



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**LA DESLOCALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA
INDUSTRIA TEXTIL DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

**Trabajo de Titulación para optar al título de licenciatura en
Administración de Empresas.**

Autor:

Pintag Sinchi Lizbeth Nataly

Tutor:

PhD. Ayavari Nina Victor Dante

Riobamba, Ecuador. 2022

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Lizbeth Nataly Pintag Sinchi, con cédula de ciudadanía 060517663-5, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: La deslocalización y su incidencia en la industria textil de la provincia de Chimborazo certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba,




LIZBETH NATALY PINTAG SINCHI

C.I:060517663-5

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, **Victor Dante Ayavari Nina** catedrático adscrito a la Facultad de Administración de Empresas por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación La deslocalización y su incidencia en la industria textil de la provincia de Chimborazo, bajo la autoría de **Lizbeth Nataly Pintag Sinchi**; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 19 del mes de julio del 2023



PhD. Dante Ayavari
TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

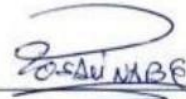
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **La deslocalización y su incidencia en la industria textil de la provincia de Chimborazo**, presentado por Pintag Sinchi Lizbeth Nataly, con cédula de identidad número 060517663-5, bajo la tutoría de Dr. Victor Dante Ayavari Nina; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a la fecha de su presentación.

Presidente del Tribunal de Grado
PhD. Martha Lucia Romero Flores



Miembro del Tribunal de Grado
Mgs. Rosalina Ivonne Balanzategui Garcia



Miembro del Tribunal de Grado
Mgs. Mariela Hidalgo Mayorga



CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Original



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



CERTIFICACIÓN

Que, **PINTAG SINCHI LIBBETH NATALY**, con **CC: 060517663-5**, estudiante de la **Carrera ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, Facultad de **CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**LA DESLOCALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA INDUSTRIA TEXTIL DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO**", cumple con el **7%**, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 06 de agosto de 2023

PhD. Dante Ayaviri
TUTOR(A)

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi madre Ángela, quien con su amor y apoyo incondicional me han permitido llegar a concluir con esta meta, por haberme inculcado valores y dedicación siendo siempre mi ejemplo, para seguir adelante y por ser la mejor madre que Dios me pudo dar.

A mi hija por darme fortaleza y fuerzas para seguir adelante y ser el mayor tesoro en mi vida y la más grande felicidad en la vida.

A mis primos, abuelita, tíos y tías por acompañarme en cada escalón de mi vida con sus consejos que me alentaban a no rendirme ante las adversidades.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme salud, sabiduría y vida para así poder salir adelante y cumplir mis metas, por ser mi guía y permitirme llegar a esta meta, a mi familia por su amor confianza y acompañamiento, en especial a mi madre que es una mujer luchadora y gracias a ella logre cumplir esta meta.

A la Universidad Nacional de Chimborazo y a cada docente de la carrera de Administración de Empresas por impartir sus conocimientos en el aula de clases.

Especialmente a mi tutor PhD. Dante Ayaviri por su paciencia, acompañamiento y asesoría para el desarrollo de este trabajo.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO DE ANTIPLIAGO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE GRÁFICOS	
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	
ÍNDICE DE FIDURAS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I.....	16
1. INTRODUCCION.....	16
1.1. Problema.....	18
1.1.1. Planteamiento del Problema.....	18
1.1.2. Formulación del problema.....	19
1.1.3. Justificación.....	20
1.2. Objetivos.....	21
1.2.1. Objetivo General.....	21
1.2.2. Objetivos Específicos.....	21
CAPÍTULO II.....	22
2. MARCO TEORICO.....	22
2.1. Estado de Arte.....	22
2.1.1. Antecedentes.....	22
2.2. Fundamento Teórico.....	26
2.2.1. Provincia de Chimborazo.....	27
2.2.1.1. Historia.....	27
2.2.2. Distrito Industrial.....	27
2.2.3. Concepto de Industria.....	29
2.2.4. Clases de industria.....	29
2.2.4.1. Industria según el volumen de materia prima.....	30
2.2.4.2. Industria según el nivel de desarrollo.....	30
2.2.4.3. Industrias según su territorio de actividad.....	30

2.2.5. <i>Concepto de Industria textil</i>	31
2.2.6. <i>Inicios de la industria Textil</i>	31
2.2.7. <i>Tipos de industrias en la provincia de Chimborazo</i>	32
2.2.8. <i>Industria textil en el Ecuador</i>	32
2.2.9. <i>Deslocalización</i>	35
2.2.9.1. <i>Concepto de deslocalización</i>	35
2.2.9.2. <i>Proceso de Deslocalización.</i>	37
2.2.9.3. <i>Fases de la deslocalización.</i>	38
2.2.9.4. <i>Deslocalización en América Latina</i>	40
2.2.9.5. <i>Tipos de deslocalización</i>	43
2.2.9.6. <i>Razones por las cuales las empresas realizan una deslocalización</i>	44
2.2.9.7. <i>Factores de la deslocalización</i>	44
CAPÍTULO III	49
3. METODOLOGIA.....	49
3.1. <i>Tipo de investigación</i>	49
3.2. <i>Método</i>	49
3.3. <i>Diseño de la investigación:</i>	50
3.3.1. <i>Investigación no experimental</i>	50
3.3.2. <i>Diseño de investigación transversal o transaccional</i>	50
3.4. <i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos.</i>	51
3.4.1. <i>Técnicas</i>	51
3.4.2. <i>Instrumentos</i>	51
3.5. <i>Población de estudio y tamaño de muestra</i>	52
3.5.1. <i>Población</i>	52
3.6. <i>Hipótesis</i>	52
3.7. <i>Métodos de análisis, y procesamiento de datos</i>	53
CAPÍTULO IV	54
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	54
4.1. <i>Análisis de los resultados</i>	54
4.2. <i>Comprobación de la Hipótesis</i>	70
4.2.1. <i>Análisis de Chi-cuadrado</i>	70
4.2.2. <i>Análisis de Regresión Lineal múltiple</i>	71
CAPÍTULO V.	77

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	77
5.1. CONCLUSIONES	77
5.2. RECOMENDACIONES	78
6. BIBLIOGRAFÍA	79
7. ANEXOS	86
Anexo 1:	86
Anexo	87
Anexo 3	89
Descripción de Empresas encuestadas	89
1. JHONATEX.....	89
2. ASOTEXPEX	89
3. LIDO´S SPORT	90
4. SACHA	90
5. HEMCITEX.....	90
6. TEXTILES CEPEDA	91
7. FAMTEX	92
8. FABRITEXTIL.....	92
9. RIO TEXTIL.....	93
10. INDUVEST S.A	93
11. KAPITEX	94
12. G S TEXTIL	95
13. NEYMATEX	95
14. MAGUITEX	96
15. CREANDO SUEÑOS.....	96
Anexo 4:.....	97

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Aporte de la industria textil a la economía del país	33
Tabla 2 Factores de la deslocalización.	45
Tabla 3 Número de industrias textiles de la provincia de Chimborazo.....	52
Tabla 4 Pregunta N°1 ¿Usted considera que es importante tomar en cuenta la deslocalización como una estrategia de expansión?.....	54
Tabla 5 Pregunta N° 2 ¿Cuántos números de planes empresariales cuenta la empresa? 55	
Tabla 6 Pregunta N° 3 ¿Con cuántos tipos de estrategias cuenta la empresa para mejorar la producción de unidades ?.....	56
Tabla 7 Pregunta N° 4 ¿Usted considera que su empresa cuenta con la capacidad de generar competitividad?	57
Tabla 8 Pregunta N° 5 ¿Cuántas unidades fabrica la empresa semanalmente?	58
Tabla 9 Pregunta N° 6 ¿Cuál es el costo de fabricación de las prendas que ofrece la empresa.....	58
Tabla 10 Pregunta N° 7 ¿Cuál es el número de bienes con la que cuenta la empresa?...59	
Tabla 11 Pregunta N° 8 ¿Usted considera que la empresa debe considerar la reducción de costos dentro de sus estrategias?	60
Tabla 12 Pregunta N° 9 ¿Cuál es el tiempo de producción referente a las prendas que confeccionan?	61
Tabla 13 Pregunta N° 10 ¿Cuantas sucursales tiene la empresa?	62
Tabla 14 Pregunta N° 11 ¿Cuál es el número de clientes con el que cuenta la empresa?	63
Tabla 15 Pregunta N° 12 ¿Usted considera que la deslocalización de las industrias textiles disminuirá los costos de producción?.....	64
Tabla 16 Pregunta N° 13 ¿Usted considera que es importante tener una cartera de productos orientados al mercado?	65
Tabla 17 Pregunta N° 14 ¿Cuál es el nivel de ventas que tiene la empresa mensualmente?	66
Tabla 18 Pregunta N° 15 ¿Usted considera que la estabilidad de precios es importante para mantenerse dentro del mercado?	67
Tabla 19 Pregunta N° 16 ¿Usted considera que la diversificación de productos es indispensable para obtener más clientes?	68

Tabla 20 Pregunta N° 17 ¿Cuál es el porcentaje de participación que la empresa tiene dentro del mercado?.....	69
Tabla 21 Chi- Cuadrado	71
Tabla 22 Codificación de variables	71
Tabla 23 Resumen de modelo	73
Tabla 24 Anova	74
Tabla 25 Coeficientes	74

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1.	38
---------------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ventas del sector textil en millones	34
Figura 2 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 2, para la variable deslocalización	54
Figura 3 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 2, para la variable deslocalización.	55
Figura 4 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 3, para la variable deslocalización	56
Figura 5 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 4, para la variable deslocalización	57
Figura 6 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 5, para la variable deslocalización.	58
Figura 7 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 6, para la variable deslocalización	59
Figura 8 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 7, para la variable deslocalización	60
Figura 9 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 8, para la variable deslocalización	60
Figura 10 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 9, para la variable deslocalización	61
Figura 11 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 10, para la variable deslocalización	62
Figura 12 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 11, para la variable deslocalización	63
Figura 13 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 12, para la variable industria textil	64
Figura 14 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 13, para la variable industria textil	65
Figura 15 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 14, para la variable industria textil	66
Figura 16 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 15, para la variable industria textil	67
Figura 17 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 16, para la variable industria textil	68
Figura 18 Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 17, para la variable industria textil	69

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se desarrolló en la provincia de Chimborazo con el fin de determinar los procesos de deslocalización y su incidencia en el sector industrial. En la provincia de Chimborazo, la industria textil juega un papel fundamental en la economía local y se considera como una de las actividades primordiales para el desarrollo industrial de la provincia, por lo que se considera adecuado realizar una investigación que incentive a implementar nuevas estrategias que ayude a la producción, la expansión y la reducción de costos como es la deslocalización. Por lo cual se empleó el método hipotético deductivo, por medio de la investigación descriptiva, se implementó dos diseños de investigación, no experimental y transversal o transaccional.

La población estudiada en esta investigación fueron 15 industrias textiles quienes brindaron la información necesaria para el estudio, el instrumento empleado para recolectar la información fue una encuesta en la cual se realizó 17 preguntas, se comprobó la hipótesis mediante el chi-cuadrado y la regresión lineal múltiple mediante el cual se determinó la incidencia de la variable dependiente deslocalización y la independiente industria textil.

Palabras claves: estrategia, industria textil, expansión, reducción de costos

ABSTRACT

This research work was developed in the Chimborazo province to determine the offshoring processes and their impact on the industrial sector. The textile industry is fundamental to the local economy in the Chimborazo province. It is considered one of the main activities for the region's industrial development, so it is considered appropriate to conduct research that encourages implementing new strategies to help production, expansion, and cost reduction, such as offshoring. Therefore, the hypothetical deductive method was using through descriptive research. Two research designs were implemented: non-experimental and transversal or transactional.

The population studied in this research were 15 textile industries, which provided the necessary information. The instrument used to collect the data was a survey in which seventeen questions were asked. The hypothesis was tested using chi-square and multiple linear regression through which the incidence of the dependent variable offshoring and the independent variable textile industry was determined.

Keywords: strategy, textile industry, expansion, cost reduction.



Firmado electrónicamente por:
ANA ELIZABETH
MALDONADO LEON

Reviewed by:
Ms.C. Ana Maldonado León
ENGLISH PROFESSOR
C.I.0601975980

CAPÍTULO I.

1. INTRODUCCION.

Las empresas textiles enfrentan problemas que dificultan el rendimiento y el crecimiento de la empresa puesto que en la actualidad la falta de acuerdos internacionales y las importaciones asiáticas de productos de bajo costo provocan una crisis afectando de forma directa e indirecta a la economía del país ya que las industrias textiles influye de manera considerable al PIB del país, por lo cual los directivos de las empresas textiles buscan alternativas que aporten a la expansión, la internacionalización de la empresas y a la sostenibilidad de la empresa, una de las formas que se está practicando por empresas es la deslocalización puesto que ayuda a mejorar su capacidad de competitividad en el mercado y aumentar su margen de beneficios, ya que la deslocalización traslada áreas específicas o la empresa en su totalidad a países desarrollados debido a que estos países brindan ventajas como menores costes y maquinaria con tecnología de punta consiguiendo innovación del producto y a reducir tiempos de fabricación.

Por lo tanto, se puede mencionar que la deslocalización es una estrategia que busca reducir los costos de la empresa con la finalidad de obtener ventaja competitiva con relación a otras empresas ya que la deslocalización permite colocar los productos o servicios de la empresa en los mercados de los países desarrollados incrementando así sus beneficios puesto que la reducción de coste de la empresa permite enfocarse e invertir en otras áreas de las empresas beneficiando a la rentabilidad en la empresa.

El presente trabajo de investigación hace referencia a las industrias textiles de la provincia de Chimborazo, con el objetivo de determinar los procesos de deslocalización y su incidencia en el sector industrial de la provincia de Chimborazo, de tal manera que la investigación aporte de manera significativa a nuevas estrategias que ayuden a tener más rentabilidad de las empresas, también a tener una forma fácil de expandirse e internacionalizarse.

La investigación pretende determinar los procesos de la deslocalización enfocándose en la incidencia que puede tener en el sector textil de la provincia de Chimborazo, ya que la deslocalización puede aplicarse como estrategia en las empresas que se puede enfocar en el desarrollo de ventajas competitivas y crecimiento de la empresa, ya que abarca el traslado de áreas específicas como el área de producción o el

área de ventas, se debe considerar que la deslocalización no solo es un crecimiento internacional.

La investigación estuvo estructurada de la siguiente manera: en la parte inicial del proyecto se desarrolló los siguientes puntos: dedicatoria, agradecimiento, certificado del autor, declaración sobre los derechos del autor, índices del contenido que contiene la presente investigación, resumen, abstract y la introducción.

En el primer capítulo se desarrolló el problema de investigación en la cual se planteó y se formuló el problema de la investigación, objetivo general, objetivos específicos y justificación.

El capítulo II Marco Teórico, estuvo conformado por el estado de arte en el cual se desarrolló los antecedentes y fundamentos teóricos puntos relacionados con las variables de la investigación.

El capítulo III Metodología, implicó el tipo de método de la investigación en el cual se determinó el método hipotético deductivo, tipo de investigación descriptiva, aplicando la modalidad de un estudio no experimental en virtud de su población y la muestra correspondiente.

En el capítulo IV Resultados, abarco el uso de técnicas para recolectar y procesar información estadística; para luego proceder al respectivo análisis de la información obtenida.

Para finalizar, se desarrollaron las conclusiones basándonos en los puntos principales e importantes de la investigación, se tomaron en cuenta los objetivos planteados y se desarrollaron las recomendaciones para lo que se consideraron los resultados de la investigación.

1.1.Problema

1.1.1. Planteamiento del Problema

Las empresas de hoy en día se enfrentan a grandes cambios, tanto internos como externos, ya que vivimos en un mundo que evoluciona con el tiempo, no sólo cambios tecnológicos sino también cambios sociales que pueden afectar al desarrollo empresarial. La especialización es muy importante en las empresas independientemente a lo que se dediquen ya que les permitirá producir más rápido y de forma más eficiente obteniendo productos de calidad, la especialización es un punto clave para el desarrollo empresarial, así mismo es una de las principales variables de diseño que hace referencia a la estructura y a la marca empresarial. (Kreutzfeld, 2020).

Los mecanismos que se desarrollan dentro de una empresa en la actualidad son de suma relevancia ya que debido a la globalización y a los cambios generados por las nuevas tecnologías y métodos, se deben buscar diferentes alternativas en las que las empresas relacionadas con la industria textil sean acogidas tanto en el mercado internacional como en el nacional, para lo cual se puede tomar en cuenta la deslocalización que se refiere a trasladar una empresa a un país o sector que tenga beneficios y oportunidades para contribuir a su desarrollo.

Navarro (2010), menciona que según varias investigaciones realizadas en España se puede referir que entre 1990 y 1995 se produjeron 174 casos de deslocalización en la Unión Europea, lo cual evidencia que la deslocalización existe desde tiempos pasados y que aporta de manera importante para el desarrollo económico de los países, pero se debe recalcar que al deslocalizar una empresa de un país el cual no tiene las mismas ventajas que un país desarrollado puede afectar al empleo interno.

Baldone, Sdogati y Tajoli (2001), sostienen que la industria textil y de confección resulta un excelente ejemplo de integración económica entre países a través de la deslocalización internacional de la producción, debido a que ha sido afectada por este proceso más que muchas otras ramas (Mebdizabal Etxabe & Begiristain Zubillaga, 2005).

La industria textil juega un papel fundamental en la economía mundial y nacional, ya que es una fuente importante de ingresos y empleo para los países desarrollados según estudios se puede estimar que la industria genera más de 300 millones de empleos en el mundo, esta cifra demuestra que la industria textil es un factor clave para el alivio de la

pobreza y el desarrollo económico y tecnológico en el mundo, la industria textil en el Ecuador representa un componente fundamental en la economía nacional , ya que aporta un millón de dólares al producto interno bruto ecuatoriano. Por lo tanto, es importante estudiar las formas y medios por los cuales la industria textil puede aumentar la productividad del sector textil en Ecuador, para generar empleo directo e indirecto, ya que según la AITE (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador), la industria textil es la segunda con el mayor aporte a la economía ecuatoriana, con 72.5% de las personas que trabajan en esta industria, por estas razones, es indispensable investigar estrategias que ayuden a mejorar la industria textil, para lo cual se debe realizar una investigación de las causas y beneficios de la deslocalización en la industria textil ya que la industria enfrenta varios problemas que impiden el correcto desarrollo de la industria como los altos precios de las materias primas y la tecnología afectando directamente la calidad del producto . (Gallardo, 2010).

En este contexto, la presente investigación pretende abordar la problemática relacionada con la deslocalización de las industrias establecidas en la provincia de Chimborazo; es decir, cómo proceden para crear nuevas sucursales, y oficinas regionales, los beneficios de la deslocalización, y cómo se comportan en el marco de la teoría de la deslocalización. Asimismo, el desconocimiento de los procesos de expansión de mercados y el asentamiento de industrias chimboracenses en el territorio nacional, nos permiten enfocar y priorizar esta investigación, considerando la necesidad de abordar este fenómeno en el contexto ecuatoriano, ya que la deslocalización favorece a las empresas industriales a obtener una ventaja competitiva, cabe resaltar que la deslocalización no solo ayuda a obtener nuevos clientes, puesto que puede ser tomada como una forma estratégica para tomar decisiones y buscar zonas y lugares potenciales con el fin de mejorar la producción desarrollando actividades que favorezcan la calidad del producto.

1.1.2. Formulación del problema

Para la presente investigación se formula el problema en los siguientes términos:

¿Cómo son los procesos de deslocalización y su incidencia en el sector industrial de la provincia de Chimborazo?

