

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

COHORTE 2018

TEMA: “Indicadores de innovación un pilar en el control estratégico de la Industria Textil de la provincia de Tungurahua”

Trabajo de Titulación, previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas Mención en Sistemas Integrados de Gestión, Calidad, Seguridad y Ambiente

AUTOR: Ingeniero Paul Alejandro Cobo Carrasco

TUTOR: Ingeniero Marcelo Javier Mancheno Saá, Magíster.

Ambato – Ecuador

2020

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas

El Tribunal receptor del Trabajo de titulación, presidido por el Ingeniero Santiago Xavier Peñaherrera Zambrano, MBA., e integrado por los señores: Ingeniero Arturo Fernando Montenegro Ramírez, Magíster e Ingeniero Juan Gabriel Saltos Cruz, Magíster, designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas, de la Universidad Técnica de Ambato, para receptar el Informe Investigación con el tema: “Indicadores de innovación un pilar en el control estratégico de la Industria Textil de la provincia de Tungurahua”, elaborado y presentado por el Señor Ingeniero Paul Alejandro Cobo Carrasco, para optar por el Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas Mención en Sistemas Integrados de Gestión, Calidad, Seguridad y Ambiente, una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación, el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

.....
Ing. Santiago Xavier Peñaherrera Zambrano, MBA.
Presidente y Miembro del Tribunal

.....
Ing. Arturo Fernando Montenegro Ramírez, Mg.
Miembro del Tribunal

.....
Ing. Juan Gabriel Saltos Cruz, Mg.
Miembro del Tribunal

AUTORÍA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Titulación, presentado con el tema: “Indicadores de innovación un pilar en el control estratégico de la Industria Textil de la provincia de Tungurahua”, le corresponde exclusivamente al Ingeniero Paul Alejandro Cobo Carrasco, autor bajo la Dirección del Ingeniero Marcelo Javier Mancheno Saá, Magíster, del Trabajo de Titulación, y patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.

.....
Ingeniero, Paul Alejandro Cobo Carrasco
C. C. 180448823-5

AUTOR

.....
Ingeniero, Marcelo Javier Mancheno Saá, Magíster
C. C. 180354921-9

DIRECTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.

.....
Ingeniero, Paul Alejandro Cobo Carrasco
C. C. 180448823-5

AUTOR

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
UNIDAD ACADÉMICA DE TITULACIÓN FACULTAD CIENCIAS	
ADMINISTRATIVAS	ii
AUTORÍA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN.....	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
DEDICATORIA	xii
AGRADECIMIENTO	xi
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
EXECUTIVE SUMMARY.....	xv
INTRODUCCIÓN	1
1. TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	3
2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	3
2.1. Área del conocimiento	3
2.2. Línea de investigación	3
3. INFORMACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	3
3.1. Tiempo de ejecución	3
3.2. Financiamiento.....	3
3.3. Costo estimado.....	4
3.4. Autor	4
4. DESCRIPCIÓN DETALLADA.....	4
4.1. Definición del problema de investigación	4
4.1.1. Contextualización.....	5
4.1.1.1. Macro contextualización	5
4.1.1.2. Meso contextualización.....	9
4.1.1.3. Micro contextualización.....	13
4.1.2. Análisis crítico	15
4.1.3. Prognosis.....	17
4.1.4. Formulación del problema	17

4.1.5. Interrogantes (subproblemas).....	17
4.1.6. Delimitación del objeto de investigación	18
4.2. Objetivos de la investigación	19
4.2.1. Objetivo general	19
4.2.2. Objetivos específicos	19
4.3. Justificación de la investigación	20
4.4. Marco teórico referencial	21
4.4.1. Antecedentes investigativos	21
4.4.2. Fundamentos teóricos.....	29
4.4.2.1. Indicadores de innovación	29
4.4.2.2. Gestión empresarial.....	35
4.5. Metodología	51
4.5.1. Población y muestra	52
4.5.1.1. Población.....	52
4.5.1.2. Muestra.....	54
4.5.2. Operacionalización de variables	55
4.5.2.1. Variable independiente. Indicadores de innovación	55
4.5.2.2. Variable dependiente. Control estratégico	56
4.5.3. Descripción detallada del tratamiento de fuentes primarias secundarias.....	57
4.5.3.1. Plan de recolección de la información	57
4.5.3.2. Plan de procesamiento y análisis de la información	57
4.5.4. Técnicas de recolección	60
4.5.4.1. Encuesta	60
4.5.5. Instrumentos de recolección.....	61
4.5.5.1. Cuestionario	61
4.5.5.2. Validación con expertos.....	61
4.5.5.3. Validación del instrumento de recolección con el Alpha de Cronbach	61
4.5.4. Procesamiento de la información	62
5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	63
5.1. Análisis e interpretación de los datos.....	63
6. CONCLUSIONES.....	90
7. RECOMENDACIONES.....	91
8. REFERENCIAS CITADAS	93

9. ANEXOS	101
-----------------	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Rubro de gastos.....	4
Tabla 2. Líderes de innovación y control estratégico en el contexto mundial.....	8
Tabla 3. Medición ventajas	34
Tabla 4. Medición desventajas	34
Tabla 5. Actividades económicas.....	38
Tabla 6. Cambios en los cinco componentes	48
Tabla 7. Componentes de los informes de control interno.....	50
Tabla 8. Industrias Textiles /Tungurahua.....	53
Tabla 9. Indicadores de innovación.....	55
Tabla 10. Control estratégico	56
Tabla 11. Plan de recolección de la información.	57
Tabla 12. CIUU 4.0s	57
Tabla 13. Criterio general de valoración de Alfa de Cronbach.....	61
Tabla 14. Alfa de Cronbach	62
Tabla 15. Media y desviación estándar de la encuesta piloto	62
Tabla 16. Estadísticas de fiabilidad.....	63
Tabla 17. Tiempo de la empresa en el mercado.....	64
Tabla 18. Número de colaboradores en la empresa	65
Tabla 19. Adaptación en la maquinaria.....	66
Tabla 20. Nueva maquinaria y programas tecnológicos genera costos elevados....	67
Tabla 21. El financiamiento es una de las barreras que impide la innovación	68
Tabla 22. Mejora los procesos de producción.....	69
Tabla 23. Desembolsos para acciones internas de Investigación + Desarrollo.....	70
Tabla 24. Desarrollo de innovaciones de proceso.....	71
Tabla 25. La cooperación en innovación	72
Tabla 26. Bienes o servicios nuevos en el mercado.....	73
Tabla 27. Área, o unidad de gestión de innovación y control estratégico.....	74
Tabla 28. Acciones de innovación (1).....	76
Tabla 29. Acciones de innovación (2).....	77
Tabla 30. Acciones de investigación y desarrollo (R&D)	78
Tabla 31. Acciones para el desarrollo de innovaciones de productos y procesos....	80

Tabla 32. Innovaciones organizacionales en el año fiscal 2018-2019	82
Tabla 33. Innovaciones organizacionales en los tres últimos años 2017-2019.....	82
Tabla 34. Metodología utilizada.....	83
Tabla 35. Innovaciones de mercado	84
Tabla 36. Modelo de gestión estratégica para su control	85
Tabla 37. Indicadores de innovación	86
Tabla 38. Correlaciones entre la innovación y el control.....	87
Tabla 39. Indicadores de innovación	89

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Ranking innovación - competitividad Ecuador.....	12
Gráfico 2. Análisis crítico: Investigación explicativa de la industria textil.	16
Gráfico 3. Cadena de valor.....	42
Gráfico 4. Componentes del modelo COSO.....	47
Gráfico 5. Componentes y criterios del modelo COSO.....	48
Gráfico 6. Ciclo básico de criterios sistema de control COSO.....	49
Gráfico 7. Industrias Textiles de Tungurahua.....	53
Gráfico 8. Estructura de empresas por actividad económica.....	58
Gráfico 9. Estructura de empresas según provincia (2016).....	59
Gráfico 10. Participación en ventas-actividad económica, año 2016.....	60
Gráfico 11. Tiempo de la empresa en el mercado.....	64
Gráfico 12. Número de colaboradores en la empresa.....	65
Gráfico 13. Adaptación en la maquinaria.....	66
Gráfico 14. Nueva maquinaria y programas tecnológicos genera costos elevados .	67
Gráfico 15. El financiamiento es una de las barreras que impide la innovación.....	68
Gráfico 16. Mejora los procesos de producción.....	69
Gráfico 17. Desembolsos para acciones internas de Investigación + Desarrollo	70
Gráfico 18. Desarrollo de innovaciones de proceso.....	71
Gráfico 19. La cooperación en innovación.....	72
Gráfico 20. Bienes o servicios nuevos en el mercado.....	73
Gráfico 21. Área, o unidad de gestión de la innovación y control estratégico.....	75
Gráfico 22. Acciones de innovación.....	76
Gráfico 23. Acciones de innovación.....	77
Gráfico 24. Acciones de investigación y desarrollo (R&D).....	79
Gráfico 25. Acciones de innovación.....	81
Gráfico 26. Acciones organizacionales.....	82
Gráfico 27. Innovaciones de mercado.....	84
Gráfico 28. Modelo de gestión estratégica para su control.....	85
Gráfico 29. Indicadores de innovación.....	86
Gráfico 30. Categorías fundamentales: Marco referencial.....	101

AGRADECIMIENTO

Como prioridad en mi vida agradezco a Dios por su infinita bondad, en los momentos que más lo necesito, en mi salud, fortaleza, responsabilidad, sabiduría, permitiéndome culminar mi visión, con certeza y gozo.

A la Universidad Técnica de Ambato, a sus autoridades y formadores académicos, por abrir sus puertas y brindarme la confianza necesaria para triunfar en la vida y transmitir sabiduría con mi formación profesional.

Agradezco de manera muy especial por su esfuerzo, dedicación, colaboración y sabiduría a que sea un profesional de éxito, al Ing. Marcelo Javier Mancheno Saá, Mg., mil gracias por su conocimiento científico y consejos que me sirvió para formarme como persona e investigador, su experiencia profesional, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda finalizar mi posgrado con éxito

Quiero expresar mi especial gratitud a mí estimado amigo Ing. Carlos Alberto Guamán Llamuca, Mg., por su apoyo incondicional y moral.

“Los pensamientos que elegimos son las herramientas que empleamos para pintar el lienzo en nuestras vidas”

Paúl Alejandro Cobo Carrasco

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a mi Dios quien supo guiarme por el buen camino, darme su ayuda y seguir adelante, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

Dedico a mis padres Luciano y Rosita por su apoyo incondicional, consejos, comprensión, amor, principios, valores, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje que con sus consejos he conseguido mi sueño ideal.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome para poder realizar mi proyecto de titulación.

“La llave del éxito está en el poder de la mente en conspiración con el universo”

Paúl Alejandro Cobo Carrasco

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS COHORTE 2018

TEMA: *“Indicadores de innovación un pilar en el control estratégico de la Industria Textil de la provincia de Tungurahua”.*

AUTOR: *Ingeniero Paul Alejandro Cobo Carrasco.*

TUTOR: *Ingeniero Marcelo Javier Mancheno Saá, Magíster.*

FECHA: *08 de Julio de 2020.*

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio se despliega en base a dos pilares que son los indicadores de innovación y el control estratégico de la industria textil. El estudio de la innovación ha evolucionado en las últimas cinco décadas. Las disciplinas involucradas se han diversificado así como las investigaciones sobre el tema. Actualmente el control estratégico es factor esencial para el progreso de las empresas. Bajo este entorno, el objetivo de este trabajo es estructurar indicadores de innovación mediante un modelo de control estratégico para la industria textil de la provincia de Tungurahua. Con este propósito se describirá el panorama de los estudios de la innovación y el surgimiento del análisis de la innovación para el control estratégico considerando ¿Falta de conocimiento?, ¿Carencia de posibilidades de creación de estrategias?, y en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, del sector textil donde el empresario/gerente es un elemento fundamental para crear valor e innovar a la empresa. En el desarrollo de esta indagación se aplicó la encuesta-cuestionario a los 32 empresarios del sector textil, está técnica se validó por medio del método de Alpha de Cronbach 0,875 a su estudio, más la aplicación del programa SPSS, y el método

Pearson a fin de lograr un mayor resultado, se ejecutó la operacionalización de variables, en donde se consideró las preguntas básicas de la investigación. Se concluye que los indicadores de innovación influyen directamente en el control estratégico de la industria textil, ya que sin estrategias las empresas textiles de la confección del vestido no cuentan con proyecciones de emprendimiento. Se recomienda hacer uso del modelo COGE (Control en la Gestión Empresarial), control interno para los negocios del sector de la industria textil de la provincia de Tungurahua, así como determinar las líneas de mejora continua hacia los cuales deben situarse los esfuerzos de la industria textil.

DESCRIPTORES: INNOVACION, EMPRENDIMIENTO, COMPETENCIA, INDICADORES, CONTROL ESTRATEGICO, INDUSTRIAL TEXTIL, MEJORA CONTINUA, MODELO DE GESTION, GESTION EMPRESARIAL, CULTURA EMPRESARIAL.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS COHORTE 2018

THEME: *“Indicadores de innovación un pilar en el control estratégico de la Industria Textil de la provincia de Tungurahua”*

AUTHOR: *Ingeniero Paul Alejandro Cobo Carrasco.*

DIRECTED BY: *Ingeniero Marcelo Javier Mancheno Saá, Magíster.*

DATE: *July 08, 2020*

EXECUTIVE SUMMARY

The present study is deployed on the basis of two pillars that are the innovation indicators and strategic control of the textile industry. The study of innovation has evolved over the past five decades. The disciplines involved have diversified as well as research on the subject. Strategic control is currently an essential factor for the progress of companies. Under this environment, the objective of this work is to structure innovation indicators through a strategic control model for the textile industry of Tungurahua province. This purpose will describe the landscape of innovation studies and the emergence of innovation analysis for strategic control considering Lack of knowledge? Lack of possibilities for strategy creation, and in the development of small and medium-sized enterprises, of the textile sector where the entrepreneur/manager is a fundamental element in creating value and innovating the company. In the development of this inquiry, the survey-questionnaire was applied to the 32 entrepreneurs in the textile sector, this technique was validated by the Alpha method of Cronbach 0.875 to its study, plus the application of the SPSS program, and the Pearson method in order to achieve a greater result, the operationalization of variables was executed, where the basic questions of the research were considered. It is concluded that the innovation indicators directly influence the strategic control of the textile industry, since without strategies textile garment companies do not have entrepreneurship projections. It is recommended to make use of the COGE (Control in Business Management) model, internal control for the textile industry businesses of

Tungurahua province, as well as to determine the lines of continuous improvement to which the textile industry's efforts should be placed.

KEYWORDS: INNOVATION, ENTREPRENEURSHIP, COMPETITION, INDICATORS, STRATEGIC CONTROL, INDUSTRIAL TEXTILE, CONTINUOUS IMPROVEMENT, MANAGEMENT MODEL, BUSINESS MANAGEMENT, BUSINESS CULTURE.

INTRODUCCIÓN

El objeto de este proyecto de investigación son los indicadores de innovación un pilar en el control estratégico de la industria textil en la provincia de Tungurahua, es un tema que en la actualidad se escucha en cualquier tipo de organización, lo cual ha llevado a que diferentes actores de la economía tengan que adoptar un procedimiento para implementar un proceso de cambio y mejora continua, que expongan como objetivo estructurar indicadores de innovación mediante un modelo de control estratégico para la industria textil, para la búsqueda de la optimización de los recursos.

En este sentido, es preciso que toda entidad se guíe en modelos de gestión ya comprobados como “el modelo de control en la gestión empresarial (COGE) para fortalecer los emprendimientos, fundamentado en los informes COSO, COCO y MICIL” (Freire, A & Jiménez, S, 2019), con el propósito de poder identificar si se está avanzando hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos, de esta necesidad es preciso que toda empresa textil, tenga claridad del modelo de direccionamiento a seguir, pues este será parte de la base del desarrollo del sector de la confección del vestido de la provincia de Tungurahua.

El proceso de llegar a indagar de qué manera los indicadores de innovación son un factor determinante del control estratégico de la industria textil en la provincia de Tungurahua, se desglosa en nueve numerales que se detallan a continuación: el desarrollo inicial se halla constituido por el tema del proyecto de investigación, y se planteó un problema de forma amplia y minuciosa; es decir se efectuó un estudio, indistintamente, y se delimitó las líneas de investigación, esta investigación se detalla en el área de conocimiento de administración según la clasificación CINE de la UNESCO, y en la línea de investigación de emprendimiento e innovación, en analogía previa al tema planteado, basándose en indagaciones de varios autores, al mismo tiempo se planteó un objetivo general, tres objetivos específicos, y la justificación del porqué del tema a plantearse.

De igual forma se puntualizó la información del trabajo de titulación en el cual se determinó el tiempo de ejecución, el financiamiento y los datos del autor del proyecto de investigación. En el marco teórico referencial se marcó las variables y sus categorías, igualmente se estableció la población a ser estudiada, se detalló la metodología a ser manejada, en la cual

se aplicó un enfoque cuantitativo, también se trabajó con la modalidad de campo, ya que se estudiaron los hechos en forma directa y real de la entidad delimitada para su estudio, asimismo se trabajó con la modalidad bibliográfica que se investigó en libros virtuales, revistas indexadas y varias publicaciones que sirvieron de soporte y referencia para el desarrollo del trabajo de investigación.

El nivel de investigación es de tipo descriptivo y correlacional, porque se describe situaciones y eventos que tienen relación directa con el problema y objetivos de la investigación esbozados acerca de la situación actual de la industria textil de la provincia de Tungurahua con respecto a la innovación y competitividad

El método operado para el desarrollo del trabajo investigativo es deductivo debido a que se trabajó con datos que fueron sacados de la Junta Provincial de Defensa del Artesano de Tungurahua (de los datos del Servicio de Rentas Internas (SRI), del desarrollo del Proyecto de Titulación), Pymes existentes globalmente en Tungurahua pero para el desarrollo de este proyecto de investigación se trabajó solo con 32 Pymes del sector textil-confecciones del vestido, para esto se manejó la técnica de la encuesta con su instrumento o herramienta el cuestionario, y se empleó el instrumento de recolección validado como promedio de una prueba piloto y por el Programa Estadístico Informativo SPSS mediante el índice del Alfa de Cronbach dónde arroja el 0,875 porque el instrumento posee una estructura e su contenido y es validado para el levantamiento de información. La prueba Piloto se llevó a cabo aplicando el cuestionario a una muestra de seis empresas Pymes del sector textil-confección de prendas de vestir de Tungurahua para el mejoramiento de su competitividad con la aplicación de indicadores de innovación y control estratégico.

Luego se aplicó la encuesta-cuestionario a la población de 32 empresas de la industria textil de Tungurahua, y se utilizó el programa SPSS Statistics “20”, se evidencia al registrarse valores p significativos de 0,05 para el Coeficiente de Correlación de Pearson según una distribución t de Student, siendo estos de 0.000 lo cual permite identificar que el financiamiento e innovación en los indicadores de gestión se encuentra muy correlacionado para medir la relación entre dos variables, y proponer indicadores de innovación a través de un modelo de control estratégico en la industria textil de la provincia de Tungurahua.

1. TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“Indicadores de innovación un pilar en el control estratégico de la industria textil en la provincia de Tungurahua”.

2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Área del conocimiento

Según SENESCYT (2011), presenta el manual del usuario del Sistema Nacional de Información de Educación Superior del Ecuador (SNIECE), que fue publicado por la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, sobre las áreas y subáreas del conocimiento de la organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura (en inglés United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization-UNESCO, 1997), que según la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE), se enmarca la presente investigación en el área de conocimiento de administración.

2.2. Línea de investigación

Emprendimiento e Innovación

3. INFORMACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

3.1. Tiempo de ejecución

Octubre 2019 –junio 2020

3.2. Financiamiento

No aplica

3.3. Costo estimado

El costo estimado que se requiere para ejecutar el presente proyecto de investigación es autofinanciado por el autor y se detalla a continuación.

Tabla 1. Rubro de gastos.

N°	Rubro de gastos	Valor
1	Personal de apoyo-estadístico	180,00
2	Material de escritorio	150,00
3	Material bibliográfico	120,00
4	Transporte: combustible	250,00
5	Imprevistos	180,00
Total		880,00

Fuente. Investigación propia

Elaborado por. Cobo, Paul (2020)

3.4. Autor

Nombre. Cobo Carrasco Paul Alejandro.

Grado académico. Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios

Teléfono. 0979123740

Correo electrónico. lex_1710@live.com

Tutor. Ing. MBA. Marcelo Javier Mancheno Saá

Correo electrónico. mj.mancheno@uta.edu.ec

1. DESCRIPCIÓN DETALLADA

4.1. Definición del problema de investigación

El planteamiento del problema es la etapa de investigación que conduce a aislar una situación particular y concreta, de manera que puede ser sometida a observación y análisis, con el fin de comprobarla. Ver (Grafico 2) Por el escaso desconocimiento y desconfianza frente a aporte de la innovación y competitividad gerencial, ante un mundo de competencia global de la industria textil en la provincia de Tungurahua, se precisa que los empresarios operen con indicadores de innovación para elevar los márgenes competitivos a nivel empresarial y generar el máximo valor para los accionistas. Solo la aplicación de estrategias de crecimiento y producción con indicadores de innovación generará el rendimiento óptimo en la industria textil de Tungurahua por cada colaborador con márgenes en un mercado competitivo, es por

ello, que se necesita tener un personal productivo y desarrollado para integrar las necesidades tanto individuales como del sistema empresarial en todos sus procesos internos en un margen eficiente que dará lugar al crecimiento del segmento del cliente, a la comunicación interna y externa, a los sistemas de información eficaces por excelencia, y sobre todo a la comunicación eficaz del mercado.

En estos tiempos los valores evolucionan rápidamente y los recursos se tornan insuficientes por el desconocimiento de los colaboradores a nivel empresarial, cada vez es inevitable comprender aquello que influye sobre el control estratégico como el rendimiento de los individuos en el trabajo; así como el clima laboral que determina la forma en que el individuo percibe su trabajo, su rendimiento, su productividad y su satisfacción. La idea de este estudio es verificar si existe relación entre ambos conceptos, al comprobar si los indicadores de innovación un pilar afecta de forma directa en el control estratégico de la industria textil en la provincia de Tungurahua. Por consiguiente es necesario plantearse la siguiente pregunta de investigación.

¿Cómo se relaciona los indicadores de innovación con el control estratégico?

4.1.1. Contextualización

4.1.1.1. Macro contextualización

El problema planteado para esta investigación surge de la necesidad de conocer la situación de la industria textil ecuatoriana con respecto a la innovación. De este planteamiento se deriva una pregunta central para este estudio: ¿Cuál es la situación real de las empresas textiles de la provincia de Tungurahua con respecto a los indicadores de innovación un pilar en el control estratégico?: Uno de los obstáculos a nivel de Pymes es la desvalorización en la gestión de proyectos en la industria textil de Tungurahua por el desconocimiento de innovación tecnológica en el diseño, siendo uno de los obstáculos para hacer frente a la competencia de productos extranjeros a nivel empresarial.

El sector textil se ha basado para su crecimiento en la demanda interna; los elevados costos de producción, la falta de acuerdos comerciales con otros países, el ingreso de productos

textiles mucho más económicos, especialmente desde China, Japón, han afectado su desarrollo.

La aplicación de salvaguardias fue el 18 de marzo de 2015, con la Resolución No.1784, en el Gobierno del Eco. Rafael Correa, fue la medida adoptada con el fin de proteger a la industria nacional, sin embargo, los bajos costos actuales que mantiene China ha provocado que muchos sectores aprovechen esta ventaja y den una connotación de competencia desleal. Por otro lado el ingreso ilegal de productos por las fronteras de Colombia y Perú, de los cuales no se puede tener una cifra real. Según datos de la AITE “el contrabando textil se sitúa entre los 150 y 200 millones de dólares al año”. Es preciso señalar que la industria textil es considerada como uno de los motores generadores de crecimiento y desarrollo de la economía mundial; sin embargo su gran capacidad de producción ha llevado a convertirse en competencia frente a otras industrias de diferentes países. Generalmente los países que poseen industrias dedicadas al sector textil son Estados Unidos, China y en países latinoamericanos como: México, Colombia y Ecuador.

Ante un mundo de innovación y competitividad global, las industrias textiles precisan que los colaboradores y administrativos se sientan innovadores con conocimiento en indicadores para el control estratégico que fortalezca a la industria la estructura textil con sapiencias y trabajo en equipo, y pueda mantenerse en un mercado competitivo, es por ello, que es significativo contar con colaboradores idóneos en las unidades de las manufacturas textiles.

El desarrollo de la innovación y control estratégico se ha transformado en un pilar por excelencia para el cambio de la matriz productiva; en las reestructuraciones internas, externas, y en la implementación de procesos y procedimientos estratégicos que generen eficiencia y efectividad en el impulso de la industria textil, a fin de que diseñadores, fabricantes e investigadores ecuatorianos desarrollen modernos tratamientos y texturas hasta ahora desconocidas buscando ser cada vez más sustentables, por eso se ha visto necesario efectuar una investigación explicativa iniciando desde los índices de innovación y competitividad mundial 2018 , para analizar en qué puesto se ubicó Ecuador, en cuanto al sector textil actual, según datos estadísticos de algunos autores que seguidamente se detalla.

A nivel mundial los índices de innovación y competitividad en el año 2018, China se coloca entre los 20 países principales; Suiza, los países Bajos, Suecia, el Reino Unido, Singapur y

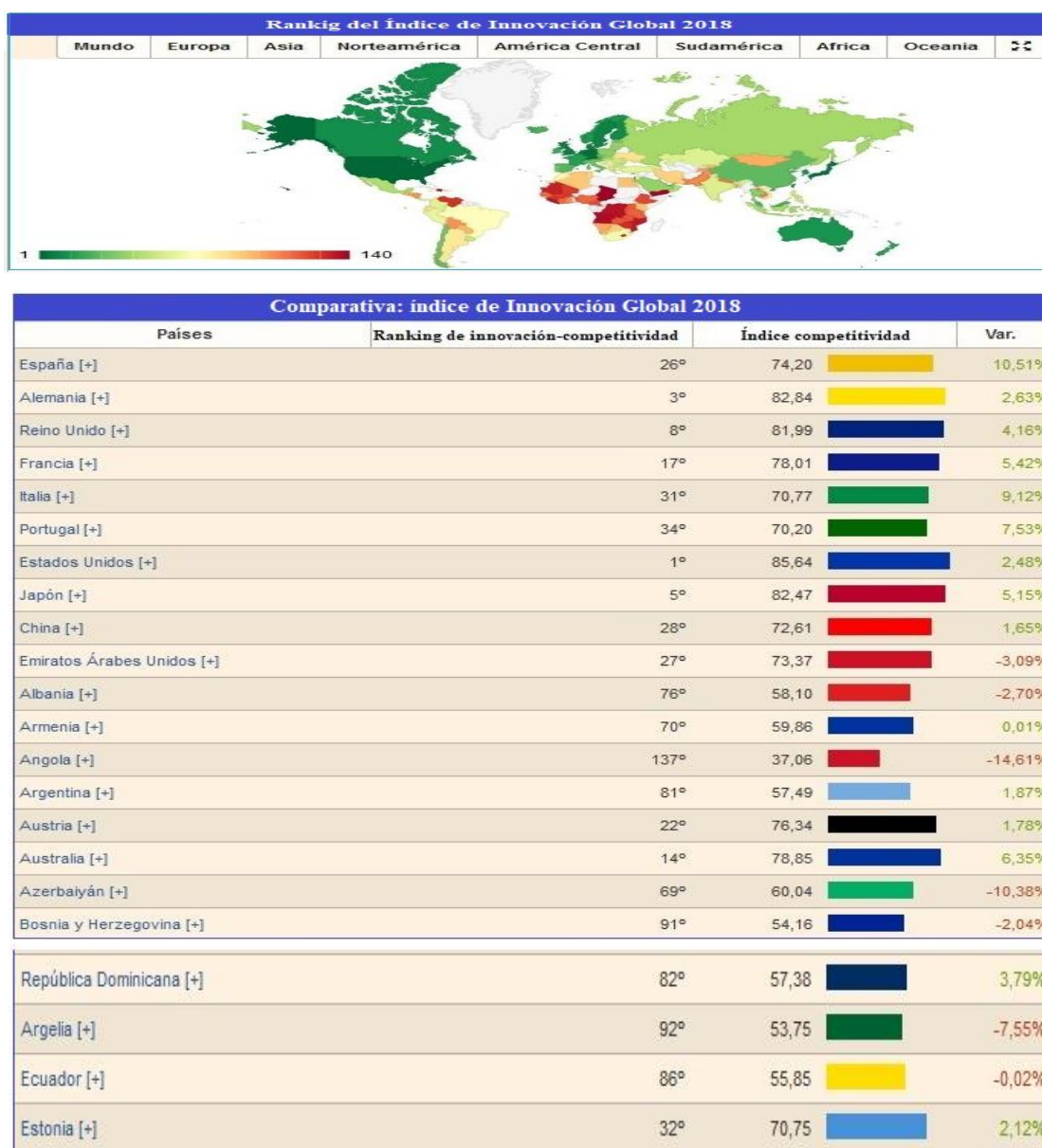
los Estados Unidos de América encabezan la clasificación anual de los 20 países en innovación y competitividad, como 1. Suiza (número 1 en 2017); 2. Países Bajos (3); 3. Suecia (2); 4. Reino Unido (5); 5. Singapur (7); 6. Estados Unidos de América (4); 7. Finlandia (8); 8. Dinamarca (6); 9. Alemania (9); 10. Irlanda (10); 11. Israel (17); 12. Corea (República de) (11); 13. Japón (14); 14. Hong Kong (China) (16); 15. Luxemburgo (12); 16. Francia (15); 17. China (22); 18. Canadá (18); 19. Noruega (19); 20. Australia (23). (Gurry, 2018) Según OMPI (2018), aclara que el rápido ascenso de China pone de manifiesto la orientación estratégica por los máximos dirigentes con los objetivos de crear capacidades de primera calidad en materia de innovación y competitividad para trasladar la base estructural de la economía hacia las industrias más centradas en el conocimiento y que se valgan de la innovación para mantener la ventaja competitiva, afirmó el director general de la OMPI, Francis Gurry, “esto anunciaría la llegada de la innovación multipolar” (Gurry, 2018).

Un grupo de economías de ingresos medianos y bajos cuentan con unos resultados en materia de innovación notablemente superiores a los que se podrían predecir por su nivel de desarrollo. En 2018, estos artífices de la innovación son veinte economías, tres más que en 2017, la región del África Subsahariana aporta seis artífices de la innovación, entre ellos Kenia, Ruanda y Sudáfrica, mientras que otras cinco economías provienen de Europa del Este. A su mismo Indonnesia, Malasia, Tailandia y Vietnam siguen avanzando puestos de la clasificación y se acercan a potencias regionales como China, el Japón, Singapur, la República de Corea.

Esta revolución ha dado origen al quiebre de diversos paradigmas en lo que concierne a las insuficiencias básicas, calidad de vida, productos y servicios, inmediatez y velocidad con el que se mueven los sistemas de una aldea global. En este contexto, el valor de lo intangible se posiciona como el componente diferenciador “donde lo inmaterial recauda un valor formidable para la competitividad y el capital humano preparado para innovar, se constituye en las bases de la construcción de estos nuevos activos”. En efecto, diferentes organizaciones gubernamentales instaladas en países desarrollados, se han encargado de procesar herramientas, planes y mediciones para establecer la importancia de un proyecto en la economía, porque han entendido que parte de los factores estratégicos que contribuyen a la innovación, es el control estratégico con indicadores de gestión para que un país alcance su competitividad, con planificación. (Figuroa, 2017)

“A medida que pasa el tiempo los líderes de innovación global en el contexto mundial reaparecen con una serie de economías emergentes, y se destacan en verdaderos motores del mundo de la innovación” (Dutta, 2018), exdecano y profesor guía de gestión en la Universidad de Cornell, en el que sostiene que China se encuentra posesionada entre las 25 economías principales; la economía de ingresos mediano más cerca a este grupo de economías es Malasia. Otros supuestos interesantes con los de la India, la República Islámica del Iran, México, Tailandia y Viena que suben gradualmente de puesto en la clasificación”, como a continuación se detalla en el siguiente gráfico.

Tabla 2. Líderes de innovación y control estratégico en el contexto mundial



Fuente. (Foro Económico Mundial, 2018)

Investigado por. Cobo, P. (2019)

Explicación

Cada año el Foro Económico Mundial Público revisa y da seguimiento al índice de innovación global (Global Innovation), este índice mide como un país utiliza los recursos de que dispone y su capacidad para proveer a sus habitantes, de un alto nivel de emprendimiento innovador, base de datos que sirve de aporte, analizando las 12 variables de su economía, como: industrias, infraestructuras, entorno macroeconómico, salud, eficiencia del mercado financiero, laboral, de bienes, innovación, competitividad tamaño del mercado, sofisticación en materia de negocios. (Gurry, 2018). Desde este punto de vista la innovación es un factor clave para la competitividad, ya no solo de las empresas, sino también para el crecimiento de las economías nacionales y regionales, donde constituye un elemento fundamental; a pesar de los anterior se ha encontrado evidencia del deficiente dinamismo entre la empresa, la innovación y la investigación, tanto en Pymes y grandes como afirma la CEPAL (2014). Este comportamiento podía permitirse hace un tiempo atrás, pero no en la era actual, en la cual las empresas sumergidas en tiempos intensos y complejos requieren de una amplia innovación empresarial, desde una perspectiva de la evolución conceptual de estos constructos.

4.1.1.2.Meso contextualización

El análisis del BID sobre el sistema nacional de innovación en Ecuador determina que “existe un conjunto de problemas o fallas que hacen que la inversión en innovación por parte de los agentes sea inferior al óptimo”, porque se requiere de capacidades científicas y tecnológicas y de innovación que sean desarrolladas equitativamente a nivel académico para evitar diversas dificultades como asimetrías tanto a nivel funcional y sectorial. De cierta forma las capacidades de generación de conocimiento se concentran en las universidades e instituciones de Educación Superior [...] (EKos, 2019).

A pesar de que el Ecuador es visto por los países desarrollados como una tierra de oportunidades en el cual se podría desarrollar actividades; su pequeña y gran inversión se encuentra en los sectores: industriales, agrícola, petrolero, minero, turístico.

A nivel nacional en investigaciones efectuadas, se halla que el sector económico se encuentra segmentado en tres especialidades según la información recopilada en Censo Nacional

Económico 2010 (INEC, 2018), en la manufactura, comercio y servicios. En la rama manufactura preexisten 11.006 establecimientos, el 74,2% de sus actividades están orientadas a la industria de prendas de vestir, exceptuando aquellas que detallan con materiales de piel; por otro lado el 8,2% y en definitiva el 9,5% está representado por otras acciones de manufactura.

Considerando la especialidad de servicios se revela que existen registrados alrededor de 4.054 establecimientos, de los cuales el 56% se han dedicado a la reparación de calzado y artículos de cuero, en el 44% se han situado aquellos establecimientos que prestan servicios de lavado y limpieza de productos textiles y de piel. Existen 31.983 entidades económicas de las cuales el 80% tienen ventas netamente en cantidades normales o al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero; el 13% se dedica únicamente a la venta al por mayor y menor de textiles, prendas de vestir y calzado hallándose esencialmente en puntos de venta o en mercados, teniendo entonces que el 7% ofrecen su comercio a ciertas actividades semejantes. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2019)

“Las principales industrias textiles del Ecuador se encuentran en Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua e Imbabura, en orden de importancia de ciudades, en Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Atuntaqui”. (Cevallos, 2014). Este sector está ubicado en segundo lugar en Ecuador como fuente laboral, englobando un total de 174.125 empleos, que corresponde al 21% del generado por la industria textil, según la información proporcionada por la Ministra de Industria y Productividad., Eva García, la misma que manifiesta que los ingresos de esta área económica lograron a 1,313 millones de dólares en el año 2016, siendo entonces el 5% del total obtenido por el sector manufacturero y a través de su análisis se ha determinado como un área prioritaria dentro del nivel económico nacional, el mismo que representó el 8% del producto interno bruto (PIB) industrial en el período comprendido entre los años 2007 y 2015. (Agencia EFE, 2017).

Las políticas aplicadas en los dos últimos años con respecto a las importaciones y exportaciones, tanto de materias primas como de maquinaria para el sector textil, han mantenido al sector en una inestabilidad permanente. Los gremios que asocian a los productos de confecciones en tejido de punto en varias ciudades del Ecuador no tienen información actualizada, y aún más no precisan de la capacidad instalada de producción, de

la especialidad de prendas, del número de prendas producidas, del personal ocupado hasta el momento, maquinaria utilizada, y mercados atendidos.

El problema más grande de las pymes del sector textil y de confecciones es la falta de innovación en los procesos, dado que es un factor que puede llegar a ser determinante para el avance de las pymes, ya sea en términos de diseño, corte o innovación de software, métodos de comercialización, mano de obra, tecnología, y la integración de innovación y competitividad en su capacitación, facilitaría el desarrollo de iniciativas y debilidades. Según el Foro Económico Mundial (2018), Ecuador es uno de los países que posee una gran dualidad de industrias, que en cada una de ellas los colaboradores y administrativos no están capacitados, y aun más si son empresas familiares, sin embargo se ha observado en la Tabla 1. el ranking de innovación y competitividad que Ecuador alcanzado, del cual se deduce que cuanto mayor sea el índice, mejor se situará con un enfoque empresarial, adoptando a la innovación como factor estratégico.

A continuación se detalla la evolución de la posición de Ecuador en el índice de innovación global, según el (Foro Económico Mundial, 2018).

Tabla 3. Ecuador índice de innovación 2018

Ecuador índice de innovación 2018		
Fecha	Ranking de innovación y competitividad	Índice de Competitividad
2018	86º	55,85
2017	97º	55,86
2016	76º	58,18
2014	71º	59,69
2013	86º	56,31
2012	101º	54,61
2011	105º	52,17
2010	105º	50,81
2009	104º	51,11
2008	103º	51,02
2007	94º	51,74

Fuente. (Foro Económico Mundial, 2018)

Investigado por. Cobo, P. (2019)

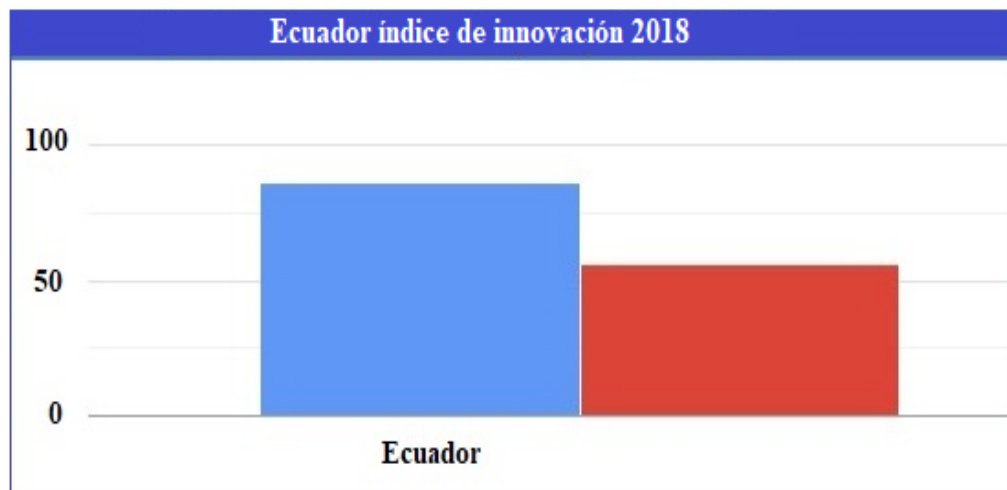


Gráfico 1. Ranking innovación - competitividad Ecuador.
Fuente. (Foro Económico Mundial, 2018)
Investigado por. Cobo, P. (2019)

Explicación

En el último informe, de 2018, Ecuador obtiene 55,85 puntos en el índice de innovación y competitividad, publicado por el Foro Económico Mundial (2018) que mide como utiliza un país sus recursos y capacidad para proveer a sus habitantes de un alto nivel de prosperidad. Ha empeorado su puntuación respecto al informe del año 2017, en el que se obtuvo 55,86 puntos. Está en el puesto 86 del ranking de innovación y competitividad mundial, de los 140 países analizados. Ha mejorado en este último informe su situación, ya que en el año 2017 estaba en el puesto 97 (INEC, 2018).

