

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ANÁLISIS DE LAS BRECHAS COMPETITIVAS EN LAS PYMEs DE
LA INDUSTRIA MANUFACTURERA DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO
SUBSECTOR: CIU C 22: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE
CAUCHO Y DE PLÁSTICO.

DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

GÉNESIS RUBY RAMÍREZ HERRERA

DIRECTOR: ECON. HERNÁN PEÑA N., MBA

QUITO, MAYO 2012

DIRECTOR DE DISERTACIÓN:

Econ. Hernán Peña N., MBA

INFORMANTES:

Ing. Genoveva Zamora M., MBA

Ximena Villamar E., Mgtr

DEDICATORIA

A mi madre que siempre me ha dado su tiempo y dedicación y que con cada esfuerzo es partícipe de este logro.

A mi padre, que siempre ha sido un pilar de fortaleza y ánimos durante toda mi vida.

A mi hermano, por ser la persona que me ha motivado en mi vida académica y me ha apoyado en todo momento.

AGRADECIMIENTOS

A Dios y a la Virgen por darme la oportunidad de vivir.

A mis padres y mi hermano por su apoyo, consejos y motivación.

A todos los amigos que colaboraron para que este proyecto se lleve a cabo.

A las empresas que tuvieron la apertura para dar la información para el presente estudio.

INTRODUCCIÓN, 1

1. MARCO TEÓRICO, 3

- 1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN, 3
 - 1.1.1 Planteamiento del problema, 3
 - 1.1.2 Formulación del problema, 4
 - 1.1.3 Objetivos de la Investigación, 4
 - 1.1.3.1 General, 4
 - 1.1.3.2 Específicos, 4
 - 1.1.4 Justificación de la investigación, 5
 - 1.1.4.1 Teórica, 5
 - 1.1.4.2 Práctica, 6
- 1.2. VISION TEORICA DE LA COMPETITIVIDAD, 8
 - 1.2.1 Definición de la competitividad,8
 - 1.2.2 Factores que afectan la competitividad empresarial, 10
 - 1.2.3. Factores que favorecen la competitividad empresarial, 13
- 1.3 MODELOS DE COMPETITIVIDAD, 21
- 1.4. LA COMPETITIVIDAD GLOBAL – WEF, 24
 - 1.4.1 Pilares de la Competitividad, 24
 - 1.4.2 El diamante de competitividad de Michael Porter, 28
- 1.5. PERFIL DEL ECUADOR EN EL REPORTE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL WEF 2010-2011, 33
 - 1.5.1 Ecuador: Análisis WEF, 33
 - 1.5.2 Factores más problemáticos a nivel empresarial, 37

2. CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIU C22 FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y DE PLÁSTICO, 40

- 2.1 TRAYECTORIA DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA EN EL ECUADOR EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS, 40
 - 2.1.1 Definición de Industria Manufacturera y Actividad Manufacturera, 40
 - 2.1.2 Comportamiento de la Industria Manufacturera en el Ecuador, 41
- 2.2 TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIU 22 FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y PLÁSTICO EN EL ECUADOR EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS, 47
 - 2.2.1 Reseña Histórica, 47
 - 2.2.2 Indicadores Relevantes del Subsector C22, 49
- 2.3 CARACTERISTICAS DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DMQ, 58
- 2.4 COMPONENTES DEL SUBSECTOR CIU C22: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y DE PLÁSTICO, 65
- 2.5 PRINCIPALES PRODUCTOS QUE ELABORA, 68
- 2.6 APORTE DEL SUBSECTOR C22 A LA ECONOMÍA, 69

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS, 74

- 3.1 METODOLOGÍA APLICADA,74
 - 3.1.1 Trabajo de Campo, 77
 - 3.1.2 Tabulación de Datos, 78
- 3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA,79
 - 3.2.1 Tamaño de Muestra para proporciones y poblaciones finitas, 80
- 3.3 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO,82

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION, 86

- 4.1. SECCIÓN 1: MERCADO, 86
- 4.2. SECCIÓN 2: MERCADEO, 112
- 4.3. SECCIÓN 3: APERTURA COMERCIAL, 129
- 4.4. SECCIÓN 4: GOBIERNO, 142
- 4.5. SECCIÓN 5: DE LAS INSTITUCIONES, 151
- 4.6. SECCIÓN 6: INFRAESTRUCTURA FÍSICA, 163
 - 4.6.1 Del estado, 163
 - 4.6.2 De la empresa, 168
- 4.7. SECCIÓN 7: MERCADO FINANCIERO, 169
- 4.8. SECCIÓN 8: EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL, 181
- 4.9. SECCIÓN 9: DESARROLLO TECNOLÓGICO, 197
- 4.10. SECCIÓN 10: MEDIO AMBIENTE, 219
- 4.11. SECCIÓN 11: GESTIÓN GERENCIAL, 227

5. CALCULO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR C22 FABRICACION DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y DE PLÁSTICO, 243

- 5.1. MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO, 243
 - 5.1.1. Sección 1: mercado, 243
 - 5.1.2. Sección 2: mercadeo, 250
 - 5.1.3. Sección 3: apertura comercial, 251
 - 5.1.4. Sección 4: gobierno, 254
 - 5.1.5. Sección 5: de las instituciones, 255
 - 5.1.6. Sección 6: infraestructura física, 257
 - 5.1.7. Sección 7: mercado financiero, 258
 - 5.1.8. Sección 8: eficiencia del mercado laboral, 260
 - 5.1.9. Sección 9: desarrollo tecnológico, 264
 - 5.1.10. Sección 11: gestión gerencial, 266
- 5.2. APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR C22 FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y PLÁSTICO, 267
 - 5.2.1. Sección 1: mercado, 267
 - 5.2.2. Sección 2: mercadeo, 268
 - 5.2.3. Sección 3: apertura comercial, 269
 - 5.2.4. Sección 4: gobierno, 270
 - 5.2.5. Sección 5: de las instituciones, 271
 - 5.2.6. Sección 6: infraestructura física, 272
 - 5.2.7. Sección 7: mercado financiero, 273
 - 5.2.8. Sección 8: eficiencia del mercado laboral, 274
 - 5.2.9. Sección 9: desarrollo tecnológico, 275

5.2.10. Sección 11: gestión gerencial, 276

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 277

6.1. CONCLUSIONES, 277

6.1.1. Relativas a los factores de competitividad, 277

6.1.2. Relativas a la competitividad del subsector, 293

6.1.3. Índice de competitividad global, 305

6.2. RECOMENDACIONES, 307

6.2.1. Al Gobierno Nacional, 307

6.2.2. A las Universidades, 310

6.2.3. A las PYMEs, 311

6.2.4. A la Cámara de la pequeña y mediana industria, 312

BIBLIOGRAFÍA, 314

ANEXOS, 317

INDICE DE CUADROS

- Cuadro N° 1.- PILARES DE LA COMPETITIVIDAD, 28
- Cuadro N° 2.- FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER, 30
- Cuadro N° 3.- COMPONENTES DEL DIAMANTE DE PORTER, 33
- Cuadro N° 4.- ECUADOR ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL 2010-2011, 35
- Cuadro N° 5.- LOS CUATRO FACTORES MÁS PROBLEMÁTICOS PARA HACER NEGOCIOS EN ECUADOR Y SU POSICIÓN RELATIVA EN OTROS PAÍSES, 39
- Cuadro N° 6.- PARTICIPACION DEL SECTOR DE MANUFACTURA EN EL PIB (2000-2011 A PRECIOS CORRIENTES), 42
- Cuadro N° 7.- PIB DEL SUBSECTOR C22 PRODUCTOS DE FABRICACIÓN DE CAUCHO Y PLÁSTICO. 2007-2011, 49
- Cuadro N° 8.- ACTIVOS PASIVOS Y PATRIMONIO DEL SUBSECTOR CIUU 22 (EN MILLONES DE DÓLARES CORRIENTES), 51
- Cuadro N° 9.-CAPITAL DE TRABAJO NETO DEL SUBSECTOR CIUU 22 (EN MILLONES DE DÓLARES), 53
- Cuadro N° 10.- UTILIDADES DEL SUBSECTOR CIUU 22 (EN MILLONES DE DÓLARES CORRIENTES), 55
- Cuadro N° 11.- ROA Y ROE DEL SUBSECTOR C22, 56
- Cuadro N° 12.- SITUACIÓN FINANCIERA DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO (EN MILLONES DE DÓLARES AMERICANOS), 59
- Cuadro N° 13.- ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 60
- Cuadro N° 14.- ROA DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO Y DEL SECTOR MANUFACTURERO, 62
- Cuadro N° 15.- ROE DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO Y DEL SECTOR MANUFACTURERO, 63

- Cuadro N° 16.-RENDIMIENTO SOBRE VENTAS DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 64
- Cuadro N° 17.- COMPONENTES DEL SUBSECTOR CIU C22, 66
- Cuadro N° 18.- COMPOSICIÓN DEL VALOR AGREGADO BRUTO DEL SUBSECTOR C22, 69
- Cuadro N° 19.- PRODUCCIÓN, CONSUMO INTERMEDIO, VALOR AGREGADO BRUTO Y PARTICIPACIÓN DEL SUBSECTOR C22 EN EL PIB. (MILES DE DÓLARES CORRIENTES), 70
- Cuadro N° 20.- EMPLEO DEL SUBSECTOR C22 (EN NÚMERO DE PERSONAS), 73
- Cuadro N° 21.- RESUMEN DE LLAMADAS Y VISITAS, 78
- Cuadro N° 22.- FICHA TÉCNICA DE LA POBLACIÓN DEL CIU C22: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y PLÁSTICO, 79
- Cuadro N° 23.- DATOS UTILIZADOS PARA CÁLCULO DE LA MUESTRA, 81
- Cuadro N° 24.- MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO, 84
- Cuadro N° 25.- TABLA DE CALIFICACIÓN, 84
- Cuadro N° 26.- SEGMENTO DE MERCADO ATENDIDO, 87
- Cuadro N° 27.- PRODUCTOS OFRECIDOS AL SEGMENTO C: INDUSTRIA MANUFACTURERA, 89
- Cuadro N° 28.- PRODUCTOS DESTINADOS AL SEGMENTO G COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR, 91
- Cuadro N° 29.- PRODUCTOS DESTINADOS A LOS SECTORES: F, Q, A, E, T Y S, 92
- Cuadro N° 30.- PRINCIPALES COMPRADORES, 94
- Cuadro N° 31.- CARACTERÍSTICAS POR LAS QUE LA EMPRESA ES RECONOCIDA EN EL MERCADO, 95
- Cuadro N° 32.- VENTAJAS Y FORTALEZAS FRENTE A LA COMPETENCIA NACIONAL, 97
- Cuadro N° 33.- VENTAJAS Y FORTALEZAS FRENTE A LA COMPETENCIA INTERNACIONAL, 98
- Cuadro N° 34.- CANAL DE DISTRIBUCIÓN EN EL MERCADO INTERNO, 100
- Cuadro N° 35.- COBERTURA DE MERCADOS GEOGRÁFICOS A NIVEL NACIONAL, 101

- Cuadro N° 36.- DIFICULTADES PARA INGRESAR Y PERMANECER EN EL MERCADO, 103
- Cuadro N° 37.- DIFICULTADES PARA EXPORTAR, 104
- Cuadro N° 38.- FORTALEZAS DE LA COMPETENCIA A NIVEL NACIONAL, 106
- Cuadro N° 39.- FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A EXPANSIÓN, 107
- Cuadro N° 40.- FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A CONTRACCIÓN, 109
- Cuadro N° 41.- FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A COMPETENCIA, 110
- Cuadro N° 42.- FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A INNOVACIÓN, 111
- Cuadro N° 43.- ¿TIENE SU EMPRESA UN PLAN DE MERCADEO?, 113
- Cuadro N° 44.- PERSONA RESPONSABLE DEL PLAN DE MERCADEO, 114
- Cuadro N° 45.- OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO PARA EL 2011, 115
- Cuadro N° 46.- ESTRATEGIAS DE MERCADEO, 117
- Cuadro N° 47.- POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS, 118
- Cuadro N° 48.- ¿DISPONE DE UN PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD?, 119
- Cuadro N° 49.- EJES DEL PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD, 120
- Cuadro N° 50.- PERIODICIDAD DE REALIZACIÓN DE INVESTIGACIONES DE MERCADO, 122
- Cuadro N° 51.- CONTROLES EMPLEADOS PARA EVALUAR EL CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE MERCADEO, 123
- Cuadro N° 52.- SISTEMAS DE SERVICIO POST VENTA QUE PRESTA LA EMPRESA AL CLIENTE, 125
- Cuadro N° 53.- PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LA EMPRESA CON SUS CLIENTES, 126
- Cuadro N° 54.- PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE PROVEEDORES NACIONALES Y EXTRANJEROS CON LA EMPRESA, 128
- Cuadro N° 55.- ¿SU EMPRESA ACTUALMENTE REALIZA EXPORTACIONES?, 129
- Cuadro N° 56.- PRODUCTOS Y DESTINOS DE EXPORTACIÓN PARA EL 2012, 131
- Cuadro N° 57.- RESTRICCIONES PARA EL INGRESO DE PRODUCTOS, 132

- Cuadro N° 58.- PORCENTAJE DE AFECTACIÓN DE ARANCELES EN LA EXPORTACIÓN, 134
- Cuadro N° 59.- MATERIA PRIMA/ PRODUCTOS/ INSUMOS IMPORTADOS, 135
- Cuadro N° 60.- PORCENTAJE DE PRODUCTO CON MEZCLA IMPORTADA, 137
- Cuadro N° 61.- RÉGIMEN DE IMPORTACIONES PARA LOS INSUMOS Y PRODUCTOS DEL EXTERIOR, 138
- Cuadro N° 62.- BENEFICIOS O PERJUICIOS DE LAS POLÍTICAS DE FOMENTO PARA EXPORTACIONES, 140
- Cuadro N° 63.- COMPETIDORES EN EL MERCADO EXPORTABLE, 141
- Cuadro N° 64.- INCENTIVOS OFRECIDOS POR EL GOBIERNO PARA LA CREACIÓN DE PYMES, 143
- Cuadro N° 65.- MECANISMOS QUE OFRECE EL GOBIERNO PARA EL DESARROLLO DE LAS PYMES, 144
- Cuadro N° 66.- POLÍTICAS DEL ESTADO QUE FACILITAN AL SISTEMA PRODUCTIVO SU INSERCIÓN EN EL COMERCIO MUNDIAL, 146
- Cuadro N° 67.- POLÍTICAS QUE ADMINISTRA EL GOBIERNO PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR EN DONDE SE ENCUENTRA, 147
- Cuadro N° 68.- INCIDENCIA DE LA POLÍTICA TRIBUTARIA, FINANCIERA, LABORAL Y DE COMERCIO EXTERIOR EN EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DEL SUBSECTOR C22, 149
- Cuadro N° 69.- EFECTOS DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN LA UTILIDAD FINAL, 150
- Cuadro N° 70.- INSTITUCIONES PÚBLICAS CON LAS QUE SE ENCUENTRAN VINCULADOS POR SU ACTIVIDAD ECONÓMICA, 153
- Cuadro N° 71.- SAFISTICACIÓN CON LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS INSTITUCIONALES, 154
- Cuadro N° 72.- COLABORACIÓN DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS PARA QUE EXISTA UN MERCADO LIBRE DE COMPETENCIA, 156
- Cuadro N° 73.- MANERAS EN QUE LA LEY PROTEGE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y LA INICIATIVA PRIVADA, 157
- Cuadro N° 74.- ASOCIACIONES O AGREMIACIONES A LAS QUE SE ENCUENTRAN AFILIADOS, 159

- Cuadro N° 75.- FORMA DE DEFENSA DE LOS INTERESES EMPRESARIALES POR PARTE DE LAS ASOCIACIONES Y AGREMIACIONES, 160
- Cuadro N° 76.- MANERAS EN QUE INFLUYE LA INSEGURIDAD Y LA CORRUPCIÓN EN EL EJERCICIO DE SUS ACTIVIDADES, 162
- Cuadro N° 77.- CALIFICACIÓN DE LA CALIDAD Y DISPONIBILIDAD DE LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA, 164
- Cuadro N° 78.- INFLUENCIA EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE LAS PYMES, 165
- Cuadro N° 79.- INFLUENCIA EN LA CONSECUCCIÓN DE NUEVOS MERCADOS, 167
- Cuadro N° 80.- ¿COLABORA EL SECTOR PRIVADO EN EL DESARROLLO DE LA INFRAESTRUCTURA NACIONAL?, 168
- Cuadro N° 81.- ACTIVIDADES EMPRESARIALES FINANCIADAS POR PRODUCTOS DEL SISTEMA FINANCIERO, 170
- Cuadro N° 82.- ACCESO A LOS CRÉDITOS DE LA BANCA PRIVADA EN LA OPERACIÓN NORMAL DE LA EMPRESA, 172
- Cuadro N° 83.- PORCENTAJE DE COBERTURA DE LAS CRÉDITOS DE LA BANCA PRIVADA EN LA OPERACIÓN NORMAL DE LA EMPRESA, 173
- Cuadro N° 84.- HERRAMIENTAS UTILIZADAS PARA DETERMINAR NECESIDADES FINANCIERAS, 175
- Cuadro N° 85.- ACCESO A CRÉDITOS DE ORGANISMOS DE CRÉDITO ESTATALES QUE CUBREN LA OPERACIÓN NORMAL DE LA EMPRESA, 177
- Cuadro N° 86.- PORCENTAJE DE COBERTURA DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS POR ORGANISMOS ESTATALES A LAS OPERACIONES NORMALES DE LAS EMPRESAS, 177
- Cuadro N° 87.- FINANCIAMIENTO EN EL MERCADO INTERNO PARA ACTIVIDADES DE CAMBIOS TECNOLÓGICOS, DE REESTRUCTURACIÓN INDUSTRIAL E INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, 180
- Cuadro N° 88.- PROMEDIO DE FORMACIÓN QUE TIENE EL PERSONAL DE LAS EMPRESAS, 182
- Cuadro N° 89.- PRINCIPALES DESTREZAS Y HABILIDADES QUE CARACTERIZAN AL PERSONAL DE SU EMPRESA, 184

- Cuadro N° 90.- FORMAS DE MEDIR LA EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA LABORAL, 186
- Cuadro N° 91.- NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA LABORAL DEL SUBSECTOR C22, 187
- Cuadro N° 92.- CALIFICACIÓN DEL NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA LABORAL POR EMPRESA, 188
- Cuadro N° 93.- ASPECTOS DE ESTIMULACIÓN PARA LA POLÍTICA SALARIAL, 190
- Cuadro N° 94.- RELACIÓN ENTRE PATRONOS Y TRABAJADORES, 191
- Cuadro N° 95.- PROGRAMAS DE DESARROLLO PROFESIONAL Y PERSONAL, 193
- Cuadro N° 96.- PROGRAMAS Y POLÍTICAS PARA EL PERFECCIONAMIENTO DEL PERSONAL, 194
- Cuadro N° 97.- MANERAS EN QUE INFLUYE LA POLÍTICA LABORAL DEL GOBIERNO EN LA CONTRATACIÓN DEL PERSONAL, 196
- Cuadro N° 98.- PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO CONTINUO EN MARCHA, 197
- Cuadro N° 99.- ENTIDADES QUE HAN COLABORADO EN LA IMPLEMENTACIÓN DE MEJORAMIENTO CONTINUO, 199
- Cuadro N° 100.- FORTALEZAS TECNOLÓGICAS QUE TIENE COMPETENCIA, 200
- Cuadro N° 101.- CAMBIOS EN PRODUCTOS O PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZANDO BENCHMARKING, 202
- Cuadro N° 102.- INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA DE MARKETING, 203
- Cuadro N° 103.- INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA, 205
- Cuadro N° 104.- INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA FINANCIERA, 206
- Cuadro N° 105.- INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN, 207
- Cuadro N° 106.- INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁRES DE RECURSOS HUMANOS, 209
- Cuadro N° 107.- FLEXIBILIDAD DE LOS DIRECTIVOS PARA ADOPTAR CAMBIOS, 210