1.1.3. Justificación

La investigación es esencial para comprender la incidencia de la deslocalización en las industrias textiles en la provincia de Chimborazo, por lo que es importante determinar los procesos para indagar las características, causas y consecuencias deriva de este proceso, considerando que actualmente las empresas buscan ventajas sobre su competencia y otro de los resultados de las empresas al implementar estrategias es reducir costos y mejorar la producción para abarcar la mayor parte del mercado del país o ciudad que se encuentra ubicada la empresa y llevar sus productos a mercados internacionales.

En la actualidad, el país ha enfrentado diferentes retos en el ámbito político y económico por lo cual las empresas textiles sienten la necesidad de buscar estrategias con las cuales se pueda seguir manteniendo dentro del mercado y pueda competir a la par de las otras empresas, la industria textil es una de las tres industrias fundamentales en el crecimiento económico en el Ecuador, ya que tiene una cantidad considerable de empresas que las compone, referente a esto Ortega (2020), menciona que la industria genera empleo aproximadamente a 170.000 personas, por ende la industria textil aporta un 7% del PIB manufacturero nacional.

Debido a que la industria textil tiene un aporte significativo e importancia en la economía del país, se debe buscar alternativas para obtener expansión local y posteriormente pueda llegar a los mercados internacionales con productos de calidad, pero buscando beneficios para la empresa ya sea disminuyendo el costo en su producción al mismo tiempo mejorando la mano de obra y las maquinarias con la cual se confecciona los productos de las empresas textiles puesto que al optar por una deslocalización parcial la que se refiere el traslado de una parte de la empresa como el área de producción o la creación de sucursales las cuales pueden ofrecer los productos finales en puntos estratégicos lo cual beneficiara a la empresa con ingresos y así poder estabilizar la empresa en el mercado teniendo ventaja competitiva referente a las otras empresa, también se puede deslocalizar a una empresa completa esto se refiere a que se puede trasladar toda la empresa a una ubicación estratégica la emergencia de grandes economías con amplias ventajas de localización en el corto y el largo plazo, y el desarrollo de las tecnologías de la información, que hacen posible la fragmentación del proceso productivo y a su vez se puede controlar la producción a distancia, para que las empresas textiles chimboracenses compitan en el mercado nacional, las empresas deben definir y aplicar

estrategias, lo que requiere la toma de decisiones con respecto a un gran número de aspectos y de vital importancia, son qué partes de la producción deslocalizar y si es más conveniente hacerlo a través de la creación de un establecimiento propio, es decir, a través de una inversión en el exterior.

En este ámbito planteado, se destaca que esta investigación reconoce la importancia de estudiar las consecuencias de la deslocalización ya sea positivas o negativas en la economía nacional o internacional, ya que generan conocimientos sobre este tema que se pretende ser implementado como una estrategia empresarial para lograr expansión nacional y a largo plazo internacional, por lo que la información obtenida ayudara a que las empresas textiles chimboracense tomen decisiones encaminadas a ampliar y mejorar los procesos productivos aplicando las tecnologías de los países desarrollados, lo que tendrá un gran impacto en la economía y producción de las empresas.

1.2.Objetivos

1.2.1. Objetivo General

- Determinar los procesos de deslocalización y su incidencia en el sector industrial de la provincia de Chimborazo.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Clasificar y caracterizar la tipología de las industrias establecidas en la provincia de Chimborazo.
- Identificar las causas de la deslocalización de la industria textil en la provincia de Chimborazo.
- Describir y explicar desde el punto de vista teórico, los beneficios que conlleva la deslocalización de las empresas industriales en la economía de la provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO II.

2. MARCO TEORICO

2.1.Estado de Arte

2.1.1. *Antecedentes*

La mundialización de la economía y la globalización son factores que inducen a las empresas a buscar nuevas estrategias para poder lograr una adaptación correcta a los cambios tecnológicos, sociales y políticas, en este contexto Forquet (2004), menciona que el resurgimiento de la economía local se encuentra muy ligada a las transformaciones de los modos de acumulación y de producción capitalista, también menciona que la pérdida de eficiencia del sistema fordista de producción, así como la flexibilización del trabajo y de la producción, conllevan a una deslocalización de las actividades, motivada por la búsqueda de ventajas comparativas.

Leborgne y Lipietz (1992), expresan que las numerosas reestructuraciones que ha vivido el proceso productivo han llevado a "nuevas formas de industrialización", por lo cual durante los años ochenta, la discusión se centra sobre la emergencia de un modelo alternativo al fordismo, el "posfordismo" o "neofordismo", "que expresaría el paso de la producción de masa a la especialización flexible, el autor menciona que al implementar la deslocalización como un estrategia de industrialización, empujaría el trabajo artesanal dentro de unas redes de empresas independientes, conectadas, especializadas y flexibles, capaces de reaccionar rápidamente a los cambios de moda en el mercado mundial y de poner en marcha de manera eficaz nuevas tecnologías, en este contexto Vernon (1996), menciona que las nuevas orientaciones del desarrollo económico a escala internacional favorecen la modernización y la deslocalización de la producción hacia países en los cuales el costo de la mano de obra se encuentra muy bajo, según la lógica de la división internacional del trabajo (DIT), la cual establece una división entre las diferentes tareas de la producción que prevalece en los años setenta.

La deslocalización es el proceso mediante el cual una empresa traslada sus operaciones de producción o servicios de un país a otro, generalmente a uno donde los costos laborales y de producción son más bajos. Esto puede ser motivado por diversas razones, como la búsqueda de mano de obra más barata, la reducción de costos de

producción, la mejora de la eficiencia y la competitividad, o la búsqueda de nuevos mercados y oportunidades de negocio. Es por ello, que Carmona (2005), cita a Becattini dicho autor hace referencia a Prato como un ejemplo de desarrollo de los distritos industriales en su libro *La oruga y la mariposa*, el autor expone que la deslocalización es la necesidad de incitar a las empresas a expandirse y buscar nuevos caminos en un mercado reducido el autor compara con una oruga el proceso de deslocalización el cual la empresa debe afrontar, por otro lado el autor compara a la empresa con una mariposa que vuela ligera en un mundo muy cambiante, se refiere al éxito que alcanza la empresa textil al implementar la deslocalización para obtener ventajas competitivas, Becattini recalca que la empresa textil ha sufrido un gran cambio de la etapa de distrito industrial al de la industria textil actual, pero la industrias textiles han logrado una adaptación exitosa gracias a la ampliación de la franja de consumidores que demandan mercaderías y la atmosfera industrial.

La deslocalización se puede considerar como una nueva estrategia de las empresas industriales para obtener ventajas frente a la competencia, ya que en la actualidad se deben enfrentar a grandes retos debido a los constantes cambios económicos, tecnológicos, políticos, sociales y culturales a escala mundial, en este sentido Sánchez (2006), afirma que “a través de la deslocalización, las empresas buscan posicionarse en mercados con mayor potencial de expansión, en algunos casos aprovechando su ubicación geográfica, y buscando principalmente reducir relativamente la parte del proceso productivo, uno de los puntos que las empresas toman en consideración para la reducción de costos es la mano de obra, cosa que logran en una economía de salarios bajos” (p.8).

Al respecto, Garcia (2008), Amesse (2001), Solano y Manrique (2016), mencionan que la deslocalización es una opción estratégica que se da como resultado de una mayor globalización económica, es decir, una creciente apertura a la competencia externa e interna de los mercados nacionales, sino también la orientación de las demandas de los consumidores y fabricantes hacia proveedores más eficientes ubicados en otros países, obteniendo rentabilidad y ventajas con respecto a la competencia tanto a nivel nacional e internacional.

Marshall (1890), señaló que el funcionamiento del distrito industrial dependerá del capital social formado por economías externas y competencias. Los lugares con vínculos concentrados y altos niveles de capital social tradicional promueven la

estabilidad, mientras que los lugares con vínculos débiles abren accesos a nuevas estrategias, por lo tanto, promueven nuevas combinaciones de recursos e ideas. El autor enfatiza la adquisición de conocimiento, habilidades, y actitudes que las empresas puedan aplicar a sus empleados y socios comerciales para realizar determinadas tareas o actividades, resolver problemas o intervenir eficazmente en su entorno. Estas capacidades permiten a las organizaciones aprovechar los recursos y capacidades dentro de cada empresa, así como redes y acción colectiva; e incluye aptitudes especiales para el desarrollo sistemático de procesos y el descubrimiento de nuevas formas de desarrollar estos procesos, así como una especial habilidad para promover la innovación de productos y procesos, también recalca que la concentración de empresas en un distrito industrial favorece la división del trabajo y, por lo tanto, la generación de economías externas.

Marshall (1890), distinguió las economías derivadas de un incremento en la escala de la producción de cualquier clase de bienes, en dos clases: economías externas como consecuencia de la expansión de toda la industria, y que daría lugar a que las fábricas se congregasen alrededor de ciudades y distritos industriales; y economías internas, que resultarían de los recursos de cada empresa individualmente, de su organización y de la eficiencia de su administración. En este contexto Carreto (2013), indica que las economías externas surgirían, por ejemplo, cuando una determinada industria escogiese alguna localidad para su desarrollo ya que se obtendrían ventajas desde el punto de vista de la disponibilidad de personas con habilidades específicas para el mismo sector productivo; generación y difusión de nuevas ideas, así como desarrollo de actividades subsidiarias en la vecindad, que proveerían con implementos y materiales; aunque en ocasiones podría generarse una demanda excesiva por una misma clase de trabajo.

Las empresas industriales optan por realizar una deslocalización total de la empresa que es trasladar la empresa en su totalidad a una región con oportunidades que puede ayudar a la rentabilidad y posicionamiento de la empresa o parcial la cual se refiere a crear sucursales en diferentes regiones trae consigo múltiples beneficios a la empresa que la realiza uno de ellas es que aumenta las oportunidades de encontrar clientes potenciales y así mejorar la rentabilidad de la organización, en contexto a esto Peralta (2015) menciona que “la globalización del mercado mundial, que ha provocado un aumento de la presión competitiva de las empresas, obligándolas a tener que reducir los

costes de producción y fomentando la inversión extranjera en economías con ventajas de costes mayoritariamente laborales” (p.11). Al respecto, Muñoz (2007), Amat (2018), resaltan que la deslocalización, ayuda a la reducción en los costos de transacción, facilita la implementación de nuevas tecnologías con esto mejorando la calidad de producto con la finalidad de obtener ventajas competitivas.

En otro contexto al referir sobre la deslocalización, Carias (2021), menciona que debido a los cambios culturales y tecnológicos los empresarios se debe adaptar y crear nuevas estrategias para poder fortalecer empresas, por lo cual menciona la deslocalización virtual la que beneficia de múltiples formas y a bajos costes laborales ya que no va ser necesario tener una empresa física ya que la podemos realizar de forma virtual, así incentivando el empleo de otros países, según esta investigación en los últimos años y debido a la pandemia las empresas han reducido costes laborales ya que ya mayor parte e empleados tomaron la decisión de realizar sus trabajos virtualmente, este tipo de deslocalización también favorece a cadenas de valor pues se puede tener empleados de diferentes países los cuales tendrán diferentes conocimientos los cuales pueden ayudar a la producción y mejorando la calidad del producto.

Al respecto los autores como, Canals (2016), Mohiuddin y Su (2013), mencionan que la deslocalización se refiere a la delegación de cualquier tarea o sub-tarea a una organización externa con sede en el extranjero o a la adquisición competitiva de componentes, el autor recalca que Canadá es el segundo país en practicar la deslocalización en pequeñas y medianas empresas, las empresas canadienses las cuales prestan servicios a empresas multinacionales en Estados Unidos y otros países, dependen del mercado estadounidense para distribuir las actividades dentro y fuera de la empresa y así poder determinar la cantidad de sus productos finales. Al implementar la deslocalización en las empresas canadienses, las relaciones de dichas empresas con los proveedores y sub proveedores, deben tener un control minucioso sobre la calidad y la entrega puntual de los bienes deslocalizados.

Al respecto, Bjerring (2006), menciona que la deslocalización no es reciente ya que siempre las empresas han contratado actividades empresariales a proveedores extranjeros a lo cual se puede considerar como “deslocalización”, por lo tanto, la deslocalización no es un fenómeno tan reciente, pero en la actualidad la deslocalización ha tomado más fuerza y ha entrado en una nueva etapa con una deslocalización de servicios, esto se atribuye generalmente a la interacción entre tres factores: los avances

tecnológicos, las presiones económicas y competitivas para reducir los costes y mejorar la productividad, uno de los factores que ha facilitado la deslocalización son los avances en la tecnología puesto que ayuda a encontrar información y facilita la comunicación con los diferentes miembros de empresa, mejorando la productividad y la evolución institucional que favorece el comercio.

En cuanto al aspecto negativo que puede desarrollar la implementación de la deslocalización total pueden afectar a la economía local, Xiro (2015), menciona que la deslocalización puede provocar condiciones de desigualdad y de inseguridad que enfrentan los trabajadores ya que a causa de la deslocalización la industria se beneficia de la falta de aplicaciones de leyes que regulan salarios y los beneficios hacia un trabajador.

El termino deslocalización ha ido tomando fuerza en los países desarrollados principalmente en España y Estados Unidos, ya que según Sanchez y Otheo (2004), desde el año 2005 los países más ricos como Estados Unidos y los principales países Europeos, como por ejemplo España, el autor menciona que empresas de estos países trasladaron su actividad económica a países de menor nivel de desarrollo para beneficiarse de los menores costes de la mano de obra, pero los autores resaltan que la deslocalización no solo se refiere a que las empresas internacionalizan sus actividades de producción si no que algunas empresas toman la decisión de trasladar la empresa de origen a un país en el cual obtenga ventajas como bajos costos en mano de obra y materia prima, el autor recalca que la deslocalización se han hecho mucho más frecuentes en los últimos quince años, los países que busca mayor apertura al comercio exterior puesto que las empresas buscan crecer en ventas obteniendo mayor utilidad e ingresos también busca mejorar e innovar en maquinaria las cuales ayudan a aumentar la producción, con esto no solo la empresa obtiene ventajas económicas, si no el país al que se traslada la empresa alcanza una mayor globalización económica.

2.2.Fundamento Teórico

Para entender mejor la incidencia entre los procesos de deslocalización y el sector industrial de la provincia de Chimborazo, hay que establecer fundamentos teóricos que expliquen en qué consiste cada variable.

2.2.1. Provincia de Chimborazo.

2.2.1.1.Historia

La provincia de Chimborazo fue creada el 25 de junio de 1824 de acuerdo con la Ley de División Territorial de Colombia expedida por el Gral. Francisco de Paula Santander, inicialmente comprendía también los territorios de la actual provincia de Bolívar, extensión que mantuvo hasta el 23 de abril de 1884, en que el gobierno del Dr. José María Plácido Caamaño creó la nueva provincia. Pinos (2022).

En la actualidad tiene una extensión aproximada de 6.593 km², y limita: Al norte con la provincia de Tungurahua, al sur con Cañar, al este con Morona-Santiago y al oeste con Bolívar; ocupando en su totalidad las hoyas de Riobamba y Alausí y parte de la de Chimbo. Su capital es la ciudad de Riobamba, y está integrada por los cantones Alausí, Colta, Cumandá, Chambo, Chunchi, Guamote, Guano, Pallatanga, Penipe y Riobamba. Pinos (2022).

2.2.2. Distrito Industrial

Según Becattini (2002), el inicio del concepto de distrito industrial se basa en los escritos de Marshall poniendo hincapié en los debates económicos más importantes de sus primeros pasos como economista, dicho autor menciona que los autores de J.S. Mill, J.E. Cairnes y T. Cliffe Leslie notaron que las empresas no contaban una oportuna capacitación con el objetivo de realizar diferentes actividades dentro de la empresa o en las diferentes sucursales y movilidad territorial referente a las empresas puesto que no tienen la capacidad para crear sucursales en diferentes territorios, un claro ejemplo es la realidad social británica la cual se presentaba segmentada en departamentos regionales, sectoriales y sociales, que impedían la identificar sectores o grupos de agentes que podían permitir el intercambio entre los factores de producción y los conocimientos empíricos que se adquiere al evolucionar la economía dependiendo del país en el cual es originaria la empresa . Becattini (2002), menciona que Marshall habla sobre una nación económica la cual nos presenta en dos formas, la primera interpretación menciona que una nación económica es un lugar, o un conjunto de lugares, caracterizado por una semejanza de valores e instituciones así facilitando la circulación de la información y contigüidad territorial tal, que hace que los movimientos de capitales y trabajadores nivelen

rápidamente los índices de beneficios y de salarios, por lo contrario la segunda nación económica se considera un conjunto de personas dentro de un estado o diferentes estados que reconocen como comunes sus propios intereses económicos fundamentales, en contraste a los intereses semejantes del mismo país o del mundo entero, al tener pensamientos de intereses económicos comunes interactúa, a lo largo del tiempo, con los elementos de conexión extraeconómicos traía consigo una mejor integración social este tipo de nación económica tiene siempre, a diferencia del primero, un gobierno propio, más o menos claro, y una política exterior, más o menos completa y coherente, que decide las alianzas con grupos semejantes o provoca conflictos

Sanginés (2013), menciona que Marshall determinó una conclusión en la cual recalca que, en ciertos tipos de producción, existen dos modos de producción eficientes: el conocido, basado en grandes unidades productivas integradas verticalmente en su interior, y un segundo, basado en la concentración de numerosas fábricas de pequeñas dimensiones y especializadas en las diferentes fases de un único proceso productivo en una o varias localidades.

Por otro lado, Méndez (2006), indica que las ventajas de la división del trabajo sólo se pueden obtener en las fábricas muy grandes, pero también, se pueden obtener de pequeñas fábricas y talleres, con tal de que exista un número considerable de trabajadores en la misma actividad, dicho autor se basa en Marshall (1892), puesto que el autor mencionado que la fabricación de un producto, se compone de varios campos distintos, los cuales tienen un espacio separado en la fábrica esto depende de la actividad que se realiza en el área; sin embargo, si el tamaño de la producción es muy grande puede resultar conveniente destinar por separado pequeñas fábricas a cada etapa de producción, al crear sucursales de las empresas en diferentes zonas o regiones todas dedicadas al mismo proceso productivo, surgirán industrias auxiliares para satisfacer sus necesidades particulares, esto no quiere decir que las empresas pequeñas van a tener la misma capacidad de producción que las empresas grandes, por este motivo tanto las grandes como las pequeñas empresas obtienen beneficios, dichos beneficios son más importantes para las pequeñas empresas porque disminuye las desventajas que sufrirían al tener que competir con las grandes empresas, en estos distritos se ha desarrollado una posterior subdivisión de la especialización que ayuda de manera considerable en la producción ya

que sería más rápida; además otras empresas han buscado diferentes estrategias para mejorar la producción, como los intercambios de conocimientos buscado localidades separadas mediante un análisis para determinar el lugar propicio para crear nuevas sucursales y poder abarcar mayor parte del mercado.

2.2.3. *Concepto de Industria*

Según Caballerro (2020), la industria es un sector cuya actividad es transformar materias primas en productos de consumo final o intermedio, la gran parte de actividades industriales se engloban dentro del sector secundario, en este contexto Martínez (2022), menciona que en la industria implica siempre un proceso productivo, que empleará una cantidad determinada de trabajo y capital, y que estará basado en la transformación de las materias primas.

Casado (2009), destaca que el término industria se caracteriza por una gran ambigüedad y amplitud lexicológica, este autor toma en cuenta el Diccionario de la Real Academia Española puesto que tiene cuatro conceptos: maña y destreza o artificio para hacer una cosa; conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno o varios productos naturales; disposición destinada a estas operaciones; suma o conjunto de las industrias de un mismo o de varios géneros, de todo un país o de parte de él.

