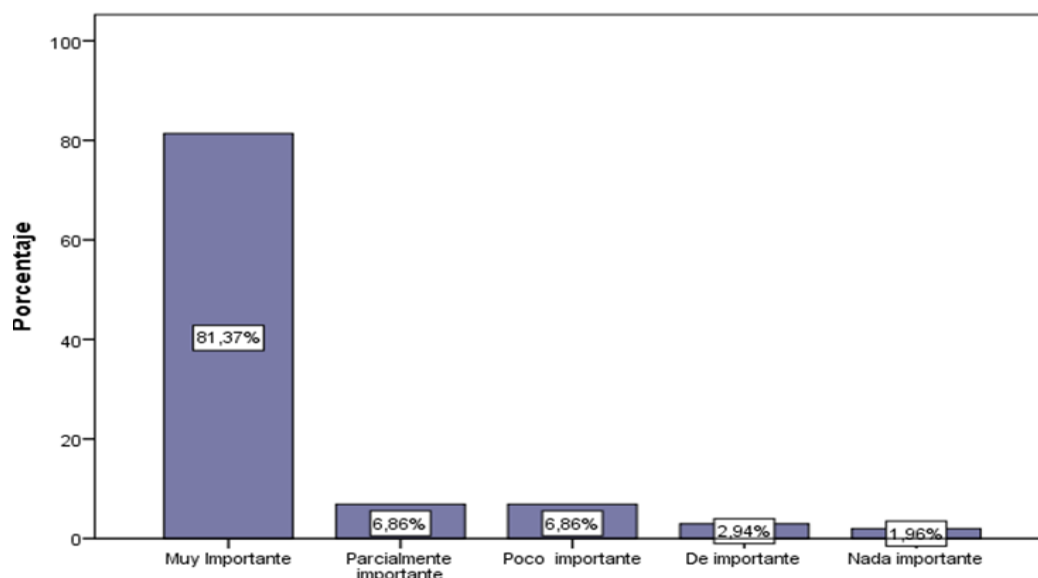


Figura 21. Contribuyente
Elaborado por: Maira Talahua
Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

Realizada la encuesta al 100% de los negocios del sector textil los datos obtenidos revelan que el 81,37% concluyen que es muy importante la participación de los negocios inclusivos al sector socio económico de la provincia, mientras tanto que el 6,86% consideran que es parcialmente importante, el 2,94% considera de poca importancia la aportación al sector socio productivo de la provincia mientras que el 1,96% expreso que la participación de los negocios inclusivos nula dentro del sector socio-económico de la provincia. Mediante la aplicación de la encuesta se puede encontrar que gran porcentaje de los negocios inclusivos consideran que la participación dentro del sector socio-económico dentro de la provincia es de gran importancia debido al número de empleos que se otorga, al factor ingresos para poder adquirir materias primas y por ende el crecimiento del sector.

Los negocios inclusivos promueven de manera de que las empresas contribuyan al desarrollo socio-económico positivamente a través de las satisfacciones de necesidades básicas y crecimiento en la productividad, los ingresos y la generación de empleos, y con el empoderamiento de las personas de escasos recursos con el objetivo de generar ganancias y oportunidades de un valor para las comunidades de bajos ingresos. (Peinado, 2015)