4.1.1.3. Micro contextualización

En Tungurahua desde hace más de 20 años se ha venido dando un proceso de especialización artesanal en la confección de ropa de diversos estilos; este proceso ha generado la proliferación de MIPYMES que han desarrollado la habilidad y rápida capacidad de adaptación al cambio de modelos y cantidad de artículos que han inducido una integración horizontal de la cadena de la confección, que permiten tener disponibilidad de materias primas e insumos para la producción. (Agenda para la Transformación Productiva Territorial, 2017)

La rama textil de la provincia se dedica a la fabricación de indumentarias para hombres y mujeres, niños, y bebés. Esta industria es la tercera de la provincia en generación de empleo, la cuarta en sueldos y salarios pagados, “1 millón de dólares, quinta en generación de impuestos, 1.3 millones de dólares, la sexta industria en producción bruta para la venta, 9.8 millones de dólares, y la octava en consumo de materias primas, 5.3 millones de dólares”. (Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad, 2018). Según datos de la Agenda para la Transformación Productiva Territorial (2017): Tungurahua MCPEC; “en el Ecuador y la provincia de Tungurahua, especialmente la industria textil y de confecciones, se encuentran reforzadas por toda una infraestructura de empresas proveedoras de insumos y de servicios las que en conjunto conforman todo el clúster textil y de confecciones” (p.123).

Desde ese punto de vista la industria textil se abastece en la importación de tejidos de producción nacional como de textiles importados, a accesorios requeridos en la industria como hilados especiales (hilo de coser), herrajería, cierres y botonería, en un alto porcentaje son de importación aunque existen firmas locales que abastecen dentro de ciertos límites de calidad y surtido. De las 272 Pymes textiles registradas en el país, Tungurahua ocupa el segundo lugar con el 20%. Según la Cámara de la Pequeña Industria de Tungurahua (2018), que manifiesta que 127 afiliados, de estos 21 son confeccionistas de diversos géneros de vestido; un 10% de los afiliados tienen entre 50 y 100 máquinas, un 45% de empresas entre 20 y 50 máquinas; y el restante 40% con menos de 20 máquinas; según la misma fuente, el 33% de las empresas emplean el 100% de su capacidad instalada, el 6% utiliza el 75% de su capacidad instalada. (Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad, 2018).

En Tungurahua existen 3.818 Pymes con diversos campos en actividades de producción y comercio, de los cuales 1.111 están ubicados en el cantón Ambato generando 965 empleos directos; además anualmente la ciudad aporta con una declaración de facturación de 10.200.129 USD, y en la base de datos examinada se aclarará que existen 1.954 Pymes del sector textil que se dedican a la confección de indumentarias en las micropequeñas, medianas y grandes empresas existentes en los cantones de la provincia de Tungurahua. (Servicio de Rentas Internas (SRI), 2018)

En Tungurahua existen 397 talleres textiles y tejidos autóctonos en un 6,25% de la producción nacional en las ciudades de Ambato, Mocha, Pelileo y Quero. Elaboran tapices hechos en telares, y shigras de lana borrego, ponchos, sombreros de paño. (PROECUADOR, Análisis Sectorial de Textiles y Confecciones, 2014). Las Pymes que constituyen las pequeñas y medianas empresas de acuerdo a su capital, volumen de ventas y producción presentan características propias y que son muy importantes en la región según la versión de la Cámara, donde se logró verificar que Tungurahua actualmente tiene 32 Pymes globalmente. En relación al capital por provincia, Tungurahua sobresale el 94% y en el sector económico del servicio la industria representa el 35%, el comercio y el servicio con el 25% y el de la construcción con el 15%, tomando como referencia del informe de la Cámara que en la provincia, Ambato es una de las ciudades generadoras de empleo por el comercio artesanal en la confección de indumentarias, que las mismas son entregadas al Mercado Mayorista del mismo sector vendiendo los fines de semana a turistas, proveedores una gran variedad de indumentarias de diferente calidad, entre otros productos que la población de Tungurahua ha confeccionado para su supervivencia; uno de los grandes problemas en este sector es la falta de innovación y tecnología de sus productos, cabe recalcar que este sector siempre tiene cambios constantes en la moda actual y en ciertas ocasiones las empresas no cuentan con maquinarias para tener nuevos diseños más sofisticados contra la competencia y esto hace que su inventario terminado le genere pérdidas y que la empresa o crezca y desaparezca.

La Asociación de Confeccionistas Textiles de la ciudad de Ambato (ACONTEX) es una sociedad realizada por iniciativa de un grupo de personas que se dedican a la confección de indumentarias con la visión de entregar nuevos desafíos y retos al mercado laboral e industrial del mundo actual, esto se ha originado bajo el apoyo del Ministerio de

Coordinación de la Producción ACONTEX que se ha creado en Ambato, la llamada Unidad de Gestión Tecnológica para la Investigación e Innovación Textil.

Estas acciones estratégicas gremiales se inicio desde la reducción de nichos de mercado para el sector textil-confección de prendas de vestir. Actualmente el rostro del presidente de la Asociación de Confeccionista Textiles (Acontex) es diferente porque el panorama económico y comercial esta cambiando, lo cual ha permitido que las empresas de este sector muestren visos de recuperación, esto ha motivado el director ejecutivo de la Asociación de Confeccionistas Textiles ACONTEX Abogado Miltón Altamirano, en declaraciones emitidas a Diario “El Heraldó” (2014), asegurar que: en Ambato al igual que en todo el país el fenómeno psicológico de los consumidores genera la demanda de marcas, que no están legalmente en el país e ingresan por Perú, el mercado ecuatoriano esta americanizado y sí se llega a tener control de marcas, la triangulación bajará [...], es necesario efectuar el control de los puntos de venta. (Altamirano, 2018)

4.1.2. Análisis crítico

En las empresas textiles se busca mejorar el proceso de operaciones que en la actualidad se mantienen conservando la cantidad exigida por cada uno de sus clientes, la falta de control estratégico de la industria textil en la provincia de Tungurahua, dificulta el proceso de producción por su desconocimiento. Además, también involucra el escaso desconocimiento y desconfianza frente al aporte de la innovación y competitividad gerencial por parte de las personas que representan a la empresa debido a que no posee desarrollo personal y no representa adecuadamente la actividad de la organización buscan mejorar las habilidades o conductas del personal que labora en la empresa de textil, provocando así el limitado desarrollo tanto personal como empresarial, actualmente existe una organización lineal de los departamentos de las empresas. La capacitación de la mano de obra es el apoyo a la estrategia de competitividad en la realización del trabajo es por ello que las empresas del sector textil deben trabajar en posesionar el producto en la mente del consumidor a través del trabajo. Y por último las empresas del sector textil deben tener que alizar trabajos diferenciados a la competencia, creando precepción del producto por parte del consumidor para que él pueda diferenciarlo claramente de la competencia y estimular la preferencia del producto en la mente del cliente.

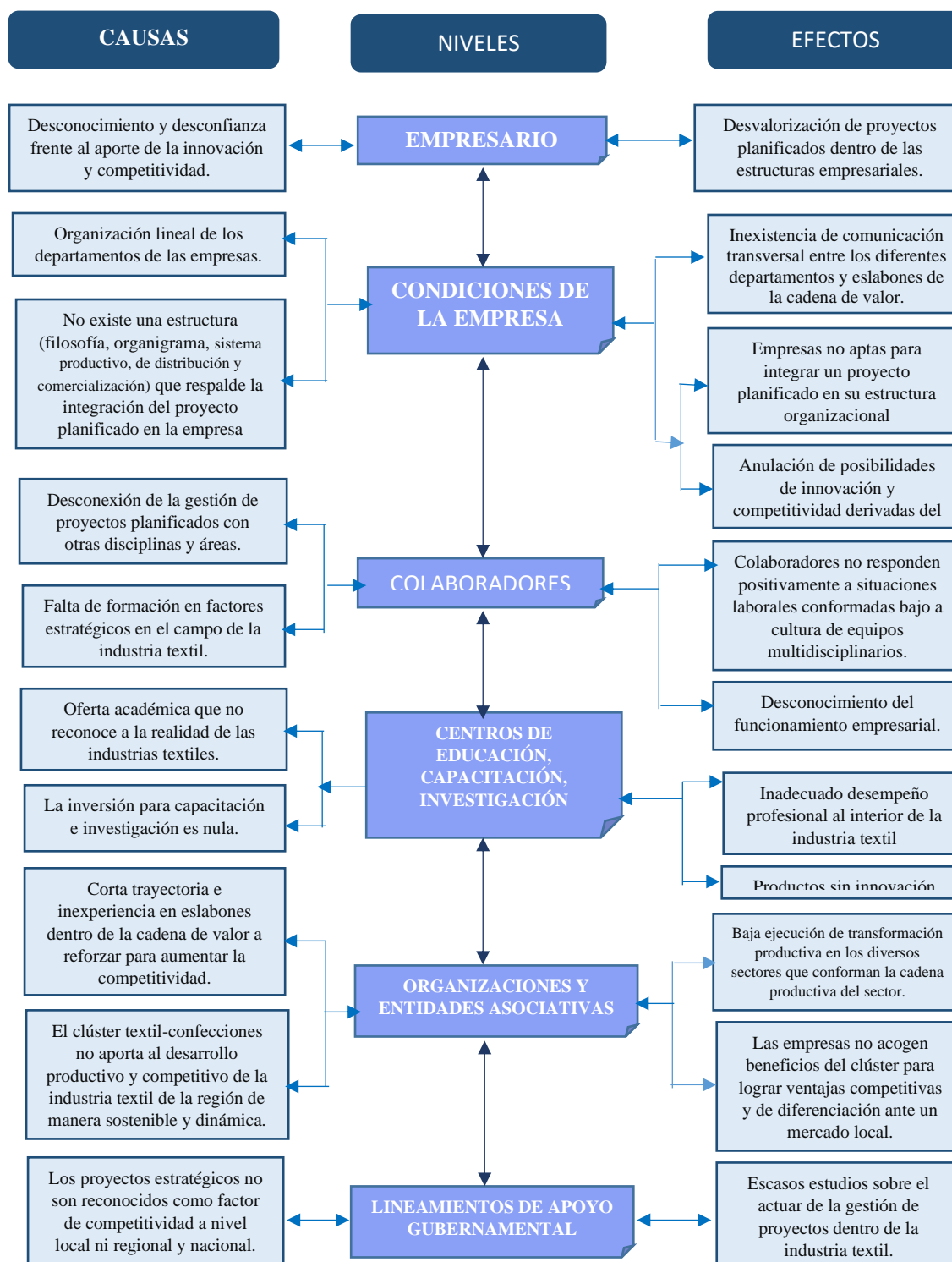


Gráfico 2. Análisis crítico: Investigación explicativa de la industria textil.

Fuente. Autor.

Elaborado por. Cobo, P. (2019).

Explicación: Los administradores, directivos o gerentes han tomado una postura reacia frente a los aportes significativos que trae el actuar de un proyecto planificado con factores

estratégicos, lo que ha generado un ambiente de desconfianza y de poco interés, por no decir nula, a tomarlo como parte de su cultura empresarial, ya que ven los mismos como pasivo y no como un activo. Así mismo, las pequeñas empresas guardan el temor que les copien sus servicios o sus productos, sin pensar que “el valor de la innovación y competitividad no está en evitar que te copien, sino en conseguir que todos te quieran copiar”. (Dans, 2017)

4.1.3. Prognosis

Si los empresarios de la industria textil no se encuentran capacitados sobre innovación y control estratégico, existe un limitado crecimiento y carecen de competitividad por varias razones entre las que se cuenta los costos financieros, la pésima estructura, la falta de apoyo por el gobierno nacional a las propuestas sectoriales de emprendimiento a la industria textil, pues el beneficio de tales medidas fortalecería la producción nacional, no solo conservándola, sin impulsar, e incentivar su capacidad de creación de empleo.

4.1.4. Formulación del problema

¿De qué manera los indicadores de innovación son un factor determinante del control estratégico de la industria textil en la provincia de Tungurahua?

4.1.5. Interrogantes (subproblemas)

- ¿Cómo incide la falta de indicadores de innovación un pilar en el control estratégico de la industria textil en la provincia de Tungurahua?
- ¿Cuál es la relación que existe entre indicadores de innovación un pilar en el control estratégico de la industria textil en la provincia de Tungurahua?
- ¿Qué modelo de indicadores de innovación se puede aplicar para en el control estratégico en la industria textil de la provincia de Tungurahua?

4.1.6. Delimitación del objeto de investigación

Delimitación conceptual

Los indicadores de innovación en el proceso de convertir ideas en productos o servicios nuevos o mejorados, que aporten un rendimiento al mercado y unos beneficios a las empresas objetos del proceso innovador. Según, Córdova & Coque (2019), mantiene que cuando se habla de innovación no se está haciendo referencia exclusivamente a cuestiones análogas con la tecnología, sino que también se incluyen aspectos imparciales con la estructura y las representaciones de mercadeo de los bienes, entre otras. (Cámara Oficial de Comercio de Madrid, 2004) Citado por (Coque, T, 2019)

Según, Córdova, & Coque (2019), aclaran que la invención es el espacio de una esencia, ganancia, suposición o asunto que involucra siempre la alteración de determinada materia o materiales. “Como es evidente, el contenido de la idea únicamente humana y la eventualidad de tomar síntesis de ella para innovar en agregados de mayor complicación y beneficio”. (Aguilera & Virgen, 2014). Desde el punto de vista del comportamiento, McClelland define al emprendedor como un individuo de éxito que experimenta una fuerte necesidad de logro. Por ello, las personas buscan situaciones que satisfagan dicha necesidad. Según este autor, la necesidad permite identificar la conducta de un emprendedor y definir los motivos que lo impulsan a realizar ciertas acciones. Además, señala que un emprendedor tiene la facilidad de influenciar sobre otros y busca optimizar su propio desempeño. (Cardona & Escobar, 2012).

Comprender la conducta de emprendimiento se ha relacionado íntimamente con la intención emprendedora y puede definirse como el estado de la mente en el que la atención de una persona se centra en el cumplimiento de un objetivo, lo cual influye directamente en las acciones para concretar ese fin (Valencia, Montoya, & Montoya, 2016). La intención es un aspecto fundamental para comprender el proceso de emprendimiento y puede significar el primer paso para la creación de una empresa (Ventura & Quero, 2013). Un emprendedor encuentra y explota oportunidades, permanece alerta y tiene predisposición para enfrentar amenazas. El proceso de identificación de oportunidades es completamente intencional, lo cual explica que las intenciones tengan gran atención sobre el estudio de indicadores de

innovación (Ventura & Quero, 2013). El interés del estudio de los elementos que influyen sobre el propósito de ser innovador viene dado por la contribución del individuo al fortalecimiento productivo y dinamización de la economía, donde la creación de empresas es un aspecto positivo para el desarrollo (Aristizábal, Monard, & Velásquez, 2016).

Delimitación espacial

El actual estudio se ejecuta en la industria textil de la provincia de Tungurahua, acerca de los indicadores de innovación y el control estratégico en el que se encuentran las mismas.

Delimitación temporal

Este estudio se ejecuta en el período del mes de octubre del año 2018 a octubre 2019.

4.2. Objetivos de la investigación

4.2.1. Objetivo general

Estructurar indicadores de innovación mediante un modelo de control estratégico para la industria textil de la provincia de Tungurahua.

4.2.2. Objetivos específicos

- Sistematizar un marco teórico científico de innovación y control estratégico.
- Diagnosticar la situación actual de la innovación y control estratégico en la industria textil de la provincia de Tungurahua.
- Proponer indicadores de innovación a través de un modelo de control estratégico para la industria textil de la provincia de Tungurahua.

4.3. Justificación de la investigación

En la actualidad los términos indicadores de innovación un pilar se aplica a una empresa, a un sector económico o a un país; sin embargo uno de los hechos que más ha dificultados la

comprensión de este término en el entorno empresarial que es la creciente globalización de la economía de los mercados por no existir un control estratégico bien planificado y organizado.

Esta investigación se va a realizar porque hoy en día es de vital importancia que toda organización preste atención a las exigencias de los consumidores quienes necesitan valor agregado en los productos ofertados, ellos han despertado su conciencia ciudadana para rechazar el consumo de productos que no tienen ninguna clase de garantía no pasan ningún control de calidad, que compiten deslealmente, destruyen empleo y pueden llegar a poner en peligro la salud del consumidor. Por todo esto es fundamental que los empresarios realicen inversiones bien proyectadas y no desvaloricen la gestión de proyectos en la industria textil de Tungurahua por el desconocimiento que opera como empresario.

La presente investigación explicativa tratará temas actuales: la innovación y competitividad como factor estratégico para el sector textil y los niveles de inversión. El cambio de la matriz productiva es un reto para la industria ecuatoriana. El sector textil de la confección requiere de proyectos que promuevan el fortalecimiento de la cadena productiva y la diversificación de la producción para generar una mejor oferta y demanda a nivel nacional, abriendo la oportunidad de expandirse al mercado internacional. En esta investigación explicativa el autor podrá aplicar todos los conocimientos aprendidos y adquiridos en la Maestría de Administración de Empresas de la Facultad Ciencias Administrativas, que a través de estas erudiciones se logrará exponer en el marco teórico, como en la práctica durante el desarrollo del trabajo investigativo.

La actual investigación conlleva a justificar como la industria textil de la provincia de Tungurahua, no posee un modelo de gestión de medición de innovación y competitividad como factor estratégico empresarial que permita resolver los problemas de las industrias textiles al momento de invertir, esta investigación brindará soluciones empresariales basadas en la aplicación de estrategias, especialización del talento humano, condiciones de la demanda, frente a la innovación y competencia, proveedores y cada uno de los componentes esenciales para el logro de ventajas competitivas que mejorará la economía nacional. Esta investigación explicativa será un aporte a la reflexión de varios directivos a trabajar en

equipo y ser innovadores y competitivos como factor estratégico para la toma de decisiones, en el desarrollo de todos los actores a nivel de la industria textil de Tungurahua.

Además el desarrollo del trabajo investigativo es factible de ejecutar gracias a la disposición de recursos económicos, la obtención y manejo de recursos materiales; además es apreciable en la accesibilidad a la información de la base de datos de las empresas, y el uso de herramientas virtuales, sin desfavorecer las fuentes bibliográficas. En cuanto al tiempo la disponibilidad es esencial en cualquier trabajo; en esta investigación explicativa el investigador contará con toda la predisposición que demanda el estudio.

El apoyo de un experto será otro de los aspectos importantes para guiar e instruir al maestrante en la dirección adecuada de la información.

4.4. Marco teórico referencial

4.4.1. Antecedentes investigativos

La gestión estratégica supone un pilar para sostener el crecimiento empresarial en el tiempo, lo cual exige que las decisiones estratégicas sean adoptadas en el momento en el que se las requiere. Tratando esta temática, la investigación de (Kiziloglu & Serinkan , 2015), propusieron el desarrollo de un análisis de la percepción empresarial en lo referente a la aplicación óptima de la gestión estratégica, a los objetivos estratégicos existentes y a la toma de decisiones estratégicas de las empresas textiles en la provincia de Denizli en Turquía. Kiziloglu et al. Analizaron una muestra compuesta por 700 compañías textiles radicadas en la provincia independientemente de su tamaño aplicando una encuesta que abordó la percepción del desempeño de la gestión estratégica empresarial.

El estudio determinó que la mayor parte de gerentes encuestados participan activamente en el diseño de los procesos de gestión estratégica y de su planificación, lo cual ha incentivado el crecimiento organizacional considerablemente. El accionar gubernamental también supone un factor de incidencia sobre la evolución expansiva del orden empresarial en un territorio determinado, pero las intenciones estatales en la mayor parte de economías latinoamericanas no se han enfocado a estimular el crecimiento industrial por lo que dicho

factor ha generado un estímulo negativo al crecimiento empresarial más que un incentivo. (Bahía, Bandeira, & Spuldaro, 2018), buscaron realizar una discusión de los condicionamientos de orden económico y social que determinan el crecimiento de las empresas y de cómo el accionar gubernamental afecta a las decisiones que adoptan los diversos grupos empresariales en concepto de crecimiento. Mediante este análisis, Bahía et al, lograron reconocer las formas de relación de las políticas gubernamentales con los procesos de crecimiento económico y la pertinencia de dicho accionar en el actual desempeño económico del sector industrial en la economía.

El estudio desarrolló un análisis de un total de 6 grupos empresariales y a un conjunto de 17 decisiones de crecimiento adoptadas por los directivos a través de encuestas e información secundaria. Las decisiones de crecimiento abordadas se agruparon en cuatro segmentos: relaciones históricas uso de políticas determinadas, origen del proceso de crecimiento y alcance económico de los grupos empresariales. Bahía et al. Determinaron que el actuar gubernamental y de grupo supone un condicionamiento necesario para concebir un crecimiento empresarial importante a través de la diversificación productiva, aunque no es suficiente para garantizarlo por períodos largos de temporalidad. También se reconoció que las políticas estatales no se han preocupado por estimular el crecimiento del sector económico productivo de orden privado, políticas que requieren diseñar estrategias específicas por largos períodos de tiempo.

La estrategia mayormente atribuible a los procesos de crecimiento empresarial es sin duda la de incorporar la oferta de más productos o servicios de los que actualmente la empresa pone a disposición a la clientela. Existe una diversa combinación de estrategias que pueden contribuir al crecimiento empresarial, siendo así que (Aguilera & Virgen, 2014), buscaron identificar la efectividad de determinadas estrategias de crecimiento en las pequeñas y medianas empresas en Colombia. Se desarrolló una encuesta a una muestra conformada por 106 empresas que resultó de un proceso de muestreo con un nivel de error de estimación del 10%, un nivel de confianza del 95% y una proporción de ocurrencia del evento favorable de un 50%. Aguilera et al, establecieron que el crecimiento empresarial se origina particularmente de la aplicación de estrategias concéntricas; es decir, de incrementar la oferta de productos a más de los que ya se comercializan.

La responsabilidad social es un término escasamente asociado al desempeño financiero empresarial, puesto que esta concepción no es directamente relacionable con la dinámica productiva ni financiera. Sin embargo, existe evidencia de que dicha correspondencia es plausible y palpable en el campo observacional, razón por la cual (Benvenuto, Cahwje, & Carro, 2015), trataron de explorar las condiciones en las que las empresas hacen uso de la responsabilidad social productivo y financiero. En la investigación se realizó un análisis histórico del establecimiento de políticas relacionadas al ejercicio de la responsabilidad empresarial que es inherente de forma indirecta a la conducta expansiva evidenciada por las organizaciones que gozan de buena rentabilidad. Se concluyó que a medida que la imagen y prestigio institucional y de la marca crecen, el rendimiento operacional aumenta, debido a la mayor presencia en la psiquis que adquiere una compañía, lo cual se refleja en el rendimiento financiero y productivo en general.

Las características de los directivos también influyen indirectamente en el comportamiento empresarial, especialmente en su rendimiento y en sus posibilidades de crecimiento en el tiempo. (Arosa, Iturralde, & Maseda, 2013), pretendieron explorar la influencia de las cualidades de los directivos en la eficiencia evidenciada por el accionar de la junta directiva, y la expansión organizacional y financiera en el tiempo. Para ello, se realizó una evaluación al efecto de composición de las empresas manufactureras de textiles, a su actividad productiva, a las características de liderazgo de la gerencia o presidencia, a su tamaño y a la participación de sus CEOs en su rentabilidad mediante la aplicación de una encuesta a una muestra de 307 Pymes españolas. Se reconoció un efecto inversamente proporcional de la dirección de personal externo con el tamaño empresarial, la rentabilidad de las compañías y su crecimiento en el tiempo.

Los procesos de globalización en el mundo exigen que las empresas cada vez más busquen mejorar sus condiciones competitivas, lo cual se concebiría a través del establecimiento de una mejora continua en la tecnificación de los procesos productivos. Las estrategias de mejoramiento productivo tienden a estimular la rentabilidad, así como los niveles competitivos en el mercado de una empresa, para lo cual (Dans, 2017), sostiene que pretende explorar estos mecanismos y relacionar el desempeño de las empresas con los procesos de Fit manufacturing dentro de un contexto de análisis de efectividad financiera y económica. Ismael et al.

Relacionaron los diversos componentes que conforman el proceso estratégico de *Fit manufacture* con el rendimiento monetario registrado por un conjunto de empresas mediante la aplicación de un análisis de efectividad general de equipamiento. La investigación obtuvo evidencia de que la adopción de las estrategias antes descritas condiciona el rendimiento de una empresa y que dichos lineamientos estratégicos son fruto del mejoramiento competitivo continuo que pretenden generalmente las compañías.

El condicionamiento de la rentabilidad está sujeto a dos factores de influencia: las políticas gubernamentales de orden económico que figuran como determinantes externos y los factores propios de la empresa que figuran como determinantes de carácter interno. En el ámbito académico ha existido una amplia base documental que reconoce a los diversos aspectos organizacionales y financieros internos de la empresa como determinantes de su rentabilidad, con forme a esta visión (Torres, H & Marcelino, A, Enero-Junio 2009), buscaron comprobar la veracidad de dichas afirmaciones para el caso de la industria textil en México.

En el estudio se efectuó un análisis de carácter correlacional aplicado a partir de una evaluación deductiva de las condiciones de rentabilidad evidenciadas por las empresas dedicadas a la fabricación textil y de varios condicionamientos de orden económico y financiero como externo de la empresa. Torres et al, determinaron que las afirmaciones realizadas por investigaciones precedentes de que en una primera instancia los factores propios de las empresas determinan la rentabilidad empresarial y que en un segundo plano los condicionamientos externos incentivan el desempeño financiero se adecúan a la realidad financiera de las industrias textiles en México.

Los procesos de crecimiento económico en general tienden a depender de la dinámica de las industrias manufactureras, razón por la cual, desde una perspectiva de alcance global, la rentabilidad de este tipo de compañías condicionaría la dinámica expansiva de la economía global. Tratando los niveles de relación existentes entre la evolución del sector manufacturero en términos de rentabilidad, (Sánchez & Moreno, 2016), buscaron proporcionar evidencia estadística de que en efecto existe dicha correspondencia, para lo

cual se concibe la primicia de que el escaso dinamismo que tiene el sector limita el crecimiento económico de México.

Para tal efecto, se desarrolló un análisis de series temporales considerando una serie de datos de orden trimestral del período 1982–2015, para lo cual se abordó el desempeño de los sectores de producción manufacturera y no manufacturera. Se reconoció incidencia de los volúmenes de producción manufacturera sobre la producción no manufacturera y total, resultados que comprueban las distintas modelaciones teóricas tomadas como referencia.

Fundamentación filosófica

El trabajo investigativo se desarrolló bajo la normativa del paradigma crítico positivista debido a que, para su elaboración se utilizó métodos cualitativos por que tiene como finalidad comprender e interpretar la realidad de su empresa. (Herrera, E, Medina, F, & Naranjo, L, 2008), Libro Tutoría de la Investigación. El PARADIGMA CRÍTICO PROPOSITIVO lo identifica como la ruptura de la dependencia y transformación social requiere de alterativas coherentes en investigación, una de ellas es el enfoque crítico propositivo. Crítico por que cuestiona, y Propositivo sin energía y proactividad. Este enfoque privilegia la interpretación, comprensión y explicación de los fenómenos sociales en perspectiva de totalidad. Busca la esencia de los mismos al analizarlos inmersos en una red de interrelaciones e interacciones, en la dinámica de las contradicciones que generan cambios cualitativos profundos. La investigación está comprometida con los seres humanos y su crecimiento en la comunidad empresarial de manera solidaria y equitativa, por eso propicia la participación de los actores sociales en calidad de protagonistas durante todo el proceso de estudio

Según, Córdova & Coque (2019), sostienen que la actitud control estratégico puede definirse como un comportamiento permanente de administrar recursos y generar ganancias. Las actitudes, son sensateces de un estimador de los sujetos y ostentan tres elementos: (1) cognoscitivo, coherente con el sentir o afirmación, (2) expresivo, conexo con las emociones y efectos y (3) comportamental, concerniente al propósito de dirección. Por eso “la Teoría del Comportamiento Planificado, se fundamentó más en el componente cognoscitivo de la cualidad antes que en los rasgos de la personalidad” cita a (Coque, T, 2019)

Córdova & Coque (2019), explica que está explícita por afirmaciones de intervención sobre el acervo de componentes que logran proporcionar o imposibilitar el cometido de la actuación, con evaluaciones efectivas y dispuesto tanto en un medio social con experiencias corporativas, mediando en la intervención conductual, cita a (Coque, T, 2019), desde este punto de vista los autores concluyen que el patrimonio está establecido en el discernimiento, por eso las asociaciones se ven forzadas a innovar con indicadores de gestión para optimizar sus iniciativas competitivas en las actividades comerciales, a través del control estratégico.

Fundamentación legal

Para el desarrollo de este estudio Córdova & Coque (2019), cita a la Constitución de la República del Ecuador (2008), en el Título VI- Régimen de Desarrollo, Artículo 284 del capítulo cuarto, establece que la política económica tendrá los siguientes objetivos:

- Incentivar la producción nacional.
- La productividad y competitividad sistémicas.
- La acumulación del conocimiento científico y tecnológico.
- La inserción estratégica en la economía mundial.
- Las actividades productivas complementarias en la integración regional (Córdova, A & Coque,T, 2019).

En otro Artículo de la Constitución en la sección VI- Régimen de Desarrollo, el 304, se menciona los pasos de la política comercial:

- Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional De Desarrollo (Coque, T, 2019)
- Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales e Impulsar el desarrollo de las economías de escalas y del comercio justo (Córdova, A & Coque,T, 2019).

En el Artículo 306, se indica que el estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. De igual manera en el Art. 319 del capítulo sexto, del título VI- Régimen de Desarrollo, se establece las formas de organización de la producción y su gestión, reconociendo las diversas

formas de organización de la producción en la economía. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el Buen Vivir De La Población y alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional. (Córdova, A & Coque,T, 2019)

Mediante el Art. 385 del capítulo primero se establece el sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, teniendo como finalidad:

- Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos
- Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional
- Eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir (Córdova, A & Coque,T, 2019).

Finalmente, es importante nombrar al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, creado hace pocos años para sustituir a la pasada “Ley de Fomento de la Pequeña Industria”, y que conceptualiza en su artículo 57 a la Democratización Productiva como: “las políticas, mecanismos e instrumentos que generen la desconcentración de factores y recursos productivos, y faciliten el acceso al financiamiento, capital y tecnología para la realización de actividades productivas”. COPCI se encarga de contemplar los incentivos para la inversión productiva, siendo su objetivo destinar un flujo de recursos a la producción de bienes y servicio, ampliando así la capacidad productiva y generando empleo (Córdova, A & Coque,T, 2019).

En el Art 59 se define los objetivos de la política democratización de la transformación productiva, estableciendo en el punto siguiente: Apoyar el desarrollo de procesos de innovación en las empresas ecuatorianas, a través del diseño e implementación de herramientas que permitan a las empresas ser más eficientes y atractivas, tanto en el mercado nacional como en el internacional (Córdova, A & Coque,T, 2019). Uno de los objetivos del Plan Nacional de Buen Vivir 2013- 2017 se refiere a la inversión destinada al desarrollo, estableciendo lo siguiente:

- La inversión destinada al desarrollo tecnológico debe realizarse en el marco del fortalecimiento de los mecanismos institucionales y de planificación, para mejorar la articulación y dinamizar la interacción entre el sistema educativo, otras instituciones

generadoras de conocimiento, los procesos de innovación tecnológica y los sectores productivo y comercial (SENPLADES, 2013-2017)

Además, el Plan Nacional del Buen Vivir se plantea también los siguientes objetivos:

Objetivos Nacionales para el Buen Vivir – SENPLADES

Objetivo 4. “Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía”

Política y lineamientos

4.6 Inciso c) “Promover la transferencia, el desarrollo y la innovación tecnológica, a fin de impulsar la producción nacional de calidad y alto valor agregado, con énfasis en los sectores priorizados” (Córdova, A & Coque,T, 2019)

Objetivo 10

Impulsar la transformación de la matriz productiva”

Política y lineamientos. 10.1 Inciso c)

“Consolidar la transformación productiva de los sectores prioritarios industriales y de manufactura, con procesos de incorporación de valor agregado que maximicen el componente nacional y fortalezcan la capacidad de innovación” 10.2 Inciso b). “Tecnificar los encadenamientos productivos en la generación de materias primas y la producción bienes de capital, con mayor intensidad tecnológica en sus procesos productivos”. 10.8 Inciso b) (Córdova, A & Coque,T, 2019).

“Promover la especialización, eficiencia e inclusión financiera en la colocación de recursos, incluyendo la inversión de riesgo, para el financiamiento de emprendimientos, desagregación, transferencia e innovación tecnológica, principalmente en los sectores priorizados.” (SENPLADES, 2013-2017) (Córdova, A & Coque,T, 2019). En conclusión, se puede afirmar que el TFM (Trabajo Final de Maestría) está fundamentado en varios

preceptos legales, lo cual garantiza la existencia de una base jurídica sólida que respalda la ejecución del proyecto

4.4.2. Fundamentos teóricos

4.4.2.1. Indicadores de innovación

La innovación en términos más específicos, entraña el propósito de mejorar la posición competitiva de las empresas mediante la incorporación de nuevas tecnologías y conocimientos de distinto tipo. El proceso de innovación consiste así en una serie de actividades no solamente científicas y tecnológicas, sino también organizacionales, financieras y comerciales; acciones que, en potencia, transforman las fases productiva y comercial de las empresas. (Albornoz, 2014)

Desde se punto de vista la paradoja se radicaría en el hecho de que las innovaciones tecnológicas prometen posibilidades extraordinarias para los países en desarrollo, como el acceso a bases de datos, universidades virtuales, redes virtuales de intercambio; y de un modo semejante la biotecnología como las de realizar manipulaciones genéticas capaces de mejorar la producción de víveres y combatir muchas calamidades. Sin embargo, estos países no están aprovechando plenamente las ventajas en este campo, y el abismo entre los países desarrollados y no desarrollados tiende a aumentar y no a disminuir.

Pareciera evidente que las políticas de innovación deben ser redefinidas y enriquecidas, no sólo para aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece el cambio tecnológico, sino para impulsar un estilo de conducta innovadora que haga posible evitar la exclusión social y ayude a atenuar la brecha de riqueza entre países y grupos sociales.

Desarrollo productivo y tecnológico

Según Zapata (2019) aclara que el desarrollo tecnológico debe caminar con la innovación y la competitividad, por su uso sistemático del conocimiento y la investigación se proyecta a la innovación hacer operada con factores estratégicos importantes para generar las ventas en una mayor cantidad en una empresa o industria concerniente. Por eso los planes o proyectos deben ser planificados en base a sus necesidades empresariales. (Zapata, 2019)

Industria textil

El termino industria textil es el conjunto de actividades de fabricación y obtención de fibras, con procesos de hilado, tejido, tintado, y culminado y un acabado y confección de diferentes prendas. (Domínguez, 2015)

Básicamente, el término textil se aplicaba sólo a las telas tejidas, pero con la evolución de esta industria se desarrolló ahora incluso a telas producidas por métodos y procesos diferentes al tejido, como las formadas por uniones mecánicas o procesos químicos. Igualmente, se aplica a variadas materias primas y materiales obtenidos de las mismas, como filamentos, hilos sintéticos, hilazas, que son empleados en tejidos trenzados, bordados, acolchados, hilados, fieltros, entre otros

Historia

Esta industria tiene sus orígenes en el siglo XVIII, periodo en el que se destacaba la fabricación de tejidos como la rama que involucraba una mayoría de la mano de obra. Se efectuaba entonces la preparación de hilo, con instrumentos como el huso y la rueca, el proceso en sí de tejer involucraba el uso de telares manuales, en los cuales se necesitaban muchas horas de trabajo para la obtención de una pieza de tela.

Contando desde el siglo XVI, Inglaterra se posiciono como un gran agente productor de tejidos de lana, en su mayoría de exportación, país que se enfocó a las importaciones destinadas a la India, entre los cuales radican tejidos elaborados en base de algodón estampado, cuya venta era de gran relevancia en varios países europeos. Seguido a esto también empezó a sobresalir este trabajo en Gran Bretaña, cuyos tejidos de algodón eran de la misma calidad a los hindúes. El algodón en rama se podía importar de América, sin embargo existía inconvenientes en la fabricación del hilo, debido a las deficientes técnicas de producción de hilo tan fino como el de la India. (Villota, 2015)

También agrega Villota (2015) que el sistema artesanal no traía resultados positivos en la fabricación de hilo de algodón, en el año de 1764, aparece la primera hiladora mecánica

llamada Spinning-Jenny, compuesta por un mecanismo movido manualmente, con tan solo ocho husos. Así mismo se tenía más resultados de avance en países como Francia, Bélgica y Estados Unidos a partir de mediados del siglo XVIII. Estas máquinas fueron entonces perfeccionando su técnica y proceso de forma rápida y eficiente, permitiendo entonces la elaboración de distintas clases de fibras y materiales. (Domínguez, 2015)

Industria Textil en el Ecuador

De acuerdo a los estudios realizados, desde el año 1970, revelan información de datos arqueológicos y las representaciones figurativas de cerámicas y textiles, los cuales por su alta calidad datan acerca de un tratamiento administrado por personas especialistas, no sólo en el proceso de tejido, sino también en la producción de fibras de algodón y lana, del hilado y del teñido, para lo que se requería de conocimientos técnicos de elaboración, constituyendo así entonces una industria textil que coordinaba los recursos económicos y las tareas productivas de la población. En el tiempo entonces del Imperio Inca se expendía textiles recibidos como tributo, para crear alianzas políticas o reforzarlas, estos tenían como política que las telas eran parte integrante de la expresión religiosa de la sociedad inca y jugaban un papel importante en las ceremonias y festividades (Vivanco, 2015)

Sólo las llamas igualaban a las telas como la ofrenda favorita, y en todo el Tahuantinsuyo éstas se habían convertido en propiedad estatal. Luego con la colonización los españoles quedaron muy impresionados con el descubrimiento de los depósitos de telas y utilizaron esa producción en su propio provecho. Al acercarnos ya a nuestro tiempo, la industria textil quiteña durante el siglo XX ha sido enfocada, sobre todo, en relación con su protagonismo en el nacimiento y auge de las luchas obreras, y en relación con el panorama económico nacional. Las relaciones en el ámbito productivo. Y por el otro lado, a que la industria textil ha sido un motor económico de la ciudad, desde la Colonia hasta el siglo XX (Vivanco, 2015)

La expansión de la industria textil ocurrió desde Ibarra hasta Cuenca y coincidió con el crecimiento de las capitales provinciales serranas; las fábricas de estas ciudades, bien articuladas gracias al ferrocarril, llegaron a representar el 90% de las industrias textiles del país en 1930. El auge fue mayor en la Sierra norte, cuya producción, además, fue en gran

medida para la exportación (en la década de 1920 se pasó de exportar 200 mil sucres a un millón de sucres, especialmente hacia Colombia, país que luego tomó medidas proteccionistas), aunque también para abastecer a un creciente mercado interno. Conforme avanzaba el siglo, las fábricas textiles tendieron a una mayor mecanización, dejando atrás la forma de producción de los obreros en cuanto a tecnología. Sin embargo, se continuó aprovechando la abundante mano de obra para algunas tareas. En la actualidad, la producción textil también ha generado aportes para el sector de artesanías como representativa del patrimonio cultural de las sociedades andinas y ha sufrido por ello varias transformaciones (Vivanco, 2015)

Técnicas de medición

Para una correcta medición de la competitividad se debería tomar en cuenta según Rojas, et al (2018) la determinación de los componentes o factores estratégicos generan el impacto de los mismos. (Ponce I, 2010). Plantea que las técnicas de medición se manejan principalmente para: “determinar el tiempo que invierte un trabajador en llevar a cabo una tarea, evaluar el comportamiento del trabajador, planear las necesidades de la fuerza de trabajo, determinar la capacidad disponible, el costo o el precio de un producto, comparar distintos métodos de trabajo, facilitar los diagramas de operaciones o para establecer incentivos salariales”. (Ponce, 2015)

Pilares

Se toma como ejemplo (Álvarez, 2010), el cual compila un conjunto de medidas que han sido considerados por entidades que han ejecutado estudios sobre la competitividad entre los cuales obtenemos al Índice de competitividad de los países elaborado por el Foro Económico Mundial y se ha basado en los siguientes pilares de competitividad: instituciones, infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud y educación primaria, educación secundaria y formación, eficiencia de los mercados de los productos, eficiencia en el sector laboral industrial para alcanzar competitividad e innovación en las empresas, y la sofisticación del mercado financiero, preparación tecnológica, tamaño del mercado, la sofisticación de los negocios, la innovación.