Aguilar, Bocarando, Cortés, Izar y Larios (2017), consideran que es necesario, establecer si la industria se caracteriza por un periodo preciso de la historia de la humanidad y de esa manera posibilitar su estudio, según dichos autores la industria se refiere a un grupo de empresas que están relacionadas en función de sus actividades principales, las industrias conforman las economías del mundo y permite que entendamos mejor la posición de la empresa en el mercado, así poder definir la forma correcta de competir y lograr los objetivos principales.

2.2.4. *Clases de industria*

Según Westrecheir (2020), las industrias se pueden clasificarse bajo distintos criterios, según el volumen de materia prima que utilizan y según el nivel de desarrollo, el presente autor realiza esta clasificación basándose en el valor agregado que se brinda a la materia prima con el objetivo de obtener un producto final:

2.2.4.1. Industria según el volumen de materia prima

- **Industria ligera:** Es aquella dedicada a la producción de bienes de consumo. Se caracteriza por no requerir un alto uso de capital, mano de obra o insumos. Algunos ejemplos de este sector son: alimentos y bebidas, textiles, productos farmacéuticos, cosméticos, aparatos electrónicos, entre otros.

- **Industria semiligera:** Utilizan productos semielaborados para producir generalmente bienes de equipo como automóviles o maquinaria.

- **Industria pesada:** Es aquella que usa o extrae grandes cantidades de materia prima y las transforma. De ese modo, desarrolla productos que luego serán requeridos por otras industrias. Algunos ejemplos son las actividades extractivas minería y sector de hidrocarburos. Westrecheir (2020).

2.2.4.2. Industria según el nivel de desarrollo

Según el nivel de desarrollo, las industrias pueden clasificarse en:

- **Industria incipiente:** Es aquella que se encuentra en un nivel inicial de madurez. Su actividad es poco mecanizada y solo permite satisfacer un bajo nivel de demanda.

- **Industria madura:** Son las que han alcanzado su mayor nivel de desarrollo, su tasa de crecimiento va disminuyendo. Esto, porque pueden estar haciendo uso de tecnología obsoleta o pueden enfrentar mayor nivel de competencia.

- **Industria de punta:** Es aquella que puede alcanzar altas tasas de crecimiento por el uso de nuevas tecnologías. Es decir, ha perfeccionado o implementado nuevos procesos o productos, obteniendo mejor rendimiento en el negocio e incrementando sus potenciales ingresos futuros.

2.2.4.3. Industrias según su territorio de actividad

Según Rueda (2020), se clasifica según el territorio donde se desarrollan las industrias:

- **Industrias nacionales y locales:** Centran su actividad dentro de una nación, dichas industrias se enfocan en satisfacer las necesidades de un territorio específico de un país, siendo de pequeña escala.

- **Industria transnacional:** Es aquella que realiza actividades comerciales a nivel internacional, este tipo de industria inicia sus actividades en un país o localidad, pero a largo plazo se extiende a otros territorios a través de la creación de empresas relacionadas como sucursales o centros de producción.

- **Industria extractiva:** Como su nombre ya lo indica, esta industria se dedica a la extracción de recursos naturales. En general, son no renovables, como el petróleo y otros minerales, vegetales y el caucho del árbol del caucho, y se enfoca en capturar materias primas que se transformarán y fabricarán en el futuro.

- **Industria manufacturera:** Esta otra modalidad incluye aquellas industrias que ya tienen la materia prima en sus manos y actúan para transformarla en producto. En este caso, se incluyen todas las demás actividades industriales, como las relacionadas con alimentos, maquinaria, producción textil y varias otras.

2.2.5. Concepto de Industria textil

Según Warshaw y Neefus (2001), el término industria textil (del latín *texere*, tejer) se refería en un principio al tejido de telas a partir de fibras, pero en la actualidad abarca una amplia gama de procesos, como el punto, el tufting o anudado de alfombras, el enfurtido, etc., en este procedimiento incluye también el hilado a partir de fibras sintéticas o naturales.

Ucha (2022), menciona que la industria textil es el área de la economía referida a la producción de telas, fibras, hilos y productos derivados de estos, la producción de la industria textil se consume, por lo que los productos derivados se venden en importantes cantidades en todo el mundo, por lo que es una de las industrias que más trabajadores emplea, tanto en la producción directa, indirecta y comercial.

2.2.6. Inicios de la industria Textil

Du (2009), hace referencia a la industria textil como una de las más antiguas del mundo y se considera de las primeras ocupaciones del hombre en las sociedades organizadas ya que tuvo un papel importante en la Revolución Industrial, los productos textiles se han podido comercializar durante siglos, al inicio se comercializó entre las civilizaciones existentes y luego entre los países que lograron desarrollar esta industria mediante la obtención e importación de la materia prima con el objetivo de obtener productos finales como prendas de vestir y sus derivados, en la actualidad se ha desarrollado la industria de manera significativa en todo el mundo por lo cual no se

concibe un futuro sin la industria textil principalmente en los países en vía de desarrollo, uno de los países que ha desarrollado la industria textil de manera relevante es la República Popular China la cual ha alcanzado cierto protagonismo, ya que como menciona Guijarra (2018), China tiene la industria textil más grande del mundo, con una cuota de mercado internacional que representa más del 30% gracias a la modernización económica realizada a partir del año 2013.

Inicialmente, la producción textil era una actividad artesana propia del medio rural en la que también participaron pequeños grupos de artesanos hábiles, los autores Warshaw y Neefus (2001), mencionan que en las épocas prehistóricas se utilizaban pelo de animales, plantas y semillas para obtener fibra para realizar prendas de vestir, los autores hacen referencia a China la cual inicio a utilizar seda para la confección de prendas de vestir en el año 2600 a. C y a mediados del siglo, Garcia (2014), hace referencia a Warshaw (2001), indica que gracias al desarrollo tecnológica nacieron las grandes empresas textiles, cuya influencia económica abarco en mayor parte Reino Unido y los países de Europa occidental.

2.2.7. Tipos de industrias en la provincia de Chimborazo

Según Yungan (2014), en la Provincia de Chimborazo existen cinco industrias importantes que aportan significativamente a la economía de la provincia, las cuales son industria textil, industria maderera, industria metalmecánica, industria alimenticia e industria del papel. En la provincia de Chimborazo existe un 6,95% de la población económicamente activa se dedica a la industria, la manufactura industrial representa el 6.97% del PNB de la provincia, existen 440 empresas que conforman el sector industrial, el autor menciona que en la Ciudad de Riobamba se evidencia el desarrollo del parque industrial donde podemos constatar fabricas e industrias que generan productos para el mercado local y mercado nacional, estos productos se fabrican con estándares de calidad lo cual ha conllevado a estas empresas a convertirse en referentes motivacionales para colocar e implementar nuevas industrias en esta Ciudad.

2.2.8. Industria textil en el Ecuador

Según AITE (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador) 2020, los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX

se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra.

Cuvi (2011), indica que desde 1920 se crearon nuevas empresas en la industria textil empleando casi 3 mil personas, este renovado auge de la producción textil se pudo tomar como reactivación de la manufactura más tradicional ya que la industria textil Ecuatoriana se caracteriza la extracción de lana de los animales en la comunidades de las provincias de la sierra para luego confeccionar sus ropas de vestir por lo cual el auge que se dio de la industria se refiere a las haciendas ubicadas en Otavalo, durante la década de 1910 se observa una conversión hacia un modelo más empresarial, con diferentes técnicas y aporte significativo financiero de bancos, las empresas industriales ayudaron a la expansión hacia nuevas zonas como Chimborazo, en esta época los hacendados serranos, más que los costeños, comenzaron a invertir en el comercio y las industrias, en esta época hubo un incremento importante de capital extranjero. 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 llegaron a representar el 90% de las industrias textiles del país en 1930.

Según un estudio de la AITE (2010), se estimaba que el contrabando textil era de 150 a 200 millones de dólares al año, la diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sin número de productos textiles en Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. Por eso la producción de confecciones textiles es mayor, tanto de prendas de vestir como de hogar. En la actualidad, la industria textil y confección es la tercera más grande en el sector de la manufactura, aportando más del 7% del PIB Manufacturero nacional.

En el último año se evidenció un decreciente en el aporte del PIB Manufacturero nacional, ya que según el estudio que realizó en el año 2020 el Servicio de Rentas Internas (SRI), se puede evidenciar que el aporte de la industria textil es un 4% a las industrias ecuatorianas, como se puede observar en la siguiente tabla N° 1:

Tabla 1
Aporte de la industria textil a la economía del país

INDUSTRIAS INTERMEDIAS Y FINALES	
Actividad	Porcentaje
Resto de productos	40%
Papel y Productos de Papel	14%
Productos de Plástico	10%
Otros Productos Químicos	9%
Hierro y Acero	8%
Productos Farmacéuticos	7%
Otros Productos Elaborados de Metal	4%
Hojas de Madera Para Enchapado y Tableros a base de Madera	4%
Prendas de Vestir, Excepto Prendas de Piel	4%

Fuente: SRI (Servicios de Rentas Internas) 2020

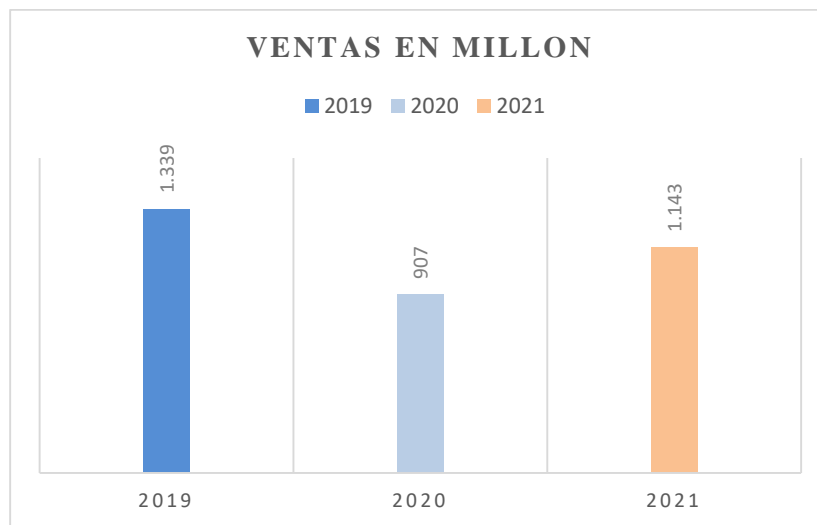
Elaborado: Lizbeth Pintag

Según Cabo (2022), el sector textil genera plazas de empleo directo e indirecto en el país, según estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), alrededor de 158 mil personas realizan actividades relacionadas con la industria textil, por otro lado la industria textil aporta con empleos indirectos puesto que la industria textil y confección ecuatoriana se encadena con un total de 33 ramas productivas del país, por lo cual las ventas del sector textil llegaron a USD 1.143 millones en 2021, según la Asociación de Industriales Textiles de Ecuador (AITE) comparado a los años anteriores el incremento en ventas es el 32% este es el resultados es debido a la pandemia y los problemas políticos que ha enfrentado en los últimos años, ya que algunas empresas debían cesar sus actividades económicas por la falta de recursos económicas.

Como se puede observar en el grafico N°2 a continuación.

Figura 1

Ventas del sector textil en millones



Fuente: Coba: (2021)
 Elaborado: Lizbeth Pintag

2.2.9. Deslocalización

2.2.9.1. Concepto de deslocalización

Para Marshall (1980), la concentración de empresas en un distrito industrial favorece la división del trabajo y, por lo tanto, la generación de economías externas, recalca la localización de la industria preparó rápidamente el camino para muchos de los modernos desarrollos de la división del trabajo en las artes mecánicas y en la tarea de la administración de empresas, en este aspecto Carreto (2013), afirma que las economías externas surgirían, por ejemplo, cuando una determinada industria escogiese alguna localidad para su desarrollo ya que se obtendrían ventajas desde el punto de vista de la disponibilidad de personas con habilidades específicas para el mismo sector productivo; generación y difusión de nuevas ideas, así como desarrollo de actividades subsidiarias en la vecindad, que proveerían con implementos y materiales; aunque en ocasiones podría generarse una demanda excesiva por una misma clase de trabajo.

Por su parte Fouquet (2004), la pérdida de eficiencia del sistema fordista de producción, así como la flexibilización del trabajo y de la producción, conllevan a una deslocalización de las actividades, motivada por la búsqueda de ventajas comparativas, por lo cual la dimensión geográfica de los procesos económicos se torna entonces primordial para entender los mecanismos de deslocalización, dentro de los cuales la localidad o la región son percibidas como entidades en sí, las nuevas orientaciones del desarrollo económico a escala internacional favorecen la modernización y la deslocalización de la producción hacia países en los cuales el costo de la mano de obra se

encuentra muy bajo, por esta razón las políticas internacionales de deslocalización son frecuentemente presentadas como soluciones a las carencias industriales locales o nacionales de los países o zonas en dificultades.

Marshall (1980), distinguió las economías derivadas de un incremento en la escala de la producción de cualquier clase de bienes, en dos clases: economías externas como consecuencia de la expansión de toda la industria, y que daría lugar a que las fábricas se congregasen alrededor de ciudades y distritos industriales; y economías internas, que resultarían de los recursos de cada empresa individualmente, de su organización y de la eficiencia de su administración, en este contexto Carreto (2013), menciona que las economías externas surgirían, por ejemplo, cuando una determinada industria selecciona alguna localidad para su desarrollo ya que se obtendrían ventajas gracias a la disponibilidad de personas con habilidades específicas para el mismo sector productivo; generación y difusión de nuevas ideas, así como desarrollo de actividades subsidiarias, que proveerían con implementos y materiales. Marshall (1980), expone que las economías derivadas de un incremento en la escala de la producción de cualquier clase de bienes, en dos clases: economías externas como consecuencia de la expansión de toda la industria, y que daría lugar a que las fábricas se congregasen alrededor de ciudades y distritos industriales; y economías internas, que resultarían de los recursos de cada empresa individualmente, de su organización y de la eficiencia de su administración

Según Navarro (2010), la deslocalización de empresas (off-shoring) es el término genérico utilizado referirse para la deslocalización de la organización de producción de una empresa en uno o en diferentes países. Con esta acción estratégica empresarial además de poder comprar bienes en lugares distintos de lo habitual, es posible reubicar la productividad en lugares que se consideren más adecuados o baratos (fuerza de trabajo, materias primas), con menores costes ambientales, o bien referidos a impuestos. (p.81)

Por otro lado, Otheo (2008), menciona que la deslocalización de empresas offshoring en la terminología inglesa consiste en el desplazamiento de parte de la producción realizada en un país, algunos de los diversos componentes de la cadena de valor del producto y determinadas tareas, hacia otros países que ofrecen ventajas relativas de localización, con objeto de minimizar los costes de producción, la deslocalización ha logrado el comienzo de las industrias a la competencia internacional, la incidencia de grandes economías con grandes ventajas a corto y largo plazo, y el desarrollo de las tecnologías de la información, que hacen posible el traslado de una área específica dela

empresa o del proceso productivo y su control a distancia, al aplicar la deslocalización como estrategia para competir en el mercado global, las empresas deben analizar las amenazas por lo tanto se debe definir estrategias empresariales con las cuales se pueda enfrentar problemas nacionales e internacionales.

(Sharpe,1997, citado por Mohiuddin y Su), afirma que mediante la deslocalización o externalización de la empresa en su totalidad o de las actividades no esenciales las empresas pueden concentrarse en las competencias básicas y mejorar su productividad, competitividad y sostenibilidad en el mercado, en este contexto Gilley y Rasheed (2000), indica que la deslocalización o externalización se asocia a diferentes alternativas las cuales pueden implementar las organizaciones con el objetivo de satisfacer las necesidades de materiales, mano de obra y servicios de organizaciones especializadas en una actividad o área específica, las cuales ayudan a mejorar la capacidad de respuesta de la organización y permite disponer de bienes y servicios de mayor calidad al crear competencia entre los proveedores, el autor afirma que la deslocalización o la subcontratación no es simplemente implementar un servicio dentro de la organización puesto que todas las empresas adquieren o compran elementos para la operación, la deslocalización es una decisión estratégica que tiene el potencial de causar efectos de positivos a la organización, en ese marco Marshall (1980), expone que las invenciones y mejoras en la maquinaria, en los procesos y, en general, en la organización de los negocios, se difunden, y cuando alguien comienza con una nueva idea, esta es rápidamente adoptada por los demás y combinada con sugerencias propias, con lo cual surgen nuevas ideas.

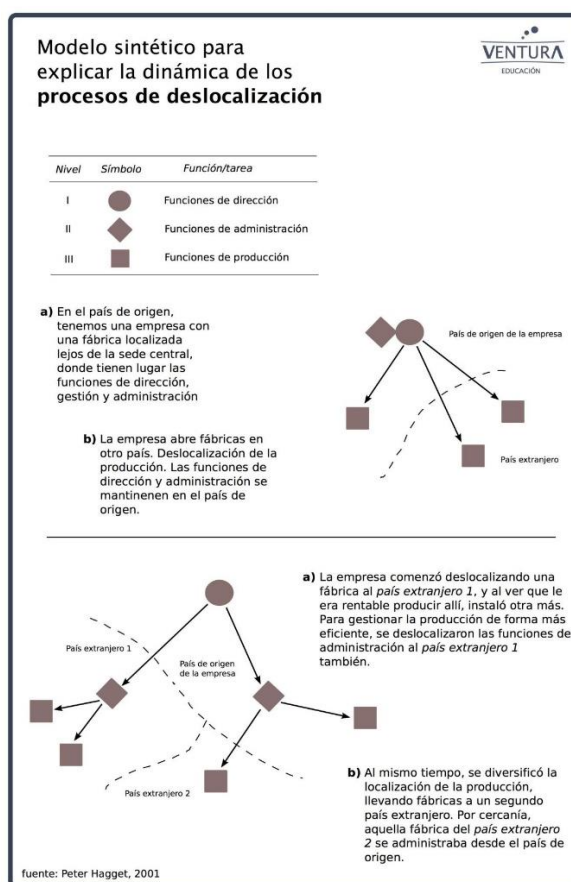
2.2.9.2.Proceso de Deslocalización.

Muñoz (2008), indica que los procesos de deslocalización están relacionados con el crecimiento de las economías del mundo mediante el comercio y los flujos financieros. La liberalización y mayor apertura de algunos mercados como de los países del Este y Centro de Europa), la presencia de nuevos oferentes- demandantes en el escenario internacional -como China o India-, el aumento de la competencia mundial, la reducción de los costes de transporte, el desarrollo de estrategias empresariales de externalización de las actividades, son factores que han incentivado en los procesos de deslocalización.

(Hagget, 2001, citado por Pérez), indica un esquema sencillo para comprender los pasos que siguen las empresas multinacionales en su camino hacia la deslocalización.

Ilustración 1.

Modelo sintético de los procesos de deslocalización.



Fuente: Pérez (2012)

2.2.9.3. Fases de la deslocalización.

Pérez (2013), indica tres fases de deslocalización, las cuales se explican a continuación:

- **Primera fase: deslocalización tradicional**

La primera fase tiene lugar desde los polos tradicionales de poder como: Estados Unidos, Canadá, Europa, Japón y Australia, hacia las principales áreas emergentes como: México, Brasil, Argentina, Sudáfrica, Nigeria, Turquía, Subcontinente Indio, Sudeste Asiático y China. Esta primera deslocalización se basa en la reducción de costes de producción, las actividades que se suelen deslocalizar son las más sencillas: producción manufacturera (fábricas) y administración y gestión de datos (oficinas). Otras actividades que son deslocalizadas y que son de mucha importancia para las empresas son: dirección, gestión, marketing, innovación y diseño

Ejemplo, la multinacional más importante de la industria del automóvil, Toyota, es líder del sector gracias a la innovación, al diseño, a la ingeniería y al marketing que hay detrás de cada uno de sus vehículos. La innovación, diseño y marketing, se realizan en el país de origen de la empresa en este caso, Japón. Son tareas demasiado importantes y de alto rango como para ser producidas por trabajadores filipinos o indonesios. En cambio, el proceso de fabricación del propio vehículo sí que depende de otros países.