3.2.10 Pregunta 10.- ¿Está de acuerdo que los negocios inclusivos mejoran en el ámbito económico y social?

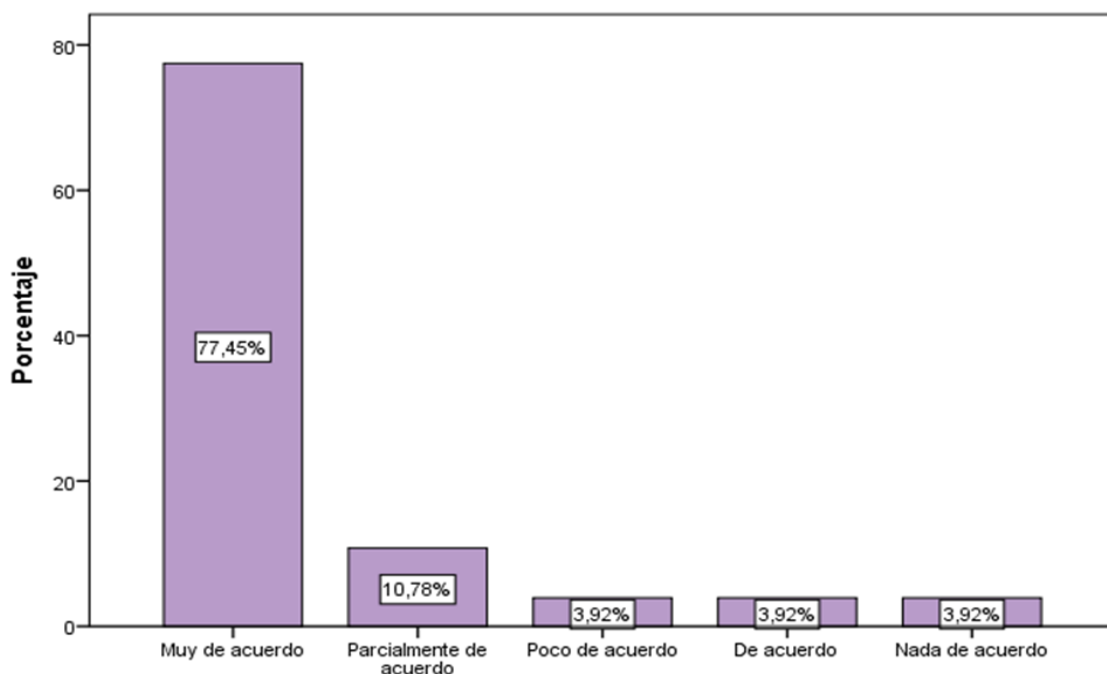


Figura 22. Mejoran
Elaborado por: Maira Talahua
Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

Del total de 100% de la encuesta realizada de los negocios en el sector textil los datos obtenidos revelan que el 77,45% concluyen que está muy de acuerdo con los beneficios para mejorar el ámbito social y económico de los negocios inclusivos, mientras tanto que el 10,78% consideran que parcialmente de acuerdo con la mejoría del ámbito social y económico de los negocios y el 3,92% considera que es poco, de acuerdo y 3,92% nada de acuerdo mejora. Al interpretar los datos encontrados podemos observar que más de la mitad de participantes han encontrado mejoría dentro del ámbito social y económico de los negocios inclusivos y poco son los que consideran que no existe mejoría alguna.

Como manifiesta Peinado (2015) los negocios inclusivos mejoran en el ámbito social mediante desarrollo sostenible de NI con la integración de población de bajos recursos y además presentan oportunidades de hacer negocio, y económico maximizar los beneficios de los NI a través de la innovación de productos y servicios esto quiere decir que mejoran las dos partes en sí, la calidad de vida.

Preguntas	Si	No			Ninguno	Total
-----------	----	----	--	--	---------	-------

			Una vez	Más de una vez		
4. Alguna vez ha escuchado hablar sobre los negocios inclusivos	29	63	5	3	2	102
5. A sido participe de los negocios inclusivos en algún momento	1	62	1	1	37	102
Total	30	125	6	4	39	204

Elaborado por: Maira Talahua

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

Mediante los resultados obtenidos de la encuesta del total del 100% de los negocios del sector textil de la provincia Tungurahua, actualmente la mayoría de las empresas desconocen el tema mencionado, y esto quiere decir que por esta situación nunca han sido partícipes en nada.

3.3 Discusión

Con respecto a tabulación y el análisis e interpretación de cada una de las preguntas, se puede identificar que los propietarios de los negocios en el sector textil no tienen idea, esto quiere decir que desconocen del tema ya que por medio del negocio inclusivo al incursionar en ello se puede obtener y conocer beneficios mutuos tanto para la empresa como para las personas de escasos recursos y por ende así mejorar la calidad de vida de las personas y con la satisfacción de aportar con la sociedad.

Mediante esto se pudo evidenciar que al momento de realizar las encuestas los propietarios de los negocios desean conocer y capacitarse para así conocer más a fondo el tema esto permitirá obtener una mejora en los ingresos económicos y por ende obtener beneficios mutuos ganar- ganar en el sector textil.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- ✓ En cuanto al análisis respectivo del nivel socio-económico de los negocios inclusivos en el sector textil de la Provincia Tungurahua se identificó 5 niveles socio-económicos se detalla el 9,8% se encuentra el nivel A(alto) el cual representa por 10 negocios, mientras que 13,7% está en el nivel B (medio) que es 14 negocios, el 24,5% en el nivel C+ (medio típico) con 25 negocios, y 44,2% en el nivel C- (medio bajo) cuenta con 45 negocios, y por el último 7,8% está en el nivel D(bajo) el cual posee con 8 negocios; esto quiere decir la mayor parte de los negocios pertenecientes al sector textil encuestados se evidencian en el nivel C.
- ✓ Los negocios inclusivos del sector textil generan muchos beneficios donde forman parte de la cadena de valor de la empresa, personas de escasos recursos como proveedores y como consumidores, donde se beneficiarán herramientas necesarias, capacitaciones y acceso a créditos, a la mano de obra calificada y garantiza la venta a un precio justo y aumento en la productividad.
- ✓ Los negocios inclusivos del sector textil de la Provincia Tungurahua se encuentran en crecimiento, donde los Organismos de apoyo son: MIPRO, BID, SEPS, MAGAD, AGROCALIDAD, FUNDACIÓN AVINA por medio de estas organizaciones este sector impulsa a la industria en incursionar en los negocios inclusivos para fortalecer su desarrollo donde representa una buena iniciativa para la economía y rentabilidad del negocio.