Ventajas

Como principales beneficios que se desprenden de la utilización de una técnica de medición, según Lora & Prada (2014) es:

- Mayor control y calidad en las operaciones realizadas
- Mejora continua en los procedimientos y parametrización de tiempos
- Control y manejo óptimo de recursos
- Planificación de Producción más eficiente
- Identificar puntos críticos o llamados también cuellos de botella

Desventajas

Por otro lado, las principales desventajas que suelen presentarse:

- Mediciones efectuadas en una base igualitaria para cada trabajador, sin tomar en cuenta el grado de dificultad que requiera su desempeño.
- Desconocimiento de condiciones físicas o psicológicas de los empleados como factores incidentes en su desenvolvimiento.
- La modalidad de una medición es aleatoria por lo tanto requiere de distintos lugares el traslado de la información. (Lora & Prada, 2014)

Clasificación

Entre las principales técnicas existentes para la medición que pueden ser aplicadas respecto a la productividad, según (Peretto, 2016)

- Estudio del trabajo
- Simplificación del trabajo
- Análisis de Pareto
- Método justo a tiempo (jit)
- Análisis costos-beneficios
- El presupuesto de base cero (pbc)

Medición

Los sistemas de medición ofrecen una serie de características que inciden sobre la organización, dentro del ámbito empresarial, un sistema de medición aporta ventajas a las empresas. Según, Waal, et al, (2014), un sistema de medición a nivel empresarial posee las siguientes ventajas cualitativas y cuantitativas, como se detalla [Tabla 3].

Tabla 4. Medición ventajas

CUANTITATIVA	CUALITATIVA
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de ingresos. • Incremento de las utilidades. • Reducción de costos. • Mayor retorno sobre activos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoría en la comunicación de la estrategia corporativa. • Mejoría en el conocimiento compartido, intercambio de información y colaboración más cerca. • Mayor enfoque en lograr resultados. • Mejor alineación con la estrategia organizacional • Mejor eficiencia operacional. • Mejora en la gestión de la calidad. • Miembros de la organización que entienden mejor la estrategia de la organización. • Mejora en el proceso de la toma de decisiones. • Mayor compromiso de los miembros de los miembros de la organización con esta. • Más claridad de cómo contribuyen las personas para alcanzar las metas y objetos de la organización. • Mejor alcance de objetivos organizacionales. • Miembros de la organización con mayor proactividad • Mayor claridad sobre las metas que se desean alcanzar. • Mejor calidad en los productos y servicios. • Mayor efectividad en la gestión y control. • Mayor reforzamiento de la imagen de la empresa cómo una organización de calidad • Mejora en el proceso planeación estratégica.

Fuente. Waal, et al (2014)

Investigado por. Cobo, P. (2019)

Se considera que la medición, también presenta el listado de algunas desventajas cualitativas, (adaptado De Waal, et al, 2014)

Tabla 5. Medición desventajas

DESVENTAJAS CUALITATIVAS
<ul style="list-style-type: none"> • Causa competencia interna. • Genera mucha información financiera. • La medición se vuelve costosa y burocrática. • Genera demasiados indicadores de desempeño • Pueden llegar a alcanzarse niveles de agregación muy altos, en la información operada. • Puede no contar con la información estratégica suficiente. • Los indicadores de desempeño pueden llegar a ser muy subjetivos. • Genera demasiada información con base en históricos.

Fuente. Waal, et al (2014)

Investigado por. Cobo, P. (2019)

Explicación

Estas desventajas se pueden mitigar, definiendo parámetros comparados entre las diferentes áreas o departamentos, determinando indicadores de gestión claves para reorganización; además de puede considerar enfoque cualitativos y cuantitativos para la evaluación de la medición, con la finalidad de generar una perspectiva completa del estado que guarda el mencionado sistema.

4.4.2.2. Gestión empresarial

Un proceso para planear, organizar, integrar, direccionar y controlar los recursos (intelectuales, humanos, materiales, financieros, entre otros) de una empresa, a fin de alcanzar el mayor beneficio y cumplir con las metas propuestas por sus objetivos esbozados: la gestión en toda empresa es un conjunto de funciones de procesos básicos (planificar, organizar, dirigir, coordina y controlar) que ejecutados los mismos convenientemente, repercuten de forma positiva en la eficacia y eficiencia de la acción efectuada en la empresa (García, Martínez, & Córdova, 2015)

“Es el conjunto de acciones proyectadas a la planificación y a la toma de decisiones al interior de una organización sobre las operaciones que ejecutan sus colaboradores para lograr el máximo beneficio y las metas planteadas a nivel empresarial” (Chiavenato, 2014). A nivel interno en la gestión empresarial participan todos los colaboradores sin excepción alguna cuando está bien organizada, para analizar el estado de la organización y plantear estrategias a fin de garantizar el mejoramiento de la productividad y generar ventajas competitivas e innovación, siempre y cuando se proponga mecanismos planificados para el desarrollo óptimo de las acciones normales de una organización. (León, C, , Sevilla,, & Altamirano Díaz, , 2018)

- **Objetivo**

Echeverría (2016) manifiesta que el procedimiento que involucra la gestión empresarial, se orienta al cumplimiento de los siguientes objetivos que se detalla a continuación:

- Establecer como herramienta de análisis los estados financieros para identificar los aspectos que intiman perfeccionamiento empresarial en relación al acatamiento de objetivos.
- Facultar e anunciar a los profesionales financieros y administrativos respecto a técnicas de evaluación económica-financieramente y en la toma de decisiones que correspondan en cada momento a partir de los análisis de los estados financieros y su correcto estudio.
- Empezar el diseño e implantación de sistemas de gestión del capital humano, diseño de sistemas de pago a usar en la empresa y la mejora de estudios de organización y formación del trabajo.
- Formular métodos que posibiliten el perfeccionamiento en el estilo de la dirección y las relaciones interpersonales.
- Emplear un enfoque sistémico para el estudio de los problemas a fin de obtener de soluciones interdisciplinarias.
- Avalar técnicas para la ejecución de una correcta proyección estratégica y de organización de empresas.
- Desarrollar e implantar estrategias de acciones corporativas, de negocio y financieras que garanticen la organización y utilización racional de los recursos y se aprovechen las oportunidades del entorno. (Montoya, Sevilla, & Altamirano Díaz, 2014)

- **Procedimiento**

Los requerimientos fundamentales para estructurar un Sistema Integrado de Gestión Empresarial son de acuerdo con ISOTools (2016), se detalla a los siguientes:

- Contar con la conformidad de la alta dirección para proceder a la implementación del sistema integrado de la gestión empresarial.
- Efectuar una indagación en profundidad de los sistemas de gestión que ya se tienen establecidos y hacer una semejanza.
- Verificar el diagnóstico pertinente que acceda evidenciar si el sistema presente es capaz de sobrellevar la implementación del SIC.
- Procesar un plan para la ejecución por la Alta Dirección.
- Generalizar el contenido del plan de implementación a nivel de todos los actores.
- Proceder a la ejecución del plan.

Desde ese punto de vista, la gestión empresarial se ocupará de las funciones dentro de las empresas, de los procesos de gestión y de la toma de decisiones en contextos contemporáneos de incertidumbre estratégica. Examinará la forma en que las decisiones empresariales se ven influidas por factores internos y externos que han afectado a una organización, y el modo en las decisiones como ha repercutido sobre los grupos de interés tanto internos como externos. En la gestión empresarial también se analizaría de qué manera interactúan las personas y los grupos en el seno de una organización, como se los puede gestionar con éxito y cómo se puede optimizar el uso de recursos dentro de un marco ético en un mundo con cada vez más escasas y mayor preocupación por la sostenibilidad. Por lo tanto, una empresa requiere de un proyecto planificado con propósitos colectivos.

Actividad económica

Comprende la producción y distribución de bienes y servicios a todos los niveles. La actividad económica y los niveles esperados futuros de la misma, que poseen una influencia transcendental en los precios de los activos debido a la interrelación entre el movimiento económico y los beneficios empresariales, la inflación, la tasa de interés y otras variables. Una medida de uso frecuente de la actividad económica es el producto interno bruto. (Domain, Hildgs, 2014)

• Limitaciones

Para esta investigación de estas organizaciones hay que tomar en cuenta los puntos principales que se oponen al desarrollo, según (Saavedra, 2012), como:

- La política en la gestión macroeconómica y funcionamiento del estado, política/acciones de fomento.
- Los problemas sociales.
- El área financiera.
- El Comercio Exterior.
- El Mercado Interno.
- La Tecnología e innovación.
- Los aspectos tributarios y laborales.
- El medio ambiente.

• **Clasificación**

Tabla 6. Actividades económicas.

N°	Actividades	Clases
1	Primarias	<ul style="list-style-type: none"> – Cultivos agrícolas transitorios. – Cultivos agrícolas permanentes. – Propagación de plantas (viveros). – Ganadería (ganado bovino y porcino, ovejas, aves de corral, entre otros). – Explotación mixta. – Caza ordinaria. – Silvicultura y otras actividades forestales. – Extracción de madera. – Pesca y acuicultura. – Extracción de minas y canteras. – Extracción de minerales.
2	Secundarias	<ul style="list-style-type: none"> – Elaboración d productos alimenticios, bebidas y productos de tabaco. – Fabricación de productos textiles – Confección de prendas de vestir. – Transformación de madera.
3	Terciarias	<ul style="list-style-type: none"> – Fabricación de papel, cartón. – Fabricación de sustancias y productos químicos, farmacéuticos, productos de caucho, metalúrgicos, armas, informáticos, electrónicos y ópticos. – Fabricación de vehículos y automotores y muebles.
4	Cuaternarias	<ul style="list-style-type: none"> – Concepción de conocimiento y nuevas tecnologías como consultorías. – Planificación financiera. – Proyecto global en tecnologías de la información. – Investigación y desarrollo (I+D). – Generación de información.

Fuente. Montoya, et al (2014)

Investigado por. Cobo, Paul (2019)

Explicación

A la actividad económica desde el punto de vista analizado, se la ha considerado como un sistema de información que ofrecerá datos económicos que interactuará sobre una entidad bajo la orientación de investigadores, en un proceso de comunicación donde se interactuará con quienes preparen la información y quienes van a utilizarle. Todo administrador precisa de la información útil para la toma de decisiones, permitiéndole organizar conductas externas al entorno de su empresa, y que estén relacionadas con clientes, bancos, proveedores o accionistas.

Cultura empresarial

Según EIPE (2017), en pocas palabras, es el conjunto de normas, valores, suposiciones, creencias, formas de actuar, pensar y sentir que comparten los miembros de una organización. El concepto de cultura empresarial no se ajusta a lo que la empresa en materia sitúe en sus documentos como factores estratégicos, en la web o en sus memorias, la cultura responde a los hábitos y comportamientos que todos los colaboradores que conforman la empresa adquieran en el día a día es de la innovación y competitividad. Desde este punto de vista del autor, dentro de la cultura empresarial entra también el estilo de dirección, la imagen de la empresa, la atención al cliente, el trato con los proveedores, en resumidas palabras, la cultura empresarial es la manera en la que una empresa se comporta

Una cultura empresarial, es el conjunto de ideas básicas plasmadas en valores y equilibrio con coherencia a los comportamientos de las nuevas tendencias a través de las cuales, la empresa textil existe, Nace se configura y, después pasa a conceptualizarse, representando un claro factor hacia el cambio en las estructuras. (García, Martínez, & Córdova, 2015)

¿Por qué es importante la cultura empresarial?

Por qué una buena cultura asegura a que los colaboradores salgan o lleven algo de la empresa en lo personal, y que los nuevos colaboradores se adapten a la manera que la organización tiene de hacer las cosas. Como opinión, la cultura empresarial debería basarse en el respeto, tolerancia, el esfuerzo, la meritocracia, confianza y la motivación. Igualmente, la gestión de clientes es el signo externo más claro de la cultura de empresa. La organización debe pensar permanentemente en su cliente y en la cultura empresarial clara y duradera, solo así se convertirá la gestión de relaciones con los clientes en un factor estratégico exitoso.

En la empresa los directivos deben preguntarse continuamente qué elementos son relevantes para sus negocios. No solamente se trata de obtener beneficios, sino de cómo obtenerlos de forma que no perjudique a la sociedad en general no a los colaboradores de la organización. Esto no significa que el aspecto económico quede descuidado, al contrario, una implementación de buenas prácticas en la empresa puede conducir a obtener mejores resultados, por ejemplo, a causa de la buena imagen percibida por los clientes. La ética ayuda

a afianzar los objetivos formulados de responsabilidad social y enfocados al manejo de las relaciones entre las empresas y los stakeholders, ya sean clientes, proveedores, administraciones públicas, entidades financieras, etc.

El comportamiento empresarial responde a elementos culturales. Las organizaciones, así como las personas poseen sus valores y competencias. Este es uno de los elementos fundamentales de la cultura. Otros factores que integran y también son importantes, la tecnología, la estructura, el entorno global y el entorno cercano donde la organización se desenvuelve. (Alles, 2017). Desde ese punto de vista los elementos que compone la cultura empresarial son tanto externos como internos, las organizaciones deben estar pendientes de estos factores, que, en sí, pueden alterar las acciones estratégicas de su personal.

Innovación

En un mundo tan competitivo e internacionalizado como el que vivimos hoy por hoy, las empresas que progresan son aquellas que realmente están dispuestas a innovar, es decir, que están atentas a los cambios del entorno y responden a ellos con mejoras en sus modelos de producción, de organización, en su forma de distribuir o de presentar su producto.

Uno de los modos de innovar es a través de la tecnología, por eso muchas empresas cuentan con departamentos de I+D+I especializados en buscar ventajas competitivas que les diferencien del mercado. El proceso innovador en la actividad empresarial no se puede quedar con la misma capacidad productiva y elaborando los mismos productos con las mismas características. El mercado actual les exige que se pongan al día y que de alguna manera rediseñen su negocio, este accionar les hará crecer en todos los sentidos. Una de las formas de conseguir ese objetivo o propósito es la innovación, y se requiere para innovar el cambio de la matriz productiva en la industria textil de la provincia de Tungurahua, que esté capacitado el empresario y colaboradores sobre la organización, procesos, mercado, producto o servicio, y modelos de negocio a aplicar, el desconocimiento a desvalorizado la gestión de proyectos en la industria textil de Tungurahua.

Cada país tiene su propia identidad, lo mismo ocurre cuando se diseñan los proyectos o planificaciones, en una de las investigaciones, el Sistema Nacional de Innovación de

Colombia (2014) (SNIC) concibe a la innovación empresarial como una disposición mental; como una forma de pensar acerca de las estrategias y prácticas de las empresas en general; que cuando es bien planificado contribuye al éxito comercial y financiero de la empresa; como algo que impacta, de manera importante, en el capital tecnológico de la empresa y propicia procesos dinámicos de investigación y aprendizaje. (p.246).

Una innovación es una mejora en la actividad empresarial mediante cambios de modelos de negocio, de procesos, de organización, de productos o de comercialización para hacer el negocio más eficiente y conseguir una mejor posición en el mercado. García, et al (2014), al referirse al proceso de innovación, sostiene que no hay innovación, cuando no son capacitados los empresarios, ni han logrado mantener una posición sólida en el mercado, mientras siguen apareciendo o se mantienen aquellas que innovan o crean, ya sea, en métodos de gestión, o en formas de distribución o permanencia de productos. (p.246)

Otro de los autores como Seiji, et al (2015), gran analista del desarrollo de los países asiáticos, plantea que innovación, es alcanzar logros a nivel empresarial, con productos nuevos, con mejores cambios, a fin de que los consumidores se desplacen más desde los productos de baja tecnología hasta los de alta tecnología; y desde los bienes y servicios con gran intensidad de recursos hasta aquellos con gran intensidad de conocimientos, es decir todo depende del empresario con sus colaboradores.

Competitividad

Una empresa debe poseer factores estratégicos de acción, en la toma de decisiones, y debe estar profundamente meditada para lograr una serie de propósitos empresariales plasmados en diversos niveles, y relacionados todos ellos con el éxito. Entre estas estrategias se encuentran las definidas como estrategias competitivas, que tienen como objetivo que la empresa pueda optimizar su posición superior frente a las demás empresas del sector industrial.

“Una estrategia competitiva tiene como objetivo fundamental la obtención de una ventaja competitiva con características internas que la empresa tiene que desarrollar para obtener y reforzar una posición superior frente a las empresas competidoras”. (Jobs, 2016). A partir de

aquí se puede definir a la competitividad, como la capacidad que posee una empresa para desarrollar unas ventajas competitivas que le permitan tener una posición destacada en el entorno que actúa, y para mejorar su posición competitiva, la empresa tiene que crear o añadir valor a un producto o un proceso, agregando alguna característica que sea suficientemente innovadora y que le diferencie de la competencia y así obtener una ventaja competitiva. Ver (Gráfico 6), se considerará una buena estrategia competitiva siempre que se ubique encima de sus competidores en un determinado sector o industria.

Una forma de investigación es la cadena de valor en su actividad empresarial desagregando su actividad global en diferentes partes; es decir, analiza las fase que intervienen en el proceso productivo (materias primas, producción, organización, marketing, distribución, entre otros), con el objetivo de identificar las fuentes de ventaja competitiva en todas las actividades que puedan generar valor, y desechar todas las que no generen valor y puedan externalizarse (producir o realizar fuera de la empresa) para dedicarse exclusivamente a las que realmente la hagan diferente y generen una ventaja competitiva.

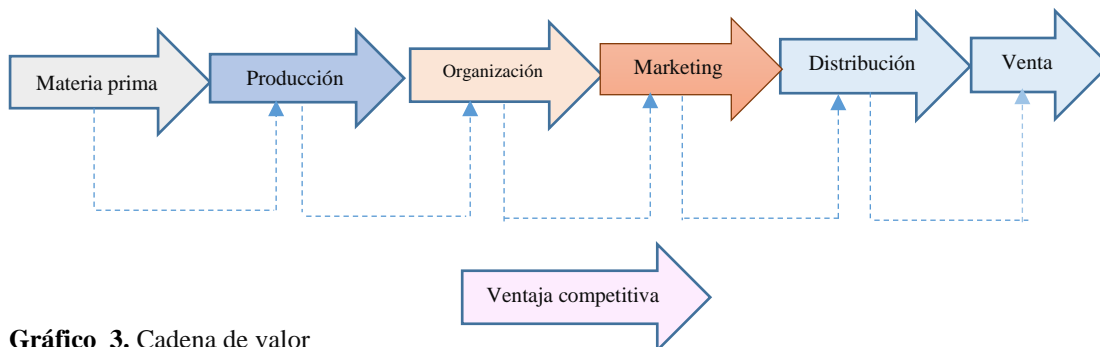


Gráfico 3. Cadena de valor
Fuente. (Jobs, 2016)
Investigado por. Cobo, P. (2019)

Explicación

Con base en esto se podría dar otra definición de innovación, fundamentada en la conceptualización de ventaja competitiva. La competitividad empresarial requiere un equipo directivo con ganas de organizar un cambio tecnológico y valorar a todos los colaboradores que forman parte de la empresa como el recurso más significativo para liderar los cambios.

En el punto de partida enmarcado en el comercio, según la cual el precio no es el único determinante de ventaja entre un agente económico y otro, a pesar de que existen diferenciales, se debe tener en cuenta a la hora de medir la ventaja competitiva, como la calidad, diversificación, factores de competencia imperfecta (monopolios, carteles) entre otros. Solo la combinación de estos determinantes es fundamental, para no afectar las relaciones al momento de comercializar internacionalmente. (Lambona & Rozas, 2015)

Heintpon (2014) sostiene que la competitividad nace fundamentalmente es capaz de crear para sus compradores, que excede el costo de esa empresa por crearlo, esa ventaja competitiva se logra cuando la empresa desarrolla e integra (p.29). Según Sastre (2015), competitividad es la situación o circunstancia que da preferencia competitiva a una empresa en una actividad económica concreta que puede venir motivada por una tecnología superior, ya sea por un menor coste de un determinado factor de producción por el acceso privilegiado a un mercado, por un mayor reconocimiento en su marca, entre otros. (p.29).

Según los conceptos correspondientes se puede concluir que la competitividad es una ventaja con características que diferencian a un producto, servicio o empresa de sus competidores, lo que se considera diferente, innovador, original y se destaca frente a la competencia de tal manera se puede deducir que ello es una ventaja. Una empresa posee una ventaja competitiva cuando tiene alguna característica diferencial respecto de sus competidores, que le concede la capacidad para lograr rendimientos superiores a ellos, de manera sostenible en el tiempo. Las características que se destacan en una empresa, se pueden manifestar de diversas formas, como las cinco fuerzas de Porter que es un modelo holístico de medición competitivo que permita analizar en cualquier industria en términos de innovación y competitividad.

Ibarra, et al (2017), el término competitividad no posee definición específica. Existe una falta de consenso para definir [...] conceptualmente, debido a la amplitud de su significado, puede abarcar desde el nivel de la empresa, sector, nacional; así como, por la naturaleza cualitativa y cuantitativa de sus factores carece de límites precisos en el nivel análisis y en las diversas metodologías de medición. (p.110). Desde este punto de vista, no existe una definición única para este concepto, es por ello que se despliegan una serie de definiciones para ampliar el sentido y significado de la misma, desde diversos enfoques. Para el World Economic Forum (2014), el concepto de competitividad en la productividad no permitirá

que el nivel de ingresos de un país aumente, logrando a su vez, prosperidad para los ciudadanos mediante un incremento en los niveles de calidad de vida; es decir la competitividad se medirá por el nivel alcanzado y su crecimiento, el nivel y el crecimiento de la productividad agregada y la capacidad de las empresas nacionales para aumentar su penetración en los mercados mundiales a través de las exportaciones o inversiones extranjeras directas.

Control estratégico

La paradoja se radicaría en el hecho de que las innovaciones tecnológicas prometen posibilidades extraordinarias para los países en desarrollo, como el acceso a bases de datos, universidades virtuales, redes virtuales de intercambio; y de un modo semejante la biotecnología como las de realizar manipulaciones genéticas capaces de mejorar la producción de víveres y combatir muchas calamidades. Sin embargo, estos países no están aprovechando plenamente las ventajas en este campo, y el abismo entre los países desarrollados y no desarrollados tiende a aumentar y no a disminuir. Pareciera evidente que las políticas de innovación deben ser redefinidas y enriquecidas, no sólo para aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece el cambio tecnológico, sino para impulsar un estilo de conducta innovadora que haga posible evitar la exclusión social y ayude a atenuar la brecha de riqueza entre países y grupos sociales.

Barros, 2018) sostiene que en las organizaciones el control estratégico pasa a ser en la actualidad una exigencia básica para que se pueda alcanzar el plan de desarrollo, con las metas, objetivos y resultados esperados en el tiempo. Un sistema de control estratégico, consiste en un conjunto de planteamientos positivos, que se insertan en la planificación estratégica, y que se establecen en el marco de una serie de realizaciones cuantificables y definidas para un período de tiempo determinado. Se clasifican en función de las siguientes variables:

a) El plazo de Ejecución; b) El nivel estratégico implicado; c) El área de actividad; d) La definición de estándares y e) Las redes de objetivos.

El primer paso para la implementación de un sistema de control estratégico, es la formulación de los objetivos y expectativas de la alta dirección cuyos alcances se definen en las siguientes líneas:

- Establecer las bases de una planificación estratégica acorde a la realidad de la empresa. Es decir, formular un plan de desarrollo con un horizonte de planeación recomendado de 5 años, en que se establezcan las prioridades en el trabajo, enmarcados por la visión, misión y valores institucionales.
- Adecuar la estructura interna, para la implementación de sistemas de control. Aplicar un sistema de gobierno corporativo, que permita aplicar un proceso decisional acorde a los resultados y considerando las variables condicionantes del medio. Lo anterior complementado con un enfoque de responsabilidades y sistemas de comunicación y reportes para una rendición permanente de cuentas.
- Velar por la salvaguardia del activo, es decir, mantener las condiciones físicas y financieras de la empresa, para operar en un marco de eficiencia y eficacia.
 - Maximizar el valor de la empresa, logrando resultados notables en la gestión, aprovechando las oportunidades y haciéndose cargo de las debilidades y amenazas del medio. Para ello se requiere tener en perspectiva un análisis de inversiones en un marco de riesgo controlado.
- Orientar a un trabajo racional en el uso de los recursos, formando, capacitando y entregando a los colaboradores, las competencias técnicas y personales, para maximizar la efectividad en el uso de los recursos, y de esa manera lograr altos índices de productividad y de competitividad.
- Implicar al personal de toda la organización, asignando tareas específicas, en un marco de responsabilidades, con indicadores claros de gestión y con períodos de seguimiento y revisión, para evaluar y analizar el impacto de cada trabajador. (Alles, 2017)

Desde este punto de vista se considera que no resulta fácil implementar un buen sistema de Control Estratégico en las organizaciones, pero aquellos directivos que se comprometen con su aplicabilidad, verifican en el corto plazo de qué forma sus organizaciones crecen, se desarrollan, obtienen notables resultados, sobre una base sólida de gestión, que permite un crecimiento insospechado en el tiempo.

Control en la gestión empresarial

Freire & Jiménez (2019), citan a Laski (2006), este autor sostiene que la definición del control amplio, los conceptos tienen origen en países europeos, a partir del cual se difundió o se implementó. Según Freire & Jiménez (2019), aclaran que estas definiciones en América; la idea central del término se basa en operaciones correctivas, además recalca que hace varias décadas atrás, el enfoque era inspeccionar simplemente las unidades o procesos de gestión de los espacios contables, en la actualidad este punto de vista ha cambiado en todas las gestiones de una organización. Debido a las estafas en los procedimientos antiguos, por un grupo de contadores desarrollaron modelos vigentes de intervención. (Freire, A & Jiménez, S, 2019). De acuerdo a Quinaluisa, et al (2018), un aporte significativo e importante que da la importancia del control interno como un sistema integrado es que éste forma parte de cada una de las actividades de las empresas y cada colaborador es garante de la excelencia de sus actividades, por cuanto los indicadores de innovación funcionan como alarmas que permiten identificar los aspectos que requieren mayor atención.

Para Cabrera y Ortega (2013), el control interno resulta de vital importancia para todas las organizaciones, por cuanto promueve la eficiencia y asegura la efectividad, pero más allá de esto previene el incumplimiento de norma y los principios contables, además consideran que la administración de toda organización, requiere de un eficiente Sistema de Control Interno, porque le permitirá alcanzar de manera eficaz los objetivos y la optimización y uso de los recursos asignados. Al respecto Estupiñán (2006a), asume que al implementar un buen sistema de control interno se obtiene un mejor gobierno corporativo, porque de acuerdo a la estructura descrita en modelo COSO, por ejemplo, se impulsa una nueva cultura administrativa, no obstante, considera que todos los modelos conocidos hasta ahora, persiguen los mismos propósitos, aunque sus definiciones guardan mucha similitud.

No obstante Vargas, et al (2015) enfatizan que la sola implementación del sistema de control interno en las organizaciones, no garantiza la eliminación del riesgo, aunque provea un cierto grado de seguridad razonable en tanto reduce las posibilidades de riesgo; por ello la eficiencia dependerá en gran medida de nivel de compromiso en cumplimiento de los procedimientos y objetivos preestablecidos. Los modelos más conocidos y utilizados a nivel mundial son: *Cadbury* (Reino Unido); *Vienot* (Francia); *Peters* (Holanda); y *King*

(Sudáfrica). Por otra parte, los organismos internacionales han establecido utilizar la metodología COSO en las auditorías públicas, estas entidades son: el Banco Internacional del Desarrollo, Banco Mundial, o la Comisión Europea. El informe COSO (Comité de Organizaciones auspiciantes de la comisión *Treadway*) esta comisión fue creada en 1985 con la finalidad de identificar información falsa en las organizaciones, en 1987 emitió informes dónde se establece que el personal trabaje en equipo para una mejor comprensión del control interno y en 1992 se publica el informe COSO en su totalidad.

La comisión *Treadway* estaba integrada por entidades dedicadas a la contabilidad-finanzas-auditoría interna de Estados Unidos.

- *American Accounting Association (AAA)*
- *Financial Executive Institute*
- *Institute of Internal Auditors (IIA)*
- *Institute of Management Accountants. (IMA (Fatyuc, 2018))*

El informe COSO define el control interno como un proceso, desarrollado por la directiva, propietario y el personal, que agrega valor a las organizaciones, mediante un análisis rápido y preciso, evaluación de riesgos, difusión de información, monitoreo eficiente, actividades efectivas, elaborado para implementar los siguientes objetivos: operaciones eficaces y eficientes; producción de informes financieros confiables para la toma de decisiones internas; cumplimiento de leyes y regulaciones.

Asimismo, el informe se divide en cuatro elementos, en analogía con objetivos y procesos eficientes, como: entorno de control; evaluación de riesgos; actividades de control; información y comunicación; monitoreo.



Gráfico 4. Componentes del modelo COSO.

Fuente. (Montilla, G, Montes,S, & Mejía, S, 2007)

Investigado por. Cobo, P. (2019)



Gráfico 5. Componentes y criterios del modelo COSO.

Fuente. (Abril, 2016)

Investigado por. Cobo, P. (2019)

Este patrón es un instrumento muy ventajoso para estar al tanto de la realidad de la empresa pública o privada, que, por medio de los cuatro elementos, de igual forma recomienda desarrollar planes de intervención, monitoreo continuo, es viable analizar con este informe la estructura, procesos, sistemas, procedimientos y talento humano que admite tener una visión más amplia.

Principales cambios en los 5 componentes de COSO

En mayo de 2013 el Comité-COSO publica la actualización del Marco Integrado de Control Interno, cuyos objetivos son: esclarecer los requerimientos del control interno, renovar el contexto de la aplicación del control interno a muchos cambios en las empresas y ambientes operativos, y desarrollar su aplicación al expandir los objetivos operativos, y de emisión de informes. La siguiente tabla muestra los cambios significativos presentes en el Marco Integrado de Control Interno 2013, en sus cinco componentes:

Tabla 7. Cambios en los cinco componentes

Componentes	Cambios representativos
Entorno de Control	<p>Se acopian la relevancia de la integridad y los valores éticos, la importancia de la filosofía de la administración y su condición organizativa, la apropiada retribución de compromisos y el valor de las políticas.</p> <p>Se revela la analogía entre los componentes del Control Interno y el Entorno de Control.</p> <p>Se desarrolla la investigación sobre el Gobierno Corporativo de la organización</p>

Valoración de riesgos	<p>Se enfatiza la supervisión del riesgo</p> <p>Se amplía la categoría de objetivos de Reporte, considerando todas las tipologías de reporte internos y externos.</p> <p>Se aclara que la evaluación de riesgos</p> <p>Se incluyen los conceptos de velocidad</p> <p>Se considera la tolerancia al riesgo en la evaluación</p> <p>Se considera el riesgo asociado a las funciones</p> <p>Se desarrolla la consideración del riesgo al fraude.</p>
Acciones de Control	<p>Se indica que las actividades de control</p> <p>Se considera el rápido cambio y evolución de la tecnología.</p> <p>Se destaca la diferenciación entre controles automáticos</p>
Información y Comunicación	<p>Se prevalece la relevancia de la calidad del Sistema de Control Interno.</p> <p>Se profundiza la comunicación entre la entidad y terceras partes.</p> <p>Se enfatiza la seguridad y protección de la información.</p> <p>Se expresa el impacto que tiene la tecnología.</p>
Actividades de Monitoreo-Supervisión	<p>Se clarifica valuaciones continuas y evaluaciones independientes.</p> <p>Se profundiza el uso de la tecnología y los proveedores de servicios externos.</p>

Fuente. (AUDITOOL, 2020)

Investigado por. Cobo, Paul (2019)



Gráfico 6. Ciclo básico de criterios sistema de control COSO.

Fuente. (Parrado, y otros, 2015)

Investigado por. Cobo, P. (2020)

El propósito del modelo COCO es desplegar alineaciones o guías para el diseño, a la vez aporta a las empresas en su control interno en monitorear acciones y efectuar una evaluación y reportes sobre las organizaciones. El último modelo a considerar es el informe MICIL (Marco Integrado de Control Interno para Latinoamérica) la Federación Latinoamericana de

auditoría interna (FLAI) conjuntamente con el proyecto anticorrupción y rendición de cuentas en las Américas (proyecto AAA por sus siglas en inglés) promovido y aprobó el MICIL en Bolivia, el 2003 que sirve para el diseño, aplicación, y operación del control interno de organismos públicos y privados en Latinoamérica. (Freire, A & Jiménez, S, 2019).

Este esquema presenta cuatro componentes, la parte principal de este es ambiente de control que se encuentra en el modelo COSO, iniciando camino efectivo de los otros componentes que son: (1) ambiente de control y trabajo institucional, (2) evaluación de los riesgos para obtener objetivos, (3) actividades de control para minimizar los riesgos, (4) información y comunicación para fomentar la transparencia, y (5) supervisión interna continua y externa periódica. El enfoque del modelo MICIL se basa en los valores, principios de conducta ética, cumpliendo con las leyes-normas del personal de las empresas. (Rivas, M, 2018)

El estudio conduce aún mejor conocimiento, tanto personal y profesional, con el propósito de proyectarse con una metodología apoyada con bases sobre los principios de los informes COSO, COCO y MICIL, para optimizar la organización empresarial.

Componentes de los informes de control interno

Tabla 8. Componentes de los informes de control interno

Componentes de Modelos de Control Interno			
COSO	COCO	MICIL	COGE
1. Situación de control.	1. Proyecto.	1. Ambiente de control y trabajo.	1. Planteamiento de objetivos.
2. Valoración de riesgos.	2. Responsabilidad.	2. Valoración de riesgos	2. Establecer valores éticos.
3. Acciones de vigilancia.	3. Contenidos.	3. Acciones de control.	3. Control en las actividades de trabajo.
4. Indagación y noticia.	4. Operación.	4. Información y comunicación.	4. Supervisión y monitoreo.
5. Dinamismos de inspección.		5. Supervisión.	
		6. Ambiente dentro y trabajo.	

Fuente. (Freire, A & Jiménez, S, 2019)

Investigado por. Cobo, P. (2020)

El control interno permite subsanar determinadas inconformidades y, de esta manera, será posible mejorar la rentabilidad y generar rendimientos económicos para sus socios y accionistas, aumentando la confianza de los inversionistas. Los métodos de control interno, unidos a los de gestión de calidad, permiten identificar los riesgos asociados a cada movimiento y proceso, con el fin de minimizarlos, por lo que se debe garantizar que estos

métodos o modelos sean ilustrados por toda la organización, sin incumbir su estructura, capital u objeto social.

Idea a defender del proyecto de investigación

Representa una respuesta anticipada al problema, que conduce y guía la búsqueda en la medida en que se realiza un estudio teórico y una construcción alrededor del problema y el objeto, se sistematizan determinadas ideas previas respecto a su resolución, en ese caso al tema de estudio de los indicadores de innovación que son un factor determinante del control estratégico de la industria textil en la provincia de Tungurahua

Señalamiento de variables

- **Variable Independiente:** Indicadores de innovación
- **Variable dependiente:** Control estratégico

4.5. Metodología

Enfoque: Según el tema investigado tiene un enfoque cualitativo-explicativo, porque precisa que se analice la innovación y competitividad como factor estratégico en la industria textil de Tungurahua, sector que es poco conocido por el investigador. Su propósito es ayudar al planteamiento del problema, formular hipótesis, seleccionar la metodología a utilizarse durante el desarrollo del proceso de la investigación. No se puede actuar a la ligera, se precisa de buscar causa, efectos para proponer una alternativa de solución. Ver (Tabla 1).

Modalidad básica de la investigación: En la presente investigación se utiliza la siguiente modalidad básica de investigación, como es la Bibliográfica y de Campo.

- **Investigación bibliográfica**

Es la búsqueda de información en documentos para establecer, cual es el conocimiento existente en un área particular. De esta investigación se obtendrá información de diversas

fuentes bibliográficas, como artículos científicos, revistas indexadas, libros, informes de titulación relacionados con el tema propuesto, así mismo se buscará en libros virtuales (internet) que son herramientas apreciables para la consulta.

- **Investigación de campo**

A través de esta investigación se logra conseguir datos oficiales de los investigados, con el propósito de obtener resultados que conduzcan al objetivo principal esbozado por el investigador en este proyecto de investigación.

Nivel o tipo de investigación

La investigación ha trabajar es descriptiva, porque permitirá detallar cuál es la situación actual de la industria textil de la provincia de Tungurahua con respecto a la innovación y competitividad, a la vez se fundamentará teóricamente el tema de estudio como factor estratégico para el desarrollo local, efectuando un diagnóstico sobre el nivel de innovación que la industria textil mantiene en la confección de indumentarias en la actualidad y en el contexto en el que se desarrolla, para la medición de este factor en las actividades productivas, se explicará el grado de competitividad alcanzado por las empresas del sector textil de la provincia de Tungurahua proponiendo indicadores de innovación, el estudio se realizará con la aplicación de Alpha de Cronbach para la valoración de la confiabilidad del instrumento.

De estos resultados obtenidos se propondrá una alternativa de solución, si es factible considerar proponer indicadores de innovación a través de un modelo de control estratégico para la industria textil de la provincia de Tungurahua.

4.5.1. Población y muestra

4.5.1.1. Población

La población para este trabajo de investigación es de 1954 entes de producción de la industria textil de la provincia de Tungurahua, datos que fueron sacados de la Junta Provincial de Defensa del Artesano de Tungurahua, de los datos del Servicio de Rentas

Internas (SRI), del desarrollo del Proyecto de Titulación, pymes existentes globalmente en Tungurahua.

Tabla 9. Población de la industria textil /Tungurahua.

Cantones	N° de empresas	Porcentaje	Actividad económica registrada en el SRI	
Ambato	1111	57%	Confección de prendas de vestir	
Baños	4	0%		
Cevallos	16	1%		
Mocha	2	0%		
Patate	8	0%		
Quero	19	1%		
Pelileo	728	37%		
Píllaro	35	2%		
Tisaleo	31	2%		
Tota	1.954	100%		
Tungurahua				

Fuente. (SRI, 2019)

Investigado por. Cobo, Paul (2019)

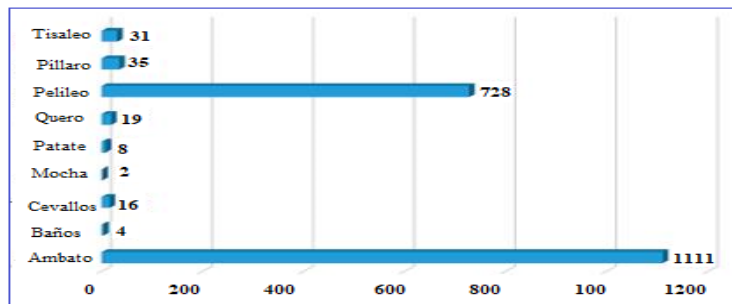


Gráfico 7. Industrias Textiles de Tungurahua

Fuente. (SRI, 2019)

Investigado por. Cobo, Paul (2019)

Explicación. Tungurahua por su ubicación acoge a gran cantidad de pymes de pequeños, medianos y grandes empresarios, pero en el sector textil-confección del vestido existen 32, donde se constituyen en una amplia red pyme empresarial para la confección del vestido, y para dinamizar la cultura empresarial textil con indumentarias diseñadas que solventan la economía de la población a través de su comercialización. Tomando como referencia de la base de datos del Servicio de Rentas Internas (2019). Tungurahua registró la información en mención.

Tabla 10. Población total de la industria textil /Tungurahua.