- ***Segunda fase de deslocalización, un proceso reciente***

La deslocalización a nivel global es un proceso concreto que está teniendo lugar desde hace pocos años. La “primera fase” de la que hemos hablado cuenta con algunos más años de historia, durante esta fase los productos fabricados se conocieron e hicieron famosos con ‘Made in China’ o ‘Made in Taiwan’, y la realidad que la fabricación se las realizaban en la India, en Brasil o en China. Una segunda fase muestra el mismo proceso que se ha descrito anteriormente, de forma que, desde un nivel más alto, se trasladan ciertas actividades a un nivel inferior.

Esta segunda deslocalización se basa en la cualificación creciente de la mano de obra en países de la periferia como China o la India, y consiste en que las grandes empresas de los países de la periferia traspasan actividades de producción o confección a otros países como Filipinas, Pakistán o Indonesia. Las empresas que realizan esta deslocalización pueden tener relación con las multinacionales occidentales, pueden ser empresas subcontratadas por alguna corporación de Occidente que, a su vez, subcontratan o se van a fabricar a otros países. En este caso los productos de la empresa occidental habrán sido “deslocalizados” dos veces.

Por ejemplo, las empresas asiáticas con sede en Hong-Kong o Taiwan trasladan sus operaciones de menor rango a otros espacios menos desarrollados y donde pueden ser más rentables, como Malasia, Tailandia, Indonesia, Banglades, mientras tanto, las empresas deciden que las actividades de mayor importancia como: gestión, innovación, investigación se mantengan en las instalaciones de sus países origen.

- ***La deslocalización se fomenta desde ambos lados***

Tanto desde las potencias tradicionales de Occidente, que como hemos visto son la cuna de las empresas multinacionales que más deslocalizan, como desde los países en desarrollo, que son los que reciben esa deslocalización, se hacen esfuerzos para que este proceso tenga lugar.

En países asiáticos y latinoamericanos se ha modificado la legislación para promover la llegada de empresas extranjeras que deslocalicen las funciones de producción. En México, por ejemplo, es famosa la “legislación de la maquiladora”. Una maquiladora es una empresa que importa materiales sin pagar aranceles y cuya producción se comercializa en el país de origen de la materia prima. Es decir, los materiales llegan desde países del Centro hasta otros de la Periferia para que empresas de allí realicen las tareas de confección, ensamblaje, etc.

2.2.9.4.Deslocalización en América Latina

Bermejo (2022), indica que las economías latinoamericanas, en conjunto, han sido beneficiadas por inversiones de capital extranjero para apoyar y sostener sus procesos de industrialización, los principales destinos de la deslocalización empresarial son Asia y Latinoamérica, pues su menor nivel de vida permite pagar sueldos bajos, los cuales no serían legales en países como: Norteamérica y Europa para los países de destino, la deslocalización es una oportunidad de desarrollo económico del país, los propios Gobiernos hacen esfuerzos para atraer a las multinacionales de países de diferentes países ofreciendo trabajo e áreas específicas. México, Paraguay o El Salvador han aprobado la legislación de maquiladoras con esto las compañías estadounidenses pagan a las empresas regionales por fabricar sus productos, por lo general prendas de ropa, a cambio de que los exporten a Estados Unidos sin aplicar aranceles. Estas, a su vez, reparten la confección entre fábricas llamadas maquilas, donde en el caso mexicano los trabajadores cobran unos 2,36 dólares la hora, frente a los 26,19 de sueldo medio en las industrias en Estados Unidos.

- **México**

Perez (2002), expone que en México durante la década de los noventa se presentó un proceso de deslocalización de la industria maquiladora de exportación que ha fomentado el desarrollo de las ganancias por la venta de sus productos o servicios en las entidades no fronterizas, este país se puede caracterizar por cuatro regiones: La región norte y tres en el interior del país: Región Centro-occidente; Centro-norte y Sur-oriente. En estas dos últimas la división mayoritaria es la II: Textiles en cuanto a establecimientos y personal ocupado. La región Centro-occidente se especializa en la producción de aparatos eléctricos y computadoras. El desplazamiento de las empresas hacia el interior busca salarios más bajos y mano de obra no calificada que sea adecuada a la producción de industrias de primera generación o sea intensivas en mano de obra. Se han configurado

cuatro regiones con características específicas, en las que existe una especialización y un desplazamiento de la industria de "primera" generación hacia los estados del interior del país, en tanto que en la región norte-fronteriza con Estados Unidos de Norteamérica prevalecen la industria de segunda y tercera generaciones.

Pérez (2002), menciona que para 1986 ya se habían instalado cuatro empresas que daban empleo a 374 trabajadores, cifras que aumentaron a 12 y 2 173, respectivamente, el autor señala que varios factores ayudan a la instalación de maquiladoras en una entidad del interior del país y sin tradición industrial, destacando los siguientes:

- La existencia de mano de obra en abundancia que requiere ocupación ante el proceso de descampesinación y la crisis de la actividad fundamental, como lo era el cultivo del henequén
- El ventajoso costo de mano de obra, ya que Yucatán se encuentra en la zona donde se fija el salario mínimo más bajo del país y, por tanto, el costo de vida y de producción son más baratos que en otros estados de la república.
- La promoción que realizó el gobierno del estado para atraer la inversión extranjera, sobre todo en maquila, pues le interesa la creación de empleos tanto en el medio urbano como rural.
- La cercanía con el este de los Estados Unidos de Norteamérica por vía marítima o aérea, en especial con Florida y Texas

- ***Chile***

Piña (2015), menciona que la industria financiera es una activa demandante de subcontratación, así como la industria editorial, los medios de comunicación y, en un destacado lugar, los servicios informáticos, Call Centers y Contact Centers, las evaluaciones de tarjeta de crédito se realizan en la India y muchos proyectos de arquitectura de Manhattan son efectivamente realizados en oficinas de Praga o Budapest. Actualmente, Chile tiene posibilidades ciertas de agregar valor a sus exportaciones mediante la promoción de servicios empresariales a distancia a empresas extranjeras y multinacionales, los centros de servicios empresariales a distancia que mantiene actualmente Chile son básicamente del tipo insourcing, pero el gran desafío es incentivar a que éstos tiendan a ofrecer servicios de outsourcing y a proveer actividades empresariales más complejas, que permitan absorber mayor valor agregado en la

prestación de servicios. Existen ejemplos destacados de empresas de servicios originadas, en un comienzo, como centros de costos en el seno de grupos económicos nacionales que han incursionado en forma exitosa hacia el outsourcing, varios de ellos estatales o incluso vinculados a las Fuerzas Armadas. Por lo general, los servicios más especializados conllevan una relación de mayor interdependencia entre el proveedor y el usuario, generando contratos de más largo plazo entre ambos. Chile podría capitalizar sus actuales ventajas competitivas al interior de la región, implementando una estrategia de especialización de sus servicios. Asimismo, podría analizar la posibilidad de promover la prestación de servicios de outsourcing a empresas exportadoras nacionales de bienes en aquellas actividades no esenciales en la actividad de exportación. Actualmente, las operaciones de asistencia empresarial a distancia abarcan no solo actividades de características rutinarias, periódicas o netamente complementarias, sino tareas especializadas y que requieren una alta capacitación de la mano de obra empleada. No obstante, estas actividades todavía son externalizadas hacia países en desarrollo mediante el modelo insourcing o subcontratados con proveedores de servicios de países desarrollados que den las garantías de altos estándares de provisión de servicios

- ***Ecuador***

Cevallos (2014), menciona que la realidad de las empresas textiles del país promueve a una internacionalización de la producción, ya que la economía ecuatoriana cambia constantemente, lo cual afecta a la mayoría de empresas textiles puesto que los precios del costo de la producción no son estables y las empresas deben buscar estrategias nuevas para conseguir una estabilidad en el mercado, por ello, ha habido una pequeña internacionalización ya que algunas empresas han decidido extender su producción a otros países, por ejemplo, a Colombia y Perú, pero sin cerrar la parte ecuatoriana, un claro ejemplo de deslocalización en el país es la empresa Pinto que, por una estrategia, cuenta con una planta de producción de camisas en Medellín y con otro centro en Perú. Los principales motivos por la cual dicha empresa decidió trasladar el área de producción son: la facilidad de adquirir la materia prima como las telas y su calidad, el autor resalta que la deslocalización no es tan simple porque las inversiones son fuertes hay muchas variables que controlar. La internacionalización, en el caso del textil del Ecuador, solo es parte de una estrategia y no responde a una deslocalización total de la empresa si no de un área en específica como la producción.

El caso de Pinto que, luego de abrir sus fábricas en los países vecinos, ha renovado por completo sus instalaciones de Otavalo. Entonces tiene tres centros productivos como una industria del siglo XXI que trata de competir en las grandes ligas, la empresa Pinto realizó una inversión en Otavalo porque consideran que es importante establecerse en el mercado ecuatoriano puesto que debemos incentivar la economía del país por lo cual el mercado ecuatoriano es fundamental para la creación de nuevas prendas, por ello la empresa Pinto tiene 35 puntos de venta y está empezando a trabajar con el comercio multimarca. En Perú cuenta con dos tiendas en Lima, y en Colombia con dos en Medellín y una en Pasto. Cevallos (2014).

2.2.9.5. Tipos de deslocalización

Gallardo (2010), establece los siguientes tipos de deslocalización, los cuales se explica a continuación:

- ***Deslocalización en función de costes.*** Este término abarca la deslocalización por costes laborales, consistente en trasladar actividades empresariales, de países industrializados a países en vías 10 de desarrollo cuyo nivel de renta per cápita es menor. Los países que más deslocalización de este tipo poseen son los pertenecientes al Sureste Asiático, China e India, entre otros pertenecientes al norte de África, la deslocalización en función de costes tiene como objetivo reducir todos los costes vinculados con el proceso productivo de la empresa; ésta puede verse incentivada por la existencia de ventajas fiscales o ayudas gubernamentales
- ***Deslocalización internalizada o cautiva.*** Este tipo de deslocalización consiste en la creación de filiales en países extranjeros.
- ***Deslocalización externalizada o subcontratada (outsourcing):*** consiste en la contratación de servicios a empresas extranjeras. La condición necesaria es que dichos servicios se desarrollen en la empresa matriz antes de realizar la subcontratación.
- ***Joint-ventures:*** se trata de un tipo de deslocalización basada en la asociación con empresas locales. La ventaja que plantea este tipo de deslocalización es que se reducen los costes de instalación y se agilizan los trámites administrativos y burocráticos que una empresa extranjera tendría que llevar a cabo si quisiera instalarse.

- **Nearshore:** consiste en subcontratar o externalizar una actividad a una zona cuyos salarios sean inferiores a los del país de procedencia de la compañía. Además, dicha zona debe encontrarse a una distancia relativamente cercana o en la misma zona horaria o darse ambas circunstancias.

2.2.9.6. Razones por las cuales las empresas realizan una deslocalización

Lugo (2018), menciona las siguientes razones para practicar la deslocalización dentro de las empresas textiles:

- **Costos:** mediante el Offshoring, las empresas pueden producir bienes o adquirir servicios a precios y tarifas mucho más baratos de lo que lo harían a nivel local.
- **Impuestos y aranceles:** los regímenes en diferentes países ofrecen ciertos impuestos y desgravaciones arancelarias. Por ejemplo, muchos países generalmente permiten que las empresas importen productos a precios bajos permitiéndoles generar grandes ahorros.
- **Control:** en lugar de ceder el control de parte de su producción a los proveedores locales, las empresas prefieren aplicar Offshore, ya que luego obtienen el control total y la responsabilidad de todo su proceso de producción.
- **Beneficios fiscales:** al elegir un lugar geográfico adecuado para llevar una deslocalización, se obtendrá ventajas de las exenciones fiscales, ya que los gobiernos extranjeros tienden a reducir impuestos para las empresas nuevas.
- **Nuevos mercados y facilidad de ampliación:** al deslocalizar parte de la empresa, será mucho más fácil ya que nos permite expandirnos hacia nuevos mercados, puesto que las empresas tendrán la opción de contratar mano de obra barata lo cual le permitirá tener una posibilidad más alta de crecimiento.
- **Mayor eficiencia en la producción:** se obtendrá proveedores externos así mejorando la calidad de la materia prima y el proceso de elaboración del producto final mediante tecnología avanzada o personas especializadas en el área. (Mendoza, 2013)

2.2.9.7. Factores de la deslocalización

García (2012), menciona que debemos tener en cuenta factores para llevar a cabo el proceso de deslocalización, a continuación, se muestra los factores:

Tabla 2

Factores de la deslocalización.

Categoría	Características	
Costes (40%)	Costes laborales Costes de instalación Costes fiscales	Salarios, costes medios de las instalaciones y material, impuestos, tasas, aduanas, cambio de moneda, entre otros
Entorno (30%)	Riesgos socioeconómicos Infraestructuras del país Compatibilidad cultural Proximidad geográfica	Situación económica, política y social, corruptibilidad del gobierno, infraestructuras, distancia entre país emisor y receptor, burocracia, telecomunicaciones, transportes, entre otros.
Recursos Humano (30%)	Tamaño y características del mercado laboral Calidad del nivel educativo Barreras idiomáticas	Nivel educativo, nivel de idiomas, fuerza laboral, desgaste de los trabajadores, experiencia de los trabajadores, políticas de recursos humanos, entre otros

Fuente: Population and Social Conditions Statistics in focus. Eurostat septiembre 2004.
Elaborado: Lizbeth Pintag

2.2.10. Beneficios de la deslocalización en la economía de la provincia de Chimborazo.

Las estrategias son fundamentales en una empresa, puesto que permite competir dentro del mercado en el cual se desarrolla con el objetivo de llegar al éxito empresarial y crecimiento a largo plazo. Estas estrategias son planes de acción diseñados para alcanzar objetivos específicos y enfrentar los desafíos internos y externos del mercado, por lo cual se debe considerar a la deslocalización como una estrategia empresarial ya que tiene beneficios al aplicarla ya sea de manera de manera parcial o solamente una parte de la empresa, es importante recalcar que la deslocalización no solamente se puede aplicar en empresas internaciones si no también se puede aplicar en empresas nacionales.

En la provincia de Chimborazo las principales actividades económicas son las de construcción, transporte y manufacturas por esta razón es importante buscar nuevas estrategias que ayuden a las empresas textiles a crecer dentro de la economía nacional y a largo de tiempo en la economía internacional, la industria textil es una de las actividades

económicas que va evolucionando y que siempre va ser necesaria ya que los productos elaborados son de consumo masivo y se considera de primera necesidad, una de las estrategias que se puede implementar en las industrias textiles es la deslocalización, puesto que, la deslocalización tiene beneficios como: la reducción de costos, disminución de aranceles e impuestos y también encontrar nuevos mercados, facilita de expansión de la empresa y mayor eficiencia en la producción.

2.2.10.1. Ejemplos de industrias deslocalizadas

- **Empresa Internacional que se deslocalizó en Ecuador**

Mabe es una empresa mexicana multinacional la cual se constituyó en 1946, el crecimiento acelerado de la empresa, dio como resultado la expansión a diferentes países abarcando el mercado internacional, así en la década de los 90 se abren sucursales de producción y ventas en diferentes países como en Ecuador que abre sus operaciones en 1995. Mabe es un ejemplo de deslocalización que logro éxito en diferentes países mediante la deslocalización en función de costes, este tipo de deslocalización hace referencia al traslado de actividades empresariales a países en vías de desarrollo con el objetivo de disminuir costes vinculados con el proceso productivo, mediante la deslocalización Mabe demuestra una excelente modelo de gestión a nivel regional, control, expansión e incremento de líneas de producción principalmente en la planta de Guayaquil aportando a la economía ecuatoriana puesto que dentro de las instalaciones trabajan alrededor de 400 personas y así mismo contribuyendo a la economía internacional ya que Mabe localizado en Guayaquil- Ecuador exporta el 80% de las 3.000 cocinas fabricadas a más de 12 países en 4 continentes. (Peter, 2021)

Mabe aplicó nearshoring como una estrategia de innovación tecnológica, el cual se refiere a externalizar una actividad, en el caso de Mabe busco deslocalizar actividades de producción y venta, con el objetivo de integrar las áreas de sus sucursales en América Latina, así obtener soluciones en las áreas de producción, de cadena de suministro, finanzas, recursos humanos y ventas. Gracias a la deslocalización Mabe digitalizo su cadena de suministro lo cual favorece a la capacidad de ejecución, productividad, mejora el desempeño en términos de sostenibilidad ya que se evitan desperdicios de materias primas y establece redes de negocios con proveedores responsables. (SAP, 2022)

- **Empresa nacional deslocalizada en el Ecuador**

Pasamanería S.A. ha ido creciendo bajo la administración de la Familia Tosi durante 86 años, hasta convertirse en una de las empresas más importantes para el sector textil y de confecciones del país, que bajo el amparo de la marca PASA comercializa sus productos en el mercado nacional, la empresa genera más de 500 plazas de empleo directo, mientras que, en el apartado comercial, atiende a más de 1400 clientes mayoristas en todo el País y cuenta con 34 tiendas propias, ubicados en los principales centros comerciales del país.

PASA mantiene en la actualidad trabaja con dos líneas muy fuertes, la de confecciones, en la que están todos los artículos de bebés, niños, niñas, mujeres y hombres, prendas exteriores, interiores, casual, deportiva y ropa de dormir. Otra línea fuerte es todo lo que son pasamanerías e insumos, en donde destaca artículos como cintas, cordones, etiquetas, encajes, elásticos, entre otros. Y una tercera línea de hilos, en donde tenemos hilos industriales e hilos domésticos. PASA es un ejemplo de deslocalización nearshoring ya que busco deslocalizar sus actividades de venta en diferentes puntos estratégicos del país lo cual incremento sus ventas y aporta a la economía nacional. En la actualidad marca PASA cuenta con una excelente estructura de comercialización, conformada por 29 almacenes propios en 17 ciudades del Ecuador, alrededor de 1600 clientes minoristas en todas las provincias del país, exportando además algunos de sus productos a Colombia y Perú, brinda empleo a aproximadamente 800 personas. La planta de producción ubicada en la ciudad de Cuenca, tiene un área de aproximadamente 35.000 m², y está dotada de tecnología que permite la elaboración de productos de alta calidad, con procesos ambientalmente amigables, aportando positivamente al desarrollo del Ecuador. (PASAMANERIA S.A, 2019)

- **Ejemplo de industria textil deslocalizada en la provincia de Chimborazo**

JHONATEX es una empresa dedicada a la fabricación de telas de punto como lycra, jersey, poli algodón con una amplia gama de colores y suministros para la confección, lo que le permitirá tener prendas de distinción y alta calidad, la empresa cuenta con un personal comprometido para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, garantizando un óptimo nivel de rentabilidad y contribuir al desarrollo económico y social de nuestro país. (Jhonatex, 2023)

JHONATEX cuenta con su Matriz en Ambato y con una sucursal de actividades de venta en la provincia de Chimborazo, lo cual hace referencia a una deslocalización

eficiente ya que ayuda a la expansión de mercado permitiendo llegar a nuevos mercados, incrementando sus ventas, reduciendo costos logísticos y aprovechando ventajas locales como mano de obra calificada obteniendo mejorar su competitividad y eficiencia en diferentes áreas.

CAPÍTULO III.

3. METODOLOGIA.

3.1. Tipo de investigación

Según Morales (2012), el objetivo principal de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer situaciones a través de la descripción de las actividades, objetos , procesos y personas, en este tipo de investigación no solo se basa en la recolección de información si no a la identificación de la relación que existe entre dos o más variables, el autor también recalca que en este tipo de investigación recoge los datos sobre la base teórica, exponen el resumen la información cuidadosamente y luego analizan minuciosamente a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyen a la investigación. (p.3).

