



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA.**

**Tema:**

---

**“La contabilidad de gestión y la competitividad de las pequeñas empresas del sector textil del cantón Ambato”**

---

**Autora:** Azogue Guaita, Adriana Paulina

**Tutor:** Dr. Arias Pérez, Mauricio Geovanny

**Ambato - Ecuador**

**2019**

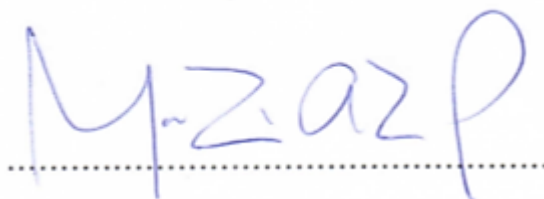
## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Yo, Dr. Mauricio Giovanni Arias Pérez con cédula de identidad No. 180276726-7, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“LA CONTABILIDAD DE GESTIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL DEL CANTÓN AMBATO”**, desarrollado por Adriana Paulina Azogue Guaita, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Junio 2019.

**TUTOR**



Dr. Mauricio Giovanni Arias Pérez

C.I. 180276726-7

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Yo, Adriana Paulina Azogue Guaita con cédula de identidad No. 180445405-4, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto de investigación, bajo el tema: **“LA CONTABILIDAD DE GESTIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL DEL CANTÓN AMBATO”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Junio 2019.

**AUTORA**



Adriana Paulina Azogue Guaita

C.I. 180445405-4

## **CESIÓN DE DERECHOS**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

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

Ambato, Junio 2019.

**AUTORA**



Adriana Paulina Azogue Guaita

C.I. 180445405-4

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

El Tribunal de Grado, aprueba el proyecto de investigación, sobre el tema: “**LA CONTABILIDAD DE GESTIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL DEL CANTÓN AMBATO**”, elaborado por Adriana Paulina Azogue Guaita, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Junio 2019.



---

Eco. Mg. Diego Proaño

**PRESIDENTE**



---

Ing. Bertha Sánchez

**MIEMBRO CALIFICADOR**



---

Dra. Karina Benítez

**MIEMBRO CALIFICADOR**

## **DEDICATORIA**

De manera especial dedico a Dios a mis ángeles por ser la fuerza y el apoyo que me permitió cumplir un sueño más en mi vida profesional.

A mis padres porque siempre estuvieron conmigo brindándome su apoyo incondicional y consejos para ser una mejor persona. Además de ser mi sustento económico y forjarme con humildad, sencillez y valores para alcanzar mi meta propuesta.

A mis hermanos, por dedicarme palabras de aliento, esperanza y motivación para poder cumplir con responsabilidad, dedicación y voluntad constante mi sueño.

Finalmente, a aquellas personas que con sus palabras de aliento me dieron el apoyo y la esperanza para alcanzar el tan anhelado sueño.

Adriana Paulina Azogue Guaita

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi Dios por haberme guiado y bendecido con la sabiduría y voluntad suficiente para no rendirme en este proceso hacia el éxito. A mis padres, hermanos quien ha sido mi apoyo y fortaleza de toda la vida.

A mis amigas por ser las mejores personas incentivadoras, no dejarme caer en los momentos difíciles y por hacer cada momento inolvidable.

Agradezco profundamente a los docentes que formaron mi conocimiento a lo largo de mi carrera universitaria.

Gracias a mi tutor el Dr. Mauricio Arias que me ha brindado su tiempo y paciencia para guiarme hacia la culminación de mi carrera.

Adriana Paulina Azogue Guaita

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:** “LA CONTABILIDAD DE GESTIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL DEL CANTÓN AMBATO”

**AUTORA:** Adriana Paulina Azogue Guaita

**TUTOR:** Dr. Mauricio Giovanny Arias Pérez

**FECHA:** Junio 2019

**RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación tiene como objetivo analizar cómo influye la contabilidad de gestión en la competitividad de las pequeñas empresas del sector textil en el cantón Ambato. El estudio de la Contabilidad de Gestión se basa en el ámbito interno de la empresa y la información que genera va dirigida fundamentalmente a los sujetos decisores o en definitiva a los gestores de las unidades económicas. Por lo tanto, se ha iniciado conociendo la importancia y el procesamiento de la información de las empresas, así mismo el conjunto de procesos para la colección de datos es estructurado de acuerdo a la necesidad de la empresa, con las cuales se emplean para estrategias organizacionales. Las instituciones se encuentran en la capacidad de mejorar sus operaciones y su rentabilidad con información tanto interna como externa siendo el apoyo para la toma de decisiones para un negocio, en la cual su principal objetivo será la competitividad optimizando recursos. En base a lo cual para esta investigación se trabajó con 12 pequeñas empresas del sector textil según la clasificación industrial internacional uniforme CIIU 141 Fabricación de prenda de vestir, además de plantear preguntas de investigación las cuales se realizó un análisis estadístico descriptivo y fueron comprobadas con el método Tau<sub>b</sub> de Kendall.

**PALABRAS DESCRIPTORAS:** CONTABILIDAD DE GESTIÓN, COMPETITIVIDAD, GLOBALIZACIÓN, INFORMACIÓN, TOMA DE DECISIONES.



**TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO**  
**FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING**  
**CARRER OF ACCOUNTING AND AUDITING**

**TOPIC:** “MANAGEMENT ACCOUNTING AND COMPETITIVENESS OF THE SMALL COMPANIES OF THE CANTON AMBATO TEXTILE SECTOR”.

**AUTHOR:** Adriana Paulina Azogue Guaita

**TUTOR:** Dr. Mauricio Giovanny Arias Pérez

**DATE:** June 2019

**ABSTRACT**

The objective of this research is to analyze how management accounting influences the competitiveness of small businesses in the textile sector in the Ambato canton. The study of Management Accounting is based on the internal scope of the company and the information it generates is aimed primarily at the decision makers or ultimately the managers of the economic units. Therefore, it has begun knowing the importance and the processing of the information of the companies, likewise the set of processes for the collection of data is structured according to the needs of the company, with which they are used for organizational strategies. The institutions are in the capacity to improve their operations and their profitability with both internal and external information being the support for decision making for a business, in which its main objective will be competitiveness optimizing resources. Based on this, for this research we worked with 12 small companies of the textile sector according to the international industrial classification uniform ISIC 141 Manufacture of garment, besides asking research questions which were carried out a descriptive statistical analysis and were checked with the Kendall's Tau\_b method.

**KEYWORDS:** MANAGEMENT ACCOUNTING, COMPETITIVENESS, GLOBALIZATION, INFORMATION, DECISION MAKING

## ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
<b>CAPÍTULO I</b> .....	1
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
1.1 Justificación.....	1
1.1.1 Justificación teórica.....	1
1.1.2 Justificación metodológica.....	3
1.1.3 Justificación práctica.....	4
1.1.4 Formulación del problema de investigación.....	5
1.2 Objetivos.....	5
1.2.1 Objetivo general.....	5
1.2.2 Objetivos específicos.....	6
<b>CAPÍTULO II</b> .....	7
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	7
2.1 Revisión de literatura.....	7
2.1.1 Antecedentes investigativos.....	7
2.1.2 Fundamentos teóricos.....	12
2.1.2.1 Contabilidad.....	12
2.1.2.2 Contabilidad de gestión.....	14
2.1.2.3 Información.....	18

2.1.2.4.Competitividad.....	23
2.2 Hipótesis (opcional) y /o preguntas de investigación .....	30
2.2.1 Preguntas de investigación.....	30
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>31</b>
<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>31</b>
3.1 Recolección de la información.....	31
3.2 Tratamiento de la información.....	35
3.3 Operacionalización de las variables.....	36
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>38</b>
<b>RESULTADOS.....</b>	<b>38</b>
4.1 Resultados y discusión .....	38
4.1.1. Resultados SPSS .....	38
4.2 Fundamentación de las preguntas de investigación .....	60
4.3 Limitaciones del estudio .....	64
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>73</b>
<b>CONCLUSIONES YRECOMENDACIONES.....</b>	<b>73</b>
5.1 Conclusiones .....	73
5.2 Recomendaciones.....	75
<b>MATERIAL DE REFERENCIA .....</b>	<b>76</b>
Referencias Bibliográficas .....	76
<b>ANEXOS.....</b>	<b>81</b>
Anexo 1 .....	81
Anexo 2.....	84

## ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
<b>Tabla 1:</b> Población .....	33
<b>Tabla 2:</b> Operacionalización de la variable Contabilidad de Gestión .....	36
<b>Tabla 3:</b> Operacionalización de la variable Competitividad .....	37
<b>Tabla 4:</b> Cargos y relación directa con los directivos .....	38
<b>Tabla 5:</b> Control administrativo y porcentaje control administrativo .....	39
<b>Tabla 6:</b> Conoce usted la contabilidad de Gestión .....	40
<b>Tabla 7:</b> Procedimiento de los sistemas contables y Preparan, ordenan la información financiera .....	41
<b>Tabla 8:</b> Período se informa a la alta gerencia .....	42
<b>Tabla 9:</b> Políticas y procedimientos para la toma de decisiones .....	43
<b>Tabla 10:</b> Reglamento interno específico para el procedimiento de la información .....	43
<b>Tabla 11:</b> Cómo es su aplicación .....	44
<b>Tabla 12:</b> Información acumulada en la base de datos y comunica los resultados a la entidad .....	44
<b>Tabla 13:</b> Supervisión y monitoreo de las operaciones de la entidad y otro organismo que regule .....	45
<b>Tabla 14:</b> Implementación de nuevos procedimientos para un adecuado control administrativo .....	46
<b>Tabla 15:</b> Dirección hace uso eficaz de los recursos de la empresa .....	47
<b>Tabla 16:</b> La empresa posee una infraestructura adecuada .....	47
<b>Tabla 17:</b> Conoce usted cual es la capacidad de producción .....	48
<b>Tabla 18:</b> Conoce usted cual es el rendimiento de la empresa .....	49
<b>Tabla 19:</b> Importante lograr una diferenciación para ser competitivo .....	50
<b>Tabla 20:</b> Relaciones comerciales con empresas del sector .....	51
<b>Tabla 21:</b> Relevancia le da a la información antes de una cita de negocios .....	51
<b>Tabla 22:</b> Clase de fuerzas competitivas se enfrenta su empresa .....	52
<b>Tabla 23:</b> Actividades de la empresa usa el internet .....	53
<b>Tabla 24:</b> La empresa realiza sus compras en línea .....	54
<b>Tabla 25:</b> La empresa realiza ventas de sus productos a través de la página web .....	55
<b>Tabla 26:</b> La empresa realiza estudios de mercado para realizar negociaciones .....	56
<b>Tabla 27:</b> Factores considera usted que ayudaría a incrementar la rentabilidad .....	57
<b>Tabla 28:</b> Actividades de innovación en y rápidamente los adopta su organización .....	58
<b>Tabla 29:</b> Porcentaje de las ventas del producto en el mercado .....	59
<b>Tabla 30:</b> Correlaciones .....	61

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
<b>Gráfico 1:</b> Principales líneas de investigación en Contabilidad de Gestión en Revistas y Asociaciones 1995/2004.....	7
<b>Gráfico 2:</b> Clasificación de la Contabilidad.....	13
<b>Gráfico 3:</b> Relación de la Contabilidad de Costos y la Contabilidad de Gestión .....	15
<b>Gráfico 4:</b> Sistema de Información de la Organización empresarial: funciones.....	21
<b>Gráfico 5:</b> Tipología de Sistemas de Información (Basado en García Bravo, 2000 y Edwars, Ward y Bythesway, 1998).....	22
<b>Gráfico 6:</b> Factores que afectan la Competitividad.....	27
<b>Gráfico 7:</b> Cadena de Valor .....	29
<b>Gráfico 8:</b> Clasificación de las Pymes .....	31
<b>Gráfico 9:</b> Cargo y relación directa con los directivos.....	38
<b>Gráfico 10:</b> : Control administrativo y porcentaje control administrativo.....	39
<b>Gráfico 11:</b> Conoce usted la contabilidad de Gestión.....	40
<b>Gráfico 12 :</b> Procedimiento de los sistemas contables y Preparan, ordenan la información financiera .....	41
<b>Gráfico 13:</b> Período se informa a la alta gerencia.....	42
<b>Gráfico 14 :</b> Políticas y procedimientos para la tomas de decisiones .....	43
<b>Gráfico 15:</b> Información acumulada en la base de datos y comunica los resultados a la entidad.....	45
<b>Gráfico 16:</b> Supervisión y monitoreo de las operaciones de la entidad yr otro organismo que regule .....	46
<b>Gráfico 17:</b> Implementación de nuevos procedimientos para un adecuado control administrativo.....	47
<b>Gráfico 18:</b> Conoce usted cual es la capacidad de producción .....	48
<b>Gráfico 19:</b> Conoce usted cual es el rendimiento de la empresa .....	49
<b>Gráfico 20:</b> Importante lograr una diferenciación para ser competitivo .....	50
<b>Gráfico 21:</b> Relaciones comerciales con empresas del sector.....	51
<b>Gráfico 22 :</b> Relevancia le da a la información antes de una cita de negocios .....	52
<b>Gráfico 23:</b> Clase de fuerzas competitivas se enfrenta su empresa .....	53
<b>Gráfico 24:</b> Actividades de la empresa usa el internet.....	54
<b>Gráfico 25:</b> La empresa realiza sus compras en línea.....	55
<b>Gráfico 26:</b> La empresa realiza ventas de sus productos a través de la página web. 56	
<b>Gráfico 27:</b> La empresa realiza estudios de mercado para realizar negociaciones... 57	
<b>Gráfico 28:</b> Factores considera usted que ayudaría a incrementar la rentabilidad.... 58	
<b>Gráfico 29:</b> Actividades de innovación en y rápidamente los adopta su organización .....	59
<b>Gráfico 30:</b> Porcentaje de las ventas del producto en el mercado .....	60

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

### 1.1 Justificación

#### 1.1.1 Justificación teórica

La globalización conocida como un proceso económico, tecnológico y social a nivel mundial, ha permitido a las empresas su desarrollo comercial en los mercados. En el cual las empresas exponen sus habilidades a buscar soluciones, a poner en práctica sus estrategias más eficaces y eficientes. Considerando el apoyo de recursos y herramientas de información.

Además, la internacionalización de las empresas en el mundo atraviesa fronteras. Da la posibilidad de acceder y disponer de información de cualquier tipo, en las cuales abarca los ámbitos más importantes en una economía como lo es financiero y comercial. Siendo los más relevantes para mantener una estructura de comunicación social. (Sebastián, 2004) menciona que Sociedad Global de la Información ha generado una serie de cambios socioculturales importantes como:

- Generalización del acceso a la información
- Organización de los servicios en red-Crecimiento exponencial de la información
- Necesidad de conocimiento (mayor producción de información y más accesible)
- Globalización de la economía

En el transcurso del tiempo la utilización o manejo de la información es el eje principal en el área de organización de empresas. Siendo así el elemento clave para el desarrollo de sus actividades. La información se basa en el valor e importancia para el desempeño del trabajo. De acuerdo con (Hernandez-Trasobares, 2003)

La creciente globalización, el proceso de internacionalización de la empresa, el incremento de la competencia en los mercados de bienes y servicios, la rapidez en el desarrollo de las tecnologías de información, el aumento de la incertidumbre en el entorno y la reducción de los ciclos de vida de los productos originan que la información se convierta en un elemento clave para la gestión, así como para la supervivencia y crecimiento de la organización empresarial.

La información es el campo más extenso debido a que contiene un proceso cronológico y específico de acuerdo a su actividad. Dentro de la empresa el manejo adecuado, permite a la recopilación de información exacta, las cuales van ser elaboradas, procesadas hasta distribuidas según la necesidad de cada área de la empresa.

Es así como, la Contabilidad de Gestión es la consecuencia de la evolución de la contabilidad de costos determinados, en aspectos cualitativos como cuantitativos. (Quintero-Rivera, 2005) afirma “La contabilidad de costos ha sido precisamente el sistema que la empresa, tanto industriales como de servicios, han aplicado desde el comienzo del desarrollo de su actividad transformadora más que en las generadoras de servicios o en las de carácter puramente comercial” (pág. 51).

La contabilidad de gestión constituye una parte muy extensa, la cual enriquece a las funciones de la gestión empresarial. Además, esto se debe al respaldo de técnicas, modelos e instrumentos que existen en la actualidad. “La contabilidad de gestión se sitúa en el ámbito interno de la empresa y la información que genera va dirigida fundamentalmente a los sujetos decisores o, en definitiva, a los gestores de las unidades económicas” (pág. 52). Entonces el resultado que se obtiene, es sumamente personal para la empresa y decisivo para mantener un control y establecer una dirección hacia el éxito empresarial. Según (Quintero-Rivera, 2005) menciona:

Ello no quiere decir que sea una información que necesariamente haya de quedar al interior de las mismas, sino que al menos una parte puede- e incluso debe- trascender al exterior, pudiendo ser la empresa la primera interesada en mostrar esa información. Además de constituir una información válida y útil para diversos sujetos.

A través de exponer esta información y experiencias forman un conjunto de estrategias que pondrán en práctica, como un requisito fundamental para sustentar su competitividad. Una organización se verá reflejada por la calidad de estrategias aplicadas, para mantenerse competitivo y mejorar el posicionamiento dentro de un mercado.

La competitividad está comprometida con el cambio tanto interno como externo, y a su vez al desarrollo de un liderazgo apropiado, y el fomentar el trabajo en equipo, para una correcta toma de decisiones.

El índice de competitividad global representa para el Ecuador, o para cualquier otro país, una carta de presentación al mundo en números, estadísticas e índices financieros, por ende, amerita de especial atención por parte del gobierno en curso poder elevar los indicadores que normalmente hacen que el país baje de posición entre un periodo y otro (Uzcátegui, Perez, & Solano, 2017, pág. 164).

El desempeño económico es comparado con diferentes países de acuerdo a su crecimiento macroeconómico (DELOITTE, 2012) menciona “su nivel de desarrollo presentan avances importantes en el talento humano, mercados financieros y de capitales, infraestructura y tecnología, entre otros”.

Por tal motivo la investigación se lo realiza en el sector textil empresarial en el cual refleja mayor actividad y evolución en el desarrollo económico. Por ser una de las más importantes en el crecimiento de la industrialización De acuerdo con la revista Lideres (León, 2017)

El sector textil es el segundo de Ecuador que genera más empleo, con 174. 25 puestos de trabajo que representan el 21 % de los que produce la industria manufacturera del país

Las ventas del sector textil fueron de USD 1.313 millones en 2016 y representaron el 5 % del sector manufacturero, señaló el titular de esa cartera, quien agregó que se trata de un área prioritaria para la economía nacional, que supuso el 8 % del producto interno bruto (PIB) industrial entre 2007 y 2015.

El ministro destacó también la madurez empresarial del sector y su capacidad para asumir con responsabilidad los retos productivos actuales, para generar nuevas oportunidades de emprendimientos, producir con calidad, diversificar sus productos y contribuir a la ampliación de mercados.

### **1.1.2 Justificación metodológica**

Para la elaboración de la presente investigación, se identificó el sector textil, por ser uno de los sectores más productivos e importantes en el cantón Ambato. Por esta se exploró el sector Manufacturero con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU). Este sector ha sobrevivido con la innovación e industrialización. Por lo tanto, el sector textil ayuda a la economía local, al desarrollo del mercado nacional. En estas circunstancias para obtener una información más exacta se toma



como referencia el Instituto Nacional de estadísticas y Censos (INEC) para determinar la clasificación del sector en sus diferentes categorías y obtener una información veraz. Por otro lado, el apoyo de la Superintendencia de Compañías siendo una plataforma en línea, permite acceder a diferentes parámetros en los cuales se constatará la autenticidad de las instituciones, por así definirlo se pudo inspeccionar el estado activo de las empresas. No obstante, este organismo de control y vigilancia de las actividades de una organización, trasmite seguridad de la información compartida con los usuarios, aun siendo información financiera.

En consecuencia, durante el proceso de recolección de información se va a trabajar con un total de 12 empresas, siendo así la base de datos para esta investigación, mismas que se va aplicar la encuesta, entrevistas etc. De las cuales se detalla a continuación las pequeñas empresas ubicadas en el cantón Ambato.

1. ARFATEXCIA C.L
2. CONFECCIONES GLOBALFASSHION G&A CIA.LTDA.
3. CONFECCIONES Y SERVICIOS AMBATO, COSEAMBATO S.A.
4. FABRICA DE VESTIDOS Y TEXTILES DEL TUNGURAHUA  
VESTETEXSA CA
5. INDUSTRIA DEPORTIVA BOMANSPORT CIA.LTDA.
6. INDUSTRIA TEXTIL F&F ALLEGATEX CIA.LTDA.
7. INDUSTRIAS Y TEXTILES PEQUEÑIN CIA. LTDA.
8. KYDS&CO CONFECCIONES DE VESTIR CIA.LTDA.
9. MARELI CORPORACION TEXMARELI CIA.LTDA.
10. MARQUILLAS & ACCESORIOS MARQUIACCES S.A.
11. MOLRIV CIA.LTDA.
12. PEPOLTEX C.L.

### **1.1.3 Justificación práctica**

La introducción de la globalización estimula a cada área a sofisticarse, reiniciarse como una organización nueva, a fortalecer habilidades que favorecen al manejo de su organización. Debido a una buena medida de desempeño estructural podrá ajustarse a un mercado competitivo.

Las empresas se han visto en conflicto por la supervivencia debido a la magnitud de la “competitividad en los mercados en la ciudad de Ambato, en los cual podemos

destacar los sectores de mayor influencia del sector textil, alimentario y calzado” (Lideres, 2016), los cuales se han visto en la necesidad de aplicar métodos para subsistir en un mercado, como lo es la innovación, el uso de la tecnología.

En cierto modo los requerimientos y necesidades de las organizaciones existentes, intuyen como eje esencial la aplicación de un método estratégico para mejorar su desempeño. La mejor condición de una empresa es el arte de poseer una magnífica dirección, control y planeación entre una buena administración y el arte de manejar contabilidad.

Es así como la contabilidad de gestión se empeña en obtener información interna, con el fin de ayudar a la dirección de su empresa, y el adaptarse a las nuevas exigencias de su entorno. La gerencia tendrá el alcance de tomar decisiones, sabiendo así aprovechar este recurso positivamente.

De este modo la empresa detectara la gestión adecuada en la situación presentada, reconociendo todos los movimientos económicos y financieros que provocaran. La contabilidad por ser una disciplina que canaliza el acontecimiento y registra el resultado consigue así la relación directa con los administradores.

Se hace necesario mencionar que, si el grupo directivo tiene más apertura a estos conocimientos, tanto administrativos como contables, promueven a generar mayor sostenibilidad económica, sin embargo, la canalización de la información contable al ser obstruida incide negativamente. Es por ello, se necesita de personal altamente con capacidad integral y adecuada para fungir actividades en el ámbito empresarial además que posea actitudes y habilidades para un liderazgo.

#### **1.1.4 Formulación del problema de investigación**

¿Cómo influye la Contabilidad de Gestión en la Competitividad de las pequeñas empresas del sector textil en el cantón Ambato provincia de Tungurahua?

### **1.2 Objetivos**

#### **1.2.1 Objetivo general**

Determinar la influencia de la Contabilidad de Gestión en la competitividad de las pequeñas empresas del sector textil en el cantón Ambato provincia de Tungurahua

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- ✓ Analizar la Contabilidad de Gestión del sector textil del cantón Ambato para conocer el procesamiento de la información en la toma de decisiones.
- ✓ Identificar los índices de competitividad que registran en la actualidad el sector textil en la ciudad de Ambato para determinar su eficacia.
- ✓ Evaluar una posible estrategia para incrementar la competitividad en el sector textil y mejorar la rentabilidad.