Total empresas	Características empresariales			
	Informalidad	Trabajo Formal	Total	
Total Tungurahua	1.954	98,37%	1,63%	100,00%

Fuente. (SRI, 2019)

Investigado por. Cobo, Paul (2019)

Explicación. - Del total de la población de 1954 empresas registradas con RUC en el Servicio de Rentas Internas el 98,37% son de carácter informal y no han actualizado sus estados Tributarios, consecuentemente de la gran mayoría no ha sido localizado su domicilio tributario, en donde pueda verificarse la actividad o inactividad de la empresa en marcha. Es decir que se resumen que el desarrollo de sus actividades es empírico, no cumple con los deberes formales que lo rigen como declaraciones Tributarias, no se enfoca en la gestión de desarrollos contables y costos de producción y en su mayoría comercializa su producto sin entrega de comprobantes de venta.

4.5.1.2. Muestra

La muestra es la pequeña parte del universo a investigar, en otras palabras, es la mínima parte de la zona de incidencia de actividades a levantar información, utilizando las herramientas de percepción llamadas encuestas y entrevistas (Freire, A & Jiménez, S, 2019). Por tratarse de una muestra de 32 empresas no se procederá a trabajar con un muestreo en el presente trabajo de investigación, se aplicará un censo a la población existente para el presente estudio mediante la técnica de la encuesta, con su instrumento el cuestionario.

Para el desarrollo de este proyecto de investigación se trabajará aplicando el método de: muestreo por conveniencia a 32 empresas.

Muestreo por conveniencia

El muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilístico y no aleatorio manejada para establecer muestras de acuerdo a la facilidad de acceso, la disponibilidad de las personas de formar parte de la muestra, en un intervalo de tiempo dado o cualquier otra especificación práctica de un elemento particular. (QuestionPro Software de Encuestas, 2020)

Se aplicará el muestreo por conveniencia

Por la accesibilidad y el alcance de la información veraz, consolidada y centralizada de la población y la muestra escogida, con los que aportan los organismos de Control para el

Sector Textil según la investigación de campo realizada, para el desarrollo del presente proyecto 32 empresas.

Debido a la informalidad existente en el sector textil, se ha evidenciado en la investigación de campo, la existencia de muchos entes productivos informales de difícil acceso, que la gran mayoría desarrollan sus actividades económicas en sus hogares, al mismo tiempo que no están registradas ni evidenciadas dentro de los órganos de regulación para el desarrollo de sus actividades productivas, y como es de esperarse guardan el sigilo correspondiente siendo casi inaccesible la revelación de la información requerida para la ejecución y desarrollo del presente proyecto.

Existencia de entes productivos que no han actualizado su estado Legal de sus actividades económicas como renovación de Calificaciones Artesanales, Obligaciones Tributarias Adquiridas indicadores de riesgos que podrían alterar los resultados tabulados. Motivos por los cuales se justifica la aplicación del método de muestreo por conveniencia, por ser una población con proyectos de gran expansión y con tendencias al desarrollo productivo económico y social para los cuales serían oportuno y eficaz la aplicación de los Indicadores de innovación que podrán ser un pilar en el control estratégico de la industria textil en la provincia de Tungurahua.

Para el desarrollo de este proyecto de investigación se trabajará solo con 32 pymes del sector textil-confecciones del vestido que pertenecen a la Cámara de Comercio y porque son registradas, un ejemplo son los cantones de Pelileo y Píllaro existen pequeñas empresas artesanales sin ser registradas, pero sin embargo se ha considerado tomar como referencia solo para identificar a las industrias textiles que han sido un factor impulsador de las más grandes industrias textileras. Para ejemplificar. Ver (Tabla 11) los datos han sido reportados por el Servicio de Rentas Internas información reportada en el 2019.

Características de las empresas textiles con desarrollo de sus actividades formales

Tabla 11. Población empresas textiles legales

Características de las empresas textiles Tungurahua-legales				
1	Fábrica De Vestidos Y Textiles Del Tungurahua Vestetexsa Ca.	Fabricación de prendas de vestir para trabajo y uniformes		Sí

2	Industria Deportiva Bomansport Cía.Ltda.	Fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, ropa para practicar deportes, etc.	Sí
3	Incalza S.A.	Fabricación de prendas de vestir.	Sí
4	Confecciones Globalfashion G&A Cía.Ltda.	Fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, etcétera.	Sí
5	Marquillas & Accesorios Marquiaces S. A	Fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones,	Sí
6	Industrias Y Textiles Pequeñín Cía. Ltda.	Fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones	Sí
7	Pieflex S.A.	Fabricación de prendas de vestir	Sí
8	Disfrazarte	Actividades de confección a la medida de prendas de vestir (costureras, sastres).	Sí
9	Fabitex	Confección Textil Fabitex, tiene 17 años en el mercado, se dedica a la producción y comercialización de ropa de cama, cobertores, edredones, cobijas, sabanas, línea hotelera, almohadas, y productos varios empresa textil competitiva a nivel provincial, poseedora de un gran talento humano y maquinaria de alta tecnología que transforma sus necesidades en productos innovadores, comercializa con mayoristas, cantón Ambato, Cantón Ambato, Carlos Amable Ortiz & Luis Alberto Valencia.	Sí
10	Variedades Mary Carmen	Empresa que confecciona vestidos, toda clase accesorios para toda la familia, cantón Ambato, Cevallos y Martínez	Sí
11	Arfatexcia C. L	Confección textil Arfatexcia C.L, empresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir, orientada a ofrecer la mejor calidad en los productos, brindando las mejores opciones de compra y de satisfacción a sus clientes, con altos niveles de eficiencia y optimismo empresarial, cantón Ambato, parroquia Izamba, Manizales y Alberto Cobo.	Sí
12	Mercantil Makamba	Confección textil Makamba, elabora prendas de vestir en general para toda la familia, a la vez comercializa e importa maquinaria, insumos, repuestos, servicio técnico, y soluciones integrales para sus clientes, cantón Ambato, Bolívar 11-18 y Tomás Sevilla	Sí
13	Trajes Willy's	Confección textil Trajes Willy's, elabora prendas de vestir, cuenta con un amplio stock de trajes en finos casimires, camisas, corbatas, abrigos, wikis, y más accesorios, cantón Ambato, Sucre y Guayaquil.	Sí
14	Maysands Boutique	Confección textil del vestido Maysands Boutique, elabora prendas de vestir para toda la familia, con estilo casual y formal, el material clave en el clóset de cualquier familia con tendencias actuales, cantón Ambato, Rocafuerte y Montalvo.	Sí
15	Confecciones Josephine	Confección textil, elabora prendas de vestir para toda la familia y comercializa ropa de toda marca como Chevignon, Americano, studio F. Rose Pistol, entre otras, cantón Ambato. Avenida Mera 05-41 y Cevallos.	Sí
16	Textiles Jhonatex	Confección Textiles Jhonatex, empresa dedicada a la fabricación de telas de punto como lycra, jersey, polyalgodón, con una amplia gama de colores y suministros para la confección, logrando obtener prendas de vestir de distintas a la que se comercializa en el mercado, cantón Ambato, Huachi Belén, calle Leonardo Páez, y Homero Hidrovo	Sí
17	Reli Corporación Texma	Confección textil Reli Corporación Texma, elabora prendas de vestir para toda la familia, esta empresa se dedica a la manufactura textil, teniendo como factor principal un equipo de	Sí

			profesionales en cada área, logrando calidad en los productos y servicios, cantón Ambato. Avenida los Chasquis s/n y José Ignacio Canelos.	
18	Textiles Buenaño		Empresa textil que confecciona prendas de vestir para la familia, a la vez produce y comercializa telas para la confección de prendas y toallas de baño, a nivel nacional como internacional. Avenida los Shiris, 998 y Avenida Quis.	Sí
19	Ralontex		Empresa textil que confecciona prendas de vestir por más de 25 años de experiencia en la fabricación y comercialización, a la vez el producto que sale más al mercado son las prendas íntimas, de alta calidad y durabilidad. Disponen de una gran variedad de modelos para damas, caballeros, niños, niñas con la marca DAANELAS, para caballeros con la marca FLA y niños con la marca TRAVIESOS, cantón Ambato, Avenida Edmund Martínez s/n a medio kilómetro atrás del IESS-Ambato	Sí
20	Publibrand		Empresa dedicada a la comercialización de prendas de vestir en general, a la vez se dedica a vender de manera directa de toda línea de artículos de publicidad textil y uniformes institucionales de trabajo, es una empresa innovadora que diseña, fabrica y comercializa textiles publicitarios, uniformes de trabajo, confecciona toda clase vestidos de acuerdo a la necesidad del cliente, con altos índices de calidad, cantón Ambato. Avenida Juan Benigno vela y Quito	Sí
21	Confecciones Ellerston		Textil Ellerston que elabora prendas de vestir, y comercializa pantalones, faldas, chompas, cantón Pelileo-Guantugsuma barrio Tambo.	Sí
22	Confecciones Llerena	Elsa	Textil Elsa Llerena, que elabora prendas de vestir como pantalones, faldas, chompas, cantón Pelileo, vía Olmedo Km1.	Sí
23	Creaciones Alexis		Textil Alexis, elaboración de prendas de vestir, como pantalones, faldas y chompas cantón Pelileo-Guantugsuma, sector Tambo.	Sí
24	Confecciones Danny		Textil Danny, elaboración de prendas de vestir, como pantalones, faldas, chompas, cantón Pelileo-sector El Tambo.	Sí
25	Confecciones Yisel		Textil Yisel, elaboración de prendas de vestir, como pantalones, faldas, chompas, cantón Pelileo-sector El Tambo.	Sí
26	Confecciones Ferpa		Textil Ferpa, elaboración de prendas de vestir, como pantalones y camisas, cantón Pelileo-García Moreno y Padre Chacón.	Sí
27	Confecciones Empalme	El	Empresa textil que confecciona vestidos a la medida tales como novias, quinceañeras, para graduaciones, incorporaciones, cortes de honor, vestidos para niños y niñas, floristas, entre otros., cantón Píllaro, la Florida y García Lorca.	Sí
28	Lascano Tex		Empresa textilera de corte confección y bordado, elabora prendas de vestir para la familia, cantón Pelileo, La Libertad.	Sí
29	Kados		Empresa textilera Kados de corte y confección, elabora jeans y prendas de vestir en general, cantón Pelileo, El Tambo.	Sí
30	Confecciones Masaquiza	Manuel	Empresa textilera, elabora prendas de vestir para toda la familia, e inclusive diseña y produce tapices de lana, cantón Pelileo, parroquia Salasaca.	Sí
31	Confecciones Rod-Par		Empresa textilera, elabora prendas de vestir en general, cantón Pelileo, barrio Libertad.	Sí
32	Vicentino		Confección textil de corte confección y bordado, elabora prendas de vestir para toda la familia, su línea es más confeccionar jeans, y comercializar a nivel nacional, cantón Pelileo-El Tambo	Sí

Fuente. (Cámará de Comercio Ambato-Tungurahua, 2020)

Investigado por. Cobo, Paul (2019)

Como se puede observar en la tabla adjunta las empresas que conforman el sector textil de manera formal y que desarrolla sus actividades económicas productivas como empresas en

marcha cumpliendo con las disposiciones legales vigentes a las que está sujeta y que consecuentemente proporcionan veracidad a la información según la investigación de campo para ejecutarse en el desarrollo del presente proyecto.

Tabla 12. Muestra por conveniencia de acuerdo a la madurez de la empresa

Empresa	Ventas Anuales	Inicio de Actividades	Años en el Mercado
Fábrica De Vestidos Y Textiles Del Tungurahua Vestetexsa Ca.	379.038,10	1994	26
Industria Deportiva Bomansport Cía.Ltda.	923.646,50	2002	18
Incalza S.A.	966.536,75	1999	21
Confecciones Globalfashion G&A Cía.Ltda.	244.131,12	2005	15
Marquillas & Accesorios Marquiaccs S. A	328.976,63	2001	19
Industrias Y Textiles Pequeñín Cía. Ltda.	510.784,26	2003	17
Pieflex S.A.	807.968,10	2010	10
Confecciones El Empalme	180.167,00	2001	19
Variedades Mary Carmen	450.593,00	1999	21
Disfrazarte	256.987,00	2004	16
Fabitex	125.896,00	2005	15
Arfatexcia C. L	124.578,00	2002	18
Mercantil Makamba	245.906,00	1998	22
Trajes Willy´s	346.894,00	2002	18
Maysands Boutique	347.856,00	2006	14
Confecciones Josephine	112.577,00	2004	16
Textiles Jhonatex	75.789,00	2002	18
Reli Corporación Texma	568.075,00	2003	17
Textiles Buenaño	678.990,00	1999	21
Ralontex	394.199,62	1996	24
Publibrand	960.592,36	2004	16
Confecciones Ellerston	100.519,22	1994	26
Confecciones Elsa Llerena	253.896,36	2001	19
Creaciones Alexis	342.135,70	2004	16
Confecciones Danny	531.215,63	1993	27
Confecciones Yisel	840.286,82	2001	19
Confecciones Ferpa	187.373,68	1997	23
Lascano Tex	78.839,27	2001	19
Kados	192.118,74	2005	15
Confecciones Manuel Masaquiza	201.038,46	2006	14
Confecciones Rod-Par	50.779,75	1999	21
Vicentino	89.245,78	2002	18

Fuente. (Catastro del RUC Servicio de Rentas Internas. 2020)

Investigado por. Cobo, Paul (2019)

En la tabla anterior se puede apreciar el valor en ventas anuales de las empresas seleccionadas para la presente investigación. Cabe mencionar que se aplicó la técnica del muestreo por conveniencia por lo que tomó en cuenta la madurez de la empresa haciendo referencia a que las organizaciones hayan tenido presencia en el mercado por menos 14 años, es por esta razón que se detalla el año de inicio de actividades de las distintas empresas adquirida desde el Servicio de Rentas Internas (SRI)

4.5.2. Operacionalización de variables

4.5.2.1. Variable independiente. Indicadores de innovación

Tabla 12. Indicadores de innovación

Conceptualización	Categorías	Ítems	Indicadores	Técnica	Instrumento
Indicadores de innovación son se relaciona con la tecnología, maquinaria, financiamiento, producción, costos, I+D, alianzas, personal que a la vez incluyen aspectos relacionados con la organización y las formas de comercialización de los bienes, entre otras (Albornoz, 2014)	Maquinaria	¿Los empleados estarían dispuestos adaptarse a maquinaria con alta tecnología?	Totalmente en desacuerdo	<i>Encuestas</i>	<i>Cuestionarios</i>
	Financiamiento	¿Cree que el presupuesto es una de las barreras que impide innovar en las empresas con indicadores de gestión?			
	Producción	¿Al implementar maquinaria de alta tecnología, cree que mejora los procesos de producción?	En desacuerdo		
	Costos	Según su criterio,	No de acuerdo no en desacuerdo		
		¿Introducir nueva maquinaria, programas tecnológicos y nuevos métodos para el manejo del producto, genera costos elevados?			
	I + D	¿Es importante desembolsos para acciones internas de Investigación + Desarrollo?	Totalmente de acuerdo		
	Alianzas	¿Quién desarrollo estas innovaciones de proceso? Marque las opciones que corresponda.			
Personal	¿Su empresa ejecutó las siguientes acciones de innovación?				

Elaborado por. Cobo, Paul (2019)

4.5.2.2.Variable dependiente. Control estratégico

Tabla 13. Control estratégico

Conceptualización	Categorías	Ítems	Indicadores	Técnica	Instrumento
El control estratégico presenta al control interno, intereses, plan de control interno, obtención de resultados, capacitación al personal, satisfacción al cliente, que sirven a la administración para planear, coordinar y controlar, por medio de presupuestos, todas las funciones y operaciones de una empresa con el fin que obtenga el máximo rendimiento, además los presupuesto permite que las actividades de la empresa sean planificadas con antelación y referidas a un período de tiempo determinado (Villarroel, 2011)	Control interno	¿Los colaboradores estarían dispuestos adaptarse a maquinaria con alta tecnología?	Eficacia de procesos	Modelo COGE (Control en la gestión empresarial) en base a informes de registro COSO (Committee of sponsoring organization), COCO (Criteria of control), MICIL.	<i>Cuestionarios</i>
	Plan de control interno	¿El financiamiento es una de las barreras que impide innovar en las empresas con indicadores de gestión?			
	Obtención de resultados	¿La implementación de maquinaria de alta tecnología, mejora los procesos de producción?	Eficiencia De procesos		
	Capacitación al personal	Según su criterio, ¿introducir nueva maquinaria, programas tecnológicos y nuevos métodos para el manejo del producto, genera costos elevados?	Control interno		
	Satisfacción al cliente	¿Es importante desembolsos para acciones internas de Investigación + Desarrollo?	Confiabilidad		
	Máximo rendimiento	¿Es importante la cooperación en innovación con otras empresas/instituciones de ciencia/tecnología? ¿Considera necesario proponer indicadores de innovación a través de un modelo de control estratégico para la gestión de la industria textil?	Cumplimiento de leyes		

Elaborado por. Cobo, Paul (2019)

4.5.3. Descripción detallada del tratamiento de fuentes primarias secundarias

4.5.3.1. Plan de recolección de la información

Para recabar la información se siguieron los siguientes pasos:

- Identificación de las personas u objetos que van a ser investigados, con base en la estratificación de la muestra.
- Elección de las herramientas a implementarse en el proceso de recolección de la información.

Tabla 14. Plan de recolección de la información.

Preguntas básicas	Explicación
¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
¿De qué personas u objetos?	Gerentes de las Industrias textiles de Tungurahua
¿Sobre qué aspectos?	Indicadores de innovación y control estratégico
¿Quién?	Investigador
¿Cuándo?	Mes de octubre 2018
¿Dónde?	Industrias textiles de Tungurahua
¿De qué técnicas?	Encuestas
¿Con qué?	Cuestionarios

Elaborado por. Cobo, Paul (2019)

4.5.3.2. Plan de procesamiento y análisis de la información

La recolección de datos partió desde el instrumento encuesta, el cual fue validado por expertos en los meses de octubre 2018 a octubre del año 2019, aplicado a los gerentes, de las industrias textiles de Tungurahua de la confección de vestimenta de la provincia de Tungurahua.

Para la presente investigación se utilizó la información de las siguientes fuentes:

CIU

Tabla 15. CIUU 4.0s

CIU Sección:			
Secciones:	A. Agricultura	B. Minas	C. Manufacturas
	D. Suministro Energías	E. Distribución del agua	F. Construcción
	G. Comercio	L. Alojamiento	J. Información
	K. Financieras	M. Científico técnico	N. Administrativos
	O. Administración pública	P. Enseñanza	Q. Salud Humana
	R. Arte	S. Otros servicios	

Fuente. (INEC, 2018)

El objeto de estudio para la investigación es de la sección C. Manufacturas

Estructura de empresa por actividad económica, micro, pequeñas, mediana y grandes empresas, año 2016

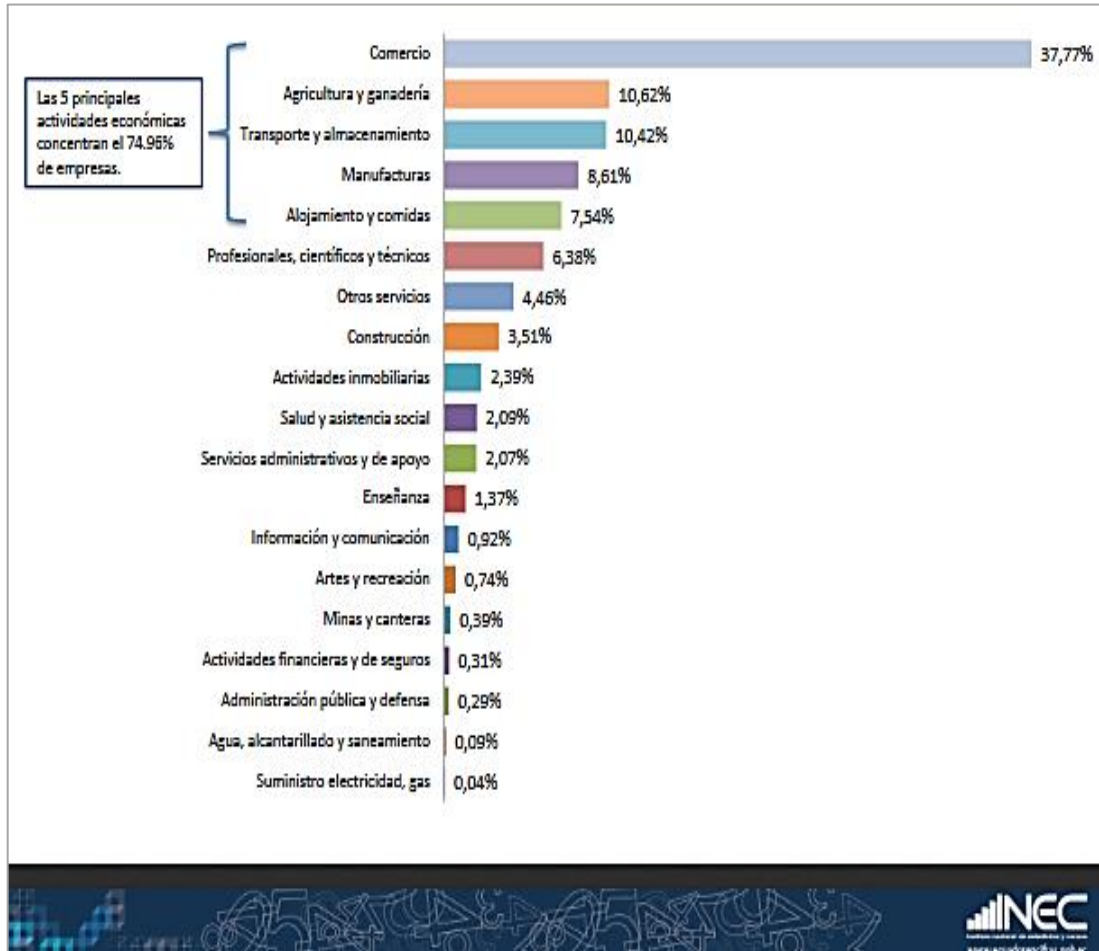


Gráfico 8. Estructura de empresas por actividad económica
Fuente. (INEC, 2018)

Explicación

En el Gráfico 8 las cuatro principales actividades económicas se concentran el 74.96 % de empresas, mientras que la actividad de alojamiento y comidas concentra un 7.54% que es el objeto de estudio de la investigación, ya que es un factor importante para el desarrollo económico del país, donde se puede invertir en emprendimientos aplicado un modelo de control estratégico interno con indicadores de gestión empresarial

Estructura de empresas según provincia, micro, pequeñas, medianas y grandes empresas 2016

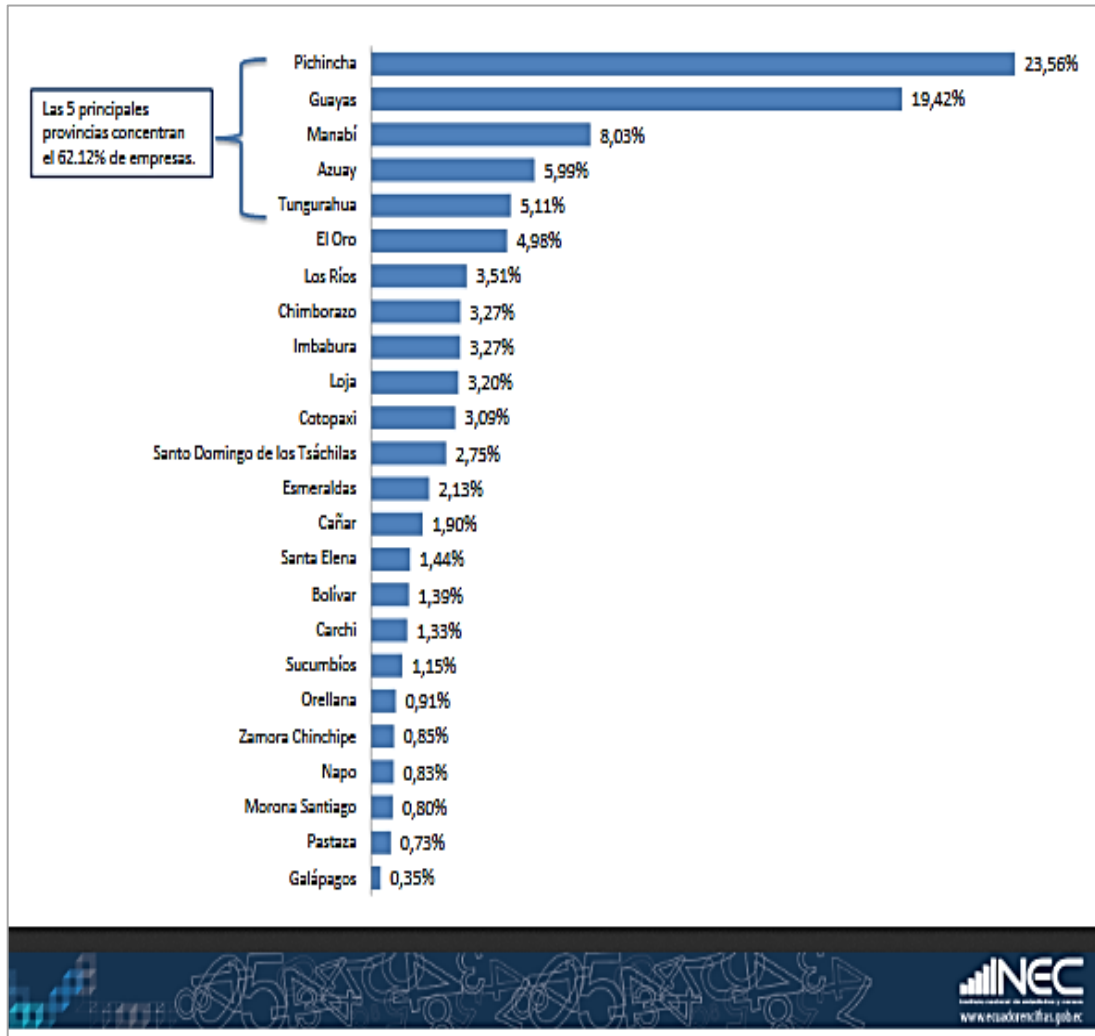


Gráfico 9. Estructura de empresas según provincia (2016)

Fuente. (INEC, 2018)

Explicación

En el Gráfico 10 las cuatro principales provincias concentran el 62.12% % de empresas, mientras que concentra un 5.11% que es el objeto de estudio de la investigación, ya que es un factor importante para el desarrollo económico del país donde se puede invertir en un negocio y aplicar un modelo de control en la gestión empresarial

Participación en ventas por actividad económica, empresas con actividades productivas, año 2016.

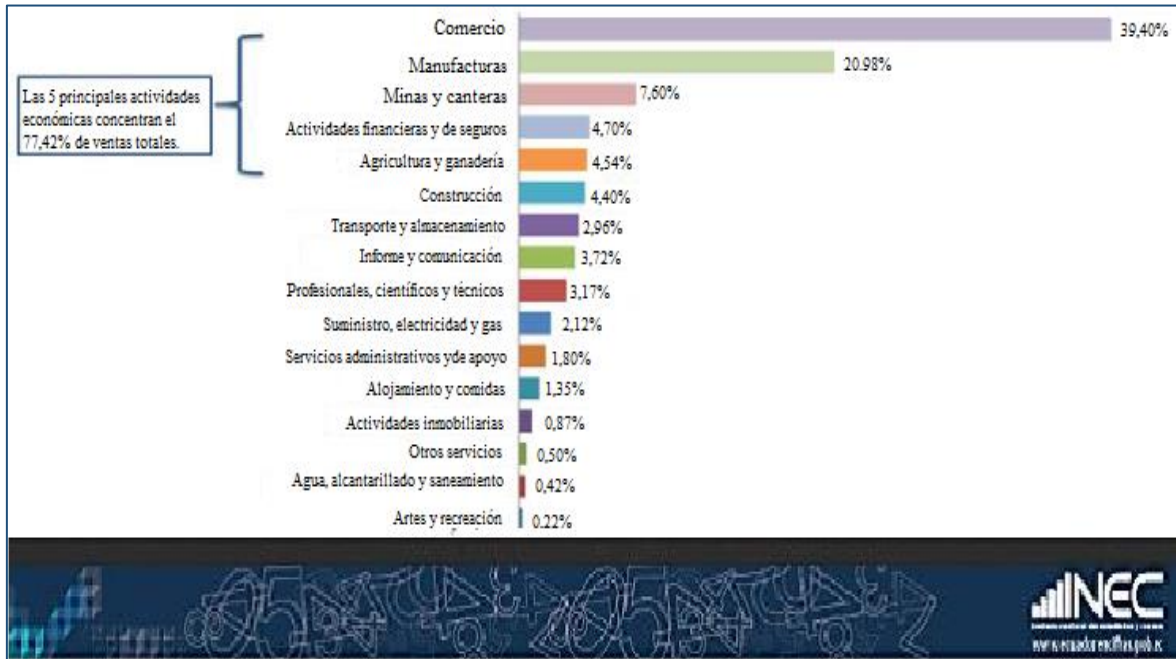


Gráfico 10. Participación en ventas-actividad económica, año 2016

Fuente. (INEC, 2018)

Explicación

La sección de alojamiento y comidas concentra el 1.35% de participación en ventas a nivel nacional.

4.5.4. Técnicas de recolección

4.5.4.1. Encuesta

La encuesta es un instrumento de investigación que permite recoger información acerca del objeto de estudio a partir de la formulación de preguntas a través de una entrevista personal, permitiendo así, la relación de características de una población y por ende la generalización de conclusiones (Latorre, 2014). Para esta investigación se ha visto importante utilizar esta técnica de recolección de información, porque permite evaluar de manera más objetiva datos acerca del objeto de este estudio, respecto a: Indicadores de innovación un pilar en el control estratégico de la industria textil en la provincia de Tungurahua.

4.5.5. Instrumentos de recolección

4.5.5.1. Cuestionario

El cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos importantes para alcanzar los objetivos esbozados del proyecto de investigación. El cuestionario permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos (Galán, 2008). Se utilizó el cuestionario como instrumento de recolección de información, el cual está conformado por preguntas con escalas tipo Likert, con lo que se pretende recoger información más relevante del objeto de estudio.

4.5.5.2. Validación con expertos

La validación de contenido mediante juicio de expertos consiste en tomar la opinión informada de personas con trayectoria en el tema, para validar la propuesta de resultados permitiendo al investigador reunir criterios de validez y fiabilidad (Altuve & Herrero, 2014). Se validó el contenido del instrumento de recolección por medio del juicio de expertos de la Universidad Técnica de Ambato, de la Dirección de Posgrado, donde evaluaron de manera independiente la coherencia, factibilidad, pertinencia, relevancia y claridad con las preguntas.

4.5.5.3. Validación del instrumento de recolección con el Alfa de Cronbach

Para validar el instrumento de recolección de información se emplea el estadístico Alfa de Cronbach, índice que nos indica la consistencia interna y validez del instrumento de recolección. (Morales, 2012). Según (George & Mallery, SPSS for windows step: a simple guide and reference., 2003). Proponen las siguientes recomendaciones para valorar el coeficiente del Alfa de Cronbach

Tabla 16. Criterio general de valoración de Alfa de Cronbach

Item	Criterio
Coficiente alfa > 0,9	es excelente
Coficiente alfa > 0,8	es bueno
Coficiente alfa > 0,7	es aceptable
Coficiente alfa > 0,6	es cuestionable
Coficiente alfa > 0,5	es pobre
Coficiente alfa < 0,5	es inaceptable

Fuente. (George & Mallery, SPSS for windows step: a simple guide and reference., 2003)

Tabla 17. Alfa de Cronbach

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
,875	12

Fuente. (George & Mallery, SPSS for windows step: a simple guide and reference., 2003)

El instrumento de recolección es también validado como promedio de una prueba piloto y por el Programa Estadístico Informativo SPSS mediante el índice del Alfa de Cronbach dónde arroja el 0,875 porque el instrumento posee una estructura de su contenido y es validado para el levantamiento de información. Al ejecutar una investigación, persistentemente se desea que esta sea eficiente, que cumpla con los objetivos esbozados y que el proceso se lleve a cabo con el menor número de dificultades. Sí, está decidido a operar encuestas como método de investigación, una manera de asegurar que todo saldrá bien es hacer una encuesta piloto que es una ayuda a detectar cualquier imprevisto que pudiera surgir. Y es que todo proyecto de investigación implica dinero, tiempo y esfuerzo, así que llevar a cabo diversas pruebas antes de empezar el proceso será de gran ayuda, sobre todo cuando estén involucrados una gran cantidad de participantes.

Por eso la prueba piloto se llevó a cabo aplicando el cuestionario a una muestra de seis empresas Pymes del sector textil-confección de prendas de vestir de Tungurahua para el mejoramiento de su competitividad con la aplicación de indicadores de innovación y control estratégico. El encuestado es el directivo responsable de la empresa. A partir de los resultados que se obtiene en la prueba piloto se requiere codificar y analizar. El análisis de este servirá para determinar si la definición del problema es adecuada y cuáles son los datos y el análisis que se requieren para obtener la información necesaria.

4.5.4. Procesamiento de la información

Tabla 18. Media y desviación estándar de la encuesta piloto

Estadísticos de elemento			
Items	Media	Desviación estándar	N
¿Los colaboradores estarían dispuestos adaptarse a maquinaria con alta tecnología?	1,8333	,83485	6
¿El financiamiento es una de las barreras que impide innovar en las empresas con indicadores de gestión?	2,3333	,77850	6
¿La implementación de maquinaria de alta tecnología, mejora los procesos de producción?	2,7500	1,13818	6

Según su criterio, ¿introducir nueva maquinaria, programas tecnológicos y nuevos métodos para el manejo del producto, genera costos elevados?	2,8333	1,02986	6
¿Es importante desembolsos para acciones internas de Investigación + Desarrollo?	2,0833	,79296	6
¿Es importante la cooperación en innovación con otras empresas/instituciones de ciencia/tecnología?	2,3333	1,07309	6
¿Existe reconocimiento al autor intelectual de los indicadores de innovación dentro de las empresas?	2,3333	,98473	6
De los siguientes, ¿Qué indicadores utiliza la empresa para medir el control estratégico?	2,5833	,99620	6
¿Con que frecuencia capacita a personal de la empresa?	2,1667	1,02986	6
¿Estaría de acuerdo en implantar indicadores de innovación en el control estratégico que generen valor y aumente la competitividad de su empresa?	2,9167	,90034	6

Elaborado por: Cobo, Paul (2020)

Una vez obtenida y recopilada la información se proyectó de inmediato a su procesamiento, esto comprende el ordenamiento y presentación de manera lógica y clara los resultados que han sido conseguidos, mediante la aplicación de las técnicas e instrumento de recolección de información establecidos, en las variables indicadores de innovación y control estratégico expresen su magnitud, y que permitan dar un criterio más amplio al investigador.

5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Análisis e interpretación de los datos

Validación de la encuesta

Tabla 19. Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cron Bach	N de elementos
,961	62

Ficha Técnica (metodología utilizada)

Población	32 Empresas
Ámbito geográfico	Sector Provincia de Tungurahua
Enfoque de la investigación	Cuantitativo y cualitativo
Técnica de recolección de datos	Encuesta
Validación del instrumento	Alfa de Cron Bach

Investigado por: Cobo, P. (2020)

1. ¿Qué tiempo presenta la empresa en el mercado?

Tabla 20. Tiempo de la empresa en el mercado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 4 años	6	19%
De 5 a 7 años	8	25%
De 8 a 11 años	7	22%
Mayor de 12 años	11	34%
TOTAL	32	1

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

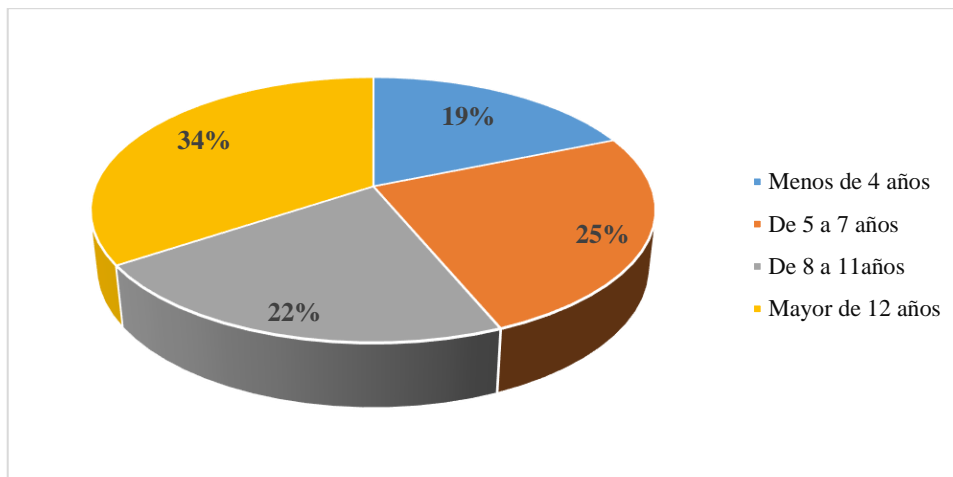


Gráfico 11. Tiempo de la empresa en el mercado

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis

De las 32 encuestas realizadas, el 19% señala que la empresa presenta un tiempo de menos de 4 años en el mercado, el 25% indica que se encuentran de 5 a 7 años, el 22% mencionan que participan de 8 a 11 años en el mercado, mientras que el 34% comentan que se presentan en un tiempo mayor de 12 años en el mercado.

Interpretación

Un porcentaje significativo de las empresas encuestadas presentan un tiempo mayor de 12 años en mercado, esto es debido a que estas empresas con el transcurso del tiempo han ido posicionándose en el mercado, de manera que todos sus productos y servicios sean aceptados y conocidos en la población objetivo.

2. ¿La empresa con cuántos colaboradores cuenta?

Tabla 21. Número de colaboradores en la empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 2 a 10 “Microempresa”	10	31%
De 11 a 50 “Pequeña empresa”	17	53%
De 51 a 100 “Mediana empresa”	5	16%
De 200 en adelante “Grande empresa”	0	0%
TOTAL	32	100%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

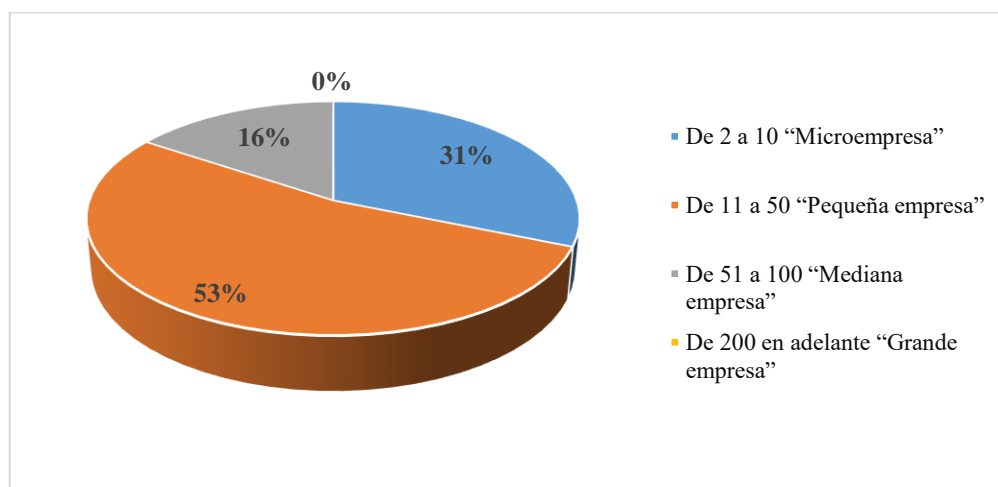


Gráfico 12. Número de colaboradores en la empresa

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis

De las 32 encuestas realizadas, el 16% señala que las empresas cuentan un personal de 51 a 100 colaboradores, el 31% mencionan poseen de 2 a 10 trabajadores, mientras que el 53% comentan en su empresa se encuentran trabajando de 200 empleados en adelante.

Interpretación

La mayor parte de las empresas encuestadas poseen más de 200 colaboradores, esto es debido que gran parte de los encuestados se encuentran más de 12 años en el mercado lo que ha permitido que no solo gane posicionamiento en el mercado sino también genere un gran número de puesto laborales.