Para cumplir los objetivos de esta investigación se utilizó el método descriptivo correlacional, puesto que se describieron los aspectos y datos importantes de la deslocalización realizando una recolección de datos en fuentes confiables para obtener información que aporte significativamente el desarrollo del proyecto de investigación; y correlacional ya que se analizara la relación entre las dos variables de la investigación, para obtener información explicativa con hipótesis sometidas a pruebas.

3.2. Método

Según Popper (2008), el método hipotético deductivo, tiene la finalidad de comprender los fenómenos y explicar el origen o las causas que la generan. El autor también resalta objetivos como la predicción y el control, que serían una de las aplicaciones más importantes con sustento, las leyes y teorías científicas según el autor para realizar este método generar a partir de los universales para llegar a lo particular.

Para el proyecto de investigación se empleó el método hipotético–deductivo, ya que se evaluará la deslocalización y su incidencia en la industria textil de la provincia de Chimborazo, lo que permite entender la problemática desde lo macro a lo micro, para evaluar las causas de la deslocalización, determinar los beneficios y por ende las consecuencias que puede generar la deslocalización considerando el contexto internacional, nacional y local.

Cabe destacar que este trabajo de investigación inició desde la observación del fenómeno a estudiar, la deslocalización, y la creación de hipótesis, deducción de consecuencias o posición y verificación del fenómeno estudiado.

Según Popper los pasos del método Hipotético Deductivo son los siguientes:

- Observación del fenómeno a estudiar: la deslocalización y su incidencia en la industria textil de la provincia de Chimborazo, se aplicará a través de la formulación del planteamiento del problema de la investigación y objetivos
- Identificación del problema: el problema del presente trabajo de investigación radica el problema se formula en los siguientes términos: ¿Cómo son los procesos de deslocalización y su incidencia en el sector industrial de la provincia de Chimborazo?
- Formulación de la hipótesis: se desarrolló en relación con el tema planteado, identificando la variable dependiente e independiente del estudio, teniendo en cuenta que la hipótesis planteada fue: Los procesos de deslocalización son sistemáticos e inciden de forma muy importante en el fortalecimiento del sector industrial de la provincia de Chimborazo.
- Deducción de consecuencias o posiciones: se desarrolló por medio de la comprobación de las hipótesis planteadas para lo cual se comparará con temas similares al del proyecto de investigación.

3.3. Diseño de la investigación:

3.3.1. Investigación no experimental

En este trabajo de investigación se implementó la investigación no experimental, que permite analizar la información, sin modificar las variables del estudio para no alterar los resultados de la investigación, en este caso la investigación es tipo exploratoria ya que requiere un estudio previo para evaluar la incidencia de la deslocalización, por lo que no es necesario construir nuevas situaciones, solo se observarán situaciones y casos referentes, dentro de este punto se consideró la investigación transversal o transaccional que ayuda a recolectar datos, para analizar y describir las variables.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que la investigación no experimental se realiza sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observa los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlas.

3.3.2. Diseño de investigación transversal o transaccional

Según Palella y Martins (2006), el diseño transversal o transaccional es un nivel de investigación que se encarga de recolectar datos en un solo momento y en un tiempo único. Su finalidad es la de describir las variables y analizar su incidencia e interacción en un momento dado, sin manipularlas.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.4.1. Técnicas

Para obtener la información requerida en esta investigación se utilizó la encuesta ya que los autores Anguita, Repullo y Campos (2003), menciona que la encuesta es una técnica utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. Esta técnica se aplicó a 15 empresas industriales textiles existentes en la provincia de Chimborazo, los datos de las empresas se obtuvieron de la Cámara de Comercio de Chimborazo, con la finalidad de obtener información sobre como los procesos de la deslocalización en la industria textil en la provincia de Chimborazo.

3.4.2. Instrumentos

Según Muñoz (2003), el cuestionario consiste en preguntas de varios tipos, preparadas sistemáticas y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que pueden aplicarse en formas variadas, entre las que destacan su administración a grupos o su envío por correo. Este instrumento se aplicó en esta investigación para obtener información adecuada para culminar adecuadamente la investigación.

Según Matas (2018), aborda que las preguntas en escala de Likert son instrumentos que se aplican para medir y cuantificar las variables donde el encuestado debe indicar su acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem o reactivo, lo que se realiza mediante una escala ordenada y unidimensional, la mitad expresa una posición a favor con la variable a medir y la otra mitad en contra. Cada ítem va acompañado de una escala de valoración ordinal, incluye un punto medio neutral, originalmente de desacuerdo y de acuerdo, con opciones de respuesta numéricas de 1 a 5, es importante resaltar que las escalas que utilizan alternativas de respuesta no están vinculadas con el acuerdo o desacuerdo con los ítems, no son escalas Likert en sentido original, no obstante, es frecuente que se les denomine escalas “tipo Likert” por generalización.

Según Américo (1993), existen diferentes tipos de preguntas como: abiertas y cerradas, las cuales ayudan en la investigación para recolectar información del tema

investigado. Para el presente trabajo de investigación se aplicó preguntas cerradas ya que el autor menciona que facilita el análisis de los datos puesto que las respuestas son concretas, este autor menciona las preguntas dicotómicas las cuales hacen referencia a dos opciones de respuestas ya sean a favor o en contra. Estos tipos de preguntas mencionados se aplicaron en el presente trabajo ya que nos ayudaron a determinar si los encuestados están a favor o en contra referente a la deslocalización.

3.5.Población de estudio y tamaño de muestra

3.5.1. Población

López (2004), afirma que la población “es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación” (pag.8). La población de esta investigación es el número de empresas industriales textiles existentes en la provincia de Chimborazo, que son 15 empresas, y se muestra el nombre de las empresas.

Tabla 3

Número de industrias textiles de la provincia de Chimborazo.

Nro. de Empresas	Nombre de la empresa
1	JHONATEX SUCURSAL RIOBAMBA
2	ASOTEXPEX
3	LIDO'S SPORT
4	SACHA
5	TEXTIL CEPEDA
6	HEMCITEX
7	FAMTEX
8	FABRITEXTILES
9	INDUSTRIA TEXTIL PAOLI'S
10	INDUVEST S.A
11	KAPITEX
12	G S TEXTIL
13	NEYMATEX
14	MAGUITEX
15	CREANDO SUEÑOS
Total	15

Fuente: Cámara de Comercio Chimborazo (2020)

3.6.Hipótesis

Según Espinoza (2010), la hipótesis es un enunciado presumible de la relación entre dos o más variables. Son pautas para una investigación, pues muestran lo que estamos buscando o tratando de probar y se definen como explicaciones tentativas del

fenómeno investigado, formuladas a manera de proposiciones, los términos de la hipótesis deben ser claros, precisos, así como observables y medibles. La relación entre variables, propuesta por una hipótesis, debe ser clara y verosímil.

H1. Los procesos de deslocalización son sistemáticos e inciden de forma muy importante en el fortalecimiento del sector industrial de la provincia de Chimborazo.

H0. Los procesos de deslocalización son sistemáticos y no inciden de forma muy importante en el fortalecimiento del sector industrial de la provincia de Chimborazo.

3.7. Métodos de análisis, y procesamiento de datos

Para el procesamiento de la información de datos y el análisis cuantitativo se utilizó las siguientes herramientas estadísticas: herramienta de Microsoft Excel la cual nos permitió la creación de tablas y gráficos, luego de la tabulación de los datos obtenidos de la encuesta que se realizó a las empresas textiles de Chimborazo y IBM SPSS Statistics para la verificación de las hipótesis se realizó mediante el programa estadístico SPSS ya que analiza la correlación de variables y obtener información fiable con la finalidad de tener una mejor comprensión de los resultados.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de los resultados

Los resultados de la encuesta realizada a las 15 personas encargadas de las empresas textiles de la provincia de Chimborazo, expone que se logró alcanzar el objetivo de esta investigación que es determinar los procesos de deslocalización y su incidencia en el sector industrial de la provincia de Chimborazo, para lo cual se procesó la encuesta con su respectivo análisis e interpretación de los resultados.

Tabla 4

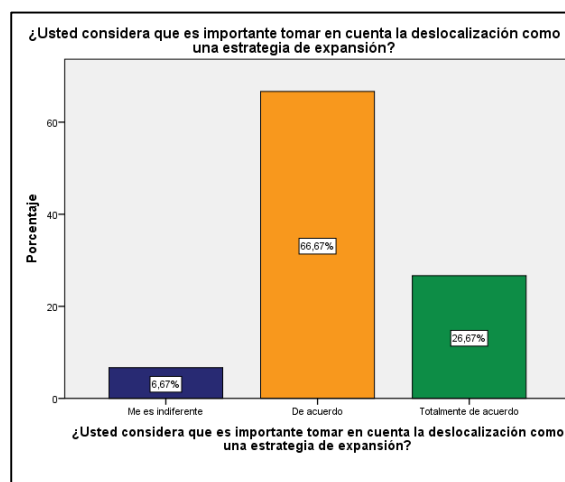
Pregunta N°1 ¿Usted considera que es importante tomar en cuenta la deslocalización como una estrategia de expansión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Me es indiferente	1	6,7	6,7	6,7
	De acuerdo	10	66,7	66,7	73,3
	Totalmente de acuerdo	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 2

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 2, para la variable deslocalización



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22

Elaborado por: Lizbeth Pintag

Un 6.7 % de las empresas encuestadas mencionan que es indiferente considerar la deslocalización como estrategia de expansión, un 26.7 % están totalmente de acuerdo con la deslocalización y un 66.7 % están totalmente de acuerdo.

Tabla 5

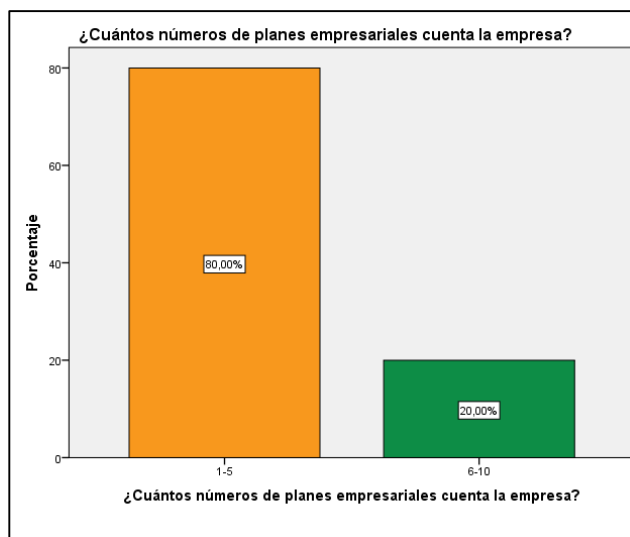
Pregunta N° 2 ¿Cuántos números de planes empresariales cuenta la empresa?

¿Cuántos números de planes empresariales cuenta la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1-5	12	80,0	80,0	80,0
	6-10	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 3

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 2, para la variable deslocalización.



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

Los datos muestran que un 20 % de las empresas textiles de la provincia de Chimborazo cuentan con de 6-10% de planes estratégicos, y un 80 % de empresas textiles cuentan con 1-5% de planes estratégicos.

Tabla 6

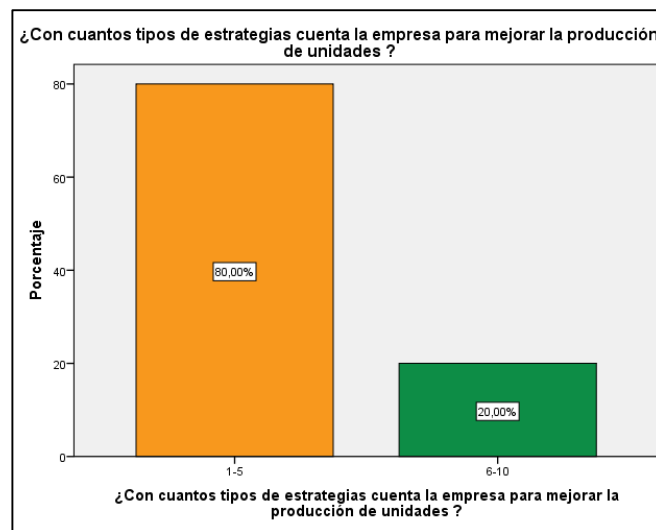
Pregunta N° 3 ¿Con cuántos tipos de estrategias cuenta la empresa para mejorar la producción de unidades?

¿Con cuántos tipos de estrategias cuenta la empresa para mejorar la producción de unidades?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1-5	12	80,0	80,0	80,0
	6-10	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 4

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 3, para la variable deslocalización



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

En los datos obtenidos que un 20 % de las empresas textiles de la provincia de Chimborazo cuentan con 6-10 estrategias para mejorar la producción de unidades y un 80 % con 1-5 estrategias para mejorar la producción de unidades.

Tabla 7

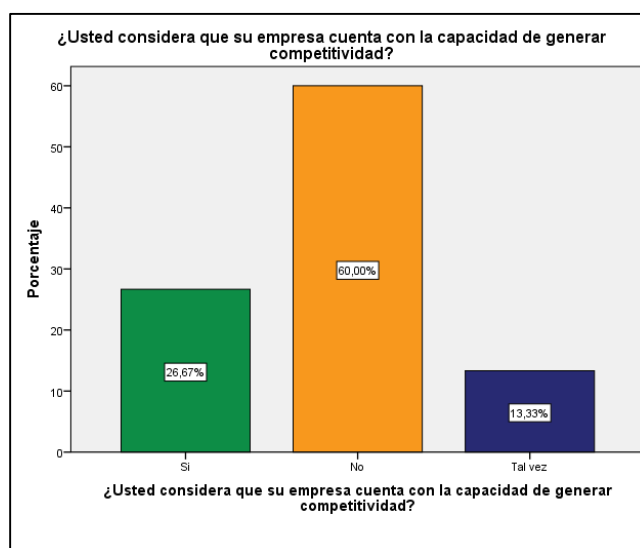
Pregunta N° 4 ¿Usted considera que su empresa cuenta con la capacidad de generar competitividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	4	26,7	26,7	26,7
	No	9	60,0	60,0	86,7
	Tal vez	2	13,3	13,3	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 5

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 4, para la variable deslocalización



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

Según la tabla anterior, un 13,37 % de las empresas textiles de la provincia de Chimborazo consideran que tal vez pueden generar competitividad, un 26,67% que, si lo generan, y un 60 % que no lo hacen.

Tabla 8

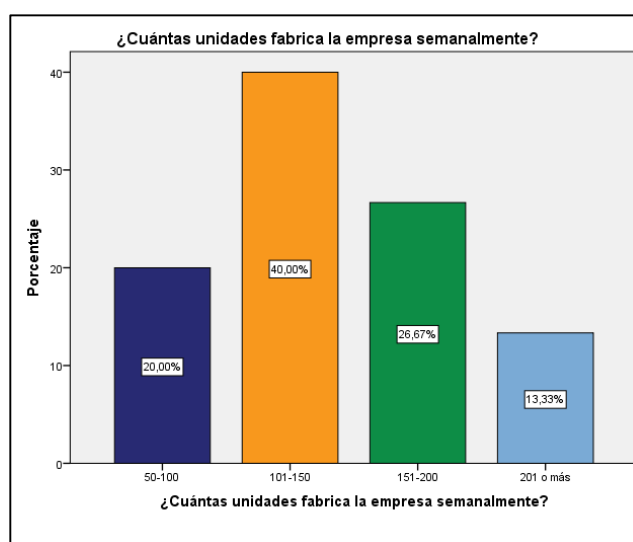
Pregunta N° 5 ¿Cuántas unidades fabrica la empresa semanalmente?

¿Cuántas unidades fabrica la empresa semanalmente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	50-100	3	20,0	20,0	20,0
	101-150	6	40,0	40,0	60,0
	151-200	4	26,7	26,7	86,7
	201 o más	2	13,3	13,3	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo-

Figura 6

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 5, para la variable deslocalización.



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

En los datos recolectados de las empresas textiles de la provincia de Chimborazo, un 13,3% fabrican de 201 o más unidades semanalmente, un 20% de 50-100%, de 267%, de 151-200 unidades semanalmente, y un 40%, de 101-150%.

Tabla 9

Pregunta N° 6 ¿Cuál es el costo de fabricación de las prendas que ofrece la empresa

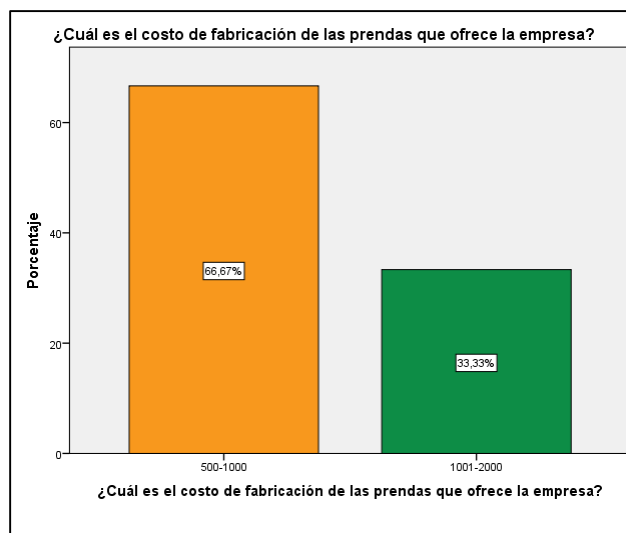
¿Cuál es el costo de fabricación de las prendas que ofrece la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válid	500-1000	10	66,7	66,7	66,7
o	1001-2000	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 7

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 6, para la variable deslocalización



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

Se observa en los datos obtenidos que un 33,3 % de empresas textiles de la provincia de Chimborazo tiene un costo de fabricación de 1001-2000 de las prendas que ofrece la empresa, y un 66,67% tiene un costo de 500-1000 de las prendas que ofrece la empresa.

Tabla 10

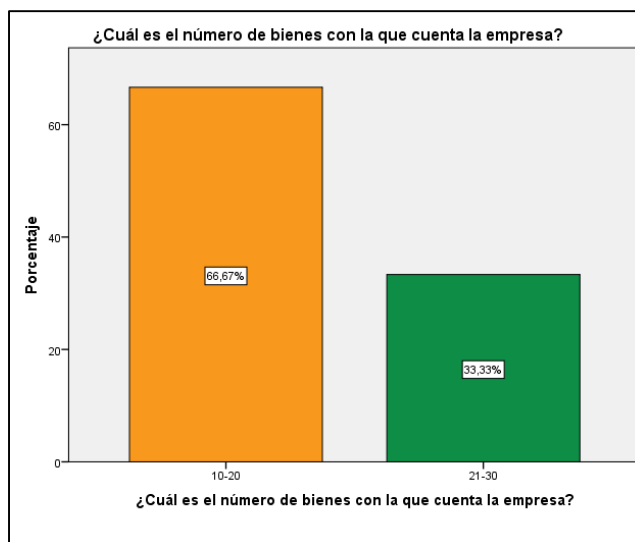
Pregunta N° 7 ¿Cuál es el número de bienes con la que cuenta la empresa?

¿Cuál es el número de bienes con la que cuenta la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	10-20	10	66,7	66,7	66,7
o	21-30	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 8

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 7, para la variable deslocalización



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

Se observa en los datos obtenidos que un 33,3% de las empresas textiles de la provincia de Chimborazo cuentan con 21-30 de bienes, y un 66,67% cuentan con 10-20 bienes.

