



Yura: Relaciones internacionales

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Revista electrónica ISSN: 1390-938x

N° 30: Abril - junio 2022

Competitividad de las pymes textiles en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto
pandemia pp. 91 - 112

Cevallos Bravo, Marco Vinicio; Ponce Iturralde, William Marcelo; Noroña Vaca, Gloria
Patricia

Universidad Central de Ecuador

Quito - Ecuador

Av. América.

mcevallos@uce.edu.ec; wmponce@uce.edu.ec; gloriapatricia.norona@e-
campus.uab.cat

Resumen

91

El objetivo del estudio fue analizar la competitividad de las Pymes textiles en el Distrito Metropolitano de Quito, en el contexto de la pandemia, mismos que permitan identificar los factores intervinientes y los criterios que varios actores plantean desde su visión con los efectos y las consecuencias vertidas de este fenómeno mundial de la salud, en este sentido la investigación recorre un hilo conductor desde una investigación con enfoque cualitativo, diseño descriptivo documental, con la revisión y selección de la literatura recolectada con un orden lógico de fuentes relevantes de documentos, libros, tesis, revistas, periódicos, estadísticos y con el aporte de información cuantitativa extraída de bases de datos como fuentes secundarias, de sitios web oficiales de organismos internacionales como el Banco Mundial, la Organización Mundial del Comercio y el Foro Económico Mundial, se analizó la información existente para luego discutir y sintetizar los datos, estableciendo conclusiones, finalmente se denotó que las PYMES textiles del DMQ, utilizan estrategias poco innovadoras en cuanto a tecnología en sus procesos concluyendo que es necesario visualizar procesos de innovación interrelacionadas a estrategias de productividad y comercialización apoyadas en la tecnología que fortalezcan la competitividad de las microempresas para mejorar su posición en el mercado, generando crecimiento y sostenibilidad en los tiempos de post pandemia.

Palabras clave

Industria, productividad, competitividad, innovación, mercado

Abstract

The objective of the study was to analyze the competitiveness of textile SMEs in the Metropolitan District of Quito, in the context of the pandemic, which allow identifying the intervening factors and the criteria that various actors pose from their vision with the effects and consequences discharged. of this global health phenomenon, in this sense the research follows a common thread from a research with a qualitative approach, documentary descriptive design, with the review and selection of the literature collected with a logical order of relevant sources of documents, books, theses , magazines, newspapers, statistics and with the contribution of quantitative information extracted from databases as secondary sources, from official websites of international organizations such as the World Bank, the World Trade Organization and the World Economic Forum, the existing information was analyzed to then discuss and synthesize the data, establishing conclusions s, finally it was noted that the textile SMEs of the DMQ use little innovative strategies in terms of technology in their processes, concluding that it is necessary to visualize innovation processes interrelated to productivity and marketing strategies supported by technology that strengthen the competitiveness of microenterprises to improve its position in the market, generating growth and sustainability in post-pandemic times

keywords

Industry, productivity, competitiveness, innovation, market

Competitividad de las pymes textiles en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto pandemia

En el recorrido de la humanidad desde hace 70.000 años tiempos en los que se vierten las primeras revoluciones del conocimiento, se han acuñado terminologías impuestas desde diferentes vertientes con la finalidad de explicar los fenómenos que han acompañado por miles de años al llamado homo sapiens, en este sentido la competitividad puede ser analizada desde los mismos albores de la humanidad, la competencia por la supervivencia, la alimentación, la tenencia, el espacio geográfico, van construyendo una serie de pensamientos atizados en creencias pero sobre todo en mitos, la diferencia de razas, culturas, costumbres y creencias, hacen denotar que determinado grupo sociales o determinada comunidad es más que otra, estableciendo indicadores conducentes a la creación mental de que determinados factores pueden denotar la diferencia entre uno y otro, de estos mismos conceptos se nutren la organizaciones como sistemas abiertos en donde las adaptaciones devenidas de la sociedad, son atiborradas en sus entrañas como mecanismos que establece ser una mejor que otra. Más adelante la propuesta del pensamiento económico de Adam Smith se instalan conceptos relacionados a la Ventaja Absoluta, más tarde David Ricardo falseando la posición del primero propone la teoría de la Ventaja Competitiva, términos que sin ser sinónimos se convierten en siameses, pues plantean que las sociedades están sujetas a ser fuertemente competitivas, y que de aquello dependerá el desarrollo de las mismas, cambiando fuertemente el destino de las naciones, finalmente en la década de los ochenta Michael Porter acuña el término de ventaja estratégica y competitiva fuertemente ligada al esquema empresarial, sosteniendo que el sistema de producción de una empresa determinará el éxito o el fracaso de la misma en el mercado. A partir de lo expuesto se plantea un hilo conductor de algunos antecedentes y contextualizaciones de la competitividad.

La capacidad de crear ventajas competitivas únicas y sostenibles frente a los competidores está fundamentada en la sofisticación de las operaciones y estrategias de una empresa; para ello, la tecnología, la investigación y la innovación están apoyadas en la calidad del ambiente microeconómico que establece las reglas claras en el mercado y que permiten generar ventajas competitivas que aceleren el desarrollo corporativo y de las naciones (Lombana & Rozas, 2009).

Otro factor importante son las tecnologías de la información y comunicación (TIC) pues, en el ámbito económico constituyen un apoyo en la producción empresarial, debido a sus múltiples beneficios como: la capacidad de mejorar sus operaciones logísticas que permiten captar más clientes obteniendo ventajas competitivas (Saavedra, 2016), mayores oportunidades para acceder a mercados nacionales como internacionales por el mundo interconectado o la globalización (Vega, 2015) permiten además, conocer de forma más rápida las necesidades de

los clientes para cubrir nuevas plazas de servicios (Buenadicha, Cañigual & De León, 2017), proporcionar una imagen corporativa y moderna de la organización entre otras utilidades; de igual forma el Internet, representa una revolución socio-tecnológica en todos los ámbitos sobre todo en lo económico.

Por otro lado, las Pequeñas y medianas empresas (PYMES) son el sector más productivo en la economía ecuatoriana especialmente en el área urbana, constituyendo, una tasa aproximada de 60% de la Población Económicamente Activa, afirmando además que, las PYMES ayudan a reducir los índices desempleo (Jácome & King, 2013). Por tal motivo, es importante analizar las estrategias más innovadoras para mejorar su productividad y por ende su competitividad. Según Zelicovich et al. (2020) la Organización Mundial del Comercio (OMC) que se ocupa de las normas globales que rigen el comercio entre los países, manifiesta que entre los años 2019 y 2020 en las PYMES textiles ecuatorianas, existe una marcada pérdida de competitividad generada por la crisis de octubre y ahondada por la pandemia. De igual forma las Pymes exportadoras hoy en día enfrentan las características propias de un mercado globalizado, donde la competitividad es fundamental para el éxito comercial de las organizaciones, más aun considerando la situación generada durante la pandemia.