3. Los colaboradores estarían dispuestos a adaptarse a maquinaria con alta tecnología

Tabla 22. Adaptación en la maquinaria

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	15	47%
En desacuerdo	2	6%
No de acuerdo no en desacuerdo	3	9%
De acuerdo	12	38%
TOTAL	32	100%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

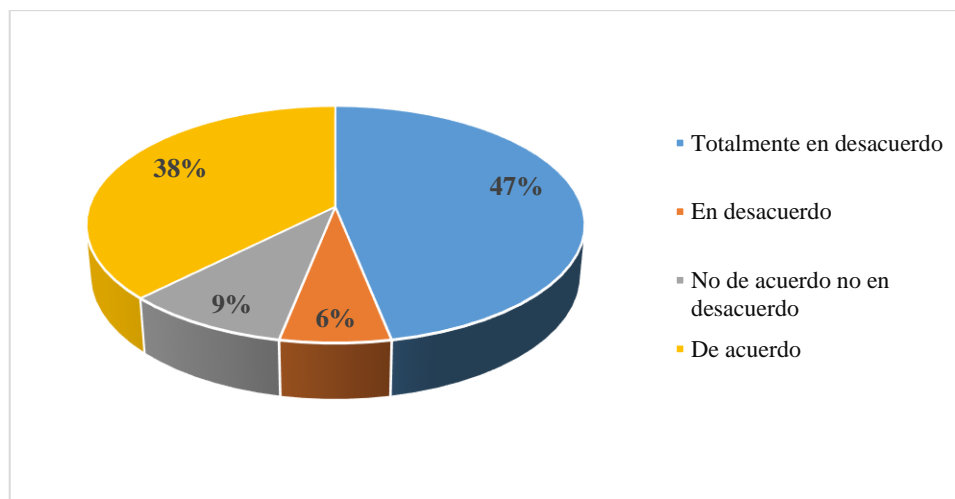


Gráfico 13. Adaptación en la maquinaria

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis

De las 32 encuestas realizadas, el 6% señala que se encuentran en desacuerdo para adaptarse a maquinaria con alta tecnología, el 9% mencionan que los colaboradores estarían no de acuerdo no en desacuerdo para adaptarse a maquinaria con alta tecnología, el 38% indica que se encuentran de acuerdo para implementar maquinaria, mientras que el 47% comentan que se encuentran en total desacuerdo.

Interpretación

Gran parte de la población encuestada se encuentran en total desacuerdo para implementar maquinaria con alta tecnología, esto es debido a que los colaboradores no estarían dispuestos a adaptarse a este tipo de maquinaria.

4. Según su criterio, ¿introducir una nueva maquinaria, programas tecnológicos y nuevos métodos para el manejo del producto, genera costos elevados?

Tabla 23. Nueva maquinaria y programas tecnológicos genera costos elevados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en oposición	12	38%
En desacuerdo	3	9%
No de acuerdo no en desacuerdo	2	6%
De acuerdo	15	47%
TOTAL	32	100%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

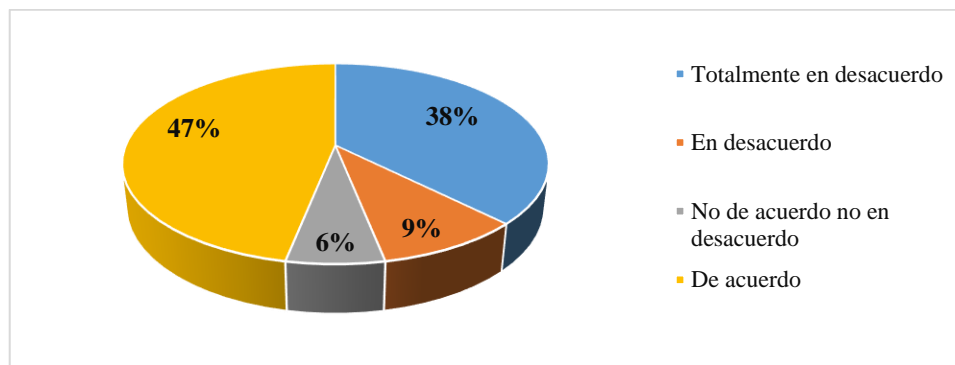


Gráfico 14. Nueva maquinaria y programas tecnológicos genera costos elevados

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis

De las 32 encuestas realizadas, el 6% señala que se encuentran en desacuerdo para adaptarse a maquinaria con alta tecnología, el 9% mencionan que los colaboradores estarían no de acuerdo no en desacuerdo para adaptarse a maquinaria con alta tecnología, el 38% indica que se encuentran de acuerdo para implementar maquinaria, mientras que el 47% comentan que se encuentran en total desacuerdo.

Interpretación

Gran parte de la población encuestada se encuentran en total desacuerdo para implementar maquinaria con alta tecnología, esto es debido a que los colaboradores no estarían dispuestos a adaptarse a este tipo de maquinaria.

5. ¿Cree que el financiamiento es una de las barreras que impide la innovación en las empresas con indicadores de gestión?

Tabla 24. El financiamiento es una de las barreras que impide la innovación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	6%
En desacuerdo	3	9%
No de acuerdo no en desacuerdo	4	13%
De acuerdo	23	72%
TOTAL	32	100%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

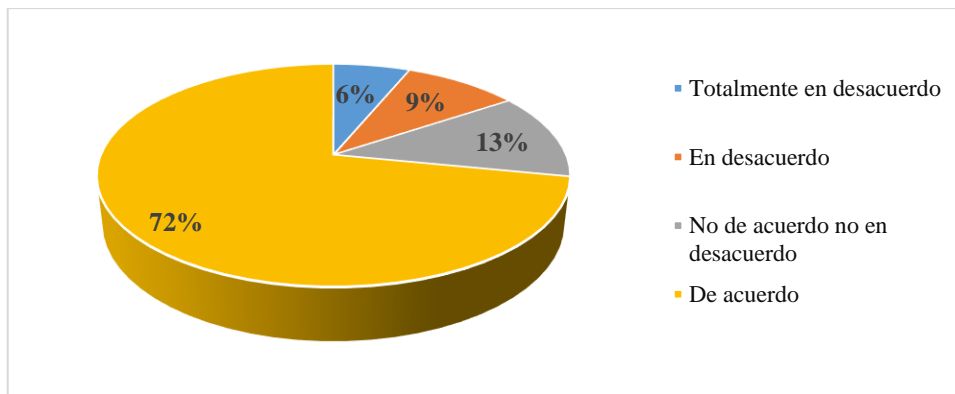


Gráfico 15. El financiamiento es una de las barreras que impide la innovación

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis: De las 32 encuestas realizadas, el 6% señala que se encuentran totalmente de acuerdo en que el financiamiento es una de las barreras que impide la innovación en las empresas con indicadores de gestión para adaptarse a maquinaria con alta tecnología, el 9% mencionan que están en desacuerdo en que el financiamiento es una de las barreras que impide la innovación, el 13% indica que se encuentran no de acuerdo no en desacuerdo en que el financiamiento es una de las barreras que impide la innovación, mientras que el 72% comentan que se encuentran en total de acuerdo.

Interpretación

La mayor parte de la población se encuentra de acuerdo en que el financiamiento es una de las barreras que impide la innovación en las empresas con indicadores de gestión, esto es debido a que en muchos casos no cuentan con la solvencia suficiente para responder a sus obligaciones.

6. ¿Al implementar maquinaria de alta tecnología, cree que mejora los procesos de producción?

Tabla 25. Mejora los procesos de producción

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	13	41%
En desacuerdo	4	13%
No de acuerdo no en desacuerdo	3	9%
De acuerdo	12	38%
TOTAL	32	100%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

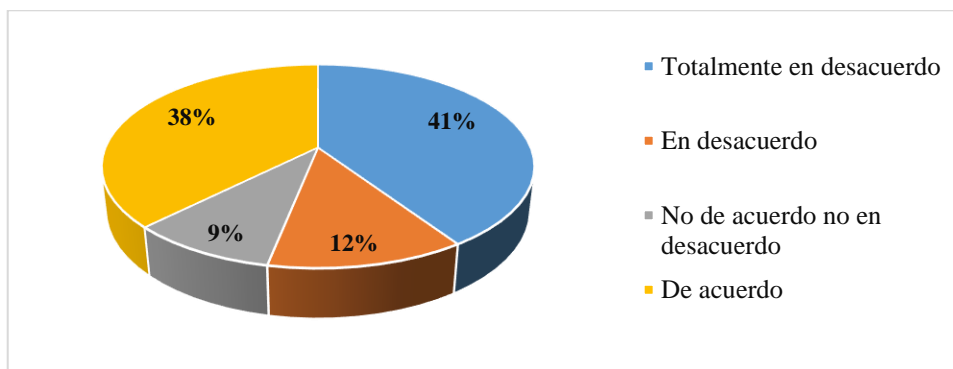


Gráfico 16. Mejora los procesos de producción

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis: De las 32 encuestas realizadas, el 9% señala que es indiferente en que al implementar maquinaria de alta tecnología, mejorará los procesos de producción, el 12% mencionan están en desacuerdo en que mejorará los procesos de producción, el 38% indica que se encuentran de acuerdo en implementar maquinaria, mientras que el 41% comentan que se encuentran en total desacuerdo en que al implementar maquinaria de alta tecnología, mejorará los procesos de producción.

Interpretación: Un porcentaje significativo de las empresas encuestados están en total desacuerdo en al implementar maquinaria de alta tecnología, mejorará los procesos de producción, esto es debido a que con la tecnología actual los colaboradores de producción conocen su funcionamiento y parte de su mantenimiento razón por la cual se encuentran acostumbrados a su uso y adquirir uno con mayor tecnología generaría gastos en capacitación y demoras en la producción.

7. ¿Es importante desembolsos para acciones internas de Investigación + Desarrollo?

Tabla 26. Desembolsos para acciones internas de Investigación + Desarrollo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	19%
En desacuerdo	4	13%
No de acuerdo no en desacuerdo	8	25%
De acuerdo	14	44%
TOTAL	32	100%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

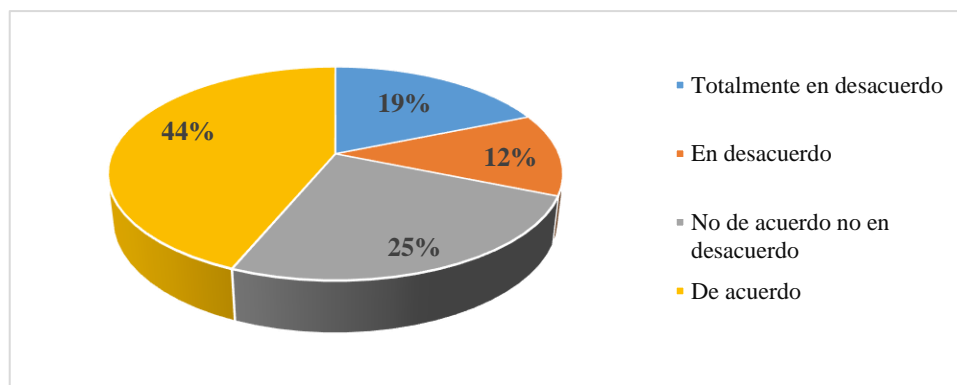


Gráfico 17. Desembolsos para acciones internas de Investigación + Desarrollo

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis

De las 32 encuestas realizadas, el 6% señala que se encuentran en desacuerdo para adaptarse a maquinaria con alta tecnología, el 9% mencionan que los colaboradores estarían no de acuerdo no en desacuerdo para adaptarse a maquinaria con alta tecnología, el 38% indica que se encuentran de acuerdo para implementar maquinaria, mientras que el 47% comentan que se encuentran en total desacuerdo.

Interpretación

Gran parte de la población encuestada se encuentran en total desacuerdo para implementar maquinaria con alta tecnología, esto es debido a que los colaboradores no estarían dispuestos a adaptarse a este tipo de maquinaria.

8. ¿Quién desarrollo estas innovaciones de proceso? Marque las opciones que corresponda.

Tabla 27. Desarrollo de innovaciones de proceso

Indicadores	Totalmente en Desacuerdo		En Desacuerdo		No de Acuerdo No en Desacuerdo		De Acuerdo	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Su empresa por sí misma.	8	25%	8	25%	5	16%	11	34%
Su empresa en conjunto con otras empresas o instituciones.	12	38%	5	16%	7	22%	8	25%
Su empresa adaptando o modificando procesos que fueron originalmente desarrollados por otras empresas o instituciones.	8	25%	7	22%	6	19%	11	34%
Otras empresas o instituciones	8	25%	7	22%	5	16%	12	38%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

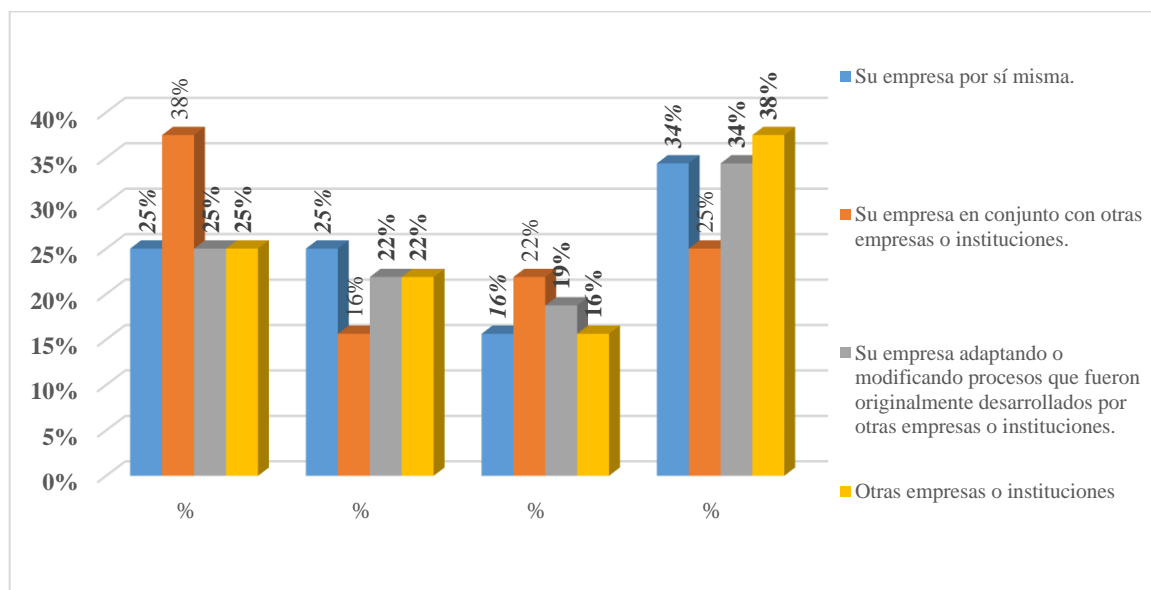


Gráfico 18. Desarrollo de innovaciones de proceso

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis

Según las encuestas realizadas se puede apreciar que 25% de las empresas encuestadas se encuentran en total desacuerdo en que fue su empresa, estas innovaciones de proceso, el 38% señala que están en total desacuerdo en que la empresa en conjunto desarrolló innovaciones, el 25% indica que no están de acuerdo en que su empresa ha adaptado o modificando

procesos, a su vez el 25% mencionan que están en total desacuerdo en que desarrollaron innovaciones para la empresa

Interpretación

Un porcentaje relativamente fuerte de los encuestados se encuentra en total desacuerdo en que empresa por si sola ha desarrollado innovaciones, esto es debido a que gran parte de la población encuestada son empresas pequeñas, por lo que necesitan ayuda para implementar nueva tecnología.

9. ¿Es importante la cooperación en innovación con otras empresas/instituciones de ciencia/tecnología?

Tabla 28. La cooperación en innovación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8	25%
En desacuerdo	5	16%
No de acuerdo no en desacuerdo	6	19%
De acuerdo	13	41%
TOTAL	32	100%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

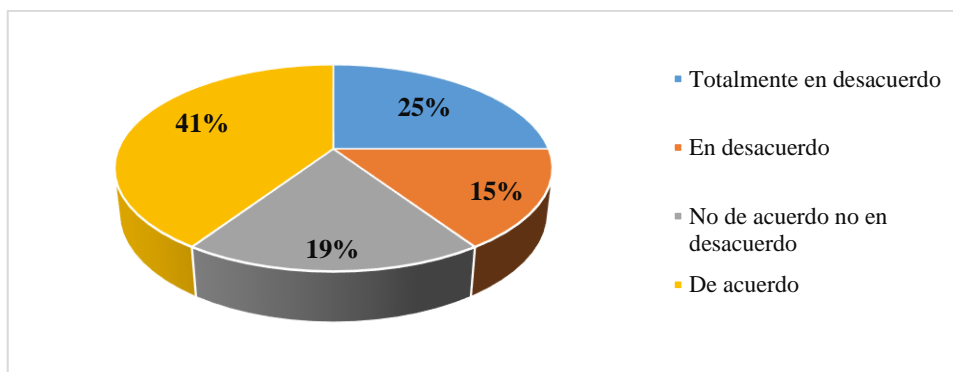


Gráfico 19. La cooperación en innovación

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis

De las 32 encuestas realizadas, el 15% señala que se encuentran en desacuerdo en que es importante la cooperación en innovación con otras empresas/instituciones de ciencia/tecnología, el 19% mencionan es indiferente a este tipo de cooperaciones, el 25% indica que se encuentran de totalmente en desacuerdo en que es importante la cooperación

en innovación con otras empresas, mientras que el 41% comentan que se encuentran de acuerdo en que es importante la cooperación en innovación con otras empresas/instituciones de ciencia/tecnología.

Interpretación

Un porcentaje significativo de encuestados se encuentran en desacuerdo en que es importante la cooperación en innovación con otras empresas/instituciones de ciencia/tecnología, esto es debido que las empresas pequeñas no cuentan con el apoyo suficiente para otras empresas aporten con inversiones en tecnología.

10. ¿Su empresa qué introdujo bienes o servicios nuevos en el mercado?

Tabla 29. Bienes o servicios nuevos en el mercado

Indicadores	En el año fiscal 2018-2019								En alguno de los tres últimos años (2017-2018-2019)							
	TD		ED		NAND		DA		TD		ED		NAND		DA	
	Fre c.	%	Fre c.	%	Fre c.	%	Fre c.	%	Fre c.	%	Fre c.	%	Fre c.	%	Fre c.	%
Bienes nuevos o mejorados significativamente	4	13%	4	13%	8	25%	16	50%	8	25%	3	9%	7	22%	14	44%
Servicios nuevos o mejorados significativamente	12	38%	3	9%	2	6%	15	47%	18	56%	2	6%	1	3%	11	34%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

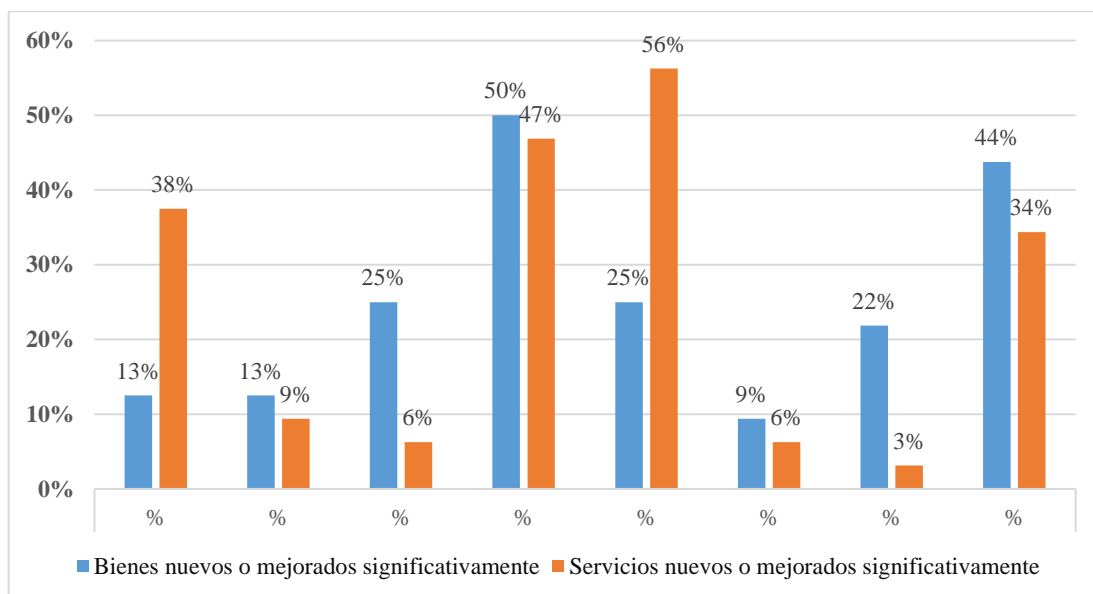


Gráfico 20. Bienes o servicios nuevos en el mercado

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis

Según las encuestas realizadas el 38% de los encuestados se encuentran en total desacuerdo en que su empresa que introdujo servicios nuevos o mejorados en el mercado, mientras que el 13% indica que están en total desacuerdo en que su empresa introdujo bienes nuevos o mejorados en el año fiscal 2018 – 2019. El 56% de los encuestados se encuentran en total desacuerdo en que su empresa que introdujo servicios nuevos o mejorados en el mercado, mientras que el 25 % indica que están en total desacuerdo en que su empresa introdujo bienes nuevos o mejorados en alguno de estos tres años (2017, 2018, 2019).

Interpretación

Un porcentaje significativo de la población se encuentran en total desacuerdo en que su empresa introdujo bienes o servicios nuevos o mejorados en el mercado durante los tres últimos años, esto debido a que la empresa carece de participación innovadora en la tecnología lo que limita el desarrollo de la empresa.

11. ¿Es importante que dentro de la estructura organizacional este claramente identificada un área, departamento o unidad de gestión encargada de la innovación y control estratégico?

Tabla 30. Área, o unidad de gestión de innovación y control estratégico

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	9%
En desacuerdo	4	13%
No de acuerdo no en desacuerdo	4	13%
De acuerdo	21	66%
TOTAL	32	100%

Fuente. Encuesta
Investigado por. Cobo, P. (2020)

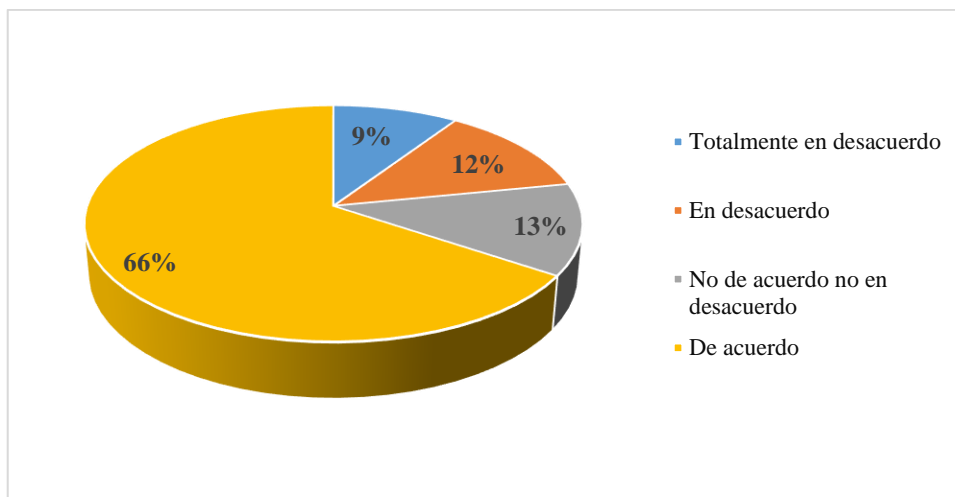


Gráfico 21. Área, departamento de gestión de la innovación y control estratégico

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis

De las 32 encuestas realizadas, el 9% señala que se encuentran en total desacuerdo en que es importante que dentro de la estructura organizacional este claramente identificada un área, departamento o unidad de gestión encargada de la innovación y control estratégico, el 12% mencionan que está en desacuerdo, el 13% es indiferente en la importancia de un área para la gestión de la innovación, mientras que el 66% comentan que se encuentran en total desacuerdo en que es importante que dentro de la estructura organizacional este claramente identificada un área.

Interpretación

Gran parte de la población encuestada se encuentran de acuerdo en que es importante que dentro de la estructura organizacional este claramente identificada un área, departamento o unidad de gestión encargada de la innovación y control estratégico esto debido a que fundamental implementar el desarrollo y la innovación las pequeñas empresas.

12. ¿Su empresa ha ejecutado las siguientes acciones de innovación?

Tabla 31. Acciones de innovación (1)

Indicadores	En el año fiscal 2018-2019							
	TD		ED		NAND		DA	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Investigación y desarrollo (R&D) interno	16	50%	2	6%	2	6%	12	38%
Compra de servicios de Investigación y Desarrollo (R&D) externos	10	31%	3	9%	4	13%	15	47%
Adquisición de maquinaria, equipo y software	8	25%	12	38%	3	9%	9	28%
Adquisición de conocimiento externo	15	47%	8	25%	5	16%	4	13%
Adiestramiento para actividades innovadoras	5	16%	16	50%	5	16%	6	19%
Introducción al mercado de innovaciones	4	13%	4	13%	8	25%	16	50%
Diseño	5	15%	4	13%	7	21%	17	52%
Otros	2	6%	4	13%	15	47%	11	34%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

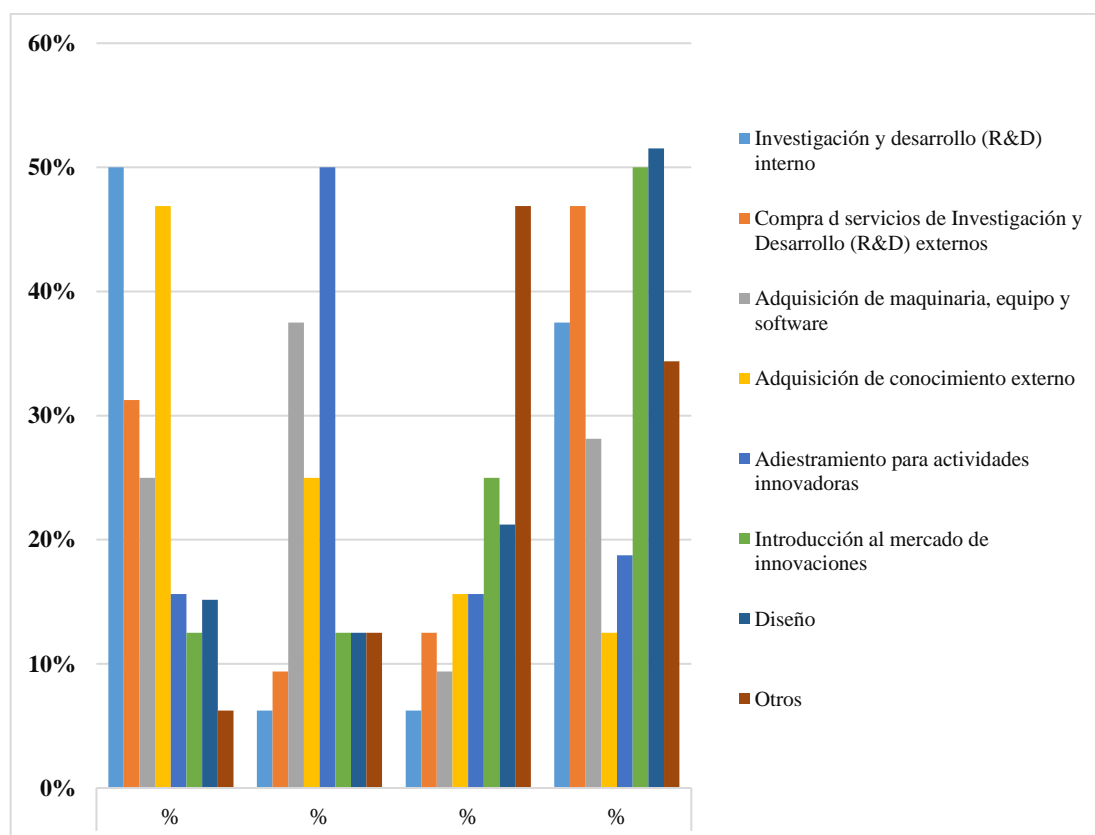


Gráfico 22. Acciones de innovación

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis

Según las encuestas realizadas el 50% de los encuestados se encuentran en total desacuerdo en que su empresa realizan acciones de Investigación y desarrollo (R&D) interno, mientras que el 31% indica que están en total desacuerdo en que su empresa cumple acciones de compra de servicios de Investigación y Desarrollo (R&D) externos actualmente, el 25% están en total desacuerdo en que se formaliza actividades de adquisición de conocimiento externo, el 47% mencionan que no efectúan adiestramiento para actividades innovadoras, 16% señalan que no realizan introducción al mercado de innovaciones, 13% comentan que no ejecutan acciones de diseño mientras que 6% indican que no realizan otras acciones de innovación en el año fiscal 2018 – 2019.

Tabla 32. Acciones de innovación (2)

Indicadores	En alguno de los tres últimos años (2017-2018-2019)							
	TD		ED		NAND		DA	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Investigación y desarrollo (R&D) interno	12	38%	2	6%	4	13%	14	44%
Compra d servicios de Investigación y Desarrollo (R&D) externos	15	47%	5	16%	3	9%	9	28%
Adquisición de maquinaria, equipo y software	9	28%	11	34%	3	9%	9	28%
Adquisición de conocimiento externo	10	31%	11	34%	6	19%	5	16%
Adiestramiento para actividades innovadoras	10	31%	9	28%	5	16%	8	25%
Introducción al mercado de innovaciones	8	25%	3	9%	7	22%	14	44%
Diseño	6	19%	4	13%	8	25%	14	44%
Otros	2	6%	3	9%	17	53%	10	31%

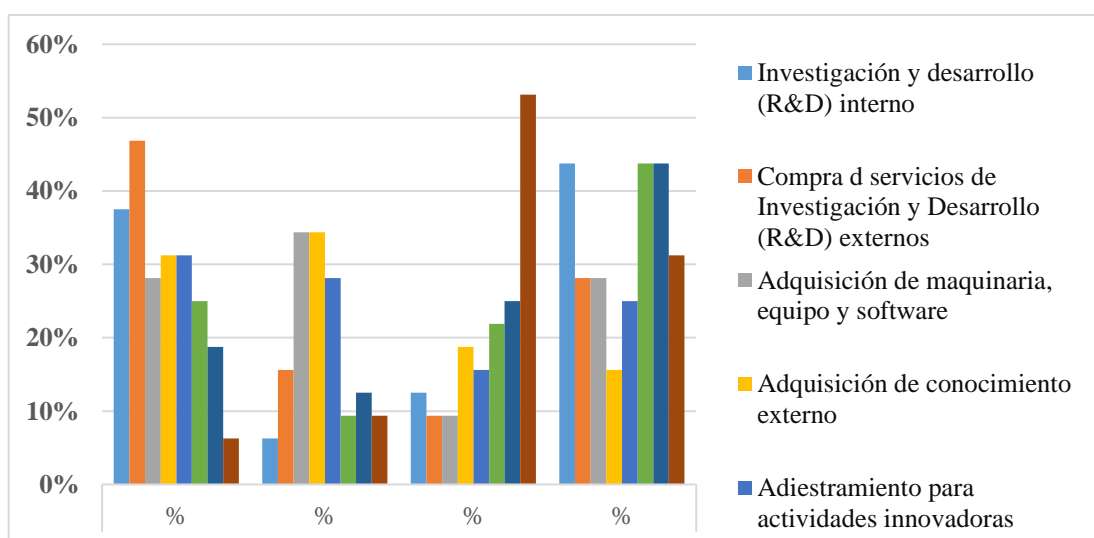


Gráfico 23. Acciones de innovación

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis

Según las encuestas realizadas el 38% de los encuestados se encuentran en total desacuerdo en que su empresa realizan acciones de Investigación y desarrollo (R&D) interno, mientras que el 47% indica que están en total desacuerdo en que su empresa cumple acciones de compra de servicios de Investigación y Desarrollo (R&D) externos actualmente, el 28% están en total desacuerdo en que se formaliza actividades de adquisición de conocimiento externo, el 31% mencionan que no efectúan adiestramiento para actividades innovadoras, 25% señalan que no realizan introducción al mercado de innovaciones, 13% comentan que no ejecutan acciones de diseño mientras que 6% indican que no realizan otras acciones de innovación en alguno de estos tres años (2017, 2018, 2019).

Interpretación

Gran parte de la población encuestada se encuentran en total desacuerdo para implementar o ejecutar diversas acciones de innovación tales como Investigación y desarrollo (R&D) interno, compra de servicios de Investigación y Desarrollo (R&D) externos, adquisición de maquinaria, equipo y software, adquisición de conocimiento externo adiestramiento para actividades innovadoras, introducción al mercado de innovaciones, diseño y otros.

13. ¿Su empresa ejecutó solo acciones de investigación y desarrollo (R&D) durante los últimos tres años fiscales (2017-2018-2019)? Seleccione una de las siguientes opciones.

Tabla 33. Acciones de investigación y desarrollo (R&D)

Indicadores	TD		ED		NAND		DA	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Continuamente (su empresa tiene un equipo interno permanente del I+D)	4	13%	15,00	47%	7	22%	6	19%
Ocasionalmente (según fue necesario)	2	6%	8,00	25%	5	16%	17	53%
Sin respuesta	4	13%	5,00	16%	17	53%	6	19%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

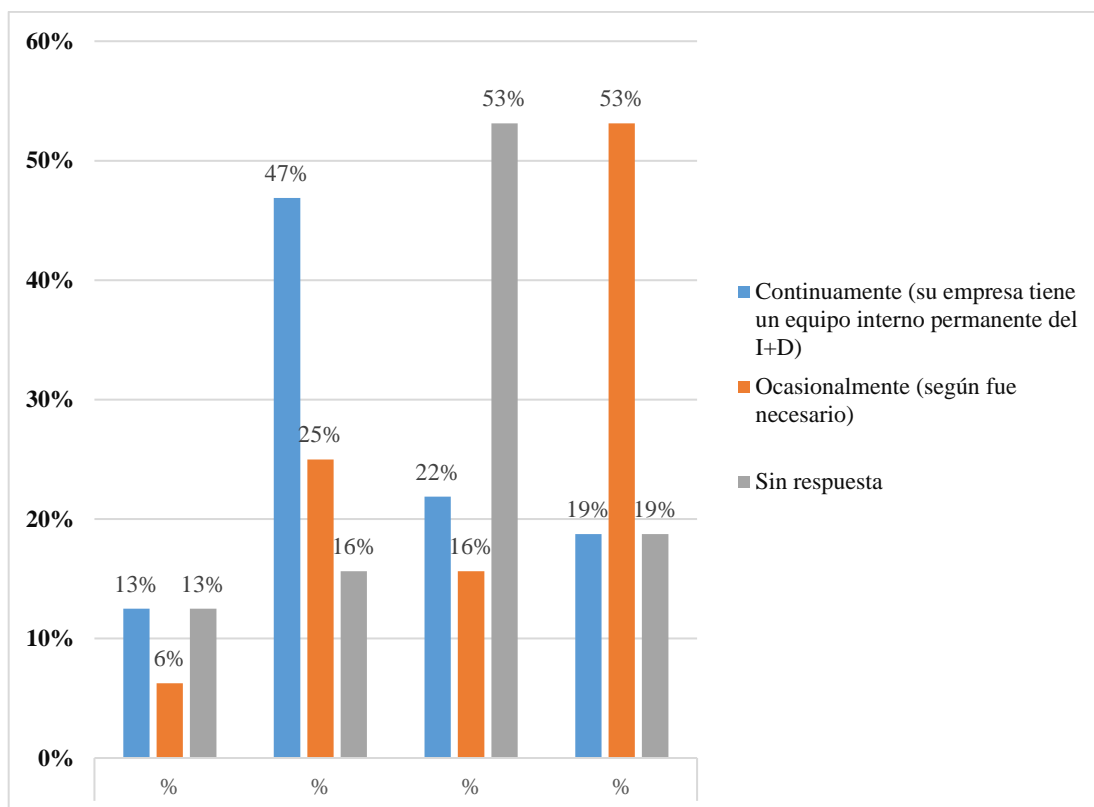


Gráfico 24. Acciones de investigación y desarrollo (R&D)

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis

Según las encuestas realizadas el 13% de los encuestados se encuentran en total desacuerdo en que su empresa ejecuto acciones continuas de investigación y desarrollo, el 6% de los encuestados se encuentran en total desacuerdo en que su empresa ejecuto acciones ocasionales de investigación y desarrollo, mientras que el 13% indica que están en total desacuerdo no brindan respuesta en que su empresa ejecuto acciones de investigación y desarrollo en alguno de estos tres años (2017, 2018, 2019).

Interpretación

Gran parte de la población encuestada se encuentran en total desacuerdo su empresa ejecuto acciones de investigación y desarrollo (R&D) durante los últimos tres años fiscales (2017-2018-2019)

14. ¿Cuán importante fue cada uno de los siguientes indicadores en sus acciones para el desarrollo de innovaciones de productos y procesos durante los tres años fiscales (2017-2018-2019)

Tabla 34. Acciones para el desarrollo de innovaciones de productos y procesos

Indicadores	Muy importante		Intermedio		Poco importante		Nada relevante		Sin respuesta	
	Fre	%	Fre	%	Fre	%	Fre	%	Fre	%
Aumento de la progresión.	13	41%	4	13%	9	28%	5	16%	1	3%
Reemplazo de productos o procesos obsoletos.	18	56%	8	25%	4	13%	1	3%	1	3%
Entrada a nuevos mercados o aumento de la participación de mercado.	20	63%	7	22%	3	9%	2	6%	0	0%
Mejoras en la calidad de bienes o servicios	15	47%	11	34%	5	16%	1	3%	0	0%
Mejoras en la flexibilidad para producir bienes o servicios.	12	38%	11	34%	5	16%	4	13%	0	0%
Mejoras en la capacidad para producir bienes o servicios.	17	53%	13	41%	1	3%	1	3%	0	0%
Reducción de los costos laborales por unidad de producción.	9	28%	18	56%	3	9%	1	3%	1	3%
Reducción de los costos de material y energía por unidad de producción.	16	50%	11	34%	2	6%	3	9%	0	0%
Reducción del impacto ambiental.	7	22%	16	50%	5	16%	4	13%	0	0%
Mejoras en la salud y seguridad de sus empleados.	11	34%	18	56%	3	9%	0	0%	0	0%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

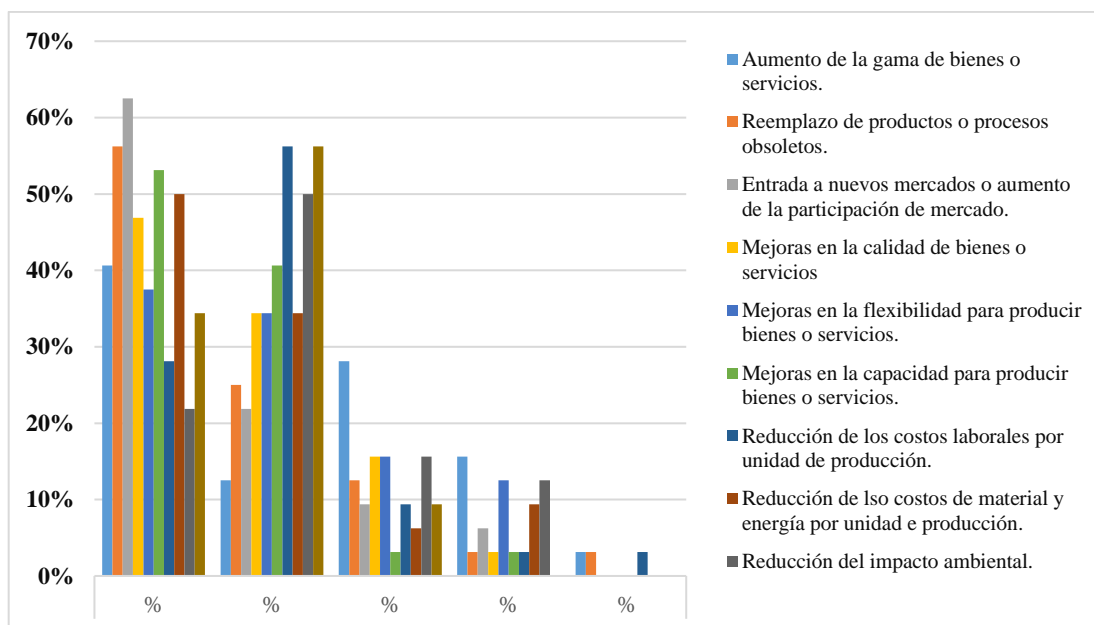


Gráfico 25 Acciones de innovación
Fuente. Encuesta
Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis: Según las encuestas realizadas se puede apreciar que 41% de las empresas encuestadas menciona que es muy importante el aumentó la gama de bienes o servicios, el 56% señala que el reemplazo de productos o procesos obsoletos es fundamental, el 63% indica que la entrada a nuevos mercados permite el aumento de la participación de mercado, mientras que el 50% indica que es importante reducir los costos de material y energía por unidad de producción.