- Cuadro N° 108.- MEDICIÓN DE EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA, 211
- Cuadro N° 109.- EN COMPRA DE MAQUINARIA POR NECESIDAD SE RECURRE A, 213
- Cuadro N° 110.- ACTIVIDADES ORIENTADAS A PROMOVER LA CREATIVIDAD E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y PROCESOS, 214
- Cuadro N° 111.- PRODUCTOS Y PROCESOS PATENTADOS, 216
- Cuadro N° 112.- ORGANISMOS QUE PROVEEN FINANCIAMIENTO PARA PROGRAMAS DE I&D, 217
- Cuadro N° 113.- PROGRAMAS QUE OFRECEN LAS UNIVERSIDADES PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL, 218
- Cuadro N° 114.- CLASE DE DESECHOS Y DESPERDICIOS QUE SE GENERAN, 220
- Cuadro N° 115.- IMPACTO QUE GENERAN LOS DESECHOS EN LA UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS EMPRESAS, 222
- Cuadro N° 116.- MEDIOS UTILIZADOS PARA MANEJAR LOS DESECHOS Y DESPERDICIOS, 223
- Cuadro N° 117.- PLANES DE REMEDIACIÓN AMBIENTAL, 225
- Cuadro N° 118.- PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA EL MANEJO DE REMEDIACIÓN, 226
- Cuadro N° 119.- EDUCACIÓN DEL EQUIPO GERENCIAL, 228
- Cuadro N° 120.- ¿CUENTAN CON UN PLAN ESTRATÉGICO PARA ENFRENTAR A LA COMPETENCIA?, 229
- Cuadro N° 121.- PRESUPUESTOS ESPECÍFICOS QUE SE ADMINISTRA PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL, 231
- Cuadro N° 122.- ¿TIENE DEFINIDA LA MISIÓN DE LA EMPRESA?, 233
- Cuadro N° 123.- OBJETIVOS ESTRATÉGICOS A MEDIANO PLAZO, 234
- Cuadro N° 124.- ENCARGADO DE DEFINIR OBJETIVOS, 236
- Cuadro N° 125.- MEDIDAS QUE SE TOMA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD, 237
- Cuadro N° 126.- MEDIDAS PARA REDUCIR COSTOS, 239

- Cuadro N° 127.- ACTIVIDADES QUE CONFORMAN LA CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA, 240
- Cuadro N° 128.- ELEMENTOS DE VALOR QUE AÑADEN AL PRODUCTO FRENTE A LA COMPETENCIA, 242
- Cuadro N° 129.- FACTOR DE ÉXITO 10.01: Índice del tamaño del mercado nacional, 244
- Cuadro N° 130.-FACTOR DE ÉXITO 6.15: Sofisticación del comprador, 246
- Cuadro N° 131.- FACTOR DE ÉXITO 11.04: Naturaleza de la ventaja competitiva nacional, 247
- Cuadro N° 132.-FACTOR DE ÉXITO 6.02: Grado de dominio del mercado nacional, 247
- Cuadro N° 133.- FACTOR DE ÉXITO 6.09: Prevalencia de las barreras comerciales-nacionales, 248
- Cuadro N° 134.- FACTOR DE ÉXITO 6.01: Intensidad de la competencia local, 248
- Cuadro N° 135.-FACTOR DE ÉXITO 11.03: Estado del desarrollo de clústers (expansión), 249
- Cuadro N° 136.- FACTOR DE ÉXITO 12.01: Capacidad de innovación, 249
- Cuadro N° 137.- FACTOR DE ÉXITO 11.08: Grado de comercialización, 250
- Cuadro N° 138.- FACTOR DE ÉXITO 6.14: Grado de orientación al cliente, 250
- Cuadro N° 139.- FACTOR DE ÉXITO 11.02: Calidad de proveedores locales, 251
- Cuadro N° 140.- FACTOR DE ÉXITO 10.02: Índice del tamaño del mercado extranjero, 251
- Cuadro N° 141.- FACTOR DE ÉXITO 6.10: Aranceles, 252
- Cuadro N° 142.- FACTOR DE ÉXITO 6.04: Alcance y efecto de los impuestos MP, 252
- Cuadro N° 143.- FACTOR DE ÉXITO 6.04: Alcance y efecto de los impuestos PT, 143
- Cuadro N° 144.-FACTOR DE ÉXITO 1.09: Peso de las regulaciones gubernamentales, 253
- Cuadro N° 145.- FACTOR DE ÉXITO 6.06: Requisitos para iniciar un negocio, 254
- Cuadro N° 146.- FACTOR DE ÉXITO 1.12: Transparencia en las políticas del gobierno, 254
- Cuadro N° 147.- FACTOR DE ÉXITO 1.19: Eficacia de los ministerios públicos, 255

- Cuadro N° 148.- FACTOR DE ÉXITO 1.04: Confianza del público en el gobierno, 255
- Cuadro N° 149.- FACTOR DE ÉXITO 1.02: Protección de la propiedad intelectual, 256
- Cuadro N° 150.- FACTOR DE ÉXITO 1.14: Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas, 256
- Cuadro N° 151.- CÁLCULO DE LA CALIDAD GENERAL DE LA INFRAESTRUCTURA, 257
- Cuadro N° 152.- FACTOR DE ÉXITO 2.01: Índice de la calidad general de la infraestructura, 258
- Cuadro N° 153.- FACTOR DE ÉXITO 8.04: Facilidad de acceso al crédito, 258
- Cuadro N° 154.- FACTOR DE ÉXITO 8.03: Financiamiento a través del mercado local de capital, 259
- Cuadro N° 155.- FACTOR DE ÉXITO 8.01: Disponibilidad de los servicios financieros, 259
- Cuadro N° 156.- FACTOR DE ÉXITO 8.06: Restricción en los flujos de capital, 260
- Cuadro N° 157.- FACTOR DE ÉXITO 5.02: Tasa de matriculación en la educación superior, 260
- Cuadro N° 158.- FACTOR DE ÉXITO 7.06: Paga y productividad, 261
- Cuadro N° 159.- FACTOR DE ÉXITO 7.06: Paga y productividad (Resumen), 261
- Cuadro N° 160.- FACTOR DE ÉXITO 7.02: Flexibilidad en la determinación de los salarios, 262
- Cuadro N° 161.- FACTOR DE ÉXITO 7.01: Cooperación en las relaciones empleador-trabajador, 262
- Cuadro N° 162.- FACTOR DE ÉXITO 5.07: Disponibilidad local de formación y servicios de investigación, 263
- Cuadro N° 163.- FACTOR DE ÉXITO 7.04: Prácticas de contratación y despido, 263
- Cuadro N° 164.- FACTOR DE ÉXITO 9.01: Disponibilidad de las últimas tecnologías, 264
- Cuadro N° 165.- FACTOR DE ÉXITO 9.02: Nivel de la empresa en absorción de tecnología, 264
- Cuadro N° 166.- FACTOR DE ÉXITO 12.01: Capacidad de innovación, 265

- Cuadro N° 167.- FACTOR DE ÉXITO 12.04: Colaboración Universidad-Industria en I&D, 265
- Cuadro N° 168.- FACTOR DE ÉXITO 1.01: Derechos de propiedad, 266
- Cuadro N° 169.- FACTOR DE ÉXITO 11.09: Disposición para delegar autoridad, 266
- Cuadro N° 170.- FACTOR DE ÉXITO 11.05: Amplitud de la cadena de valor, 267
- Cuadro N° 171.- APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN MERCADO, 268
- Cuadro N° 172.- APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN MERCADEO. 269
- Cuadro N° 173.- APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN APERTURA COMERCIAL, 270
- Cuadro N° 174.- APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN GOBIERNO, 271
- Cuadro N° 175.- APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN INSTITUCIONES, 272
- Cuadro N° 176.- APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN INFRAESTRUCTURA FÍSICA, 272
- Cuadro N° 177.- APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN MERCADO FINANCIERO, 273
- Cuadro N° 178.- APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN MERCADO LABORAL, 274
- Cuadro N° 179.- APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN DESARROLLO TECNOLÓGICO, 275
- Cuadro N° 180.- APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN GESTIÓN GERENCIAL, 276
- Cuadro N° 181.- PRIMER PILAR DE COMPETITIVIDAD: INSTITUCIONES, 294
- Cuadro N° 182.- SEGUNDO PILAR DE COMPETITIVIDAD: INFRAESTRUCTURA, 295
- Cuadro N° 183.- QUINTO PILAR DE COMPETITIVIDAD: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN SUPERIOR, 297
- Cuadro N° 184.- SEXTO PILAR DE COMPETITIVIDAD: EFICIENCIA DEL MERCADO, 298

Cuadro N° 185.- SÉPTIMO PILAR DE COMPETITIVIDAD: EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL, 299

Cuadro N° 186.- OCTAVO PILAR DE COMPETITIVIDAD: DESARROLLO DEL MERCADO FINANCIERO, 300

Cuadro N° 187.- NOVENO PILAR DE COMPETITIVIDAD: PREPARACIÓN TECNOLÓGICA, 301

Cuadro N° 188.- DÉCIMO PILAR DE COMPETITIVIDAD: TAMAÑO DEL MERCADO, 302

Cuadro N° 189.- DÉCIMO PRIMER PILAR DE COMPETITIVIDAD: SOFISTICACIÓN DE LA EMPRESA, 303

Cuadro N° 190.- DÉCIMO SEGUNDO PILAR DE COMPETITIVIDAD: INNOVACIÓN, 304

Cuadro N° 191.- ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL, 306

INDICE DE GRAFICOS

- Gráfico N° 1.- COMPARACIÓN ÍNDICE WEF DE ECUADOR Y ECONOMÍAS EFICIENTES, 37
- Gráfico N° 2.- FACTORES PROBLEMÁTICOS DE ECUADOR SEGÚN ENCUESTA WEF, 38
- Gráfico N° 3.- PIB DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA VS. PIB TOTAL. (2000-2011 EN MILLONES DE DÓLARES CORRIENTES), 42
- Gráfico N° 4.- BALANCE DEL SECTOR MANUFACTURERO POR TENDENCIA EN MILLONES DE DÓLARES AMERICANOS, 43
- Gráfico N° 5.- ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO DEL SECTOR MANUFACTURERO. (2006 -2010), 44
- Gráfico N° 6.- UTILIDADES DEL SECTOR MANUFACTURERO. EN MILLONES DE DÓLARES AMERICANOS, 45
- Gráfico N° 7.- ROA DEL SECTOR MANUFACTURERO (2006 -2010), 46
- Gráfico N° 8.- ROE DEL SECTOR MANUFACTURERO (2006 -2010), 47
- Gráfico N° 9.- EVOLUCIÓN DEL PIB EN EL SUBSECTOR C22- (2007 -2011), 50
- Gráfico N° 10.- ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA DEL SECTOR C22. (EN MILLONES DE DÓLARES CORRIENTES), 52
- Gráfico N° 11.- ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO DEL SUBSECTOR C22, 53
- Gráfico N° 12.- CAPITAL DE TRABAJO NETO (CTN) DEL SBSECTOR C22 (EN MILLONES DE DÓLARES), 54
- Gráfico N° 13.- UTILIDADES DEL SUBSECTOR C22 (EN MILLONES DE DÓLARES CORRIENTES), 55
- Gráfico N° 14.- ROA Y ROE DEL SUBSECTOR C22, 57
- Gráfico N° 15.-RENDIMIENTO SOBRE VENTAS DEL SUBSECTOR C22, 58
- Gráfico N° 16.- SITUACIÓN FINANCIERA DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO (EN MILLONES DE DÓLARES AMERICANOS), 59

Gráfico N° 17.- ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 60

Gráfico N° 18.- UTILIDADES DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO (EN MILLONES DE DÓLARES), 61

Gráfico N° 19.- ROA DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO Y DEL SECTOR MANUFACTURERO, 62

Gráfico N° 20.- ROE DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO Y DEL SECTOR MANUFACTURERO, 63

Gráfico N° 21.- RENDIMIENTO SOBRE VENTAS DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 64

Gráfico N° 22.- EXPORTACIONES DEL SECTOR PLÁSTICO Y CAUCHO, 71

Gráfico N° 23.- SEGMENTOS DE MERCADO ATENDIDOS, 87

Gráfico N° 24.- PRODUCTOS OFRECIDOS AL SEGMENTO C: INDUSTRIA MANUFACTURERA, 90

Gráfico N° 25.- PRODUCTOS DESTINADOS AL SEGMENTO G COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR, 91

Gráfico N° 26.- PRODUCTOS DESTINADOS A LOS SECTORES: F, Q, A, E, T Y S, 93

Gráfico N° 27: PRINCIPALES COMPRADORES, 94

Gráfico N° 28: CARACTERÍSTICAS POR LAS QUE LA EMPRESA ES RECONOCIDA EN EL MERCADO, 96

Gráfico N° 29.- VENTAJAS Y FORTALEZAS FRENTE A LA COMPETENCIA NACIONAL, 97

Gráfico N° 30.- VENTAJAS Y FORTALEZAS FRENTE A LA COMPETENCIA INTERNACIONAL, 99

Gráfico N° 31.- CANAL DE DISTRIBUCIÓN EN EL MERCADO INTERNO, 100

Gráfico N° 32.- COBERTURA DE MERCADOS GEOGRÁFICOS A NIVEL NACIONAL, 102

Gráfico N° 33: DIFICULTADES PARA INGRESAR Y PERMANECER EN EL MERCADO, 103

Gráfico N° 34: DIFICULTADES PARA EXPORTAR, 105

- Gráfico N° 35.- FORTALEZAS DE LA COMPETENCIA A NIVEL NACIONAL, 106
- Gráfico N° 36.- FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A EXPANSIÓN, 108
- Gráfico N° 37: FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A CONTRACCIÓN, 109
- Gráfico N° 38: FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A COMPETENCIA, 111
- Gráfico N° 39.- FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A INNOVACIÓN, 112
- Gráfico N° 40.- ¿TIENE SU EMPRESA UN PLAN DE MERCADEO?, 113
- Gráfico N° 41.- PERSONA RESPONSABLE DEL PLAN DE MERCADEO, 114
- Gráfico N° 42.- OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO PARA EL 2011, 116
- Gráfico N° 43.- ESTRATEGIAS DE MERCADEO, 117
- Gráfico N° 44.- POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS, 118
- Gráfico N° 45.- ¿DISPONE DE UN PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD?, 119
- Gráfico N° 46.- EJES DEL PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD, 121
- Gráfico N°47.- PERIODICIDAD DE REALIZACIÓN DE INVESTIGACIONES DE MERCADO, 122
- Gráfico N°48.- CONTROLES EMPLEADOS PARA EVALUAR EL CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE MERCADEO, 124
- Gráfico N° 49.- SISTEMAS DE SERVICIO POST VENTA QUE PRESTA LA EMPRESA AL CLIENTE, 125
- Gráfico N° 50.- PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LA EMPRESA CON SUS CLIENTES, 127
- Gráfico N°51.- PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE PROVEEDORS NACIONALES Y EXTRANJEROS CON LA EMPRESA, 128
- Gráfico N° 52.- ¿SU EMPRESA ACTUALMENTE REALIZA EXPORTACIONES?, 130
- Gráfico N° 53.- PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN PARA EL 2012, 131
- Gráfico N° 54.- DESTINOS PARA EL 2012, 132
- Gráfico N° 55.- RESTRICCIONES PARA EL INGRESO DE PRODUCTOS, 133
- Gráfico N° 56.- PORCENTAJE DE AFECTACIÓN DE ARANCELES EN LA EXPORTACIÓN, 134
- Gráfico N° 57.- MATERIA PRIMA/ PRODUCTOS/ INSUMOS IMPORTADOS, 136

- Gráfico N° 58.- PORCENTAJE DE PRODUCTO CON MEZCLA IMPORTADA, 137
- Gráfico N° 59.- RÉGIMEN DE IMPORTACIONES PARA LOS INSUMOS Y PRODUCTOS DEL EXTERIOR, 139
- Gráfico N° 60.- BENEFICIOS O PERJUICIOS DE LAS POLÍTICAS DE FOMENTO PARA EXPORTACIONES, 140
- Gráfico N° 61.- COMPETIDORES EN EL MERCADO EXPORTABLE, 141
- Gráfico N° 62.- INCENTIVOS OFRECIDOS POR EL GOBIERNO PARA LA CREACIÓN DE PYMES, 143
- Gráfico N° 63.- MECANISMOS QUE OFRECE EL GOBIERNO PARA EL DESARROLLO DE LAS PYMES, 145
- Gráfico N° 64.- POLÍTICAS DEL ESTADO QUE FACILITAN AL SISTEMA PRODUCTIVO SU INSERCIÓN EN EL COMERCIO MUNDIAL, 146
- Gráfico N° 65.- POLÍTICAS QUE ADMINISTRA EL GOBIERNO PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR EN DONDE SE ENCUENTRA, 148
- Gráfico N° 66.- INCIDENCIA DE LA POLÍTICA TRIBUTARIA, FINANCIERA, LABORAL Y DE COMERCIO EXTERIOR EN EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DEL SUBSECTOR C22, 149
- Gráfico N° 67.- EFECTOS DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN LA UTILIDAD FINAL, 151
- Gráfico N° 68.- INSTITUCIONES PÚBLICAS CON LAS QUE SE ENCUENTRAN VINCULADOS POR SU ACTIVIDAD ECONÓMICA, 154
- Gráfico N° 69.- SAFISTICACIÓN CON LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS INSTITUCIONALES, 155
- Gráfico N° 70.- COLABORACIÓN DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS PARA QUE EXISTA UN MERCADO LIBRE DE COMPETENCIA, 156
- Gráfico N° 71.- MANERAS EN QUE LA LEY PROTEGE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y LA INICIATIVA PRIVADA, 158
- Gráfico N° 72.- ASOCIACIONES O AGREMIACIONES A LAS QUE SE ENCUENTRAN AFILIADOS, 159
- Gráfico N° 73.- FORMA DE DEFENSA DE LOS INTERESES EMPRESARIALES POR PARTE DE LAS ASOCIACIONES Y AGREMIACIONES, 161
- Gráfico N° 74.- MANERAS EN QUE INFLUYE LA INSEGURIDAD Y LA CORRUPCIÓN EN EL EJERCICIO DE SUS ACTIVIDADES, 162

Gráfico N° 75.- CALIFICACIÓN DE LA CALIDAD Y DISPONIBILIDAD DE LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA, 164

Gráfico N° 76.- INFLUENCIA EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE LAS PYMES, 166

Gráfico N° 77.- INFLUENCIA EN LA CONSECUCIÓN DE NUEVOS MERCADOS, 167

Gráfico N° 78.- ¿COLABORA EL SECTOR PRIVADO EN EL DESARROLLO DE LA INFRAESTRUCTURA NACIONAL?, 169

Gráfico N° 79.- ACTIVIDADES EMPRESARIALES FINANCIADAS POR PRODUCTOS DEL SISTEMA FINANCIERO, 171

Gráfico N° 80.- ACCESO A LOS CRÉDITOS DE LA BANCA PRIVADA EN LA OPERACIÓN NORMAL DE LA EMPRESA, 172

Gráfico N° 81.- PORCENTAJE DE COBERTURA DE LAS CRÉDITOS DE LA BANCA PRIVADA EN LA OPERACIÓN NORMAL DE LA EMPRESA, 174

Gráfico N° 82.- HERRAMIENTAS UTILIZADAS PARA DETERMINAR NECESIDADES FINANCIERAS, 176

Gráfico N° 83.- ACCESO A CRÉDITOS DE ORGANISMOS DE CRÉDITO ESTATALES QUE CUBREN LA OPERACIÓN NORMAL DE LA EMPRESA, 178

Gráfico N° 84.- PORCENTAJE DE COBERTURA DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS POR ORGANISMOS ESTATALES A LAS OPERACIONES NORMALES DE LAS EMPRESAS, 179

Gráfico N° 85.- FINANCIAMIENTO EN EL MERCADO INTERNO PARA ACTIVIDADES DE CAMBIOS TECNOLÓGICOS, DE REESTRUCTURACIÓN INDUSTRIAL E INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, 181

Gráfico N° 86.- PROMEDIO DE FORMACIÓN QUE TIENE EL PERSONAL DE LAS EMPRESAS, 183

Gráfico N° 87.- PRINCIPALES DESTREZAS Y HABILIDADES QUE CARACTERIZAN AL PERSONAL DE SU EMPRESA, 185

Gráfico N° 88.- FORMAS DE MEDIR LA EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA LABORAL, 186