Por tal motivo, muchas Pymes, han elegido sumergirse en la era digital como forma de adaptación oportuna hacia el contexto (Rivera, 2015) pues, el uso de internet representa ahorro significativo en cuanto al tiempo y los costos, propiciando una mejor gestión para el manejo de los flujos de información. Por lo tanto, el concepto clave para describir el fenómeno se realizó también bajo los fundamentos teóricos del uso que las empresas hacen de las estrategias tecnológicas y la investigación y de las mejores prácticas que otros países están implementando para sobrellevar la crisis económica que por la pandemia han sufrido las PYMES de todos los países y que podrían replicarse al contexto del DMQ, mediante la optimización de estrategias y herramientas TIC que beneficien a la competitividad de las empresas

Además, la aplicación de estrategias innovadoras permitirá que se limiten los sesgos y errores aleatorios, mediante la consulta bibliográfica se emitirán criterios reproducibles y explícitos de selección y la valoración de prácticas a imitar. Por lo tanto, el presente estudio pretende identificar ¿Cuáles son los factores que intervienen en la competitividad de las PYMES textiles en el cantón Quito de la provincia Pichincha en el contexto pandemia? Para una mejor comprensión del estudio se analiza el estado actual de la industria textil a nivel del país, para enfocarse luego en el Cantón Quito dentro del contexto de la globalización y la tecnología.

Revisión de la literatura

Para argumentar el estudio se toman como fuentes de información temas relacionados a innovación micro empresarial, competitividad, calidad de gestión y factores que generen valor agregado en las Pymes del Sector Textil, interrelacionando los mismos con las estrategias aplicadas en el ámbito productivo para mejorar la competitividad de este sector de la industria. Los hallazgos encontrados en el estudio demuestran que las empresas del sector textil del DMQ necesitan reinventarse para mejorar su competitividad utilizando estrategias innovadoras y tecnológicas

Empezaremos por esgrimir conceptos fundamentales enmarcados en el contexto ecuatoriano sobre competitividad y PYMES. En el Ecuador las PYMES son fundamentales en la economía ya que contribuyen a la producción de bienes y servicios, actividad necesaria para el desarrollo económico y social del territorio, esto involucra la generación de trabajo y la construcción de costo añadido (Colobón, 2018). Así mismo para poder definir a las PYMES se abordan diferentes criterios, sin embargo, varios autores coinciden en afirmar que, son unidades creadoras de recursos económicos y servicios, con pocos trabajadores dirigidos por un propietario autónomo, con poca capilaridad de la red de distribución en el mercado (Ueki, Tsuji & Cárcamo, 2005; Fernández, 2008).

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEN, 2019), indican que, están consideradas dentro de las Microempresas las que mantienen un ranking de ventas menores a cien mil dólares al año y están constituidas por pocos trabajadores (menos de 9) Por el contrario, son consideradas mediana empresa A quienes generan ventas de 1 a 2 millones USD y de 50 a 99 empleados y mediana empresa B aquellas que producen ventas de 2 a 5 millones USD y mantienen de 100 a 199 empleados. Cabe indicar que estas características pueden variar de un país a otro, dependiendo de las políticas propias del lugar.

Por otro lado, es necesario aclarar que, la productividad se relaciona con la competitividad pues, significa producir con calidad, y oportunidad al costo que el cliente está dispuesto a pagar. “El cliente no está dispuesto a pagar a la no calidad. Premia la calidad como el cumplimiento de la promesa de valor” (Serna et al., 2009, p. 132). De su lado, el Foro Económico Mundial (FEM) define a la Competitividad como “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de una nación” (citada en CPA Ferrere, 2014, p. 28). Por consiguiente, es imperativo que las pequeñas empresas desarrollen estrategias para captar clientes, mejorar su oferta, innovar para aumentar sus ventas para competir y mantenerse en el mercado.

Por lo expuesto, se entiende que la competitividad es fundamental para el sostenimiento de las Pymes en el mercado, pues garantiza la producción, comercialización, empleabilidad y mejoras en la calidad de vida a la vez que, permite aumentar la balanza comercial del país; para ello es necesario considerar varios factores que intervienen como son: La productividad, la calidad, la innovación. (Porter, 1991 & OCDE, 2000). Finalmente, las Pymes deben aunar sus esfuerzos para conocer las estrategias que promueven la competitividad para mejorar sus empresas sobre todo, en los difíciles momentos actuales, por causa de la pandemia del Covid 19.

Índices de competitividad Global

El conocimiento tecnológico y el uso de innovadoras estrategias mejoran la productividad elevando los índices de competitividad (Nonaka & Takeuchi, 1995). Las empresas del sector textil del DMQ se encuentran atravesando una crisis debido a la pandemia y es necesario hacer frente ante la competencia altamente dinámica y cambiante para dar paso a la internacionalización. Según (Porter, 2015) las estrategias competitivas se basan en el análisis estructural de las industrias, la creación de valor, la diferenciación, la tecnología y la percepción de valor para el cliente

En el mismo sentido Pilaló y Salazar (2017) en el informe de competitividad mundial 2017, Ecuador se ubica en el puesto 97 con una puntuación de 3,91/7, lo cual indica que ha bajado 21 puestos en relación al 2016, por lo que, es necesario investigar y profundizar en esta temática para poder subir los índices y mejorar la economía a nivel local y nacional.

El Índice de Competitividad Global 4.0. Señala los factores que miden la productividad tomando en cuenta cuatro categorías: Ambiente Apto o Habilitante, Capital Humano, Mercados y Ecosistema de Innovación. Cada categorías están compuestas a su vez por 12 pilares, como: Instituciones, Infraestructura, Estabilidad Macroeconómica, Sistema Financiero, entre otros (Mundial, 2019)

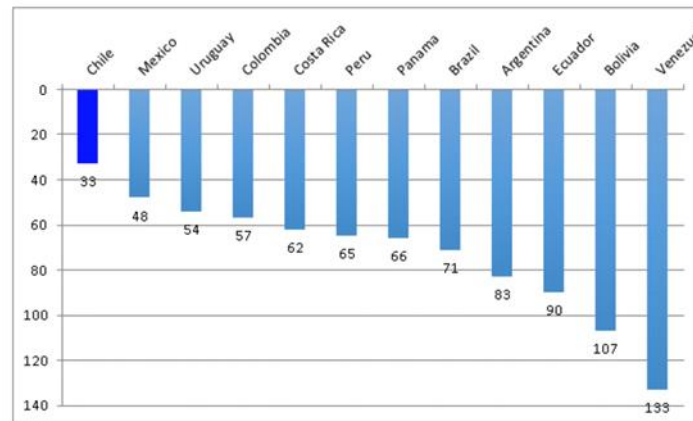


Fig. 1 Informe de Competitividad Global (ICG) 2019.