Interpretación

Gran parte de la población encuestada considera muy importante los indicadores en sus acciones para el desarrollo de innovaciones de productos y procesos durante los tres años fiscales (2017-2018-2019) tales como el aumento de la gama de bienes o servicio, reemplazo de productos o procesos obsoletos, entrada a nuevos mercados o aumento de la participación de mercado, mejoras en la calidad de bienes o servicios, mejoras en la flexibilidad para producir bienes o servicios, mejoras en la capacidad para producir bienes o servicios, reducción de los costos laborales por unidad de producción, reducción de los costos de material y energía por unidad de producción, reducción del impacto ambiental y mejoras en la salud y seguridad de sus empleados.

15. ¿Su empresa introdujo innovaciones organizacionales?

Tabla 35. Innovaciones organizacionales en el año fiscal 2018-2019

Indicadores	En el año fiscal 2018-2019							
	TD		ED		NAND		DA	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Nuevas prácticas para la organización y procedimientos	8	25%	11	34%	6	19%	7	22%
Nuevos métodos en la organización de responsabilidades laborales y toma de decisiones	6	19%	6,00	19%	7	22%	13	41%
Nuevos métodos en la organización de las relaciones externas	11	34%	6,00	19%	7	22%	8	25%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Tabla 36. Innovaciones organizacionales en los tres últimos años 2017-2019

Indicadores	En algunos de los tres últimos años (2017-2018-2019)									
	TD		ED		NAND		DA		Sin respuesta	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Nuevas prácticas para la organización y procedimientos	10	31%	7	22%	2	6%	9	28%	4	13%
Nuevos métodos en la organización de responsabilidades laborales y toma de decisiones	7	22%	5	16%	4	13%	13	41%	3	9%
Nuevos métodos en la organización de las relaciones externas	8	25%	7	22%	5	16%	9	28%	3	9%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

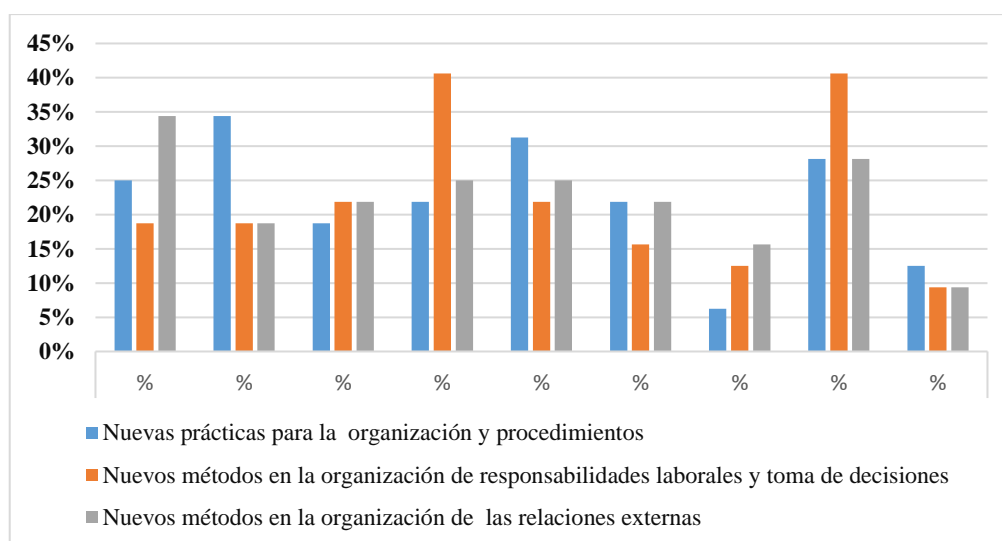


Gráfico 26. Acciones organizacionales

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis

Según las encuestas realizadas se puede apreciar que 25% de las empresas encuestadas se encuentran en total desacuerdo en la introducción de nuevas prácticas para la organización y procedimientos, el 19% señala que están en total desacuerdo en ejecución de nuevos métodos en la organización de responsabilidades laborales y toma de decisiones mientras que el 34 indica que no están de acuerdo en nuevos métodos en la organización de las relaciones externas en el año 2018 – 2019. Por otro lado se puede apreciar que 31% de las empresas encuestadas se encuentran en total desacuerdo en la introducción de nuevas prácticas para la organización y procedimientos, el 22% señala que están en total desacuerdo en ejecución de nuevos métodos en la organización de responsabilidades laborales y toma de decisiones mientras que el 25 indica que no están de acuerdo en nuevos métodos en la organización de las relaciones externas en el algunos de los últimos tres años fiscales (2017,2018 y 2019).

Interpretación

Un porcentaje relativamente fuerte de los encuestados se encuentran en total desacuerdo en la introducción de innovaciones organizacionales mediante nuevas prácticas para la organización y procedimientos, nuevos métodos en la organización de responsabilidades laborales y toma de decisiones y nuevos métodos en la organización de las relaciones externas.

16. ¿Su empresa introdujo innovaciones de mercado?

Tabla 37. Metodología utilizada

Indicadores	En el año fiscal 2018-2019							
	TD		ED		NAND		DA	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Cambios significativos en el diseño estético o empaque.	7	22%	5	16%	7	22%	13	41%
Nuevos medios de comunicación o técnicas para la promoción del producto	13	41%	4	13%	6	19%	9	28%
Nuevos métodos en la distribución del productos o canales de ventas	8	25%	2	6%	6	19%	16	50%
Nuevos métodos de poner precios	5	16%	9	28%	8	25%	10	31%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Tabla 38. Innovaciones de mercado

Indicadores	En algunos de los tres últimos años (2017-2018-2019)									
	TD		ED		NAND		DA		Sin respuesta	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Cambios significativos en el diseño estético o empaque.	5	16%	9	28%	5	16%	11	34%	2	6%
Nuevos medios de comunicación o técnicas para la promoción del producto	9	28%	5	16%	7	22%	8	25%	3	9%
Nuevos métodos en la distribución del productos o canales de ventas	6	19%	1	3%	5	16%	15	47%	5	16%
Nuevos métodos de poner precios	7	22%	6	19%	8	25%	9	28%	2	6%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

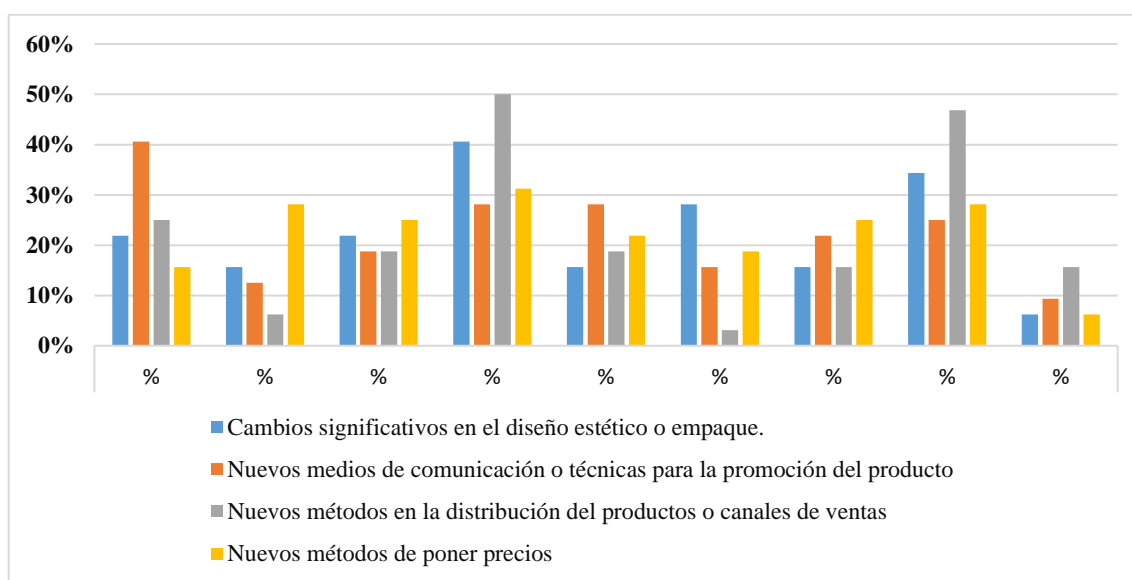


Gráfico 27. Innovaciones de mercado

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis: Según las encuestas realizadas se puede apreciar que 22% de las empresas encuestadas se encuentran en total desacuerdo en la introducción innovaciones al mercado en lo que corresponde cambios significativos en el diseño estético o empaque, el 41% señala que están en total desacuerdo se ejecutó nuevos medios de comunicación o técnicas para la promoción del producto, el 25% mencionan que se ingresó nuevos métodos en la distribución del productos o canales de ventas, mientras que el 16% indica que no están de acuerdo en se introdujo nuevos métodos de poner precios en el año 2018 y 2019. En algunos de los últimos tres años fiscales (2017,2018 y 2019) se puede apreciar que 16% de las empresas encuestadas se encuentran en total desacuerdo en la introducción innovaciones al mercado en lo que corresponde cambios significativos en el diseño estético o empaque, el

28% señala que están en total desacuerdo se ejecutó nuevos medios de comunicación o técnicas para la promoción del producto, el 19% mencionan que se ingresó nuevos métodos en la distribución del productos o canales de ventas, mientras que el 22% indica que no están de acuerdo en se introdujo nuevos métodos para establecer precio.

Interpretación: Un porcentaje relativamente fuerte de los encuestados se encuentran en total desacuerdo en la introducción de innovaciones de mercado tales como cambios significativos en el diseño estético o empaque, nuevos medios de comunicación o técnicas para la promoción del producto, nuevos métodos en la distribución de productos o canales de ventas y nuevos métodos de poner precios.

17. ¿Existe en su organización un modelo de gestión estratégica para su control? Si su respuesta es negativa, escriba el por qué.

Tabla 39. Modelo de gestión estratégica para su control

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	28%
En desacuerdo	8	25%
No de acuerdo no en desacuerdo	8	25%
De acuerdo	7	22%
TOTAL	32	100%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

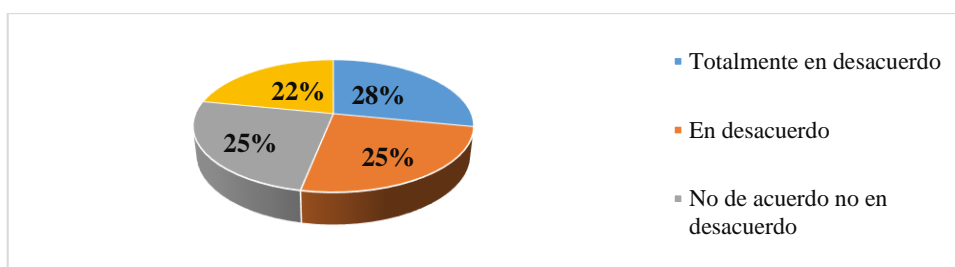


Gráfico 28. Modelo de gestión estratégica para su control

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis: De las 32 encuestas realizadas, el 28% señala que se encuentran en desacuerdo en que existe en su organización un modelo de gestión estratégica para su control, el 25% mencionan que se encuentran de acuerdo, con el mismo comportamiento señalan que son indiferentes en que existe en su organización un modelo de gestión estratégica, mientras que 22 indica que están de acuerdo

Interpretación: Gran parte de la población encuestada se encuentran en total desacuerdo en que existe en su organización un modelo de gestión estratégica para su control, esto debido en que poseen otros modelos de control que utilizan las diferentes empresas.

18. ¿Considera necesario proponer indicadores de innovación a través de un modelo de control estratégico para la gestión de la industria textil?

Tabla 40. Indicadores de innovación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3%
En desacuerdo	4	13%
No de acuerdo no en desacuerdo	5	16%
De acuerdo	22	69%
TOTAL	32	100%

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

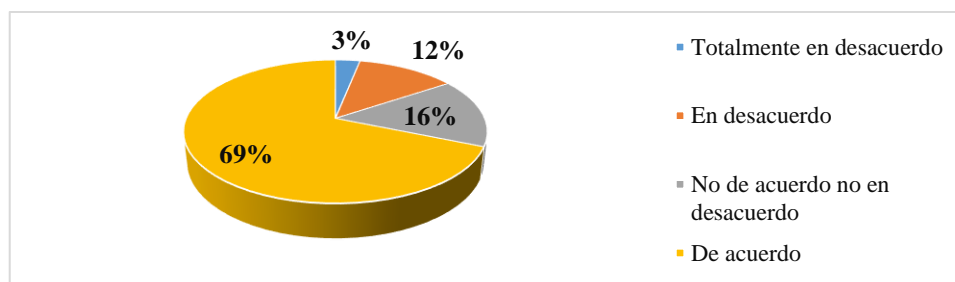


Gráfico 29. Indicadores de innovación

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

Análisis: De las 32 encuestas realizadas, el 3% señala que se encuentran totalmente en desacuerdo en proponer indicadores de innovación a través de un modelo de control estratégico para la gestión de la industria textil, el 12% mencionan que están en desacuerdo en la necesidad de indicadores, el 16% indica que es indiferente a esta iniciativa, mientras que el 69% comentan que se encuentran de acuerdo en la necesidad de proponer indicadores de innovación a través de un modelo de control estratégico para la gestión de la industria textil.

Interpretación: Gran parte de la población encuestada se encuentran de acuerdo en que es necesario proponer indicadores de innovación a través de un modelo de control estratégico para la gestión de las industrias textiles, debido a que son importantes para detectar falencias en las distintas áreas de manera que se logre corregir a tiempo.

Tabla 41. Correlaciones entre la innovación y el control

		El financiamiento e innovación en los indicadores de gestión	unidad de gestión encargada de la innovación y control estratégico	Adiestramiento para actividades innovadoras	Introducción al mercado de innovaciones	Acciones de innovación	Entrada a nuevos mercados o aumento de la participación de mercado.	Nuevas prácticas para la organización y procedimientos	Introducción de innovaciones de mercado	Presencia de un modelo de gestión estratégica
El financiamiento e innovación en los indicadores de gestión	Correlación de Pearson	1	,051	,108	,033	,315	,280	,199	,257	,960
	Sig. (bilateral)		,781	,555	,858	,079	,121	,274	,155	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Área, departamento o unidad de gestión encargada de la innovación y control estratégico	Correlación de Pearson	,051	1	,667**	,863**	,225	,128	,193	,210	,203
	Sig. (bilateral)	,781	,000	,000	,000	,217	,487	,290	,248	,264
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Adiestramiento para actividades innovadoras	Correlación de Pearson	,108	,667**	1	,695**	,605**	,640**	,070	,124	,039
	Sig. (bilateral)	,555	,000	,000	,000	,000	,000	,703	,498	,831
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Introducción al mercado de innovaciones	Correlación de Pearson	,033	,863**	,695**	1	,290	,224	,163	,159	,072
	Sig. (bilateral)	,858	,000	,000	,000	,108	,217	,371	,386	,697
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Acciones de innovación	Correlación de Pearson	,315	,225	,605**	,290	1	,830**	,138	,174	-,020
	Sig. (bilateral)	,079	,217	,000	,108	,000	,000	,451	,340	,913
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32

Entrada a nuevos mercados o aumento de la participación de mercado.	Correlación de Pearson	,280	,128	,640**	,224	,830**	1	-,128	-,065	,000
	Sig. (bilateral)	,121	,487	,000	,217	,000		,484	,722	1,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Nuevas prácticas para la organización y procedimientos	Correlación de Pearson	,199	,193	,070	,163	,138	-,128	1	,923**	,108
	Sig. (bilateral)	,274	,290	,703	,371	,451	,484		,000	,555
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Introducción de innovaciones de mercado	Correlación de Pearson	,257	,210	,124	,159	,174	-,065	,923**	1	,148
	Sig. (bilateral)	,155	,248	,498	,386	,340	,722	,000		,419
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Presencia de un modelo de gestión estratégica	Correlación de Pearson	,960	,203	,039	,072	-,020	,660	,108	,148	1
	Sig. (bilateral)	,000	,264	,831	,697	,913	,002	,555	,419	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente. Encuesta
Investigado por. Cobo, P. (2020)

Mediante la utilización del programa SPSS Statistics “20” se evidencia en la tabla anterior correlaciones significativas entre la innovación y los diferentes factores del control estratégico. Esto se evidencia al registrarse valores p significativos de 0,05 para el Coeficiente de Correlación de Pearson según una distribución t de Student, siendo estos de 0,000 lo cual permite identificar que el financiamiento e innovación en los indicadores de gestión se encuentra muy correlacionado con la presencia de un modelo de gestión estratégica dentro de la empresa. De la misma manera se puede apreciar que existe una correlación fuerte entre adiestramiento para actividades innovadoras y la introducción al mercado de innovaciones así como también con el área, departamento o unidad de gestión encargada de la innovación y control estratégico debido a que su valor p significativo son de 0,000.

A su vez se puede apreciar que las acciones de innovación se encuentran muy relacionadas con el adiestramiento para actividades innovadoras y la entrada a nuevos mercados o aumento de la participación de mercado y viceversa. Las nuevas prácticas para la organización y procedimientos están muy conectadas con la introducción de innovaciones de mercado. La presencia de un modelo de gestión estratégica está muy correlacionado con la entrada a nuevos mercados o aumento de la participación de mercado debido a que sus valores p significativos son de 0,002

Indicadores de innovación

Tabla 42. Indicadores de innovación

Indicador	Formula	Descripción
Financiamiento	Financiamiento adquirido/Valor económico tecnología adquirida \$	Asignación de recursos a nuevas tecnologías
Mercado	Número de productos ofrecido/ Tiempo en el mercado Ventas de nuevo productos (innovaciones)/ventas totales Resultados del ejercicio de la empresa / Resultados totales del sector	Posicionamiento en el mercado Participación de las innovaciones en el mercado Participación en el sector
Procesos internos	Nivel promedio de contaminación / unidades producidas	% de contaminación que produce las unidades producidas
Producción	Numero de manuales de procedimientos realizados/ Numero de manuales de procedimientos aplicados Unidades producidas con maquinaria antigua / Unidades producidas con maquinaria de alta tecnología Capacidad utilizada/ capacidad máxima de los recursos	Aplicación y actualización de manuales de procedimientos Crecimiento de la producción con nueva tecnología Personal que se utiliza vs el personal que se podría utilizar

		para incrementar la productividad
Recursos Humanos	Capacitaciones planificadas / capacitaciones ejecutadas	% de capacitaciones efectuadas en el año
	Número de participantes/ número de colaboradores	% de personal que participan en las capacitaciones
Tecnología	Valor económico de tecnología adquirida/ Unidades producidas	Disminución del costo
	Numero de mantenimiento recibidos/ valor pagado en el año	Frecuencia de mantenimiento de tecnología
	Gastos totales en I & D	Valor económico en gastos de innovación y desarrollo
	Gastos totales en I & D/ Ventas total	% de ventas que representan los gastos en I&D
	Ventas totales / Numero de ingenieros y científicos trabajando en proyectos de innovación	Participación de ingenieros y científicos en las ventas
	Nuevo de proyectos investigados / número de proyectos de I&D puestos en marcha	% de proyectos ejecutados
	(Compra de maquinaria año 2 - Compra de maquinaria año 1) / compra de maquinaria año 1	Tasa de crecimiento de compra de maquinaria
Distribución	Ventas finales – ventas iniciales/ número de canales de distribución	Incremento de ventas debido a nuevos canales de distribución

Fuente. Encuesta

Investigado por. Cobo, P. (2020)

6. CONCLUSIONES

Se ha sistematizó un marco teórico científico de innovación y control estratégico para la mejora y direccionamiento en su organización en el sector de la industria textil de la confección del vestido de las empresas de la provincia de Tungurahua.

Se diagnosticó la situación actual de la innovación y control estratégico en la industria textil de la provincia de Tungurahua mediante la aplicación de 32 encuestas realizadas a los gerentes cada empresa, en donde se identificó a las empresas llevan en el mercado no han logrado implementar procesos de innovación y desarrollo. Es por ello que es necesario que organización tenga la presencia de un modelo de gestión estratégica para su control ya que esto permitirá un mejor manejo de este factor tan importante en la actualidad. Además se logró observar que las empresas no ejecutan suficientes acciones de innovación tales como la investigación y desarrollo (R&D) interno, compra de servicios de Investigación y Desarrollo (R&D) externos, adquisición de maquinaria, equipo y software, adquisición de conocimiento externo, adiestramiento para actividades innovadoras, introducción al mercado de innovaciones, diseño entre otros. Cabe mencionar que se evidenció la correlación entre la innovación y los diferentes factores del control estratégico.

Esto debido a que al registrarse valores p significativos de 0,05 para el Coeficiente de Correlación de Pearson según una distribución t de Student, son 0.000 lo cual permite identificar que el financiamiento e innovación en los indicadores de gestión se encuentra muy correlacionado así como también con la presencia de un modelo de gestión estratégica dentro de la empresa. De la misma manera se puede apreciar que existe una correlación fuerte entre adiestramiento para actividades innovadoras y la introducción al mercado de innovaciones así como también con el área, departamento o unidad de gestión encargada de la innovación y control estratégico, debido a que sus valores p significativo son de 0,000.

Las empresas del sector no aplican modelos de control en todas sus áreas ni indicadores de innovación con medición de sus actividades, esto ha dificultado diagnosticar el estado actual de los negocios y por ende es complicado generar estrategias para controlar internamente, por lo tanto, la propuesta de la siguiente investigación es implementar indicadores de innovación a través de un modelo de control estratégico para la industria textil de la provincia de Tungurahua debido a que son necesarios para una mejor gestión de la innovación ya que permite identificar las deficiencias y debilidad de la organización de manera que estas logren ser prevenidas y corregidas, buscando así el bienestar y el posicionamiento del mercado.

Es importante mencionar que mediante la aplicación de estos indicadores se podrá observar diferentes acciones de las empresas tales como su crecimiento actual en la adquisición de maquinaria, posicionamiento del mercado a través de la oferta de nuevos productos e incluso la participación de las empresa en mercado haciendo énfasis en el sector textil con un modelo COGE (Control en la gestión empresarial) en base a informes de registro COSO (*Committee of sponsoring organization*), MICIL (Marco Integrado de Control Interno Latinoamericano) y COCO (*Criteria of Control*), que reúne nuevos enfoques (modernos), además presentan procesos y estrategias con el fin de mejorar la gestión empresarial y sobre todo el recurso humano con la aplicación de este modelo hay mejoras en los procedimientos ejecutados a nivel empresarial.

7. RECOMENDACIONES

Las empresas del sector textil debería implantar un modelo moderno como el COGE (Control en la gestión empresarial) en base a los informes e registro COSO (*Committee of sponsoring organization*), MICIL (Marco Integrado de Control Interno Latinoamericano) y

COCO (*Criteria of Control*), ya que actualmente manejan acciones de innovación en la investigación y desarrollo interno (R&D) para la compra de servicios, adquisición de maquinaria, equipo y software, adquisición de conocimiento externo, adiestramiento para actividades innovadoras, introducción al mercado de innovaciones, diseño y entre otros, de manera que con el nuevo modelo moderno les permita posicionarse no solo en a nivel provincial sino también a nivel nacional e incluso internacional.

Es importantes establecer dentro de la estructura organizacional un área, departamento o unidad de gestión encargada de la innovación y control estratégico debido a que en varias empresas especialmente en las pequeñas no poseen este tipo distribución.

El sector textil de confecciones del vestido de Tungurahua debe mejorar su gestión en lo que se refiere a nuevas prácticas para la organización y procedimientos, métodos de responsabilidad laboral y toma de decisiones así como también sus relaciones externas

8. REFERENCIAS CITADAS

- Abril, Q. R. (2016). *Modelo de Gestión de Cartera, previo diagnóstico*. Quito-Ecuador: Transcopet Cía. Ltda., .
- Agencia EFE. (17 de Marzo de 2017). Sector textil es el segundo de Ecuador que genera más empleo. *Revista Negocios*, 45-69. Recuperado el 22 de Mayo de 2019
- Agenda para la Transformación Productiva Territorial. (2017). *Planificación en la Industria Textil*. Ambato-Ecuador. Recuperado el 23 de Mayo de 2019, de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/18824/1/T3333e.pdf>
- Agenda para la Transformación Productiva Territorial. (2017). *Planificación en la Industria Textil* . Ambato-Ecuador. Recuperado el 23 de Mayo de 2019, de www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/.../Documento-Agenda-Regulatoria.pdf
- Aguilera, A., & Virgen, V. (2014). Principales Indicadores de crecimiento Empresarial en las Pequeñas y medianas Empresas. *Revista Internacional Administración & Finanzas*(7(6)), 27-34.
- Albornoz, M. (2014). Indicadores de Innovación: las dificultades de un concepto en evolución. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, Vol.5,(Núm.13), 9-25. Recuperado el 28 de Junio de 2019, de www.ciu.com.uy/.../file/.../1/indicadores-innovacion-en-la-industria---abril-2014.pdf
- Alles, M. A. (2017). *Comportamiento Organizacional*. Buenos Aires-Argentina: Ediciones Granica S.A. Recuperado el 27 de Mayo de 2019
- Altamirano, M. (2018). *Demanda de Marcas*. ACONTEX. Ambato-Quito: ACONTEX. Recuperado el 17 de Mayo de 2019, de <https://www.elheraldo.com.ec/textiles-en-franco-proceso-de-reactivacion/>
- Altuve, J., & Herrero, A. (2014). *La Calidad como Experiencia: Proyecto Comunidades Interactivas*. Barcelona-España: Fundación Telefónica.
- Álvarez, O. (15 de Septiembre de 2010). *¿Qué es cómo se mide la Competitividad?* Obtenido de Economía Empresarial: <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economía/que-es-y-como-se-mide-la-competitividad>
- Alzate, B. A., Hurtado, J. B., & López, L. F. (2015). Implementación de Herramientas para la Diagnóstico de Innovación en una empresa del Sector Calzado en Colombia.

- Administración e Innovación*(12(3)), 310-329. Obtenido de <https://doi.org/10.11606/rai.v12i3>.
- Aristizábal, J., Monard, C., & Velásquez, S. (2016). *Intención Empresarial y Economía Campesina en el Quindío: perspectiva institucional*. Sinapsis. México D.F.: McGraw-Paraninfo Interamericano.
- Arosa, B., Iturralde, T., & Maseda, A. (2013). The Board Structure and Firm Performance in SMEs: Evidence From Spain. *SMEs: Evidence From Spain*(19), 127-135.
- AUDITOOL. (18 de Marzo de 2020). *Red Global de Conocimientos en Auditoría y Control Interno*. Recuperado el 18 de Mayo de 2020, de Control Interno: <https://www.auditool.org/blog/control-interno/2659-cambios-en-los-5-componentes-de-coso>
- Bahía, M., Bandeira, R., & Spuldaro, J. (2018). OliticalStrategy and the Growth of Buseness Groups. *RAUSP Management Journal*(53), 35-48.
- Benvenuto, O., Cahwje, J., & Carro, R. (2015). Responsabilidad social Empresarial y Benficio Empresarial. *Contaduría Universidad de Antioquia*(67), 83-103.
- Cabrera, C, C., & Ortega, O, A. (2013). *La efectividad del control interno de las empresas de transporte urbano Transdiaz y Sodetrans S.A.S*. Barranquilla-Colombia: Dictamen Libre, 12/13. Recuperado el 10 de Mayo de 2020, de <https://eumed.net/rev/ce/2018/4/control-interno-contemporaneo.html>
- Cámará de Comercio Ambato-Tungurahua. (2020). *Empresas legales constituidas y asociadas a la cámara*. Ambato-Ecuador: INEC. Recuperado el 26 de Agosto de 2020
- Cámara Oficial de Comercio de Madrid. (2004). *Innovación un Pilar en el Rendimiento del Mercado*. Madrid-España.
- Camisón-Zornoza, C., & Villar-López, A. (2012). Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. *Journal of Business Resea*(12(1)), 3-20. Obtenido de <https://doi.org/10.1108/13673270810852359>
- Cardona, M., & Escobar, S. (2012). Innovación en la Transformación Productiva Industrial: Aportes a la discusión. *SCielo*(15(31)), 127-152.
- Cevallos, J. (25 de Agosto de 2014). Momentos Difíciles para el Textil Ecuatoriano. (L. P, Ed.) *Revista Gestión Empresarial*(36), 45-78. Recuperado el 24 de Mayo de 2019
- Chiavenato, A. P. (2014). *Teoría General de la Administración*. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado el 22 de Mayo de 2019

- ConceptoDefinición. (30 de Julio de 2020). *Efectividad*. Recuperado el 30 de Junio de 2020, de <https://conceptodefinicion.de/efectividad/>
- Coque, T, M. C. (2019). *La innovación como factor determinante del emprendimiento en el sector del calzado*. Tesis de Posgrado Magister en Gestión Empresarial basada en Método Cuantitativos, Ambato-Ecuador. Recuperado el 29 de Junio de 2020, de TESIS_INNOVACIÓN COMO FACTOR DETERMINANTE DEL EMPRENDIMIENTO-1
- Córdova, A, V. H., & Coque,T, M. C. (2019). *La innovación como factor determinante del emprendimiento en el sector del calzado*. Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato, Ambato-Quito. Recuperado el 12 de Junio de 2020, de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/30034>
- Dans, E. (27 de Octubre de 2017). *El valor de la innovación y competitividad*. Recuperado el 24 de Mayo de 2019, de No está en evitar que te copien, sino en conseguir que todos te quieran copiar: <https://www.enriquedans.com/2012/08/el-valor-de-la-innovacion-no-esta-en-evitar-que-te-copien-sino-en-conseguir-que-todos-te-quieran-copiar.html>
- Denison, D. (1990). *Corporate Culture ad Orgnoztional effectiveness*. New York: Wiley & Sons. Recuperado el 20 de Junio de 2020, de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2215910X17300356?token=87C2D91A96F0E8DC96F18B4C41741540A75FDF895C765030E177DBA5592B098F870DBC6D394A4DC886ED4F5CA12DFB9F>
- Domínguez, A. C. (2015). *Asociación Española para la Cultura , el Arte y la Educación*. Madrid-España: Industria Textil. Recuperado el 27 de Mayo de 2019, de <https://natureduca.com/tecnologia-industria-la-industria-textil-01.php>
- Dutta, S. (2018). *Verdaderos Motores de la Innovación*. Universidad de Cornell. Cornell: Scopus. Recuperado el 23 de Mayo de 2019
- EKos. (13 de Mayo de 2019). *Annálisis: cómo está Ecuador cuando hablamos de Innovación*. Obtenido de Ekos/Business culture: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/analisis-como-esta-ecuador-cuando-hablamos-de-innovacion>
- Estupiñán, G, R. (2006a). *Control Interno y Fraudes* (Primera ed.). Bogota-Colombia: ECOE Ediciones. Recuperado el 18 de Mayo de 2020, de <https://eumed.net/rev/ce/2018/4/control-interno-contemporaneo.html>

- Fatyuc. (14 de Mayo de 2018). *Control Interno COSO*. Obtenido de Control Interno-informe COSO: <https://es.scribd.com/document/57965002/Control-Interno-COSO>
- Fatyuc. (14 de Mayo de 2018). *Control Interno COSO*. Obtenido de Control Interno-informe COSO: <https://en.wikipedia>
- Figueroa, J. (8 de Octubre de 2017). Magazineof hte Graphic Communication. *Magazine*, 23-60. Recuperado el 23 de Mayo de 2019, de <http://contrasenamagazine.cl/disenofactor-innovacion-la-empresa/>
- Foro Económico Mundial. (2018). *Ecuador Mejora en el Ranking de Innovación y Competitividad*. Quito-Ecuador: INEC: Índice innovación-competitividad-Ecuador 2018. Recuperado el 23 de Mayo de 2019, de <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-innovacion-competitividad-global/ecuador>
- Foucault, M. (2014). *Seguridad Territorio Población*. Madrid-España: Aka S.A.
- Freire, A, D. M., & Jiménez, S, W. R. (2019). *El control en la gestión empresarial como determinante para el emprendimiento en el sector de servicios, actividad hoteles y restaurantes de la provincia de Tungurahua*. Tesis de Posgrado, Ambato-Ecuador. Recuperado el 12 de Junio de 2020, de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/30041>
- Galán, M. A. (2008). *El Cuestionario en la Investigación*. México D.F.: Paraninfo S.A.
- Gálvez-Albarracín, E., García, Pérez de lema, D., & Maldonado, G, G. (2016). Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las Mipymes de la Alianza del Pacífico. Un estudio empírico. *Revista Ideas Estudios Gerenciales*, 32 (41), 326-335. Obtenido de <https://ideas.repec.org/a/col/000129/015384.html>
- García, L., Martínez, S., & Córdova, A. (23 de Junio de 2015). Estudio de Medición de Factores Estratégicos para el desarrollo de la Competitividad en la Industria. *SciELO*, 34-56. Recuperado el 13 de Mayo de 2019
- George , D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for windows step: a simple guide and reference*. Bostón: Allyn & Bacon S.A. Obtenido de <https://es.slideshare.net/oscarlopezregalado/marco-metodolgico-38046737>
- George , D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for windows step: a simple guide and reference*. Bostón: Allyn & Bacon S.A. Recuperado el 30 de Junio de 2020, de <https://es.slideshare.net/oscarlopezregalado/marco-metodolgico-38046737>

- Gurry, F. (2018). *Innovación Mundial de Innovación 2018*. Barcelona-España: Scopus. Recuperado el 23 de Mayo de 2019
- Herrera, E, L., Medina, F, A., & Naranjo, L, G. (2008). *Tutoría de la Investigación Científica* (Cuarta ed., Vol. IV). Ambato-Ecuador, Tungurahua, Ecuador: Gráficas Corona Quito.
- INEC. (2018). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Ambato-Ecuador.
- INEC. (2018). *Índice de Innovación y Competitividad Global a Nivel Mundial*. Quito-Ecuador: Datosmacro. Recuperado el 23 de Mayo de 2019, de <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-innovación-competitividad-global>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2019). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Biblioteca INEC. Ambato-Ecuador: INEC. Recuperado el 22 de Mayo de 2019, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2012015/Principales_Resultados_DIEE2015.pdf
- Jobs, S. (23 de Agosto de 2016). Innovación Empresarial. *SciELO*, 4-45. Recuperado el 25 de Mayo de 2019, de <https://www.elsevier.com/es-mx/solutions/scopus>
- Kiziloglu, M., & Serinkan , C. (2015). Perception of Strategic Mangement in Textile Sector. *Procedia -Social and Behavioral Sciencies*, 306-314.
- Laski, J. P. (2006). *El Control Interno como Estrategia de Aprendizaje Organizacional*:. México D.F.
- Latorre, A. (2014). *Metodología no experimental*. México D.F. : McGraw-Hill.
- Lazzarotti, F., Dalfovo, M. S., & Hoffmann, V. E. (2011). Bibliometric Study of Innovation Based on Schumpeter. *Journal of Technology Management & Innovation*(6(4)), 45-90. Obtenido de Retrieved from <http://www.jotmi.org>
- León, C, , Sevilla,, M. S., & Altamirano Díaz, , M. S. (2018). *Gestión Empresarial para Agronegocios* (Segunda ed.). Barcelona -España: Eumed. Recuperado el 25 de Mayo de 2019
- Lora, E., & Prada, S. (2014). *Técnicas de Medición Económica*. Bogota-Colombia: ICESI Ltda. Recuperado el 27 de Mayo de 2019
- Lozano, V. G., & Tenorio, A. J. (2015). *El sistema de control interno: Una herramienta para el perfeccionamiento de la gestión empresarial en el sector construcción*. México D.F.: Accounting power for business. Recuperado el 19 de Mayo de 2020

- Malebana, J. (2014). Entrepreneurial Intentions of South African rural University Students: A test of the Theory of Planned Behaviour. *Journal of Economics and Behavioral Studies*(6), 1-15.
- Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad. (2018). *Agendas para la Transformación Productiva Territorial: Tungurahua*. Quito-Ecuador: MCPEC. Recuperado el 23 de Mayo de 2019, de <https://www.vicepresidencia.gob.ec/ministerio-de-coordinacion-de-la-produccion-empleo-y-competitividad-2/>
- Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad. (2018). *Agendas para la Transformación Productiva Territorial: Tungurahua*. Quito-Ecuador: MCPEC. Recuperado el 23 de Mayo de 2019, de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/18824/1/T333e.pdf>
- Montilla, G, O. d., Montes, S, C. A., & Mejía, S, E. (13 de Agosto de 2007). Análisis de la Fundamentación del Modelo Estándar de Control Interno, MECI 1000:2005. *Revista Estudios Gerenciales*, 23(N°104), pp.47-75. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21210403>
- Montoya, D., Sevilla, M. S., & Altamirano Díaz, M. S. (2014). *Actividades Económicas*. México D.F: McGraw-Hill. Recuperado el 22 de mayo de 2019
- Mora, P, C. (23 de Septiembre de 2016). <https://www.gestiopolis.com/glosario-de-administracion-de-empresas/>. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/glosario-de-administracion-de-empresas/>
- Mora, R. (2011). *Estudio de Actitudes Emprendedores con profesionales que crearon empresas*. Escuela de Administración de Negocios, Quito-Ecuador.
- Morales, X. (2012). *La Estructura y Naturaleza del Capital Social en las Aglomeraciones Territoriales de Empresas*. Barcelona-España: Fundación BBVA.
- Parrado, D., Gómez, D., Morales, D., Sánchez, D., Vega, N., & Martínez, S. (11 de Septiembre de 2015). *Sistema de Control COCO (Criteria of Control Board)*. Obtenido de SlideShare: <https://pt.slideshare.net/danielpalado/sistema-de-control-coco>
- Peretto, C. (2016). *Métodos para Medir y Evaluar la Eficiencia de Unidades Productivas*. (Segunda ed.). (E. d. Operativa., Ed.) México D.F.: Paaninfo S.A. Recuperado el 26 de Mayo de 2019
- Ponce I. (2010). *Técnicas de la Medición*. México D.F.: McGraw-Hill.

- Ponce, I. (2015). *Técnicas de Medición* (Vol. III). (Scopus, Ed.) Barcelona-España: Valencia S.A. Recuperado el 28 de Mayo de 2019
- PROEcuador. (2014). *Análisis Sectorial de Textiles y Confecciones*. Ambato-Ecuador: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.
- PROEcuador. (2014). *Análisis Sectorial de Textiles y Confecciones*. Ambato-Ecuador: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. Recuperado el 30 de Junio de 2020, de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream123456789/26495/1/T4125i.pdf>
- QuestionPro Software de Encuestas. (10 de junio de 2020). *Muestreo por conveniencia*. Recuperado el 28 de Agosto de 2020, de <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-por-conveniencia/>
- Quinaluisa, M, N., Ponce, A, V., Muñoz, M, S., Ortega, H, X., & Pérez, S, J. (28 de Octubre de 2018). El control Interno y sus Herramientas de Aplicación entre COSO y COCO. *Revista SCiElo*(12(1)), pp. 268-283. Recuperado el 19 de Abril de 2020, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612018000100018&lng=es&tlng=es
- Rivas, M, G. (15 de Agosto de 2018). Modelos Contemporáneos de Control Interno. Fundamentos Teóricos. *Revista SciELO, Vol.12(Nº1)*, 45-78. Recuperado el 18 de Mayo de 2020, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219022148007>
- Rojas, R, J D. (21 de junio de 2015). *Glosario de administración de empresas*. Obtenido de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com/glosario-de-administración-de-empresas/>
- Rojas, R, J. D. (22 de Agosto de 2015). *Glosario de Administración de Empresas*. Obtenido de <https://www.gestipolis.com/glosario-de-administracion-de-empresas/>
- Sánchez, I., & Moreno, J. (2016). El Reto del Crecimiento Económico en México: industrias manufactureras y política industrial. *Revista Finanzas y Política Económica*(8(2)), 271-299.
- Schumpeter, J. (1926/1934). *The theory of economic development: an inquiry into profits, credit, interest and the business cycle* (Segunda ed.). Cambridge, MA: Harvard University Press. Recuperado el 29 de Junio de 2020
- SENESCYT. (2011). *Manual de usuario del Sistema Nacional de información de Educación Superior del Ecuador (SNIESE)*. Quito-Ecuador: Secretaría de Educación Superior, Ciencia, tecnología e Innovación.