Gráfico N° 89.- NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA LABORAL DEL SUBSECTOR C22, 187

Gráfico N° 90.- CALIFICACIÓN DEL NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA LABORAL POR EMPRESA, 189

Gráfico N° 91.- ASPECTOS DE ESTIMULACIÓN PARA LA POLÍTICA SALARIAL, 190

Gráfico N° 92. RELACIÓN ENTRE PATRONOS Y TRABAJADORES, 192

Gráfico N° 93.- PROGRAMAS DE DESARROLLO PROFESIONAL Y PERSONAL, 193

Gráfico N° 94.- PROGRAMAS Y POLÍTICAS PARA EL PERFECCIONAMIENTO DEL PERSONAL, 195

Gráfico N° 95.- MANERAS EN QUE INFLUYE LA POLÍTICA LABORAL DEL GOBIERNO EN LA CONTRATACIÓN DEL PERSONAL, 196

Gráfico N° 96.- PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO CONTINUO EN MARCHA, 198

Gráfico N° 97.- ENTIDADES QUE HAN COLABORADO EN LA IMPLEMENTACIÓN DE MEJORAMIENTO CONTINUO, 199

Gráfico N° 98.- FORTALEZAS TECNOLÓGICAS QUE TIENE COMPETENCIA, 201

Gráfico N° 99.- CAMBIOS EN PRODUCTOS O PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZANDO BENCHMARKING, 202

Gráfico N° 100.- INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA DE MARKETING, 204

Gráfico N° 101.- INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA, 205

Gráfico N° 102.- INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA FINANCIERA, 206

Gráfico N° 103.- INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN, 208

Gráfico N° 104.- INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁRES DE RECURSOS HUMANOS,

Gráfico N° 105.- FLEXIBILIDAD DE LOS DIRECTIVOS PARA ADOPTAR CAMBIOS, 210

Gráfico N° 106.- MEDICIÓN DE EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA, 212

Gráfico N° 107.- EN COMPRA DE MAQUINARIA POR NECESIDAD SE RECURRE A, 213

Gráfico N° 108.- ACTIVIDADES ORIENTADAS A PROMOVER LA CREATIVIDAD E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y PROCESOS, 215

Gráfico N° 109.- PRODUCTOS Y PROCESOS PATENTADOS, 216

Gráfico N° 110.- ORGANISMOS QUE PROVEEN FINANCIAMIENTO PARA PROGRAMAS DE I&D, 217

Gráfico N° 111.- PROGRAMAS QUE OFRECEN LAS UNIVERSIDADES PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL, 219

Gráfico N° 112.- CLASE DE DESECHOS Y DESPERDICIOS QUE SE GENERAN, 221

Gráfico N° 113.- IMPACTO QUE GENERAN LOS DESECHOS EN LA UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS EMPRESAS, 222

Gráfico N° 114.- MEDIOS UTILIZADOS PARA MANEJAR LOS DESECHOS Y DESPERDICIOS, 224

Gráfico N° 115.- PLANES DE REMEDICIÓN AMBIENTAL, 225

Gráfico N° 116.- PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA EL MANEJO DE REMEDIACIÓN, 227

Gráfico N° 117.- EDUCACIÓN DEL EQUIPO GERENCIAL, 228

Gráfico N° 118.- ¿CUENTAN CON UN PLAN ESTRATÉGICO PARA ENFRENTAR A LA COMPETENCIA?, 230

Gráfico N° 119.- PRESUPUESTOS ESPECÍFICOS QUE SE ADMINISTRA PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL, 232

Gráfico N° 120.- ¿TIENE DEFINIDA LA MISIÓN DE LA EMPRESA?, 233

Gráfico N° 121.- OBJETIVOS ESTRATÉGICOS A MEDIANO PLAZO, 235

Gráfico N° 122.- ENCARGADO DE DEFINIR OBJETIVOS, 236

Gráfico N° 123.- MEDIDAS QUE SE TOMA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD, 238

Gráfico N° 124.- MEDIDAS PARA REDUCIR COSTOS, 239

Gráfico N° 125.- ACTIVIDADES QUE CONFORMAN LA CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA, 241

Gráfico N° 126.- ELEMENTOS DE VALOR QUE AÑADEN AL PRODUCTO FRENTE A LA COMPETENCIA, 242

Gráfico N° 127.- APROXIMACION BRECHAS COMPETITIVAS ECUADOR- C22, 307

RESUMEN EJECUTIVO

Los resultados expuestos en la presente tesis, tiene como propósito dar a conocer los hallazgos, en un ámbito de estudio limitado y bien definido, de la situación competitiva de las PYMEs comprendidas dentro del sector CIU 22: Fabricación de productos de caucho y de plástico. Así como la emisión de recomendaciones que ayuden a mejorar su situación competitiva.

En el capítulo I se determina las bases teóricas que delimitan el tema principal de análisis, y el enfoque hacia la teoría de Michael Porter del Diamante de la Competitividad.

En el capítulo II se delimita al Sector CIU 22: Fabricación de productos de caucho y plástico, partiendo de un análisis general de la industria ecuatoriana se llega a establecer el papel que desempeñan las Pequeñas y Medianas empresas que corresponden al sector.

Siguiendo con el capítulo III, que demuestra el aspecto metodológico utilizado en la investigación, el enfoque y las herramientas utilizadas para obtener los resultados. El capítulo IV muestra la tabulación de los resultados obtenidos, presentados en gráficos explicativos por cada pregunta realizada en la encuesta.

En el capítulo V se utilizan matrices de perfil competitivo para obtener los índices competitivos del sector y obtener las brechas con el índice de competitividad emitido por el FEM. Finalmente, en el capítulo VI se emiten las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

INTRODUCCION

El análisis de la competitividad es una herramienta fundamental para conocer la situación actual del sector industrial del país y específicamente del Distrito Metropolitano de Quito, así como también es de alta importancia para coordinar políticas gubernamentales, así como decisiones y estrategias empresariales.

Tal como señala el Foro Económico Mundial (FEM) con sede en Ginebra la competitividad es el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan la productividad de un país, en el presente análisis además de la presente definición se utiliza el informe 2010-2011 emitido por el FEM en donde se evaluó 139 economías de países desarrollados y en desarrollo, y el Ecuador, dentro de este contexto, ocupa el puesto 105 en la clasificación mundial¹. De ahí que aparece la necesidad de conocer la realidad de las Pequeñas y Medianas Empresas y cuan distantes se encuentran de la evaluación realizada por el Foro.

El Índice de Competitividad Global se construye cuantitativamente, en la realidad económica del país y cualitativamente a partir de la encuesta de opinión a empresarios, líderes y actores de la realidad interna del país.

¹ El Universo.(10 de Septiembre 2010). [<http://www.eluniverso.com/2010/09/10/1/1356/ecuador-continua-105-ranking-competitividad.html?p=1355&m=2160>]. *Economía*.

En el caso de Ecuador es un país lleno de riquezas naturales, con estabilidad económica mantenida, durante los últimos años, debido a la implementación de la dolarización; sin embargo, actualmente se encuentra ante un gran desafío competitivo no solo por la crisis financiera interna sino por el déficit fiscal de los Estados Unidos de Norteamérica. Ecuador obtuvo un crecimiento del PIB Producto Interno Bruto de 6.50%² en el 2011, indicador que demuestra la estabilidad en ciertos pilares de la economía, pero que sin duda determina una situación complicada para las industrias nacionales que tienen dificultades en la reactivación de la producción, debido a mayores cargas fiscales que solventan el excesivo gasto público. Según el Banco Central del Ecuador “el comportamiento del PIB ecuatoriano ha sido altamente volátil frente a los shocks externos e internos, las crisis globales, y en especial frente a las variaciones del precio del petróleo en el mercado internacional”³, aseveración que demuestra la alta dependencia al oro negro, y la necesidad imperante de formar un país más competitivo, enfocado en la exportación y con diversidad de producción.

Precisamente, en el presente trabajo se busca analizar este proceso complejo llamado competitividad, enfocado en las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito dentro del subsector CIU C22: Fabricación de productos de caucho y de plástico.

Para realizar el análisis se utiliza la Clasificación Industrial Uniforme de todas las actividades económicas (CIU) Revisión 4, donde se referirá en forma específica a la fabricación de productos de caucho y de plástico.

² Banco Central del Ecuador. *Boletín mensual Diciembre 2011*.

³ Banco Central del Ecuador. *La economía ecuatoriana luego de 10 años de dolarización*. p. 72

1. MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1 Planteamiento del problema⁴

Hoy en día, la economía globalizada obliga cambios drásticos en la producción de bienes y servicios, características del empleo, medios de financiamiento, tecnología, innovación, información, entre otros. Se asiste a momentos de conformación de bloques económicos y alianzas regionales a nivel mundial. Dentro de este contexto, los fabricantes, productores y exportadores ecuatorianos podrían ingresar más fácilmente a los mercados internacionales si su oferta sería más competitiva.

Surge entonces la necesidad de identificar cómo se encuentran los factores de competitividad de las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito, tomando en cuenta los estudios efectuados por entidades del Ecuador y del exterior, con el objeto de comparar con el referente nacional y regional para recomendar al gobierno central las políticas gubernamentales que vuelvan al Ecuador un país más competitivo.

⁴ Cfr. Proyecto de Investigación. “Análisis de las brechas competitivas de las PYMEs de la industria manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito”

1.1.2 Formulación del problema

¿Cuáles son los factores de competitividad que inciden negativamente en el desarrollo de las PYMEs de la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito?

1.1.3 Objetivos de la Investigación

1.1.3.3 General

Determinar las brechas competitivas existentes entre el indicador nacional y las PYMEs de la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito, correspondiente al subsector CIIU C22: Fabricación de Productos de Caucho y de Plástico.

1.1.3.4 Específicos

- Analizar la aplicabilidad a las pequeñas y medianas industrias de los factores que utiliza la WEF⁵ para medir la competitividad de las naciones

- Definir los factores de competitividad a consultarse en las PYMEs en el subsector CIIU C22: Fabricación de Productos de Caucho y Plástico.

⁵ WEF: World Economic Forum

- Establecer los factores que generan ventaja competitiva y aquellos que no, dentro del subsector CIIU C22: Fabricación de Productos de Caucho y Plástico de la Industria Manufacturera del DMQ.
- Determinar la competitividad existente en las PYMEs del subsector CIIU C22: Fabricación de Productos de Caucho y Plástico de la Industria Manufacturera del DMQ utilizando el diamante de competitividad.

1.1.4 Justificación de la investigación

1.1.4.1 Teórica

En la presente investigación se analiza las teorías administrativas aplicables a la situación actual de las PYMEs desde el punto de vista de su nivel competitivo detectando debilidades y fortalezas, diseñando estrategias que les permitan competir dentro de su propio CIIU, y en diferentes entornos internos y externo, analizando su gobierno y gerencia.

Además para el desarrollo de la investigación se aplicará los conocimientos adquiridos durante los años de estudio académico, dentro de las disciplinas de Economía, Planificación, Producción, Finanzas, Costos, Contabilidad, Derecho Societario, Derecho Laboral, Derecho Tributario y Estadística.

Es así que, se aplicará la Economía para el análisis del mercado y su apertura para el desarrollo de brechas competitivas útiles para las PYMEs, así como para el entendimiento de políticas gubernamentales y la situación macroeconómica con sus efectos en la situación interna de las PYMEs.

Para analizar los factores competitivos de infraestructura y tecnología se requiere la aplicación de las disciplinas de Planificación, Producción y Costos, para la comprensión y correspondiente análisis de las necesidades y oportunidades que poseen las PYMEs frente a los retos competitivos de exportación y globalización.

Finalmente, en el análisis de los factores de finanzas, mercado laboral y desarrollo institucional se aplicará los conocimientos adquiridos principalmente en Finanzas, Costos, Contabilidad, Derecho Societario, Derecho Laboral y Derecho Tributario como bases fundamentales para el entendimiento de las políticas y administración de las PYMEs, así como de sus fortalezas o limitantes de crecimiento y obtención de mayor competitividad. Dentro de toda la investigación los fundamentos estudiados durante la carrera sobre Estadística serán de extensa utilización y ayuda para la correcta obtención de resultados válidos y confiables.

1.1.4.2 Práctica

La importancia práctica del proyecto se detalla a continuación:

- **Solución a los problemas de las actividades productivas de la sociedad.-** Este proyecto sirve para replantear los programas gubernamentales, sectoriales y gremiales, a fin de mejorar los índices de competitividad.
- **Desarrollo de la Cultura Investigativa en los Estudiantes.-** Este proyecto afianza el proceso investigativo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, tanto desde el punto de vista metodológico como práctico.

Además el presente trabajo sentará las bases para la consolidación del semillero de investigación de la FCAC que estará conformado por ahora por tres docentes y 24 alumnos de pregrado o egresados, que serán los encargados de realizar el trabajo de campo.

- **Desarrollo de una Base de Datos Actualizada.-** El proyecto da la posibilidad de desarrollar una base de datos confiable y actualizada, que permitirá procesar nuevas investigaciones de campo.
- **Contribución al desarrollo de la investigación académica:** El presente proyecto también va a contribuir al fortalecimiento de la Docencia Investigativa en el marco de las Líneas de: políticas macroeconómicas, mercado financiero, laboral, desarrollo tecnológico, medio ambiente, sistemas integrados de gestión de operaciones y Gestión de PYMEs.

1.2.VISIÓN TEÓRICA DE LA COMPETITIVIDAD

1.2.1 Definición de Competitividad.

En todo el mundo se ha creado una gran preocupación por investigar y determinar los requisitos necesarios para ser competitivos. Sin embargo, la competitividad es un concepto tan amplio y difícil de medir que es importante delimitarlo y definirlo⁶. El término competitividad se origina en el concepto inglés “*Competitiveness*” que significa “capacidad de competir, o rivalidad para la consecución de un fin, y se deriva del concepto competencia”.⁷

Stalk, Evan y Shulman (1992) señalan que la competitividad se le asocia con una mayor productividad, por lo que se utiliza los términos competitividad y productividad indistintamente, y comúnmente se entiende el concepto de competitividad como la “mayor penetración de los mercados, en los crecientes flujos de inversión y en los menores costos unitarios laborales alcanzados” (BERUMEN 2009, p.11).

En el caso del sector productivo, las empresas compiten entre sí por una porción del mercado según Berumen, (2009), por ello se considera a la competitividad como la habilidad para diseñar, producir y vender bienes y servicios, cuyas cualidades de precios y no precios forman una serie de beneficios más atractivos que los competidores.

⁶ Cfr. ONUDI y MICIP. (2004). *Competitividad Industrial del Ecuador*. Quito: Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad.

⁷ (miércoles 14 de septiembre 2011, a las 22:06). [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=competitividad]. *Competitividad*.

Según Markusen (1992) una empresa es competitiva si: la productividad total de factores es igual o mayor que la de sus competidores y si los costos unitarios promedios son iguales o menores que los de sus competidores. Una industria gana competitividad si aumenta su participación de mercado en las exportaciones hacia un mercado específico.

Según el Foro Económico Mundial (FEM en español World Economic Forum WEF en inglés) con sede en Ginebra la competitividad es el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan la productividad de un país.⁸

Este organismo ha desarrollado y publicado anualmente desde 1979 el Índice de Competitividad Global (Global Competitiveness Index) en el World Competitiveness Yearbook (Anuario de la competitividad Mundial), a través de un análisis de aquellos factores que permiten a las economías de los países obtener un crecimiento económico sustancial y prosperidad a largo plazo.⁹ El informe de 2010-2011 evaluó 139 economías de países desarrollados y en desarrollo, el Ecuador, dentro de este contexto, ocupa el puesto 105 en la clasificación mundial.¹⁰

El índice de competitividad mide la habilidad de los países de proveer una mayor satisfacción de los consumidores al menor costo. Esta habilidad depende de cuán productivamente una nación utiliza sus recursos disponibles. En consecuencia, el

⁸ Cfr. K., SCHWAB. (2010). *Global competitiveness report 2010-2011*. World Economic Forum. p.4.

⁹ Cfr. Ibidem. p.3.

¹⁰ El Universo, (viernes 10 de septiembre 2010). [<http://www.eluniverso.com/2010/09/10/1/1356/ecuador-continua-105-ranking-competitividad.html?p=1355A&m=2160>]. *Economía/Competitividad*

índice mide un conjunto de instituciones, políticas y factores que definen los niveles de prosperidad económica sostenible hoy y a mediano plazo.¹¹

La competitividad está determinada por elementos económicos, sociales, ambientales y políticos, que establecen la capacidad de la empresa para lograr una posición única y sostenible en el mercado. Este índice se creó con el interés de identificar aquellos países con “las mejores perspectivas de crecimiento económico comprendido entre los siguientes 5 a 10 años en base a las condiciones actuales”; sin embargo, cabe resaltar que el mismo, no constituye un pronóstico. (BERUMEN, 2009, p. 20)

1.2.2. Factores que afectan la competitividad

El crecimiento empresarial se consolida por factores de diversa índole, tanto interna como externamente¹². Aseveración compartida por Santos (2005) en su Manual CEO GEO XXI que señala la existencia de factores endógenos y exógenos como aquellos que intervienen en la actividad productiva y determinan la competitividad de las empresas.

Así como pueden darse “situaciones favorables para la inversión, también deben existir motivación y determinación para aprovechar las circunstancias del entorno”.¹³ Entonces se define a los factores endógenos como a aquellas

¹¹ Google Scholar. “*Scholar articles for Global Competitiveness Report*”. Consultado el 28-09-2010.

¹² FARRELL Y HITCHENS (1988, p.1380) establecen que las pequeñas empresas son mucho más dependientes de factores externos que las grandes empresas.

¹³ F., SANTANA, J., DORTA, y otros. (2006). *Factores del crecimiento empresarial especial referencia a las pequeñas y medianas empresas*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia. Revista Innovar, VOL 16. Num 028 p. 43

actividades que se realizan dentro de la empresa para el desarrollo de la producción, comercialización, entrega y apoyo post-venta, es decir aquellos elementos internos que pueden generar potencialidades y que promuevan el crecimiento de las empresas; y, a los factores exógenos como variables sobre las cuales la empresa no puede ejercer control.¹⁴

➤ **Factores internos o endógenos**

Dentro de esta categorización se han considerado las siguientes potencialidades internas:

- **Edad y Tamaño de la empresa**, definida como el ciclo del proceso de crecimiento empresarial y que como principal condicionante tiene la disponibilidad de acceder a mercados de capital u obtener financiamiento.
- **Motivación** de los directivos y empleados, como factor necesario para el aprovechamiento de recursos como oportunidades de crecimiento. Según Child y Kieser (1981), Fernández (1993), Petrakis (1997), y Feindt et al. (2002), señalan que éste es un factor de absoluta relevancia principalmente para las empresas pequeñas.¹⁵ Fernández (1993, p.180) dice que los recursos humanos, entendiéndose a éstos como el personal que incluye conocimientos, entrenamiento, experiencia, capacidad de adaptación y lealtad a la empresa, es un factor primordial para obtener

¹⁴ Cfr. J., SANTOS. (2005). *Manual ECO GEO XXI*. San Salvador: Acción Consultores.

¹⁵ Cfr. F., SANTANA, J., DORTA, y otros. Op. Cit.. p. 44

una mayor ventaja en el mercado. Este factor también incluye el relacionamiento estrecho con el cliente que permita adquirir mayores compromisos con la calidad del producto o servicio, así como con los empleados para incentivarlos para alcanzar las metas¹⁶.

- **Estructura de Propiedad**, definiéndose a tal como la composición de la propiedad que delimita las decisiones sobre razones de endeudamiento, distribución de resultados, y rentabilidad de la empresa.

- **Gestión de conocimiento**, parte de la idea de que la creación de valor en las empresas se determina por el nivel de activos inmateriales o intangibles, éstos activos son según Campos (1998, p. 215) generados por la incorporación del conocimiento e intelecto a las actividades productivas de las empresas. Estos conocimientos son la “única fuente duradera de ventaja competitiva”. (NONAKA, 1991, p. 96).

Además, estos elementos intangibles permiten en la competencia internacional tener ventajas de diferenciación de productos, mayor productividad y rentabilidad. (VILASECA & TORRET 2003, p. 518).