Al respecto (Lederman et al., 2014) en su estudio sobre empresas latinoamericanas, manifiesta que existe muy poca innovación pues no se introducen productos nuevos hay poca inversión en investigación y desarrollo, además la actividad de patentes es mínima. Mediante estos resultados Ecuador ocupa el antepenúltimo lugar a nivel latinoamericano; el conocer en qué lugar se encuentra el país, permite comprender las falencias existentes en cuanto a competitividad, para analizarlos y tomar acciones de mejora sobre todo la innovación, productividad, emprendimiento, investigación y calidad de las escuelas de negocios.

La industria textil en Ecuador

Según la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador AITE, Ecuador inicia la producción textil en la época colonial con la fabricación de tejidos en los obrajes con la lana de oveja, en el siglo XX, década de 1950 se introduce el algodón, hoy se fabrica productos de todo tipo de fibras entre ellas el poliéster, nylon, acrílicos, lana, algodón, seda (AITE, s.f.) La industria textil aporta cerca del 7% al PIB Manufacturero nacional y es el segundo sector en emplear mano de obra, según el (INEC, 2010) alrededor de 158 mil personas laboran en ellas, aparte de miles de empleos indirectos en 33 ramas productivas del país.

En cuanto a la capacidad de generar empleos, El INEC confirma que, “el 11,5% de la industria manufacturera fue ocupado en el sector textil, siendo la fabricación de prendas de vestir el segmento que más captó mano de obra”. A nivel geográfico, de acuerdo al (INEC, 2010) “Pichincha (27%), Guayas (17%), Tungurahua (8,1%), Azuay (7,5%) e Imbabura (4,5%) son las provincias donde se asientan el mayor número de establecimientos del sector textil”. “La industria textil ecuatoriana en marzo de 2019 facturó cerca de 95 millones en el mercado nacional y ahora como mucho llegó al 30% de esa cantidad” (Díaz, 2020, p.2).

Metodología

Es estudio emplea un enfoque cualitativo, diseño descriptivo con la utilización de la técnica documental para la recolección de datos, finalizando en un análisis desde el punto de vista cualitativo. El siguiente diagrama representa el proceso metodológico que sigue un hilo conductor denotado desde la revisión de literatura de varios autores.

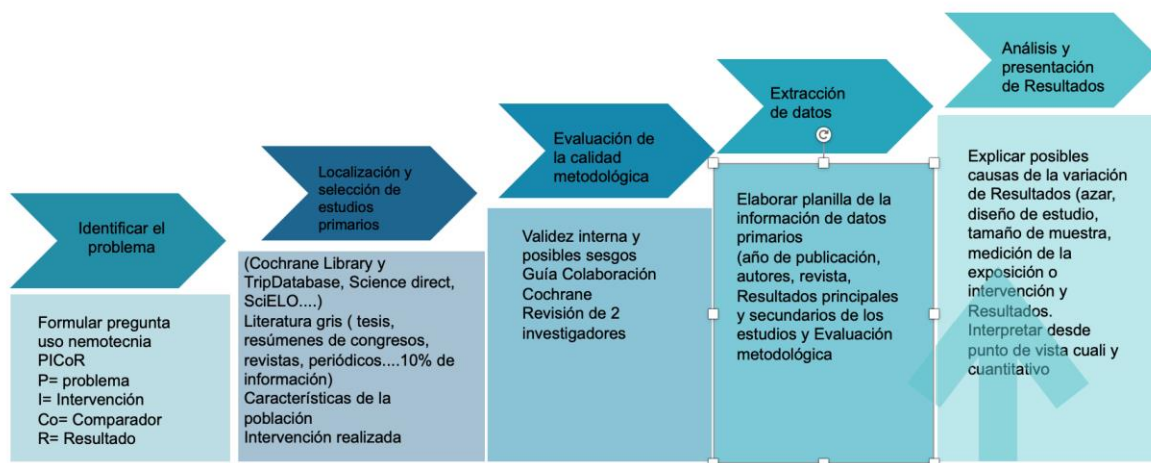


Fig. 2 Proceso metodológico de revisión bibliográfica. Modificado por los autores de (Manterola et al., 2013).

Para identificar el problema se procedió con la nemotecnia PICoR, dando como resultado la pregunta ¿Cuáles son los factores que intervienen en la competitividad de las PYMES textiles en el cantón Quito de la provincia Pichincha en el contexto pandemia? Se inició con la búsqueda de artículos relevantes, con criterios reproducibles y explícitos de selección, valoración del diseño y características de los estudios para luego proceder a la discusión e interpretación de los resultados.

Resultados

Se puede comprobar que, la provincia de Pichincha presenta el mayor número de PYMES textiles. Los hilados y tejidos tienen mayor volumen de producción de confección de textiles, así como prendas de vestir y del hogar. (De Normalización, 2019) El número de empresas en Quito de la industria manufacturera y tamaño es el siguiente según (INEC, 2019): Microempresa:1564, Pequeña empresa: 1662, Mediana empresa A: 248 Mediana empresa B: 141. Cabe indicar que algunos resultados de los factores determinantes como: ambiente macroeconómico, uso de las TIC y tamaño del mercado, se los extraerán del Global Competitiveness Report 2015-2016, pues son indicadores referenciales a nivel de país

Competitividad de las pymes textiles en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto pandemia

La (AITE) y estudios de (Vaca, 2016) confirman que las empresas textiles aportan de forma eficiente a la economía, registrando el 0.9% del PIB nacional y el 7,24 del PIB manufacturero (INEC, 2010)

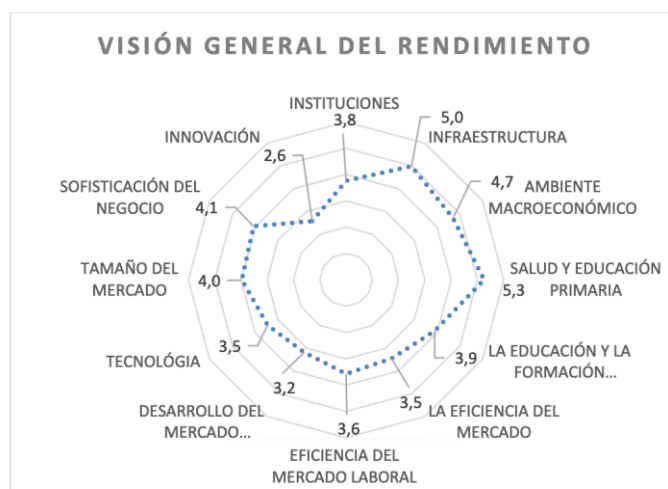


Fig. 3 Rendimiento competitivo del sector textil del DMQ. (Vaca, 2016)

Los índices más bajos corresponden a la innovación 2,7/7; y desarrollo del mercado, lo que urge entonces es buscar estrategias innovadoras para mejorar la producción en esos índices, así como desarrollar innovaciones tecnológicas que permitan mejorar la comercialización dentro y fuera del país. Según los estudios de (Duta & Lanvin, 2015) y tomando en cuenta el reporte global de información tecnológica de las empresas del DMQ afiliadas a la AITE en donde señalan un puntaje de 4/7 en nivel de competitividad, realizan el siguiente análisis:

Tabla 1.