## CAPÍTULO II

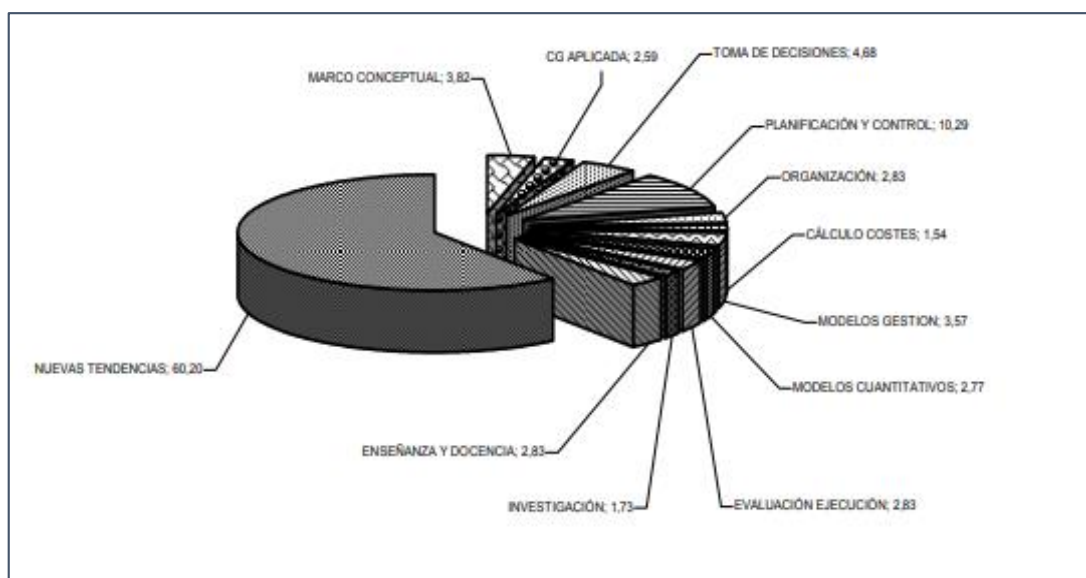
### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Revisión de literatura

##### 2.1.1 Antecedentes investigativos

En los estudios e investigaciones realizadas sobre la contabilidad de gestión se han tornado cambiantes, siendo así la investigación realizada en España obtuvo una visión más detallada, “al considerar no sólo las 12 líneas de investigación en Contabilidad de Costes y de Gestión, sino también, cuáles son los principales, de los 70 temas donde hemos encuadrado todos los artículos y ponencias analizados, de las principales líneas de investigación en el período 1995/2004, teniendo en cuenta las revistas y asociaciones seleccionadas”(Pajuelo-Moreno, 2004, pág. 12).

**Gráfico 1:** Principales líneas de investigación en Contabilidad de Gestión en Revistas y Asociaciones 1995/2004.



Fuente:(Pajuelo-Moreno, 2004)

Por otra parte, la condición económica, los cambios sociales, culturales y tecnológicos, influyen en el sistema de contabilidad de gestión. En cierto modo las empresas han presenciado una estabilidad en el desempeño de sus actividades

productivas y de gestión durante el siglo XIX y XX. Hasta presenciar un cambio importante desde “mediados de los años setenta del siglo XX”, en el cual los sistemas productivos empresariales empezaron a evolucionar. “Los entornos económicos han pasado a ser dinámicos, complejos, turbulentos y globalizados, y han emergido fenómenos económicos, sociales y culturales, como las crisis financieras pronunciadas, los avances tecnológicos, las culturas interconectadas, etc.”(Salgado, 2014, pág. 789).

Gutiérrez-Hidalgo, 2005 citado por (Salgado, 2014, pág. 796) menciona:

En la década de los noventa, la contabilidad de gestión muestra horizontes y planteamientos que se pueden vislumbrar en las temáticas de sistemas de costos por actividad (ABC); el desarrollo de los planteamientos del control de la calidad total (TQM) en el ámbito de la contabilidad de gestión; el control contable de la calidad, las técnicas justo a tiempo (Just in time, JIT), los sistemas de fabricación flexible, la contabilidad de gestión medioambiental, el cuadro de mando integral o Balanced Scorecard (CMI/BSC), entre otros.

La influencia de la contabilidad de gestión en el ámbito administrativo ha tomado fuerza para estabilizarse debido a que “en la crisis, avance, desarrollo y consolidación de la Contabilidad de Gestión, ha jugado un papel decisivo, el desarrollo de las nuevas tecnologías en los últimos tiempos, que han motivado un cambio radical en la forma de entender la comunicación, la transmisión de la información, la gestión de los nuevos negocios, la distribución y comercialización, etc.”(Pajuelo-Moreno, 2004, pág. 16)

En la actualidad este fenómeno se ha expandido, como el crecimiento de la información y el poder global. La adaptación de las empresas a esta realidad, son notorios con los cambios a sistemas organizacionales, a una planificación estratégica.(Salgado, 2014, pág. 789)afirma “La contabilidad de gestión, que se ha enfrentado a los requerimientos organizacionales y a su necesidad de adaptación y de conocer la información adecuada para la toma de decisiones en estos nuevos contextos”. Esto contribuye a adaptarse a las mejores condiciones posibles, que de tal manera guíen a la empresa y cumplimiento de sus objetivos.

“El proceso evolutivo experimentado por la Contabilidad de Gestión continúa desempeñando actualmente un papel integral, al poner énfasis en la relación entre el

sistema informativo para la gerencia y el proceso de toma de decisiones”(Valdez-Requene, Nazareno-Véliz, & Tóala-Preciado, 2017, pág. 317).

El auge de la renovación de la industria ha merecido apoderarse de los mercados con apoyo de tácticas modernas para la explotación del comercio.

Hoy día se impone una nueva concepción de negocios, donde las organizaciones líderes han desarrollado una serie de “herramientas competitivas” para participar en el mercado global, con productos y servicios de calidad. La contabilidad de gestión se constituye en el pilar para la toma de decisiones y así permanecer en competencia en este mundo globalizado.(Buelvas-Mesa & Mejia-Alfaro, 2014, pág. 92)

Para el funcionamiento de las empresas tienden a trabajar con un sistema de información contable financiero integral, las misma que está compuesto por la contabilidad financiera, contabilidad de costos y la contabilidad de gestión, de acuerdo a (Buelvas-Mesa & Mejia-Alfaro, 2014, pág. 92) menciona.

Sistema de información contable financiero integral, que les permita un control de su gestión y mantenerse e incursionar en los mercados de forma competitiva, contar con una “herramienta” que les permita no solo identificar los costos de producción, sino, establecer una estrategia a largo plazo, buscando ser competitivas en un entorno cambiante y dinámico, como en el que están inmersas.

La información y la actividad económica interactúan y permite caracterizar a la economía como informacional y global. Según (Martinez-Salinas, López -Salazar, & Ureaña)“Es Indiscutible la importancia de la información para la toma de decisiones de orden económico y social, por ello conviene examinar su importancia y vinculación a la contabilidad de gestión de los negocios. La influencia de la información en los negocios ha sido vista desde diferentes perspectivas”

En las dos últimas décadas, ha surgido una nueva economía a escala mundial. La denominada informacional y global para identificar sus rasgos fundamentales y distintivos, y para destacar que están entrelazados. Es informacional porque la productividad y la competitividad de las unidades o agentes de esta economía dependen fundamentalmente de su capacidad para generar, procesar, y aplicar con eficiencia la información basada en conocimiento. Es global porque la producción, el consumo y la circulación, así como sus componentes (capital, mano de obra, materia prima, gestión, información, tecnología de mercados), están organizados a escala

global, bien de forma directa, bien mediante una red de vínculos entre los agentes económicos(Castells, 2000, pág. 93).

La información se convierte en el punto clave de la iniciación de un negocio, por reducir la incertidumbre del usuario, da la posibilidad de incrementar alternativas de abrirse a nuevos mercados potenciales. La asimilación del intercambio, generación y recreación de todo tipo de datos, cumple con la función de dar seguridad a la actividad económica y por ende a la actividad organizacional, no delimita la capacidad de preparación innovadora con el fin de satisfacer sus fines económicos.

Así mismo el desarrollo de la tecnología de la información han contribuido al proceso de transformación, la elaboración del conocimiento y la expansión del uso para el crecimiento empresarial que lleva de la mano alrecurso humano.

El auge e importancia de la información en nuestra era ha posibilitado que ella misma se convierta en un elemento que puede ser intercambiado en ciertos mercados; en esta perspectiva la información se constituye en un bien económico, de carácter intangible, necesario para la manutención y desarrollo de las actividades de producción y prestación de servicios de diversas organizaciones. Algunos ejemplos de la información como intangible se presentan como intercambio de bases de datos de clientes, proveedores, competidores, análisis sociales o situaciones de diversa índole presentada como información estructurada o desestructurada (pues ella permite revelar tendencias).(Martinez-Salinas, López -Salazar, & Ureaña)

Posteriormente la transformación de la informática y las telecomunicaciones permitieron “incrementar la eficacia en la realización de las tareas, ahorrar tiempo en el desarrollo de las actividades y almacenar la mayor cantidad de información en el menor espacio posible”, lo cual incrementó en interés de las organizaciones sobre los sistemas de información. Con el paso del tiempo las empresas se percataron como “las tecnologías y sistemas de información permitían a la empresa obtener mejores resultados que sus competidores, constituyéndose por sí mismas como una fuente de ventaja competitiva y una poderosa arma que permitía diferenciarse de sus competidores y obtener mejores resultados que estos”(Hernandez-Trasobares, 2003, pág. 5). De este modo los sistemas de información se constituyeron como una de las cuestiones estratégicas de la empresa, que ha de considerarse siempre en todo proceso de planificación empresarial.

Estos aspectos detallados han involucrado a la tendencia de la economía internacional, por lo tanto, están dispuestos a ciertas condiciones para efectuar el comercio. Como menciona (ROJAS & SEPÚLVEDA, 1999, pág. 9) “La competitividad, por su parte, se constituye como el objetivo global de la dimensión económica, cuya interacción con las dimensiones social, ambiental y político-institucional, conforman el proceso de desarrollo sostenible”. Sin embargo, con la evolución de la tecnología y la globalización se destaca los elementos innovadores de la competitividad el cual “fue establecido en el siglo XVII por las teorías de comercio internacional, cuya esencia está centrada sobre todo en aspectos económicos”. La cuales acoge a la teoría de metodología de las ventajas comparativas”. Siendo así se estiman “donde las ventajas comparativas como motores de desarrollo evolucionan hacia las ventajas competitivas”.

Las ventajas competitivas se crean a partir de la diferenciación del producto y de la reducción de costos; aquí la tecnología, la capacidad de innovación y los factores especializados son vitales. Los factores especializados no son heredados (como sí lo es la base de recursos naturales), son creados y surgen de habilidades específicas derivadas del sistema educativo, del legado exclusivo del “saber-cómo” (“knowhow”) tecnológico, de la infraestructura especializada, de la investigación, de la capacitación que se le ofrezca al recurso humano, de mercados de capitales desarrollados y de una alta cobertura de servicios públicos de apoyo, entre otros. Las ventajas competitivas son únicas y es difícil que competidores de otras regiones puedan replicarlas o acceder a ellas, ya que además de responder a las necesidades particulares de una industria concreta, requieren de inversiones considerables y continuas para mantenerlas y mejorarlas (Rojas & Sepúlveda, ¿QUE ES LA COMPETITIVIDAD?, 1999, pág. 11)

La competitividad existente entre los países se basa en adaptaciones de metodologías y la capacidad que influye para determinar sus fortalezas y debilidades; para ello partieron de una disponibilidad de información: economía, empresas, personas, gobierno, infraestructura, ciencia, la tecnología y recursos naturales.

“la competitividad es la capacidad que tienen los países, regiones y empresas para crecer en forma sostenida en un contexto de competencia globalizada. De acuerdo con esto, el Índice de Competitividad Regional está basado en particular en los postulados de Michael Porter, quien considera cuatro determinantes de las ventajas comparativas de las industrias, aplicados a regiones. Estos corresponden a: factores productivos, demanda doméstica, industrias



relacionadas y estructuras de las empresas”(Rojas, Romero , & Sepúlveda, Algunos Ejemplos de como medir la Competitividad, 2000, pág. 20).

La competitividad trabaja en concordancia con la estrategia competitiva, por ser una clave del éxito, aun siendo de diferentes ideas, estas causaron un gran impacto en el mundo empresarial, por efectuar un análisis al mercado y dar origen a la estructuración de nuevas estrategias que se ejecutarían a favor de la empresa. Como menciona Porter es “encontrar una posición dentro del sector de actividad en que la empresa actúa, para poder defenderse de las fuerzas”(Benítez-Codas, 2012, pág. 76)

Porter (1980) en su libro Estrategia Competitiva, comienza por explicar que todas las empresas tienen estrategias competitivas, algunas explícitas y otras implícitas y que estas estrategias deben enfocarse hacia el entorno en que disputan el mercado. La lógica de la visión competitiva de Porter es que las opciones estratégicas de una empresa están limitadas por el entorno, o sea que la estructura moldea la estrategia, que es llamado de enfoque "estructuralista". Este enfoque se basa en el paradigma estructura-desempeño de los aspectos económicos de la organización industrial, dominante en la práctica estratégica desde los años 80.

El mercado potencial y el que analiza es para identificar el entorno, para defenderse de los factores aledaños con las cinco fuerzas de Porter que se dirigen la competencia de un sector(Vargas, 1999) afirma “a) Rivalidad entre empresas existente, b) Ingreso potencial de otras empresas, c) Amenaza de productos sustitutos, d) Poder de negociación de los proveedores”. Además, con una nueva visión de estas fuerzas han clasificado en tres grandes categorías: “Competencia Actual, Competencia potencial, Poder negociador de los agentes-frontera”.

## **2.1.2 Fundamentos teóricos**

### **2.1.2.1 Contabilidad**

La Contaduría es la encargada de cuantificar, medir y analizar la información, para tener resultados sobre la realidad económica de una entidad. Es así como esta rama se divide:

**La Contabilidad** es el lenguaje de las decisiones financieras, el principal medio de comunicación en relación con el impacto financiero de las actividades de la empresa. Ella contribuye a la toma de decisiones, mostrando el origen y destino del dinero y la

capacidad de pago para cubrir las obligaciones, así como evaluando el desempeño. De acuerdo con el uso de la información.(FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD I, 2011)

**Gráfico 2:**Clasificación de la Contabilidad



**Fuente:**(FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD I, 2011)

**La Contabilidad financiera y la Contabilidad de gestión** son las dos ramas más importantes de la Contabilidad y ambas surgieron de la necesidad de especialización y cumplimiento de fines claramente definidos cuyo objeto principal de estudio es el patrimonio de la empresa.

**La Contabilidad financiera** se encarga de la clasificación, anotación e interpretación de las transacciones económicas, reflejando la situación económica de la empresa al cierre del ejercicio contable (Estados financieros). Constituye una fuente de información para usuarios externos (inversionistas, analistas financieros, acreedores, agencias gubernamentales y otros grupos interesados). En tal sentido, se considera que la Contabilidad financiera se interesa fundamentalmente en los Estados financieros para el uso externo.

**La Contabilidad de gestión** es la encargada de identificar, medir y valorar la circulación interna de la empresa, racionalizando y controlando sus recursos para suministrar a sus directivos la información necesaria y suficiente que les permita adoptar decisiones en el ámbito interno y a corto plazo en función de la organización y de acuerdo con las metas propuestas.(FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD I, 2011)

### 2.1.2.2 Contabilidad de gestión

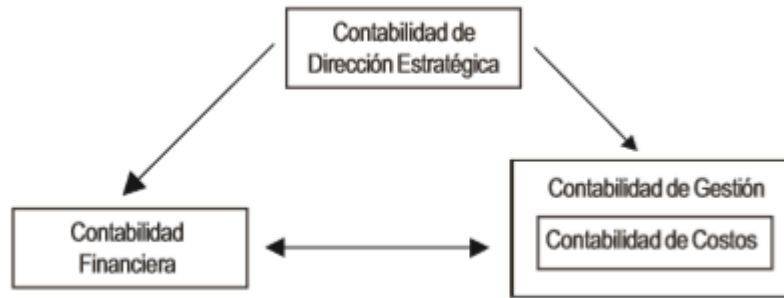
En 1958 el comité de Contabilidad de Gestión de la American Accounting Association (AAA), define la contabilidad de gestión como: “Aplicación de técnicas y de los conceptos apropiados al procesar los datos económicos históricos y previstos de una entidad, con el fin de asistir a la dirección en el establecimiento de un plan sobre la base de objetivos más racionales de cara a la consecución de tales objetivos”(Quintero-Rivera, 2005, pág. 53).

La **importancia de la contabilidad de gestión** debe ser entendida como un elemento o más bien como instrumento de “CONTROL” que pueda facilitar la realización de varias funciones fundamentales como son:

1. Formulación de objetivos explícitos para cada uno de los centros o departamentos de responsabilidad.
2. Medición contable del comportamiento de los centros o departamentos
3. Evaluaciones continuas de los departamentos y/o personas a partir del cálculo de las desviaciones(Quintero-Rivera, 2005, pág. 53).

En efecto estos aspectos demuestran la necesidad de ser competitivos por formar parte de los sectores económicos y de los productos de los cuales se puede lograr “mediante el mejoramiento continuo de la calidad de los productos” y “mediante la reducción de los precios o el mejoramiento de los mismos”(Quintero-Rivera, 2005). De tal manera para alcanzar el nivel adecuado de la Contabilidad de Gestión debe satisfacer todas las exigencias que rodea a la organización. Es decir, proporcionar información adecuada con el mínimo riesgo, así proveer de seguridad y orientación para la toma de decisiones en forma racional a los directivos. Esta información está basada en los siguientes temas como lo menciona (Quintero-Rivera, 2005) “La organización de los procesos productivos, Optimización de la capacidad existente, Utilización de los recursos disponibles, El capital humano, Aprovisionamiento de los factores corrientes de la producción, Análisis y relación de causalidad en las desviaciones controlables., Asignación de responsabilidades.

**Gráfico 3: Relación de la Contabilidad de Costos y la Contabilidad de Gestión**



**Fuente:**(Quintero-Rivera, 2005)

Dentro de este gráfico se observa la relación entre sí, tanto la contabilidad financiera como la contabilidad de gestión, poseen vínculos con la denominada contabilidad de dirección estratégica, la cual se retroalimenta de la información generada tanto por la contabilidad financiera como por la contabilidad de gestión.

Según (Quintero-Rivera, 2005, pág. 54)La contabilidad de dirección estratégica se fundamenta en decisiones a largo plazo fundamentalmente y, de forma pluridisciplinar, en tres aspectos básicos:

- Diagnóstico de la empresa
- Planificación estratégica y táctica
- Control de la empresa

Estos aspectos se concretan en el desarrollo de los siguientes objetivos:

- a) Procesar, interpretar y comunicar a la dirección la información relevante con el fin de apoyar la adopción de las decisiones estratégicas y estructurales con un perfil a largo plazo.
- b) Liderar, coordinar y formalizar el proceso total y coherente de planificación y control de la empresa.

### **Los objetivos de la contabilidad de gestión**

La contabilidad de gestión ayuda a la toma de decisiones, puesto que es una forma de que el equipo analice los costes de cada uno de los procesos y vea cuáles son los puntos que puede mejorar o los puntos en los que dichos costes podrían reducirse para hacer dicho proceso mucho más eficiente y rentable.

Facilitar el control y planificación de asignación de recursos, tanto materiales, humanos, como económicos. Porque al realizar un seguimiento y control periódico de los costes en los que va incurriendo

la empresa en un determinado periodo de tiempo, ayuda a detectar errores, duplicidades, etc.(EmprendePYME, 2016)

## **Clasificación de la contabilidad de gestión**

### **1. Contabilidad Analítica**

**Contabilidad de Costos:** Estudio de los costos para su recuperación vía precio y valoración de inventarios.

**Planificación y control Presupuestario:** Planificar y controlar costos futuros con presupuestos y costos estándar y medidas de control

**2. Toma de Decisiones (negocios)** Decisiones a corto plazo, decisiones estratégicas, decisiones de inversión y decisiones de financiación. (Vazconez, 2014)

## **Características de Contabilidad de Gestión**

La contabilidad administrativa posee características esenciales, las cuales se identificarán como parte de la contabilidad, las mismas que estarán enfocadas a diversos detalles de información administrativa.

- Utiliza una técnica que se basa en la utilidad proporcionada por la información tanto interna como externa.
- La contabilidad administrativa no resulta ser de utilización obligatoria.
- La contabilidad administrativa se caracteriza principalmente por ser una de las herramientas más útiles en el sector empresarial(Vazconez, 2014)

## **Las ventajas de la contabilidad de gestión**

Los titulares de una organización utilizan la contabilidad de gestión para rastrear, registrar y reportar información financiera, en el cual el manejo de esta información no se rige a ninguna norma o estructura. “Los dueños de negocios pueden diseñar sistemas de gestión de contabilidad de acuerdo con las operaciones de negocio de su empresa o de acuerdo a la necesidad de la administración de la información empresarial”. Por lo tanto, esta contabilidad tiene ventajas positivas “en coincidir con la capacidad de las empresas para mejorar las operaciones y la rentabilidad general”(Vitez, s.f.), menciona cuatro ventajas:

**Reducir los gastos.** -Los dueños de negocios a menudo utilizan la información de gestión contable para revisar el costo de los recursos económicos y otras operaciones comerciales. Esta información permite a los propietarios poder comprender mejor la cantidad de dinero que

cuesta operar el negocio, también pueden utilizar la contabilidad de gestión para llevar a cabo un análisis sobre la calidad de los recursos económicos utilizados para producir bienes o servicios.

**Mejorar el flujo de caja.** -A menudo utilizan los presupuestos por lo que tienen una hoja de ruta financiera para los gastos de la empresa en el futuro. Muchos presupuestos se basan en la información financiera histórica de la empresa. Los contables de gestión se guiarán a través de esta información y crearán un presupuesto general para toda la empresa. Las grandes organizaciones empresariales pueden utilizar varios presupuestos más pequeños para las divisiones o departamentos. Estos presupuestos individuales suelen enrollarse en el presupuesto maestro general de la empresa. El propósito principal es ahorrar el dinero de la compañía a través de un cuidadoso análisis de los gastos en efectivo necesarios e innecesarios.

**Toma de decisiones empresariales.** - En lugar de tomar decisiones de negocio basadas únicamente en el análisis cualitativo, los empresarios o gerentes pueden utilizar la información de contabilidad de gestión como un instrumento para la toma de decisiones. Por lo general, la contabilidad de gestión proporciona un análisis cuantitativo para la toma de diversas oportunidades.

**Aumentar los ingresos financieros.** - Los contables de gestión pueden preparar proyecciones financieras relativas a la demanda de los consumidores, las ventas potenciales o los efectos de las variaciones de los precios de consumo en el mercado económico, utilizan esta información para asegurarse de que pueden producir suficientes bienes o servicios para satisfacer la demanda de los consumidores a precios corrientes. Las empresas también prestan mucha atención a la cantidad de competencia en el mercado económico. La competencia puede reducir los rendimientos financieros de las operaciones comerciales de la compañía.(Vitez, s.f.)