Entre otros factores endógenos también encontramos la logística interna, operaciones, mercadotecnia, servicio, abastecimiento.¹⁷

¹⁶ Cfr. S., FEINDT, J., JEFFCOATE & C., CHAPPELL. (2002). Identifying success factors for rapid growth in SME E-commerce. *Small Business Economics*, 19. Holanda: Springer. p.53.

¹⁷ J., SANTOS. (2005). *Manual ECO GEO XXI*. San Salvador: Acción Consultores.

➤ **Factores externos o exógenos**

Dentro de estos factores los más relevantes se pueden agrupar en factores relativos al entorno sectorial de la empresa, constituido por competidores, clientes y proveedores; y el segundo grupo por los factores de nivel macroeconómico tales como: la demanda, mejoras tecnológicas, accesibilidad a créditos privados, y apoyo gubernamental; es decir, todos aquellos factores que determinan las oportunidades y amenazas del entorno en su normal desenvolvimiento de actividades.

El uso de estos conceptos supone una continua orientación hacia el entorno y una actitud estratégica por parte de las empresas grandes como en las pequeñas, en las de reciente creación o en las maduras y en general en cualquier clase de organización. Por otra parte, el concepto de competitividad nos hace pensar en la idea "excelencia", o sea, con características de eficiencia y eficacia de la organización.

1.2.2 Factores que favorecen la Competitividad

Según el World Competitiveness Yearbook (Anuario de la competitividad Mundial) del World Economic Forum (WEF) (Foro Económico Mundial) se utiliza los siguientes ocho factores como aquellos que definen a la competitividad de un país.¹⁸

Estos factores son los mismos con que trabaja el Modelo INCAE.

¹⁸ Cfr. S., BERUMEN, O., PALACIOS. (2009). *Competitividad, Clusters e Innovación*. México: Editorial Trillas. Primera edición. p. 19

➤ Apertura

Este factor mide si un país es abierto o cerrado al intercambio y la inversión extranjera, por ende, mide también la integración a la economía mundial. (BERUMEN y PALACIOS, 2009, p. 20).

Por ello los objetivos de la apertura tratan de aumentar la producción para destinarla a mercados internacionales; es decir, tener una balanza de pagos positiva, con acceso ágil a los insumos y bienes de capital obteniendo como resultado la dinamización de economías por medio del incremento de la capacidad de producción de la industria local. (BELTRÁN y otros, 2011, p.47).

➤ Gobierno

Se establece el grado de apoyo u obstaculización de la función del Estado en la economía para impulsar la competitividad¹⁹; es decir, se mide el peso del déficit fiscal, la tasa de ahorro público, el grado impositivo en los recursos disponibles para la inversión privada así como la calidad de los servicios públicos. Este factor estimula un manejo adecuado de la deuda interna, la inversión pública, y fomenta programas de implementación y desarrollo de PYMEs exportadoras.²⁰

¹⁹ Cfr. Ibidem. p. 19

²⁰ Cfr. A., BELTRÁN, E., TORRES, y otros. (2004). *PYMEs Un reto a la competitividad*. Colombia: Universidad Externado de Colombia. p. 50

Así también, evalúa los niveles de burocracia, establece controles para detectar la evasión fiscal, y delimita los parámetros para lograr mayor eficiencia laboral y mejorar el manejo de gasto del gobierno.

➤ Finanzas

Este factor mide la forma en la cual los mercados financieros de un país afectan al consumo privado y el ahorro, y qué tan eficientemente intermedian los procesos de ahorro e inversiones productivas. (BERUMEN, 2009, p. 19).

Concibe que un sector financiero sólido con políticas firmes y facultado para generar ahorro que sea dirigido a inversión productiva y para “financiar programas de mejoramiento y expansión del sector industrial”, permite asegurar una infraestructura con bases sólidas para la consolidación de empresas competitivas, además, permite fortalecer su crecimiento y sostenibilidad. También analiza por parte de los empresarios, su conocimiento de “mercados de capitales, su capacidad de negociar, manejar y conseguir recursos” para inversión. (BELTRÁN y otros, 2011, p.49).

Analiza las políticas que generan un sector financiero sólido; el comportamiento del mercado de capitales y de servicios, capacidad del ahorro nacional; capacidad de negociar recursos financieros para actividades productivas.

➤ Infraestructura

Mide la calidad, cantidad e infraestructura física del país. Se considera que tener una infraestructura adecuada es vital para incrementar la productividad del sector privado y para convertir al país en un atractivo destino de inversión extranjera. (BERUMEN, 2009, p. 19). Es decir, en este factor se analiza la calidad y grado de eficiencia de servicios como el transporte, telecomunicaciones, energía eléctrica, puertos y aeropuertos, y se determina controles para que se aplique leyes adecuadas para el uso de los servicios mencionados. (BELTRÁN y otros, 2011, p.50).

Este factor puede evaluarse desde dos enfoques: el primero denominado “infraestructura tradicional que comprende energía, viabilidad” lo que abarca carreteras, plantas hidroeléctricas, puertos y aeropuertos; y el segundo, “la infraestructura del conocimiento, que contempla las tecnologías de información y comunicación”²¹ que se refiere a servicios y difusión de Internet y telefonía.

➤ Tecnología

La tecnología juega un papel fundamental en la competitividad industrial, ya que determina de “manera estructural las capacidades domésticas de los diferentes países”.²² Se mide el grado en que los países destinan recursos a la investigación y desarrollo de actividades, el apoyo a la educación superior y

²¹ Unidad Técnica de Estudios para la Industria (UTEPI), (2007). *Competitividad Industrial del Ecuador*. Ministerio de Industrias y Competitividad y la ONUDI. p. 103

²² *Ibíd.* p. 85.

la capacitación de los trabajadores. Los avances en ciencia y tecnología o conocimientos son una fuerza importante conductora para la productividad y el crecimiento económico a largo plazo. (BERUMEN, 2009, p. 20).

La mayoría de economías desarrolladas orientan su estrategia competitiva hacia la investigación y el desarrollo, los países en vías de desarrollo, en su mayoría, privilegian la inversión extranjera directa como fuente de transferencia tecnológica. Para países como el Ecuador, el mejor desempeño industrial resulta de una adecuada combinación de ambas estrategias.²³

La difusión de tecnología también abarca la adquisición de patentes, licencias, regalías y marcas registradas y la importación directa de bienes de capital.

Es decir, analiza la creación de ventajas competitivas sustentadas en la capacidad de la investigación básica y aplicada, con la aplicación eficiente e innovadora de tecnologías nuevas o ya existentes; capital humano disponible; innovación; diferenciación y desarrollo de proceso y productos.

La inversión de largo plazo en investigación y desarrollo, aumenta la competitividad en las empresas. Usualmente, aumenta la competitividad de un país más que la inversión pública en investigación y desarrollo en defensa.

➤ Administración o Gerencia

“Considera ciertos atributos de la administración que podrían determinar el éxito o fracaso de las compañías nacionales en la competencia global”.

²³ Ibidem, p. 85

(BERUMEN y PALACIOS, 2009, p. 20). Se analiza el grado estratégico que tiene los empresarios, es decir, si existe planificación estratégica y si ésta se encamina hacia planes tácticos.²⁴

Señala la capacidad de los directivos para definir objetivos en todos los niveles: administración y evaluación de la planificación estratégica; capacidad de innovación; formas de conseguir y mantener la eficiencia y la habilidad de adaptación a los cambios en un medio competitivo; la capacidad de emprender actividades empresariales es esencial para el desarrollo económico.

➤ Trabajo o Mercado Laboral

Mide la eficiencia y competitividad del mercado laboral doméstico. Combina una medida del nivel de costos laborales de un país, relativos a las normas internacionales, y toma en cuenta las medidas de la eficiencia del mercado laboral, el nivel de educación básica y el grado de distorsión de los impuestos laborales. (BERUMEN y PALACIOS 2009, p. 20). Además evalúa las destrezas, habilidades de la mano de obra y se “estimula la libertad de sindicatos y la estabilidad laboral”. (BELTRÁN y otros, 2011, p.51).

Evalúa la eficiencia real y potencial de los recursos humanos. La flexibilidad de los mercados de trabajo. Una fuerza laboral capacitada aumenta la

²⁴ Cfr. A., BELTRÁN, E., TORRES y otros. (2004). Op. Cit.. p. 48

competitividad de un país, y la competitividad tiende a aumentar las expectativas de la calidad de vida.

➤ Instituciones civiles o Desarrollo Institucional.

Este factor se ha incorporado debido al crecimiento del cuerpo de estudios que se preocupan del papel que desempeñan las instituciones civiles y legislativas en el crecimiento económico y la competitividad. (BERUMEN y PALACIOS, 2009, p. 20). Además analiza el nivel de corrupción y la afectación del crimen organizado a las empresas, “vela por la estabilidad de la institucionalidad legal y política, por existencia de agremiaciones y de organizaciones públicas y privadas”. Finalmente, establece reglas anti monopólicas. (BELTRÁN y otros, 2011, p.52).

El índice de competitividad publicado en el World Competitiveness Yearbook (Anuario de Competitividad Mundial) del WEF es el resultado de varias etapas. En la primera se calcula un índice por cada uno de los ocho factores, cada índice es el promedio ponderado de los datos cuantitativos y cualitativos correspondientes a cada factor con una ponderación que refleja el peso relativo de cada variable. Tal peso es el siguiente: “apertura 1/6, gobierno 1/6, finanzas 1/6, infraestructura 1/9, tecnología 1/9, administración 1/8, trabajo 1/6, e instituciones civiles 1/18”. (BERUMEN y PALACIOS, 2009, p. 20).

En el presente estudio se hace eco de la subdivisión de los factores realizada por Beltrán y otros, (2011), que añade los siguientes tres factores para identificar necesidades específicas de las empresas:

➤ Mercados

Conocimiento del empresario sobre el mercado en que se ofertan sus productos y servicios, las fortalezas y debilidades que éstos tienen y de la visión para abarcar futuros mercados. Dentro de este análisis se identifica el nivel de segmentación del mercado, las políticas comerciales, de producto, de distribución y de comunicación tanto del actual como del potencial. (BELTRÁN y otros, 2011, p.52).

➤ Medio Ambiente

Se analiza la regulación y manejo de políticas claras sobre el medio ambiente y su impacto en las actividades de la empresa, se evalúa el conocimiento del ciclo de vida del producto y materias primas, de programas dirigidos al manejo de desechos, y el uso de tecnologías limpias. (BELTRÁN y otros, 2011, p.52).

➤ Mercadeo

Se refiere a la planificación de marketing para lograr posicionamiento de los productos o servicios; es decir, a la utilización de publicidad, promoción,

canales de distribución, a los planes a mediano y largo plazo, a las investigaciones de mercado y a la gestión de servicio post-venta. (BELTRÁN y otros, 2011, p.53).

1.3. MODELOS DE COMPETITIVIDAD

1.3.1 Modelos tradicionales.²⁵

Cadena de Valor.- se desea que todas las actividades del proceso productivo agreguen valor al cliente, como ventaja tiene la facilidad del costeo por actividad; sin embargo, es de difícil análisis, pues se convierte en ardua tarea el identificar qué actividad agrega valor y qué actividad no lo hace.

Basado en los recursos.- este modelo afirma que las empresas pueden llegar a marcar una ventaja competitiva gracias al uso eficiente de los recursos y de las estrategias adecuadas, para ello dichos recursos (humano, físico, tecnológico, monetario, etc.) deben ser difícilmente imitables y muy valiosos.

Basado en el conocimiento.- en este modelo también son importantes los recursos, pero uno especialmente, el recurso humano, las competencias del mismo y el capital intelectual es lo que nos permitirá diferenciarnos del resto.

Modelo Aperturista.- este modelo se basa en la apertura comercial y financiera de los mercados nacionales, dentro de este modelo se pretende abrir totalmente

²⁵ R., VILLARREAL. (2002). *El modelo de competitividad sistémica para el desarrollo*. (Centro de Capital Intelectual y Competitividad MÉXICO). México Competitivo 2020

los mercados de los países de América Latina a capitales extranjeros sin ningún tipo de control.

1.3.2 Modelo de Triple Hélice

Creada por Etzkowitz y modificado por Leydesdorff (1996, 1997) y Jones-Evans (1997). El modelo parte del espiral de la innovación, el que capta las múltiples relaciones recíprocas entre organizaciones participantes, tanto de orden público, privado y académico. De la interacción de los tres agentes resulta un círculo llamada capa emergente de las relaciones. La triple hélice que se forma cuando se unen los tres agentes, provoca tres universos interrelacionados: los agentes, las organizaciones y las leyes y reglamentos. “Este modelo es muy utilizado en la creación de parques científicos y tecnológicos”. (HOBOM, 2004, p.15).

1.3.3 Competitividad Sistémica

(DAHLMAN, 1994, p. 69) “Bajo el enfoque de la competitividad sistémica, todos los elementos que integran la vida económica de un país, región o localidad, colaboran estrechamente con la finalidad de lograr una mayor productividad, flexibilidad y adaptabilidad a los cambios”.

Las claves sobre las que funciona son²⁶:

- “A nivel macroeconómico:

a) Calidad tecnológica

²⁶ S., BERUMEN, y O., PALACIOS. (2009).Op. Cit.. p. 70

- b) Responsabilidad por las necesidades de los clientes
 - c) Rápida capacidad de decisión
 - d) Agresiva estrategia de mercadotecnia
 - e) Eficiente distribución de los clústers
 - f) Eficiente distribución de insumos para la producción y servicios.
 - g) Elección efectiva y un eficiente uso de la tecnología.
- A nivel mesoeconómico:
 - a) Eficiente infraestructura física y de servicios, tales como de orden logístico, telemático, electricidad y redes hidráulicas.
 - b) Rapidez en el cumplimiento de las sugerencias declaradas por los clientes.
 - c) Potenciación de la infraestructura orientada al desarrollo de las habilidades humanas
 - d) Infraestructura de apoyo para el adecuado desarrollo técnico y tecnológico.
- A nivel macroeconómico:
 - a) Pleno empleo con bajos índices inflacionarios
 - b) Equilibrio en la balanza de pagos
 - c) Adecuado crecimiento del ingreso per cápita y de una apropiada distribución del ingreso.
 - d) Altos niveles de inversión que permitan incorporar y mejorar los activos tecnológicos

1.4.COMPETITIVIDAD GLOBAL – WEF

1.4.1. Pilares de la competitividad

El método utilizado para calcular el Índice Global de la Competitividad incluye 114 variables de los cuales dos terceras partes provienen de la Encuesta de Opinión Ejecutiva, que es una encuesta llevada a cabo por el Foro Económico Mundial y que constituye una de las dos fuentes para el Reporte Global de Competitividad, mientras que la tercera parte proviene de fuentes públicas de información, que constituyen la segunda fuente de información.

El Índice Global de Competitividad clasifica las naciones en tres etapas de desarrollo. Entre cada una de las etapas se encuentran dos grupos de transición. Las variables antes mencionadas, son organizadas en 12 pilares, cada una representa un área importante y determinante para la competitividad. “En Ecuador, la Escuela de Postgrado en Administración de Empresas (ESPAE) de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) administra esta encuesta”.²⁷

El primer pilar: *Instituciones*, se determina por el ambiente legal y administrativo dentro del cual, los individuos, empresas y el gobierno interactúan para generar ingresos y riqueza en la economía. Este pilar influye las decisiones de inversión, la organización de la producción y juega un papel fundamental en la forma en que la sociedad distribuye los beneficios y soporta el costo de desarrollar estrategias y políticas.

²⁷ S., WONG. (2010). *Competitividad Global: Resultados 2010-2011*. Ecuador: ESPAE: Escuela de Postgrado en Administración de Empresas. p.2

El segundo pilar: *Infraestructura*, como importante factor que determina la localización de la actividad económica y el tipo de sectores y actividades que se pueden desarrollar en una economía en particular, el análisis de este factor se refiere a la necesidad de una extensiva y eficiente infraestructura para el funcionamiento efectivo de la economía, por ejemplo; una infraestructura bien desarrollada reduce el efecto de la distancia entre las regiones, integrando el mercado nacional y conectándolo a un bajo costo a mercados en otros países o regiones.

Ambiente Macroeconómico, el tercer pilar hace referencia al análisis de la estabilidad del ambiente macroeconómico como factor importante para los negocios y para la competitividad global de la economía. A pesar de que es conocido que la estabilidad macroeconómica por sí sola no puede incrementar la productividad de una nación, también es reconocido que un desastre macroeconómico le hace daño a la economía. Por ejemplo, el gobierno no puede proveer de servicios eficientemente si tiene que pagar altos intereses por deudas anteriores.

El cuarto pilar: *Salud y Educación primaria*, considera que una fuerza de trabajo saludable es vital para la competitividad y productividad de un país. De ahí que, inversiones en servicios de salud son críticas para la economía y para consideraciones morales. Además, la educación básica incrementa la eficiencia de cada trabajador, por ello la falta de educación básica puede convertirse en un obstáculo para el desarrollo de los negocios, ya que las empresas encontrarán difícil poder crear valor a través de la elaboración de productos más sofisticados.

La educación superior y entrenamiento, son el quinto pilar de competitividad, cuyo desarrollo es crucial para las economías que desean incrementar la cadena de valor. Este factor evalúa las tasas de enrolamiento en la educación secundaria y de tercer nivel así como la calidad de la educación evaluada por la comunidad empresarial. Además se analiza el entrenamiento y capacitación del personal como factor que asegura el mejoramiento de las habilidades de los trabajadores.

Eficiencia de Mercado de bienes, es el sexto pilar, que se refiere a la posibilidad de los países para producir la correcta mezcla de productos y servicios según las condiciones de demanda y oferta, así como para asegurar que estos bienes puedan ser intercambiados eficientemente en la economía. El mejor escenario posible para el intercambio de bienes requiere el mínimo de impedimentos para la actividad empresarial por parte del Gobierno.

Eficiencia del mercado laboral, hace referencia a la eficiencia y flexibilidad del mercado laboral como pilar fundamental para asegurar que los trabajadores estén ubicados en su uso más eficiente en la economía y ellos puedan obtener los incentivos necesarios para dar su mejor esfuerzo en sus respectivos trabajos. Así como la igualdad en las actividades económicas entre hombres y mujeres.

El octavo pilar: *Desarrollo del mercado financiero*, concibe que un mercado financiero eficiente conduce el ahorro de sus ciudadanos, así como de aquellas inversiones extranjeras hacia los usos más productivos.

El noveno pilar: *Facilidad Tecnológica*, se refiere a la necesidad de tecnología para que las empresas compitan y prosperen. Este pilar mide la agilidad con la cual una economía adopta la tecnología existente para mejorar la productividad de sus industrias con énfasis especial en su capacidad para apalancar la información y las tecnologías de comunicación en sus actividades diarias y procesos de producción incrementando la eficiencia y competitividad.

Tamaño del Mercado, el décimo pilar, se analiza debido a que está íntimamente ligado a la productividad, ya que mercados grandes permiten a las empresas tener economías de escala. Dentro de la medición se incluye tanto el mercado doméstico como mercado extranjero.

El pilar onceavo, *Sofisticación Empresarial*, hace referencia a la calidad de las redes de los negocios globales del país así como a la calidad de las operaciones y estrategias de cada empresa. Factor muy importante para países en un avanzado estado de desarrollo. Este pilar se mide por la cantidad y calidad de los proveedores y la extensión del relacionamiento con las empresas. Así como también, por estrategias empresariales como el benchmarking, marketing, cadena de valor, y la elaboración de productos sofisticados.