Problemas y recomendaciones de PYMES textiles DMQ. (Duta & Lanvin, 2015)

Problemas	Recomendaciones
Falta de apoyo para investigación científica	Relación universidad, investigación gobierno para innovar
Fuerte competencia productos chinos	Medidas proteccionistas, restringir acceso de mercadería China
Barreras no arancelarias limita capacidad de mercancía	Analizar problemas del sector textil
Falta de créditos para mejorar tecnología mucha burocracia	Políticas de financiamiento para invertir en tecnología, potenciar producción
Poca capacitación	Capacitación constante al talento humano
Remuneración injusta	Retribuir salarios justos basados en productividad
Políticas gubernamentales	Facilitar exportación de mercadería, acuerdos comerciales
	Controles de calidad exigidos por SERCOP

Al comparar los resultados de competitividad de los años 2015 – 2018 se comprueba que durante el año 2018 mejoraron levemente los índices de rendimiento siendo necesario mejorar las ventas y exportaciones.

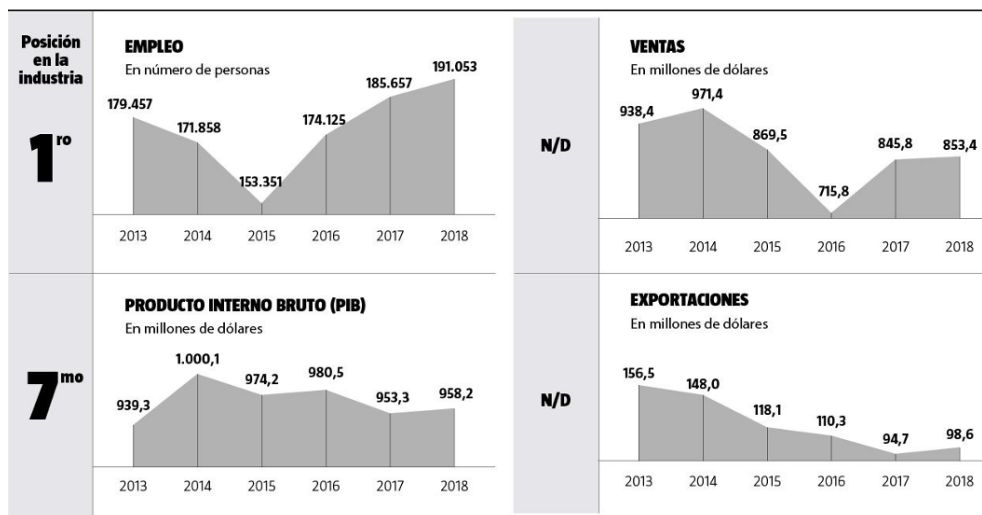


Fig. 4 Cifras sectoriales de la industria textil 2019

Se recomienda entonces, que se una toda la cadena productiva del país para incentivar la exportación a países como México, Estados Unidos y Canadá entre otros. Otro de los factores que apoyan a que las PYMES aumenten su competitividad es la innovación la cual según (Astudillo & Briozzo, 2016) es baja en el Ecuador. De igual forma, en informes publicados por Banco Central en los períodos desde Ene-May/2019 a Ene-May/2020 indican que, en la participación porcentual de los principales productos de exportación no petrolero, las manufacturas textiles alcanzan el 0,3% ; las prendas de vestir en fibras textiles 0,1%; considerándose los índices más bajos de la historia a causa del confinamiento por la pandemia del Covid 19.

Competitividad de las pymes textiles en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto pandemia

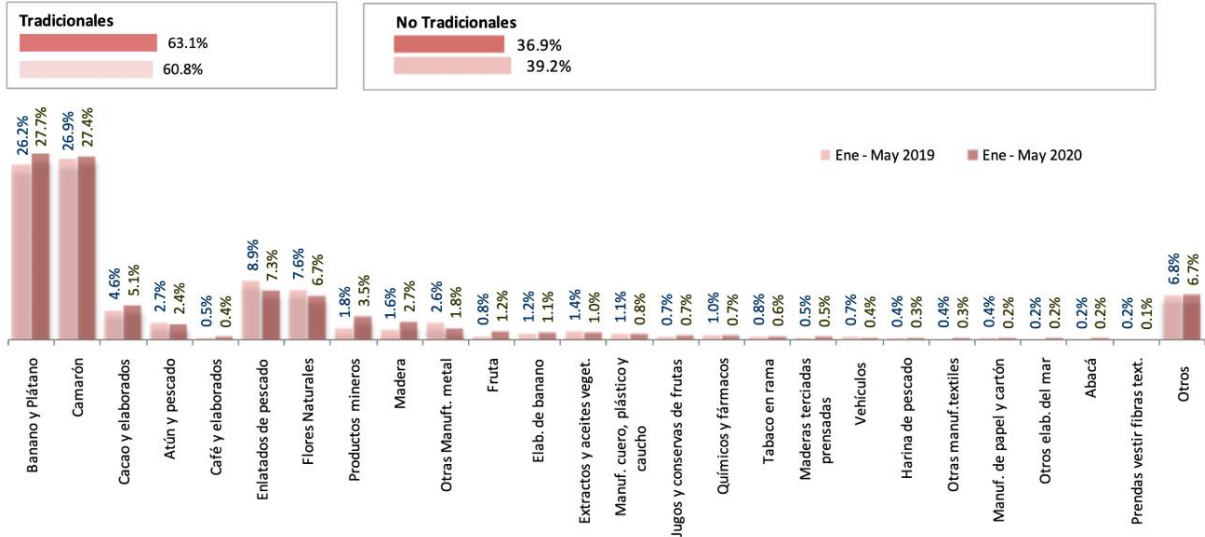


Fig. 5 Participación porcentual de los principales productos de exportación no petroleros Ene-May/2019/ Ene-May/2020. (Banco Central del Ecuador, 2020)

Según datos presentados, las PYMES textiles deben hacer frente a una competencia altamente dinámica y cambiante así lo confirma el reporte de la Evolución de la Balanza Comercial y lo manifestado por Javier Díaz, presidente ejecutivo de la (AITE) otro problema es la elevada cartera de cuentas por cobrar. En septiembre del 2020 las ventas locales del sector textil y confección disminuyeron en un 41% y las exportaciones en un 17% comparado con el 2019 (Astudillo, 2020).