Tabla 11

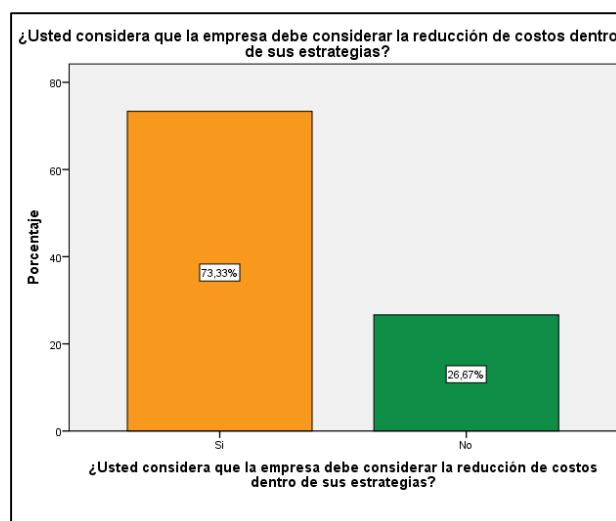
Pregunta N° 8 ¿Usted considera que la empresa debe considerar la reducción de costos dentro de sus estrategias?

¿Usted considera que la empresa debe considerar la reducción de costos dentro de sus estrategias?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	Si	11	73,3	73,3	73,3
o	No	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 9

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 8, para la variable deslocalización



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

Los datos obtenidos muestran que el 26.7% de las empresas textiles de la provincia de Chimborazo mencionan que no hay que considerar la reducción de costo dentro de sus estrategias, y por último un 73,3 de las empresas si consideran que hay que tomar en cuenta la reducción de costos dentro de sus estrategias.

Tabla 12

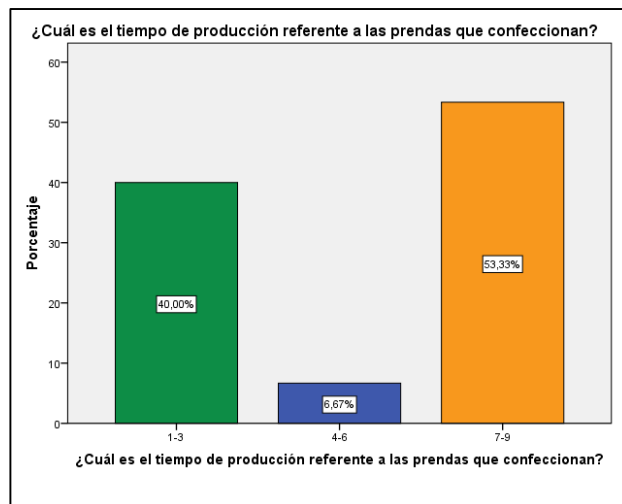
Pregunta N° 9 ¿Cuál es el tiempo de producción referente a las prendas que confeccionan?

¿Cuál es el tiempo de producción referente a las prendas que confeccionan?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	1-3	6	40,0	40,0	40,0
o	4-6	1	6,7	6,7	46,7
	7-9	8	53,3	53,3	100,0
	Tota	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 10

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 9, para la variable deslocalización



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

Los datos recolectados muestran que el 6,7 % de las empresas textiles de la provincia de Chimborazo tienen un tiempo de confección de 1-3 horas, 40 % de prendas de 4-6 horas y, por último, un 53,3 % de prendas de 7-9 horas.

Tabla 13

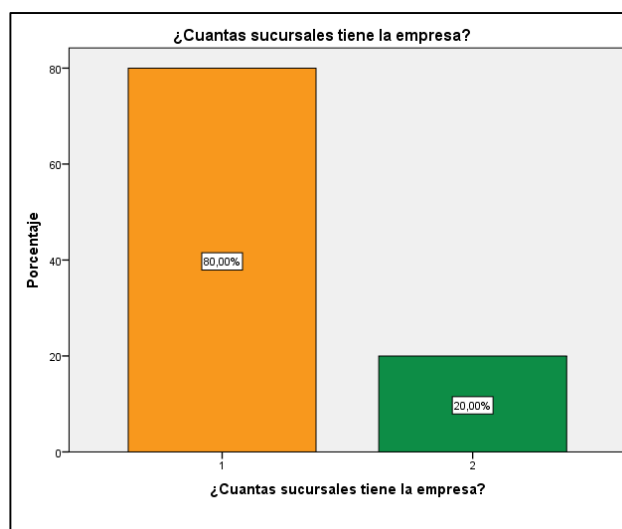
Pregunta N° 10 ¿Cuántas sucursales tiene la empresa?

¿Cuántas sucursales tiene la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	1	12	80,0	80,0	80,0
o	2	3	20,0	20,0	100,0
	Tota	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 11

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 10, para la variable deslocalización



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

Se observa en los datos que el 80% de las empresas textiles de la provincia de Chimborazo cuentan con una sucursal de la empresa, y por último el 20% de las empresas textiles cuentan con 2 sucursales.

Tabla 14

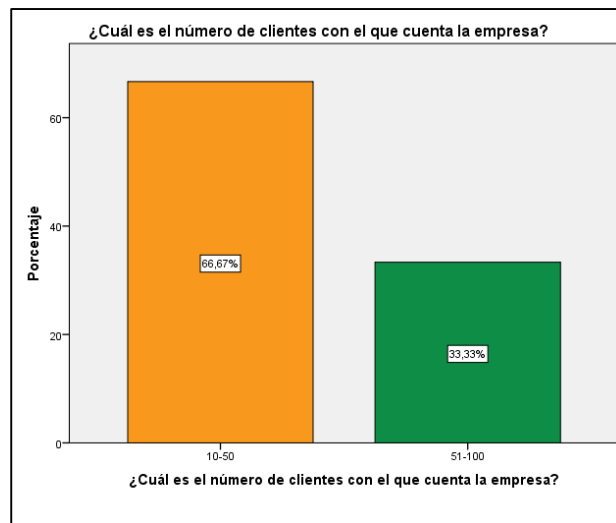
Pregunta N° 11 ¿Cuál es el número de clientes con el que cuenta la empresa?

¿Cuál es el número de clientes con el que cuenta la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	10-50	10	66,7	66,7	66,7
o	51-100	5	33,3	33,3	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 12

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 11, para la variable deslocalización



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

Los datos según la tabla anterior muestran que un 33,33% de las empresas textiles de la provincia de Chimborazo tienen alrededor de 51-100 clientes semanalmente, y un 66.7% cuentan con alrededor de 10-50 clientes semanalmente.

Tabla 15

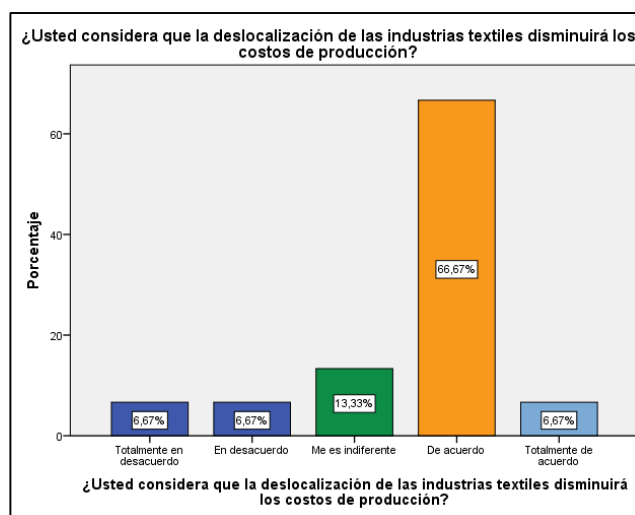
Pregunta N° 12 ¿Usted considera que la deslocalización de las industrias textiles disminuirá los costos de producción?

¿Usted considera que la deslocalización de las industrias textiles disminuirá los costos de producción?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	6,7	6,7	6,7
	En desacuerdo	1	6,7	6,7	13,3
	Me es indiferente	2	13,3	13,3	26,7
	De acuerdo	10	66,7	66,7	93,3
	Totalmente de acuerdo	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 13

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 12, para la variable industria textil



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

Los datos recolectados muestran que un 6,67% están totalmente de acuerdo que la deslocalización disminuirá los costos de producción, un 6,67% están en desacuerdo en la deslocalización de las empresas, un 6,67% mencionan que están totalmente en desacuerdo con la deslocalización, un 13,33% de los encuestados mencionan que es indiferente la deslocalización de las industrias textiles, finalmente un 66,67% consideran que están de acuerdo con la deslocalización de las empresas textiles.

Tabla 16

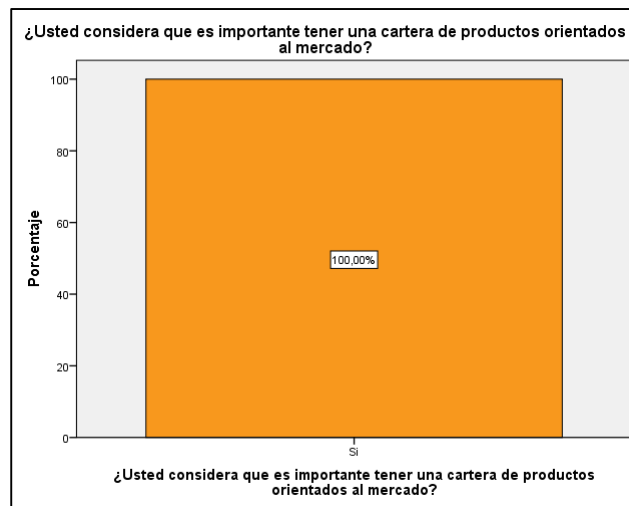
Pregunta N° 13 ¿Usted considera que es importante tener una cartera de productos orientados al mercado?

¿Usted considera que es importante tener una cartera de productos orientados al mercado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	15	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta realizada a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 14

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 13, para la variable industria textil



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

Se observa en los datos obtenidos que un 100% de las empresas textiles de la provincia de Chimborazo, consideran que si es importante tener una cartera de productos orientados al mercado.

Tabla 17

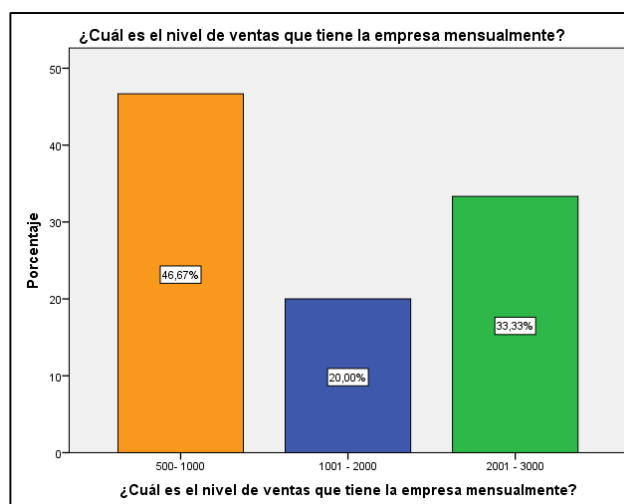
Pregunta N° 14 ¿Cuál es el nivel de ventas que tiene la empresa mensualmente?

¿Cuál es el nivel de ventas que tiene la empresa mensualmente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	500- 1000	7	46,7	46,7	46,7
	1001 – 2000	3	20,0	20,0	66,7
	2001 – 3000	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 15

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 14, para la variable industria textil



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

Según la tabla anterior, un 20 % de las empresas textiles de la provincia de Chimborazo tienen un nivel de venta de 1001-2000 dólares, un 33,33 % un nivel de venta de 2001-3000 dólares mensualmente, y por último un 46,67% un nivel de venta de 500-1000 dólares mensuales.

Tabla 18

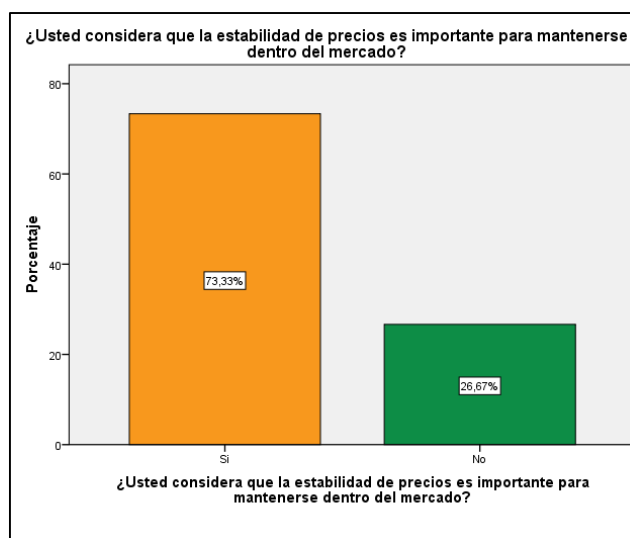
Pregunta N° 15 ¿Usted considera que la estabilidad de precios es importante para mantenerse dentro del mercado?

¿Usted considera que la estabilidad de precios es importante para mantenerse dentro del mercado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Si	11	73,3	73,3	73,3
	No	4	26,7	26,7	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 16

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 15, para la variable industria textil



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

Los datos según la tabla anterior muestran que un 26,67% de empresas textiles no consideran que la estabilidad de precio es importante para mantenerse dentro del mercado, y un 73,37% si considera que la estabilidad de precios es importante para mantenerse dentro del mercado.

Tabla 19

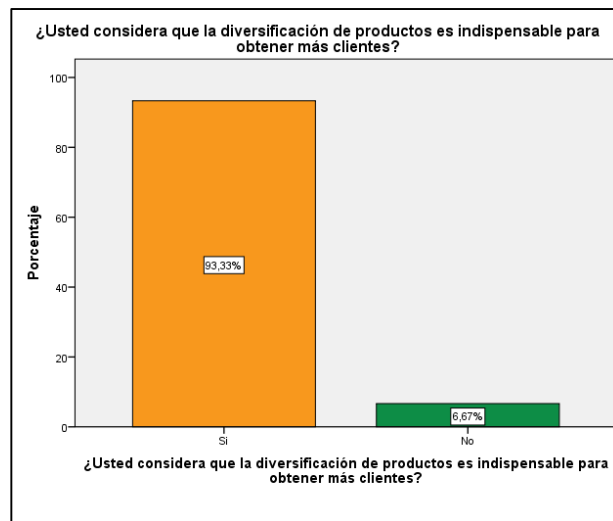
Pregunta N° 16 ¿Usted considera que la diversificación de productos es indispensable para obtener más clientes?

¿Usted considera que la diversificación de productos es indispensable para obtener más clientes?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	Si	14	93,3	93,3	93,3
	No	1	6,7	6,7	100,0
	Tota	15	100,0	100,0	
		1			

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 17

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 16, para la variable industria textil



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

Se observa en los datos obtenidos que un 6,7% de las empresas textiles de la provincia de Chimborazo no considera que la diversificación de productos es indispensable para obtener más clientes, y un 93,3% si considera que la diversificación de productos es indispensable para obtener más clientes.

Tabla 20

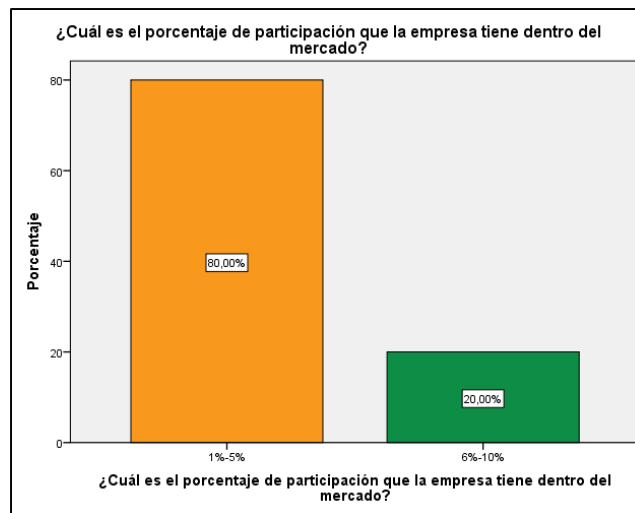
Pregunta N° 17 ¿Cuál es el porcentaje de participación que la empresa tiene dentro del mercado?

¿Cuál es el porcentaje de participación que la empresa tiene dentro del mercado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	1%-5%	12	80,0	80,0	80,0
o	6%-10%	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realiza a las 15 empresas industriales de la provincia de Chimborazo

Figura 18

Porcentaje alcanzado según la pregunta N° 17, para la variable industria textil



Fuente: Base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por: Lizbeth Pintag

Según la tabla anterior, un 20 % de empresas textiles de la provincia de Chimborazo tienen un porcentaje del 6 %-10 % de participación en el mercado y un 80 % de empresas textiles un 1-5 % de participación en el mercado.

4.2. Comprobación de la Hipótesis

4.2.1. Análisis de Chi-cuadrado

La técnica estadística utilizada para comprobar la hipótesis fue el Chi-Cuadrado, cuyo propósito es comprobar la hipótesis planteada en este proyecto de investigación.

- **Las opciones de hipótesis analizadas son:**

H1. Los procesos de deslocalización son sistemáticos e inciden de forma muy importante en el fortalecimiento del sector industrial de la provincia de Chimborazo.

H0. Los procesos de deslocalización son sistemáticos y no inciden de forma muy importante en el fortalecimiento del sector industrial de la provincia de Chimborazo.

Para realizar el Chi-cuadro según las encuestas realizadas, se tomaron en cuenta dos preguntas, ya que facilitan en desarrollo de la investigación, ya que cada pregunta está relacionada con la variable dependiente e independiente.

- **Pregunta variable independiente: 12.** ¿Usted considera que la deslocalización de las industrias textiles disminuirá los cotos de producción?

- **Pregunta variable dependiente: 4.** ¿Usted considera que su empresa cuenta con la capacidad de generar competitividad?

Tabla 21

Chi- Cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	G	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	21,333 ^a	8	,006
Razón de verosimilitud	17,820	8	,023
Asociación lineal por lineal	,115	1	,735
N de casos válidos	15		

a. 14 casillas (93,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,13.

Fuente: SPSS

Elaborado por: Lizbeth Pintag

Según la tabla N° 21 de la prueba de Chi-Cuadrado, se pudo determinar un Chi-cuadrado de Pearson de 21,333, con una significación asintótica (bilateral) de 0,006 este resultado es menor que 0,05, lo que significa que la hipótesis nula se rechaza y aceptamos la hipótesis alternativa.

4.2.2. Análisis de Regresión Lineal múltiple

Según Granados (2016) la regresión lineal múltiple trata de ajustar modelos lineales o legalizables entre una variable dependiente y más de unas variables independientes, en este tipo de modelos es importante testar la heterocedasticidad, la multicolinealidad y la especificación.

En la presente investigación se utilizó el análisis de regresión lineal múltiple puesto que nos ayudó a identificar que variables independientes explican la relación referente a la variable dependiente y nos permite comprobar la hipótesis que hemos planteado, para lo cual se implementó encuestas a las empresas textiles de la provincia de Chimborazo, tomando en cuenta las siguientes variables:

Tabla 22

Codificación de variables

Variable dependiente	Variable analizada	Código
Deslocalización	¿Usted considera que es importante tomar en cuenta la deslocalización como una estrategia de expansión?	Desloc

Variable independiente	Variables analizadas	Código
Participación de mercado	¿Cuál es el porcentaje de participación que la empresa tiene dentro del mercado?	Partmer
Nivel de ventas	¿Cuál es el nivel de ventas que tiene la empresa mensualmente?	Nilven
Estabilidad de precios	¿Usted considera que la estabilidad de precios es importante para mantenerse dentro del mercado?	Espme

Fuente: Base de datos -IBM SPSS Statistics

Variable dependiente:

Deslocalización: Se realizó la encuesta a 15 empresas textiles de la provincia de Chimborazo, aplicando una escala de 1 a 5 en la cual se estudia la importancia de la deslocalización como una estrategia de expansión, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 totalmente en acuerdo.

- **Las opciones de hipótesis analizadas son:**

H1. Los procesos de deslocalización son sistemáticos e inciden de forma muy importante en el fortalecimiento del sector industrial de la provincia de Chimborazo.

H0. Los procesos de deslocalización son sistemáticos y no inciden de forma muy importante en el fortalecimiento del sector industrial de la provincia de Chimborazo.