4.2 Recomendaciones

- ✓ También en las futuras investigaciones se fomentará sobre los negocios inclusivos no solo en el sector textil sino se recomienda profundizar con la asociatividad y su organización.
- ✓ Se sugiere un plan adecuado de capacitación para los negocios inclusivos en el sector textil de la Provincia Tungurahua, donde permitirá mejorar las relaciones laborales.

BIBLIOGRAFÍA

- Actividades económicas de Ecuador. (2017). Obtenido de <https://www.actividadeseconomicas.org/2017/12/actividades-economicas-de-ecuador.html>
- Agrocalidad. (2015). Obtenido de <https://www.ippc.int/es/countries/ecuador/reportingobligation/2015/10/agencia-ecuatoriana-de-aseguramiento-de-la-calidad-del-agro-agrocalidad/>
- Altamirano, M. (2018). Textiles, cuero y alimentos los pilares en la economía de Tungurahua. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102167817/textiles-cuero-y-alimentos-los-pilares-en-la-economia-de-tungurahua>
- Andrade, P. (2015). Negocios Inclusivos como fuente de Desarrollo Socioeconómico en Guayaquil. *Dialnet*.
- AVINA . (2011). *Negocios y Mercados Inclusivos. Disponible en:*. Obtenido de <http://www.avina.net/esp/oportunidades/mercados-inclusivos/> [01 noviembre 2015]
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2008). Obtenido de <https://www.iadb.org/es/acerca-del-bid/financiamiento-del-bid/financiamiento-del-bid%2C6028.html>
- Bejanni, J. (2010). Análisis de la efectividad de los negocios inclusivos para disminuir la pobreza en Colombia. Tesis.Universidad de los Andes.
- Bonnell, V., & Veglio, F. (2011). Inclusive business for sustainable livelihoods. *Field Actions Science Reports*.
- Cano, M. E. (2013). Negocio inclusivo: gana-gana sostenible. Encadenamiento productivo: Caso Asociación de Recicladores de Cali. *Universidad EAN*, 24 - 33.
- Chaparro-Orozco, Á., & López-Rodríguez, C. (2017). El Copoazú y los Negocios Inclusivos, una estrategia socioeconómica en Florencia-Caqueta. *Cooperativismo y Desarrollo*.
- Confederación Hidrográfica del Júcar. (2010). Obtenido de <https://www.chj.es/es-es/medioambiente/cuencahidrografica/Paginas/CaracteristicasSocioeconomicas.aspx>
- Díaz, D. (2017). Influencia del Turismo Comunitario en el desarrollo de las condiciones socioeconómicas de las comunidades calificadas como Centro de Turismo Comunitario en la Provincia del Guayas.
- Economía Latinoamérica. (2018). Noticias relacionadas con la economía de Latinoamérica. Obtenido de <https://www.cesla.com/detalle-noticias-de-latinoamerica.php?fecha=2018&Id=1619>

- Ecuavisa. (2018). Obtenido de <https://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/423781-inec-ecuador-alcanza-17096789-habitantes>
- Ekos. (2013). La pobreza es uno de los desafíos a superar para el desarrollo sostenible. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/los-negocios-inclusivos-como-iniciativa-para-promover-el-desarrollo-sostenible>
- El telégrafo. (2016). Ingreso familiar aumenta con negocios inclusivos. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/ingreso-familiar-aumenta-con-negocios-inclusivos>
- El Universo. (2012). Empresas incorporan a más de 3500 productores. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2012/05/24/1/1356/empresas-incorporan-mas-3500-productores.html>
- El Universo. (2019). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/12/27/nota/7667652/salario-basico-2020-se-fija-400>
- Fernández Nogales, Á. (2004). *Investigación y Técnicas de Mercado*. Madrid, España: ESIC.
- Figueras, A. J. (2009). SOCIOECONOMÍA, ECONOMÍA Y TERRITORIO. *Actualidad Económica*.
- Flores, J., Ickis, J., Leguizamón, A., & Metzger, M. (2006). La agroindustria: campo fértil para los negocios inclusivos. *Latinoamericana de Administraciones*.
- Franco, Y. (2014). Tesis de Investigación. Población y Muestra. Tamayo y Tamayo. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Fundacion Avina. (2008). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Fundaci%C3%B3n_Avina
- Gaertner, K., & Ishikaw, E. (2014). *Shared Prosperity through Inclusive Business: How Successful Companies Reach the Base of the Pyramid*. Washington, DC: IFC. Obtenido de https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/bf203d80463da1548c90bd9916182e35/SharedProsperitythruBiz_
- Galindo-Calvo, P. (2007). Cultura y desarrollo socioeconómico: un diagnóstico de la cultura empresarial en las Pymes andaluzas. *Revista El foro*.
- Garizabal, M., Sánchez, M., & Estrada, H. (2017). Negocios inclusivos: Una revisión teórica desde la dinámica colombiana. *Revista Espacios*, 38(47), 6.
- Garzon, J., & Vargas, C. (2017). Proyecto de los negocios inclusivos en Colombia, una relación entre compañías y personas.