Astudillo comenta que el presidente de la AITE afirma que el problema persiste desde hace cuatro años y aumentó con el paro nacional de octubre de 2019, el comercio ilícito, subfacturación de importaciones, contrabando abierto y la pandemia. Las ventas han bajado más del 50% y, como consecuencia, el empleo ha disminuido dando paso a la informalidad en el mercado interno, por ende, la actividad textil facturó el 30% menos que en años anteriores (Astudillo, 2020)

Por lo tanto, la AITE pide al gobierno tomar medidas de valoración en aduana para vigilar que se cumpla las leyes sobre todo en lo que se refiere a las declaraciones de importaciones de productos textiles. La restitución del arancel a un grupo de subpartidas arancelarias de productos en los que existe producción nacional, diferimiento arancelario para importar con arancel 0% la materia prima algodón sin cardar ni peinar, para el período 2021 a 2023, manteniendo unos costos similares a los competidores mundiales (Astudillo, 2020)

De esta manera se entendería que se privilegia el consumo de bienes hechos en Ecuador, para generar empleo y que los recursos propios dinamicen la economía local implementando

planes de mejora competitiva sectorial que favorezca la exportación. En tal sentido estas medidas resultan externas a las empresas, al estar en manos del gobierno local y nacional y podrían ser viables para solucionar la grave crisis de este gremio. En concordancia con las peticiones de la AITE el DMQ ha implementado algunas medidas para paliar en parte la crisis de las PYMES.

La secretaria de Desarrollo Productivo manifiesta que, en Quito, aproximadamente el 80% de las actividades productivas, se concentran: en comercio (31,5%), industrias manufactureras (9.5%). De estos porcentajes el 50% son generadoras de empleo (SDP, 2020) Por la crisis de la COVID-19 y por el cierre de empresas cerca de 48 mil personas se encuentran desempleadas o subempleadas, sumándose a los más de 96 mil desempleados y más de 191 mil subempleados actuales, lo que a ocasionado el aumento de los niveles de pobreza y extrema pobreza (INEC, 2019). Estos índices obligan a buscar estrategias emergentes para solucionar esta difícil problemática que enfrenta el sector productivo textil y el desempleo

Estrategias de recuperación en el DMQ según la secretaria de Desarrollo Productivo (SDP). Entre varias estrategias planteadas por la SDP están: privilegiar las Compras Públicas de producción local, proyectos (emprendimiento, ferias inclusivas) con apoyo de organismos internacionales, campañas publicitarias de fomento al consumo, simplificación y automatización de trámites, reconversión productiva para evitar el cierre de empresas y pérdida de empleos, refinanciar créditos ampliando plazos para garantizar la liquidez de las PYMES, re direccionar impuestos para inversiones en infraestructura, buscar apoyo de Organismos multilaterales, innovación tecnológica tanto para mejorar la producción como la comercialización (e-commerce / e-learning gratuitos).

Implementar el teletrabajo, capacitación en herramientas tecnológicas, investigación de mercados, Promocionar la exportación de productos con valor agregado, diferir tributos Municipales entre otros.

Posibles soluciones emitidas por varios sectores

Tabla 2.

Propuestas de varios sectores económicos para superar la crisis de las PYMES textiles

Sector	Objetivo	Solución
(CIPEM) y TEXTIMAIL Al Invest 5.0 (PROYECTO UNIÓN EUROPEA)	Impulsar las PYMES en América Latina y el Caribe	Tienda virtual para adquirir productos a nivel nacional mediante tarjeta de crédito, débito o transferencia bancaria, los mismos que llegan a su destino en el lapso de 72 horas mediante un moderno esquema logístico de consolidación, redes sociales,

Competitividad de las pymes textiles en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto pandemia

		ropa para familia, uniformes, artículos para el hogar y para las mascotas, etcétera
Cámara de Comercio de Quito, con apoyo de ConQuito,	Carrillo (2019). Segmentar de mejor manera el intercambio de bienes o servicios en las PYMES QUITO/UIDE/(2019).	Plataforma virtual, www.cuandovolvamos.ec negocios puedan ofertar sus productos o servicios convertirá en un Marketplace con servicio de delivery. Evitar que los negocios pierdan su cartera de clientes y tengan liquidez mientras la situación en el país se normaliza
Urco, Salinas & Castillo, 2019). Empesarios y empleados	Asumir los impactos económicos a fin de mantener a flote a la industria y los puestos de trabajo.	Vender mediante redes sociales. Reinventarse, ampliar su portafolio con productos de bioseguridad , como trajes, overoles, sacos, mascarillas y otros, lamentablemente no todos tienen la misma posibilidad presupuestaria para invertir en nuevas materias primas e insumos.
Sánchez (2020) Plan de Digitalización de las Pymes con apoyo de la Organización de los Estados Americanos (OEA) y la empresa tecnológica Kolau.	Creación de páginas web para publicitar productos y servicios Capacitación sobre Comercio electrónico	Kolau, plataforma tecnológica de Silicon Valley, en Estados Unidos, Las PYMES tienen acceso gratuito en el siguiente link: https://www.kolau.es/pagina-web-gratis <u>Secretaría General de Comunicación de la Presidencia > Comunicamos > Boletines ></u>
Serrano (2020) AITE objetivo para el 2021 impulsar un "Plan de Mejora Competitiva Sectorial	Conformación de "Clusters" productivos, internacionalización de productos nacionales.	Plan de Mejora Competitiva, Reducción de costos: (eliminación aranceles materia prima, insumos maquinaria. Erradicación del comercio ilícito: reformas legales no contrabando. Incremento de la participación en el mercado local al 100%. Exportaciones: EEUU y otros países.
Cámara de Comercio Electrónico	Omnicanalidad.	Muchos negocios mantendrán un espacio físico, pero la compra se hará en línea. Rafael Luque, cofundador de Tipti. "Esto además dará paso a la creación nuevos empleos en áreas tecnológicas de portales y empresas que se suman al 'e-commerce' en el Ecuador"
Plan Nacional de Telecomunicaciones y TIC.(MINTEL), impulsar emprendimientos de las (PYMES)	Optimizar procesos, reducir costos, aumentar productividad Capacitar a Microempesarios en TIC cumplir objetivos del Plan Nacional	Capacitación en infocentros y SECAP en forma presencial y virtual. TIC emprendimiento (comercio electrónico, marketing digital) Redes sociales como herramientas de comunicación (navegación en internet, redes sociales, herramientas, uso responsable) Navegación web (Internet, web 2.0)

(García, 2020) manifiesta que, la industria textil y de confección, la tercera más grande en el sector de la manufactura, se encuentra en una difícil situación económica, por lo que se ve

obligada a reinventarse o rendirse. Por lo cual, diversos sectores de las industrias textiles han realizado acciones tendientes a solucionar los problemas generados por la crisis sanitaria con el propósito de generar ventajas competitivas que reactiven la economía local y nacional.