El pilar doceavo, *Innovación*, en referencia a la innovación tecnológica a través de la cual la calidad de vida puede ser mejorada. Este factor es de vital importancia, principalmente para aquellas economías que están en el estado de desarrollo de innovación para que mejoren su productividad, y puede ser obtenida siempre que exista el apoyo tanto del sector privado como del público. Lo que significa

inversión en investigación y desarrollo, la presencia de instituciones científicas altamente calificadas, extensa colaboración en investigación entre universidades y empresas, y la protección a la propiedad intelectual.²⁸

Cuadro N° 1.-

PILARES DE LA COMPETITIVIDAD

<p>REQUERIMIENTOS BÁSICOS</p> <p>1 Instituciones</p> <p>2 Infraestructura</p> <p>3 Ambiente Macroeconómico</p> <p>4 Salud y Educación Primaria</p>	<p>Clave para economías basadas en factores de producción</p>
<p>PROMOTORES DE EFICIENCIA</p> <p>5 Educación superior y entrenamiento</p> <p>6 Eficiencia mercado de bienes</p> <p>7 Eficiencia mercado laboral</p> <p>8 Desarrollo del mercado financiero</p> <p>9 Facilidad tecnológica</p> <p>10 Tamaño del mercado</p>	<p>Clave para economías impulsadas por la eficiencia</p>
<p>FACTORES DE INNOVACIÓN Y SOFISTICACION</p> <p>11 Sofisticación empresarial</p> <p>12 Innovación</p>	<p>Clave para economías impulsadas por la innovación</p>

Fuente: K., SCHWAB. (2010). *Global competitiveness report 2010-2011*. World Economic Forum
Elaborado por: Génesis Ramírez

1.4.2 El Diamante de competitividad de Michael Porter

Combinando el enfoque neoclásico con el schumpeteriano para identificar los factores determinantes de la competitividad, Michael Porter (1990) propuso un modelo denominado “Diamond model of competitiveness” (modelo del

²⁸ Cfr. K., SCHWAB. (2010). *Global competitiveness report 2010-2011*. World Economic Forum. p.4-8

diamante de competitividad)²⁹, el mismo que identifica las ventajas nacionales por medio de las ventajas locales.

La propuesta de Porter tiene una base neoclásica puesto que se sustenta en el análisis de los factores de producción: tales como las condiciones de la demanda aplicadas al entorno nacional/regional/ local de la demanda de los mercados para productos y servicios. Mientras que, el enfoque schumpeteriano se refleja en la atención que presta el modelo a la estructura, rivalidad y competencia, así como también la incorporación de aspectos legales, culturales e institucionales conforman una base para determinar las estrategias.

Dentro del modelo se proponen cuatro premisas básicas:

La primera es identificar lo nacional/regional/local y los agentes que lo conforman: tanto empresarios y los sectores industriales, reconociendo las fuentes de ventaja competitiva, pero no sólo a través de los costos diferenciadores.

En segundo lugar, es la explicación de por qué una nación es más o menos atractiva para competir en determinado sector industrial.

En tercer lugar está el papel que desempeñará la nación/región/localidad en el fomento de la competitividad y la innovación.

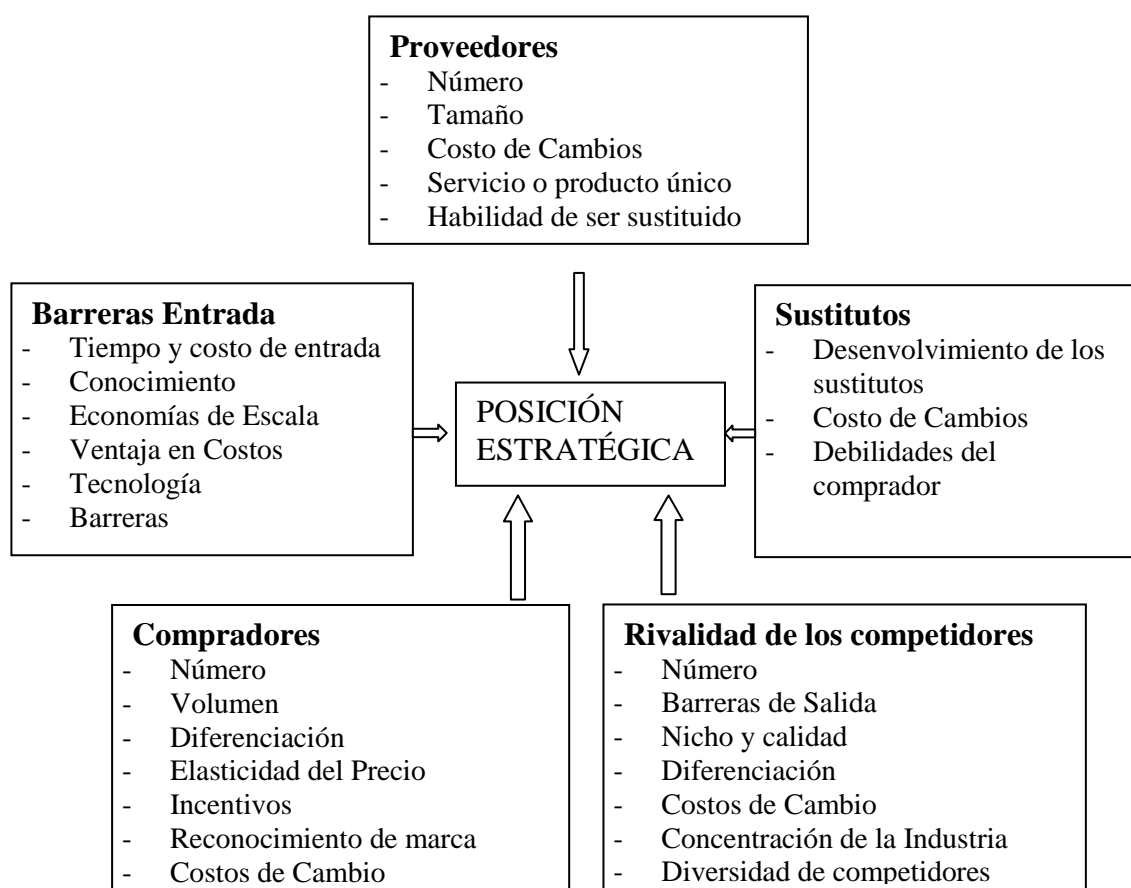
²⁹ Cfr. S., BERUMEN, y O., PALACIOS. (2009). Op. Cit.. p. 60

Finalmente, considera el escenario en el cual se instalan y desenvuelven las empresas, y el impacto que éstas generarán.³⁰

Diferentes industrias pueden tener un nivel de competitividad diverso, Michael Porter, identificó cinco fuerzas competitivas fundamentales que se resumen en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 2.-

FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER



Fuente: M., PORTER. (2011). [<http://www.maxi-pedia.com/Five+Forces+model+by+Michael+Porter>]. *Cinco Fuerzas de Porter*.

Elaborado por: Génesis Ramírez

Barreras de Entrada.- se refiere al nivel de economías de escala que en algunas industrias son de vital importancia como por ejemplo empresas del

³⁰ Cfr. Ibídem. p. 60

sector eléctrico, de distribución, y de bienes de consumo masivo. Además a la necesidad de capital que dependerá de la tecnología y escala productiva que es mayor en industrias químicas, energéticas o mineras. Así como el acceso a canales de distribución, ventajas en costes independientemente de la dimensión, represalias posibles, legislación o acción gubernamental, diferenciación. En general, “las barreras de entrada difieren en función de la industria y el producto/mercado”.³¹

Poder de los compradores y proveedores.- Estas fuerzas pueden analizarse en común porque están fuertemente vinculadas. Todas las organizaciones tienen que obtener recursos y proveer bienes o servicios, eso es lo que se llama cadena de valor o cadena de oferta. Además, la relación entre compradores y vendedores tienen efectos análogos a la hora de limitar la libertad estratégica e influir en los márgenes de acción de las organizaciones.³²

Amenaza de productos sustitutos.- puede darse de diversas formas: a través de sustitución de producto a producto, sustitución de necesidades por un nuevo producto o servicio, sustitución genérica cuando varios productos o servicios compiten por una necesidad, y abstinencia. La disponibilidad de bienes sustitutos puede fijar un tope a los precios de los productos o fragmentar el mercado.³³

Rivalidad entre competidores.- dentro de este factor se analiza el grado de equilibrio entre compradores refiriéndose al tamaño de la organización, las

³¹ G., JOHNSON. (2001). *Dirección Estratégica*. Madrid. p. 158.

³² Cfr. Ibidem. p. 160.

³³ Cfr. Ibidem. p. 162.

tasas de crecimiento de los mercados, la existencia de clientes globales, guerra de precios entre competidores, aumento de la capacidad adicional, diferenciación entre los productos y servicios de competidores.³⁴

La tesis de Porter sostiene que existen cuatro atributos principales de una nación que moldean el contexto en el que las empresas locales compiten, y estos atributos promueven o impiden la creación de una ventaja competitiva. Siendo éstos los componentes del diamante de Porter.³⁵

Estos Atributos son:³⁶

- *Dotación de Factores.*- se refiere a la condición de los factores de producción como mano de obra calificada o infraestructura que se requiere para competir en una industria determinada.
- *Condiciones de la demanda.*- hace referencia a la naturaleza de la demanda nacional para el producto de una determinada industria.
- *Industrias conexas e industrias de apoyo.*- se refiere a la existencia de proveedores y sectores afines con competitividad internacional.
- *Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas.*- considera las condiciones de una nación que rigen las formas cómo las empresas se

³⁴ Cfr. Ibidem. p. 162.

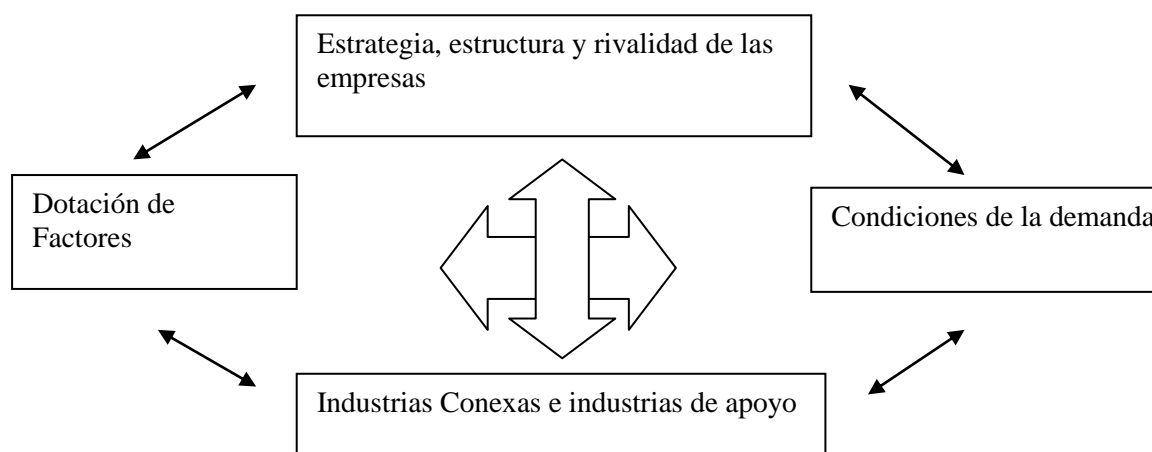
³⁵ Cfr. W.L. CHARLES. (2000). *Negocios Internacionales: Ventaja Competitiva de una nación: el diamante de Porter*. México. p. 113

³⁶ Cfr. Ibidem. p. 114

encuentran creadas, organizadas y dirigidas, así como la naturaleza de la rivalidad nacional.

Cuadro N° 3.-

COMPONENTES DEL DIAMANTE DE PORTER



Fuente: M., PORTER. (1991). *La ventaja Competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Edición Vergara. p.111
Elaborado por: Génesis Ramírez

1.5. PERFIL DEL ECUADOR EN EL REPORTE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL

WEF 2010-2011

1.5.1 Ecuador – Análisis WEF

Tan importante indicador como es el de Competitividad publicado por el FEM dentro del Informe de Competitividad Global, sitúa al Ecuador en el puesto 105 de 131 naciones en todo el mundo en forma general.

En el indicador que toma en cuenta los doce pilares antes descritos como la educación, salud, vialidad y seguridad jurídica, el país se mantenía en el puesto 90 hasta hace cuatro años (2006-2007). Un año más tarde descendió al escalón 104 en el periodo 2008-2009; y finalmente en un último informe, que incluye el 2010 y 2011 bajó un puesto más (105).³⁷

Uno de los aspectos preocupantes para Ecuador es el deterioro en la calificación de estabilidad macroeconómica que en el último reporte muestra un ICG (Índice de Competitividad Global) de 4.76, ubicándolo en el puesto 55 del ranking. En la medición de este factor, se incluye datos del balance de las cuentas fiscales, el ahorro nacional, la inflación, tasas de interés, deuda del gobierno y la calificación de crédito del país en los mercados internacionales.

Dado que Ecuador es una economía dolarizada, al parecer el deterioro constante de esta calificación reflejaría preocupaciones con respecto al déficit fiscal y al manejo de la deuda por parte del gobierno, esto aún más tomando en cuenta que hace tres años (2007) el indicador de estabilidad macroeconómica de Ecuador llegaba a 5.58 para una posición relativa de 27 en el ranking de competitividad global. Así también Ecuador cae en dos indicadores tanto en la calificación del ICG y su respectivo ranking; el primero es eficiencia de mercados laborales cuyo ICG es 3.20, y cuya posición de ranking es 137 de 139 países, y el segundo es la sofisticación de los negocios con un ICG 3.30, cuya posición en el ranking es 107).³⁸

³⁷ Buró de Análisis Informativo. (13 de Enero 2011). [<http://www.burodeanalisis.com/2011/01/13/ecuador-bajo-15-puestos-en-el-ranking-de-competitividad-global-en-4-anos/>]. ***Ecuador bajó 15 puestos en el ranking de Competitividad Global en 4 años.***

³⁸ Cfr. S., WONG. (2010). Op. Cit.. p. 1.

Por otro lado, Ecuador muestra progresos (tanto en el ICG como en su posición en el ranking) dentro de los siguientes tres pilares, que si bien han sido pequeños, al menos son constantes desde el año 2007; es así que en la calificación de infraestructura se ubica en 3.18, ranking 96; el año anterior ocupó la posición 100, en cuanto a salud y educación primaria (5.61, ranking 75; mientras que el año pasado fue 89), y en educación superior y entrenamiento (3.65, posición 92; el año anterior ocupó la posición 103).³⁹

Cuadro N° 4.-

ECUADOR ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL 2010-2011.

Indicador	índice	Ranking (entre 139 países)
Total	3.65	105
I. Requerimientos Básicos	4.15	92
1. Instituciones	3.05	128
2. Infraestructura	3.18	96
3. Estabilidad Macroeconómica	4.76	55
4. Salud y Educación Primaria	5.61	75
II. Factores de Eficiencia	3.41	115
5. Educación Superior y entrenamiento	3.65	92
6. Eficiencia en los Mercados de Bienes	3.36	132
7. Eficiencia en los Mercados Laborales	3.24	137
8. Sofisticación del Mercado Financiero	3.42	115
9. Preparación Tecnológica	2.97	107
10. Tamaño de Mercado	3.81	61
III. Factores de Innovación	2.89	124
11. Sofisticación de Negocios	3.34	107
12. Innovación	2.43	130

Fuente: K., SCHWAB. (2010). *Global competitiveness report 2010-2011*. World Economic Forum
Elaborado por: Génesis Ramírez

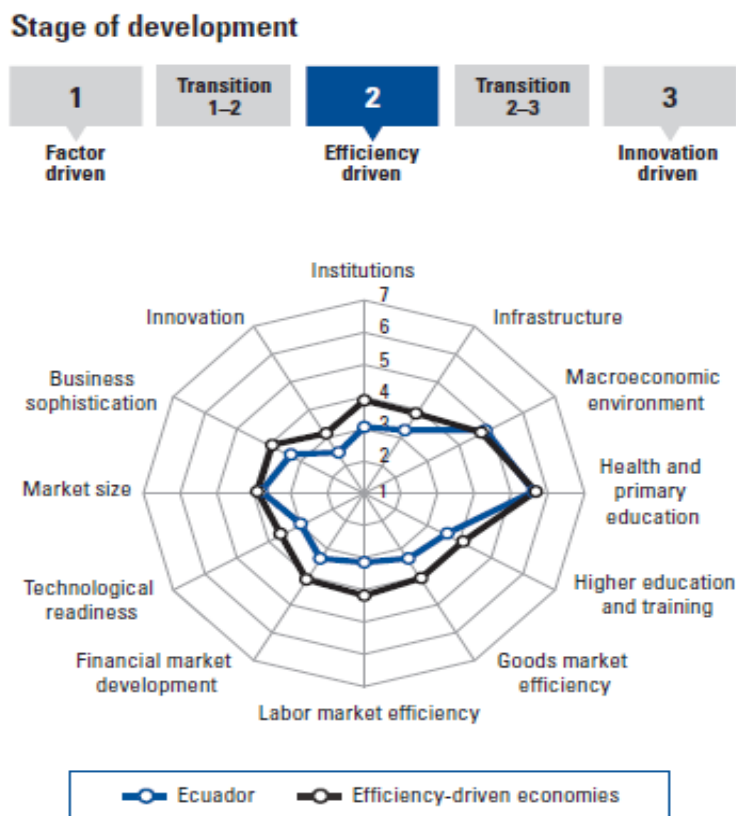
³⁹ Cfr. S. Wong (2010). Op. Cit. p. 2.

El WEF estableció a Ecuador dentro de los estados con desarrollo de una Economía eficiente “efficiency-driven”, es decir paso de ser un país que compite solo con recursos naturales y productos sin valor agregado a ser un país más competitivo que comienza a desarrollar procesos productivos más eficientes e incrementa la calidad de los productos. En este punto de desarrollo la competitividad de las economías está soportada por los factores de eficiencia (en el cuadro N° 4 del pilar 5 al 10).

De ahí que en el Gráfico N° 1 se puede observar la comparación realizada por el WEF con respecto al promedio de puntajes de las economías que se encuentran en el mismo nivel de desarrollo eficiente en general. En éste se analiza que Ecuador está dentro del promedio en los factores de ambiente macroeconómico, educación primaria y salud, y el tamaño del mercado.

Por otro lado está por debajo de la media en los factores: sofisticación de negocios, innovación, instituciones, infraestructura, educación superior y entrenamiento, eficiencia de los mercados de bienes, eficiencia del mercado laboral, eficiencia del mercado financiero, y tecnología.

Gráfico N° 1.-
COMPARACIÓN ÍNDICE WEF DE ECUADOR Y ECONOMÍAS
EFICIENTES



Fuente: K., SCHWAB. (2010). *Global competitiveness report 2010-2011*. World Economic Forum
Elaborado por: Génesis Ramírez

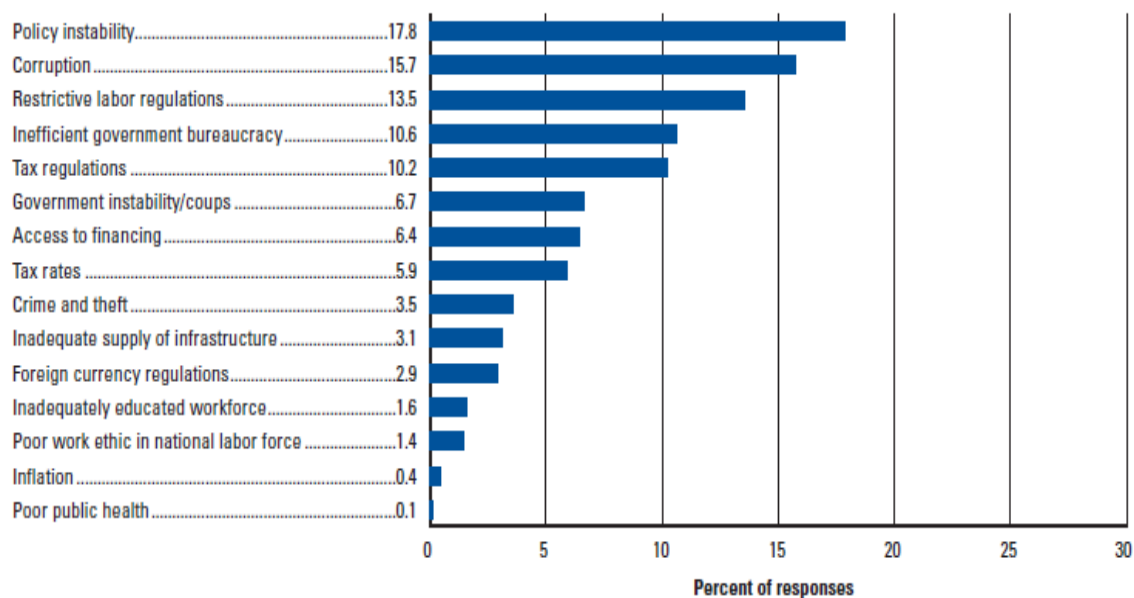
1.5.2 Factores más problemáticos a nivel empresarial

Dentro de los resultados de las encuestas se revela la lista de los factores más problemáticos para hacer negocios. Según los cuales, en Ecuador, los cinco aspectos más problemáticos para los negocios son: inestabilidad en políticas, corrupción, regulaciones laborales restrictivas, una burocracia ineficiente y regulaciones de impuestos.