### **Aspectos de la Contabilidad de Gestión**

Según(El Marco de la Contabilidad de Gestión, 1989)afirma:

- ❖ De la evolución de la contabilidad de costes surge la contabilidad de gestión para afrontar las mayores demandas informativas de la empresa moderna.
- ❖ La contabilidad de gestión se ocupa de la captación, medición y valoración de la circulación interna de la empresa, así como de su racionalización y control, con el fin de suministrar a los diferentes estamentos directivos de la organización la información suficiente y relevante para la toma de decisiones.
- ❖ Una empresa que tiene desarrollada una contabilidad de gestión, necesariamente debe tener una contabilidad de costes.
- ❖ Los nuevos métodos de gestión (JIT, calidad total, fabricación flexible, BPR, TI, etc.) introducen factores adicionales en la determinación y

control de costes, por lo que deberán basarse en una información más amplia que la proporcionada por la contabilidad de costes.

- ❖ El contenido de la contabilidad de gestión responde a las mayores exigencias informativas para la toma de decisiones en entornos de creciente turbulencia e incertidumbre.
- ❖ Los modelos de contabilidad de gestión se elaboran condicionados por el objetivo (único o múltiple) de información que se quiere alcanzar para apoyar la adopción de decisiones de los órganos directivos.
- ❖ La utilización de técnicas como la gestión de los costes por actividades permiten a la contabilidad de gestión una mejor racionalización de los costes y posibilitan la formulación de juicios de valor para apoyar la toma de decisiones que tienden a incrementar la eficiencia de la empresa; por ejemplo:
  - Suprimir actividades que implican costes, pero no añaden valor para el cliente.
  - Optimizar las actividades (primarias y de apoyo) que generan valor para el usuario de productos y servicios.
  - Aceptar o rechazar pedidos, basándose en los ingresos y costes adicionales, capacidad disponible, etc.
- ❖ La contabilidad de gestión se orienta, por lo tanto, a apoyar la toma de decisiones por los órganos internos, en un horizonte temporal del corto plazo (decisiones tácticas y operativas) y al control de gestión.

### **2.1.2.3 Información**

La información se considera como conjunto de procesos para la obtención de datos, es así como el Sistema de información se define según (Hernandez-Trasobares, 2003).

Conjunto formal de procesos que, operando sobre una colección de datos estructurada de acuerdo a las necesidades de la empresa, recopila, elabora y distribuyen selectivamente la información necesaria para la operación de dicha empresa y para las actividades de dirección y control correspondientes, apoyando, al menos en parte, los procesos de toma de decisiones necesarios para desempeñar funciones de negocio de la empresa de acuerdo con su estrategia.

La información desde el punto de vista organizacional representa gran utilidad para el desarrollo de toma de decisiones. Según los autores (Martinez-Salinas, López - Salazar, & Ureaña)“ se presentan con diversos nombres tales como sistemas de información decisionales, sistemas de información estratégicos o sistemas de información para la alta gerencia.” Al respecto un sistema de información gerencial

se define según (Gordon & Olson, 1989, pág. 6)“como un sistema integrado usuario –máquina para proveer información que apoye las operaciones, la administración y las funciones de toma de decisiones y además. Los componentes del sistema se utilizan para el análisis, la planeación, el control y la toma de decisiones”.

Además el Sistema de información gerencial que menciona (Gordon & Olson, 1989) clasifica en tres dimensiones estructurales que jerárquicamente establecen tres niveles de interacción de los diferentes usuarios organizacionales:

- Estratégica
- Táctica
- Operativa

La **información estratégica** refiere a información agrupada, interna y externa, comparativa, proyectada, sencilla y útil para la toma de decisiones de alto nivel, planeación de políticas y estrategias de las organizaciones.

La **información táctica** está compuesta por datos organizados relativos a la operación del negocio es decir que son datos estructurados de carácter interno que proporcionan información de control general; es información que sirve como insumo de proyecciones financieras y las mediciones de riesgo y la modelación de escenarios futuros (mediano plazo) en diferentes ámbitos de incertidumbre.

Se le llama **información operativa** a aquella que cumple con ciertas especificaciones de detalle útil para el control operativo; por ejemplo, en un sistema de inventarios el sistema de información operativa contempla información de referencias, código, descripción, detalle, color, número de serie, magnitud, costo unitario, etc.(Martinez-Salinas, López -Salazar, & Ureaña)

La estructuración de la información abarca diversos campos de conocimiento y es idóneo para diferentes formas de presentación e interpretación. En este caso el campo empresarial y organizacional cubre los sectores similares como hace mención (Martinez-Salinas, López -Salazar, & Ureaña). Es así que la información que determinen estos sectores se asociara para identificar los intereses comunes.

**Información económica:** Corresponde a la estructuración relacionada con el objeto de conocimiento de la economía y se preocupa, entre otros aspectos, por la medición y presentación de datos relacionados el comportamiento de las variables macroeconómicas (producto bruto,



ingresos totales, nivel de empleo, balanza de pagos, entre otros) y microeconómicas (consumidores, empresas, mercados, etc.).

La información económica es importante para las organizaciones porque le permite contextualizar su actividad frente a ciertas dinámicas establecidas por las variables macroeconómicas, o, dicho de otra forma, por su incidencia en la determinación de ciertas condiciones de mercado y de los costos de producción.

**Información administrativa:** las formas de producir han sido atendidas desde la administración en aras de lograr la optimización de los recursos de una organización en condiciones determinadas. Dentro de la administración existen diversas escuelas y vertientes, pero queremos destacar la visión de las organizaciones en la concepción de los contratos de agencia (teoría de la agencia) por su cercanía con la concepción contable del control. La preocupación en este sentido corresponde a la determinación de los costos de transacción y su relación con la actividad de una organización.

**Información contable:** La fijación y clasificación que efectúa la contabilidad sobre hechos económicos y sociales, con diversas intenciones, ha permitido desarrollar vertientes o escuelas que conciben la información contable con múltiples objetivos y diversos usuarios de información.

Los empresarios consideran necesario el aporte de los sistemas de información para las empresas competitivas, el proyectarse con una visión más compleja para “coordinar, gestionar y controlar el conjunto de actividades económicas”(Mallo , 1992, pág. 4). Para los directivos es vital que estos factores intervengan con el mantenimiento y expansión de la empresa, de tal manera demostrar su buena gestión con los usuarios externos e internos, así mismo estar comprometidos con la toma de decisiones para incrementar su competitividad y controlar su organización.

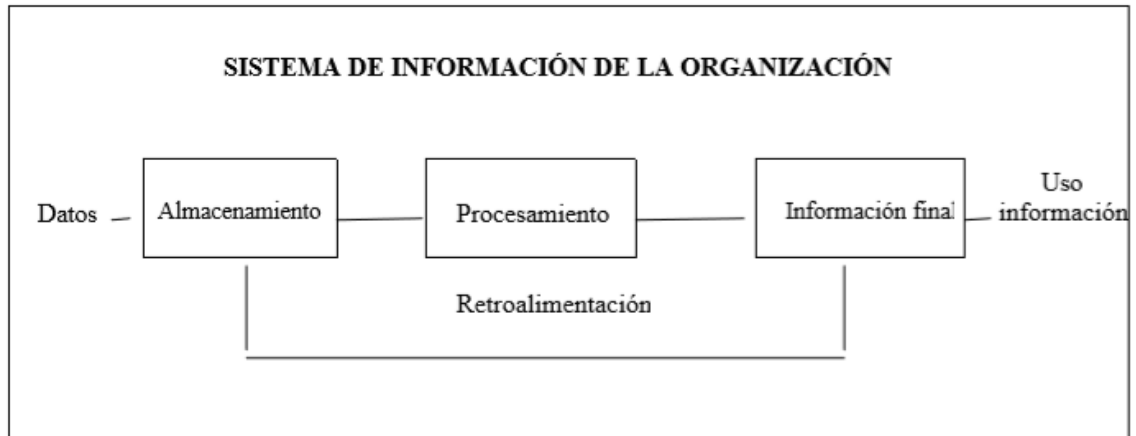
La metodología que utiliza para adquirir la información y el conocimiento es el procesamiento de datos obtenidos de todas las actividades efectuadas en la organización.

Todo sistema de información utiliza como materia prima los datos, los cuales almacena, procesa y transforma para obtener como resultado final información, la cual será suministrada a los diferentes usuarios del sistema, existiendo además un proceso de retroalimentación o “feedback”, en la cual se ha de valorar si la información obtenida se adecua a lo esperado.

Junto con los datos, los otros dos componentes básicos que constituyen un sistema de información son los usuarios (personal directivo,

empleados y en general cualquier agente de la organización empresarial que utilice la información en su puesto de trabajo) y los equipos (informáticos, software, hardware y tecnologías de almacenamiento de la información y de las telecomunicaciones)(Hernandez-Trasobares, 2003).

**Gráfico 4:** Sistema de Información de la Organización empresarial: funciones



**Fuente:**(Hernandez-Trasobares, 2003)

Los sistemas de información trabajan en coordinación con la tecnología, es decir con programas informáticos, el manejar esta herramienta, se considera una manera práctica y rápida de obtener información para el correcto funcionamiento de la empresa. De tal modo que trabajar con esta herramienta apertura a nuevas expectativas a la organización. Para ello la comunicación tendrá el primer lugar como una estrategia, la disponibilidad de la comunicación se basa en la conexión rápida como es el caso de páginas web y el comercio electrónica es una ventaja competitiva en la actualidad.

Todo sistema de información va a poseer unos objetivos principales, los cuales se resumen a continuación de acuerdo a (Hernandez-Trasobares, 2003):

- Apoyar los objetivos y estrategias de la empresa: el sistema de información ha de suministrar a la organización toda la información necesaria para su correcto funcionamiento. La información manejada abarcará desde la actividad rutinaria de la empresa hasta aquella necesaria para el proceso de planificación a largo plazo de la empresa.
- Proporcionar información para el control de la totalidad de actividades de la empresa, pudiendo comprobar el cumplimiento de las metas establecidas por la organización. Los sistemas de información abarcan a todos los departamentos de la empresa y a la gestión global de la organización.

- Adaptar las necesidades de información a la evolución de la empresa: conforme la empresa va creciendo y desarrollándose, surgen nuevas necesidades de información que han de ser satisfechas por el sistema de información, evolucionando este último adecuándose a las nuevas circunstancias del entorno.
- Interactuar con los diferentes agentes de la organización, permitiendo que estos empleen el sistema de información para satisfacer sus necesidades de un modo rápido y eficaz. La interactividad y flexibilidad de los sistemas de información constituyen un punto clave en el éxito o fracaso.

**Gráfico 5:** Tipología de Sistemas de Información(Basado en García Bravo, 2000 y Edwards, Ward y Bythesway, 1998)

<i><b>Tipo de Sistema de Información</b></i>	<i><b>Tipos</b></i>
<b>Grado de formalidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formales</li> <li>• Informales</li> </ul>
<b>Automatización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manuales</li> <li>• Informáticos</li> </ul>
<b>Relación con la toma de decisiones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estratégicos (alta dirección)</li> <li>• Gerencial (nivel intermedio)</li> <li>• Operativos (control operativo)</li> </ul>
<b>Funcionalidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión comercial</li> <li>• Gestión contable</li> <li>• Gestión financiera</li> <li>• Gestión de Recursos Humanos</li> <li>• Gestión de la Producción</li> </ul>
<b>Grado Especialización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Específicos</li> <li>• Generales</li> </ul>

**Fuente:**(Hernandez-Trasobares, 2003)

La empresa competitiva actual necesita tomar continuamente decisiones para mantener su estatus en el mercado frente a las estrategias continuas de los competidores, el cambio continuo tecnológico, la variación de los gustos y necesidades de los consumidores. En consecuencia, generar un sistema de información que organice y distribuya el enorme conjunto de datos, que a través de un tratamiento adecuado que generen el máximo conocimiento de la situación interna y externa, para reducir al máximo la incertidumbre de una decisión.

De acuerdo a la información para la toma de decisiones, debe ser sometida a un alto grado de responsabilidad social, por lo que necesita cumplir una serie de

características que le asegure inicialmente un mínimo grado de errores en el conocimiento generado y en la información en las cuentas, las cuales deben ser:

- **Comprensible:** la información ha de ser, dentro de la complejidad del mundo económico, fácil de entender por los usuarios.
- **Relevante:** debe contener la información verdaderamente significativa para los usuarios sin llegar al exceso de información que iría en contra de la característica anterior.
- **Fiable:** ausencia de errores significativos en la información suministrada a fin de cumplir el objetivo que se pretende.
- **Comprable:** la información debe ser consistente y uniforme en el tiempo entre las distintas empresas.
- **Oportuna:** la información debe producirse en el momento que sea útil para los usuarios y no con un desfase temporal significativo.
- **Completa:** a estas características debe añadirse para el sistema de información a la dirección el requisito de incluir todos los datos relevantes para conseguir la información más completa posible (Mallo, 1992, pág. 11)

Las decisiones de alta gerencia tienen la obligación de cumplir con el mejoramiento en actividades económicas. Considerando que posteriormente la empresa tendrá que realizar o contemplar una serie de decisiones, como es, las inversiones y desinversiones en un periodo de tiempo oportuno, para así mantener o restaurar su competitividad financiera y productiva.

#### **2.1.2.4. Competitividad**

La competitividad ha sido definida por varios autores las cuales se relaciona con la capacidad que tiene una organización para operar y crecer rentablemente, es decir crear valor propio para sus propietarios y su organización, en un mercado donde operan competidores exitosos.

De acuerdo con la revista agro negocios hace mención a lo que se refiere en primer lugar a la competencia como la iniciativa para alcanzar un objetivo propuesto. La referencia con lleva a realidad de una organización para obtener los recursos económicos.

Competencia y competitividad En la enciclopedia internacional de las ciencias sociales se define la competencia como la rivalidad entre dos o más personas o grupos por conseguir determinado premio, y a

menudo constituye un fin en sí misma. En la vida económica la competencia no es una meta sino una forma de organización de la actividad económica destinada a alcanzar una meta. El papel económico de la competencia consiste en disciplinar a los agentes para que suministren artículos y servicios de alta calidad y bajo precio. La competencia es el aperitivo de la vida, pero en economía se considera el plato fuerte y cuerpo central organizativo de la teoría económica. Revista Mexicana de Agronegocios(Klappe , Ruiz-Ledesma, Robles-Valderrama, Gómez Gonzalez, & Ruiz-Guzman, 2002)

La **importancia** de la competitividad se basa en saber cómo administrar los recursos de la empresa, incrementar su productividad y estar prevenido a los requerimientos del mercado.

Para Benzaquen la ventaja competitiva se fundamenta en la “productividad” y en los factores que la determinan dentro de la empresa; debido a ello es necesario saber que la productividad es la relación entre la producción obtenida mediante un sistema de producción de bienes y/o servicios y los recursos utilizados para obtenerla, es decir su uso eficiente o la relación entre los resultados obtenidos con respecto a los recursos usados y el tiempo que toma conseguirlos(García-Ramírez, 2019).

Es así, como la competitividad demuestra ser un campo abierto a aplicar estrategias y confirmar cuáles son sus ventajas y desventajas de su organización.

La competitividad es un atributo o cualidad de las empresas, no de los países. La competitividad de una o de un grupo de empresas está determinada por cuatro atributos fundamentales de su base local: condiciones de los factores; condiciones de la demanda; industrias conexas y de apoyo; y estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. Tales atributos y su interacción explican por qué innovan y se mantienen competitivas las compañías ubicadas en determinadas regiones. (Rojas & Sepúlveda, ¿QUE ES LA COMPETITIVIDAD?, 1999)

Según(Porter, 2015) afirma “la Competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar; las compañías a su vez ganan ventajas sobre los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto.” Por tal motivo se concluye que la competitividad es la capacidad de una empresa para ofrecer un producto o un servicio cumpliendo o rebasando las expectativas de

sus clientes, a través del manejo más eficiente de sus recursos en relación a otras empresas del mismo sector.

Una empresa logra competitividad estratégica cuando formula e implanta con éxito una estrategia que le permite obtener un retorno superior sobre el capital en ella invertido, incrementado de esta manera su valor.(Avalos Roca, 2009)

Para medir la competitividad se determina componentes o factores que afecten al mismo. Hace mención (Rojas, Romero , & Sepúlveda, Algunos Ejemplos de como medir la Competitividad, 2000) “el desempeño competitivo de una empresa, industria o nación se ve condicionado por la conjugación de diversos factores: internos a la empresa, sectoriales, sistémicos y de desarrollo microeconómico”. Para estos factores que generan gran impacto a la competitividad existe variedad de metodologías para medirlos. El proceso para analizar los componentes tendrá como resultado analítico y como referencia de apoyo para el proceso de toma de decisiones tanto interno como externo.

**Factores internos a la empresa.** -Son los que aparecen bajo su ámbito de decisión y por medio de los cuales la empresa procura distinguirse de sus competidores. Entre ellos destacan: capacidad tecnológica y productiva, calidad de los recursos humanos, conocimiento del mercado y la capacidad de adecuarse a sus especificidades, relaciones privilegiadas con los clientes y con los abastecedores de insumos, materias primas y bienes de capital.

**Factores sectoriales.** - Si bien no son totalmente manejados por la empresa, están parcialmente en su área de influencia. Involucran el contexto decisional de las empresas y los productores, el cual es fundamental para la definición de las estrategias competitivas. Entre ellos destacan:

- mercados de alimentos y exigencias tecnológicas y organizacionales.
- fortalecimiento de las redes cooperativas horizontales.
- la cooperación vertical para optimizar capacidades tecnológicas y organizacionales.
- la promoción de la competencia.

**Factores sistémicos**

Constituyen elementos externos a la empresa productiva; afectan el entorno donde se desarrolla y pueden tener importancia variable en la definición del ambiente competitivo y en las posibilidades para construir estrategias de competitividad por parte de las empresas. Entre ellos destacan:

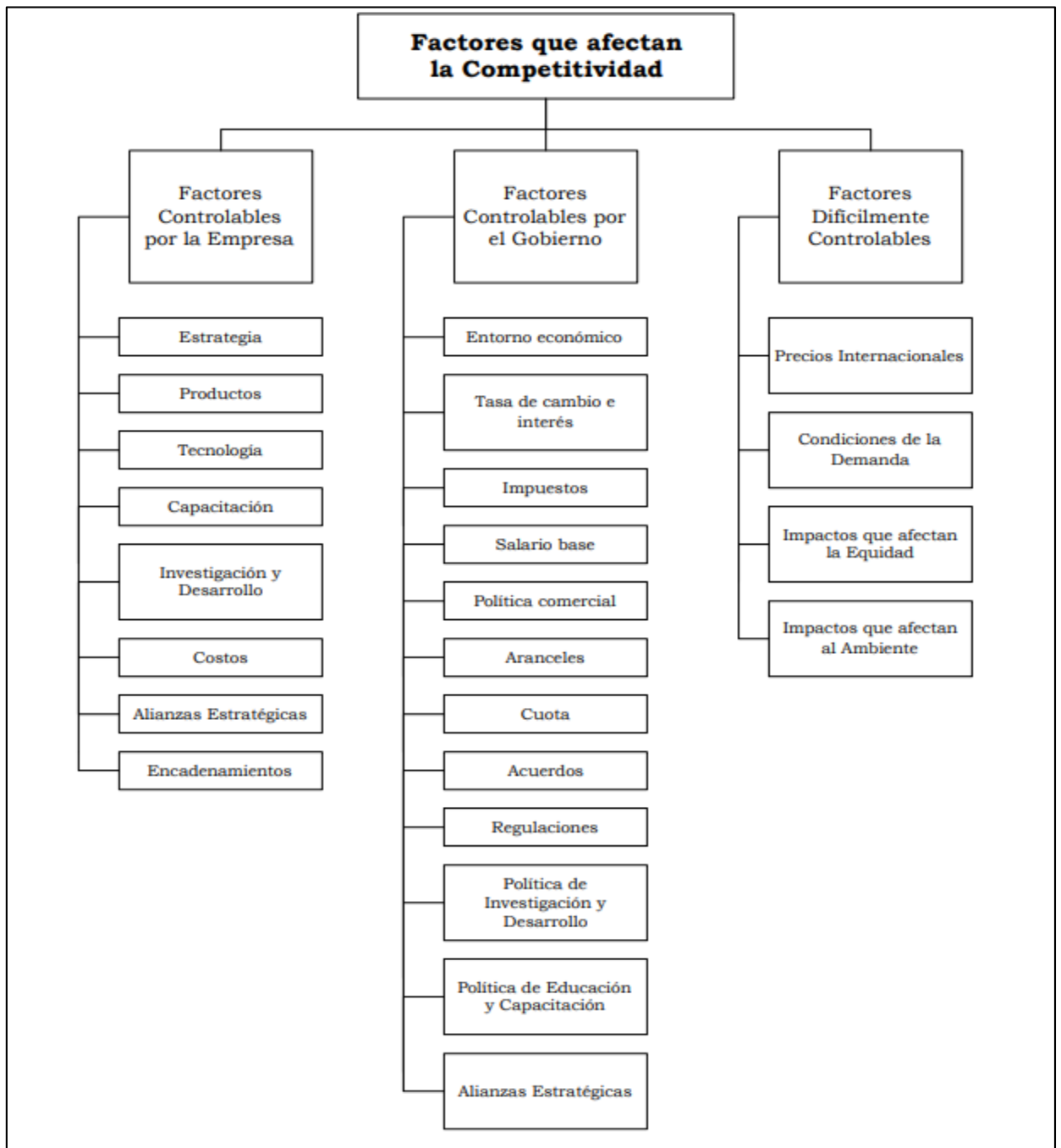
- acceso al financiamiento
- la infraestructura tecnológica e institucional

### **Los factores de desarrollo microeconómico**

A partir de los cambios tecnológicos emergentes surge un nuevo formato organizacional, que compatibiliza grandes escalas de producción con el potencial de diversificación y sofisticación de productos. Este formato conlleva la descentralización de las decisiones y una creciente participación de la fuerza laboral en las decisiones y ganancias de la empresa, al tiempo que permea las relaciones en y entre las empresas. Algunos de estos factores son:

- la capacitación y gestión tecnológica de las empresas
- los nuevos esquemas organizacionales
- estrategias de ventas y de relaciones con abastecedores
- recursos humanos

**Gráfico 6:** Factores que afectan la Competitividad



**Fuente:**(Rojas, Romero , & Sepúlveda, 2000, pág. 12)

### **La posición competitiva y Evaluación de la competencia**

El diagnóstico competitivo debe permitir clasificar según (Andriani, Biasca, & Rodríguez\_Martínez, 2003):



- El deterioro competitivo y su tendencia, para poder determinar cuánto se necesita cambiar.
- El tiempo disponible para cambiar
- Los recursos que se necesita para hacer el cambio
- Los aspectos de contexto, de estrategia y de estructura que deberán tomarse en cuenta en las propuestas de cambio

### **Evaluación de la competencia**

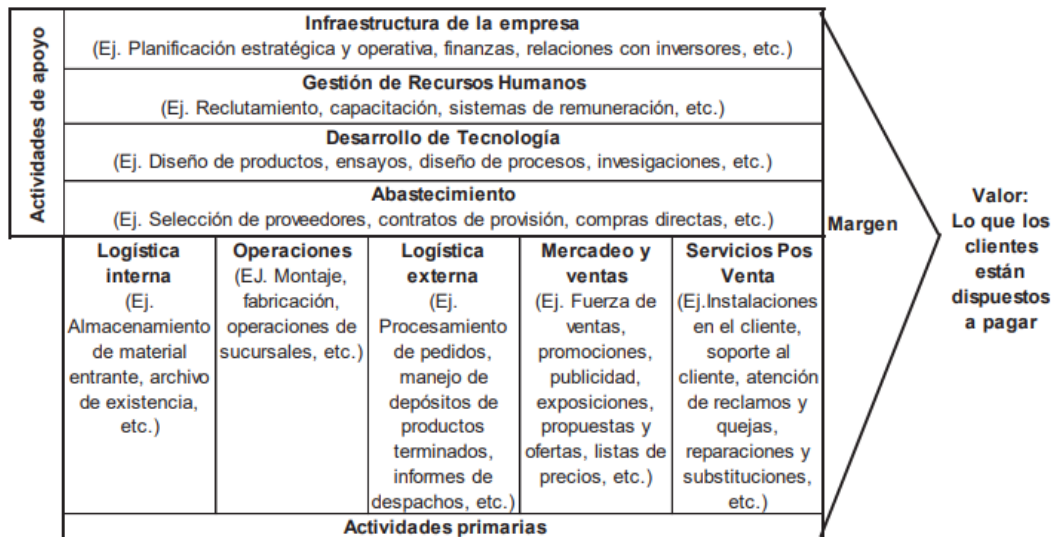
En este suelen listarse los factores críticos de éxito

- Calidad del producto
- Reputación/ imagen
- Precio
- Capacidad de producción
- Avance tecnológico
- Red de distribución
- Innovación en nuevos productos
- Recursos financieros
- Capacidad de brindar servicio al cliente
- Posición relativa de costos

### **La Cadena y el Sistema de Valor**

La Cadena de valor considerado como un modelo teórico para especificar actividades de la empresa y dar un valor así mismo como para sus clientes. Para la industria manufacturas es un gran ideal, por crear valor desde transformación de la materia prima y ofrecer producto final a sus clientes. El poner en practica la ventaja competitiva en esta industria con el fin de lograr un margen de utilidad. De acuerdo a (Benítez-Codas, 2012, pág. 78)“la empresa busca mostrar las dimensiones o atributos que son percibidas por sus clientes, en este caso selecciona uno o más atributos, que pueden ser el producto mismo, el sistema con que se entrega, su calidad superior, etc.”. Por este motivo la empresa adquiere la diferenciación dentro de un sector y seguramente con estas alternativas logrará disponer de un precio superior al de la competencia, pues la diferenciación hará que el cliente esté dispuesto a pagar más por el producto y demostrar que la empresa se dispone de capacidad para mantenerse en el mercado.