- Golja, T., & Požega, S. (2012). Inclusive Business – What It Is All About? Managing Inclusive Companies. *International Review of Management and Marketing*, 22-42.
- Grald, C., & Knobloch, C. (2009). Inclusive Business Guide: How to Develop Business and Fight Poverty. Obtenido de http://endeva.org/wp-content/uploads/2014/11/IBG_final.pdf
- Hart, S., & London, T. (2005). Developing native capability: What multinational corporations can learn from the base of the pyramid. *Stanford Social Innovation Review*, 3(2), 28-33. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/284306140_Developing_native_capability_What_multinational_corporations_can_learn_from_the_base_of_the_pyramid
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed ed.). México, D.F: McGraw-Hill.
- INEC. (2011). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf
- INEC. (2012). Participación de establecimientos textiles en las provincias del Ecuador- Análisis sectorial.
- INEC. (2014). *Compendio de Resultados de la Encuesta de Condiciones de Vida ECV 2014*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV_2015/documentos/ECV%20COMPENDIO%20LIBRO.pdf
- INEC. (2015). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/Publicaciones/ECV_Folleto_de_vivienda.pdf
- INEC. (2018). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Ishikawa, A., & Strandberg, L. (2009). *Negocios inclusivos creando valor para las empresas y para la población de bajos ingresos*. . España:: Business School, Universidad de Navarra.
- Jaramillo, P. (2011). *Negocios Inclusivos: Creando valor en América Latina*. SNV y WBCSD. Obtenido de <http://wbcspdpublications.org/project/inclusive-business-creating-value-in-latin-america/>.
- Karime, P. (2015). *Negocios Inclusivos Sostenibles*. Obtenido de https://issuu.com/cecodesdesarrollosostenible/docs/sosteniblemente__ni_paginas
- Karnani, A. (2007). Fortune at the Bottom of the Pyramid: A Mirage. How the private sector can alleviate poverty. *California Management Review, Summer*, 49 (4), 90-111.

- Karnani, A. (2007). The Mirage of Marketing to the Bottom of the Pyramid: How the Private Sector Can Help Alleviate Poverty. *California Management Review*, 49(4), 90-111. doi:<https://doi.org/10.2307/41166407>
- Kiej de los Bosques. (2006). Obtenido de <https://www.oikocredit.es/es/oikoproject/project/18641/pdf>
- Koenig, R. (2013). Fundacion Ser Paz.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principios de marketing*. Madrid: Prentice.
- La Hora. (2018). Obtenido de https://www.lahora.com.ec/noticia/1102211859/31_-de-ecuatorianos-no-tiene-casa-propia
- La Hora. (2019). Obtenido de https://lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102240097/la-industria-textil-de-tungurahua-con-perdidas-de-hasta-el-30_-
- La Hora. (2019). Obtenido de <https://lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102218754/ambato-ocupa-el-tercer-lugar-a-nivel-nacional-en-indice-de-pobreza>
- Londoño, P. (2010). *Negocios Inclusivos: creando valor en America Latina*.
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Lucio, R., Villacrés, N., & Henríquez, R. (2011). Sistema de salud de Ecuador. *scielos*. Obtenido de <https://www.scielosp.org/article/spm/2011.v53suppl2/s177-s187/>
- MAGAP. (2010). Obtenido de <https://rimisp.org/socio/ministerio-de-agricultura-ganaderia-acuacultura-y-pesca/>
- Manuel Andrés. (2013). Base de la pirámide, clave en la cadena de valor: Nestlé. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/base-piramide-clave-cadena-nestle-69880>
- María , P. (2014). Negocios y Sostenibilidad en la Base de la Pirámide. *Dialnet*, 9(5), 95-116.
- Márquez, P., Ezequiel, R., & Berger, G. (2010). Negocios inclusivos: Iniciativas de mercado con los pobres de Iberoamérica Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de <http://www.cumpetere.com/wp-content/uploads/2018/02/Recensi%C3%B3n-de-Negocios-Inclusivos-limpio-rev.pdf>
- Martínez, F., & Amador, L. (2010). Educación y desarroll socio-económico. *Contextos educativos*, 83-97.
- Martinez, R., & Rodriguez, E. (2015). *Manual de metodología de la investigación científica* .