Gráfico N° 2.-

**FACTORES PROBLEMÁTICOS DE ECUADOR SEGÚN ENCUESTA
WEF.**

The most problematic factors for doing business



Fuente: K., SCHWAB. (2010). *Global competitiveness report 2010-2011*. World Economic Forum

Nota: De una lista de 15 factores, los encuestados seleccionaron los 5 aspectos más problemáticos para hacer negocios en su país y clasificarlos entre 1 a 5 de mayor a menor importancia respectivamente. Las barras en el gráfico muestran las respuestas con el respectivo peso de ranking.

Elaborado por: Génesis Ramírez

La *inestabilidad en políticas* es un factor problemático compartido por Argentina (en donde aparece como el número 1), Venezuela (el número 2) y Bolivia (el número 4). La *corrupción* aparece entre los cuatro factores más problemáticos para hacer negocios en Colombia (1), Paraguay (1), Perú (2), Bolivia (3), Argentina (4) y en las economías ubicadas en las últimas posiciones del ranking del ICG. Así para Chad, ubicada en el ranking 139 –la última posición del ranking del ICG–, la corrupción es el factor más problemático que enfrentan quienes quieren hacer negocios en ese país; y, para Angola, ubicada en el ranking 138 del ICG, la corrupción constituye el problema número 4.

Una *burocracia ineficiente y regulaciones labores restrictivas* es también un gran problema en Latinoamérica inclusive en las economías más competitivas. Podemos citar los casos de Perú y Suiza en donde la burocracia constituye el problema número 1, para Bolivia, Chile, Uruguay y Paraguay es el número 2, y para Colombia y Venezuela es el número 4. Además las regulaciones labores restrictivas forman el primer obstáculo en orden de importancia para hacer negocios en Suecia, Chile y Uruguay, y para Suiza, Perú y Venezuela lo ubican en el problema número 3 por orden de importancia.⁴⁰

Cuadro N° 5.-

LOS CUATRO FACTORES MÁS PROBLEMÁTICOS PARA HACER NEGOCIOS EN ECUADOR Y SU POSICIÓN RELATIVA EN OTROS PAÍSES.

Factores	Ecuador (105)	Bolivia (108)	Venezuela (122)	Colombia (68)	Perú (73)	Chile (30)	Argentina (87)	Brasil (58)	Uruguay (64)	Paraguay (120)	Suiza (1)	Suecia (2)	Angola (138)	Chad (139)
Inestabilidad en políticas	1	4	2	12	10	13	1	11	13	6	6	6	11	7
Corrupción	2	3	6	1	2	11	4	6	15	1	14	14	4	1
Regulaciones laborales restrictivas	3	5	3	7	3	1	6	4	1	7	3	1	7	14
Burocracia gubernamental ineficiente	4	2	4	4	1	2	5	5	2	2	1	7	1	9

Fuente: K., SCHWAB. (2010). *Global competitiveness report 2010-2011*. World Economic Forum
Nota: 1.- El número entre paréntesis es el ranking del país según el Índice de Competitividad Global 2010-2011 del Foro Económico Mundial
Elaborado por: Génesis Ramírez

⁴⁰ Cfr. S., WONG. (2010). Op. Cit., p. 2.

2. CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIU C 22: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y DE PLÁSTICO

2.1. TRAYECTORIA DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA EN EL ECUADOR EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS

2.1.1 Definición de Industria Manufacturera y Actividad Manufacturera

Son aquellas unidades dedicadas a la transformación física, química o electrónica de materiales, sustancias o componentes en productos nuevos. A estas unidades se suelen describir como plantas, factorías o fábricas que se caracterizan por la utilización de maquinaria y equipo que funcionan con electricidad. Sin embargo, también existen las unidades que transforman materiales o sustancias en nuevos productos manualmente o en el hogar del trabajador y las que venden al público productos confeccionados en el mismo lugar, como panaderías y sastrerías.

Las unidades manufactureras pueden elaborar los materiales o contratar a otras unidades para que elaboren esos materiales en su lugar. Ambos tipos de unidades se incluyen en las industrias manufactureras.

Los materiales, sustancias o componentes transformados son materias primas procedentes de la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la pesca y la

explotación de minas y canteras, así como productos de otras actividades manufactureras.

La alteración, renovación o reconstrucción de productos se consideran por lo general actividades manufactureras.⁴¹

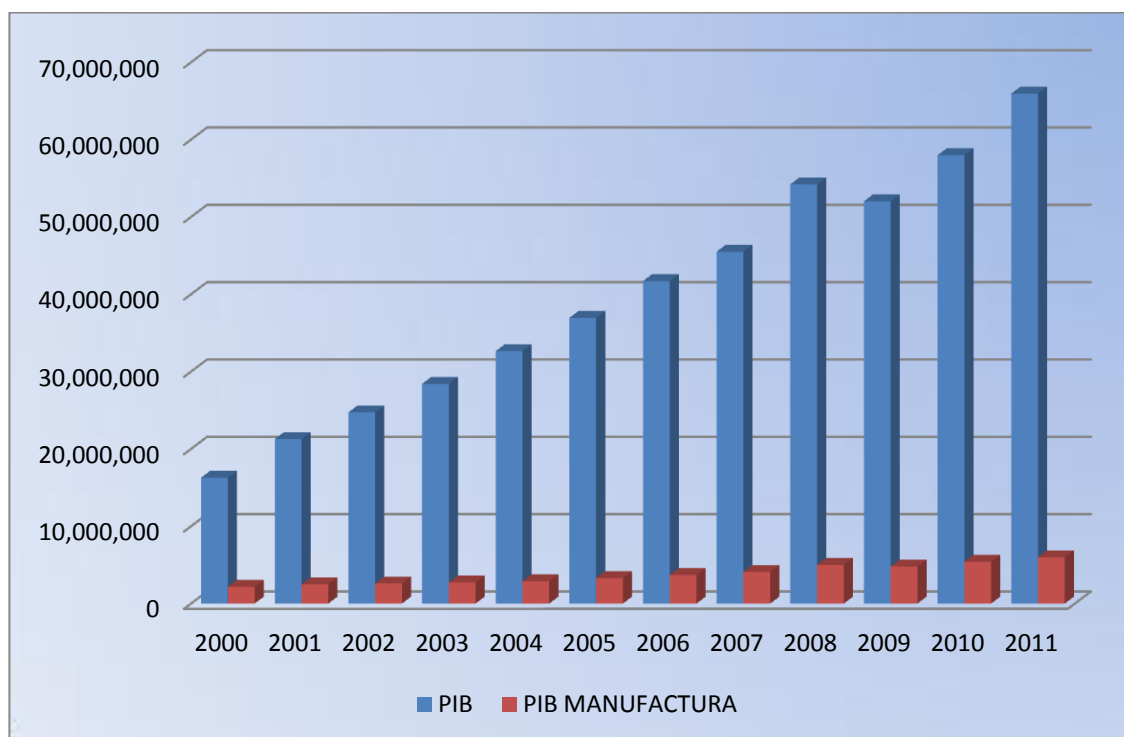
2.1.2. Comportamiento de la Industria Manufacturera en el Ecuador.

PIB (PRODUCTO INTERNO BRUTO)

Como señala el Gráfico N° 3, en los últimos diez años, el Producto Interno Bruto del País ha crecido sostenidamente, de 21 millones de dólares corrientes a 66 millones. El PIB de la manufactura por su parte pasó de 2.4 millones a 5.9 millones de dólares.

El aporte del Sector Manufacturero en una década pasó del 13 al 9% según el Cuadro N° 6. Debido al gran impulso que han tenido otros sectores como el de la construcción; otros servicios como restaurantes, hoteles, bares, comunicaciones, alquiler de vivienda, educación y salud; y explotación de minas y canteras

⁴¹ Cfr. NACIONES UNIDAS, (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades Económicas (CIIU) Rev. 4*. New York: Ediciones Naciones Unidas. p. 87

Gráfico N° 3.-**PIB DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA VS. PIB TOTAL.****(2000-2011 EN MILLONES DE DÓLARES CORRIENTES)****Fuente:** Banco Central del Ecuador**Elaborado por:** Génesis Ramírez**Cuadro N° 6.-****PARTICIPACION DEL SECTOR DE MANUFACTURA EN EL PIB****(2000-2011 A PRECIOS CORRIENTES)**

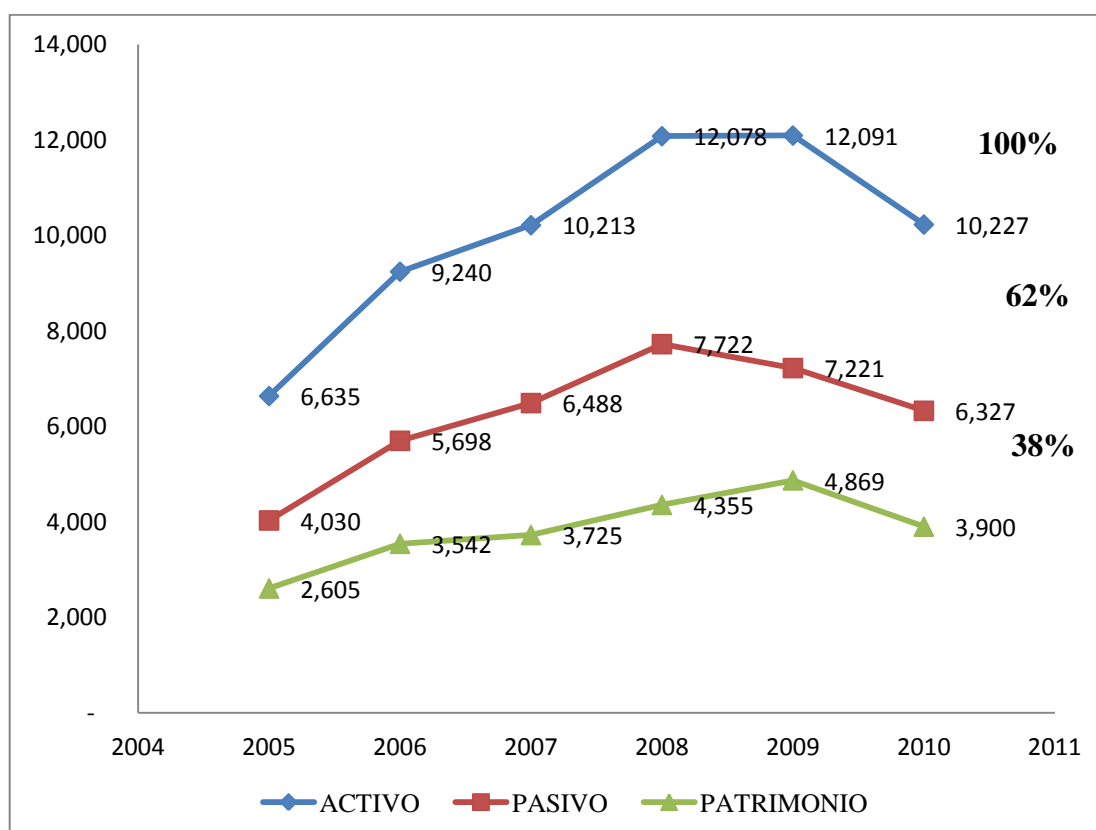
Año	PIB	PIB Manufactura	Aporte en porcentaje
2000	16,282,908	2,169,792	13.33%
2001	21,270,800	2,483,706	11.68%
2002	24,717,858	2,593,049	10.49%
2003	28,409,459	2,734,904	9.63%
2004	32,645,622	2,881,168	8.83%
2005	36,942,384	3,295,962	8.92%
2006	41,705,009	3,697,641	8.87%
2007	45,503,563	4,081,430	8.97%
2008	54,208,524	5,003,982	9.23%
2009	52,021,861	4,792,863	9.21%
2010	57,978,116	5,406,723	9.33%
2011	65,945,432	5,974,274	9.06%

Fuente: Banco Central del Ecuador**Elaborado por:** Génesis Ramírez

ACTIVOS, PASIVOS Y PATRIMONIO DEL SECTOR MANUFACTURERO EN EL ECUADOR.

Conforme al gráfico N° 4 se puede visualizar que los activos, dentro del estado de situación financiera del sector manufacturero pasaron de 6.635 millones a 10.227 millones de dólares americanos en el periodo 2005 -2010. Los pasivos de 4.030 millones a 6.327 millones de dólares americanos y el patrimonio de 2.605 millones a 3.900 millones de dólares americanos.

Gráfico N° 4.-
BALANCE DEL SECTOR MANUFACTURERO POR TENDENCIA
EN MILLONES DE DÓLARES AMERICANOS



Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Génesis Ramírez

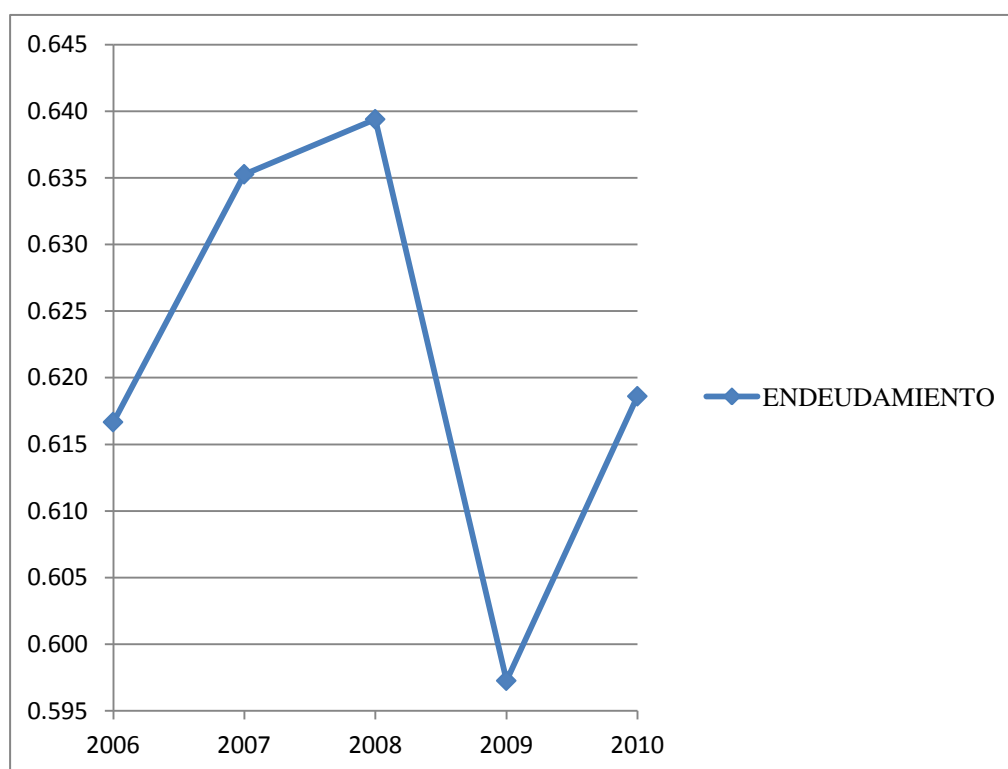
ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO

El nivel de autonomía financiera presenta un cierto grado de independencia del sector manufacturero durante el periodo 2006 al 2010, tiempo en el cual el nivel de endeudamiento sobre los activos pasaron de 0.617 a 0.619, llegando al índice más bajo durante el 2009 que decreció a 0.597.

Gráfico N° 5.-

ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO DEL SECTOR MANUFACTURERO

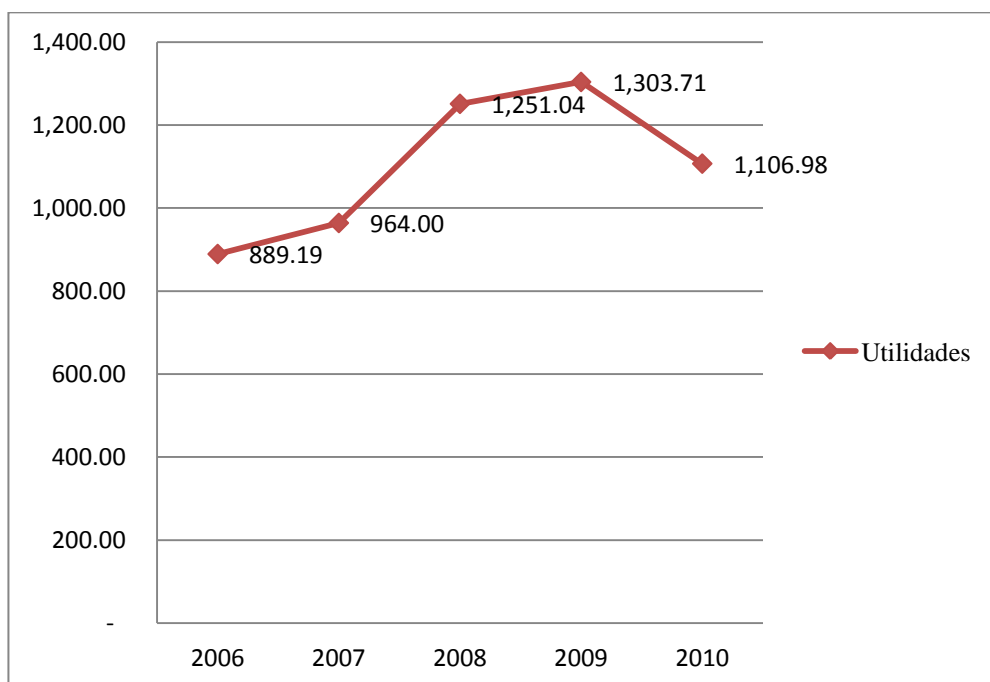
(2006 -2010)



Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Génesis Ramírez

UTILIDADES DEL SECTOR MANUFACTURERO EN EL ECUADOR.

Durante los últimos cinco años las utilidades de la actividad manufacturera pasaron de 889.19 millones a 1.106 millones de dólares americanos. A partir del 2009 se experimenta un descenso debido en gran medida a la carga impositiva que se ha evidenciado en las nuevas reformas tributarias vigentes y la inestabilidad jurídica que no permite desarrollar mayores inversiones que generen rentabilidad.

Gráfico N° 6.-**UTILIDADES DEL SECTOR MANUFACTURERO
EN MILLONES DE DÓLARES AMERICANOS.**

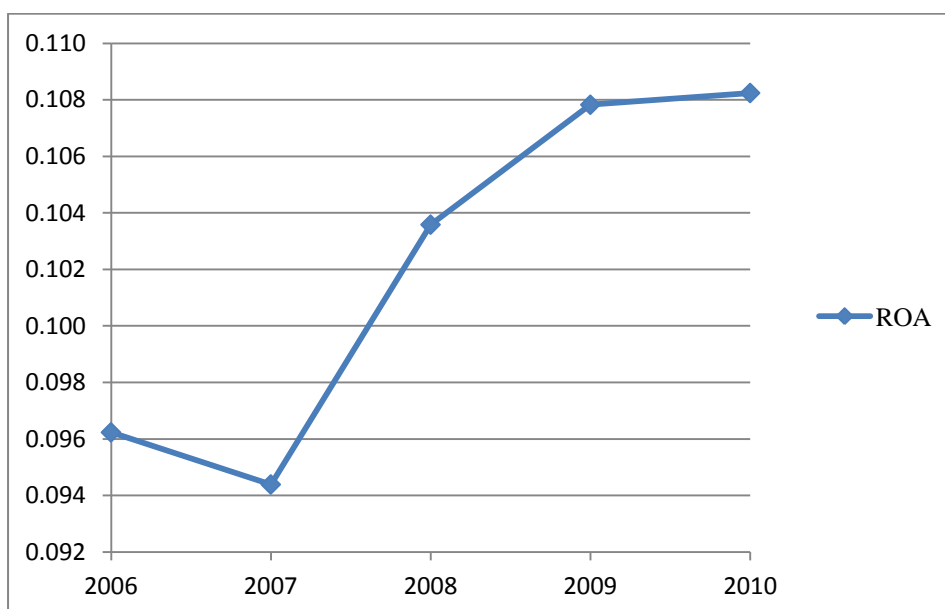
Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Génesis Ramírez

ROA (RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS) DEL SECTOR MANUFACTURERO EN EL ECUADOR

El rendimiento de los activos en la industria manufacturera durante el periodo 2006-2010 pasó de 0.096 en el 2006 a 0.108 en el 2010, tal como se observa en el Gráfico N° 7.