Variables independientes:

Participación en el mercado: Se encuestó en una escala, donde 1 es 1% a 5% y 4 es 16% o más 5%.

Nivel de ventas: Se encuestó en una escala, donde 1 es 50 a 100 y 4 es 301 a más.

Estabilidad de precios en el mercado: Se encuestó en una escala, donde 1 es Totalmente en desacuerdo y 5 Totalmente de acuerdo.

Formula:

$$Y(\text{desloc}) = \beta_0 + \beta_1(\text{partmer}) + \beta_2(\text{espme}) + \beta_3(\text{nilven}) + \beta_4(\text{ntexde}) + \varepsilon$$

Dónde:

Yt: Variable dependiente

$\beta_0, \beta_1, \beta_2 \dots$: Atribución entre las variables

X1, X2...: Variable independiente

β_0 : Término constante o intersección

- **Las opciones de hipótesis analizadas son:**

H1. Los procesos de deslocalización son sistemáticos e inciden de forma muy importante en el fortalecimiento del sector industrial de la provincia de Chimborazo.

H0. Los procesos de deslocalización son sistemáticos y no inciden de forma muy importante en el fortalecimiento del sector industrial de la provincia de Chimborazo.

Tabla 23

Resumen de modelo

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,937 ^a	,878	,845	,586

a. Predictores: (Constante), Estabilidad de precios en el mercado, Participación del mercado, Nivel de ventas

Fuente: Base de datos -IBM SPSS Statistics

Como podemos observar en la tabla N° 23, se muestra que R representa un 0,94 lo que significa que existe una correlación positiva fuerte entre la variable dependiente (deslocalización) y la variable independiente (participación en el mercado, estabilidad de mercado y niveles de ventas) del 94%, debido a que este resultado es cercano al 100%, también se muestra que R² tiene un valor de (0,88), lo que significa que la variable independiente explica un 88% de la varianza de la variable dependiente.

Tabla 24

Anova

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	27,159	3	9,053	26,382	<,001 ^b
	Residuo	3,775	11	,343		
	Total	30,933	14			

a. Variable dependiente: DESLOCALIZACION

b. Predictores: (Constante), Estabilidad de precios en el mercado, Participación del mercado, Nivel de ventas

Fuente: Base de datos -IBM SPSS Statistics

En la tabla N° 24 se muestra un nivel de significancia de 0,001 al ser este menor a (0.05) que representa el margen de error normal, lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

H1. Los procesos de deslocalización son sistemáticos e inciden de forma muy importante en el fortalecimiento del sector industrial de la provincia de Chimborazo.

Tabla 25

Coefficientes

Coefficientes ^a						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	-,468	,575		-,813	,433
	Nivel de ventas	,885	,274	,615	3,226	,008
	Participación del Mercado	,535	,188	,405	2,845	,016
	Estabilidad de precios en el mercado	,003	,275	,002	,011	,991

a. Variable dependiente: DESLOCALIZACION

Fuente: Base de datos -IBM SPSS Statistics

En la tabla N° 25, se puede observar que el valor sig de las variables independientes son menores que 0,05, lo que significa que la hipótesis alterna se acepta y la hipótesis nula se rechaza, la tabla de coeficientes nos indica los valores de las variables independientes, esto quiere decir que si incrementa el resultado de las variables independientes la variable dependiente tendrá una variación.

Resultados de los métodos de comprobación

Una vez concluido la comprobación de la hipótesis mediante los diferentes métodos, se concluye que en las tres pruebas aplicadas, se acepta la hipótesis alterna ya que, según la prueba de Chi-Cuadrado, tiene como resultado un 0,006 este resultado es menor que 0,05, lo que significa que la hipótesis nula se rechaza y aceptamos la hipótesis alterna, en la siguiente prueba se muestra un nivel de significancia de 0,005 al ser este menor a (0.05) que representa el margen de error normal, lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la siguiente hipótesis del investigador, la hipótesis alterna.

Discusión

Según el análisis de los datos y los resultados de la regresión lineal múltiple se obtuvo un resultado de significancia de 0,001 al ser este menor a (0.05) que representa el margen de error normal, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Este resultado permite determinar, concuerda con los resultados de Andújar (2011), Luengo (2009) y Dinorah (2015), donde se evidencia que la deslocalización como estrategia permite la reducción de costos a través de la creación y expansión de pequeños talleres de confección, logrando que la gran parte de la producción en un trabajo altamente eficiente y rápido.

Es esencial, referirnos a la deslocalización ya que es una estrategia que busca expandir y buscar nuevos mercados dentro de la industria textil de la provincia de Chimborazo así poder fortalecer la competitividad y reducir los costos, uno de los puntos que se considera esencial dentro de las industrias textiles es la reducción de costos puesto que influye con el tiempo de producción y el producto final.

Autores como, Sánchez (2006), Zha (2022) y Bru (2019), señalan que la deslocalización favorece a la industria textil puesto que busca el aumento del tamaño del

mercado lo cual dará lugar a ganancias en eficiencia, tanto para la economía local, nacional e internacional a través de la diversificación de la producción, la reducción de costes y el acceso a un mercado laboral con fuerza de trabajo cualificada y especializada.

El análisis de regresión lineal múltiple permitió la determinar la relación entre las variables, con lo cual se consiguió demostrar que la deslocalización incide en industria textil en la provincia de Chimborazo, ya que al considerar a la deslocalización como una estrategia la industria textil lograra expandirse hacia nuevos mercados atrayendo a nuevos clientes y creciendo dentro de las industrias existentes, dado que la industria textil ofrece trabajo de manera directo e indirecto, en áreas con la producción y comercialización contribuyendo a la economía local y nacional.

CAPÍTULO V.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.CONCLUSIONES

- Luego del análisis de datos y concluido el trabajo de investigación, queda en evidencia que los procesos de deslocalización si inciden de manera importante en el sector industrial de la provincia de Chimborazo, en el caso de las industrias textiles de la provincia de Chimborazo se pudo evidenciar que la deslocalización en la actualidad no se implementa como estrategia de competitividad puesto que es un término desconocido y los empresarios no conocen las ventajas que puede obtener mediante la deslocalización
- En cuanto a la tipología de las industrias, se concluye que en la provincia de Chimborazo hay cinco industrias que aportan a la economía de la provincia. En Riobamba hay un parque industrial donde se fabrican productos con materia prima de calidad, por lo que sería importante implementar estrategias para disminuir costos de fabricación.
- Los beneficios al generar la deslocalización en las industrias de Chimborazo serian notorios y numerosos, ya que, en países como Colombia, Chile y México en los cuales se ha implementado la deslocalización de forma parcial o total han obtenido como resultado la expansión de mercado, obtención de nuevos clientes y reducción de costos las cuales contribuyen al incremento de ventas de las industrias textiles.

5.2.RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar estrategias en las industrias textiles puesto que aportan un 1.143 millón en la economía ecuatoriana, ya que la manufactura o las industrias textiles se viene desarrollando por varios años, sin embargo, la incorporación de nuevas estrategias como la deslocalización en las industrias textiles de la provincia de Chimborazo ayudará a las empresas a captar nuevos mercados y clientes con lo cual se obtendrá el aumento de ventas.
- Se incentiva a mejorar las condiciones y reglas para que las industrias textiles y otras, tengan oportunidad de crecer económicamente y establecerse en el mercado ya que en la provincia de Chimborazo existe una mínima cantidad de industrias textiles, al implementar nuevas estrategias que mejoren las normas se facilitaría la creación de nuevas industrias textiles, también estas aportaran a las condiciones para que las empresas se mantengan en el mercado aportando de manera positiva a la economía local y nacional
- Se recomienda también dar a conocer a las personas encargadas de las empresas textiles industriales los beneficios que la deslocalización brinda al implementarse de manera correcta y los procesos que con lleva tomar en cuenta a la deslocalización con una estrategia empresarial, una vez que tengan conocimientos se podrán percibir los resultados económicos y el incremento de ventas y producción

6. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, F., Bocarando, J., Cortés, C., Izar, J. y Larios, M, (2017). El Entorno de la Industria 4.0: Implicaciones y Perspectivas Futuras. *Conciencia Tecnológica 4.0*, (54), 33-45.
- Amat, N. (2018). Costes y deslocalización internacional: el caso de una empresa textil. *Revista de contabilidad y Dirección*, (26), 175-184
- Américo, M. (1990). Metodología de cuestionarios: Principios y Aplicaciones. *Boletín de la ANABAD*, (3-4), 263-272.
- Andújar, A. (2011). *Modelo de Investigación y Análisis para mercados químicos Industriales en los nuevos entornos de Globalización y Deslocalización*. [Tesis Doctoral, Universitat Politècnica de Catalunya]. <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/119611/TAAL1de1.pdf?sequence=1>
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (2020). Historia Textil Ecuatoriana. <https://www.aite.com.ec/>
- Becattini, G. (2002). Del distrito industrial marshalliano a la «teoría del distrito» contemporánea. Una breve reconstrucción crítica. *Revista de Investigaciones Regionales*, (1), 9-32
- Becattini, G. (2005). *La oruga y la mariposa. Un caso ejemplar de desarrollo en la Italia de los distritos industriales. Prato (1954-1993)* (J, Carrión, Trad.). Universidad de Valladolid, Servicio de Publicaciones e Intercambio. (Obra original publicada en 1993)
- Bermejo, C. (18 de enero de 2022). *¿Qué es la deslocalización empresarial?* El Orden Mundial - EOM. <https://elordenmundial.com/que-es-deslocalizacion-empresarial/>
- Bjerring, K. (2006). Productivity Impacts of Offshoring and Outsourcing: A Review. *Statistical Analysis of Science, Technology and Industry*, (1), 4-35
- Caballero, F., (1 de abril de 2020). Industria- Qué es, definición y significado. <https://economipedia.com/definiciones/industria.html>
- Cabo, G. (2020). El sector textil ecuatoriano ve crecimiento en cinco mercados. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/textil-ecuador-oportunidades-crecimiento-mercados-ecuador/>

- Canals, C. (2006). Offshoring y deslocalización: nuevas tendencias de la economía internacional. *Documentos de economía "La Caixa"*, (3), 3-15.
- Carias, M. (2021). Si se puede hacer desde casa, ¿podría hacerse desde el extranjero? Los riesgos y las oportunidades de la deslocalización virtual. *Coface*. <https://www.coface.com.ec/Noticias-y-Publicaciones/Publicaciones/Los-riesgos-y-las-oportunidades-de-la-deslocalizacion-virtual>
- Casado, I. (2009). Caracterización histórica del concepto de industria. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. www.eumed.net/rev/cccss/06/icg27.htm
- Casas, J., Repullo, J. y Donado J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Revista Atención Primaria*, 31(8), 527-38
- Cevallos, J., & Valenzuela, E. (2014). Momentos difíciles para el textil ecuatoriano. *Revista Gestión*, (34).
- Cuvi, N. (2011). Auge y decadencia de la Fábrica de Hilados y Tejidos de Algodón La Industrial, 1935-1999. *Revista Ecuatoriana de Historia*, 33(1), 2-33. <http://hdl.handle.net/10644/3046>
- Delta Máquinas Textil. (30 de marzo de 2020). *4 problemas que dificultan el crecimiento de la industria textil*. <https://www.deltamaquinastexteis.com.br/es/industria-textil/4-problemas-que-dificultan-el-crecimiento-de-la-industria-textil/>
- Denim, X. (25 de junio de 2015). *Deslocalización: una realidad indigna*. Xiro Atlantic Denim. <https://xiroeco.com/deslocalizacion-una-realidad-indigna/>
- Du, H. (2009). La industria textil y de confecciones en el desarrollo económico de la república popular china. *Observatorio de la Economía y la Sociedad China*, (11)
- Espinoza, E. (2018). La hipótesis en la investigación. Mendive. *Revista de Educación*, 16(1), 122-139.
- Feliciano, C. (4 de octubre de 2018). *Diferencias de Offshoring vs Outsourcing*. INVID. <https://invidgroup.com/es/offshoring-vs-outsourcing/>
- Fouquet, G. (2004). La deslocalización de la producción en la era global: diferencias regionales en la industria maquiladora de México. *Región y sociedad*, 16(30), 159-184.
- Franco, P. (16 de septiembre 2021). *El 80 % de las cocinas fabricadas por Mabe en Guayaquil se exportan a más de 12 países en 4 continentes*. El Universo.

- <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/el-80-de-las-cocinas-fabricadas-por-mabe-en-guayaquil-se-exportan-a-mas-de-12-paises-en-4-continentes-nota/>
- Gallardo, R. (2010). *Fundamentos en la toma de decisiones de deslocalización empresarial e inversión internacional*. [Tesis de Maestría, Universidad Valladolid]. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/23259/>
- García, J. (2019.). *Análisis de la deslocalización industrial en el sector textil español*. [Trabajo de fin de Grado, Univesitas Miguel Hernández]. <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/7964/1/TFG%20Bru%20Andreu%2c%20Jos%2c%20Manuel.pdf>
- García, K. (2014). La innovación como estrategia de la industria textil “transformando para subsistir”: una alternativa para el Ecuador. *Tlatemoani*. <https://www.eumed.net/rev/tlatemoani/20/mercado-textil.html>
- García, R. (2012). *La Deslocalización Empresarial*. [Tesis de Grado, Universidad Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/1172/TFG-B.63.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, T. (2003). *El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación. Etapas del Proceso Investigador: Instrumentación*. [Universidad Santa Ana.]. http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf
- Gilley, KM y Rasheed, A. (2000) Hacer más haciendo menos: un análisis de la subcontratación y sus efectos en el desempeño de la empresa. *Revista de Gestión*, 26, 763-790. <https://doi.org/10.1177/014920630002600408>
- Gonzalvo, V. (2021). El papel de la inteligencia económica en la competitividad y la deslocalización industrial. *Revista Economía Industrial*, (420) ,81-88.
- Granados. R (2016): Modelos de regresión lineal múltiple. *Documentos de Trabajo en Economía Aplicada*. [Universidad de Granada. España.] https://www.ugr.es/~montero/matematicas/regresion_lineal.pdf
- Guijarro, A. (2018). *Sector textil en china análisis de un caso de éxito "SEMIR"*. [Trabajo de Grado, Universidad Politécnica de Cartagena]. <https://repositorio.upct.es/xmlui/bitstream/handle/10317/8129/tfg-ruy-sec%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Diseño de investigación*. México: ediciones Mc. Graw Hill

- Leborgne, D. y Lipietz, A. (1992). Idées fausses et questions ouvertes de l'après-fordisme. *Espaces et sociétés*, 66, 39-68.
<https://doi.org/10.3917/esp.1992.66.0039>
- López, P. (2004). Población, Muestra y Muestreo. *Punto Cero*, 9(8), 69-74
- Luengo, F. (2009). Las deslocalizaciones internacionales. Una visión desde la economía crítica. *Core*. <https://core.ac.uk/download/pdf/6314122.pdf>
- Lugo, A. (4 de octubre de 2018). *Diferencias de Offshoring vs Outsourcing*. INVID.
<https://invidgroup.com/es/offshoring-vs-outsourcing/>
- Marshall, A. (1957). *Principles of Economics (8ª Ed.)*. Macmillan.
<https://oll.libertyfund.org/title/marshall-principles-of-economics-8th-ed>
- Martínez, A., (30 de junio de 2022). Definición de Industria.
<https://conceptodefinicion.de/industria/>
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 20(1), 38-47. <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>.
- Méndez, R., (2006). Del Distrito Industrial al Desarrollo Territorial: estrategias de innovación en ciudades intermedias: estrategias de innovación en ciudades intermedias, *Desenvolvimento em Questão*, 4(7), 9-46.
- Mendizabal Etxabe, A., Begiristain Zubillaga, A., & Errasti Amozarrain, A. (2005). Deslocalizaciones y empleo cooperativo. El caso de Fagor Electrodomésticos, S. Coop. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (52), 237-266.
- Mohiuddin, M. & Su, Z. (2013). Offshore Outsourcing of Core and Non-Core Activities and Integrated Firm-Level Performance: An Empirical Analysis of Québec Manufacturing SMEs. *M@n@gement*, 16, 454-478. <https://doi.org/10.3917/mana.164.0454>
- Moposita, E. (2021). *La comercialización y el posicionamiento en la empresa rio textil en el mercado local* [Tesis de Titulación, Universidad Nacional de Chimborazo].
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7564>
- Morales, F. (2012). *Tipos de Investigación*.
https://www.ucipfg.com/Repositorio/MSCG/Practica_independiente/UNIDAD1/Tipos%20de%20investigaci%C3%B3n.docx

- Muñoz, M. (2007). La deslocalización de los servicios: ¿mito o realidad? *Revista de Economía Mundial*, (16), 57-78.
- Muñoz, M. (2008). Deslocalización y Fragmentación productiva internacional: Offshoring y Outsourcing. *Revista de Estudios Empresariales*, (1), 1-3.
- Naresh, K. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. Pearson Educación.
<https://books.google.com.ec/books?id=SLmEblVK2OQC>
- Navarro, E. (2010). La Deslocalización Industrial en Europa El fenómeno del Offshoring a análisis. *Analistas Económicos de Andalucía*. 13(5), 35-150.
- Neefus, J y Ivester, L. (2012). *Industria de productos textiles*. Enciclopedia de Salud y Seguridad en el Trabajo.
<https://www.insst.es/documents/94886/161971/Cap%C3%ADtulo+89.+Industria+de+productos+textiles>
- Otheo, C., Sánchez, R., Salas, L., Tudela, A., López, E y Vega, J. (2008). *Globalización y deslocalización Importancia y efectos para la industria española*. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa.
<http://www.ipyme.org/Publicaciones/GlobalizacionDeslocalizacion.pdf>
- Palella, S y Martins, F. (2006). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Fedupel.
<http://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w23578w/w23578w.pdf>
- PASAMANERIA S.A. (03 de abril 2019). *PASA es calidad*. CAPIA.
<https://www.capia.com.ec/works/pasamaneria-s-a/>
- Peralta, R. (2016). *Análisis y consecuencias de la deslocalización empresarial en España: caso textil valenciano* [Tesis de Maestría, Universidad Politécnica de Valencia].
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/59914/Binder1.pdf>
- Pérez, J. (7 de abril 2013). *La deslocalización empresarial*. VENTURA.
<https://vaventura.com/divulgacion/economia/la-deslocalizacion-empresarial>
- Pinos, E. (26 de febrero 2016). *Provincia de Chimborazo. Geografía del Ecuador*. Enciclopedia del Ecuador. <https://www.encyclopediadelecuador.com/geografia-del-ecuador/provincia-del-chimborazo/>
- Piña, J. (2005). *La deslocalización de funciones no esenciales en las empresas: oportunidades para exportar servicios. El caso de Chile*. CEPAL.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4394/S2005200_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Rueda, D. (3 de noviembre 2020). *Industria*. Encolombia.com. <https://encolombia.com/economia/economia-intro/industria/>
- Salgado, P. (2015). Deslocalización de la producción y la fuerza de trabajo: Bolivia - Argentina y las tendencias mundiales en la confección de indumentaria. *Si Somos americanos*, 15(1),169-198. <https://dx.doi.org/10.4067/S0719-09482015000100007>
- Sánchez, A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. <https://dx.doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sánchez, J. (2006). Análisis de un proceso de deslocalización industrial y propuestas de medidas correctas. *Escola Politècnica Superior D'Enginyeria De Manresa Universitat Politècnica De Catalunya*. [Proyecto Final De Carrera]. <https://core.ac.uk/download/pdf/41801702.pdf>
- Sanginés, J., (2013). Marshall y los sistemas productivos locales. *Economía Informa*, (383), 90-106. [https://doi.org/10.1016/S0185-0849\(13\)71343-4](https://doi.org/10.1016/S0185-0849(13)71343-4).
- SAP. (26 de octubre 2022). *Mabe se encamina hacia una nueva era de innovación tecnológica a través del nearshoring*. SAP News Center Latinoamérica. <https://news.sap.com/latinamerica/2022/10/mabe-se-encamina-hacia-una-nueva-era-de-innovacion-tecnologica-a-traves-del-nearshoring/>
- Solano, V y Manrique, S (2016). *Determinantes del offshoring en la industria manufacturera de Bogotá: El caso del sector textil*. [Tesis de Grado, Universidad de la Salle, Bogotá]. <https://mpr.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/23228>
- Sotomayor, T. (2008). Espacios de vulnerabilidad social en el proceso de deslocalización. El sur como Estrategia. *Revista Española Agrosociales y pesqueros*, (220), 71-97. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.168381>
- Ucha, F. (10 de agosto 2022). *Definición de Textil*. DefinicionABC. <https://www.definicionabc.com/economia/textil.php>
- Vernon, R. (1966). International Investment and International Trade in the Product Cycle. *The Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190–207. <https://doi.org/10.2307/1880689>

- Weixin, Z. (12 de julio de 2022). *Deslocalización hacia Europa: los fabricantes de maquinaria textil ven aumentar la demanda*. FashionUnited.es. <https://fashionunited.es/noticias/empresas/deslocalizacion-hacia-europa-los-fabricantes-de-maquinaria-textil-ven-aumentar-la-demanda/2022071239025>
- Westreicher, G. (30 de abril de 2020). *Industria Textil*. Economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/industria-textil.html>
- Yungan, M. (2014). *Análisis comparativo de los sistemas de control interno de las empresas industriales de la ciudad de Riobamba, basado en la empresa Industrial Ogsiair en el período 2011* [Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. <https://1library.co/document/z1dr52vz-analisis-comparativo-sistemas-industriales-riobamba-empresa-industrial-periodo.html>.