- Medina, C., & Gibert, J. (2017). Examen epistémico de la socio-economía como disciplina intersectada. *Polis Revista Latinoamericana*, 1-18.
- Mejía, C. (2014). Negocios inclusivos como estrategia de responsabilidad social empresarial para la inclusión laboral de los desplazados en el Magdalena. *Verbum*, 9(9), 77-94.
- Mendoza, I. (2013). Investigación Cuantitativa. Obtenido de <https://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/investigacion-cuantitativa/>
- Ministerio del Medio Ambiente. (2012). Obtenido de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/242984/5.+Exploraci%C3%B3n+Metodo1%C3%B3gica+de+la+Cuenta+del+Agua.pdf/4c5debfd-41cb-404e-b15c-c97fa062158e;jsessionid=B4twrFyjfTUigGQB-oE9OjdK?version=1.0>
- Montenegro, A., Uribe, A., Garizabal, M., & Sánchez, M. (2017). Negocios inclusivos beneficio compartido entre empresas y poblaciones vulneradas de Latinoamérica. *Espacios*, 38(59), 9.
- Moreno, G. (2008). La definición de salud de la Organización Mundial de la Salud y la interdisciplinariedad. *Sapiens Universitaria de investigación*, 1(9).
- Muñoz, L. V. (2016). Negocios inclusivos en el Ecuador: el caso de APROCA y UOPROCAE. Quito.
- Musso, N., & Ulla, L. (2010). Responsabilidad Social Empresarial e Inclusión Económica y Social: Negocios Inclusivos Casos de Buenas Prácticas Nacionales: Buenos Aires. Obtenido de <https://pdfslide.net/documents/rse-libro-negocios-inclusivos-casos-de-buenas-practicas-en-argentina.html>
- Navarro, J. (2014). *Epistemología y Metodología de la Investigación*. México, D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Negocios inclusivos: Acción empresas por un desarrollo sostenible. (2017). Obtenido de http://accionempresas.cl/wp-content/uploads/2017/09/DOCUMENTO_NEGOCIOS_INCLUSIVOS.pdf?_cf_chl_jschl_tk__=ff2cb57adf0581709445b90f0f9d1cf4465db6ba-1588707228-0-AU5qvaTPHWKHgWAHgS8carI8nxcQBvjBmozgj2xgv--McSLvEMPqzqIa9YGnyTDWl84D8la7umDkbC0biebuHFgTjNX9RSK
- Osorio-Bayter, L. (2012). La Empresa de Economía Solidaria y el Talento Humano en la Responsabilidad Social. Una alternativa para mejorar el bienestar de la sociedad. *Encuentro Internacional de Investigación en Administración 2009: "Responsabilidad Social de la Administración en el mundo"*.
- Pedro, P. (2011). *Un Caso de Negocio Inclusivo: Jóvenes Paraguayos y una Cadena de Valor*.
- Peinado, E. (2015). Transformando las relaciones de negocios en América Latina.

- Porter, M., & Kramer, M. (2011). Koma consulting : Creación del valor compartido. Obtenido de <https://es.slideshare.net/paolamaldonado11/control-de-lectura-creacin-de-valor-compartido-michael-porter>
- Poveda, A., & Galindo, A. (2015). La socio-economía y la sociedad del conocimiento. *CIFE*, 11-14.
- Poyantos, P. (2015). Revisión Bibliográfica: los negocios en la base de la pirámide como clave para la mitigación de lapobreza. Tesis, Universidad Abierta Interamericana.
- Prahalad, C., & Hart, S. (2002). The fortune at the botton of the pyramid. *Strategy+Business*, 1(26), 1-14.
- Prieto, A. (2014). Metodología de la investigación.
- Ramos, C. (2015). Los paradigmas de la investigacion. *Unife*(1), 23.
- Rayon, E. (2016). La importancia de la economía en los negocios. *Expresiones UDLAP*.
- Reglamento a la Ley Orgánica Económica Popular y Solidaria. (2018). Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>
- Rodríguez, J. (2001). *Vulnerabilidad y grupos vulnerables: un marco dereferencia conceptual mirandoa los jóvenes*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/7150/S018659_es.pdf
- Rodríguez, M. C., Carrizosa, A., Bonell, C., & Rengifo, S. (2010). *De las alianzas productivas a los negocios inclusivos. Guía de mejores prácticas para la implementación de negocios inclusivos en palma de aceite*. Colombia: Molher Impresores.
- Sabalza, M. (2006). *Iniciativas económicas para el desarrollo local: viabilidad y planificación*.
- Sanchez , M., & Hilda, E. (2017). Negocios inclusivos: Una revisión teórica desde la dinámica colombiana. *Espacios*, 38(47), 6.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/04/Informe-a-la-Nacion.pdf>
- Servicio Holandes de cooperacion al desarrollo. (2012).
- Stigson, B. (2008). Negocios inclusivos: Iniciativas Empresariales Rentables con Impacto en el Desarrollo.
- Tecnologías de la Información y Comunicaciones. (2017). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics%202017_270718.pdf

- Teodósio, A. d., & Graziella, C. (2012). Inclusive business and poverty: prospects in the Brazilian context. *R.Adm., São Paulo*, 47(3), 410-421.
- World Economic Forum and Boston Consultin Group. (2009). Obtenido de <https://expansion.mx/negocios/2009/01/28/mexichem-destaca-a-nivel-global>
- Young, D. (2009). Alternative perspectives on social enterprise. Nonprofits and business. *The Urban Institute Press*.
- Zielinski, A., & Romero, M. (2019). Las Empresas Inclusivas ¿Un camino alternativo para desarrollar Nicaragua? Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS



“EL COMPORTAMIENTO SOCIO-ECONÓMICO DE LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

Objetivo: Especificar cuáles son los principales factores socio-económico de los negocios inclusivos.