Gráfico N° 7.-

ROA DEL SECTOR MANUFACTURERO (2006 -2010)

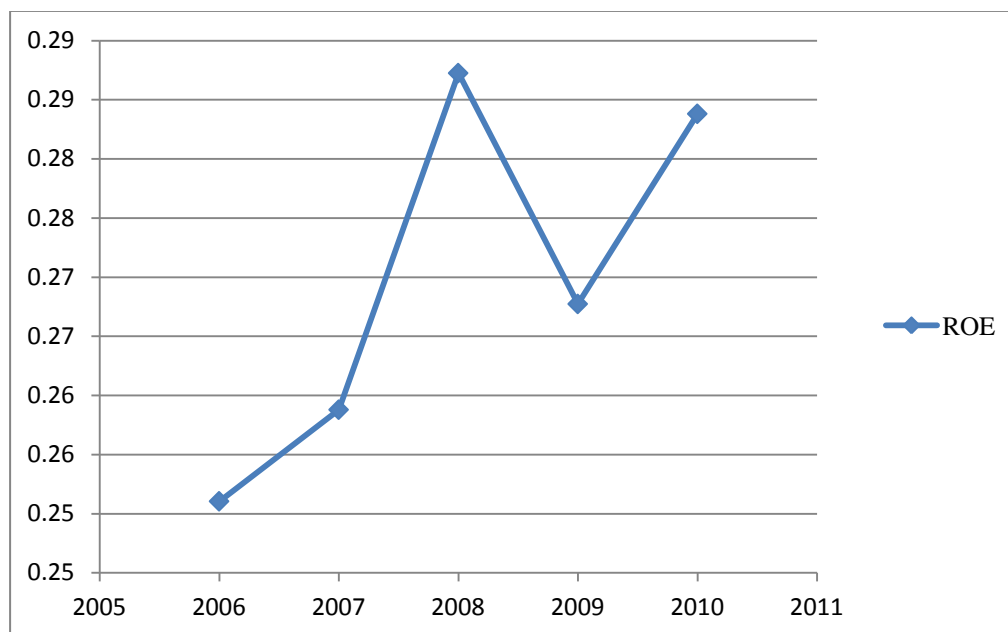


Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Génesis Ramírez

ROE (RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO) DEL SECTOR MANUFACTURERO EN EL ECUADOR

El rendimiento sobre el patrimonio en la industria manufacturera en el periodo 2006-2010, paso de 0.25 a 0.29 por cada dólar invertido por los accionistas del sector.

Gráfico N° 8.-

ROE DEL SECTOR MANUFACTURERO**(2006 -2010)****Fuente:** Superintendencia de Compañías**Elaborado por:** Génesis Ramírez

2.2. TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIU 22 FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y PLÁSTICO EN EL ECUADOR EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS

2.2.1 Reseña Histórica

Los plásticos se caracterizan por tener excelentes propiedades para el aislamiento térmico y eléctrico y una buena resistencia a los ácidos y disolventes. Este material fue descubierto en 1860, pero fue durante la segunda guerra mundial cuando la industria demostró ser fuente inagotable de sustitutos.

En Ecuador la industria incursionó en el campo del plástico en 1931⁴² principalmente en Guayaquil, era un pequeño grupo de plásticos, que tenían un peso importante en la Cámara de Industrias, el primer reto para la industria fue el reemplazo del vidrio, lo que se logró cambiando el hábito del empaque, seguido por la elaboración de calzado plástico y productos hechos a base de caucho y eva. Dentro de las Industrias Pioneras se encuentran Plasticaucho Industrial S.A., Plásticos Industriales C.A., Plásticos Latinoamericanos, Plásticos Ecuatorianos (Plastigama), Plásticos Soria, Iquesa, entre otros.

Plásticos Ecuatorianos cambió las tuberías de asbesto cemento y hierro galvanizado por las tuberías de plástico de PVC, lo hizo a pequeña escala y actualmente es una de las empresas líderes del mercado con tuberías como su principal producto.

En 1938, gracias al fundador de Plasticaucho Industrial S.A. Sr. José Cuesta Tapia se expande la marca VENUS y en 1999 abarca los mercados de Perú y Colombia.

Otra de las primeras industrias del plástico también fue PICA (Plásticos Industriales) que comenzó sus actividades en 1961, siendo la pionera en todos los campos del mercado del plástico, su primer producto fue una cubeta de hielo y empezaron trabajando con seis obreros. Dentro de la región, Chile remontó los inicios de su industria a los años 30 pero fue a mediados de los ochenta cuando el sector experimentó un fuerte crecimiento industrial en esta zona.

⁴² [<http://www.aseplas.org>]. *Origen del Plástico en Ecuador*.

La industria del Caucho surge a partir del descubrimiento de la masticación (Hancock, 1819) y de la vulcanización del caucho (Charles Goodyear, 1839). Seguidos por la invención de neumáticos (Dunlop, 1888) y la necesidad de independizarse del caucho natural durante la segunda guerra mundial incentivaron la producción del caucho sintético.

2.2.2 Indicadores Relevantes del Subsector C22

PIB (PRODUCTO INTERNO BRUTO)

A continuación se puede observar el PIB del subsector C22 y su evolución durante los últimos cinco años. Periodo durante el cual pasó de 284 millones de dólares americanos en el 2007 a 429 millones en el 2011.

Cuadro N° 7.-

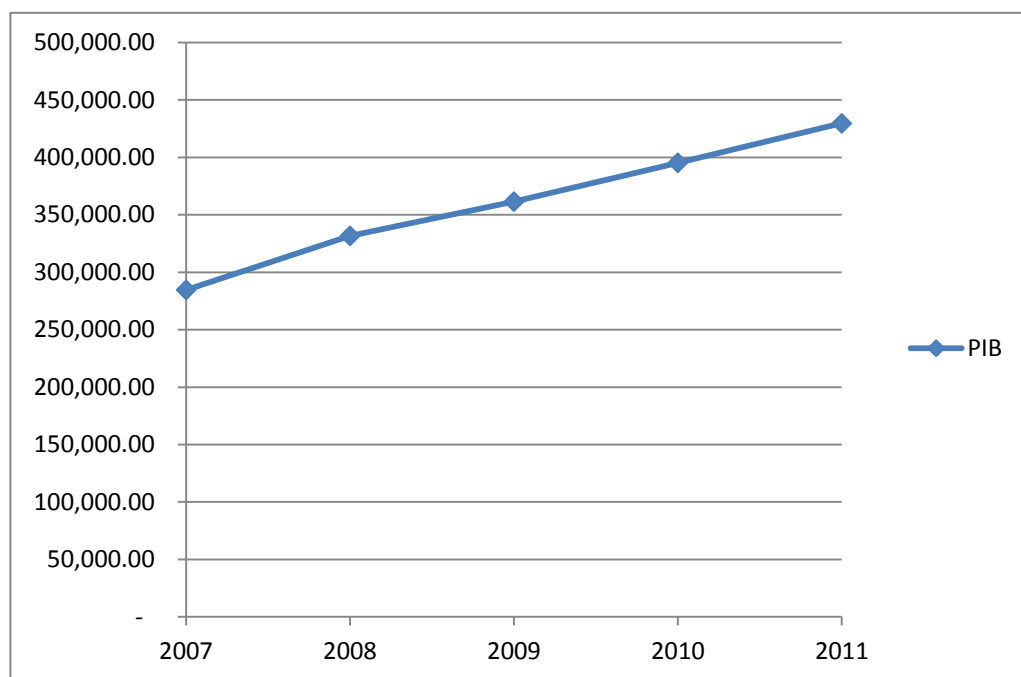
PIB DEL SUBSECTOR C22 PRODUCTOS DE FABRICACIÓN DE CAUCHO Y PLÁSTICO. (2007-2011 EN MILES DE DÓLARES)

Año	PIB*
2007	284,637.00
2008	331,620.76
2009	361,437.87
2010	395,242.00
2011	429,549.10

(*) Valores que incluyen el sector de fabricación de sustancias y productos químicos

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 9.-**EVOLUCIÓN DEL PIB EN EL SUBSECTOR C22****(2007 -2011 EN MILES DE DÓLARES)****Fuente:** Cuadro N° 7**Elaborado por:** Génesis Ramírez

La mejoría del crecimiento del subsector, entre otras razones obedece a estímulos positivos a la producción de plásticos y cauchos que resaltan las prácticas de reciclaje y procesos oxobiodegradables que la mayoría de empresas posee⁴³. Al respecto Salvador (2001, p. 8) señala que “la industria plástica busca ayudar en la implementación de un modelo comercial más sustentable... desarrollando soluciones ecológicas que involucren materiales reciclados, renovables y biodegradables”.

⁴³ Cfr. A., MENOSCAL. (2011). **El Industrial Plástico especializado del Ecuador: REVISTA DE LA ASEPLAS “INTEGRA”**. Edición 27. Agosto. p.6.

Así como, por las políticas gubernamentales, la Ministra de Industrias y Productividad, Verónica Sión, asegura para ayudar a las empresas se las ha dado el diferimiento arancelario de algunas materias primas y bienes de capital, se han impuesto salvaguardas para la importación de productos plásticos terminados, y se ha brindado capacitación técnica y finalmente señala que próximamente se darán nuevos incentivos y proyectos.⁴⁴

**ACTIVOS, PASIVOS Y PATRIMONIO DEL SUBSECTOR C22:
FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y PLÁSTICO.**

Según la Superintendencia de Compañías, los activos relacionados con el sector fabricación de productos de caucho y plástico, desde el 2006, ha tenido una tendencia incremental al pasar de 566 millones de dólares americanos a 822 millones en el 2010. Los pasivos también crecieron como los activos al pasar de 383 millones de dólares americanos en el 2006 a 530 millones en el 2010. El Patrimonio por su parte ha sido creciente desde el 2006 pasó de 182 millones de dólares americanos a 292 millones.

Cuadro N° 8.-

ACTIVOS PASIVOS Y PATRIMONIO DEL SUBSECTOR CIU 22

(EN MILLONES DE DÓLARES CORRIENTES)

AÑO	2006	2007	2008	2009	2010
N° COMPAÑÍAS	212	219	226	202	275
ACTIVO	566.53	614.05	731.35	689.92	822.69
PASIVO	383.89	404.16	490.08	427.71	530.37
PATRIMONIO	182.64	209.90	241.26	262.21	292.31

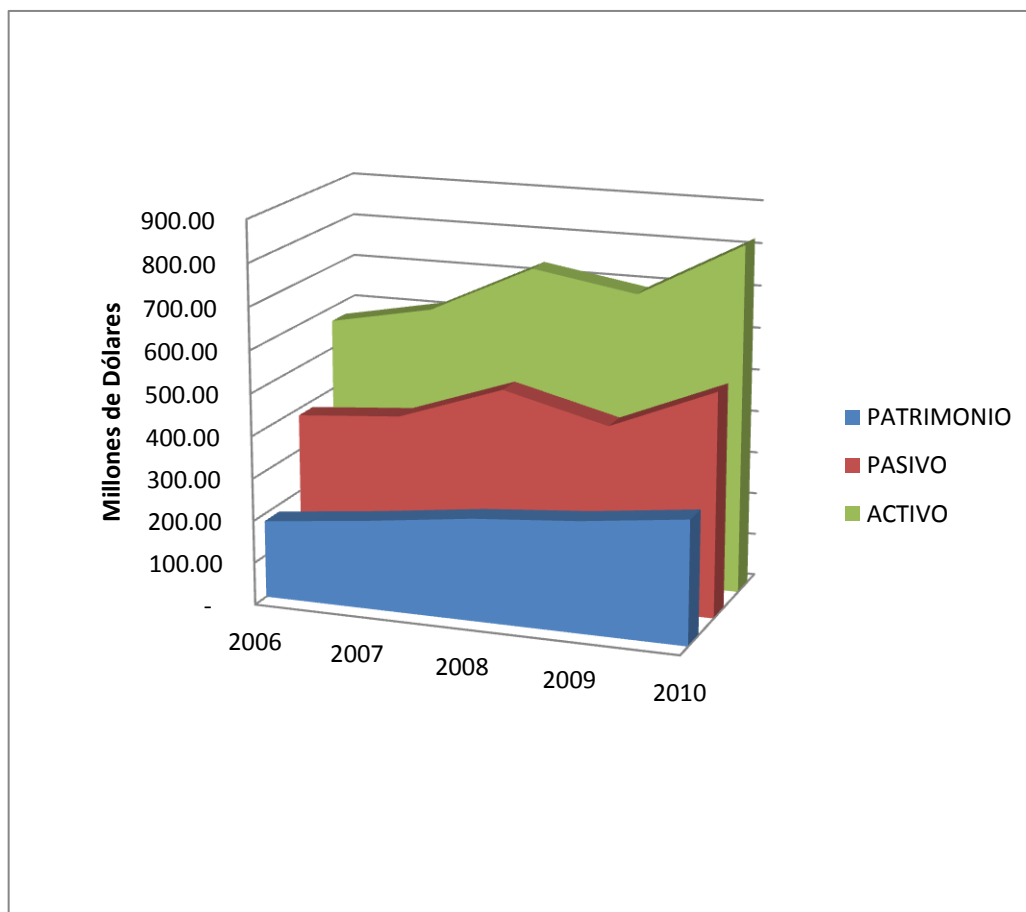
Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Génesis Ramírez

⁴⁴ Cfr. F., LARA. (Sept. 2011). *Sector Industrial: Plásticos, creatividad e innovación*. Suplemento Publicitario Vistazo. p. 5

Gráfico N° 10.-

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA DEL SECTOR C22
(EN MILLONES DE DÓLARES CORRIENTES)



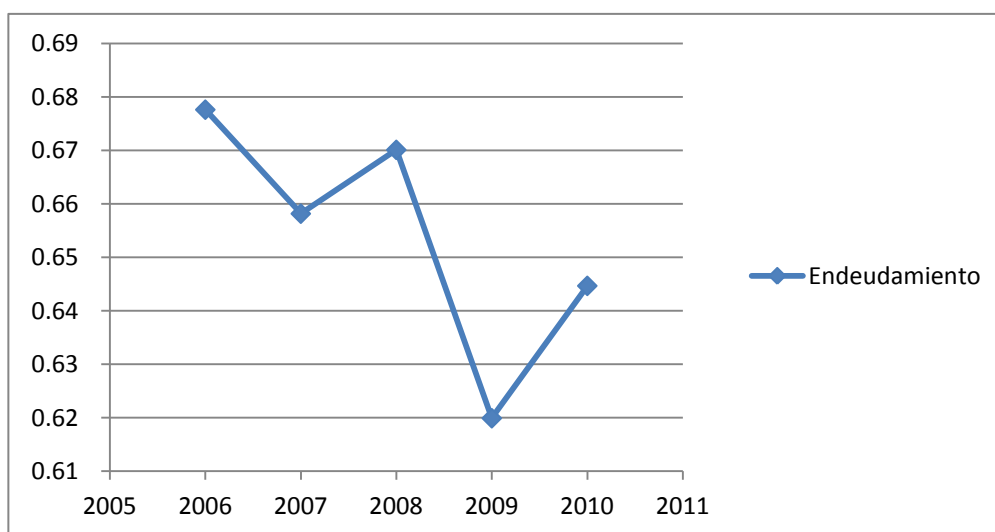
Fuente: Cuadro N°8

Elaborado por: Génesis Ramírez

ENDEUDAMIENTO

El subsector C22 durante el periodo 2006 al 2011, ha tenido un endeudamiento entre los rangos 0.62 y 0.68. Durante el último año este indicador llegó a 0.64.

Gráfico N° 11.-

ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO DEL SUBSECTOR C22

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Génesis Ramírez

CAPITAL DE TRABAJO NETO

El capital de trabajo Neto, que es la diferencia entre Activos Corrientes y Pasivos Corrientes, ha tenido alteraciones interanuales de altos y bajos, donde su punto más bajo fue el 2009 cuando llegó a 98.9 millones. Sin embargo, para el 2010, habrá una tendencia creciente con 111.85 millones de dólares.

Cuadro N° 9.-

CAPITAL DE TRABAJO NETO DEL SUBSECTOR CIUU 22**(EN MILLONES DE DÓLARES)**

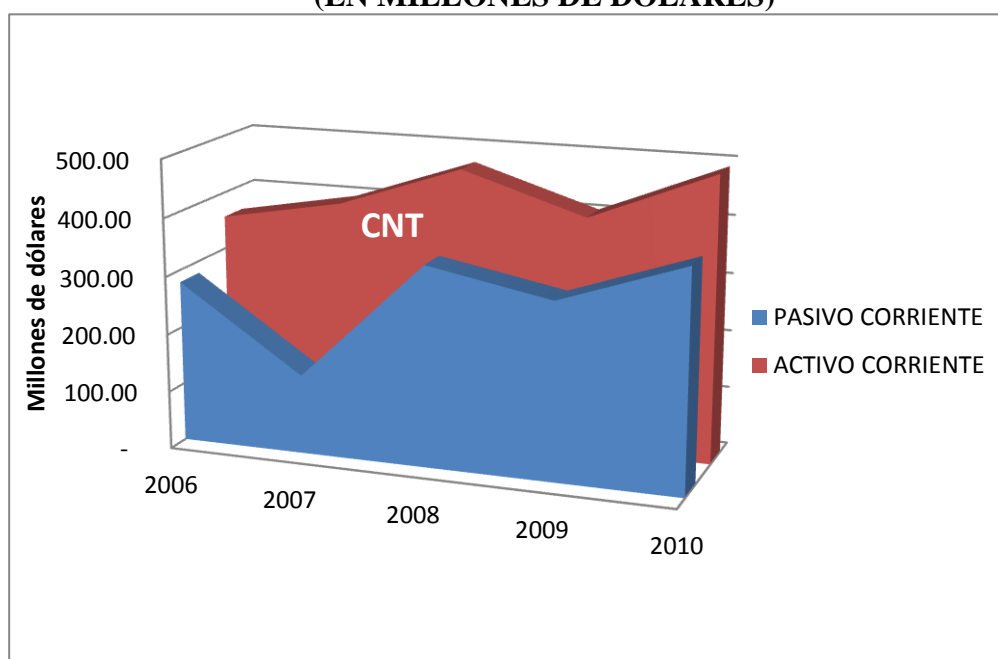
AÑO	2006	2007	2008	2009	2010
ACTIVO CORRIENTE	356.97	396.13	470.65	403.95	492.10
PASIVO CORRIENTE	279.40	136.18	345.20	305.01	380.25
CTN	77.57	259.95	125.45	98.94	111.85

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 12.-

CAPITAL DE TRABAJO NETO (CTN) DEL SBSECTOR C22
(EN MILLONES DE DÓLARES)



Fuente: Cuadro N° 9
Elaborado por: Génesis Ramírez

UTILIDADES DEL SUBSECTOR C22

El sector de plástico atraviesa en el país por diversos desafíos, procesos evolutivos y acciones de solución que se desenvuelven en un medio de competencia local muy agresivo en el que los centavos hacen la diferencia⁴⁵, esto sumado a la evolución y eficiencia de los procesos que cada vez mejoran y se modernizan y a las cambiantes reformas tributarias locales, han producido una tendencia decreciente principalmente en el último año aunque los resultados del sector pasaron de 37 millones de dólares de utilidades en el 2006 a 67 millones en el 2010.

⁴⁵ Cfr. A., MENOSCAL. (2011). *El Industrial Plástico especializado del Ecuador*: REVISTA DE LA ASEPLAS "INTEGRA". Edición 27. Agosto. p.6.