7. ANEXOS

Anexo 1:

Matriz de Operacionalización de Constancia

Título: La deslocalización y su incidencia en la industria textil de la provincia de Chimborazo.

Formulación del problema	Objetivo General	Hipótesis General
¿Cómo son los procesos de deslocalización y su incidencia en el sector industrial de la provincia de Chimborazo?	<ul style="list-style-type: none"> Determinar los procesos de deslocalización y su incidencia en el sector industrial de la provincia de Chimborazo 	Los procesos de deslocalización son sistemáticos e inciden de forma muy importante en el fortalecimiento del sector industrial de la provincia de Chimborazo.
Problemas derivados	Objetivos Específicos	Hipótesis específicas
<p>¿Cómo se clasifica y caracteriza la tipología de las industrias establecidas en la provincia de Chimborazo?</p> <p>¿De qué manera la identificación de las causas y consecuencias de la deslocalización influyen en la industria textil de la provincia de Chimborazo?</p> <p>¿De qué manera se describe y explicar los beneficios que conlleva la deslocalización de las empresas industriales en la economía de la provincia de Chimborazo desde el punto de vista Teórico</p>	<ul style="list-style-type: none"> Clasificar y caracterizar la tipología de las industrias establecidas en la provincia de Chimborazo. Identificar las causas y consecuencias de la deslocalización de la industria textil en la provincia de Chimborazo. Describir y explicar desde el punto de vista teóricos, los beneficios que conlleva deslocalización de las empresas industriales en la economía de la provincia de Chimborazo. 	

Anexo

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro: Operacionalización Variable Dependiente (Deslocalización)

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e Instrumentos
<p>Según Navarro (2021) la deslocalización de empresas (off-shoring) es aquella condición estratégica empresarial que posibilita el poder de comprar bienes en lugares distintos de lo habitual con la finalidad de reubicar la productividad en lugares que se consideren más adecuados o baratos (fuerza de trabajos, materias primas), con menores costos ambientales o impuestos.</p>	<p>Estrategia Empresarial</p> <p>Productividad</p> <p>Compra de bienes</p> <p>Lugares distintos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de planes empresariales • Tipología de estrategias para las unidades • Capacidad de generar competitividad • Crecimiento de ventas • Cantidad de unidades fabricadas • Costo de fabricación • Número de bienes • Reducción de costos • Tiempo de producción • Número de sucursales • Ubicación geográfica • Número de trabajadores • Número de clientes • Inversión en infraestructura y logística 	<p>INSTRUMENTO</p> <p>Cuestionario</p> <p>TÉCNICA</p> <p>Encuesta</p>

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro: Operacionalización Variable Independiente (Industria textil)

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e Instrumentos
Westreicher (2020) define a la industria textil es la actividad económica dedicada a la manufactura de hilos, fibras, telas y otros materiales para obtener productos derivados como la ropa.	<p>Manufactura</p> <p>Actividad Económica</p> <p>Productos derivados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cartera de productos orientados al mercado. • Capacidad de producción • Número de industrias textiles deslocalizadas • Nivel de ventas • Tipos de precios (intermediarios) • Estabilidad de precios (mercado) • Diversificación de productos • Participación en el mercado 	<p>INSTRUMENTO</p> <p>Cuestionario</p> <p>TÉCNICA</p> <p>Encuesta</p>

Anexo 3

Descripción de Empresas encuestadas

1. JHONATEX



Es una empresa dedicada a la fabricación de telas de punto como lycra, jersey, poli algodón con una amplia gama de colores y suministros para la confección, lo que le permitirá tener prendas de distinción y alta calidad. (Jhonatex, 2023)

- **Objetivo de la empresa**

Elaborar telas para ropa deportiva y casual utilizando tecnología de punta y procesos eficientes, con personal comprometido para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, garantizando un óptimo nivel de rentabilidad y contribuir al desarrollo económico y social de nuestro país. (Jhonatex, 2023)

- **Dirección**

- **Matriz**

Parque Industrial Av. Cuarta 106 y Calle F

- **Sucursal Ambato**

Manuelita Sáenz y Antonio Machado, Junto al SRI

- **Sucursal Ambato**

Leonardo Páez 01-90 y Homero Hidrovo.

- **Sucursal Ambato**

San Antonio Calle Pacha y Toa Junto al Parque Juan Benigno Vela

- **Sucursal Riobamba**

Av. Luis Córdobas y Av. Antonio José de Sucre, Riobamba

2. ASOTEXPEX

- **Descripción**

Es una empresa dedicada al diseño, confección y comercialización de:

- Uniformes
- Trajes para Chefs
- Ropa Quirúrgica
- Ropa Deportiva

- Ropa Industrial
- Uniformes Médicos

- **Dirección**

Belice, Riobamba-Ecuador

3. LIDO'S SPORT



Somos una empresa la cual nos dedicamos a la confección de Ropa deportiva a la moda, cómoda, juvenil, apta para acompañarte en todas tus nuevas metas y desafíos. (Lido's Sport, 2023)

- **Dirección**

Ciudadela Fausto Molina calle Quito y, Santiago esquina, Riobamba

4. SACHA

- **Descripción**

La empresa Sacha confecciones comenzó a funcionar desde el 5 de marzo de 1983 en la provincia de Chimborazo específicamente en Riobamba, como una empresa moderna, para proporcionar a sus clientes los mejores productos en ropa deportiva y multipropósito, contribuyendo así con el desarrollo económico provincial.

Desde hace más de tres décadas la empresa sachá textil se ha mantenido funcionando, desarrollando su trabajo en armonía en todas las áreas de la empresa, según las funciones requeridas para cada plaza, mejorando la productividad y manteniendo un crecimiento homogéneo igual a los objetivos planteados. (Sacha, 2023)

- **Dirección:**

Vicente Rocafuerte 20-38 y Guayaquil. Riobamba

5. HEMCITEX



- **Descripción**

Empresa dedicada a la creación y confección de prendas para todas aquellas mujeres Puruhás, como:

- Anacos normales.
- Anacos con Pinzas.
- Blusas para damas.
- Blusas para niñas.
- Alpargatas
- Bayetas de diferentes colores.
- Y muchos más. (Hemcitex,2023)

6. TEXTILES CEPEDA



Inicia su actividad en el año 1993 rompiendo varios paradigmas y mercados monopolios en Ecuador, Consolidando su prestigio en el mercado local, proveyendo productos textiles de muy alta calidad y únicos en el Mundo, Desde el inicio quedó claro la necesidad de crecer de una manera que contribuya al progreso del mercado textil del Ecuador, para convertirse en proveedor líder de los artesanos de ropa indígena y sombreros terminados en Ecuador.

En el año 1993 empezó, la Señora Baltazara Cepeda Yuquilema con la venta por menor de sombreros de lana, y su esposo en la fabricación artesanal de sombrero, desde el año 2000 empezamos a proveer el sombrero de pelo de conejo en convenio con las empresas COLFIELTROS de Colombia. Cervo y Borsalino.

En el año 2002 empezamos a producir sombreros terminados en convenio con las empresas alemanas, italianas, y polacas. Con marcas Borsalino.

En el año 2004 Nace “Sombreros Cepeda” con su marca “GAMUZA FINA” El Sombrero Más Fino Del Ecuador con la materia prima (cono) más fina y prestigiosa del mundo para producir sombreros terminados.

En el año 2012 posesiona sus marcas registradas SOMBREROS CEPEDA and GAMUZA FINA ALEMANA, inspirados por su calidad como el Mejor sombrero del Ecuador.

En el año 2014 sombreros Cepeda en su visión de romper paradigmas y mercados monopolios, empieza a incursionar en un nuevo segmento de mercado, en especial para el mercado de la ropa indígena de Ecuador, buscando acuerdos de cooperación entre las fábricas textiles más finas del mundo con empresas coreanas, Indias, americanas, europeas chinas, y Turkas. En el año 2016 proveemos de materia prima para la producción de ropa para todas las culturas del Ecuador. (Cepeda,2023)

- **Dirección.**

Olmedo 28-40 y Carabobo, Riobamba, Ecuador. (Cepeda,2023)

7. FAMTEX



Fabricar artículos textiles desde cero, pieza por pieza, hacemos la diferencia con nuestra competencia porque no existe otra fábrica en el país que personalice en colores, texturas y diseños como nosotros.

Somos un equipo calificado y expertos en la fabricación te artículos textiles publicitarios. (Famitex,2023)

- **Dirección**

José Veloz #35-23 y, Diego de Ibarra, Riobamba

8. FABRITEXTIL



Somos Fabricantes de todo tipo de Uniformes para Escuelas, Colegios, Universidades e Instituciones. (Fabritextil,2023)

- **Dirección**

Pallatanga y Sibambe Esquina, Riobamba, Ecuador.

9. RIO TEXTIL



- **Descripción**

Rio textil es una empresa que se dedica a la fabricación y comercialización de ropa de dormir y prendas ligeras, cuenta con múltiples diseños para los cuales sus principales clientes son niños, niñas y adultos. La empresa fue creada el 5 de abril de 1999, por su Gerente – Propietario el Sr. Milton Carrasco y su esposa la Sra. Rosa Sánchez quienes en sus inicios arrendaba un local en la calle Carabobo 19-33 entre Olmedo y Villarroel en la ciudad de Riobamba en donde se ubicaba la fábrica, que inició sus actividades comerciales con poca maquinaria, la misma que sirvió para empezar a producir shorts con estampados infantiles, 40 docenas eran producidas semanalmente los cuales se vendían en la ciudad de Guayaquil por el propietario. Con el paso de los años la empresa ha ido creciendo favorablemente hasta obtener una infraestructura propia, la cual está ubicada en el barrio el Cisne Sector Langos Panamericana Vía a Guano, en donde son producidos todas sus líneas de productos, la empresa cuenta con 15 empleados y actualmente sus instalaciones están equipadas con maquinaria especializada para la confección de todos sus diseños, como ropa de dormir y prendas ligeras para damas, caballeros, niños y niñas, sus principales clientes son cadenas y almacenes mayoristas de la región costa del país.(Moposita, 2021)

10. INDUVEST S.A



- **Descripción**

INDUVEST S.A., se dedica a la fabricación y comercialización de uniformes institucionales, ropa de trabajo para personal operativo, comercial y además uniformes escolares. La empresa cuenta con un equipo experimentado en el diseño y producción de

uniformes; utilizamos materiales de alta calidad y cuidamos los procesos productivos para garantizar así un producto final que sea durable y cómodo. INDUVEST ofrece una amplia gama de uniformes para diferentes sectores, incluyendo empresas, instituciones públicas, educativas y otros. Estamos ubicados en Riobamba, atendemos a todo el país, nuestra experiencia de más de 15 años en el mercado nos permite ser una buena opción si busca uniformes y ropa de trabajo duradera y de alta calidad. (Induvest,2023)

- **Dirección:** L #12. Parque Industrial, Av. Edelberto Bonilla Oleas, y Mz, Riobamba

11. KAPITEX



KAPITEX inicia su trayectoria el 6 de febrero del año 2002, año en el cual el Sr. Pierre Kénol Thys funda en la ciudad de Riobamba, la que hoy en día es la principal empresa de calcetines en la provincia de Chimborazo.

Hoy la empresa produce calcetines para damas, caballeros y niños en orlón, algodón y nylon, en diferentes tamaños y diseños predefinidos y personalizados, siendo esta una de las características más relevantes por las que nuestros clientes nos identifican. Las plantas de producción y comercialización se encuentran ubicadas en el Parque Industrial Riobamba y utiliza tecnología de última generación, lo que permite obtener productos de alta calidad, mediante procesos de producción eficientes y amigables con el ambiente.

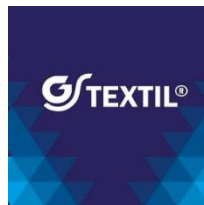
- **Misión**

Somos una empresa textil fundada en 2002. Fabricamos, comercializamos y distribuimos calcetines de orlón, algodón, nylon y sus combinaciones con altos estándares de calidad, procesos de mejora continua y a costo competitivo para satisfacer a nuestros clientes; en un ambiente laboral propicio, generando bienestar económico y personal para nuestros colaboradores y accionistas, con responsabilidad social y respeto al medio ambiente.

- **Visión**

Convertir a la empresa en una organización con tecnología de punta sistemáticamente organizada, conformada por personal altamente capacitado, tecnológicamente actualizado y motivado. KAPITEX para el año 2020 verá fortalecida la confianza y fidelidad de sus clientes actuales y se expandirá al mercado internacional, una vez posicionada en el mercado nacional en base a la calidad, creatividad e innovación de nuestros productos, logrando así un importante aporte al desarrollo textil del país siendo responsables social y ambientalmente con la comunidad. (Kapitex,2023)

12. G S TEXTIL



GS TEXTIL es una marca que se encarga de confeccionar prendas con el más alto concepto de calidad, telas seleccionadas Y finos acabados desde 1990. Ofrecemos servicios de Sublimación, Calandrado e impresión de trazos de corte y confección.

- **Dirección**

José M. Velasco Ibarra &, Riobamba. (GSTextil,2021)

13. NEYMATEX



Desde 1982 Neymatex empieza su larga trayectoria de cubrir al Ecuador con telas de la mejor calidad, la empresa comienza a destacar por su nivel de servicio y gran variedad de productos, lo cual atrajo rápidamente a importantes clientes. Desde estos inicios quedó claro para Neymatex la necesidad de crecer de una manera que contribuya al profesional del mercado textil del Ecuador.

Así es como Neymatex reinventa si atención, para lograr una fuerza de ventas que extienda su capacidad para atender los pedidos y dar facilidades de pago a los clientes que se ubican dentro de todo el país. Está en una historia que seguimos tejiendo en conjunto con nuestro éxito y el de nuestros clientes.

- **Misión de la empresa**

Ofrecer la mejor calidad y variedad de productos textiles, insumos y maquinaria de confección para el mercado ecuatoriano.

- **Visión de la empresa**

Contribuir con el crecimiento del mercado textil del Ecuador, adelantándonos a las necesidades de nuestros clientes.

- **Dirección**

- **Guayaquil**

Km 7 1/2 vía a Daule, Lotización Santa Cecilia. (Sector Prosperina)

- **Quito**

García Moreno N2-43 entre Sucre y Bolívar. Sur: Av. Otoya y calle 6ta Sector Quitumbe.

- **Guano**

Tomas Ramírez y García Moreno. (Neymatex, 2023)

14. MAGUTEX



Fábrica de medias MAGUTEX confecciona todo tipo de medias como:

- Ballet
- Invisible
- Zapatilla
- Medias antideslizantes para deportistas de alto rendimiento en varios colores y diseños.

- **Dirección**

Asunción y Cárdenas, Guano, Ecuador. (Magutex, 2023)

15. CREANDO SUEÑOS

Creamos todo lo que puedes imaginar en varias prendas de vestir

- **Dirección:** Av. Alfonso Chávez, Riobamba, Ecuador. (Creación sueños,2023)

Anexo 4:

Encuesta aplicada



CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

El siguiente cuestionario está dirigido a las empresas industriales textiles de la provincia de Chimborazo. El objetivo es determinar los procesos de deslocalización y su incidencia en el sector industrial de la provincia de Chimborazo

Indicaciones: Lea detenidamente las preguntas y según su criterio, marque con una “x” la respuesta que considere conveniente.

Recuerde que la información es confidencial.

1. Datos de la empresa

1.1.Nombre de la empresa

.....

1.2.Cargo del encuestado

.....

1.3.Ubicación de la empresa

.....

1.4.Número de empleados

.....

2. Estudio de las variables

1. ¿Usted considera que es importante tomar en cuenta la deslocalización como una estrategia de expansión?

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Me es indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

2. ¿Cuántos números de planes empresariales cuenta la empresa?

- f) 1-5
- g) 6-10
- h) 11-15
- i) 16-20 o mas

3. ¿Con cuántos tipos de estrategias cuenta la empresa para mejorar la producción de unidades?

- a) 1-5
- b) 6-10
- c) 11-15
- d) 16-20 o mas

4. ¿Usted considera que su empresa cuenta con la capacidad de generar competitividad?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

5. ¿Cuántas unidades fabrica la empresa semanalmente?

- a) 50-100
- b) 101-150

- c) 151-200
- d) 201 o mas

6. ¿Cuál es el costo de fabricación de las prendas que ofrece la empresa?

- a) 500-1000
- b) 1001-2000
- c) 2001-3000
- d) 3001 o mas

7. ¿Cuál es el número de bienes con la que cuenta la empresa?

- a) 10-20
- b) 21-30
- c) 31-40
- d) 41 o mas

8. ¿Usted considera que la empresa debe considerar la reducción de costos dentro de sus estrategias?

- a) 10-20
- b) 21-30
- c) 31-40

9. ¿Cuál es el tiempo de producción referente a las prendas que confeccionan?

- a) 10-20 horas
- b) 21-30 horas
- c) 31-40 horas

10. ¿Cuántas sucursales tiene la empresa?

- a) 1

- b) 2
- c) 3 o mas

11. ¿Cuál es el número de clientes con el que cuenta la empresa?

- d) 10-50
- e) 51-100
- f) 101-150
- g) 150 y más

Bloque 1: Industria textil

12. ¿Usted considera que la deslocalización de las industrias textiles disminuirá los costos de producción?

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Me es indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

13. ¿Usted considera que es importante tener una cartera de productos orientados al mercado?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

14. ¿Usted considera que es importante la capacidad de producción dentro de la empresa?

- d) Si
- e) No

f) Tal vez

15. ¿Cuál es el nivel de ventas que tiene la empresa mensualmente?

a) 50-100

b) 101-200

c) 201-300

d) 301 y mas

16. ¿Usted considera que la estabilidad de precios es importante para mantenerse dentro del mercado?

a) Si

b) No

c) Tal vez

17. ¿Usted considera que la diversificación de productos es indispensable para obtener más clientes?

a) Si

b) No

c) Tal vez

18. ¿Cuál es el porcentaje de participación que la empresa tiene dentro del mercado?

a) 1%-5%

b) 6%-10%

c) 11%-15%

d) 16% y más