**Gráfico 7:** Cadena de Valor



Fuente: (Benítez-Codas, 2012)

### **Rentabilidad**

Según Chacón(2007) La rentabilidad empresarial es un concepto amplio, que representa sólo una de las medidas a través de las cuales se pueden evaluar los resultados organizacionales.

La rentabilidad empresarial no es más que una de las formas a través de las cuales se puede expresar la efectividad organizacional o, lo que es lo mismo, un desempeño organizacional excelente.

### **Productividad**

La productividad es el equilibrio de todos los factores de la producción “Puede definirse a la productividad como la relación entre la cantidad de bienes y/o servicios producidos y la cantidad de uno, varios o todos los recursos utilizados. La productividad es una medida relativa del producto o producción para un recurso productivo determinado” (Di Estefano & Alderete, 2004).

### **Innovación**

La innovación se refiere a los cambios que se realiza a un objeto o proceso con el fin de mejorarlos o renovarlos, en los cuales el resultado de estas modificaciones es en beneficio de la empresa, se demuestra como el éxito en su aplicación.

“Y una forma de hacerlo es decir que es una innovación todo cambio basado en conocimiento que genera valor para la empresa. Pero todavía es mucho más preciso dar este nombre al resultado de un proceso complejo (lo que se verá a lo largo de toda la exposición) que lleva nuevas ideas al mercado en forma de productos o servicios y de sus procesos de producción o provisión, que son nuevos o significativamente mejorados” (Mulet\_Mejía).

## **2.2 Hipótesis (opcional) y /o preguntas de investigación**

### **2.2.1 Preguntas de investigación**

¿Cómo se aplica la Contabilidad de Gestión en el sector textil del cantón Ambato para el procesamiento de la información?

¿Cómo se determina los índices de competitividad que registran en la actualidad el sector textil en la ciudad de Ambato?

¿Existe una posible estrategia para el incremento de la competitividad en el sector textil?

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1 Recolección de la información

Para efectos de la presente investigación, se tomó en cuenta diferentes bases de datos de revistas como Redalyc, Dialnet, sci-hub, de los cuales se han analizado artículos relacionados con el tema de investigación. Es por ello que se decide analizar la Contabilidad de Gestión y la competitividad, de tal manera a los requerimientos y necesidades de las organizaciones existentes, intuyen como eje esencial la aplicación de un método estratégico para mejorar su desempeño y podrá ajustarse a un mercado competitivo. Las empresas se han visto en conflicto por la supervivencia debido a la magnitud de la competitividad en los mercados en la ciudad de Ambato, en los cual podemos destacar los sectores de mayor influencia del sector textil, los cuales se han visto en la necesidad de aplicar métodos para subsistir en un mercado, como lo es la innovación y el uso de la tecnología.

De acuerdo a esta información se opta considerar la clasificación nacional de las pymes según (Superintendencia de Compañías, 2010), para el manejo de la población a trabajar en el proyecto de investigación, de los cuales se trabajara con las pequeñas empresas y de acuerdo a sus ventas anuales.

**Gráfico 8:** Clasificación de las Pymes

<b>Variables</b>	<b>Micro Empresa</b>	<b>Pequeña Empresa</b>	<b>Mediana Empresa</b>	<b>Grandes Empresas</b>
Personal ocupado	De 1 - 9	De 10 - 49	De 50 - 199	≥ 200
Valor bruto de ventas anuales	≤ 100.000	100.001 - 1.000.000	1.000.001 - 5.000.000	> 5.000.000
Monto de activos	Hasta US\$ 100.000	De US\$ 100.001 hasta US\$ 750.000	De US\$ 750.001 hasta US\$ 3.999.999	≥ 4.000.000

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

#### **Población**

La población motivo de esta investigación está conformada por el sector Manufacturero, la clasificación del CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme), C14 Fabricación de prendas de vestir, con su subclasificación de 141

Fabricación prendas de vestir , excepto pieles, según (INEC, 2010) habiendo sido seleccionadas por la naturaleza de su actividad e interés. Considerando que la población es un conjunto de individuos de la misma clase. De tal manera que la misma clasificación consta Servicios Rentas Internas (SRI) contando con una clasificación más amplia y definida.

De acuerdo a la población, la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común, se ha tomado como referencia a la información de la superintendencia de compañías (SUPERINTENDENCIA) , de empresas por su actividad económica Sector C Industrias Manufactureras con la clasificación **C1410.02** - Fabricación De Prendas De Vestir De Telas Tejidas, De Punto Y Ganchillo, De Telas No Tejidas, Entre Otras, Para Hombres, Mujeres, Niños Y Bebes: Abrigos, Trajes, Conjuntos, Chaquetas, Pantalones, Faldas, Calentadores, Trajes De Baño, Ropa De Esquí, Uniformes, Camisas, Camisetas, Etcétera. y da origen a los datos de la investigación.

### **Muestra**

La muestra utilizada en la investigación de las pequeñas empresas en la ciudad de Ambato. Tomando en cuenta la magnitud de la población en estudio, se ha tornado necesaria la aplicación de un proceso selección de las empresas que pertenecen a la clasificación **C1410.02** y además consten de acuerdo al valor bruto de las ventas, para que se consideren pequeñas empresa, se ha encontrado 22 empresas dentro del cantón Ambato y de los cuales solo 12 de ellas se encuentran en estado activo en virtud del cual, con menor tiempo y recursos, ha sido posible obtener resultados altamente confiables.

En consecuencia, durante el proceso de recolección de información se va a trabajar con un total de 12 empresas, siendo así la base de datos para esta investigación, mismas que se va aplicar la encuesta, entrevistas etc. De las cuales se detalla a continuación las pequeñas empresas ubicadas en el cantón Ambato.

**Tabla 1:** Población

N°	Empresas Manufactureras
1	ARFATEXCIA C.L
2	CONFECCIONES GLOBALFASSHION G&A CIA.LTDA.
3	CONFECCIONES Y SERVICIOS AMBATO, COSEAMBATO S.A
4	FABRICA DE VESTIDOS Y TEXTILES DEL TUNGURAHUA VESTETEXSA CA
5	INDUSTRIA DEPORTIVA BOMANSPORT CIA.LTDA.
6	INDUSTRIA TEXTIL F&F ALLEGATEX CIA.LTDA.
7	INDUSTRIAS Y TEXTILES PEQUEÑIN CIA. LTDA.
8	KYDS&CO CONFECCIONES DE VESTIR CIA.LTDA.
9	MARELI CORPORACION TEXMARELI CIA.LTDA.
10	MARQUILLAS & ACCESORIOS MARQUIACCES S.A.
11	MOLRIV CIA.LTDA.
12	PEPOLTEX C.L.

**Fuente:** Superintendencia de Compañías  
**Elaborado por:** Adriana Azogue

### **Fuentes Primarias y Secundarias**

- **Primarias. -**

La información, para el presente estudio se obtendrá directamente desde la fuente primaria, en este caso los gerentes, administradores y/o propietarios de las pequeñas empresas del cantón Ambato y la población del área de influencia, obtenida a través de encuestas, las cuales contarán con 15 preguntas abiertas y de selección múltiple para cada variable.

- **Secundarias. -**

Para la investigación la información se obtendrá a través de documentos, libros y revistas científicas, documentos oficiales de instituciones públicas o privadas e informes técnicos repositorios científicos especializados, entre otras, que permita sustentar la teoría de esta investigación. Además, se obtendrá de la bibliografía disponible en las bibliotecas tanto físicas como virtuales, páginas web como:

<https://www.supercias.gob.ec/portalscvs/>,  
<https://www.uta.edu.ec/v3.2/uta/>,  
<http://www.sri.gob.ec/>,  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>,  
<https://www.bce.fin.ec/>

## **Instrumentos y Métodos para recolectar Información**

### **Encuesta**

Para el caso de la encuesta se estructurará un cuestionario que abarque las variables de estudio mismo que debe contener criterios de validez y confiabilidad. Se desarrollará un banco de preguntas, con preguntas abiertas o cerradas, en función que se considere oportuna la opción de escala de Likert. El mismo que tenía como propósito obtener información diagnóstica de las empresas del sector de textil en el cantón Ambato y evaluar los conocimientos de la contabilidad de gestión con el nivel de competitividad en el mercado.

### **Confiabilidad y validez de los instrumentos de investigación utilizados**

En la elaboración del instrumento, el cual fue aplicado para la recolección de datos fue elaborado mediante un proceso metodológico, el cual cumpla con los requisitos de la confiabilidad y validez de acuerdo a las variables en estudio.

Es así como la recolección de la información proviene de cada empresa, es así como se aplicará el instrumento de una encuesta, con la finalidad de conocer e identificar sus actividades, además del conocimiento interno de la empresa.

Para lograr un alto grado de validez la elaboración de la encuesta, fue elaborada con una serie de preguntas relacionadas con el tema de estudio, con el apoyo del docente Tutor, mediante la revisión y corrección de la encuesta. Este instrumento permite reconocer y distinguir la relación con cada una de las variables.

Esta herramienta por ser un procedimiento para una investigación descriptiva, se enfoca en recopilar datos sin modificar el entorno, en el cual se recoge la información, el mismo que son propuestos en relación a su entorno y a las dimensiones a las que se pretende llegar con la investigación de acuerdo a los artículos científicos tomado como referencia.

Además, estas preguntas puedan ser 100% confiables, por ser dirigidas a miembros de la alta gerencia, gerentes y jefes de área de la entidad. Es necesario recalcar que

una vez recolectado la información se trabajara con el software Spss para el tratamiento de la información.

### **3.2 Tratamiento de la información**

La presente investigación pretende demostrar la asociación de la contabilidad de gestión y la competitividad de las pequeñas empresas del sector textil del cantón Ambato. Es así que la investigación es de alcance descriptivo, mediante el cual se efectuó tablas de frecuencia y diagramas de barras para obtención de la información y posteriormente la interpretación de las mismas.

De tal manera se realizó un estudio correlacional de las variables es decir mediante la Tau\_b de Kendall, este proyecto se trabajó con el apoyo del programa SPSS STADISTIC, conocido como un software estadístico, el cual permitió realizar un análisis más profundo, además de muchas funciones estadísticas básicas, incluyendo la tabulación cruzada, frecuencias, estadísticas de variables dobles como las pruebas T y ANOVA, lineal y modelos no lineales.



### 3.3 Operacionalización de las variables

**Tabla 2:**Operacionalización de la variable Contabilidad de Gestión

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM BÁSICOS	TÉCNICAS
<p><b>Contabilidad de Gestión</b> Es una rama de la contabilidad, que tiene por objeto la captación, medición y valoración de la circulación interna, así como su racionalización y control con el fin de suministrar a la organización la información relevante para la toma de decisiones. (Salvador, 1998)</p>	Nivel Organizacional	Políticas y Estrategias	¿Existen políticas y procedimientos dentro de la empresa?	Encuesta Anexo 1
	Información	Tipos de información	¿Distinguen que tipo de información se presenta?	Encuesta Anexo 1
	Sistema Informático	Formal e informal	¿Qué porcentaje es confiable la información procesada de su sistema informático?	Encuesta Anexo 1
	Toma de decisiones	Estratégicos Gerencial Operativos	¿Preparan y ordenan la información financiera y estadística para toma de decisiones?	Encuesta Anexo 1

**Elaborado:** Azogue A (2019)

**Tabla 3:**Operacionalización de la variable Competitividad

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM BÁSICOS	TÉCNICAS
<p align="center"><b>Competitividad</b></p> <p>La Competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar; las compañías a su vez ganan ventajas sobre los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto. (Michael Porter)</p>	Eficiencia Empresarial	Productividad	¿Conoce la capacidad de producción de la empresa?	Encuesta Anexo 2
	Mejora Continua	Calidad	¿Actualmente la empresa ha introducido actividades de innovación?	Encuesta Anexo 2
	Rentabilidad	Ventas	¿En qué porcentaje se encuentra sus ventas en el mercado?	Encuesta Anexo 2
	Producción	Procesos de producción	¿Existe una adecuada supervisión y monitoreo de las operaciones de la entidad?	Encuesta Anexo 2

**Elaborado:** Azogue A (2019)

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1 Resultados y discusión

##### 4.1.1. Resultados SPSS

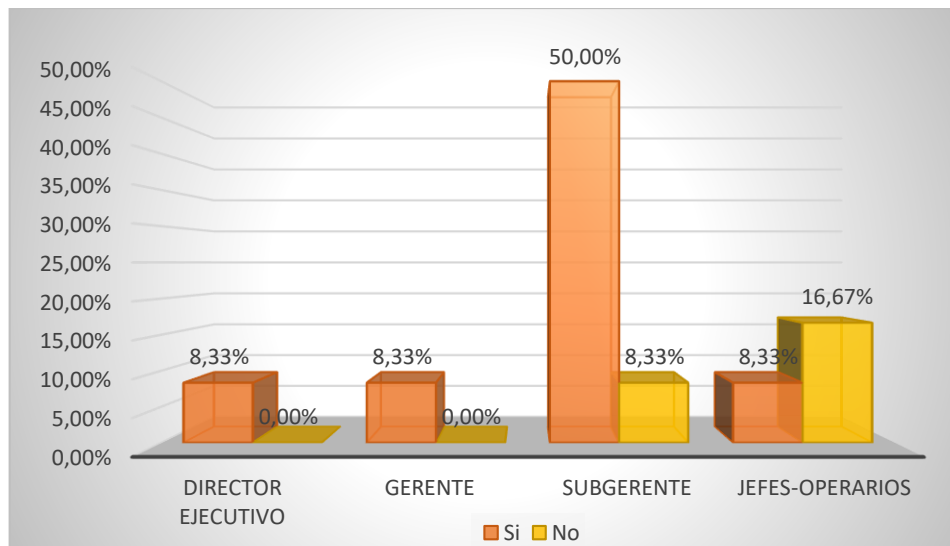
En la unidad de análisis estadístico descriptivo, se utilizó el software SPSS statistics, en el cual permitió desarrollar la captura de la información y el análisis de los datos para crear tablas y gráficos, en el mismo se obtuvo las frecuencias y porcentajes de las distintas preguntas aplicadas en el cuestionario a las pequeñas empresas del sector textil de Ambato. A continuación, se presenta el análisis de resultados en tablas, tablas cruzadas y gráficos estadísticos.

**Tabla 4:** Cargo y relación directa con los directivos

¿Cuál es su cargo?	¿Relación directa con los directivos?				Total	
	Si	%	No	%		
Director Ejecutivo	1	8,33%	0	0,00%	1	8,33%
Gerente	1	8,33%	0	0,00%	1	8,33%
Subgerente	6	50,00%	1	8,33%	7	58,33%
Jefes-Operarios	1	8,33%	2	16,67%	3	25,00%
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>75%</b>	<b>3</b>	<b>25%</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Azogue A (2019)

**Gráfico 9:** Cargo y relación directa con los directivos



**Interpretación:** De los resultados obtenidos de la pregunta de cuál es su cargo se obtuvo que el 50% de la población al aplicar la encuesta tenía el cargo de subgerentes, aquellos que permitieron recolectar toda la información y tan solo el 8.33% de un director ejecutivo. De los cuales solo el 75% de la población tienen relación directa con los directivos de la entidad.

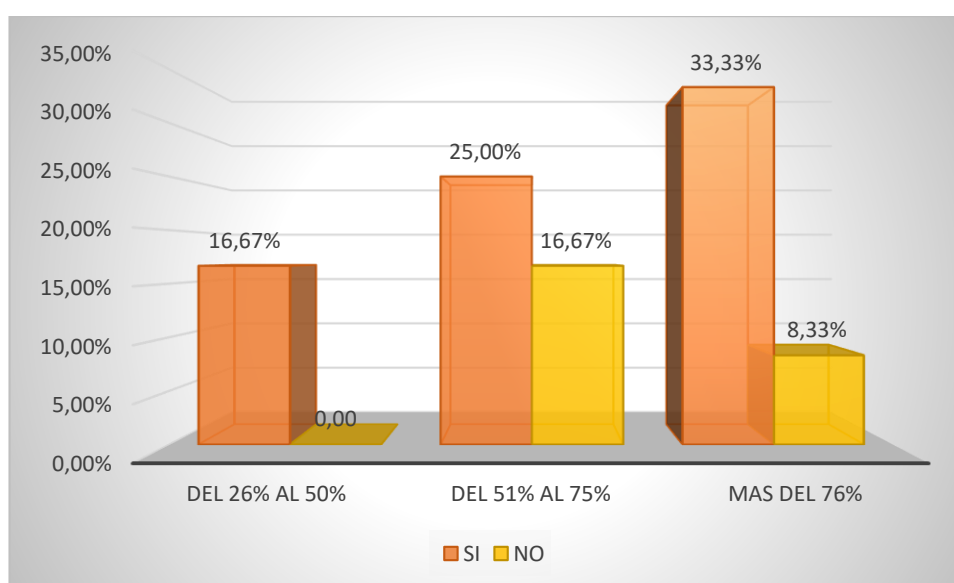
Entendiendo que los subgerentes por ser encargados permanentes de las actividades de la empresa se encuentran como figura representativa de autoridad y responsabilidad, a diferencia de un director ejecutivo se mantiene de forma ocasional en la empresa para realizar la supervisión pertinente.

**Tabla 5:**Control administrativo y porcentaje control administrativo

¿En qué porcentaje se aplica el control administrativo?	¿Conoce que es el control administrativo?				Total	
	Si	%	No	%		
Del 26% al 50%	2	16,67%	0	0,00%	2	16,67%
Del 51% al 75%	3	25,00%	2	16,67%	5	41,67
Mas del 76%	4	33,33%	1	8,33%	5	41,67
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>75,00%</b>	<b>3</b>	<b>25,00%</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Azogue A (2019)

**Gráfico 10:**Control administrativo y porcentaje control administrativo



**Interpretación:** Del total de la población se ha afirmado que tan solo el 75% conoce que es el control de administrativo, del mismo modo con esta situación se

explica que del rango 16% al 50% se aplica un 16,67%, del rango 51% al 75% se aplica el 25% y más del 76% de la población aplica el 33,33%, siendo así que se aplica un control administrativo eficiente dentro de la entidad.

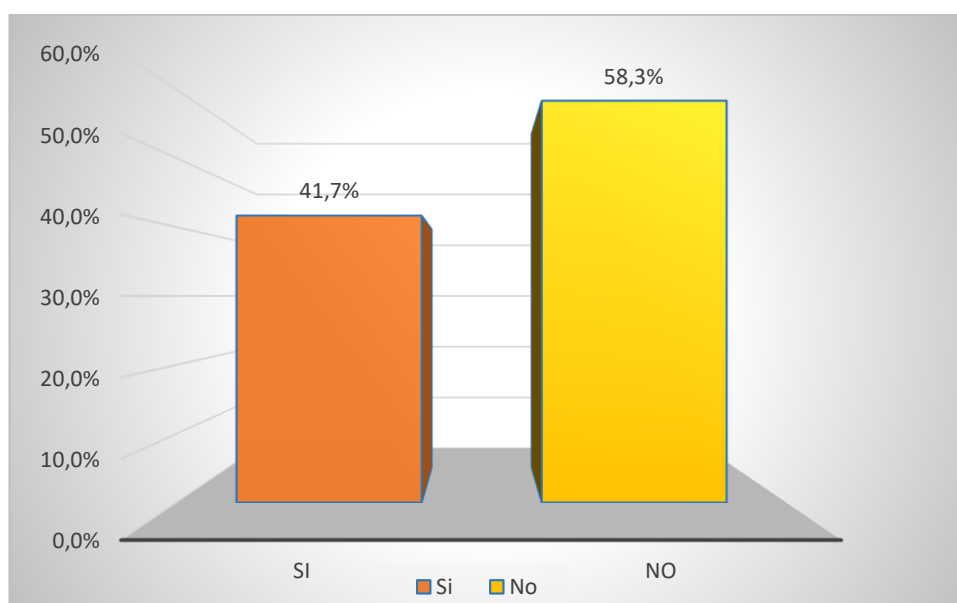
Lo cual significa que la población tiene conocimientos de la administración y como son manejadas en la entidad. Siendo así que se rigen a características en común y a mantener una organización estable como lo menciona (Pajuelo-Moreno, 2004).

**Tabla 6:** Conoce usted la contabilidad de Gestión

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	41,7 %	41,7	41,7
No	7	58,3%	58,3	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0</b>	

Elaborado por: Azogue A (2019)

**Gráfico 11:** Conoce usted la contabilidad de Gestión



**Interpretación:** De la totalidad de los encuestados muestra que tan solo el 41.7% tiene conocimiento acerca de la contabilidad de gestión y su diferencia representa el desconocimiento de un proceso administrativo de una manera generalizada.