Al analizar las soluciones planteadas, se puede evidenciar que la mayoría de ellas se enfocan en estrategias digitales, así lo confirma (Sánchez, 2020) en Ecuador el confinamiento por la pandemia mundial aceleró la cultura digital pues las Mipymes pueden desaparecer si no se alinean a los cambios tecnológicos

Sin embargo, Sánchez afirma que, las medidas del gobierno local y nacional para apoyar a las Pymes son escasas y de poco impacto pues, Ecuador destinó menos del 0,5% del Producto Interno Bruto (PIB) por lo cual, no hay financiamiento para los créditos a bajo costo, se ha diferido el pago de impuestos y otras obligaciones pero no soluciona el problema, solo lo prorroga, lo que ocasionó el cierre del 80% de pequeños negocios en el 2020. Siendo necesario que la modalidad de teletrabajo sea regulada dentro de las reformas del Código de Trabajo para evitar la explotación a los trabajadores mediante contratos informales

Organismos nacionales e internacionales aúnan esfuerzos en aras de encontrar las mejores soluciones al problema de las PYMES a todo nivel. Según la Agenda Digital para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020) en el tercer panel de la VII Conferencia Ministerial sobre Sociedad de la Información.

Tabla 3.

Resumen de la VII Conferencia Ministerial sobre Sociedad de la Información en América Latina

Representantes	Soluciones
El Viceministro de Telecomunicaciones Ecuador	Ecuador Digital, digitalización del 70% de trámites gubernamentales permitiendo que el Ecuador escale 10 puntos en el ranking de Gobierno Electrónico. Trámites, dispuestos en el portal www.gob.ec , vitales para el desarrollo productivo y las Mipymes; MINTEL y SRI, obtención de documentos en línea para la acreditación de actividades comerciales (CEPAL, 2020)
El Director General de Redes de Comunicación, Contenido y Tecnologías (DG CONNECT) de la Comisión Europea.	Transformación digital con el uso de datos: <i>conectividad escalamiento</i> para modificar el futuro de las industrias con el uso inteligencia artificial, big data, tecnología cuántica, etc.; <i>educación</i> sobre competencias digitales; y <i>gestión</i> de reformas digitales. (CEPAL, 2020)
La Secretaria de Gobierno Digital de la Presidencia del Consejo de Ministros del Perú	Emprendimiento digital en las Mipymes, E-Commerce seguro dirigido al consumidor digital para la aplicación de acciones tecnológicas.
El Subsecretario de Relaciones Económicas Internacionales de Chile	Optimizar el comercio electrónico 3.0 (Identidad digital, inter operatividad, pago y firma electrónicos, ventanillas únicas, internet libre para utilizar servidores en país de destino, etc.

Competitividad de las pymes textiles en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto pandemia

El Director Ejecutivo de la Agencia de Gobierno Electrónico y Sociedad de la Información y del Conocimiento (AGESIC) del Uruguay	Promocionar el Teletrabajo, Uso de herramientas digitales para que todos los servicios públicos y privados funcionen en línea
El Director Ejecutivo de la Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI),	Digitalización e innovación tecnológica digital en las industrias, mejorando las cadenas de valor. Creación de políticas con enfoques regionales basadas en sus propias experiencias y realidades (CEPAL, 2020)
El Especialista Senior del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF),	Utilizar internet de banda ancha y desarrollar el comercio electrónico con plataformas de distribución, adoptar modelos de sensorización y de gestión eficaz de la cadenas logísticas en procesos administrativos
El Ministro de Desarrollo Productivo de la Argentina	Sustituir la Ley de promoción de la Industria del Software, con otra acorde a la realidad que promueva la industria 4.0, facilitar créditos a los emprendedores
El Director Ejecutivo del Registro de Direcciones de Internet de América Latina y el Caribe (LACNIC), El Viceministro de Inversión y Competencia de Guatemala	“ <i>Congruencia entre las estrategias digitales nacionales y la práctica de las políticas públicas</i> ” soluciones tecnológicas sostenibles e incluyentes Atraer la inversión por medio de e-commerce, que los consumidores “ <i>prueben las diferencia</i> ” a través de la diversificación de la oferta. Reducir trámites

Al analizar los aportes de varios países en la VII Conferencia se puede evidenciar que la mayoría de ellos adoptaron políticas emergentes digitales para viabilizar la comercialización y la productividad creando nuevos modelos de negocio, lo que a su vez demandó obligatoriamente capacitar a todos los sectores productivos, mejorar la conectividad, implementar plataformas tecnológicas, mejorar la oferta para atraer a los clientes. Según (Sirkis, 2009) en un mundo tan cambiante y exigente como el actual, nos puede quedar obsoleto si no hay una mejora tecnológica o una disrupción en el modelo de negocio.

Otro factor muy importante es la capacitación del talento humano; al respecto según la revista (EKOS, 2020) en el informe sobre el Índice de Competitividad del Talento Global (GTCI) evalúa y clasifica a los países según la capacidad que cada uno tiene para crecer, atraer, y retener talento, participan 132 países, en donde Suiza mantiene el primer lugar en competitividad con una puntuación de 81,26; sobre todo por la calidad y excelencia de sus centros de educación y de investigación. Ecuador con una puntuación de 37,22 ocupa el puesto 82/132 lo que indica falta en la producción de talento competitivo, así como del entorno para las oportunidades tanto de aprendizaje como de crecimiento, investigación de mercados, mejorar inversiones de empresarios y sector público

Influencia de Internet y TIC en las PYMES

Las TIC y el internet son utilizadas por las empresas para realizar encuestas de satisfacción de los clientes, consumo de productos, lo cual, permite redireccionar la productividad. Según (MINTEL, 2016) en Ecuador el 82,3% de PYMES utilizan internet en venta de productos, servicios y publicidad en redes. “Las microempresas alcanzan un 48,6%, las medianas empresas un 56,9% y las pequeñas empresas un 52,9%, dando un total general de 52,8%” que emplean internet en sus actividades comerciales