- SENPLADES. (2013-2017). *Plan Nacioanl del Buen Vivir* . Quito-Ecuador: Ministerio de Gobierno.
- Servicio de Rentas Internas (SRI). (2018). *Industrias Manufacturera Textil*. Ambato-Ecuador: SRI. Recuperado el 23 de Mayo de 2019
- SRI. (2019). *Base de Datos del Servicio de Rentas Internas*. Ambato-Ecuador: SRI.
- The Economist, Diario Gestión y la agencia Bloomberg. (28 de mayo de 2020). *Gestión Management & Empleo*. Recuperado el 28 de Junio de 2020, de ¿Cual es a diferencia entre eficacia y eficiencia: <https://gestion.pe/economia/management-empleo/eficiencia-eficacia-diferencias-eficaz-eficiente-significado-conceptos-nnda-nnlt-249921-noticia/>
- Torres, H, Z., & Marcelino, A, M. (Enero-Junio 2009). Generación y Sustentación de Rentabilidad de la Industria Textil en México. *Scopus*, 19, 1/21.
- Valencia, A., Montoya, I., & Montoya, A. (2016). Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 881-992.
- Vargas, J, M., Jara, L, B., & Verdezoto, R, M. (2015). *Auditoría Financiera: Enfoque de control*. (Primera ed.). Riobamba-Ecuador: Ediciones UTMACH. Recuperado el 17 de Mayo de 2020, de <https://eumed.net/rev/ce/2018/4/control-interno-contemporaneo.html>
- Ventura, R., & Quero, M. (2013). *Factores Exlicativos de la Inteción de Emrender en al Mujer. Aspectos diferenciales en al población universitaria según la la variable género*. Venezuela: Cuadernos de Gestión.
- Villota, F. M. (2015). *Línea del Tiempo: industria textil*. Santa Martha-Colombai: Timeline S.A. Recuperado el 26 de Mayo de 2019, de <http://www.tiki-toki.com/timeline/entry/174484/Linea-de-tiempo-en-la-industria-textil>
- Vivanco, G. (2015). *Historia Industria Textil-Ecuador. Taller de Diseño*. Tesis pregrado, Universidad Central del Ecuador , Quito-Ecuador.
- Zapata, E. (2019). *Desarrollo Tecnológico e Innovación*. Benito Juárez: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Recuperado el 24 de Mayo de 2019, de <https://www.conacyt.gob.mx/index.php/el-conacyt/desarrollo-tecnologico-e-innovacion>

9. ANEXOS

ANEXO 1. Categorías fundamentales- red de inclusiones conceptuales interrelacionadas

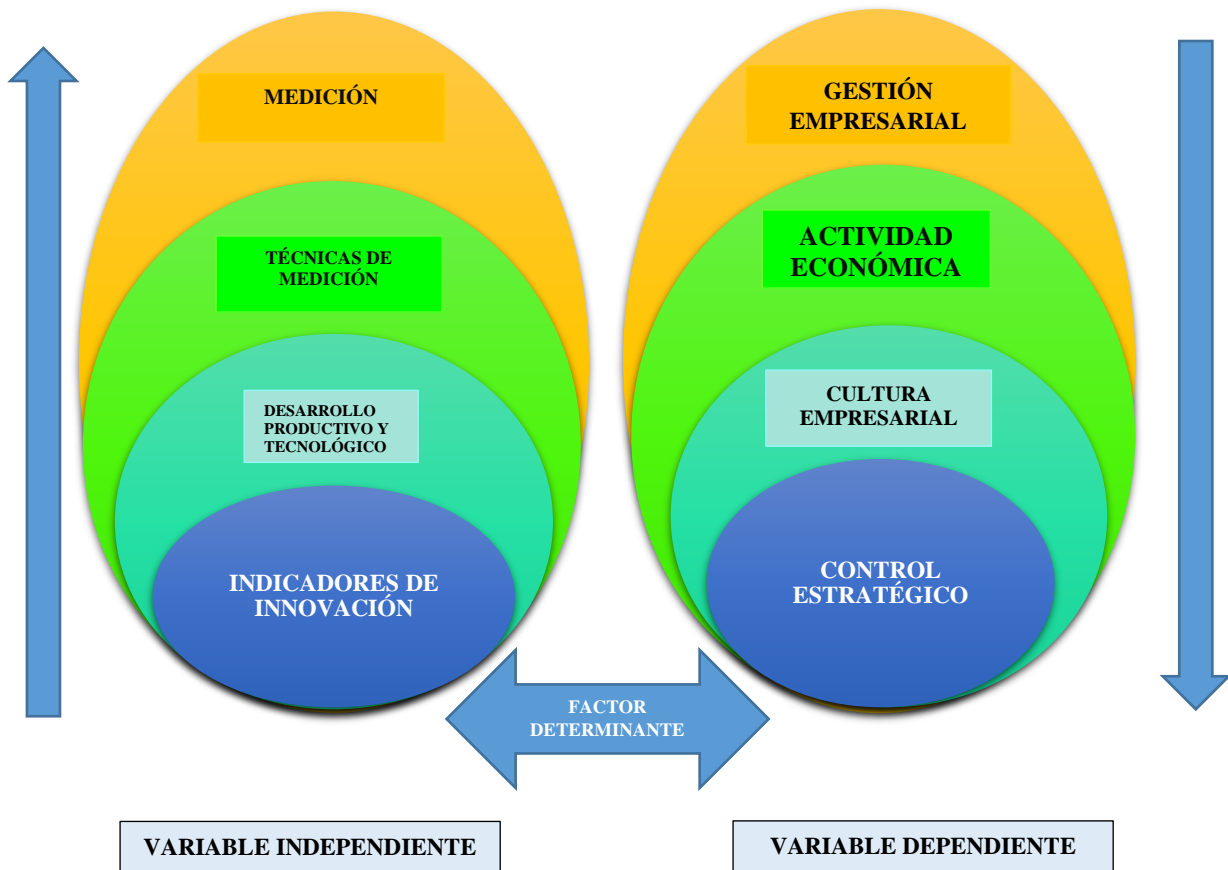
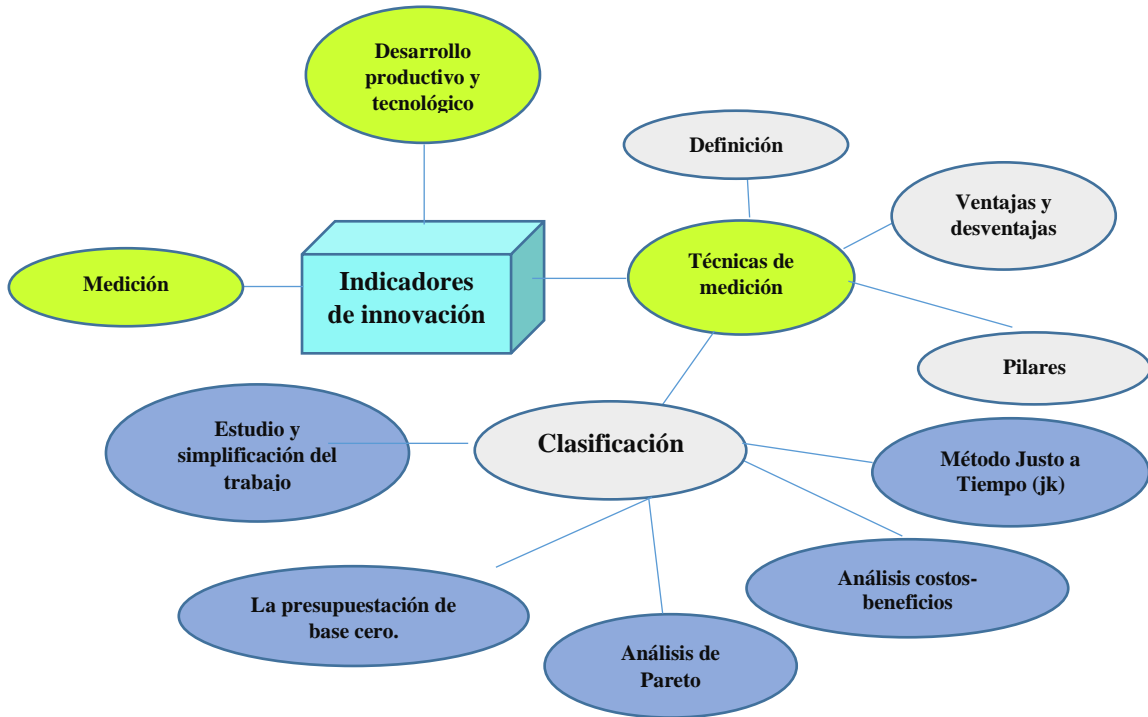
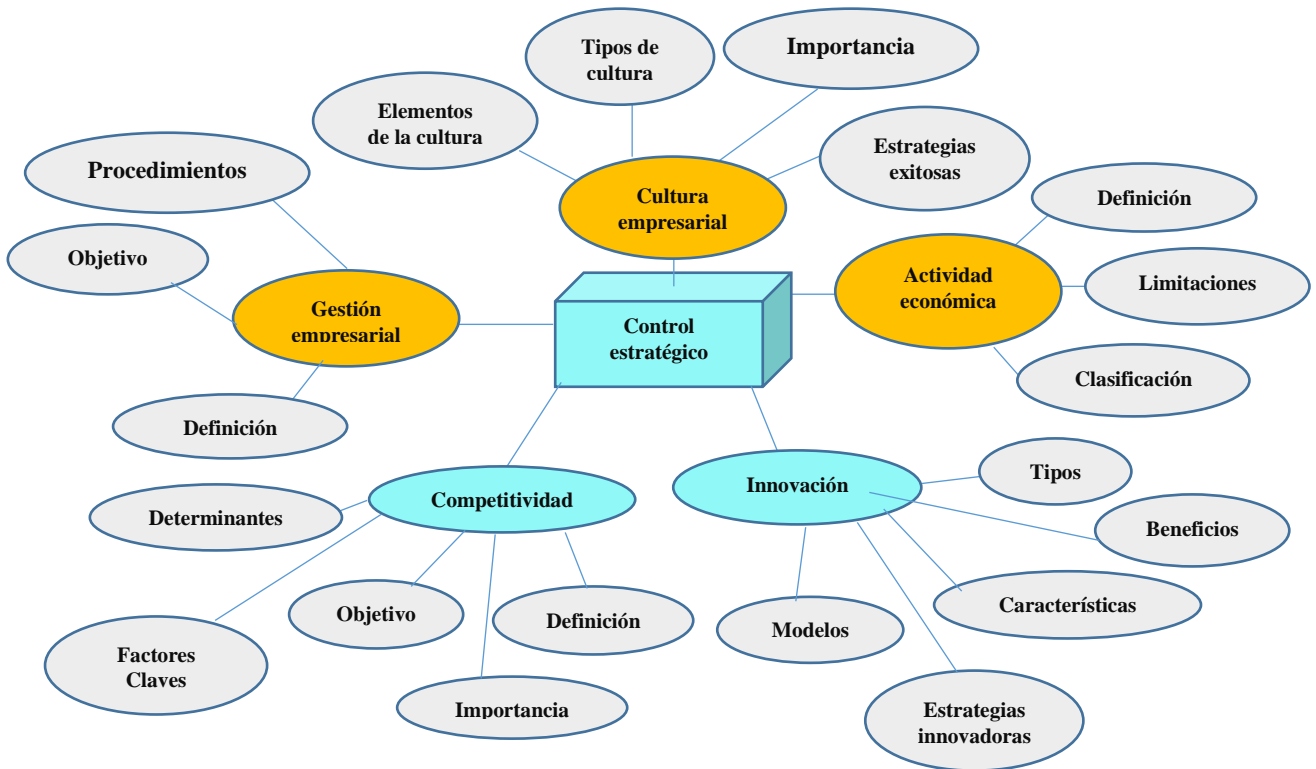


Gráfico 30. Categorías fundamentales: Marco referencial
Elaborado por: Cobo, Paul (2020)

ANEXO 2. Constelación de ideas de la variable independiente y dependiente



Fuente. Investigación científica
Realizado por. Cobo, Paul (2020)



Fuente. Investigación científica
Realizado por. Cobo, Paul (2019)

ANEXO 3. Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA SOBRE INDICADORES DE INNOVACIÓN UN PILAR EN EL CONTROL ESTRATÉGICO DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

DATOS INFORMATIVOS

Fecha.

Lugar.

Objetivo. Estructurar indicadores de innovación mediante un modelo de control estratégico para la industria textil de la provincia de Tungurahua.

Instrucciones. Lea detenidamente la pregunta y marque con una X la respuesta según su criterio. Por favor, dedique de 10 a 15 minutos a responder esta encuesta.

- Los resultados servirán para mejorar la institucionalización de las empresas del sector.
- Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y anónima.
- Es importante que responda con sinceridad.

Cuestionario

1. ¿Qué tiempo presenta la empresa en el mercado?

Menos de 4 años ()

De 5 a 7 años ()

De 8 a 11 años ()

Mayor de 12 años ()

2. ¿La empresa con cuántos colaboradores cuenta?

De 2 a 10 “Microempresa” ()

De 11 a 50 “Pequeña empresa” ()

De 51 a 100 “Mediana empresa” ()

De 200 en adelante “Grande empresa” ()

3. Los colaboradores estarían dispuestos a adaptarse a maquinaria con alta tecnología

- Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
No de acuerdo no en desacuerdo ()
De acuerdo ()

4. Según su criterio, ¿introducir una nueva maquinaria, programas tecnológicos y nuevos métodos para el manejo del producto, genera costos elevados?

- Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
No de acuerdo no en desacuerdo ()
De acuerdo ()

5. ¿Cree que el financiamiento es una de las barreras que impide la innovación en las empresas con indicadores de gestión?

- Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
No de acuerdo no en desacuerdo ()
De acuerdo ()

6. ¿Al implementar maquinaria de alta tecnología, cree que mejora los procesos de producción?

- Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
No de acuerdo no en desacuerdo ()
De acuerdo ()

7. ¿Es importante desembolsos para acciones internas de Investigación + Desarrollo?

- Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
No de acuerdo no en desacuerdo ()
De acuerdo ()

8. ¿Quién desarrollo estas innovaciones de proceso? Marque las opciones que corresponda.

Indicadores	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	No de Acuerdo No en Desacuerdo	De Acuerdo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Su empresa por sí misma.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Su empresa en conjunto con otras empresas o instituciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adaptación de procesos que fueron básicamente desarrollados por otras empresas o instituciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otras empresas o instituciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. ¿Es importante la cooperación en innovación con otras empresas/instituciones de ciencia/tecnología?

- Totalmente en desacuerdo ()
- En desacuerdo ()
- No de acuerdo no en desacuerdo ()
- De acuerdo ()

10. ¿Su empresa qué introdujo bienes o servicios nuevos en el mercado?

Indicadores	En el año fiscal 2018-2019				En alguno de los tres últimos años (2017-2018-2019)			
	TD	ED	NAND	DA	TD	ED	NAND	DA
Bienes nuevos o mejorados significativamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servicios nuevos o mejorados significativamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. ¿Es importante que dentro de la estructura organizacional este claramente identificada un área, departamento o unidad de gestión encargada de la innovación y control estratégico?

- Totalmente en desacuerdo ()
- En desacuerdo ()
- No de acuerdo no en desacuerdo ()
- De acuerdo ()

12. ¿Su empresa ejecutó las siguientes acciones de innovación?

Indicadores	En el año fiscal 2018-2019				En alguno de los tres últimos años (2017-2018-2019)			
	TD	ED	NAND	DA	TD	ED	NAND	DA
Investigación y desarrollo (R&D) interno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compra d servicios de Investigación y Desarrollo (R&D) externos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adquisición de maquinaria, equipo y software	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adquisición de conocimiento externo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adiestramiento para actividades innovadoras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Introducción al mercado de innovaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diseño	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. ¿Su empresa ejecuto acciones de investigación y desarrollo (R&D) durante los últimos tres años fiscales (2017-2018-2019)? Seleccione una de las siguientes opciones.

Indicadores	En los últimos tres años fiscales (2017-2018-2019)			
	TD	ED	NAND	DA
Continuamente (su empresa tiene un equipo interno permanente del I+D)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ocasionalmente (según fue necesario)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sin respuesta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. ¿Cuán importante fue cada uno de los siguientes indicadores en sus acciones para el desarrollo de innovaciones de productos y procesos durante los tres años fiscales (2017-2018-2019)

Indicadores	Muy	Intermedio	Poco	Nada	Sin
	importante		importante	relevante	respuesta
Aumento de la gama de bienes o servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reemplazo de productos o procesos obsoletos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrada a nuevos mercados o aumento de la participación de mercado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Incremento en la calidad de servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumento en la flexibilidad para producir bienes o servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mejoras en la capacidad para producir bienes o servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reducción de los costos laborales por unidad de producción.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reducción de los costos de material y energía por unidad y producción.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reducción del impacto ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Incremento de programas de salud y seguridad en la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. ¿Su empresa introdujo innovaciones organizacionales?

Indicadores	En el año fiscal 2018-2019				En algunos de los tres últimos años (2017-2018-2019)				Sin respuesta
	TD	ED	NAND	DA	TD	ED	NAND	DA	
Nuevas prácticas para la organización y procedimientos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Nuevos métodos en la organización de responsabilidades laborales y toma de decisiones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Nuevos métodos en la organización de las relaciones externas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

16. ¿Su empresa introdujo innovaciones de mercado?

Indicadores	En el año fiscal 2018-2019				En algunos de los tres últimos años (2017-2018-2019)				Sin respuesta
	TD	ED	NAND	DA	TD	ED	NAND	DA	
Cambios significativos en el diseño estético o empaque.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Nuevos medios de comunicación o técnicas para la promoción del producto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Nuevos métodos en la distribución del productos o canales de ventas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Nuevos métodos de poner precios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

17. ¿Existe en su organización un modelo de gestión estratégica para su control? Si su respuesta es negativa, escriba el por qué.

Totalmente en desacuerdo ()

En desacuerdo ()

No de acuerdo no en desacuerdo ()

De acuerdo ()

¿Por qué? _____

18. ¿Considera necesario proponer indicadores de innovación a través de un modelo de control estratégico para la gestión de la industria textil?

Totalmente en desacuerdo ()

En desacuerdo ()

No de acuerdo no en desacuerdo ()

De acuerdo ()

¿Por qué? _____

Realizado por. Cobo, Paul (2019)

ANEXO 4. Entrevista



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ENCUESTA APLICADA AL PRESIDENTE DE LA JUNTA PROVINCIAL DE DEFENSA
DEL ARTESANO DE TUNGURAHUA SOBRE INDICADORES DE INNOVACIÓN UN
PILAR EN EL CONTROL ESTRATÉGICO DE LAS INDUSTRIAS TEXTIL EN LA
PROVINCIA DE TUNGURAHUA.**

DATOS INFORMATIVOS

Fecha.

Lugar.

Objetivo. Estructurar indicadores de innovación mediante un modelo de control estratégico para la industria textil de la provincia de Tungurahua.

Instrucciones. Lea detenidamente la pregunta y responda.

- Los resultados servirán para mejorar la institucionalización de las empresas del sector.
- Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y anónima.
- Es importante que responda con sinceridad.

Desarrollo

1. Para usted, ¿Qué son los indicadores de innovación a nivel empresarial?
2. ¿De qué manera integra a las industrias textiles de Tungurahua en el concepto de innovación?
3. ¿De qué manera promueve a las industrias textiles la integración a nivel provincial en los equipos interdisciplinarios para la gestión, desarrollo y ejecución de proyectos?
4. ¿Qué temas de proyectos por la industria textil, han presentado actualmente a nivel provincial en la fase de innovación y control estratégico?
5. ¿Cuáles son los indicadores que usted propone para medir el nivel de innovación al interior de las industrias textiles en Tungurahua?
6. ¿Por qué es importante la cooperación en innovación con otras empresas/instituciones de ciencia/tecnología?
7. ¿Qué productos o servicios nuevos se han generado en las industrias textiles de Tungurahua en los tres últimos años?

8. ¿Por qué es importante que dentro de la estructura organizacional de las industrias textiles de Tungurahua, estén claramente identificadas con un área, departamento o unidad de gestión encargada de la innovación y control estratégico?
9. ¿Especifique que modelo de gestión estratégica opera para el control empresarial a nivel provincial? Si su respuesta es negativa, escriba el por qué.
10. ¿Cómo líder de la unidad de gestión de la Junta Provincial de Defensa del Artesano de Tungurahua, porque cree que es necesario proponer indicadores de innovación a través de un modelo de control estratégico para la gestión de la industria textil?

Realizado por. Cobo, Paul (2019)

ANEXO 5. Validación del instrumento-beneficiario



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN PARA ESPECIALISTAS

Estimado/a.

Se ha seleccionado a su persona por su perfil profesional, a fin de validar la propuesta “indicadores de innovación a través de un modelo de control estratégico para la industria textil de la provincia de Tungurahua”, desarrollado por Paul Alejandro Cobo Carrasco, Maestrante en Administración de Empresas. Cohorte 2018, de la Universidad Técnica de Ambato.

La población con la que se trabaja, es con las industrias textiles en la provincia de Tungurahua, la visión es proponer “indicadores de innovación a través de un modelo de control estratégico para la industria textil de la provincia de Tungurahua”, los gerentes-propietarios, a través de la Junta Provincial de Defensa del Artesano de Tungurahua están dispuestos apoyar.

Plantilla criterio de especialistas

Objetivo

Validar la propuesta por juicio de especialistas en el área.

Instrucciones

- Solicito responder a las interrogantes sobre aspectos teóricos y metodológicos que presenta el instrumento. Adicionalmente, cualquier comentario que considere importante, sí lo cree necesario aporte.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Diseño. Técnico Propuesta. indicadores de innovación a través de un modelo de control estratégico para la industria textil de la provincia de Tungurahua	Puntuación					
	1	2	3	4	5	6
Formato de la propuesta						
Aplicabilidad de la propuesta						
Beneficio de la propuesta						
Habilidad de entender la propuesta						
Analogía entre actividades y necesidades						

Comentario.

Área de formación profesional del/a validador/a

Nombre:	
Empresa:	
Cargo que ocupa:	
Tiempo dentro del cargo:	
Último grado académico alcanzado:	
_____ Firma y sello de la institución	

Realizado por. Cobo, Paul (2019)

ANEXO 6. Propuesta de solución



MODELO DE CONTROL INTERNO ESTRATÉGICO CON INDICADORES DE INNOVACIÓN PARA LA INDUSTRIA TEXTIL DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.



Ing. Paul Alejandro Cobo Carrasco

I. Introducción

Las grandes empresas planean desde su posición su futuro, detallando objetivos a largo, mediano y corto plazo, además con base a estos pronósticos sucesos que podrían afectar su normal funcionamiento y no alcanzar sus objetivos por lo que realizan la evaluación de los riesgos y a partir de este proceso se creen actividades que mitiguen esas situaciones que potencialmente puedan impactar negativamente a las industrias textiles del sector confecciones del vestido.

A diferencia de las grandes empresas denominadas PYMES (pequeñas y medianas empresas) no diseñan ni adaptan un modelo de control estratégico interno acorde a sus necesidades, ya que en muchos casos la poca planeación y los limitados conocimientos y recursos con los que cuentan sirven como excusa para la no aplicación de un modelo y de herramientas que prevengan los riesgos inherentes a su operación y nicho de mercado.

El modelo COGE de control basado en los informes COSO (*Committee of sponsoring organization*), COCO (*Criteria of control*) y MICIL (Marco integrado de control interno latinoamericano), es específico porque cuenta con los componentes precisos que certifiquen. Esta propuesta presenta una estrategia útil para aplicar el control en la gestión empresarial, así como también a mejorar dicha actividad, lo cual permitirá guiar al personal a desempeñar apropiadamente los pasos del control interno con los indicadores de innovación apropiados, tomando en cuenta que cada empresa tiene su propia identidad y necesidad.

Este modelo proveerá el diseño de la proyección, desarrollo, programación de las operaciones, control o evaluación, prueba y adaptación del modelo, que respalde la gestión empresarial con relación al talento humano, recursos tecnológicos y financieros, de tal manera que los resultados se puedan medir y comprobar, mediante el apoyo de indicadores de innovación de eficiencia y eficacia.

En las empresas del sector confección el vestido se fortalecerá y mejorará el desarrollo diario de la gestión empresarial en el sector de administración, servicios, actividades comerciales, lo que permitirá percibir los riesgos que se encuentran en los emprendimientos realizados de manera empírica.

El modelo de control basado en los informes antes mencionados, aprueba identificar de forma sistemática un mejor entendimiento de control, por las siguientes razones:

- El impacto de la tecnología en las maquinarias y de las Tics que se refiere a utilizar redes sociales, softwares y la publicidad.
- La eficiencia y eficacia del control
- Calidad para proteger los intereses y utilidades de directivos, accionistas o propietarios de las industrias textiles del sector confección de vestidos para lograr sus emprendimientos

En todas las empresas visitadas con anterioridad, se encuentra maquinaria obsoleta las mismas que no han sido renovadas en los últimos 5 años, la producción se maneja el 50% de manera artesanal en las PYMES del sector confección del vestido y el 50% de manera tecnificada. La falta de innovación y actualización en los procesos de producción se debe a la dificultad de financiamiento para adquirir maquinaria de alta tecnología que permita a las PYMES de la industria textil, obtener una ventaja competitiva en relación a las empresas existentes en la provincia de Tungurahua.

II. Objetivos del Modelo

a. Objetivo general

Estructurar un modelo de control interno estratégico con indicadores de innovación para la industria textil de la provincia de Tungurahua.

b. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual correspondiente a innovación de indicadores del sector confección del vestido de las industrias existentes en la provincia de Tungurahua.
- Socializar el modelo de control estratégico como apoyo a la gestión empresarial del sector de confección del vestido para la mejora y la toma de decisiones acertadas.

c. Antecedentes del modelo

Por eso es necesario de antemano conocer que tipos de estrategias serán útiles para la organización empresarial, la meta del modelo de control estratégico con indicadores de innovación para un manejo adecuado y organizado de sus áreas, apuntando a la mejora continua, a fin de tener un servicio más rápido, relacionado con la calidad del producto que se oferta al cliente, por ende, es viable el control en el sector servicios, actividad comercial y producción porque es una fuente muy importante de ingresos en la provincia. Además, este tipo de negocios se encuentran en un constante crecimiento.

Es viable esta propuesta porque direcciona al empresario y colaboradores a contar con estrategias para su emprendimiento, actualmente no cuentan con este tipo de control en sus acciones, o simplemente no las practican, es decir lo hacen de manera empírica.

Es por ello que se presenta una propuesta de un modelo de control COGE en la gestión empresarial de las PYMES del sector confección del vestido basado en los informes COSO, COCO y MICIL para mejorar el sector de servicios, actividades comerciales, organización, no se necesita una inversión económicamente alta porque la finalidad es optimizar los recursos existentes en cada área de la empresa.

d. Estudio y descripción de los informes COSO-COCO-MICIL

Varias entidades, tanto públicas como privadas a nivel nacional e internacional, han trabajado en iniciativas a fin de normalizar los conceptos y elementos que enmarcan el Control Interno y de brindar herramientas para la implementación y gestión de los mismos. Actualmente coexisten varios sistemas que son efectuados de acuerdo a la naturaleza, objetivos y características particulares de cada organización, siendo las que se describen a continuación un punto de referencia obligado cuando se tratan materias de Control Interno, ya sea para la gestión de las empresas, organizaciones, o entidades de gobierno. A continuación se detallan los modelos de control interno como propuesta para el desarrollo de la gestión empresaria de las PYMES del sector confección de vestidos de la industria textil de la provincia de Tungurahua.

INFORME: COSO

País de origen: Estados Unidos

Provincia de estudio: Tungurahua

Sector de estudio: Industria textil

PYMES: Artesanales que confeccionan vestidos.

Objetivo: Apoyar a la dirección para un mejor control de la organización.

Enfoque: Incluye la identificación de riesgos internos y externos a los asociados al cambio. Resalta la importancia de la planificación y la supervisión. Plantea una matriz que interrelaciona los componentes de control.

Elementos/Componentes

1. Ambiente de control.
2. Evaluación de riesgos.
3. Actividades de control
4. Información y comunicación
5. Supervisión

MODELO: COCO

País de origen: Canadá

Provincia de estudio: Tungurahua

Sector de estudio: Industria textil

PYMES: Artesanales que confeccionan vestidos.

Objetivo: Ayudar a las organizaciones a perfeccionar el proceso de toma de decisiones a través de una mejor comprensión del control, del riesgo y de la dirección.

Enfoque: Se sustenta en la teoría general de sistemas y de la contingencia. Resalta la importancia de la definición y adopción de normas y políticas. Plantea que el planeamiento estratégico proporciona sentido a la dirección. Define 20 criterios para diseño, desarrollo y modificación del control.

Elementos/Componentes

1. Propósito.
2. Compromiso.
3. Capacidad.
4. Supervisión y aprendizaje

MODELO: MICIL

País de origen: Latinoamérica.

Provincia de estudio: Tungurahua

Sector de estudio: Industria textil

PYMES: Artesanales que confeccionan vestidos.

Objetivo: Establecer un marco de referencia para las necesidades y las expectativas de los directores de las empresas privadas, de las instituciones públicas, de las organizaciones de la sociedad civil y de otros interesados.

Enfoque: Se basa en asegurar un adecuado ambiente de control como pieza central, que promueve el funcionamiento efectivo de los otros componentes asegurando su funcionamiento efectivo en todos los niveles de la organización.

Elementos/Componentes

1. Ambiente de control y trabajo institucional.
2. Evaluación de los riesgos para obtener objetivos.
3. Actividades de control para minimizar los riesgos.
4. Información y comunicación para fomentar la transparencia.
5. Supervisión interna continua y externa periódica.

COSO

Se originó en Estados Unidos, el objetivo de este modelo es apoyar a la dirección para un mejor control de la organización, su proyección se incluye en la identificación de riesgos internos y externos a los asociados al cambio. Resaltando la importancia de la planificación y la supervisión. Planteando una matriz que interrelaciona los componentes de control, en acciones de mejora en el ambiente de control, en la evaluación de riesgos, con actividades de control para emitir información y comunicación, que coadyuva a la supervisión y monitoreo de control estratégico interno.

COCO

Este modelo se originó en Estados Unidos, y su objetivo es ayudar a las organizaciones a perfeccionar el proceso de toma de decisiones a través de una mejor comprensión del control,

del riesgo y de la dirección, a la vez se sustenta en la teoría general de sistemas y de la contingencia. Resalta la importancia de la definición y adopción de normas y políticas. Plantea que el planeamiento estratégico proporciona sentido a la dirección. A pesar que define 20 criterios, se toma como punto de referencia principal el diseño, desarrollo y modificación del control.

Entre sus componentes se basa en el propósito, compromiso, capacidad, supervisión y aprendizaje. A su vez se puede apreciar que las acciones de innovación se encuentran muy relacionadas con el adiestramiento para actividades innovadoras y la entrada a nuevos mercados o aumento de la participación de mercado y viceversa. Las nuevas prácticas para la organización y procedimientos están muy conectadas con la introducción de innovaciones de mercado. La presencia de un modelo de gestión estratégica está muy correlacionado con la entrada a nuevos mercados o aumento de la participación de mercado debido a que sus valores p significativos son de 0,002.

MICIL

Este modelo se originó en Latinoamérica, el objetivo que tiene es el de establecer un marco de referencia para las necesidades y las expectativas de los directores de las empresas privadas, de las instituciones públicas, de las organizaciones de la sociedad civil y de otros interesados, y se basa n asegurar un adecuado ambiente de control como pieza central, que promueve el funcionamiento efectivo de los otros componentes asegurando su funcionamiento efectivo en todos los niveles de la organización.

Entre sus componentes está el ambiente de control y trabajo institucional, la evaluación de los riesgos para obtener objetivos, la realización de actividades de control para minimizar los riesgos, y la información y comunicación para fomentar la transparencia, siempre y cuando se ejecute la supervisión interna continua, y externa periódica.

e. Diagnóstico de requerimientos de control

Las observaciones o indagaciones anteriores efectuadas (encuesta-cuestionario) permitió afirmar que la administración no tiene clara la importancia de los objetivos organizacionales,

ni del control interno como herramienta para alcanzar las metas de la administración por medio de la evaluación de riesgos, pero si se les da importancia a varios procedimientos para evaluar la calidad y la recepción y entrega de inventarios. Esto a su vez demuestra la necesidad de establecer un modelo de control estratégico interno como mecanismo para enfocar el funcionamiento de la empresa hacia unos objetivos organizacionales que deben ser diseñados por gerencia, y dar soporte a todos los procedimientos que se realizan de forma automática y por costumbre y no tras una evaluación adecuada de los riesgos inherentes al mercado de las empresas y su estructura operativa.

DIAGNÓSTICO INDUSTRIA TEXTILES

COSO

Requerimientos de control para las industrias textiles

Cultura de control	Situación
Se tienen nociones acerca del control pero no se tiene herramientas para diseñar un control estratégico. Conciencia de impulsar el autocontrol.	La administración desconoce la idea de control interno, y a su vez la metodología para aplicarlo a los procesos internos. Es complicado de medir, depende del compromiso de cada colaborador con el buen trato, y un buen ámbito laboral.
Tomar conciencia de la importancia de la calidad en los procesos.	Las industrias textiles del sector confección de vestidos no manejan una misión y visión pero en su proceso productivo siempre están presente la importancia de la calidad del producto final.
Poseen el 45% de empresas de la industria textil de la confección de vestido el código de ética pero no está escrito.	No existe un modelo de control estratégico que maneje el código de la ética, por lo que el comportamiento de los colaboradores no está regido por ningún lineamiento de la administración.
El control se encuentra centralizado en la dirección. El control se ejerce por costumbre y experiencia.	Al ser empresas familiares el control estratégico está dado por la gerencia y el grupo familiar. Al no existir una evaluación sobre los riesgos inherentes a los procesos empresariales el control se dé posterior a la materialización de estos.
En cuanto a la planeación y verificación del control existen deficiencias porque se centraliza en el dueño o gerente.	Todas las decisiones son tomadas por el dueño y gerente.

Fuente. Propuesta

Posterior al diagnóstico de requerimiento de control se realizó la evaluación del manejo administrativo del control, en este procedimiento se verifica que la planeación del control no se basa en la planeación general de las industrias textiles del sector confección del vestido, adicionalmente por límites financieros en las PYMES de la confección del vestido no existe personal que se encargue de diseñar o evaluar controles (auditoría interna), solo se identificaron procedimientos de revisión o de control de forma limitada en el área operativa,

dado que la administración lo ve como el único punto crítico y en sí “riesgoso” ya que solo consideran la pérdida de materia prima cómo elemento que afecta la obtención de ingresos. Las actividades de revisión (control) a niveles operativos son realizados por los familiares del dueño o el en persona, en estos se verifica que las cantidades sean las correctas (entregadas y recibidas), mientras que en los procesos administrativos no existe ninguna actividad de control ya que la totalidad de pagos es realizada por el gerente.

Diagnóstico de los subsistemas de control

Cultura de control	Situación
La identificación de riesgos se realiza en forma intuitiva y con base en la experiencia.	No existe una cultura de identificación de riesgos las decisiones se toman con respecto a la materialización de estos.
No existen metodologías para evaluar riesgo, en cuanto a su identificación prima la experiencia.	Al igual que el punto anterior no existe una cultura de identificación de riesgos.
Los métodos más usados para manejar los riesgos son la prevención y la protección, además de la adquisición de pólizas de seguros.	El uso se limita a pólizas y seguros de la propiedad planta y equipo.
Los métodos se centran en proteger especialmente los recursos físicos y el dinero.	El control, del dinero se da por medio de firmas autorizadas para realzar pagos, y los seguros se encargan de los recursos físicos.
La evaluación de la gestión a través de la comparación de resultados frente a lo presupuestado es la más común.	No existe una evaluación de resultados, ya que no se manejan presupuestos para cada proceso de las empresas por lo que no es posible realizar comparaciones que den margen para mejorar a las actividades normales.
No se realiza comparación de los resultados propios con los de la competencia.	No existe una evaluación de los resultados con los del mercado.
Las reuniones de grupo se realizan periódicamente como elemento de evaluación adicional y para efecto de toma de decisiones.	Las reuniones entre dueños se dan específicamente con el fin, solo de evaluar la situación financiera.

Fuente. Propuesta

Cabe resaltar que las empresas en un 45% manejan algunos controles de forma continua desde lo empírico con firmas autorizadas, pólizas de seguro (incendio y robos), verificación de la materia prima al momento de ser recibida, conciliaciones bancarias, autorización de pagos, ubicación estratégica de las empresas de materia prima, autorización para recibir y retirar inventarios.

En la siguiente tabla se puede observar a manera de resumen cómo las 32 empresas del sector de la confección del vestido estudiadas trabajan, basado en las perspectivas de control.

Perspectivas	Utilización en las industrias textiles
Financiera	18 empresas utilizan el total de ventas producidas reflejadas en el índice de utilidades como un indicador de gestión.
Del cliente	Las empresas del sector confección de vestidos de las industrias textiles de la provincia de Tungurahua que utilizan a la satisfacción del cliente como indicador, la determinan en el momento de la entrega del producto. Se la realiza de forma empírica al observar la reacción del cliente luego de recibir el pedido, es así que los propietarios se quedan con una percepción que puede ser errónea. Tan solo seis industrias textiles aplican encuestas de satisfacción.
De los procesos internos	En ninguna empresa aplican controles estratégicos, ni establecen métodos de trabajo específicos (estandarización) En las visitas realizadas a simple vista se logró identificar las malas condiciones en la que se encuentran los sectores de confección del vestido en cuanto a la producción, y a la falta de orden, además los equipos y máquinas no cuentan con el mantenimiento adecuado.
Crecimiento y desarrollo	En ninguna empresa de confección del vestido (industria textil) existen planes de capacitación para el personal, se confía en lo que se dicta la experiencia empírica de los colaboradores, y tampoco existen incentivos como la oportunidad de crecimiento para los empleados, no se trabaja en el tema de innovación.

Fuente. Propuesta

El 40% de las pymes de la industria textil cuentan con visión, misión y valores corporativos establecidos. Todos ellos han sido propuestos por parte de los gerentes o propietarios, pero su socialización no ha sido la adecuada. Finalmente debido a la falta de valores corporativos que apoyen al pensamiento estratégico, se establecieron valores y principios como: responsabilidad, ética, calidad, respeto, trabajo en equipo, y satisfacción al cliente.

Al usar las técnicas de observación directa y reuniones con los gerentes y administradores de las pymes del sector confección del vestido de la provincia de Tungurahua, fue posible la determinación de las debilidades y fortalezas, así como de amenazas y oportunidades, cuyos resultados pueden ser observados a continuación en las siguientes tablas respectivamente.

Debilidades y fortalezas

Debilidades	Las empresas no cuentan con indicadores de gestión. No cuentan con un modelo de control estratégico para el crecimiento e innovación. Retardo en la entrega de productos Los objetivos y metas no están formalmente definidos. Empresario de las pymes desconocen sobre modelos de control
Fortalezas	Confianza en los clientes. Las pymes del sector de confección del vestido tienen una estructura jerárquica flexible. Precios bajos en comparación con las grandes empresas. Atención personalizada al cliente. Flexibilidad operacional. Liderazgo gerencial claramente definido. Estabilidad laboral.