Esta contabilidad por no ser obligatoria recae en tan solo ser de uso para el personal de la alta gerencia por ser una información interna. Además del

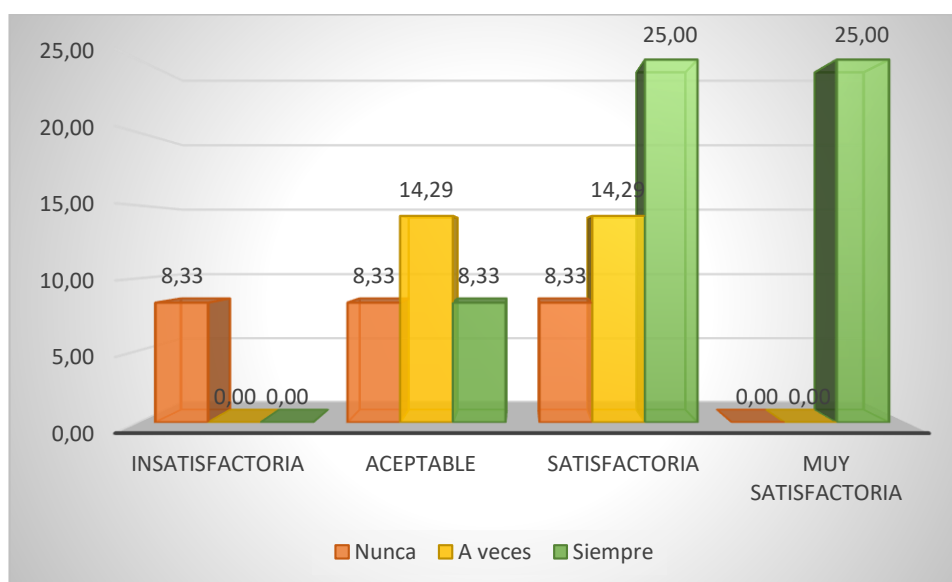
desconocimiento de los beneficios y normas que se rigen a esta materia dentro de un negocio(FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD I, 2011).

**Tabla 7:**Procedimiento de los sistemas contables y Preparan, ordenan la información financiera

¿Cómo es el procedimiento de los sistemas contables?	¿Preparan y ordenan la información financiera y estadística para toma de decisiones?						Total	
	Nunca	%	A veces	%	Siempre	%		
Insatisfactoria	1	8,33%	0	0,00%	0	0,00%	1	8,00%
Aceptable	1	8,33%	1	14,29%	1	8,33%	3	25,00%
Satisfactoria	1	8,33%	1	14,29%	3	25,00%	5	42,00%
Muy satisfactoria	0	0,00%	0	0,00%	3	25,00%	3	25,00%
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>25%</b>	<b>2</b>	<b>28,57%</b>	<b>7</b>	<b>58,33%</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Azogue A (2019)

**Gráfico 12:** Procedimiento de los sistemas contables y Preparan, ordenan la información financiera



**Interpretación:** De la totalidad de los encuestados se muestra que los procedimientos de los sistemas contables son satisfactorios en un 42% y muy satisfactorias en un 25%. De tal manera se pudo identificar, siempre se prepara y ordena la información financiera y estadística para la toma de decisiones en un 58.33%.

Siendo así que la entidad cumple con las exigencias para un excelente manejo de información según (Buelvas-Mesa & Mejia-Alfaro, 2014) para los ámbitos internos y externos. Es así como se mantiene una estructura organizada al registrar

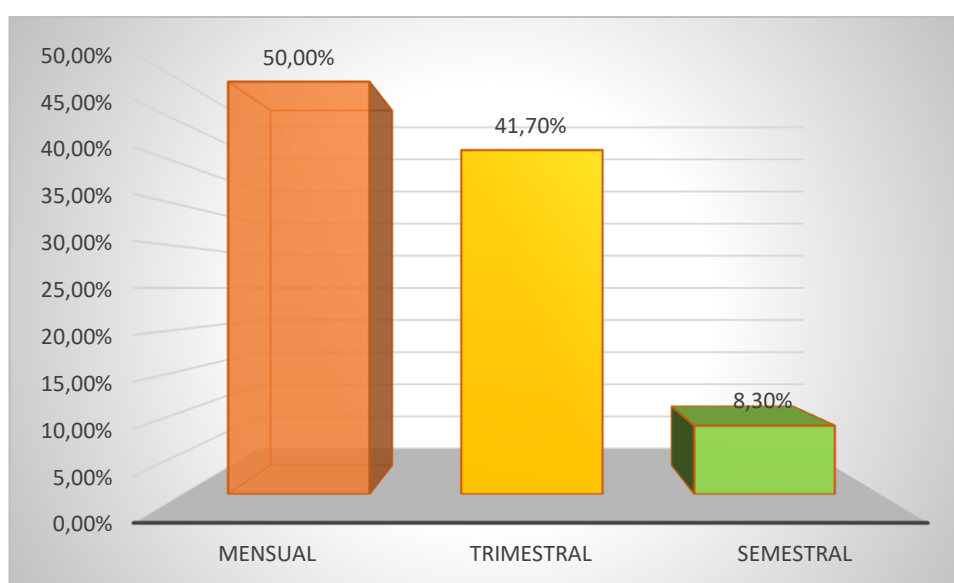
las operaciones, con el fin de apoyar a la toma de decisiones de manera eficiente para ser analizadas.

**Tabla 8:** Período se informa a la alta gerencia

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Mensual	6	50,0 %	50,0	50,0
Trimestral	5	41,7 %	41,7	91,7
Semestral	1	8,3 %	8,3	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0</b>	

Elaborado por: Azogue A (2019)

**Gráfico 13:** Período se informa a la alta gerencia



**Interpretación:** De la totalidad del grupo de los encuestados se identificó que manera mensual se informa a la gerencia es decir un 50%, además se informa en un 41,70% de manera trimestral, y en un 8,30% se realiza la comunicación de la información de la entidad semestralmente.

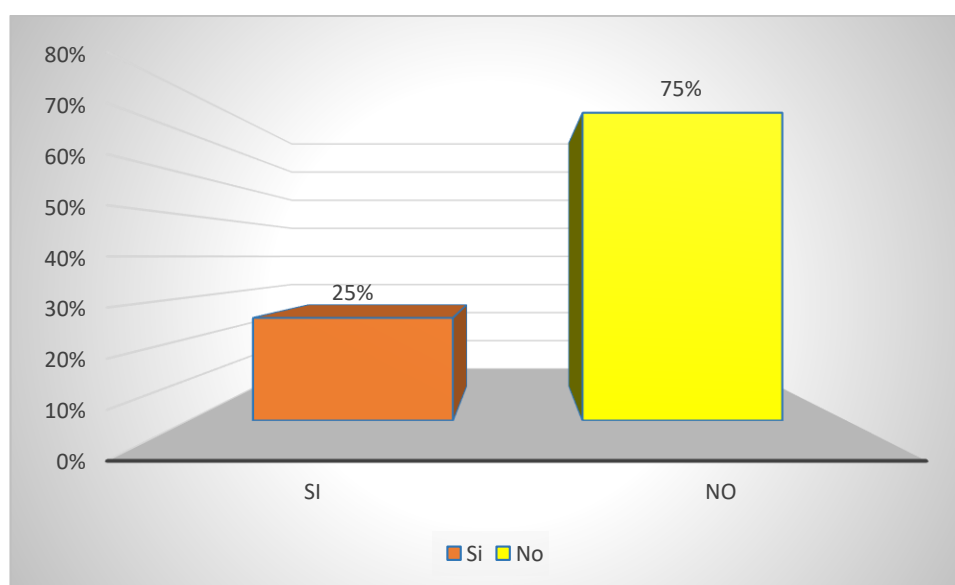
Para (Mallo , 1992) esta variación de los periodos se debe a las políticas de las empresas mediante un acuerdo y a las necesidades según su requerimiento. Además, por tratarse de área textil esto va recaer sobre el avance o el significado que tuvo en el proceso de producción comercialización y ventas.

**Tabla 9:** Políticas y procedimientos para la tomas de decisiones

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Si	3	25,0	25,0	25,0
No	9	75,0	75,0	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Elaborado por: Azogue A (2019)

**Gráfico 14:** Políticas y procedimientos para la tomas de decisiones



**Interpretación:** De los resultados obtenidos, el 25% de los encuestados menciona que si tiene políticas y procedimientos para la toma de decisiones y la diferencia el 75% no poseen políticas ni procedimientos.

Las entidades no hacen uso de regirse a ninguna estructura para el manejo de la información. Por lo tanto, al no mantener una vigilancia sobre este proceso, no se podrá comprobar responsabilidades y es de vital importancia mantener personal calificado para un control adecuado como menciona (Buelvas-Mesa & Mejia-Alfaro, 2014)

**Tabla 10:** Reglamento interno específico para el procedimiento de la información

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Si	7	58,3	58,3	58,3
No	5	41,7	41,7	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Elaborado por: Azogue A (2019)



**Tabla 11:**Cómo es su aplicación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentajevali d	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	4	33,3	57,1	57,1
	Siempre	3	25,0	42,9	100,0
	Total	7	58,3	100,0	
Perdidos	Sistema	5	41,7		
<b>Total</b>		<b>12</b>	<b>100,0</b>		

**Elaborado por:** Azogue A (2019)

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos si existe un reglamento para el proceso de la información en un 58,3%, dentro de la entidad, es decir que se rigen cómo manejar la información desde área de producción hasta llegar a un departamento financiero de ser el caso. De tal manera que su aplicación es de a veces en un 33.3% y Siempre un 25%. Y la diferencia se ha considera en un 41,7% por no poseer ningún reglamento para el proceso de la información.

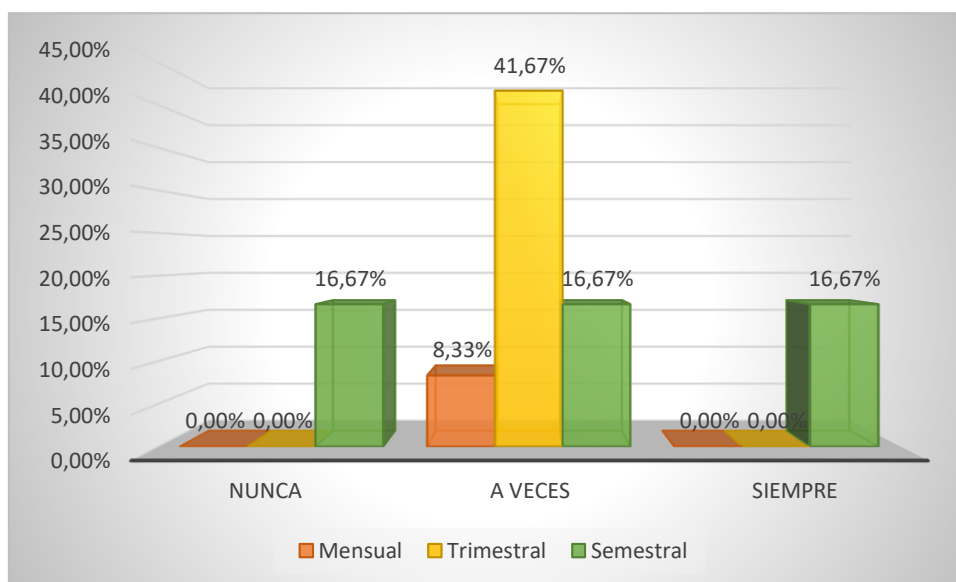
El desarrollar estándares para el proceso de la información, es el sustento de crear y garantizar el valor de la información, además con base a procesos tecnológicos. Y desconocimiento o su inexistencia del reglamento corren el riesgo de un ineficiente control para (Martinez-Salinas, López -Salazar, & Ureaña, s/f).

**Tabla 12:** Información acumulada en la base de datos y comunica los resultados a la entidad

¿Analizan periódicamente la información acumulada en la base de datos?	¿Se comunica eficazmente los resultados de los procesos realizados de la entidad?						TOTAL
	Nunca	%	A veces	%	Siempre	%	
Mensual	0	0,00%	1	8,33%	0	0,00%	1 8,33%
Trimestral	0	0,00%	5	41,67%	0	0,00%	5 41,67%
Semestral	2	16,67%	2	16,67%	2	16,67%	6 50,0%
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>16,67%</b>	<b>8</b>	<b>66,67%</b>	<b>2</b>	<b>16,67%</b>	<b>12 100%</b>

**Elaborado por:** Azogue A (2019)

**Gráfico 15:** Información acumulada en la base de datos y comunica los resultados a la entidad



**Interpretación:** Con los resultados obtenidos se determina que mensualmente un 8,33% analizan la información acumulada en la base de datos, un 41,67% lo realiza Trimestralmente y un 50% lo efectúan semestralmente. Para la comunicación eficaz de los resultados de un proceso en un 66,67% lo realiza a veces y un 16,67% lo realiza siempre, el cual sería lo más adecuado para la empresa.

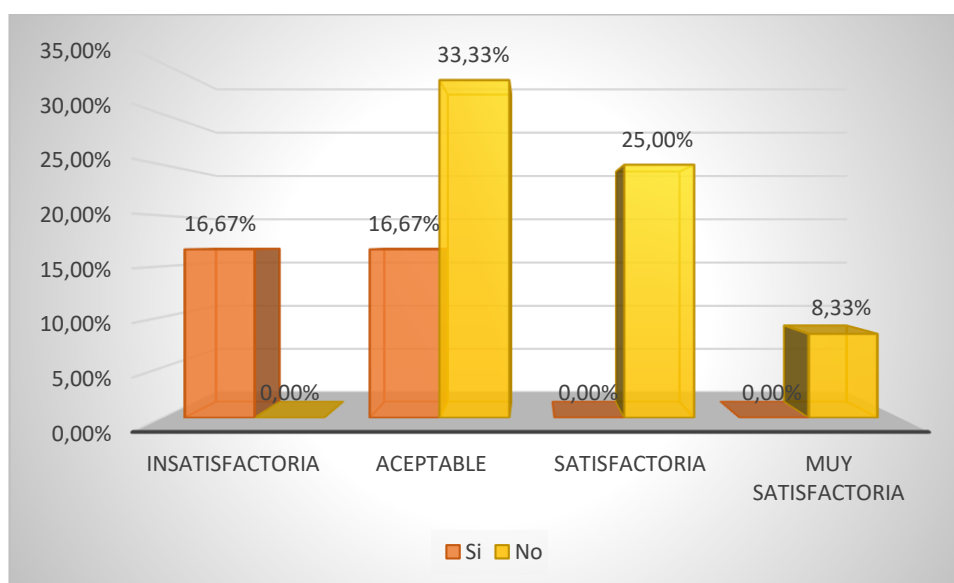
(Hernandez-Trasobares, 2003) menciona que es una herramienta el analizar e interpretar la información de la entidad es con un fin de ser más objetivo y lograr un acertado diagnóstico de la situación actual de la empresa y ser el sustento de nuevas perspectivas para el futuro del negocio.

**Tabla 13:** Supervisión y monitoreo de las operaciones de la entidad y otro organismo que regule

¿Existe una adecuada supervisión y monitoreo de las operaciones de la entidad?	¿Considera usted que deba existir otro organismo que regule y controle el proceso de toma de decisiones?				Total	
	Si	%	No	%		
Insatisfactoria	2	16,67%	0	0,00%	2	16,67%
Aceptable	2	16,67%	4	33,33%	6	50,00%
Satisfactoria	0	0,00%	3	25,00%	3	25,00%
Muy Satisfactoria	0	0,00%	1	8,33%	1	8,33%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>33,33%</b>	<b>8</b>	<b>66,67%</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Azogue A (2019)

**Gráfico 16:** Supervisión y monitoreo de las operaciones de la entidad y otro organismo que regule



**Interpretación:** Con los resultados obtenidos de la encuesta se determinó que un 50% lo considera aceptable la supervisión y monitoreo de las operaciones de la entidad, un 25% se determina satisfactoriamente y muy satisfactoria un 8,33%. En los mismo que con la información recolectada mencionan un 66,67% que no es necesario la existencia de otro organismo de control dentro de la empresa.

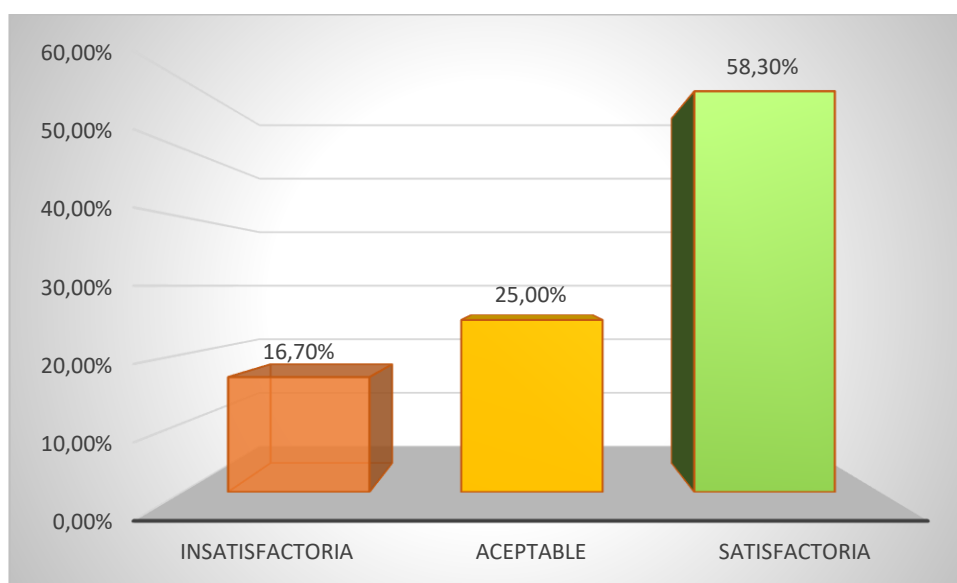
Con la existencia de un control para desarrollar un análisis de las operaciones, permanente la empresa manifiesta un crecimiento organizacional. Siendo así que no refleja mayor importancia que sea regularizado por otra institución.

**Tabla 14:** Implementación de nuevos procedimientos para un adecuado control administrativo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Insatisfactoria	2	16,7	16,7	16,7
Aceptable	3	25,0	25,0	41,7
Satisfactoria	7	58,3	58,3	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Elaborado por: Azogue A (2019)

**Gráfico 17:** Implementación de nuevos procedimientos para un adecuado control administrativo



**Interpretación:** Los resultados obtenidos muestran que un 58.30% de los encuestados consideran que la implementación de nuevos procedimientos para un adecuado control administrativo, tendrá satisfactoriamente la aceptación en una organización.

Debido a la aceptación de nuevas estrategias empresariales, abarca el procedimiento de la innovación empresarial y el mantenerse con la diferenciación es decir mejoramiento continuo en relación a la competencia. Así la transformación interna para controlar la eficiencia de sus procesos de acuerdo al pensamiento de (Valdez-Requene, Nazareno-Véliz, & Tóala-Preciado, 2017)

**Tabla 15:** Dirección hace uso eficaz de los recursos de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	7	58,3	58,3	58,3
No	5	41,7	41,7	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Elaborado por: Azogue A (2019)

**Tabla 16:** La empresa posee una infraestructura adecuada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	8	66,7	66,7	66,7
No	4	33,3	33,3	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Elaborado por: Azogue A (2019)

**Interpretación:** El resultado de los encuestados demuestran que un 58.3% la dirección Si hace uso eficaz de los recursos de la empresa a su vez la diferencia del 42,7 % considera que no lo hacen. Así también el 66.7% de las empresas SI posee una infraestructura adecuada, y la diferencia que es el 33.3% de las pequeñas empresas del sector textil no lo posee.

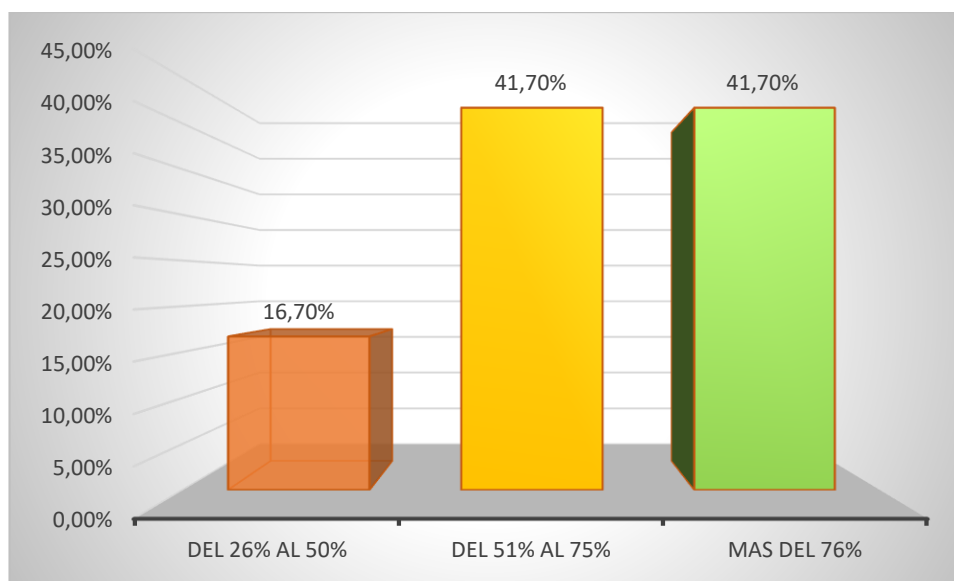
Para el manejo de un recurso tanto financiero como no financiero, demuestra la capacidad de disponer estos recursos para varios aspectos que necesite la organización y satisfaga estas necesidades para mantenerse en competitividad de acuerdo con la idea de (Benítez-Codas, 2012).

**Tabla 17:** Conoce usted cual es la capacidad de producción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Del 26% al 50%	2	16,7	16,7	16,7
Del 51% al 75%	5	41,7	41,7	58,3
Mas del 76%	5	41,7	41,7	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Elaborado por: Azogue A (2019)

**Gráfico 18:** Conoce usted cual es la capacidad de producción



**Interpretación:** Los resultados obtenidos de la encuesta aplicada muestra que en el rango de 26% al 50% conoce la capacidad de producción es del 16,67%, en

rango del 51% al 75% considera la capacidad del 41.70% y más 76% un 41,70% de capacidad de producción para la empresa.

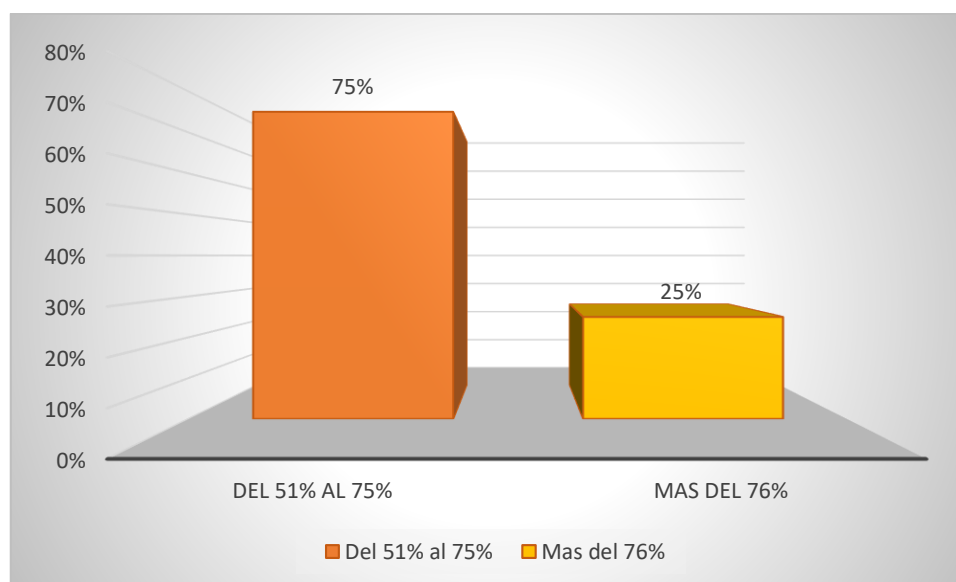
La capacidad de producción es el nivel máximo de hacer referencia el manejo de sus recursos y optimizarlos, con el fin de incrementar la inversión. Siendo el objetivo alcanzado se incrementa su productividad según (Castells, 2000).