Las personas que conforman las PYMES, ubicadas en Quito, Guayaquil, Ambato, Cuenca, Machala, Manta, entre otras ciudades, creen que el uso de las TIC y el Internet les ayudó a mejorar la gestión de la empresa, con un total de 95% (MINTEL, 2016)

Los porcentajes analizados y las condiciones del contexto pandemia confirman que, es imperativo mejorar las estrategias digitales para mejorar la competitividad de las PYMES

Discusión

En vista de que la competitividad es fundamental para el éxito comercial de las empresas textiles y en base al análisis de la literatura, se puede evidencia que antes de la pandemia los factores determinantes para mejorar los índices de competitividad de las PYMES del DMQ fueron el cambio de la matriz productiva y sustitución de importaciones lo que permitió un aumento del PIB en un 6% anual (Ramírez, Quintuña & Cárdenas, 2017). Sin embargo, en el informe (WEF, 2017) Ecuador bajo 21 puestos en relación al año 2016; En 2019 según el informa del ICG señala que los factores que influyen son falta de ambientes aptos, capital humano, mercados y ecosistemas de innovación, según ComexPerú (2019) Ecuador se ubica en el puesto 90 de Competitividad a nivel latinoamericano lo que nos lleva a indagar cómo mejorar las estrategias competitivas para mejorar la balanza comercial del país.

Para Porter, OCD, WEF los factores que más influyen en la competitividad son producción, calidad e innovación, según los datos obtenidos la mayoría de PYMES del DMQ debido a la pandemia han implementado estrategias y mejoras sobre todo en el ámbito tecnológico, no obstante, se debe priorizar la investigación de mercado, mejorar la calidad de producción, la sofisticación de operaciones, optimización de la calidad del ambiente microeconómico y las operaciones logísticas entre otras, para crear ventajas competitivas es necesario la innovación en nuevos productos así lo corroboran varios estudios realizados por varios investigadores como (Vega, 2015) mayor oportunidad de comunicación ; (Rivera, 2015) Era digital, internet; (Saavedra, 2016); (Lombana & Rozas, 2009) calidad de ambiente

Competitividad de las pymes textiles en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto pandemia

microeconómico; (Nonaka & Tkenchi ,1995); (Astudillo & Briozzo, 2016) innovación en tecnología; (Lederman et al., 2014) investigación y desarrollo de nuevos productos.

Estudios realizados por AITE, MINTEL, CEPAL, Ministerio de Gobierno, DMQ, CNT durante y después de la pandemia revelan que, entre los factores determinantes para reactivar la economía de las PYMES, están los siguientes:

Internos: Inversión en infraestructura, adquisición de nueva maquinaria, equipos tecnológicos, Innovación tecnológica en procesos administrativos y de marketing, capacitación en herramientas de innovación tecnológica (e-commerce, e-learning, publicidad redes sociales, plataformas digitales), para el desarrollo y sostenibilidad de las empresas e incrementar niveles de eficiencia y productividad

Mejorar índices de productividad generando valor agregado a través de la diferenciación, satisfacción del cliente y aumento de la calidad de producto; Reconversión de productos, Producción de insumos de calidad para no importar; Investigación de mercado (encuestas para re direccionar producción); Sofisticación del negocio, mejorar la comercialización por medio del e-commerce, mejorar la producción haciendo presencia en la cadena de valor; Contar con mercados eficientes es vital para satisfacer la demanda de la sociedad de acuerdo a su contexto y necesidades reales

Externos: Financiamiento de créditos a bajo interés, Incrementar el Fondo productivo y de garantía, producción y consumo local de productos, focalizar impuestos, facilitar las exportaciones, acuerdos comerciales con países que deseen importar la producción como EEUU, Unión europea, Venezuela, México y Canadá, fortalecer lazos comerciales con países Andinos y otras latitudes; Apoyo a emprendimientos, simplificar trámites; Regular Teletrabajo (Reformas al Código de trabajo) evitar explotación; fomento a la producción, quitar Aranceles a la importación materia prima, insumos maquinaria; erradicar comercio ilícito (contrabando); Omnicanalidad, Bechmarking copiar y mejorar experiencias de éxito; que los empresarios inviertan en empresas y no saquen capitales a paraísos fiscales

Estos datos indican que los factores determinantes para mejorar la competitividad de las PYMES textiles del DMQ en el contexto pandemia a nivel interno es la innovación tecnológica en procesos administrativos y de marketing; Capacitación en herramientas de innovación tecnológica (e-commerce, e-learning, publicidad redes sociales, plataformas digitales) así como investigación de mercado y desarrollo de nuevos productos. En cuanto al nivel externo el apoyo del gobierno debería empezar con reformas a la ley para no obstaculizar la calificación de crédito del país, aranceles, flexibilidad en el teletrabajo, control del contrabando, impuestos, importación y exportación, incremento al fondo de inversión, productivo y de garantías.

Entre las debilidades del estudio se encuentran la falta de correlación de datos estadísticos de índices de competitividad pues las bases de datos del INEC se encuentran desactualizadas en el contexto 2019-2020-2021 antes y después de la pandemia. No se ha podido confrontar los hallazgos con trabajos publicados pues el contexto pandemia es reciente por lo cual no existen muchos estudios al respecto. Este trabajo puede servir de referencia para posteriores investigaciones sobre todo para microempresarios que deseen viabilizar las posibles soluciones planteadas

Bibliografía

AITE. (s.f.). Historia y actualidad. Recuperado el 2 abril de 2021, Recuperado de <https://www.aite.com.ec/industria-textil.htm>

Astudillo, G. (2020). Las ventas del sector textil ecuatoriano cayeron el 70%. *El comercio*.

Astudillo, S. y Briozzo, A. (2015). Factores determinantes de la innovación en las MIPYMES manufactureras de la Argentina y el Ecuador. *Revista FIR, FAEDPYME International Review*, 4(7), 53-65.

Banco Central del Ecuador (2020). Evolución de la Balanza Comercial Enero –Mayo 2020 Quito D.M., 13 de julio de 2020 Subgerencia de Programación y Regulación Dirección Nacional de Síntesis Macroeconómica

Baque-Cantos, M. A., Cedeño-Chenche, B. S., Chele-Chele, J. E., & Gaona-Obando, V. B. (2020). Fracaso de las PYMES: Factores desencadenantes, Ecuador 2020. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN: 2588-090X. Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 5(4), 3-25

Buenadicha, C., Cañigual, A., & De León, I. L. (2017). Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo.