Encuesta dirigida a los negocios inclusivos del sector textil

Instrucciones:

- Lea detenidamente las preguntas del cuestionario.
- Marque con una X la respuesta que esté más próxima a su realidad.
- Solo puede escoger una

1. ¿Señale cuantas personas trabajan en su negocio?

Grupo Familiar

1 ayudante

2 – 3 ayudantes

4 en adelante

2. ¿Qué tiempo lleva de funcionamiento su negocio?

1-5

6-10

11-15

16-20

Más de 21 años

3. ¿Según su criterio en qué porcentaje ha crecido su nivel de producción anual?

0%-5%

6%-10%

11%-15%

16%-20%

Más de 20%

4. Alguna vez ha escuchado hablar sobre los negocios inclusivos?

Si
No
Una vez
Más de una vez
Ninguno

5. ¿Ha sido partícipe de los negocios inclusivos en algún momento?

Si
No
Una vez
Más de una vez
Ninguno

6. ¿Usted cree que los beneficios de un negocio inclusivo son?

Muy satisfactorio
Parcialmente satisfactorio
Satisfactorio
Poco satisfactorio
Insatisfactorio

7. ¿Está de acuerdo en incursionar en el negocio inclusivo?

Muy de acuerdo
Parcialmente de acuerdo
Poco de acuerdo
De acuerdo
Nada de acuerdo

8. ¿Considera Ud. ¿Que el negocio inclusivo mejora la calidad de vida a personas de escasos recursos?

Muy considerable
Parcialmente considerable
Poco considerable
Considerable
Nada considerable

9. ¿Usted cree que es importante que los negocios inclusivos contribuyen al desarrollo socio-económico de la Provincia?

Muy importante
Parcialmente importante
Poco importante
De importante
Nada importante

10. ¿Está de acuerdo que los negocios inclusivos mejora en el ámbito económico y social?

Muy de acuerdo
Parcialmente de acuerdo
Poco de acuerdo
De acuerdo
Nada de acuerdo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Anexo 2 : Lista de empresas

RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL/ACTIVIDAD ECONOMICA	
AIGUALONGO LOZADAPIEDAD MERCEDES	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
AGUILAR RAMÍREZ MARIA DEL CARMEN, TEJIDOS FERNANDA	FABRICACIÓN DE MEDIAS, INCLUIDOS CALCETINES, LECTARDOS Y PANTIMEDIAS.	
ALCOVAR PUEBLOS JORGE LENIN NICOTEXTIL	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
AMAGUÑA ULLOA LUIS LAURA MARIA MEDIAS SUPER	FABRICACIÓN DE MEDIAS, INCLUIDOS CALCETINES, LECTARDOS Y PANTIMEDIAS.	
AREVALO GARCES LOURDES DEL ROCIO CREACIONES DANIEL	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
BARRERA FLORES HECTOR ANIBAL	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
BONILLA ACOSTA GERSON NECTARIO	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
BONILLA RODRIGUEZ DANIEL, PATRICIO ACUARI O'S SPORTS	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
BUENAÑO ESCALANTE ROGER GULIAN CONFECCIONES PEDI	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
BUENAÑO ESCALANTE ROGER GULIAN CONFECCIONES PEDI	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
BUENAÑO LLERENA CESAR HUMBERTO TEXTIDOR	FABRICACIÓN DE MEDIAS, INCLUIDOS CALCETINES, LECTARDOS Y PANTIMEDIAS.	
BUSTOS LOPEZ TARQUINO OLMEDO	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CABRERA SALAN JORGE LEOMAN LADDE CONFECCION	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CADEÑA ULLOA AIDA MARGOTH	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CAGUANA YANCHA LUZ MARIA CONFECCIONES KIOI	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CAGUANA YANCHA LUZ MARIA CONFECCIONES KIOI	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CASAGUANO TIFAN MARTHA CECILIA CONFECCIONES DANV	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CAVINO NARANJO BLANCA ISABEL MAG	FABRICACIÓN DE MEDIAS, INCLUIDOS CALCETINES, LECTARDOS Y PANTIMEDIAS.	
CAIPOS PULLITACAO CARLOS ROBERTO JOSMEL	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CAIPOS PULLITACAO CARLOS ROBERTO JOSMEL	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CARRILLO CARRILLO BRAULIO SALOMON	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CASTILLO VASQUEZ JOAQUIN MANUEL CONFECCIONES MELI	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CASTILLO VELASTEGUI HENRY GONZALEZ CONFECCIONES H. C.	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CASTILLO VILHEZA GLADYS ROCIO	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CASTRO JACOME BOLIVAR GUILLERMO	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CASTRO JACOME BOLIVAR GUILLERMO	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CAZAR LOPEZ LENIN XAVIER ANDY TEX	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CAZAR MIRANDA VICTOR ERNESTO CONFECCIONES CAZ	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CHANGO PALATE RUTH XIMENA	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CHATO JEREZ WILLIAM Y LAIDMIR	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CHUCHOS TOAPANTA JEANNETTE ELIZABETH TEXTILES SEBITAS	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CONSTANTE VILLALVA EDINSON JOFFR CONFECCIONES TAM	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CORDÓNEZ BARRIONUEVO SONIA AUC CONFECCIONES MAR	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CORDÓNEZ BARRIONUEVO SONIA AUC CONFECCIONES MAR	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CORDÓNEZ BARRIONUEVO SONIA AUC CONFECCIONES MAR	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CORDOVA SANITAMARIA FIEDAD LUISM CALC	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CORDOVA SANITAMARIA FIEDAD LUISM CALC	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
CUSCO GAVILANES JAIME DARWIN CONFECCIONES ERIK	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
DIAS TOALOMBO MARIA CARMEN	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
FIALLOS CAMACHO ANA DOLORES DEL TEX I.E.F	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
FIALLOS QUINGA JEANNETTE PAULINA CONFECCIONES PELL	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
FIALLOS SANCHEZ LUCIA PATRICIA	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
FRANCO TORRES ANA CARMELINA LIZY JHON	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
GARCÉS COCA MYRIAM MARGOTH MAJATEX CONFECCION	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
GONZALEZ CASTRO MARIA SOLEDAD	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
GONZALEZ OLALLA SEGUNDA MACLOV ORACIONES NATALY	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
GORDON CAZAR TATIANA YASELLY	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
GUATARRA LLERENA MERCEDES DEL CAJU STEF	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
GUALOTO PUMA MONICA FERNANDA MAQUILAN COLS	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
GUALOTUÑA ANCHAU OLGA BIVIANA	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
GUAMAN GUAMAN ANGEL RODRIGO ANTH BRY	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
GUANOLUISA AIGUALONGO MARIA FANNY	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
GUEVARA VALVERDE JOSUE ISMAEL	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
GUTIERREZ MERCHAN OLGA MARINA TECN DEPORTIVOS	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
HIDALGO VASQUEZ ROMULO ARTURO JUNIOR'S EL COMISA	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
ISA YARAO MARIA CRISTINA MARIA ISA	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
JEREZ CHICAIZA ANA PATRICIA	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
LANDA LANDA RITA PATRICIA	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
LESCANO PEREZ ELVA CECILIA D CECY	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
LESCANO LIZANO SYLVIA MARITZA D'MARSIL	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
LESCANO LIZANO SYLVIA MARITZA D'MARSIL	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	
LLERENA VILLAGO MARLENE JUDITH CONFECCIONES MAR	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.	