Oportunidades	<p>Mercado en crecimiento.</p> <p>Los avances tecnológicos no suponen retraso en los procesos, debido a la gran cantidad de operaciones manuales.</p> <p>Nuevos enfoques empresariales que coadyuve a la satisfacción del cliente</p> <p>Poca competencia.</p> <p>Diseño e innovación de productos.</p>
Amenazas	<p>Demoras en la entrega de productos terminados (confeccionados)</p> <p>Captación de clientes por parte de la competencia.</p> <p>Equipos y máquinas de alta tecnología solo disponible para grandes empresas por los altos costos de operación.</p> <p>Poca oferta de capacitaciones en el área de la confección de vestidos.</p>

Fuente. Propuesta.

Una vez realizado el análisis tanto interno como externo de las pymes de la industria textil de la confección del vestido se realizó el análisis DAFO (Ver tabla en secuencia), de manera que fue posible determinar estrategias que sirvan para lograr objetivos a largo plazo.

Análisis DAFO

	Oportunidades	Amenazas
	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado en crecimiento. • Los avances tecnológicos no suponen retraso en los procesos, debido a la gran cantidad de operaciones manuales. • Nuevos enfoques empresariales que coadyuve a la satisfacción del cliente • Poca competencia. • Diseño e innovación de productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Demoras en la entrega de productos terminados (confeccionados) • Captación de clientes por parte de la competencia. • Equipos y máquinas de alta tecnología solo disponible para grandes empresas por los altos costos de operación. • Poca oferta de capacitaciones en el área de la confección de vestidos.
Fortalezas	Estrategias ofensivas (FO)	Estrategias defensivas (FA)
<ul style="list-style-type: none"> • Confianza en los clientes. • Las pymes del sector de confección del vestido tienen una estructura jerárquica flexible. • Precios bajos en comparación con las grandes empresas. • Atención personalizada al cliente. • Flexibilidad operacional. • Liderazgo gerencial claramente definido. • Estabilidad laboral 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de estrategias de control • Elaboración de portafolio de clientes reales y potenciales • Ofrecer al mercado nacional un portafolio mayor de productos, con promoción de la innovación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un sistema de evaluación de proveedores críticos • Desarrollar un sistema de cobranzas eficaz
Debilidades	Estrategias adaptativas (DO)	Estrategias de supervivencia (DA)
<ul style="list-style-type: none"> • Las empresas no cuentan con indicadores de gestión. • No cuentan con un modelo de control estratégico para el crecimiento e innovación. • Retardo en la entrega de productos 	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar a cabo un plan de mejora de la calidad • Desarrollar un plan de capacitación al personal 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer el control de gestión mediante indicadores • Mejorar la relación con los clientes • Determinar programas económicos para mejorar la infraestructura de los talleres

<ul style="list-style-type: none"> • Los objetivos y metas no están formalmente definidos. • Empresario de las pymes desconocen sobre modelos de control 	<ul style="list-style-type: none"> • de confección del vestido y renovación de maquinaria • Medir la calidad de servicio • Elaborar un plan de acción para responder a reclamos de clientes • Establecer un programa de reducción de costos operativos
--	--

Fuente. Propuesta.

Luego de conocer la realidad de las empresas del sector de la confección del vestido, gracias al análisis DAFO, fu necesario establecer objetivos, de modo que en los principales problemas que enfrentan sean cubiertos por estrategias que permitan que mejore la situación de este sector industrial. A continuación se presentan objetivos estratégicos

Objetivos estratégicos

Perspectiva	Objetivos estratégicos
Financiera	Disminuir los costos de producción Tecnificar el sistema de cobro Incrementar la rentabilidad de la empresa
Del cliente	Acrescentar el grado de satisfacción del cliente Incrementar el número de clientes
Procesos internos	Establecer un modelo de control estratégico y un plan de calidad total. Disminuir los tiempos de entrega del producto demandado Estandarizar los procesos.
Crecimiento y desarrollo	Generar planes de adiestramiento y capacitación Fomentar procesos de innovación

Fuente. Propuesta.

Establecimiento de estrategias a partir de los objetivos estratégicos de las empresas

Perspectiva	Objetivo estratégico	Estrategia
Financiera	Disminuir los costos de producción Tecnificar el sistema de cobro Incrementar la rentabilidad	Establecer un modelo de control interno alineado al concepto estratégico de la empresa que contemple indicadores de innovación definidos. Lograr el establecimiento de un sistema de cobranzas, que refleje el volumen de ventas y faciliten el pago de los impuestos.
De los clientes	Acrescentar el grado de satisfacción del cliente Incrementar el número de clientes	Desarrollar un programa de acción para incrementar la satisfacción de los clientes a través de la oferta de productos de calidad, consecución de cero demoras en los tiempos de entrega, establecimiento de costos competitivos, y un trato efectivo y directo con los líderes de la organización. Implementación de estrategias de control. Elaboración de portafolio de clientes reales y potenciales. Plan de acción para respuesta inmediata ante reclamos de clientes.
De los procesos internos	Establecer calidad total en los procesos	Aplicar un plan de control de calidad total por un período de 3 años.

De formación y crecimiento	Disminuir tiempo de entrega del producto	de	Definir y formalizar métodos de trabajo, incluyendo el control de tiempos para todos los procesos.
	Estandarización de procesos	de	
	Diseños de productos y/o procesos innovadores	y/o	Fomentar el trabajo en equipo, la motivación del trabajador y el uso de plataformas tecnológicas para la investigación.
	Generar planes de capacitación	de	Diseñar programas de capacitación permanente para el personal.

Fuente. Propuesta

Indicadores de gestión para la empresa del sector confecciones del vestido

Perspectiva Financiera

Perspectiva	Objetivo estratégico	Indicador	Cuantificador	Frecuencia de monitoreo
Financiera	Disminuir los costos de producción	Margen operativo	(Cantidad gastada/Cantidad presupuestada) x 100	Mensual
	Tecnificar el sistema de cobranzas	% Nivel de cumplimiento	(N° de actividades realizadas/N° de actividades programadas) x 100	Anual
	Incrementar la rentabilidad	Índice de rentabilidad	(Gastos netos/Total facturado) x 100	Mensual

Fuente. Propuesta

Perspectiva del cliente

Perspectiva	Objetivo estratégico	Indicador	Cuantificador	Frecuencia de monitoreo
Del cliente	Incrementar el portafolio de clientes	Cartera del cliente	(Clientes nuevos/Total de clientes) x 100	Mensual
	Acrescentar la satisfacción del cliente	Calidad de servicio	(N.º de ventas entregados/N.º de clientes satisfechos) x 100	Mensual

Fuente. Propuesta

Perspectiva de los procesos

Perspectiva	Objetivo estratégico	Indicador	Cuantificador	Frecuencia de monitoreo
De los procesos internos	Establecer calidad en los procesos	% Implementación de la gestión integral por calidad	(N° de actividades realizadas/N° de actividades programadas) x 100	Anual
	Controlar el tiempo de entrega del producto	% de cumplimiento de los tiempos de entrega	(tiempo planificado/tiempo real) x 100	Mensual
	Estandarización de procesos	% de implementación de procedimientos	(N° de procedimientos utilizados/N° procesos existentes) x 100	Mensual

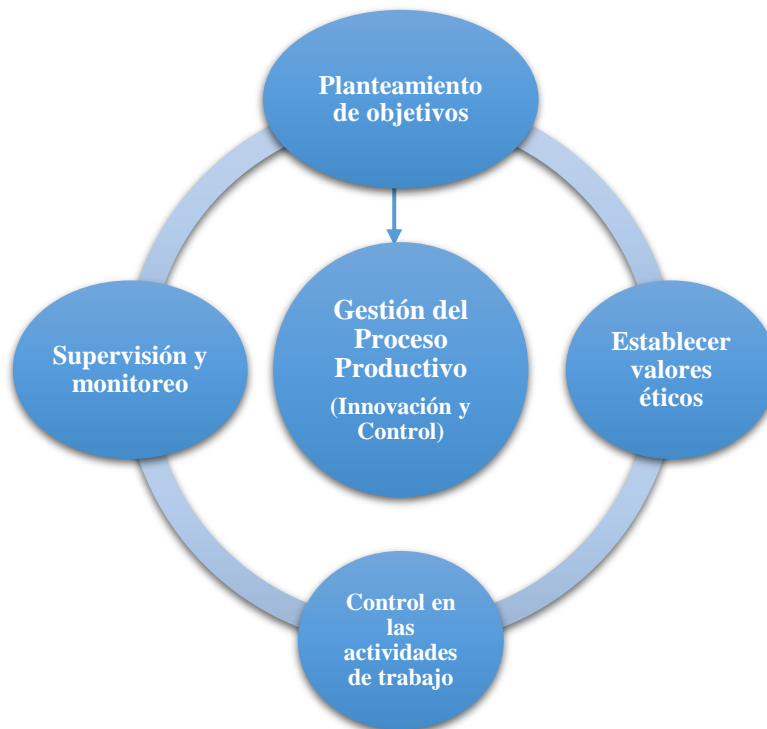
Fuente. Propuesta

Perspectiva de formación y crecimiento

Perspectiva	Objetivo estratégico	Indicador	Cuantificador	Frecuencia de monitoreo
De formación y crecimiento	Diseño de productos y/o procesos innovadores	% Nivel de Innovación	(N° de productos innovadores/N° total de productos) x 100	Anual
	Generar planes de capacitación	% Nivel de cumplimiento del adiestramiento	(N° de cursos realizados/N° de cursos programados) x 100	Anual

Fuente. Propuesta

Con el diagnóstico efectuado y el empleo del modelo COGE (Control en la gestión empresarial) en base a informes de registro COSO (Committee of sponsoring organization), COCO (Criteria of control), MICIL (Marco integrado de control interno latinoamericano). Después de un estudio de COSO-COCO-MICEL, se logró establecer indicadores y objetivos de acuerdo a la realidad que vive el sector de las pymes de la industria textil de confección del vestido de la provincia de Tungurahua, para apoyar a la dirección para un mejor control de la organización, por lo que se aplicó y se interrelacionó la estrategia con las perspectivas financieras del cliente, de los procesos internos y se consiguió el crecimiento y desarrollo dentro de un mercado competitivo y globalizado que exige cambios e innovación permanente con la aplicación del modelo COGE para a innovación y el control estratégico interno.



Fuente. Propuesta

Indicadores de innovación a operarse

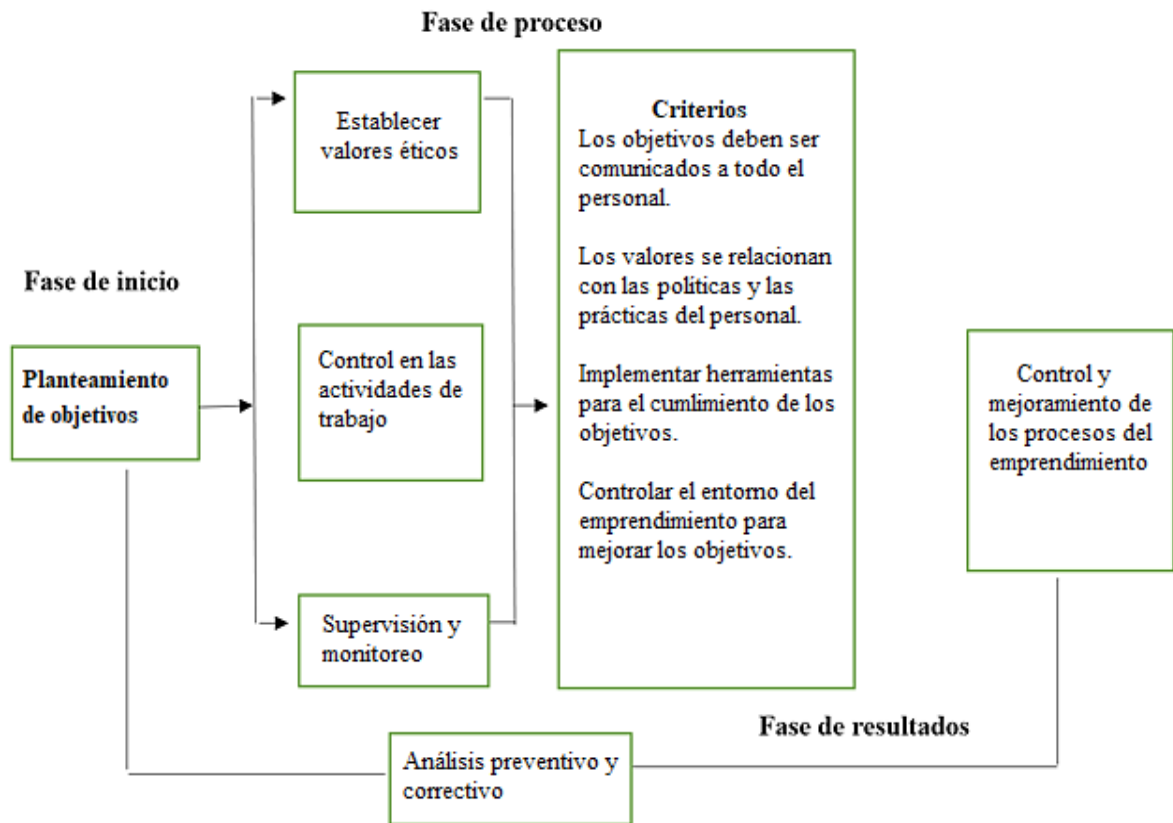
Indicador	Formula	Descripción
Financiamiento	Financiamiento adquirido/Valor económico tecnología adquirida \$	Asignación de recursos a nuevas tecnologías
	Número de productos ofrecido/ Tiempo en el mercado	Posicionamiento en el mercado
Mercado	Ventas de nuevo productos (innovaciones)/ventas totales	Participación de las innovaciones en el mercado
	Resultados del ejercicio de la empresa / Resultados totales del sector	Participación en el sector
Procesos internos	Nivel promedio de contaminación / unidades producidas	% de contaminación que produce las unidades producidas
	Numero de manuales de procedimientos realizados/ Numero de manuales de procedimientos aplicados	Aplicación y actualización de manuales de procedimientos
	Unidades producidas con maquinaria antigua / Unidades producidas con maquinaria de alta tecnología	Crecimiento de la producción con nueva tecnología
Producción	Capacidad utilizada/ capacidad máxima de los recursos	Personal que se utiliza vs el personal que se podría utilizar para incrementar la productividad
	Capacitaciones planificadas / capacitaciones ejecutadas	% de capacitaciones efectuadas en el año
Recursos Humanos	Número de participantes/ número de colaboradores	% de personal que participan en las capacitaciones
	Valor económico de tecnología adquirida/ Unidades producidas	Disminución del costo
Tecnología	Numero de mantenimiento recibidos/ valor pagado en el año	Frecuencia de mantenimiento de tecnología
	Gastos totales en I & D	Valor económico en gastos de innovación y desarrollo
	Gastos totales en I & D/ Ventas total	% de ventas que representan los gastos en I&D
	Ventas totales / Numero de ingenieros y científicos trabajando en proyectos de innovación	Participación de ingenieros y científicos en las ventas
	Nuevo de proyectos investigados / número de proyectos de I&D puestos en marca	% de proyectos ejecutados
Distribución	(Compra de maquinaria año 2 - Compra de maquinaria año 1) / compra de maquinaria año 1	Tasa de crecimiento de compra de maquinaria
	Ventas finales – ventas iniciales/ número de canales de distribución	Incremento de ventas debido a nuevos canales de distribución

Fuente. Propuesta

III. Modelo de control en la gestión empresarial de los emprendimientos COGE

Se plantea los componentes del modelo para el control en la gestión empresarial los cuales son: Planteamiento de objetivos, establecer valores éticos, control en las actividades de trabajo, y supervisión y monitoreo.

Considerando en cada proceso manejar criterios para el planteamiento de objetivos y el control y mejoramiento de los procesos del emprendimiento que al correlacionar se efectúa un análisis preventivo y correctivo que es la fase de resultados para prever mejoras en las empresas de estudio



Fuente: Propuesta

Programación de las operaciones Modelo COGE

a. Cumplimiento de objetivos

Sistema del modelo COGE		
Procedimientos del componente: Cumplimiento de objetivos		
Criterio: Informar objetivos al personal para prevenir y corregir riesgos.		
Objetivo: Constatar que el personal cumpla con los objetivos programados mediante políticas.		
No.	Actividad	Responsable
1	Se socializará los objetivos que se desea alcanzar en el emprendimiento mediante reuniones y documentos escritos.	Gerente o propietario
2	Se realizará control continuo, se supervisará mensualmente las metas establecidas de cada empleado, para garantizar el cumplimiento de los objetivos	Gerente o propietario
3	Se identificará falencias en las áreas, si hay problemas se reforzará el área que necesite apoyo para lograr los objetivos.	Todo el personal
4	Se medirá el área financiera mediante un indicador para potencializar las ganancias y recuperar el capital invertido del emprendimiento de manera anual.	Supervisor
5	Se establecerá fechas para el cumplimiento de los objetivos programados.	Gerente o propietario
6	Se realizará documentos que conste la actividad, fecha de cumplimiento de objetivos, nombre y firma del empleado.	Supervisor
7	Se informará mediante reuniones las políticas del negocio, en el caso de no cumplir con las metas, tendrá 3 llamados de atención, si reincide será sancionado.	Gerente o propietario
8	Se analizará y establecerá mayor prioridad a los riesgos que afecten el logro de los objetivos.	Empleados de cada área
9	Cuatrimestralmente se facilitará al personal capacitaciones para el logro de objetivos, motivación, identificar y prevenir riesgos, entre otras.	Gerente o propietario
10	Se desarrollará manuales de descripción de puestos que describa las actividades a realizar cada empleado.	Gerente o propietario
11	Cada mes se realizarán reuniones para socializar las políticas de apoyo, logro de objetivos y metas de cada empleado.	Gerente o propietario
12	Lo establecido en las reuniones se imprimirá en un documento, este informe será entregado a cada empleado.	Supervisor
13	El supervisor realizará informes del logro de las metas programadas, para entregar al gerente para su análisis.	Supervisor

Fuente: Propuesta

b. Planes estratégicos

Sistema del modelo COGE		
Procedimientos del componente: Planes estratégicos		
Criterio: Establecer planes estratégicos, que se base en metas, parámetros e indicadores de medición.		
Objetivo: Identificar el logro de los objetivos establecidos, optimizando recursos y tiempo del emprendimiento.		
No.	Actividad	Responsable
1	Cada empleado deberá realizar una prueba de aptitudes, habilidades, conocimientos antes de ingresar a laborar en el emprendimiento.	Gerente o propietario
2	Todos los días el supervisor se encargará de controlar internamente las actividades del personal.	Supervisor
3	Cada colaborador deberá poseer una copia de los planes programados para su cumplimiento efectivo.	Todo el personal
4	Cada colaborador debe registrar el cumplimiento diario de sus actividades, metas antes de retirarse.	Todo el personal
5	Se medirá el desempeño del colaborador con referencia a los resultados obtenidos y mediante un indicador para incrementar la eficiencia y eficacia de las acciones se lo realizará de forma mensual	Supervisor
6	Se brindará incentivos a los mejores colaboradores, trimestralmente.	Gerente o propietario

Fuente: Propuesta

c. Instaurar valores éticos

Sistema del modelo COGE		
Procedimientos del componente: Establecer valores éticos		
Criterio: Incentivar al personal a practicar valores éticos.		
Objetivo: Comunicar a todo el personal sobre los valores éticos para que lo cumplan, en base a lograr las metas.		
No.	Actividad	Responsable
1	Cada empleado debe recibir los valores éticos y su significado en documentos impresos.	Supervisor
2	En el lugar de trabajo debe ubicarse los valores éticos que este a la vista.	Supervisor
3	Se incentivará de manera verbal en las reuniones al empleado que mejor practique los valores éticos.	Gerente o propietario
4	Se fomentará el trabajo en equipo, con un buen ambiente de trabajo en base a los valores éticos.	Gerente o propietario
5	Se realizará llamado de atención mediante memos, si infringe por cuarta vez se aplicará una sanción pecuniaria o visto bueno.	Gerente o propietario
6	El talento humano será reconocido moral y materialmente, se eliminará la rivalidad o enfrentamientos entre empleados.	Gerente o propietario

Fuente: Propuesta

d. Responsabilidades

Sistema del modelo COGE		
Procedimientos del componente: Responsabilidades		
Criterio: La autoridad y las responsabilidades deben ser definidas para el personal.		
Objetivo: Establecer autoridad y responsabilidad.		
No.	Actividad	Responsable
1	Mediante el organigrama organizacional se cubrirá los puestos o vacantes, se elegirá a los candidatos más aptos.	Gerente o propietario
2	Se realizará documentos que conste la actividad, fecha de cumplimiento de objetivos, nombre y firma del empleado.	Gerente o propietario
3	Las vacantes serán ocupadas de acuerdo a su grado de conocimiento, responsabilidad, estudios.	Gerente o propietario
4	Se socializará a todo el personal sus obligaciones, funciones, actividades, sus superiores y subalternos.	Gerente o propietario
5	Supervisar que el personal cumpla con lo programado.	Supervisor
6	Adoptar sugerencias del personal para toma de decisiones.	Gerente o propietario
7	Cada mes se realizarán reuniones para socializar las políticas de apoyo, logro de objetivos y metas de cada empleado.	Gerente o propietario y supervisor

Fuente: **Propuesta**

e. Ambiente de trabajo

Sistema del modelo COGE		
Procedimientos del componente: Ambiente de trabajo		
Criterio: Se impulsará un buen ambiente para trabajar en el emprendimiento.		
Objetivo: Fomentar un buen ambiente de trabajo para mejorar el compañerismo en el emprendimiento.		
No.	Actividad	Responsable
1	Se promoverá la comunicación, dar puntos de vista, opiniones y sugerencias entre todos los niveles jerárquicos.	Gerente o propietario
2	El Gerente o propietario y el supervisor debe tratar a todo el personal por igual.	Gerente o propietario
3	Los llamados de atención se lo realizarán en privado.	Gerente o propietario
4	Mantener en secreto información del trabajo.	Personal

Fuente: Propuesta

f. Control en actividades de trabajo

Sistema del modelo COGE		
Procedimientos del componente: Control en actividades de trabajo		
Criterio: Para que el personal cumpla con los objetivos programados, se debe implementar herramientas de guía y soporte		
Procedimientos del componente: Control en actividades de trabajo		
No.	Actividad	Responsable
1	En el proceso de selección del personal, el gerente o propietario debe certificar que la persona a contratar, cumpla con el nivel de preparación académica y experiencia suficiente.	Gerente o propietario
2	Analizar el desempeño de cada uno de los empleados, para crear carreras en la que el empleado ascienda de puesto de acuerdo a sus habilidades, conocimientos.	Todo el personal
3	Actualizar constantemente el currículo de los empleados, de acuerdo a capacitaciones con sus certificados, títulos, entre otros.	Supervisor
4	Después de la capacitación y desempeño en sus labores cada empleado deberá realizar exposiciones sobre temas del giro de negocio a todo el personal, fortaleciendo sus conocimientos y de los demás.	Todo el personal

Fuente: Propuesta

g. Medios de comunicación

Sistema del modelo COGE		
Procedimientos del componente: Medios de comunicación		
Criterio: Realizar y comunicar informes de las actividades del personal.		
Objetivo: Implantar medios de comunicación en el emprendimiento.		
No.	Actividad	Responsable
1	Mediante reuniones periódicas se informará y recordará a los colaboradores temas relacionados con el negocio como: misión, visión, valores, objetivos a cumplirse, cambios en el entorno del mercado, entre otros.	Gerente o propietario
2	Se realizará encuestas a los clientes semestralmente para conocer sugerencias y recomendaciones para mejorar el servicio y los productos que oferta el negocio.	Empleados
3	En las reuniones se analizará toda la información recabada de las actividades del personal, sugerencias, recomendaciones para tomar decisiones y contribuir a la mejora continua del emprendimiento.	Todo el personal
4	Es importante respaldar las actividades, responsabilidades, reuniones e información, en base a documentos escritos y correos electrónicos.	Todo el personal
5	Se debe contar con información financiera analizada por un experto, para conocer si existen pérdidas o ganancias, proyectar ganancias en el futuro.	Contador (a)
6	Todo el personal tiene responsabilidad en el control en la gestión empresarial.	Todo el personal

Fuente: Propuesta

h. Supervisión y monitoreo

Sistema del modelo COGE		
Procedimientos del componente: Supervisión y monitoreo.		
Criterio: Se controlará el entorno del emprendimiento para fortalecer sus actividades		
Objetivo: Comprobar la efectividad del control en la gestión empresarial.		
No.	Actividad	Responsable
1	Todos los días se verificará el cumplimiento de las actividades y sus logros.	Supervisor
2	El supervisor debe emitir al gerente o propietario, informes del cumplimiento de las metas programadas.	Supervisor
3	Fijar metas semanales, mensuales al personal para el beneficio económico del emprendimiento.	Supervisor
4	Realizar planes de mejora continua cuando los empleados no cumplan con la meta.	Empleados
5	El software que se aplique en la empresa, proporcionará datos cualitativos y cuantitativos del emprendimiento.	Empleados.
6	Controlar las funciones de los empleados de acuerdo al manual de funciones.	Supervisor

Fuente: Propuesta

i. Mejora continua

Sistema del modelo COGE		
Procedimientos del componente: Mejora continua		
Criterio: Controlar y Reforzar los objetivos, para percibir la eficacia, eficiencia y la mejora seguida en el emprendimiento.		
Objetivo: Mejorar actividades en el cual permita prevenir y corregir insuficiencias para conseguir el logro de los objetivos.		
No.	Actividad	Responsable
1	Anualmente se realizará una reingeniería de los objetivos, metas, planes para la mejora continua del emprendimiento.	Líder administrativo
2	Diseñar un plan de acciones a través de e-branding para el posicionamiento de la marca y ventas.	Todo el personal
3	Realizar un documento en el cual se optimice recursos y tiempos.	Todo el personal
4	Evaluar con pruebas teóricas y prácticas cada cuatro meses, para pulir el desempeño del personal, ofreciendo mejor servicio y productos de calidad.	Todo el personal
5	Documentar con fechas y formas las actividades de los empleados.	Todo el personal
6	Con la información recabada se mejorará el control en la gestión empresarial.	Gerente o propietario

Fuente: Propuesta

Implementación del modelo

La prueba y adaptación de las estrategias para el control interno tiene directamente que ver con el talento humano porque es importante, el entrenamiento, capacitación, cumplimiento ético, moral, la conformación de habilidades y confianza. Con estos elementos relacionando al trabajo de cada colaborador se va a crear nuevas ideas y oportunidades internas, externas para fidelizar clientes, mejorar calidad en los productos o servicios, para no desaparecer del mercado y generar utilidad económica.

Según Albornoz (2014) el control y aprendizaje es un elemento obligatorio, no es un tema nuevo para las empresas y sus directivos, en la mayoría de investigaciones ya han desarrollado modelos o sustentan su información en base a los informes COSO, COCO y MICIL, igualmente existen barreras y desafíos, cumplimiento de exigencias. Este proceso integra la información sobre las operaciones y la estrategia a una estructura de reuniones de revisión de la gestión diseñada con sumo cuidado. Las empresas para innovar su organización empresarial deben planificar emprendimientos y comenzar a desempeñar reportes financieros confiables, efectividad en sus operaciones, seguimiento y monitoreo en planes estratégicos para mejorar las áreas de la empresa.

Lograr el control en la gestión empresarial

Bahía, Bandeira, & Spuldaro (2018) para lograr un proceso de cambio en la implementación de control estratégico interno en una organización es necesario partir desde la parte operativa del país, en donde se facilite capacitaciones en diferentes ramas financieras, conocimientos, especialización, captación de clientes, atención a clientes, entre otras. Cabe destacar que en Tungurahua si se cuenta con entidades públicas y privadas que brindan este tipo de soporte técnico al que quiere emprender, los resultados promueven cambios en el estilo de trabajo de las personas dentro de las empresas, a su vez existe una correlación rígida en el control, convirtiéndola en una ley de trabajo para cada individuo que se desenvuelve en un puesto laboral.

Por eso es importante contar con profesionales externos denominados consultores, que den soporte y que a la vez den puntos de vista diferentes más técnicos que el de los que trabajan dentro de alcanzar un emprendimiento, además que es necesario implementar nuevos indicadores de innovación con metodologías modernas y de acuerdo a su identidad y necesidad para un cambio empresarial, es por ello que se utiliza informes e indicadores para medir el control empresarial.

Evaluación

Cada organización tiene una meta que se basa en el acatamiento de objetivos a corto, mediano plazo, las estrategias son necesarias para alcanzarlos, los directivos analizan categorías operacionales optimizando recursos. La implementación del modelo de control debe ir ligado con indicadores de innovación para fundamentar o medir la satisfacción financiera, de clientes, en los procesos internos y el crecimiento de la empresa. (Dutta, 2018)

A continuación, se presenta los indicadores para medir el control en la gestión empresarial:

Diseño de indicadores estratégicos para la industria textil confección del vestido

Indicadores de control en la gestión empresarial		
Control en la Gestión empresarial	Objetivos estratégicos	Nombre del indicador
Financiero	Incrementar los ingresos del emprendimiento.	Recuperación del capital invertido
Clientes	Incrementar la satisfacción de clientes, con valor agregado.	Satisfacción de los clientes
Procesos internos	Fortalecer eficiencia y eficacia en actividades del emprendimiento	Calidad en procesos
Crecimiento	Capacitar al talento humano para incrementar la satisfacción del cliente externo.	Fidelización de clientes

Fuente: Propuesta

Indicadores financieros

a. Recuperación del capital invertido

Perspectiva	Financiera
Objetivo	Potencializar las ganancias del emprendimiento
Indicador	Recuperación del capital invertido
Descripción	Comprueba como recuperan el capital invertido, mide los recursos de la empresa
Frecuencia de medición	Anual
Clasificación	Eficiente
Unidad de medida	%

Riesgo: No se puede constituir el índice del capital invertido retornado de las utilidades. **Seguimiento:** por parte del departamento contable, presentando reportes de los valores invertidos y utilidades reflejados en ventas.

Fórmula:

$$R.C.I = \frac{T.A}{B,N+A} * 100$$

Donde:

R.C.I= Recuperación del capital invertido

T.A= Total activo

B.N= Beneficios netos

A= Amortizaciones

Fuente: Propuesta

Indicadores clientes

b. Satisfacción de los clientes

Perspectiva	Clientes
Objetivo	Incrementar la satisfacción de clientes, con valor agregado.
Indicador	Satisfacción de clientes
Descripción	Mide la satisfacción del cliente con relación de la calidad del producto y servicios que aprecia en el momento de comprar.
Frecuencia de medición	Semestral
Clasificación	Efectividad
Unidad de medida	%
Rango: 0-50% es deficiente 51-70% es Insuficiente 71-85% es aceptable 86-100% es Ideal	
Fórmula:	<p>Donde: I.N.S= Indicador neto de satisfacción de clientes A= No. de respuestas para muy insatisfechos B= No. de respuestas para insatisfechos C= No. de respuestas para neutro D= No. de respuestas para satisfecho E= No. de respuestas para muy satisfechos N= Suma de todas las anteriores (A+B+C+D+E)</p>
<p>Formula:</p> $I.N.S = \frac{(A \cdot 0) + (B \cdot 25) + (C \cdot 50) + (D \cdot 75) + (E \cdot 100)}{N}$	

Fuente: Propuesta

Procesos internos

b. Calidad en procesos

Perspectiva	Procesos internos
Objetivo	Fortalecer eficiencia y eficacia en actividades del emprendimiento
Indicador	Calidad en procesos
Descripción	Mide el % de inconvenientes que se muestran en el proceso diario del emprendimiento.
Frecuencia de medición	Mensual
Clasificación	Eficiencia
Unidad de medida	%
Rango: 0-50% es Deficiente 51-70% es Insuficiente 71-85% es Aceptable 86-100% es Ideal	
Riesgo: No se podrá tomar acciones correctivas para solucionar problemas del área.	Seguimiento: deberá hacerlo el área administrativa para resolver problemas de manera oportuna.
Fórmula:	<p>Donde: C.P= Calidad del proceso N.I= No. De índices de actividades T.A= total de actividades</p>
<p>Formula:</p> $\%C.P.L = \frac{N.I}{T.A} * 100$	

Fuente: Propuesta

Crecimiento

c. Fidelización de clientes

Perspectiva	Procesos crecimiento
Objetivo	Capacitar al talento humano para incrementar la satisfacción del cliente externo.
Indicador	Fidelización de clientes
Descripción	Identifica el número de clientes nuevos en el año con referencia al número de clientes del año anterior.
Frecuencia de medición	Mensual
Clasificación	Eficacia
Unidad de medida	%
Rango: 0-50% es Deficiente 51-70% es Insuficiente 71-85% es Aceptable 86-100% es Ideal	
Riesgo: Si no se mide la fidelidad del cliente, no se puede constituir operaciones para seguir realizándolas.	Seguimiento: Deberá hacerlo el área comercial del emprendimiento, con respecto a la cantidad de clientes nuevos que se consiguieron en un periodo.
Fórmula: $N.F = (N.C.A - N.C)$	Donde: N.F= Nivel de fidelización N.C.A= No. de clientes actuales N.C= No. de clientes año anterior

Fuente: Propuesta

Proceso

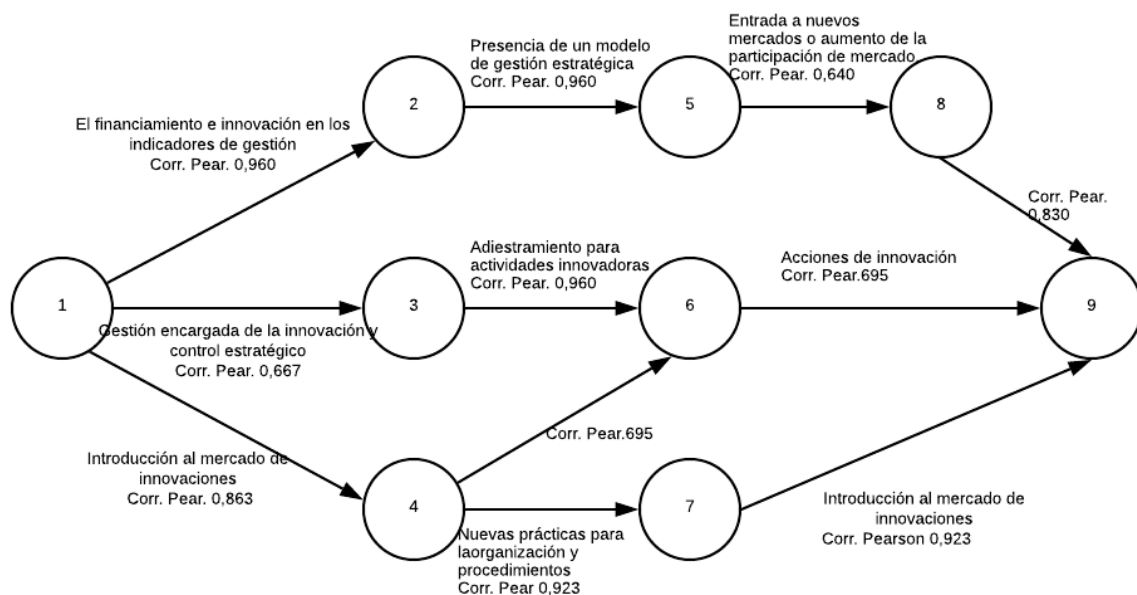
d. Evaluación de la estrategia

Los delegados de tomar decisiones en una empresa, son el personal del área administrativa, porque evalúan el funcionamiento de las estrategias con sus resultados. En efecto, para evaluar la estrategia es probar y aplicar el modelo de control COGE para la gestión empresarial de los emprendimientos, del sector servicio comercial, actividades empresariales. Los resultados del modelo van a garantizar que las actividades se desarrollen de acuerdo a lo planificado, cumplimiento de objetivos, metas, actividades, las funciones y responsabilidades de los colaboradores van a ser efectivos, tener valor agregado en sus productos o servicios, crear competitividad ante otros negocios, generar utilidades, en cuanto a los clientes externos se va a satisfacer necesidades, y fidelizar clientes.

En las encuestas ejecutadas anteriormente presentan datos de la ubicación de los negocios, con cuánto a empleados que trabajan, si presentan un control en sus actividades, valores de pérdidas y ganancias en el sector de la confección del vestido en la provincia de Tungurahua. Es por ello que en la propuesta de la presente investigación se emplea un nuevo modelo para el control estratégico empresarial interno para los emprendimientos, mediante estrategias, nuevas propuestas e indicadores de innovación que se evalúan de forma cuantitativa y cualitativa en las actividades.

DIAGRAMA DE NODOS CON CORRELACIONES

En el siguiente grafico se puede apreciar relación presente entre las variables del presente proyecto. En este sentido se tomó en cuenta los valores p significativos de la tabla 38, siendo estos 0,000 lo cual hace la correlación presente entre variables sean válidas en la analogía del diagrama de nodos. Cabe mencionar que la correlación Pearson acepta relaciones significativas mayor o igual a 0,500; por lo que se entiende que mientras más cercano sea al número uno mayor será su relación entre variables.



Elaborado por. Cobo, Paúl (2020)
2020/06/02

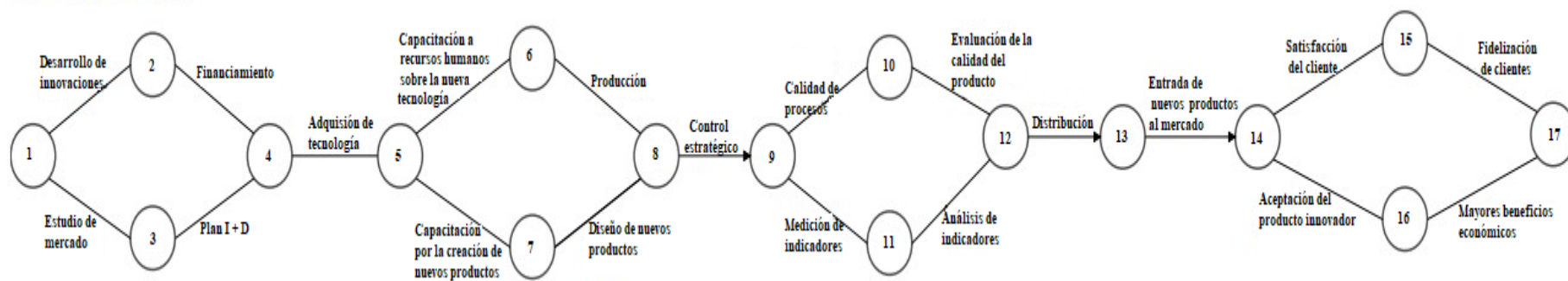
DIAGRAMA DE NODOS

En el siguiente gráfico se aprecia el diagrama de nodos o PERT, esta figura se encuentra basada en las preguntas de la encuesta aplicada a las diferentes empresas del sector textil de Tungurahua, por lo que se toma en cuenta a actividades que se llevan a cabo para la innovación y control estratégico. Cabe mencionar que este diagrama hace referencia a partes específicas del marco teórico como por ejemplo los indicadores de innovación y su medición, así también la gerencia y cultura empresarial.

En este sentido, y basado principalmente en el instrumento de observación se creó 17 actividades con su respectiva descripción e importancia para la innovación y el control estratégico de las empresas textiles de Tungurahua. Es así que el desarrollo de innovaciones se encuentra como primera actividad en el presente proyecto ya que desde ese punto parte un estudio de mercado que es esencial para conocer la aceptación del nuevo producto en el mercado, lo que permitirá innovar mediante la implementación de nuevas tecnologías a través de la adquisición de un financiamiento para la compra de maquinaria, equipos y software sofisticados que impulse el crecimiento de la empresa.

Por consiguiente será necesario que los recursos humanos de la empresa sean capacitados tanto en la nueva tecnología como en la creación de nuevos productos, una vez realizado esto se procederá al diseño adecuado del nuevo producto y su producción, de manera que al culminar los procesos se logre un control estratégico para identificar la calidad de procesos de modo que se logre medir estratégicamente con la utilización de indicadores con el fin de analizarlos y medirlos. Con el propósito de distribuir el nuevo producto en el mercado se observará los mejores canales de distribución que permita crear nichos en el mercado para satisfacer al cliente y fidelizarlos generando así un mayor nivel de beneficios económicos para la entidad

Diagramas de nodos



Elaborado por. Cobo, Paúl (2020)
2020/06/02