Carrillo Ávila, N. B. (2019). Análisis de los factores determinantes que permitan segmentar de mejor manera el intercambio de bienes o servicios en las PYMES mediante el uso de las plataformas virtuales en el Distrito Metropolitano de Quito (Master's thesis, QUITO/UIDE/2019).

CEPAL, N. (2020). Salud y economía: una convergencia necesaria para enfrentar el COVID-19 y retomar la senda hacia el desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe.

Competitividad de las pymes textiles en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto pandemia

Colobón Sandoval, K. L. (2018). La economía popular y solidaria y su contribución en la diversificación de la oferta exportable del Ecuador. Período 2012-2016 (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Económicas).

ComexPerú (2019). Reporte de competitividad global 2019: Infraestructura. [Semana 1007– Actualidad]. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/reporte-de-competitividad-global-2019- infraestructura>.

Coronel, L. F. M., & Santos, C. H. O. (2020). Disrupción digital en tiempos de pandemia efectos en el mercado tecnológico en la provincia de Manabí–Ecuador. Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional, 5(8), 353-375.

CPA Ferrere. (2014). Informe de Competitividad Global 2014-2015.

CPA, F. (2016). Informe de Competitividad Global 2014-2015. Recuperado de CPA Ferrere: http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818788222

de Normalización, E. S. E. (2019). Mipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país. Servicio Ecuatoriano de Normalización, 7.

Díaz, J. (2020). Diario El Comercio. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ventas-sector-textil-ecuador-empresa.html>

Dutta, S., Geiger, T., & Lanvin, B. (2015). The global information technology report 2015. In World Economic Forum (Vol. 1, No. 1, pp. P80-85).

EKOS (2020). Informe sobre el índice de Competitividad del Talento Global (GTCI)

Fernández, G. (2008). “Estrategias gerenciales en las PyMEs venezolanas en el escenario del desarrollo local. Una reflexión Teórica.” Revista Multiciencias. (8)2, 197-204.

García, E. D. (2020). Blog Todo comercio exterior, Recuperado de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blog/list?user=374cmlydnmxll>

INEC, (2010). Encuesta Anual de Manufactura y Minería. Quito. Infórmate y Punto

INEC, (2019). Directorio de empresas y Establecimientos 2018, publicado en noviembre de 2019

- Jácome, H., & King, K. (2013). Estudios Industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito: FLACSO. Jun 3, 2020
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación. World Bank Publications.
- Lombana, Jair, y Silvia Rozas. 2009. "Marco analítico de la competitividad: fundamentos para el estudio de la competitividad regional". Pensamiento & Gestión, No. 26: 1-38.
- Manterola, C., Astudillo, P., Arias, E., Claros, N., & MINCIR, G. (2013). Revisiones sistemáticas de la literatura. Qué se debe saber acerca de ellas. Cirugía española, 91(3), 149-155.
- MINTEL. (2016). Telecomunicaciones.gob.ec. Obtenido de Ministerio de las Telecomunicaciones y Sociedad de la Información: Recuperado de <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-823-de-Pymes-en-elecuadorutilizan-internet/>
- Mundial, F. E. (2019). Reporte Global de Competitividad 2019.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). The knowledge creating company. New York: Oxford University press. Nro. 76 Julio de 2011 Análisis de las cuentas nacionales trimestrales2 Banco Central del Ecuador de Estadística Económica ISSN: 0259-60402011. © Banco Central del EcuadorWWW.BCE.FIN.EC
- OCDE (2000). Informe Anual 2000. París: OCDE. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
- Pilaló, E. F., & Salazar, G. V. (2017). La competitividad global. Revista Empresarial, 11(44), 40-46
- Porter, M. (1991). La ventaja competitiva de las naciones. Barcelona: Plaza & Janes Editores Competitiva de las Naciones
- Porter, M. E. (2015). Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Grupo Editorial Patria.
- Ramírez, M., Quintuña, J., & Cárdenas, R. (2017). La industria textil ecuatoriana y su incidencia en la balanza comercial. periodo 2010-2015. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, 3-37.
- Rivera Sanclemente, M. D. R. (2015). La evolución de las estrategias de marketing en el entorno digital: implicaciones jurídicas.

Competitividad de las pymes textiles en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto pandemia

Saavedra, A. C. (2016). Propuesta de rediseño de procesos para la gestión de un programa de innovación (Doctoral dissertation, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso).

Sánchez, D (2020). OEA y KOLAU. Plan de Digitalización de las Pymes impulsado por el Gobierno Nacional

SDP. Secretaria de Desarrollo productivo (2020). Acciones efectuadas en el DMQ ante la crisis sanitaria del Covid 19 y estrategias para la recuperación y reactivación productiva.

Serna, H., Salazar, J. y Salgado, J. (2009). Mercadeo estratégico. Bogotá.: 3R Editores.

Serrano, C. (2020). La industria textil seguirá siendo un sector esencial para la protección del COVID-19

comtextcSirkis, G. (2009). Mitos y verdades de las estrategias de marketing en las PyMEs. *Temas de Management*, 7(2), 5-10.

Telégrafo, E. (2021). Sector textil pide diferimiento arancelario y plan de mejora competitiva para afrontar caída de ventas. Recuperado de

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/sector-textil-pide-diferimiento-arancelario-y-plan-de-mejora-competitiva-para-afrontar-caida-de-ventas>

Ueki, Y., Tsuji, M., & Cárcamo Olmos, R. (2005). Tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para el fomento de las pymes exportadoras en América Latina y Asia oriental.

Urco, C. C., Salinas, J. G., & Castillo, D. (2019). Aproximación del modelo CAGE para la internacionalización de los productos textiles del Ecuador. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*, (5), 9-37. <https://ww2.elmercurio.com.ec/2018/09/07/ventas-online-de-productos-textiles-ecuatorianos/>

Vaca Viteri, D. M. (2016). Diagnóstico de la competitividad de las grandes empresas del sector textil del Distrito Metropolitano de Quito afiliadas a la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador durante el periodo 2015 (Bachelor's thesis, Quito, 2016.).

Vega, C. A. (2015). La globalización desde abajo: la otra economía mundial. Fondo de Cultura Económica.

WEF. World Economic Forum. (2017). The Global Competitiveness Report 2017-2018. Ginebra: World Economic Forum.

Cevallos Bravo, Marco Vinicio; Ponce Iturralde, William Marcelo; Noroña Vaca, Gloria Patricia

(<http://www3.weforum.org/docs/GCR20172018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>).

Zelicovich, J., Foglia, A., Romero, C., Agrano, D., Cervino, J., D'Alesio, L., ... & García, M. B. (2020). El estado de las Negociaciones Comerciales Internacionales: pandemia, diplomacia virtual, guerra comercial y acefalía en la OMC. Informe 2-2020