**Tabla 18:** Conoce usted cual es el rendimiento de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Del 51% al 75%	9	75,0	75,0	75,0
Mas del 76%	3	25,0	25,0	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Elaborado por: Azogue A (2019)

**Gráfico 19:** Conoce usted cual es el rendimiento de la empresa



**Interpretación:** De la totalidad de los encuestados se demuestra que el rendimiento de la empresa en un rango del 51% al 75% es un 75% el cual demuestra su rendimiento y la diferencia el 25% muestra que el rendimiento es más 76% dentro de este rango.

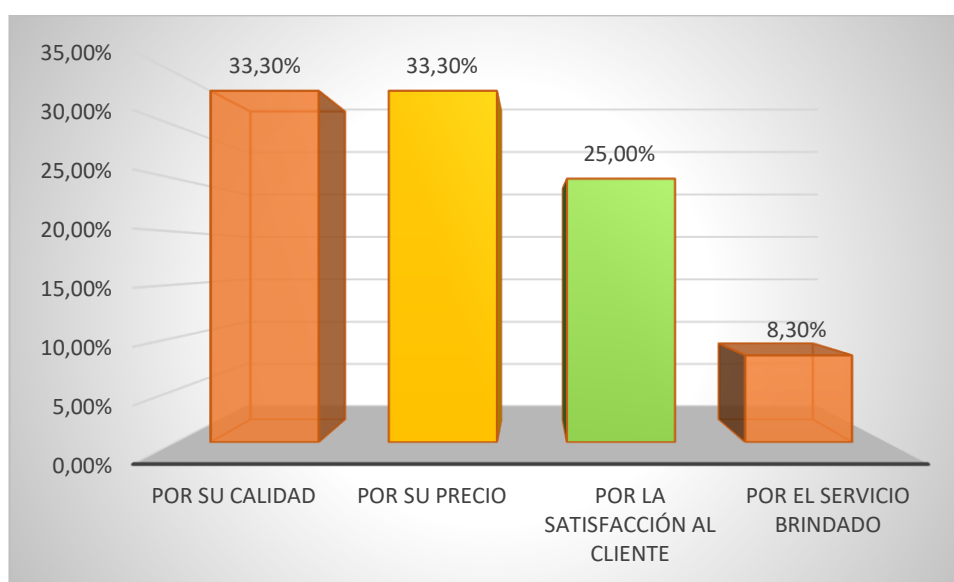
El rendimiento es el proceso de gestión hace mención al apoyo de estrategias que ayudan a mejorar el día a día de sus actividades, considera el mejor de sus resultados obtenidos al ejecutar estas funciones para (Castells, 2000).

**Tabla 19:** Importante lograr una diferenciación para ser competitivo

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Por su Calidad	4	33,3	33,3	33,3
Por su precio	4	33,3	33,3	66,7
Por la satisfacción al cliente	3	25,0	25,0	91,7
Por el servicio brindado	1	8,3	8,3	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Elaborado por: Azogue A (2019)

**Gráfico 20:** Importante lograr una diferenciación para ser competitivo



**Interpretación:** Los resultados de la encuesta aplicado muestra que la diferenciación es importante para ser competitivo y de los cuales la característica por su calidad es del 33,30%, por el precio representa el 33,30%, por la satisfacción al cliente representa un 25% y por su servicio brindado un 8.30%. Así se ha establece las mejores características para una diferenciación dentro del mercado textil.

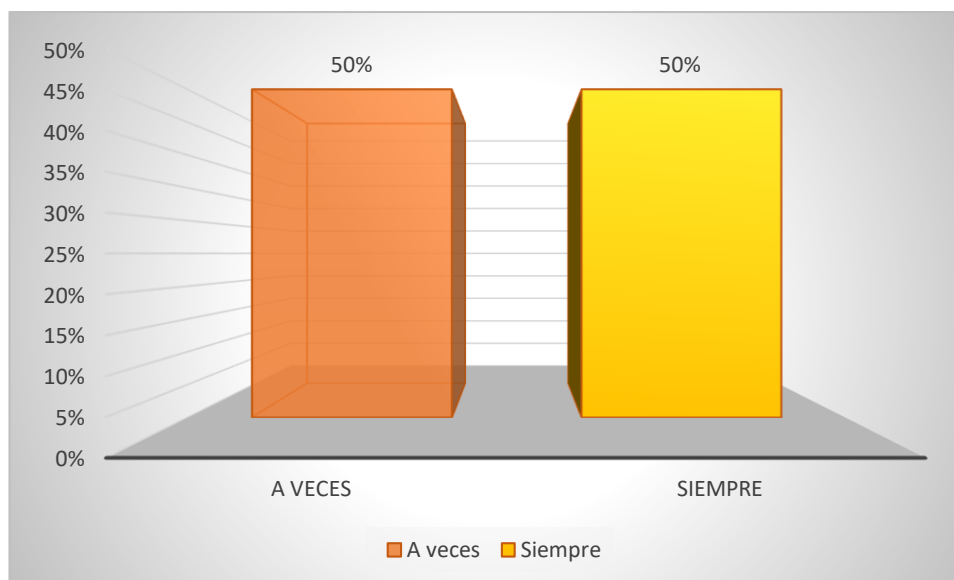
Al tomarse como referencia esta característica dentro de un mercado competitivo, debe ser la mejor estrategia para alcanzar el éxito empresarial, buscando la preferencia por ser el único, si es por su calidad es un ideal imposible de imitar según (Vazconez, 2014) como una característica.

**Tabla 20:** Relaciones comerciales con empresas del sector

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
A veces	6	50,0	50,0	50,0
Siempre	6	50,0	50,0	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Elaborado por: Azogue A (2019)

**Gráfico 21:** Relaciones comerciales con empresas del sector



**Interpretación:** La mayoría de los encuestados con casi el 50% de la información considera establecer relaciones comerciales con empresas del sector textil del cantón Ambato y su diferencia del 50% no lo considera de esta manera.

Las relaciones comerciales con otras empresas del sector son un apoyo para incursionar en el mercado textil. Estas alianzas estratégicas están de acuerdo a alcanzar objetivos comunes y a la vez conseguir un éxito individual.

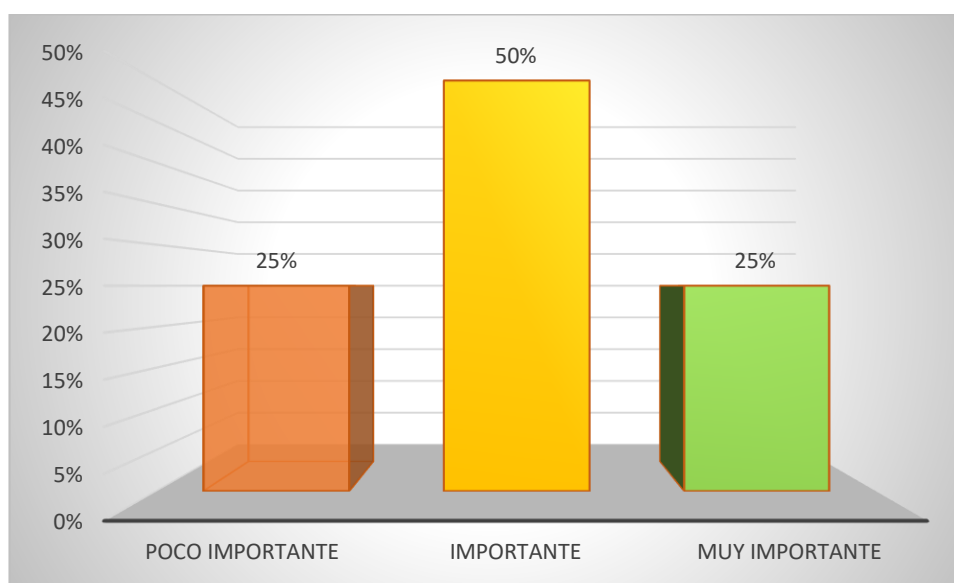
**Tabla 21:** Relevancia le da a la información antes de una cita de negocios

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Poco importante	3	25,0	25,0	25,0
Importante	6	50,0	50,0	75,0
Muy importante	3	25,0	25,0	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Elaborado por: Azogue A (2019)



**Gráfico 22:** Relevancia le da a la información antes de una cita de negocios



**Interpretación:** El resultado obtenido al grupo de los encuestados se demuestra que es importante en un 50% la información antes de incursionar en un negocio y el 25% es muy importante.

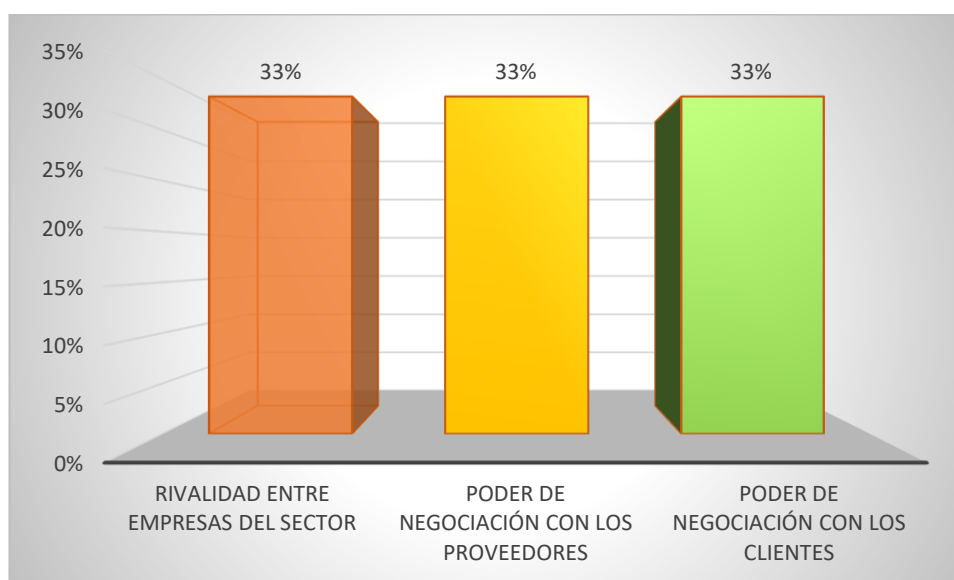
Con el fin de evitar una incertidumbre que afecte a la compañía en cualquier momento y demostrar un perfil de profesionalismo al conocer mucho antes, según (Gordon & Olson, 1989) dará una información completa para dar su validez,

**Tabla 22:** Clase de fuerzas competitivas se enfrenta su empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Rivalidad entre empresas del sector	4	33,3	33,3	33,3
Poder de negociación con los proveedores	4	33,3	33,3	66,7
Poder de negociación con los clientes	4	33,3	33,3	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Elaborado por: Azogue A (2019)

**Gráfico 23:** Clase de fuerzas competitivas se enfrenta su empresa



**Interpretación:** Con los resultados obtenidos de la encuesta aplicada se ha destacado tres fuerzas competitivas de Michael Porter las cuales poseen un 33% cada una rivalidad entre empresas del sector, poder de negociación con los proveedores, Poder de negociación con los clientes, estas fuerzas han tomado referencia para introducirse en un mercado competitivo.

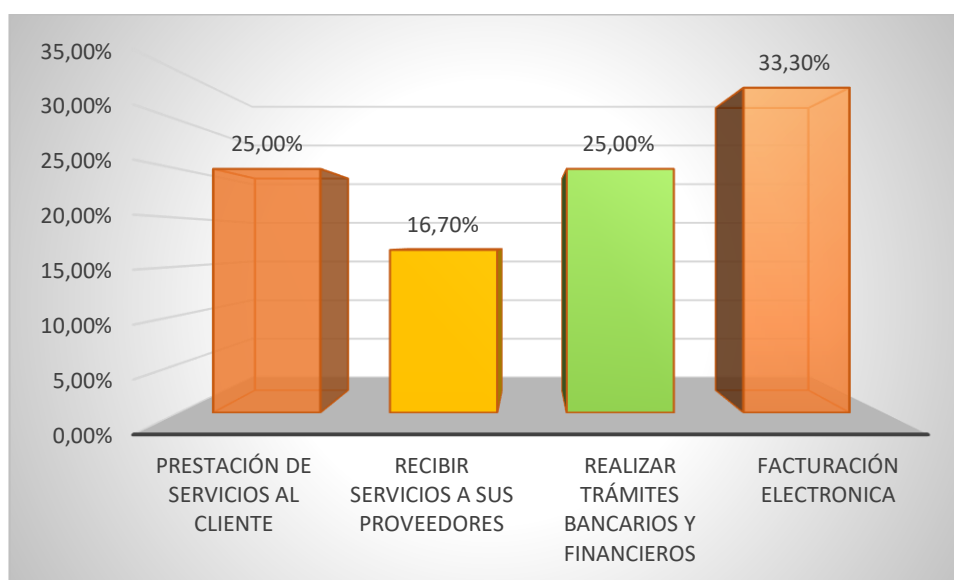
Estas fuerzas de Porter ayudan al mejoramiento interno de la organización y analizar la competencia que les rodea e implementar estrategias de negocios (Vargas, 1999).

**Tabla 23:** Actividades de la empresa usa el internet

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Prestación de servicios al cliente	3	25,0	25,0	25,0
Recibir servicios a sus proveedores	2	16,7	16,7	41,7
Realizar trámites bancarios y financieros	3	25,0	25,0	66,7
Facturación electronica	4	33,3	33,3	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Elaborado por:** Azogue A (2019)

**Gráfico 24:**Actividades de la empresa usa el internet



**Interpretación:** Los resultados obtenidos de la encuesta aplicada se muestra en tipo de actividades se utiliza el internet el sector textil, siendo así, la prestación de servicios al cliente con un 25%, recibir servicios a sus proveedores con un 16,70%, realizar tramite bancarios y financieros con 25% y la facturación electrónica con el 33,33%.

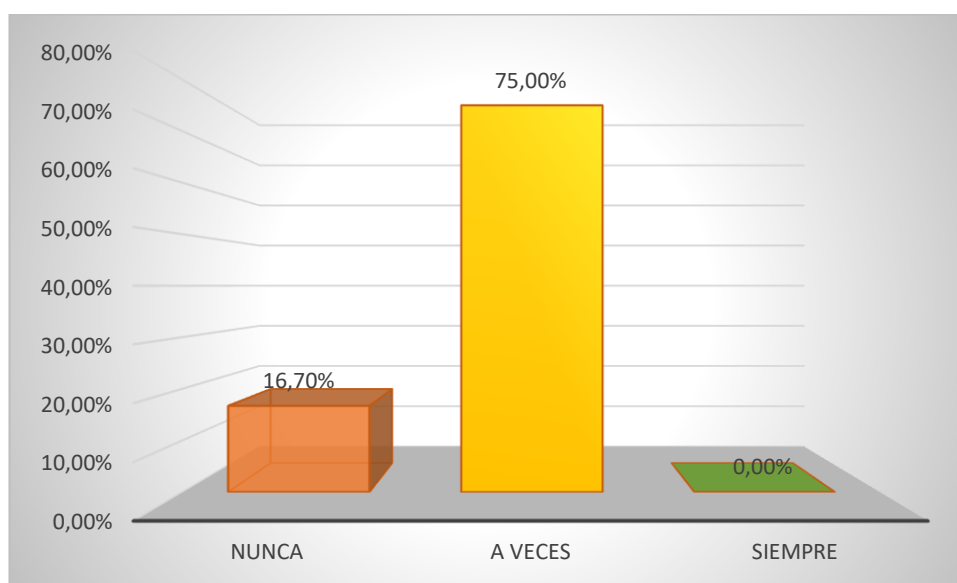
De tal manera que el desarrollo de la tecnología interviene en diferentes sectores y actividades a realizar, el manejo y uso del internet ha contribuido a mejorar el tiempo invertido y ser contribuidas en actividades múltiples.

**Tabla 24:**La empresa realiza sus compras en línea

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	16,7	16,7	16,7
A veces	9	75,0	75,0	91,7
Siempre	1	8,3	8,3	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Elaborado por:** Azogue A (2019)

**Gráfico 25:**La empresa realiza sus compras en línea



**Interpretación:** Con los resultados obtenidos se demuestra que las entidades manejan el internet en un 75% esto quiere decir que los utilizan a veces. El uso de del internet para efectuar sus comprar es una facilidad.

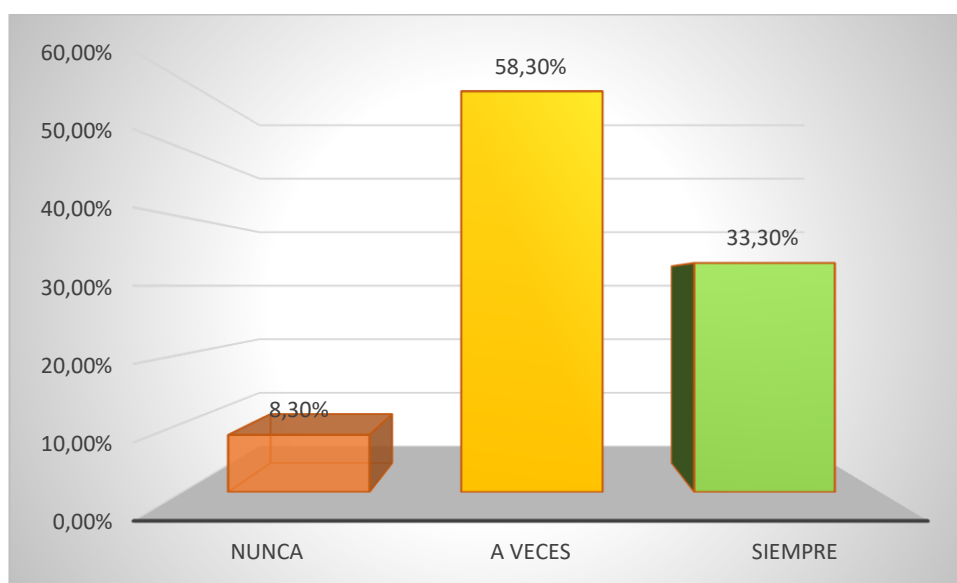
Se considera de vital importancia el mantenerse actualizado, y ocupar oportunamente las compras en línea y disminuir pérdida de tiempo.

**Tabla 25:**La empresa realiza ventas de sus productos a través de la página web

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Nunca	1	8,3	8,3	8,3
A veces	7	58,3	58,3	66,7
Siempre	4	33,3	33,3	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Elaborado por:** Azogue A (2019)

**Gráfico 26:**La empresa realiza ventas de sus productos a través de la página web



**Interpretación:** La mayoría de los encuestados se muestra que el realizar las ventas por internet presenta un 58,30% esto implica realizarlos a veces y en un 33.30 % lo realiza siempre las ventas en una página web.

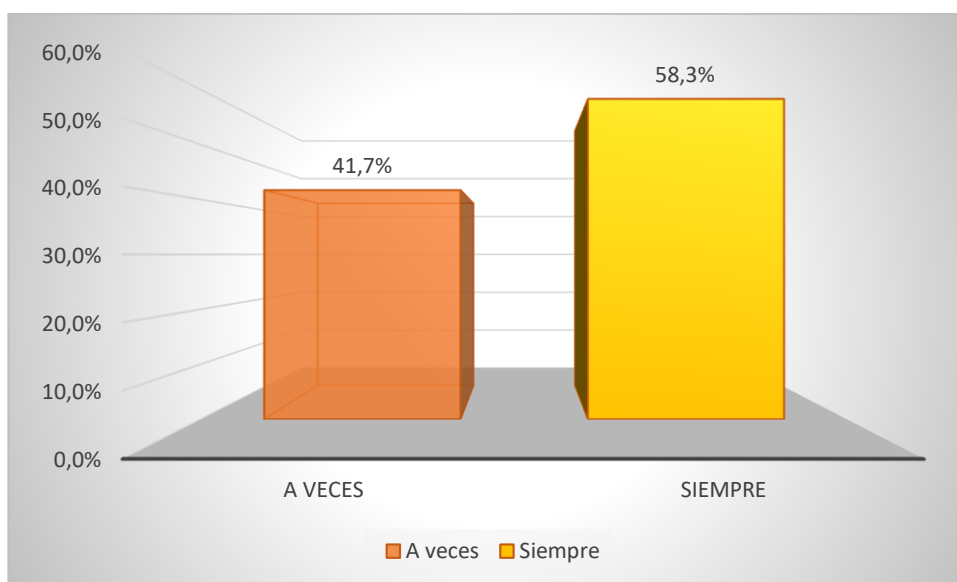
Esta estrategia de marketing es el apoyo para mejorar y aumentar sus ingresos en ventas. Y mantener clientes fieles que disfruten de un catálogo de productos y como facilidad de comunicarse, ofreciendo mayor interacción y facilidad mutua de realizar una negociación (Benítez-Codas, 2012).

**Tabla 26:**La empresa realiza estudios de mercado para realizar negociaciones

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
A veces	5	41,7	41,7	41,7
Siempre	7	58,3	58,3	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Elaborado por:** Azogue A (2019)

**Gráfico 27:** La empresa realiza estudios de mercado para realizar negociaciones



**Interpretación:** Con los resultados obtenidos se muestra que en un 58,3% realiza siempre estudios de mercado antes de salir efectuar sus negociaciones de su producto, y un 41,7% no lo realizan.

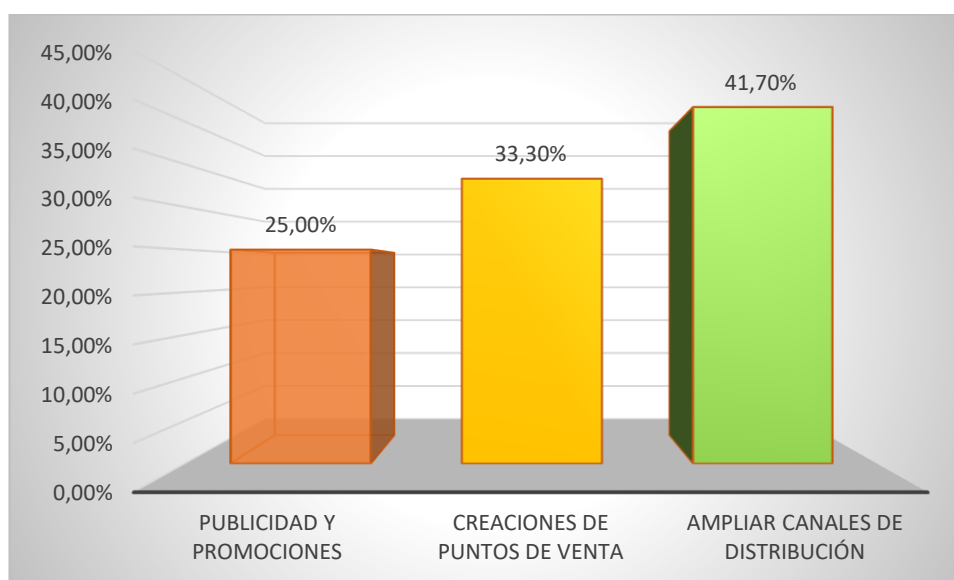
La sociedad ha demostrado que las empresas se encuentran en supervivencia dentro de un mercado, es así, necesario conocer que las empresas del sector textil se preocupan al momento de realizar una inversión. Y conseguir la fiabilidad de la información pertinente.

**Tabla 27:** Factores considera usted que ayudaría a incrementar la rentabilidad

	Frecuencia	Porcentaje e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Publicidad y promociones	3	25,0	25,0	25,0
Creaciones de puntos de venta	4	33,3	33,3	58,3
Ampliar canales de distribución	5	41,7	41,7	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Elaborado por: Azogue A (2019)

**Gráfico 28:** Factores considera usted que ayudaría a incrementar la rentabilidad



**Interpretación:** La mayoría de los encuestados han detallado principales aspectos como lo es publicidad y promociones en un 25%, creaciones de puntos de ventas en un 33,30% y el ampliar de distribución en un 41,70 %, estos factores ayudarían a crecer la rentabilidad, las empresas necesitan de un principal factor que es ampliar canales de distribución.