LUJANO RUIZ MARIA ELEVAION		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
LÓMAS PROAÑO ANGELICA MARIA	GRUPO FRANLOTEX	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
LOPEZ AREVALO EDISON DAVID		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
LOPEZ AREVALO RAMIRO BENJAMIN	R-II	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
LOPEZ BAYAS MARIO BOLIVAR	M&B TEXTILES	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
LOPEZ BAYAS MARIO BOLIVAR	M&B TEXTILES	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
LOPEZ BAYAS MARIO BOLIVAR	M&B TEXTILES	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
LOPEZ OVALLOS CARLOS EDUARDO		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
LOZADA CASTILLO MARK EDMUNDO	MELTEX	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
LUSA GUANZASH MARIA SUSANA	CONFECCIONES Y L	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
MENA PAREDES LUIS ENRIQUE	AMA POSTALE KIDS	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
MERA JUELAS GUILLERMINA ISABEL		FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE CONFECCIÓN DE PUNTO Y GANCHILLO: JERSEYS, SUÉTERES, CHALECOS, CAMISETAS Y ARTÍCULOS SIMILARES.
MILLINGALLE MORILLO VERONICA MARICELA		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
MOLINA FLORES CECILIA IVETH	PROMOTEX	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
MOLINA PROAÑO DORIS ALEXANDRA		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
MORALES MARZANO JUAN CARLOS	EMITEX	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
MORALES PEREZ MANUEL RUBEN	TRANSFER FALLON JE	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
MOYA VIERA SEGUNDO JUAN JOSE		FABRICACIÓN DE MEDIAS, INCLUIDOS CALCETINES, LEOTARDOS Y PANTIMEDIAS.
MOYA VIERA SEGUNDO JUAN JOSE		FABRICACIÓN DE MEDIAS, INCLUIDOS CALCETINES, LEOTARDOS Y PANTIMEDIAS.
NARANJO OCHO HUGUER ROBERTO	ROBERTEX	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
NAVAS ESCOBAR FAUSTO ENRIQUE	GLAMOROUS REMI	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
NUÑEZ CASTRO MARTHA MAGDALENA	CONFECCIONES SPOI	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
NUÑEZ CASTRO MARTHA MAGDALENA	CONFECCIONES SPOI	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
OCANA LOPEZ VERONICA ELIZABETH	D'CHRISTIAN - MARY	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
OROZCO CORDOZ MARIJEL MEDIAS	ELUTEX	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
ORTIZ OCHOA NORMA ELIZABETH	CREACIONES SHARIEI	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
ORTIZ QUIRIBALIN MERY DEL ROCIO		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
PADILLA MAYORGA SILVIA JACQUELINE RIGUITEX		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
PADILLA MAYORGA SILVIA JACQUELINE RIGUITEX		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
PAEZ QUIÑDE PAULINA DEL CARMEN	CONFECCIONES DIAP	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
PALACIOS DIAZ OLIVER ELISIE SUSANA GRU SPD		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
PALATE PALATE MARIA LAURA	CONFECCIONES LAUI	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
PALATE PALATE NANCY PIEDAD		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
PAREDES GANDO ELIDA	CONFECCIONES DYLA	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
PAZNIÑO BARONIA OLGA ENRIQUETA	CONFECCIONES SOFI	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
PAZNIÑO ROMERO CARMEN ALEXAND TEXTREH		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
PAZNIÑO ROMERO CARMEN ALEXAND TEXTREH		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
PAZNIÑO ROMERO CESAR RICARDO		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
PEREZ COBO HUGO GILBERTO	FABRICA SINAI	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
PILOO CALZA TANINIA LORNA	CREACIONES XAVITE	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
PINYO PAUCAR MYRIAM FABIOLA		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
PUNJIL VILLENA PATRICIO FERNANDO		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
QUILLIGANA CADEÑA JOSE PATRICIO		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
QUINDE TIPANTAZ FANNY BEATRIZ	TEXTILES ORTIZ	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
RAMIREZ BONILLA RAMIRO ENRIQUE	RAMITEX	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
RAMOS ORTIZ ENMA YOLANDA	BASIC-BENRAY-COLLIF	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
REINOZ FREIRE AMADA DEL ROCIO	CREACIONES ROSSY	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
RIVERA NUÑEZ VILMA GUADALUPE		FABRICACIÓN DE MEDIAS, INCLUIDOS CALCETINES, LEOTARDOS Y PANTIMEDIAS
ROBLES MORETA JAIME ALFREDO	SALVATEX CONFECCO	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
RODRIGUEZ SANTANA NORMA DEL ROCIO		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
ROJAS O CHINCHUÑA CLEMENCIA DE JESUS		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
RUIZ CAÑAR OLGA PIEDAD	MONITEX	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
SAA TORO PATRICIA DEL CONQUELO	MS PRODUCCIONES	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
SALLEMA MUJUELA PATRICIA ELIZABETH	CREACIONES CHRISTI	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
SANCHEZ LLERENA FREDI ROBERTO	CONFECCIONES ROBIF	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
SILVA SILLAGANA JINSON RAFAEL	ETIMATEX	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
SOLIS PEREZ MARIA ELEVAION	CREACIONES ENMS	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
SORIA FUENTES NELSON TRAJANO		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
TAYUPANTA PULLITANG FAUSTO ANIBAL		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
TEXTILES GUTIERREZ GUTMAN OIA LTDA.		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
TEXTILES GUTIERREZ GUTMAN OIA LTDA.		FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA
TIPAN POMBO SARRA PATRICIA	MARCETEX	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PUJAMAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA

TISALEMA TISALEMA ANGELA MARCELA	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PIAJAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.			
TITUAÑA CHUQUINDA MARTA ELOYNA INTERTEX	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PIAJAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.			
TITUAÑA CHUQUINDA MARTA ELOYNA INTERTEX	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PIAJAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.			
TONATO PALAN MARIANA DE JESUS	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PIAJAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.			
TORRES AGUILERA VICTOR HUGO	TORRES Y ESPEJO PLU FABRICACIÓN DE MEDALLAS Y MEDALLONES, SEAN O NO DE METALES PRECIOSOS.			
TORRES AGUILERA VICTOR HUGO	TORRES Y ESPEJO PLU FABRICACIÓN DE MEDALLAS Y MEDALLONES, SEAN O NO DE METALES PRECIOSOS.			
TRUJILLO ORTIZ PAUL FERNANDO	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PIAJAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.			
VÁSQUEZ ORJILLO CARLOS ANIBAL	TALLER MUNITEX FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PIAJAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.			
VEGA TENECOTA DIEGO FERNANDO	D' TOMI MARCELA FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PIAJAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.			
VILLAFUERTE YANCHA ROSA CELINA	FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PIAJAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.			
VILLENA CHAVES HECTOR ROMELI	CONFECIONES S VILLI FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PIAJAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.			
YAN LONG DE	FABRICA GIRASOL Y FABRICACIÓN DE MEDIAS, INCLUIDOS CALCETINES, LEOTARDOS Y PANTIMEDIAS.			
YAN LONG DE	FABRICA GIRASOL Y FABRICACIÓN DE MEDIAS, INCLUIDOS CALCETINES, LEOTARDOS Y PANTIMEDIAS.			
ZURITA MANUJARREZ CARLOS ALBERTO	CONFECIONES ZURI FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR Y ROPA DE DORMIR DE TELAS TEJIDAS, CALZONCILLOS, PIAJAS, CAMISONES, BATAS, BLUSAS, FAJAS, ETCÉTERA.			

Anexo 3. Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,956	10