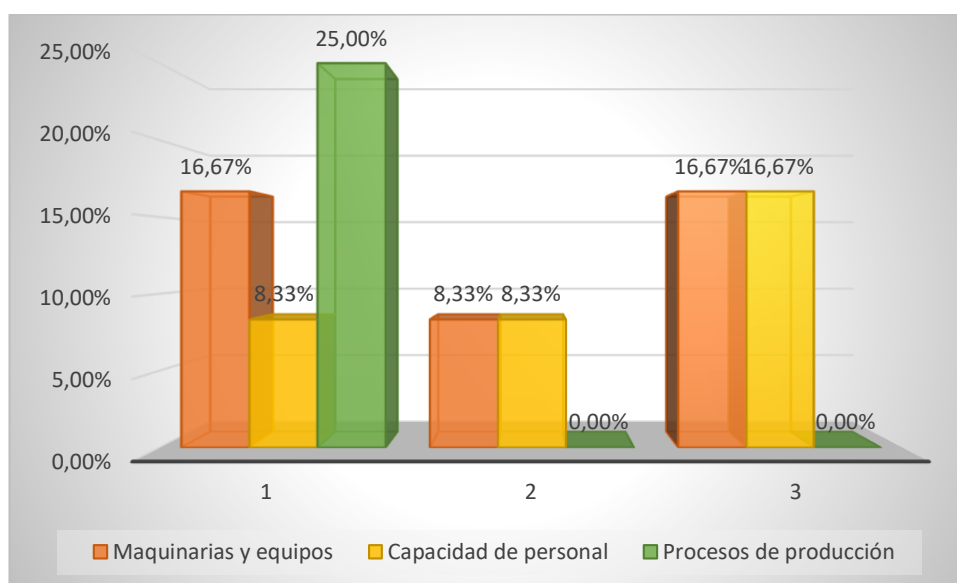
Estas estrategias de marketing dentro del sector textil son tendencia en el mercado es llevar a cabo mejorar sus canales de distribución por considerarse pequeña empresa, así incrementar sus ventas y ganancias. A su vez lograr objetivos perseguidos

**Tabla 28:** Actividades de innovación en y rápidamente los adopta su organización

¿Actualmente la empresa ha introducido actividades de innovación en ?	¿La empresa identifica cambios y avances tecnológicos en el mercado y rápidamente los adopta su organización?						Total	
	Si		No		Ocasionalmente			
		%		%		%		
Maquinarias y equipos	2	16,67%	1	8,33%	2	16,67%	5	41,67%
Capacidad de personal	1	8,33%	1	8,33%	2	16,67%	4	33,33%
Procesos de producción	3	25,00%	0	0,00%	0	0,00%	3	25%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>50%</b>	<b>2</b>	<b>16,67%</b>	<b>4</b>	<b>33,33%</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Azogue A (2019)

**Gráfico 29:** Actividades de innovación en y rápidamente los adopta su organización



**Interpretación:** Con los resultados obtenidos de la encuesta aplicada se identifica que actividades de innovación en maquinaria es del 41,67%, de la capacidad del personal es del 33,33%, y del proceso de producción es del 25%. Y al introducir cambios y avances tecnológicos en la empresa Si se adoptaría rápidamente en un 50%. demostrando ser positivo, De igual manera como se representa en el grafico estos cambios apoyarían al proceso de producción con 25%. en los cambios nuevos.

El alentar a los empleados con procesos de innovación tienden a llegar a tener una visión más profunda de los que se quiere llegar a ser. Dentro del sector el innovar maquinaria es de gran relevancia tanto para el personal administrativos como los empleados por cumplir con estándares de mejor calidad de vida dentro del área laboral sino a incrementar la productividad empresarial.

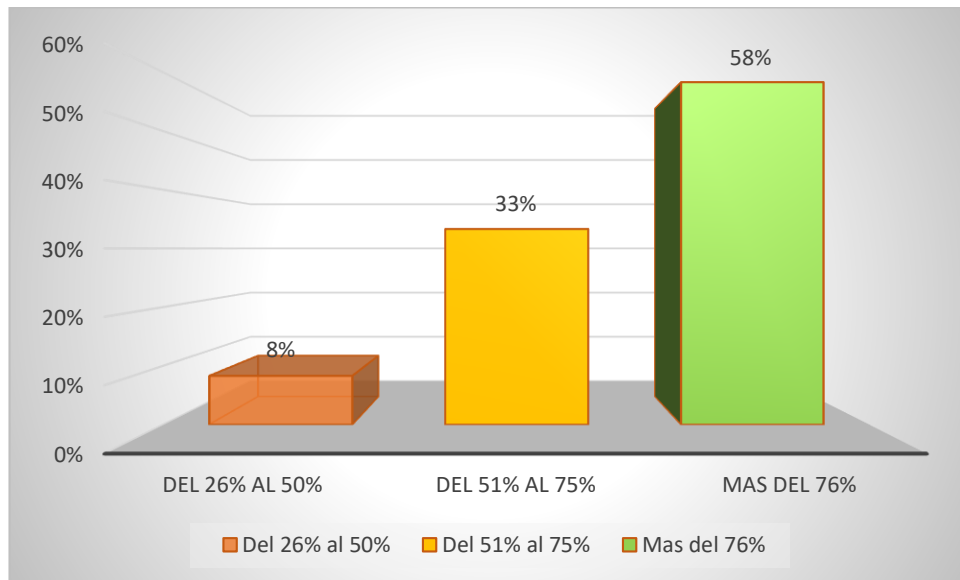
**Tabla 29:** Porcentaje de las ventas del producto en el mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Del 26% al 50%	1	8,3	8,3	8,3
Del 51% al 75%	4	33,3	33,3	41,7
Mas del 76%	7	58,3	58,3	100,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Elaborado por: Azogue A (2019)



**Gráfico 30:** Porcentaje de las ventas del producto en el mercado



**Interpretación:** Los resultados obtenidos muestra que el 8% del producto se encuentra en el rango (de 26% al 50%) y el 33% se encuentra en el rango del (51% al 75%) y por último el 58% determina (más del 76%) se encuentra el producto para ventas en el mercado.

El mantenerse en el mercado atrae la oferta y la demanda, por ser un mercado amplio con diferentes niveles, se considera estar precavido al cambio de la economía y materia prima para la elaboración de sus productos.

#### **4.2 Fundamentación de las preguntas de investigación**

En el presente proyecto se estableció preguntas de investigación, y el análisis realizado a cada una de las empresas que determinan una influencia asociada con cada una de las variables de estudio, considerando la relación de la contabilidad de gestión y la competitividad. Para la comprensión más exacta, se trabajó con el método Tau\_b de Kendall del programa Spss.

El Tau\_b de Kendall es un Coeficiente de correlación no paramétrico y simétrico para hallar la covariación entre dos variables ordinales. Debido también a Kendall modifica el tau – A teniendo en cuenta los empates dentro de cada variable. Varía entre – 1 y + 1, salvo cuando la tabla no tiene el mismo número de filas y columnas.

El signo del coeficiente indica la dirección de la relación y su valor absoluto indica la magnitud de la misma, de tal modo que los mayores valores absolutos indican relaciones más fuertes. Los valores posibles varían de -1 a 1.

Para la aplicación de este coeficiente Tau\_b de Kendall está acorde a las condiciones para aplicación según (Rodríguez, y otros, 2018):

- Solo se puede aplicar a partir de tablas cuadradas.
- Las variables utilizadas deben ser de nivel ordinal, intervalo o razón
- Su resultado debe encontrarse en el rango de -1 a 1
- Tiene sentido su aplicación, si las variables objeto de estudio no poseen una distribución poblacional conjunta normal; es decir, si se requiere determinar el grado de asociación lineal entre dos variables cuantitativas pero las mismas no siguen un comportamiento normal, será preferible estimar este indicador mediante el coeficiente de Kendall.

Mediante este proceso de Tau\_b de Kendall se pudo determinar valores estadísticos que demuestran la relación entre las variables de estudio, el mismo se puede observar una relación moderada alta, es decir que las variables trabajan juntas la contabilidad de gestión y la competitividad, si la una se incrementa de la misma manera la otra o viceversa, además en otras circunstancias sucede la una se incrementa la otra disminuye, el cual significa que existe una relación en otras palabras, se ve afectada.

De tal manera, el análisis realizado con la información obtenida se presenta a continuación:

**Tabla 30: Correlaciones**

<b>Correlaciones</b>			
Tau_b de Kendall		¿En qué porcentaje se aplica el control administrativo?	¿Como es su aplicación?
¿En qué porcentaje se aplica el control administrativo?	Coeficiente de correlación	1,000	-,750
	Sig. (bilateral)	.	,066
	N	12	7
¿Como es su aplicación?	Coeficiente de correlación	-,750	1,000
	Sig. (bilateral)	,066	.
	N	7	7

<b>Correlaciones</b>			
Tau_b de Kendall		¿Cómo es el procedimiento de los sistemas contables?	¿Existe una adecuada supervisión y monitoreo de las operaciones de la entidad?
¿Cómo es el procedimiento de los sistemas contables?	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 .12	,660* ,012 12
¿Existe una adecuada supervisión y monitoreo de las operaciones de la entidad?	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,660* ,012 12	1,000 .12

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

<b>Correlaciones</b>			
Tau_b de Kendall		¿Preparan y ordenan la información financiera y estadística para toma de decisiones?	¿Se comunica eficazmente los resultados de los procesos realizados den la entidad?
¿Preparan y ordenan la información financiera y estadística para toma de decisiones?	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 .12	,625* ,024 12
¿Se comunica eficazmente los resultados de los procesos realizados den la entidad?	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,625* ,024 12	1,000 .12

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

<b>Correlaciones</b>			
Tau_b de Kendall		¿Conoce usted cual es la capacidad de producción?	¿Conoce usted cual es el rendimiento de la empresa?
¿Conoce usted cual es la capacidad de producción?	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 .12	,602* ,036 12
¿Conoce usted cual es el rendimiento de la empresa?	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,602* ,036 12	1,000 .12

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

### Correlaciones

Tau_b de Kendall		¿Conoce usted cual es el rendimiento de la empresa?	¿Qué grado de relevancia le da a la información antes de una cita de negocios?
¿Conoce usted cual es el rendimiento de la empresa?	Coefficiente de correlación	1,000	,775**
	Sig. (bilateral)	.	,007
	N	12	12
¿Qué grado de relevancia le da a la información antes de una cita de negocios?	Coefficiente de correlación	,775**	1,000
	Sig. (bilateral)	,007	.
	N	12	12

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

### Correlaciones

Tau_b de Kendall		¿Qué grado de relevancia le da a la información antes de una cita de negocios?	¿Actualmente la empresa ha introducido actividades de innovación en ?
¿Qué grado de relevancia le da a la información antes de una cita de negocios?	Coefficiente de correlación	1,000	,696*
	Sig. (bilateral)	.	,010
	N	12	12
¿Actualmente la empresa ha introducido actividades de innovación en ?	Coefficiente de correlación	,696*	1,000
	Sig. (bilateral)	,010	.
	N	12	12

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

### Correlaciones

Tau_b de Kendall		¿La empresa realiza estudios de mercado para realizar negociaciones que permita ofertar sus productos?	¿Actualmente la empresa ha introducido actividades de innovación en ?
¿La empresa realiza estudios de mercado para realizar negociaciones que permita ofertar sus productos?	Coefficiente de correlación	1,000	,641*
	Sig. (bilateral)	.	,025
	N	12	12
¿Actualmente la empresa ha introducido actividades de innovación en ?	Coefficiente de correlación	,641*	1,000
	Sig. (bilateral)	,025	.
	N	12	12

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Las siguientes correlaciones obtenidos por el método Tau\_b Kendal Las similitudes y diferencias que existentes dentro de la empresa, de acuerdo a los resultados obtenidos de cómo es la aplicación de la administración y que porcentaje se diferencian en un coeficiente negativo de (-750) y será afectada sin son cambiadas por lo tanto demuestra una relación entre estas variables. Por otra parte, los coeficientes positivos más altos demuestran la fuerza de las relaciones de las variables que se han estudiado en este caso tenemos las variables del rendimiento de la empresa y el grado de relevancia de la información con un coeficiente de (.775\*) siendo esta correlación muy significativa estadísticamente.

### **4.3 Limitaciones del estudio**

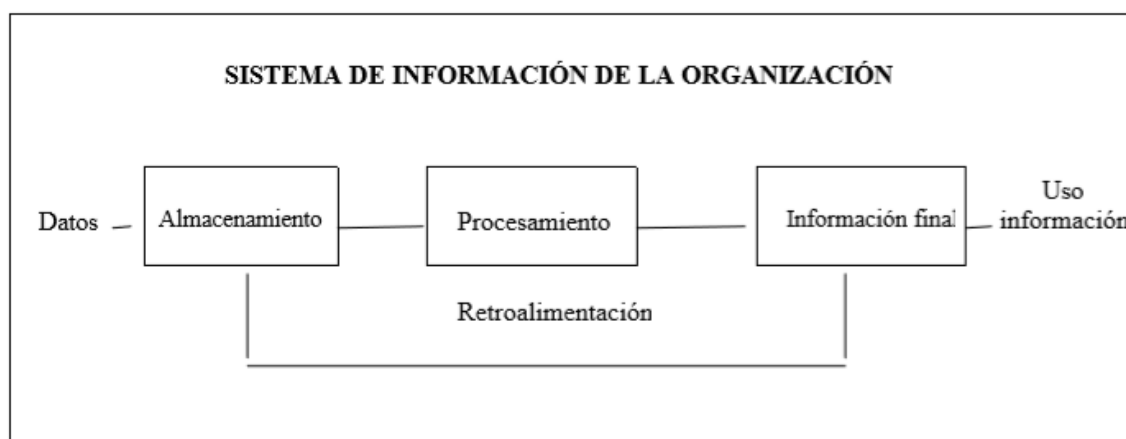
En la presente investigación se evidencio la limitación del tiempo, debido a que las empresas postergaban la fecha de entrevista, a causa de los dueños o jefes se encontraban en reuniones, viajes de trabajo fuera de la empresa. De tal manera se apreció la dificultad de la recolección de la información siendo así que se tomó todo el tiempo necesario y requerido para el debido tratamiento de la información.

## **Análisis de la Contabilidad de Gestión en el procesamiento de la información en el sector textil**

Para el análisis de la contabilidad de gestión se realizó una encuesta en la cual se preguntó acerca del conocimiento de la contabilidad de gestión en el cual el 58% de la población distingue la contabilidad de gestión del control administrativo. Esto según (Salgado, 2014)“La contabilidad de gestión, que se ha enfrentado a los requerimientos organizacionales y a su necesidad de adaptación y de conocer la información adecuada para la toma de decisiones en estos nuevos contextos”.

Para el procesamiento de la información se consideró aspectos como: la comunicación, como es el procedimiento y el periodo. Dentro de aquello se maneja la relación de un sistema de información básico según (Hernandez-Trasobares, 2003)

**Gráfico 31:**Sistema de Información de la Organización empresarial: funciones



**Fuente:**(Hernandez-Trasobares, 2003)

Mediante este cuadro y la aplicación de las encuestas, se pudo identificar que los procedimientos de los sistemas contables en las empresas textiles son satisfactorios en un 42% y muy satisfactorios del 25% a razón de que preparan y ordenan la información de manera constante en un 58,33% a fin de mantener coordinado las actividades y la disposición la información a menor tiempo posible.

Según (Martinez-Salinas, López -Salazar, & Ureaña, s/f)“Es Indiscutible la importancia de la información para la toma de decisiones de orden económico y social, por ello conviene examinar su importancia y vinculación a la contabilidad

de gestión de los negocios. La influencia de la información en los negocios ha sido vista desde diferentes perspectivas”

Esta información puede ser almacenada y utilizada de acuerdo a la necesidad de la empresa. En su mayoría estas empresas la presentan mensualmente en un 50% como trimestralmente en un 41,70% y la presentación de la información puede ser variada a causa de sus políticas internas que posea.

A demás poseen una base datos general la cual ha sido el apoyo para generar y hacer el uso de la información, con la finalidad de ser respaldo para realizar diagnostico universal a la empresa.

## **Índices de competitividad que registran en la actualidad el sector textil**

De acuerdo con (Padilla , 2006) para la medición de la competitividad de empresas son las siguientes: “A nivel de empresa está asociada con rentabilidad, productividad, costos, valor agregado, participación del mercado, exportaciones, innovación tecnológica, calidad de los productos, entre otros”.

Por lo tanto, al trabajar con el sector textil manufacturero la medición de las variables serán consideradas la de mayor relevancia como es la rentabilidad, productividad, innovación tecnológica. Siendo así, se procedió a la verificación del conocimiento que poseen sus trabajadores sobre estos temas mediante la encuesta.

De este modo los colaboradores de las empresas manifestaron que la capacidad de la producción y el rendimiento de las empresas con la que trabajan son más 76%. Y la innovación se basa en la satisfacción de los clientes y el incremento de sus ventas como lo menciona (ainia, 2001)“La innovación se ha convertido en una prioridad para muchas empresas. Más allá de ser una decisión de mercado, ha pasado a ser una necesidad para la supervivencia y el desarrollo de las empresas”. Tomando en cuenta como mejorar la competitividad ante las demás empresas del sector “En un entorno competitivo, ser el primero en ofrecer productos que respondan a las necesidades de los consumidores, es importante, y para esto, gestionar la innovación de forma adecuada es crucial”.

De tal manera al gestionar la innovación se considera las mejores características de la diferenciación como: Por su calidad, por su precio, por la satisfacción del cliente, Por el servicio prestado. En las cuales se determinó que las empresas textiles se basan en la calidad en un 33,30%, por su precio en un 33, 30% y la satisfacción del cliente en el 25% estas características se consideran como estrategias para alcanzar el éxito. No obstante, de manejar relaciones comerciales con el sector.

El objetivo de estos organismos es que las pymes colaboren entre ellas para que se adapten al entorno, generen negocios y amplíen mercados. Estas redes atienden las solicitudes de las empresas y, según sus necesidades, ponen en contacto a aquellas que se puedan complementar. También las enlazan con patronales en los territorios donde se desarrolla la actividad. Así, las compañías consiguen



establecer nuevos contactos y entran a formar parte del círculo empresarial.(Expansión.com, 2014)

Además, para su verificación se ha tomado en cuenta la aplicación de indicadores de eficiencia, con datos obtenidos de los estados financieros publicados en la Superintendencia de Compañías.

$$\text{Rentabilidad}; \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}} \text{Productividad}; \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Total de Insumos}}$$

### **FABRICA DE VESTIDOS Y TEXTILES DEL TUNGURAHUA VESTETEXSA CA**

$$\text{Rentabilidad 2017: } \frac{43531.46}{2379038.15} = 0,018 \quad \text{Productividad 2017: } \frac{2379038.15}{36377.14} = 65,39$$

- La empresa obtuvo una utilidad bruta del 1,8% en el año 2017
- La empresa obtuvo una productividad del 65,39 en el año 2017

$$\text{Rentabilidad 2018: } \frac{106202.78}{2625171.56} = 0,04 \quad \text{Productividad 2018: } \frac{2625171.56}{24990.446} = 10,50$$

- La empresa obtuvo una utilidad bruta del 4% en el año 2018
- La empresa obtuvo una productividad del 10,50 en el año 2018

### **INDUSTRIA DEPORTIVA BOMANSPORT CIA.LTDA.**

$$\text{Rentabilidad 2017: } \frac{4209.33}{498369.88} = 0,008 \quad \text{Productividad 2017: } \frac{498369.88}{68949.68} = 108,75$$

- La empresa obtuvo una utilidad bruta del 0,8% en el año 2017
- La empresa obtuvo una productividad del 108.75 en el año 2017

$$\text{Rentabilidad 2018: } \frac{4569.74}{39869,780} = 0,12 \quad \text{Productividad 2018: } \frac{39869.78}{567890,10} = 0,07$$

- La empresa obtuvo una utilidad bruta del 12% en el año 2018
- La empresa obtuvo una productividad del 0,07 en el año 2018

### **INDUSTRIAS Y TEXTILES PEQUEÑIN CIA. LTDA.**

$$\text{Rentabilidad 2017: } \frac{54939.48}{510784.26} = 0,12 \quad \text{Productividad 2017: } \frac{510784.26}{12010.23} = 42,53$$

- La empresa obtuvo una utilidad bruta del 12% en el año 2017
- La empresa obtuvo una productividad del 42,53 en el año 2017

$$\text{Rentabilidad 2018: } \frac{52238.22}{465045.06} = 0,11 \quad \text{Productividad 2018: } \frac{465045.06}{7100.78} = 65,49$$

- La empresa obtuvo una utilidad bruta del 11% en el año 2018
- La empresa obtuvo una productividad del 65,49 en el año 2018

#### **KYDS&CO CONFECCIONES DE VESTIR CIA.LTDA.**

$$\text{Rentabilidad 2017: } \frac{2652.26}{485333.35} = 0,005 \quad \text{Productividad 2017: } \frac{485333.35}{29409.53} = 16,50$$

- La empresa obtuvo una utilidad bruta del 0,5% en el año 2017
- La empresa obtuvo una productividad del 16,50 en el año 2017

$$\text{Rentabilidad 2018: } \frac{0}{3122.00} = 0 \quad \text{Productividad 2018: } \frac{3122.00}{19107.39} = 0,16$$

- La empresa obtuvo una utilidad bruta del 0% en el año 2018
- La empresa obtuvo una productividad del 0,16 en el año 2018

#### **MARQUILLAS & ACCESORIOS MARQUIACCES S.A.**

$$\text{Rentabilidad 2017: } \frac{53152.31}{328976.63} = 1,61 \quad \text{Productividad 2017: } \frac{328976.63}{34581.35} = 9,51$$

- La empresa obtuvo una utilidad bruta del 161% en el año 2017
- La empresa obtuvo una productividad del 9,51 en el año 2017

$$\text{Rentabilidad 2018: } \frac{26320.68}{294697.29} = 0,09 \quad \text{Productividad 2018: } \frac{294697.29}{28740.98} = 10,25$$

- La empresa obtuvo una utilidad bruta del 9% en el año 2018
- La empresa obtuvo una productividad del 10,25 en el año 2018

#### **MOLRIV CIA.LTDA.**

$$\text{Rentabilidad 2017: } \frac{47841.37}{345146.72} = 0,14 \quad \text{Productividad 2017: } \frac{345146.72}{140760.10} = 2,45$$

- La empresa obtuvo una utilidad bruta del 14% en el año 2017
- La empresa obtuvo una productividad del 2,45 en el año 2017

$$\text{Rentabilidad 2018: } \frac{0}{51860.77} = 0 \quad \text{Productividad 2018: } \frac{51860.77}{14306.32} = 3,63$$

- La empresa obtuvo una utilidad bruta del 0% en el año 2018
- La empresa obtuvo una productividad del 3,63 en el año 2018

### **AÑO 2018**

#### **ARFATEXCIA C.L**

$$\text{Rentabilidad 2018: } \frac{0}{189064,45} = 0 \quad \text{Productividad 2018: } \frac{189064,45}{41719,29} = 4,53$$

- La empresa obtuvo una utilidad bruta del 0% en el año 2018
- La empresa obtuvo una productividad del 4,53 en el año 2018

#### **CONFECCIONES GLOBALFASHION G&A CIA.LTDA.**

*Rentabilidad* 2018:  $\frac{16828,76}{394013,33} = 0,043$  *Productividad* 2018:  $\frac{394013,33}{28735,93} = 13,71$

- La empresa obtuvo una utilidad bruta del 4.3% en el año 2018
- La empresa obtuvo una productividad del 13,71 en el año 2018

El indicador de la rentabilidad sirve para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar costos y gastos y de esta manera convertir ventas en utilidades a su vez este índice radica en el retorno sobre la inversión.

El indicador de productividad permite controlar el desempeño de la empresa para detectar algún cambio en los recursos.

## **Estrategia para incrementar la competitividad en el sector textil y mejorar la rentabilidad.**

Para evaluar la estrategia está en dirigir operaciones que apoyen, al trabajo y mejora de la empresa, es por ello lo importante que es determinarlo que es una estrategia.

La estrategia es la concreción de las opciones que orientarán las decisiones de la empresa sobre actividades y estructuras de la organización y fijarán un marco de referencia en el que deberán inscribirse todas las acciones que la empresa emprenderá durante un determinado periodo de tiempo. (Cerón , Alcantara, & Figueroa , 1991)

Es así como, con actividades estratégicas y que sean decisivas deberán ser manejadas con precaución “Alteración de los productos existentes: con frecuencia puede ser más ventajoso mejorar y revitalizar un producto establecido que desarrollar e introducir otro porque en el primer caso hay menos riesgo” (Cerón , Alcantara, & Figueroa , 1991). Dentro del mercado para ofrecer sus productos existen estrategias de distribución y promoción, debido a esto la principal actividad para las empresas emprendedoras es decir “nuevas en el mercado” consideran que la mejor estrategia “la publicidad”.

Por ello esta estrategia siendo la más común atrae la atención del cliente, pero el mercado está abierto a nuevas metodologías maestras para una empresa con un producto ya establecido en las cuales destaca: publicidad y promociones, creaciones de punto de venta, formas de pago, canales de distribución, estas estrategias fueron seleccionadas como las más aptas para una empresa del sector textil.

Además, existen factores o variables que colaboran con estas estrategias como es producto, transporte y comercialización (zona). Por lo tanto, al ser aplicado la encuesta se visualiza que las estrategias más convenientes para estas empresas son creaciones de puntos de venta respondieron en un 33,30% y ampliar canales de distribución en un 41,70%. En algunos casos las empresas si poseen canales de distribución, no son manejadas frecuentemente. “La estrategia de producto es una de las más importantes dentro de la mezcla de mercadotecnia, ya que estos productos fracasarán sino satisfacen los deseos y necesidades de los consumidores”. (Cerón , Alcantara, & Figueroa , 1991).

La finalidad principal es identificar las tendencias actuales sobre las cuales trabaja la mercadotecnia, de tal forma que se definan las distintas estrategias que existen en el mundo actual que permita a las entidades obtener una ventaja frente a sus competidores, aunque cabe mencionar que la tendencia no es competir sino colaborar, es decir, formar alianzas que permitan subsistir en un mundo tan competitivo. (Cerón , Alcantara, & Figueroa , 1991)

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- Con el análisis realizado en lo que respecta al primer objetivo se determina que el 58,3% tiene conocimientos acerca de la contabilidad de gestión siendo así su aplicación moderada dentro de las empresas. Y la diferencia se mantiene en un ámbito administrativo en el cual consideran que el manejo y relación con las demás actividades son aplicadas correctamente en más del 76%. Es decir, que ambas se complementan y se adaptan a la necesidad de procesar información para la toma de decisiones. Además, para el procesamiento de la información consideran aspectos como la comunicación y el tiempo, en las cuales los procedimientos de los sistemas contables son muy satisfactorios en un 67% con base de preparar y ordenar la información constantemente en la cual la recolección y presentación de esta información lo realizan de manera mensual y trimestral. Por último, la acumulación de la información esta disposición en el menor tiempo posible para la toma de decisiones.
- Dentro de los índices de competitividad para medir a las empresas del sector textil los más destacables en esta actividad en la que se desempeñan son la rentabilidad producción e innovación tecnológica según (Padilla , 2006). De tal manera que la rentabilidad y productividad con la que trabajan estas empresas es más del 76%. Es notable el manejo de las operaciones, los recursos y estrategias en las actividades para el incremento de su inversión. Además, la innovación tecnológica está enfocada a la diferenciación del producto, en los cuales se pudo determinar las principales características son por su calidad y por su precio en un 33% respectivamente, finalmente las relaciones comerciales lo realizan en un 50% con empresas del sector como apoyo para mejorarlas y tomar ventaja para el crecimiento de la empresa.

- Al determinar la mejor opción para incrementar la competitividad se encontró muy conveniente las estrategias de Distribución y Promoción para este tipo de mercado, estas estrategias diferencian dos grupos: las organizaciones emprendedoras utilizan la estrategia de Publicidad o a su vez la mayoría de las empresas la emplean por ser la más común. Por otro lado, las empresas con un producto ya establecido aplican otro tipo de estrategias, en las cuales se determinó para este tipo de sector, las creaciones de puntos de venta en un 33,30% y el ampliar canales de distribución en 41,70%. Siendo estas estrategias de mercadotecnia las mejores para la captación de nuevos clientes y cumplir con las necesidades de los consumidores, del mismo modo al crecimiento empresarial.
- En estas organizaciones al abstenerse de poseer políticas y procedimientos para efectuar una toma de decisiones, dificulta desarrollarse y proyectarse al cumplimiento de metas establecidos. Al no regirse a una estructura que guíe al personal para aplicar acciones inmediatas que generen beneficio económico y social a la empresa, provocando situaciones difíciles de sobrellevar. Además de no recaer responsabilidad sobre el personal encargado y de reconocer la capacidad que posee el personal que trabaja en cada proceso.
- Para empresas del sector textil los cambios y avances tecnológicos, son aplicados cuidadosamente, las empresas se adaptan y son ejecutadas con prudencia, mismas que responden de manera positiva es decir en beneficio de la empresa. Los cambios pueden ser aplicados de manera ocasionalmente con el fin de evitar conflictos en la estrategia planteada. Como resultado aquellos factores que han destacado para introducirse en las organizaciones son la adaptación de nuevas maquinarias – equipos y la capacidad del personal, por ser los ejes importantes en la elaboración de su producto. Estos avances para las empresas generan una visión profunda de la innovación empresarial.

## 5.2 Recomendaciones

- Debido a la importancia que genera el conocimiento de esta rama se recomienda difundir y capacitar al personal acerca de la contabilidad de gestión, así llegar a conocer los beneficios que se produce al aplicarlo correctamente y ser el complemento para el trabajo con la información financiera, y obtener una información más verídica.
- Se recomienda complementar estrategias de apoyo para la diferenciación de su producto debido al constante cambio que existe en el mercado, la competencia y por lo mismo mantener la calidad de su producto, a fin de mantener a sus clientes. Establecer negociaciones neutras que influyan en la relación de la competitividad y estar en constancia para el crecimiento obteniendo mayores ingresos para su rentabilidad.
- En vista de las alternativas que son factibles se recomienda la creación de puntos de venta en las principales ciudades del país para mantener una relación más directa y confiable, así adentrarse en el mercado amplio y disponible. Además, de asociar canales de distribución que permitan llegar al consumidor, de preferencia canales cortos los mismos que benefician a los empresarios y a la satisfacción del cliente por la disminución de los costos al emplearse la estrategia.
- Se recomienda a las empresas la creación de políticas y procedimientos para el manejo y colaboración de la toma de decisiones, al mismo tiempo se designe las funciones y responsabilidad al personal que trabaje en esta área.
- Para la innovación permanente en una entidad se recomienda acoplar las nuevas tecnologías con el proceso de producción, así como capacitar al personal para conllevar esta estrategia en beneficio positivo y el debido seguimiento en un periodo establecido a este proceso, con el fin de corregir posibles errores que se produzca en este procedimiento.



## MATERIAL DE REFERENCIA

### Referencias Bibliográficas

- ainia. (2001). *Tecnoalimentaria*. Recuperado el 8 de Mayo de 2019, de <https://www.ainia.es/tecnoalimentaria/tecnologia/la-gestion-de-la-innovacion-una-herramienta-de-competitividad-y-diferenciacion-para-las-empresas/>
- Andriani, C., Biasca, R. E., & Rodríguez\_Martínez, M. (2003). *El nuevo Sistema de Gestión para las PYMEs*. (C. Islas Licona, Ed.) Bogotá: Norma. Recuperado el 14 de Abril de 2019
- Avalos Roca, F. (Mayo de 2009). *Repositrio Upc*. Recuperado el 07 de Diciembre de 2017, de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/333768/1/97-324-1-PB.pdf>
- Benítez-Codas, M. (Enero-Junio de 2012). Evolución del Concepto de Competitividad. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, III(8), 75-82. Recuperado el 06 de Febrero de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/2150/215025114007.pdf>
- Bravo-Garcia. (2000). *Sistemas de Información en la Empresa*. Pirámide, Madrid. Recuperado el 04 de Febrero de 2019
- Buelvas-Mesa, C. G., & Mejia-Alfaro, G. E. (Octubre de 2014). El papel de la contabilidad de gestión en el sistema de información contable y su incidencia en la rentabilidad de las empresas. Recuperado el 22 de Enero de 2019, de Universidad de Cartagena: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5671113.pdf>
- Castells, M. (2000). *The Information age: Economy Society and culture. 1*. Recuperado el 31 de Enero de 2019
- Cerón , A., Alcantara, R., & Figueroa , J. (1991). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*. Obtenido de [https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI\\_PosOrgMerc/arlen\\_ceron/2.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_PosOrgMerc/arlen_ceron/2.pdf)
- Chacón, G. (Julio-Diciembre de 2007). La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial. *Actualidad Contable Faces*, 10(45), 29-45. Recuperado el 06 de Diciembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701504>
- DELOITTE. (2012). *Una mejora notable de la competitividad del Ecuador*. Recuperado el 16 de Enero de 2019, de [https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy\\_pdfs/224\\_005.pdf](https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy_pdfs/224_005.pdf)

- Di Estefano, V., & Alderete, V. (Noviembre de 2004). *LA GESTIÓN A PARTIR DE LA PRODUCTIVIDAD*. Recuperado el Marzo de 2019, de [http://eco.unne.edu.ar/contabilidad/costos/iapuco/trabajo19\\_iapuco.pdf](http://eco.unne.edu.ar/contabilidad/costos/iapuco/trabajo19_iapuco.pdf)
- DRUCKER, P. (1999). *ECURED.CU*. Recuperado el 20 de 11 de 2018, de [https://www.ecured.cu/Contabilidad\\_de\\_gesti%C3%B3n](https://www.ecured.cu/Contabilidad_de_gesti%C3%B3n)
- El Marco de la Contabilidad de Gestión. (1989). *OBSERVATORIO IBEROAMERICANO DE CONTABILIDAD DE GESTIÓN*. Recuperado el 1 de Febrero de 2019, de <http://www.observatorio-iberoamericano.org/paises/spain/01.htm>
- EmprendePYME. (2016). *emprendepyme.net*. Recuperado el 18 de Febrero de 2019, de <https://www.emprendepyme.net/contabilidad-de-gestion.html>
- Expansión.com. (20 de Agosto de 2014). *Expansión.com*. Recuperado el 08 de Mayo de 2019, de <http://www.expansion.com/2014/08/20/pymes/1408547715.html>
- FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD I*. (22 de Noviembre de 2011). Obtenido de <https://fundamentoscontabilidad1.wordpress.com/2011/11/22/contabilidad-financiera-y-contabilidad-de-gestion/>
- García-Ramírez, O. (2019). *Milenio*. Recuperado el 06 de Febrero de 2019, de <https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>
- Gordon , D., & Olson, M. (1989). *Sistemas de información gerencial*. McGraw-Hill. Recuperado el 31 de Enero de 2019
- Hernandez-Trasobares, A. (2003). LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN: EVOLUCIÓN Y DESARROLLO. Recuperado el 09 de Enero de 2019, de *Revistasde Relaciones Laborales*: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/793097.pdf>
- INEC. (10 de Noviembre de 2010). *INEC-Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Recuperado el 2018, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion\\_y\\_Demografia/CPV\\_aplicativos/modulo\\_cpv/CIU4.0.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/CPV_aplicativos/modulo_cpv/CIU4.0.pdf)
- Klappe , J. A., Ruiz-Ledesma, J., Robles-Valderrama, E., Gómez Gonzalez, G., & Ruiz-Guzman, J. (Julio Diciembre de 2002). La gestión de la productividad y competitividad de las Pymes y la contabilidad ambiental. *VI(11)*, 463-485. Recuperado el 05 de Febrero de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14111607>
- León, S. (Marzo de 2017). *Revista Lideres*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2018, de <https://www.revistalideres.ec/lideres/sector-textil-ecuador-genera.html>

- Lideres. (2016). *EL COMERCIO*. Obtenido de <http://edicionimpresa.elcomercio.com/es/03100000b94cdae5-f366-4820-a2b9-ccf5cd8344fe>
- Mallo , C. (1992). Contabilidad Directiva y Competitividad de la Empresa. Recuperado el 06 de Febrero de 2019, de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjU-NvfoP3XAhXK5yYKHStmDuYQFghiMAY&url=http%3A%2F%2Fwww.bibliotecadigital.unicamp.br%2Fdocument%2F%3Fdown%3D85&usg=AOvVaw353MFrn3TGW67iCIf2Y0Kp>
- Martinez-Salinas, E., López -Salazar, A., & Ureaña, C. A. (s/f). IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN NO FINANCIERA PARA. (36D), 17. Recuperado el 31 de Enero de 2019, de [http://www.aeca1.org/pub/on\\_line/comunicaciones\\_xviiicongresoaecca/cd/36d.pdf](http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xviiicongresoaecca/cd/36d.pdf)
- Mulet\_Mejía, J. (s.f.). *La innovación, concepto e importancia económica*. Recuperado el 25 de Marzo de 2019, de <https://www.navarra.es/NR/rdonlyres/D696EFD2-6AAA-4EF1-B414-E3A27109EA67/79806/02juanmulet.pdf>
- Padilla , R. (2006). *Comisión Economica para America Latina y el Caribe*. Recuperado el Mayo de 2019, de CEPAL: <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2009/01/2.1Indicadoresdecompetitividad1.pdf>
- Pajuelo-Moreno, M. (2004). EVOLUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN EN CONTABILIDAD DE GESTIÓN. (12). Recuperado el 30 de Enero de 2019, de [http://www.observatorio-iberoamericano.org/ricg/N%C2%BA\\_12/M%C2%AA\\_Luisa\\_Pajuelo.pdf](http://www.observatorio-iberoamericano.org/ricg/N%C2%BA_12/M%C2%AA_Luisa_Pajuelo.pdf)
- Porter, M. (23 de 06 de 2015). *MILENIO*. Obtenido de <http://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>
- Quintero-Rivera, G. (2005). *Contabilidad de Gestión*. Recuperado el 19 de Enero de 2019, de Universidad de Manizales: <http://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/Lumina/article/download/1145/1222>
- Rodriguez , J., Rodriguez , D., Ramírez , S., Sosa, V., Serrano , K., & Velásquez, M. (Mayo de 2018). Recuperado el Abril de 2019
- Rojas, P., & Sepúlveda, S. (1999). ¿QUE ES LA COMPETITIVIDAD? (2), 26. Recuperado el 05 de Febrero de 2019, de <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan038655.pdf>

- ROJAS, P., & SEPÚLVEDA, S. (1999). *SERIE CUADERNOS TECNICOS*.  
Obtenido de  
<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan038655.pdf>
- Rojas, P., Romero, S., & Sepúlveda, S. (2000). Algunos Ejemplos de como medir la Competitividad. *IICA*(14), 1-49. Recuperado el 05 de Febrero de 2019, de <http://repiica.iica.int/docs/B0241e/B0241e.pdf>
- Salgado, J. A. (2014). *Tendencias en contabilidad de gestión: una mirada a su evolucion (finales del siglo XIX y siglo XX*. Recuperado el 13 de Enero de 2019, de <file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-TendenciasEnContabilidadDeGestion-5447029.pdf>
- Salvador, E. (1998). LA CONTABILIDAD DE GESTIÓN COMO HERRAMIENTA PARA LA TOMA DE DECISIONES. *Dialnet*, 85-96. Recuperado el 18 de Marzo de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/229732.pdf>
- Sebastián, M. C. (Julio-Diciembre de 2004). *LA GLOBALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LOS PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA*. Recuperado el 12 de Enero de 2019, de <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/bibliotecas/article/view/497/436>
- SUPERINTENDENCIA. (s.f.). Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscvs/>
- Superintendencia de Compañías*. (2010). Obtenido de [http://www.ccq.ec/wp-content/uploads/2017/06/Consulta\\_Societaria\\_Junio\\_2017.pdf](http://www.ccq.ec/wp-content/uploads/2017/06/Consulta_Societaria_Junio_2017.pdf)
- Tamayo-Tamayo. (1997). Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Uzcátegui, C., Perez, M., & Solano, J. (Febrero de 2017). *Competitividad en Ecuador: Análisis general y sectorial*. Recuperado el 10 de Enero de 2019, de Eumed: <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/empresas/14-competitividad-en-ecuador.pdf>
- Valdez-Requene, M., Nazareno-Véliz, I. T., & Tóala-Preciado, D. (6 de Marzo de 2017). Una visión general acerca de la contabilidad de gestión. 3(esp), 311-323. Recuperado el 01 de Febrero de 2019, de <file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-UnaVisionGeneralAcercaDeLaContabilidadDeGestion-6134937.pdf>
- Vargas, A. (1999). La direccion estratégica. *Universidad Columbia del Paraguay*. Recuperado el 06 de Febrero de 2019
- Vazconez, B. (21 de Octubre de 2014). *Business strategy, economics & Data analytics*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2017, de <https://es.slideshare.net/ByronVasconez/costos-y-precios-espol-tema-2>

Vitez, O. (s.f.). *LA VOZ DE HOUSTON*. Recuperado el 30 de Enero de 2019, de <https://pyme.lavoztx.com/las-ventajas-de-la-contabilidad-de-gestin-4586.html>

## ANEXOS

### Anexo 1



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**



**Dirigido:** Dueños y Directivos de las pequeñas empresas del sector Textil del cantón Ambato

**Objetivo:** Conocer la influencia de la Contabilidad de Gestión en la competitividad de las pequeñas empresas del sector textil.

**Instrucciones:**

- Lea detenidamente antes de responder para proporcionar información veraz.
- Colocar una X en el recuadro correspondiente
- Contestar las preguntas establecidas.

**1.- ¿Cuál es su Cargo?**

Director Ejecutivo	
Gerente	
Subgerente	
Jefes- Operarios	

**2.- ¿Tiene relación directa con los directivos?**

SI  NO

**3.- ¿Conoce usted que es el control administrativo?**

SI  NO

**4.- ¿En qué porcentaje cree usted que se aplica el control administrativo?**

Del 0% al 25%	
Del 26% al 50%	
Del 51% al 75%	
Más del 76%	

**5.- ¿Conoce usted que es la Contabilidad de Gestión?**

SI  NO

**6.- ¿Cómo es el procedimiento de los sistemas contables de la empresa?**

Insatisfactoria	
Aceptable	
Satisfactoria	
Muy Satisfactoria	

**7.- Preparan y ordenan la información financiera y estadística para la toma de decisiones?**

Nunca	
A veces	
Siempre	

**8.- ¿Cada qué período se informa a la alta gerencia?**

Semanal	
Mensual	
Trimestral	
Semestral	

**9.- ¿Existe políticas y procedimientos para la Toma de decisiones?**

SI  NO

**10.- ¿Se aplica el reglamento interno específico para el procesamiento de la información?**

SI  NO

**10.1 ¿Si su respuesta fue SI, como es su aplicación?**

Nunca	
A veces	
Siempre	

**11.- ¿Se comunica eficazmente los resultados de los procesos realizados en la entidad?**

Nunca	
A veces	
Siempre	

**12.- ¿Analizan periódicamente la información acumulada en la base de datos?**

Semanal	
Mensual	
Trimestral	
Semestral	

**13.- ¿Existe una adecuada supervisión y monitoreo de las operaciones de la entidad?**

Insatisfactoria	
Aceptable	
Satisfactoria	
Muy Satisfactoria	

**14.- ¿Considera usted que deba existir otro organismo que regule y controle el proceso de toma de decisiones?**

SI   NO

**15.- ¿La implementación de nuevos procedimientos para un adecuado control administrativo seria?**

Insatisfactoria	
Aceptable	
Satisfactoria	
Muy Satisfactoria	

**¡Gracias por su colaboración!**



## Anexo 2



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**



**Dirigido:** Dueños y Directivos de las pequeñas empresas del sector Textil del cantón Ambato

**Objetivo:** Conocer la influencia de la Contabilidad de Gestión en la competitividad de las pequeñas empresas del sector textil.

**Instrucciones:**

- Lea detenidamente antes de responder para proporcionar información veraz.
- Colocar una X en el recuadro correspondiente
- Contestar las preguntas establecidas.

**1.- ¿La dirección hace uso eficaz de los recursos de la empresa?**

SI  NO

**2.- ¿La empresa posee una infraestructura adecuada?**

SI  NO

**3.- ¿Conoce usted cual es la capacidad de producción?**

Del 0% al 25%	
Del 26% al 50%	
Del 51% al 75%	
Más del 76%	

**4.- ¿Conoce usted cual es el rendimiento de la empresa?**

Del 0% al 25%	
Del 26% al 50%	
Del 51% al 75%	
Más del 76%	

**5.- ¿Por qué es importante lograr una diferenciación para ser competitivo?**

Por su calidad	
Por su precio	
Por la satisfacción al cliente	
Por el servicio brindado	

**6.- ¿Su empresa ha establecido relaciones comerciales con empresas del sector textil?**

Nunca	
A veces	
Siempre	

**7.- ¿Qué grado de relevancia se le da a la información antes de una cita de negocios?**

No es importante	
Poco importante	
Importante	
Muy importante	

**8.- ¿A qué clase de Fuerzas competitivas se enfrenta su empresa?**

Rivalidad entre empresas del Sector	
Poder de negociación con los Proveedores	
Poder de negociación con los clientes	
La amenaza de productos sustitutos	

**9.- ¿Para qué actividades de la empresa usa el internet?**

Prestación de servicios al cliente (información, procedimientos, etc.)	
Recibir servicios de sus proveedores	
Realizar trámites bancarios y financiero	
Realizar trámites de servicios públicos	
Pagos de servicios Básicos	
Facturación Electrónica	

**10.- ¿La empresa realiza sus compras en línea?**

Nunca	
A veces	
Siempre	

**11.- ¿La empresa realiza ventas de sus productos a través de la página web?**

Nunca	
A veces	
Siempre	

**12.- ¿La empresa realiza Estudios de Mercado para realizar negociaciones que permita ofertar sus productos a nivel nacional e internacional? \***

Nunca	
A veces	
Siempre	

**13.- ¿Qué factores considera usted que ayudarían a incrementar la rentabilidad de la empresa?**

Publicidad y promociones	
Creaciones de punto de venta	
Formas de Pago	
Ampliar canales de distribución	

**14.- ¿La empresa identifica cambios y avances tecnológicos en el mercado y rápidamente los adopta para su organización?**

SI  NO  Ocasionalmente

**15.- ¿Actualmente la empresa ha introducido actividades de innovación en?**

Maquinaria y equipos	
Capacitación de Personal	
Procesos de producción	

**16.- ¿En qué porcentaje se encuentran las ventas del producto en el mercado?**

Del 0% al 25%	
Del 26% al 50%	
Del 51% al 75%	
Más del 76%	

**¡Gracias por su colaboración!**