Cuadro N° 10.-

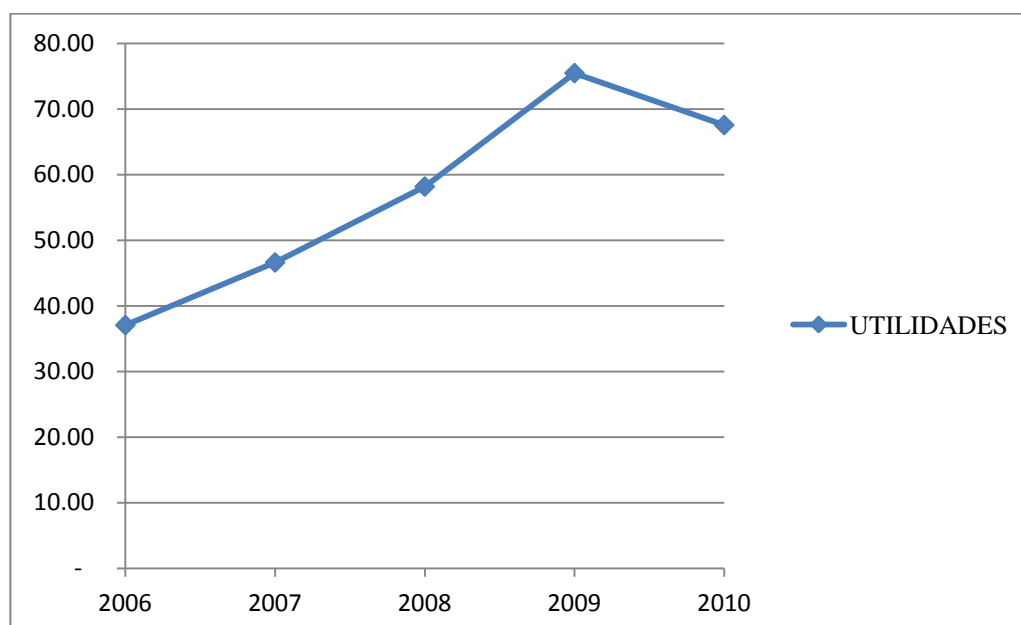
UTILIDADES DEL SUBSECTOR CIU 22
(EN MILLONES DE DÓLARES CORRIENTES)

AÑO	Utilidades después de impuestos
2006	37.05
2007	46.60
2008	58.16
2009	75.45
2010	67.54

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 13.-

UTILIDADES DEL SUBSECTOR C22
(EN MILLONES DE DÓLARES CORRIENTES)



Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Génesis Ramírez

ROA Y ROE DEL SUBSECTOR C22

Al analizar el Cuadro N° 11 y el Gráfico N°14, vemos que el Rendimiento del Patrimonio sobre la Utilidad Neta (ROE) del subsector C22, en el periodo del 2006 al 2010 ha tenido una tendencia estable, pasando de 0.20 centavos de ganancia por cada dólar invertido en el patrimonio, a 0.23 centavos, por lo que podemos afirmar que la rentabilidad del subsector en este periodo de análisis no ha mejorado, pero ha logrando mantenerse.

Mientras que el Rendimiento sobre el Activo en los últimos cinco años, pasó de un ROA de 0.07 centavos a 0.08 centavos de dólar, situación similar a la situación global de la industria manufacturera que en promedio ha logrado mantenerse estable en el mismo periodo.

Cuadro N° 11

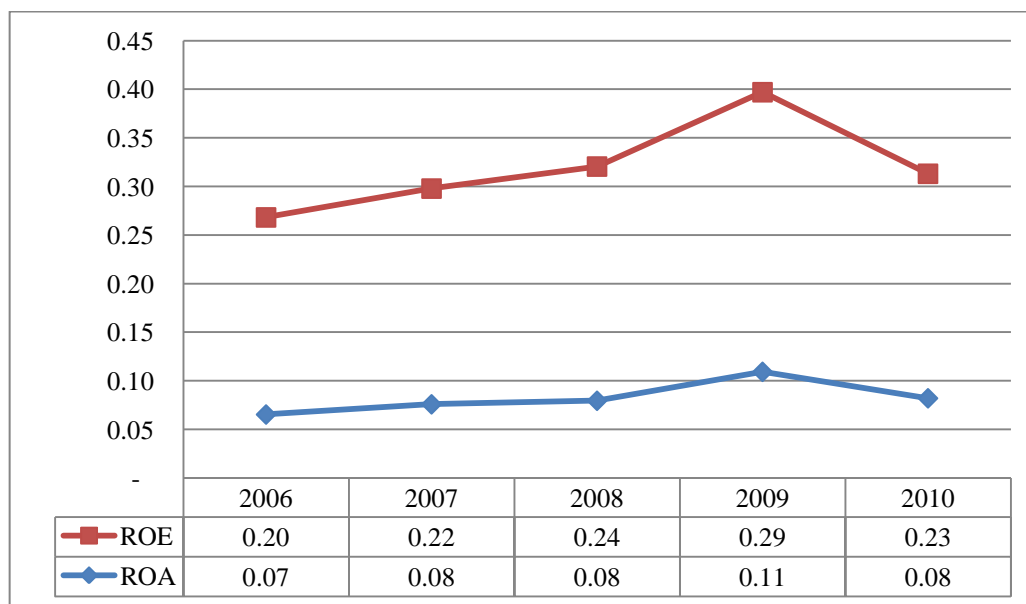
ROA Y ROE DEL SUBSECTOR C22

AÑO	ROA	ROE
2006	0.07	0.20
2007	0.08	0.22
2008	0.08	0.24
2009	0.11	0.29
2010	0.08	0.23

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 14.-

ROA Y ROE DEL SUBSECTOR C22



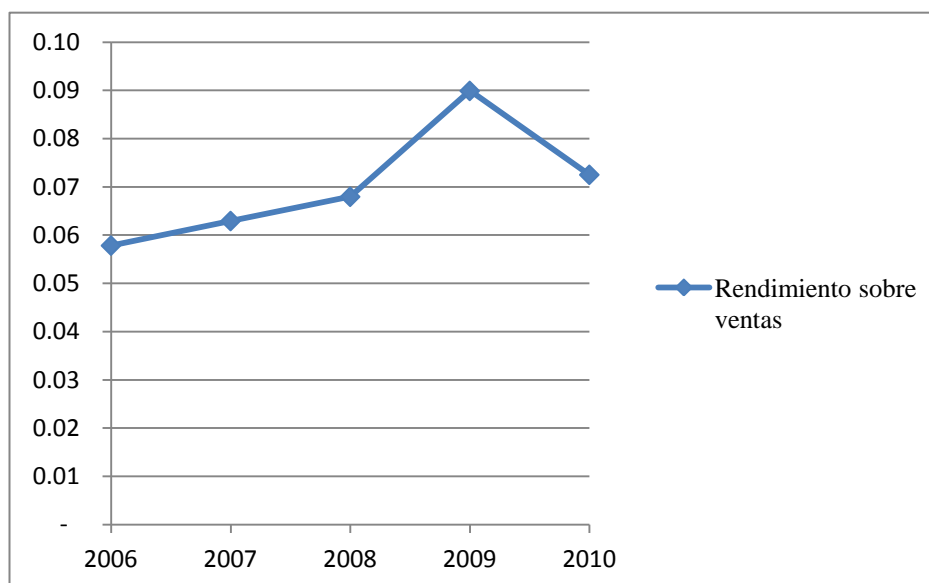
Fuente: Cuadro N° 11

Elaborado por: Génesis Ramírez

RENDIMIENTO SOBRE VENTAS

El rendimiento sobre las ventas también tiene un comportamiento descendente a partir del 2008 al 2010. En el siguiente Gráfico se puede observar que este indicador pasó de 0.06 en el 2006 a 0.07 en el 2010. Situación de estabilidad principalmente para las pequeñas y medianas empresas.

Gráfico N° 15.-

RENDIMIENTO SOBRE VENTAS DEL SUBSECTOR C22

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Génesis Ramírez

2.3. CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DMQ.

ACTIVOS PASIVOS Y PATRIMONIO DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DMQ.

La situación financiera del subsector tiene una tendencia creciente, por el lado de los activos, en el Cuadro N°13 se puede observar que pasaron de 99 millones en el 2006 a 322 millones en el 2010. Los pasivos pasaron de 70 millones a 203 millones y finalmente, el patrimonio creció de 28 millones a 119 millones de dólares americanos.

Cuadro N° 12.-

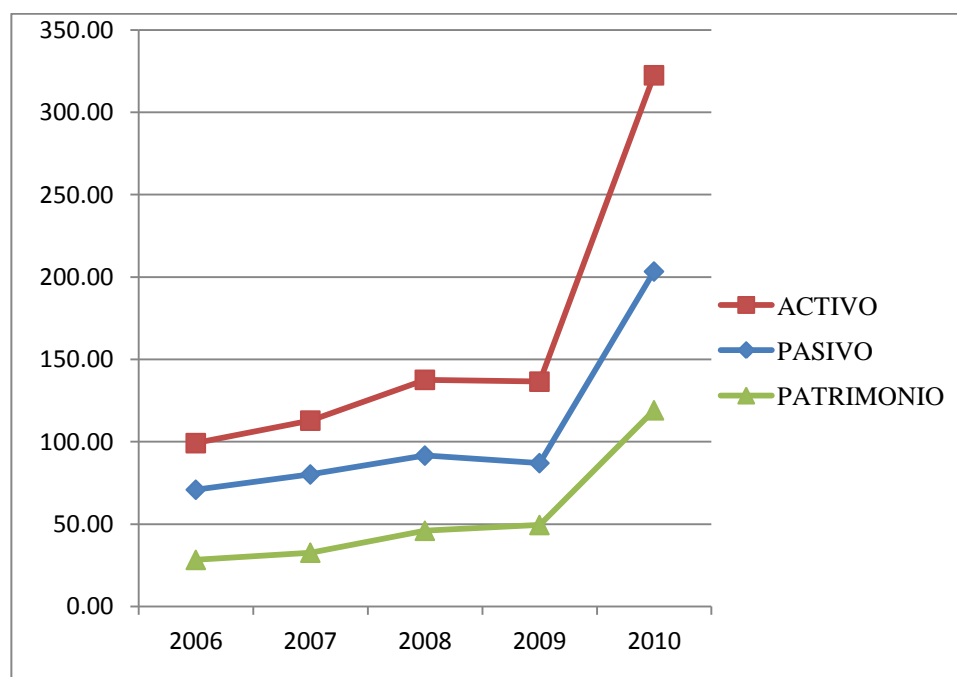
**SITUACIÓN FINANCIERA DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
(EN MILLONES DE DÓLARES AMERICANOS)**

AÑO	2006	2007	2008	2009	2010
ACTIVO	99.19	112.85	137.61	136.52	322.53
PASIVO	70.89	80.17	91.62	87.03	203.38
PATRIMONIO	28.30	32.69	45.99	49.48	119.14

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 16.-

**SITUACIÓN FINANCIERA DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
(EN MILLONES DE DÓLARES AMERICANOS).**



Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Génesis Ramírez

ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO DEL CIU C 22 DEL DMQ

El endeudamiento del activo en el Subsector del Distrito Metropolitano de Quito en el periodo 2006 al 2010 pasó de 0.71 a 0.63; es decir, tiene una tendencia decreciente.

Cuadro N° 13.-

ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

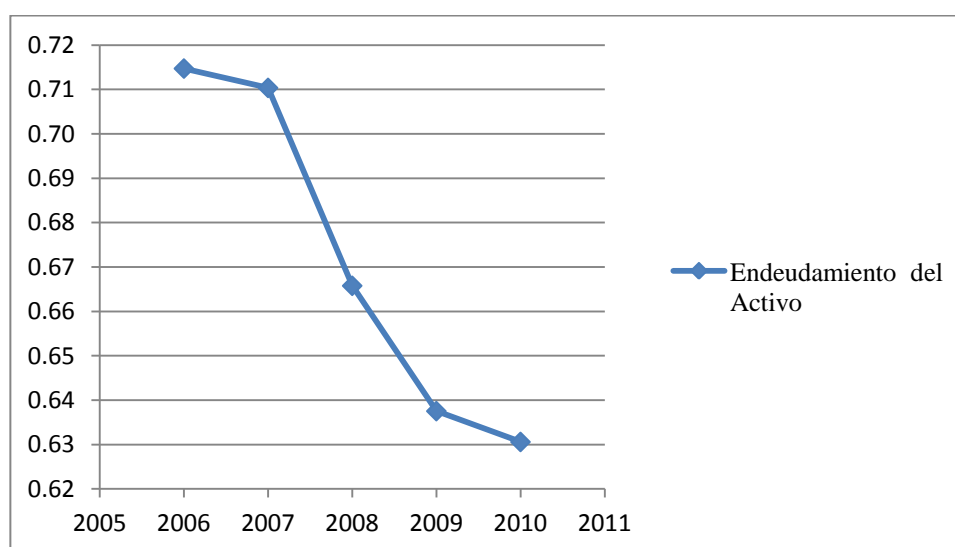
AÑO	Endeudamiento del Activo
2006	0.71
2007	0.71
2008	0.67
2009	0.64
2010	0.63

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 17.-

ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



Fuente: Cuadro N° 13

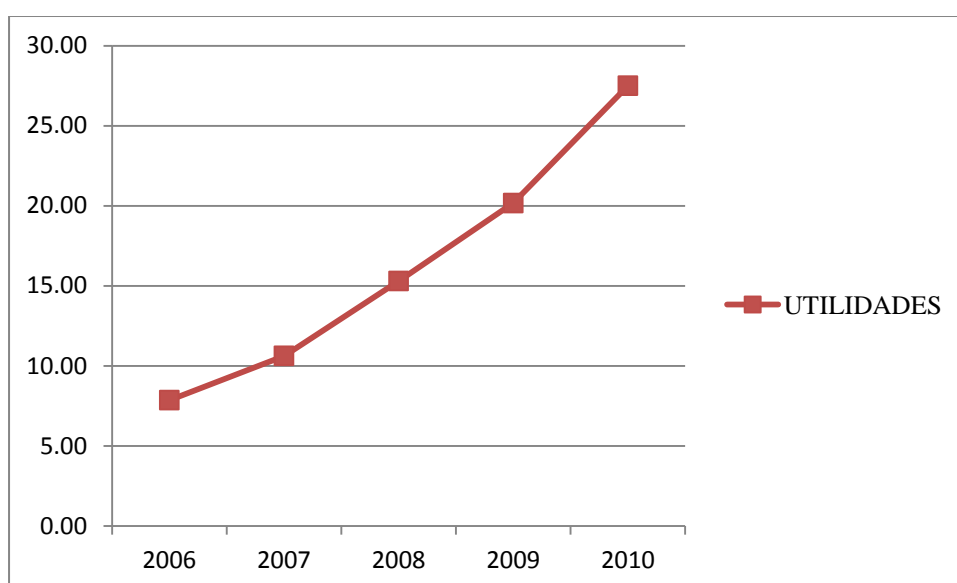
Elaborado por: Génesis Ramírez

UTILIDADES DEL SUBSECTOR C22 EN EL DMQ

Las utilidades del sector dentro del distrito metropolitano de Quito pasaron de 7 millones en el 2006 a 27 millones de dólares en el 2010.

Gráfico N° 18.-

**UTILIDADES DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO
(EN MILLONES DE DÓLARES)**



Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Génesis Ramírez

ROA DEL SUBSECTOR CIU 22 DEL DMQ

El rendimiento sobre los activos, es decir la eficiencia de las empresas del subsector CIU C22 en el Distrito Metropolitano de Quito, durante el periodo 2006 al 2010 pasaron de 0.08 a 0.09. Mientras que, el sector de manufactura en general pasó de 0.10 en el 2006 a 0.11 en el 2010.

Cuadro N° 14.-

**ROA DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO Y DEL SECTOR MANUFACTURERO**

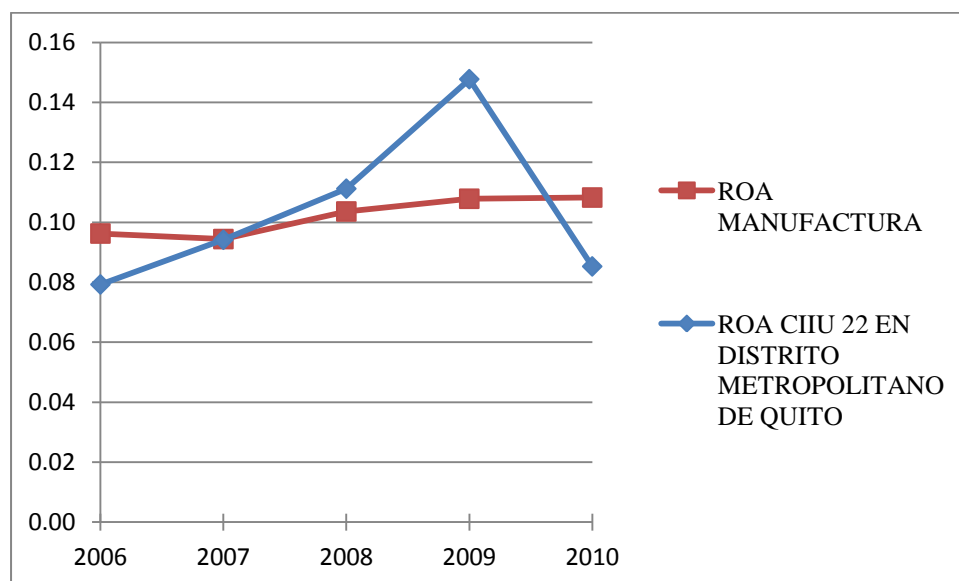
AÑO	ROA MANUFACTURA	ROA CIU 22 EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
2006	0.10	0.08
2007	0.09	0.09
2008	0.10	0.11
2009	0.11	0.15
2010	0.11	0.09

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 19.-

**ROA DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO Y DEL SECTOR MANUFACTURERO**



Fuente: Cuadro N° 14

Elaborado por: Génesis Ramírez

ROE DEL SUBSECTOR CIU C22 DEL DMQ

El rendimiento sobre el patrimonio decreció de 0.28 en el 2006 a 0.23 en el 2010 para el subsector CIU C22 en el Distrito Metropolitano de Quito; por otro lado, el sector manufacturero pasó de 0.25 a 0.28 durante el mismo periodo.

Cuadro N° 15.-

**ROE DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO
DE QUITO Y DEL SECTOR MANUFACTURERO**

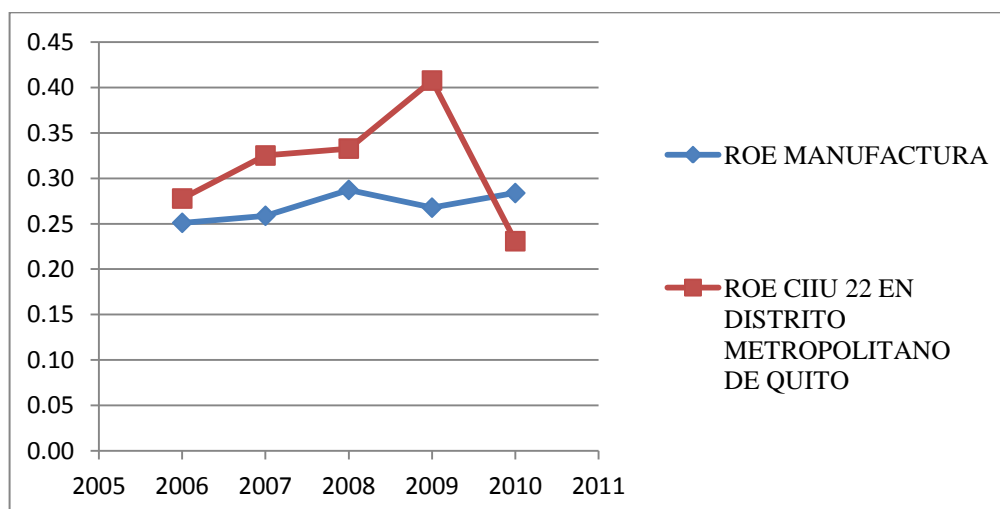
AÑO	ROE MANUFACTURA	ROE CIU 22 EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
2006	0.25	0.28
2007	0.26	0.33
2008	0.29	0.33
2009	0.27	0.41
2010	0.28	0.23

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 20.-

**ROE DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO Y DEL SECTOR MANUFACTURERO**



Fuente: Cuadro N° 15

Elaborado por: Génesis Ramírez

RENDIMIENTO SOBRE VENTAS DEL CIU C 22 DEL DMQ

El rendimiento sobre las ventas del subsector CIU 22 dentro del Distrito Metropolitano de Quito en el periodo 2006 al 2010, pasó de 0.06 centavos de dólar a 0.09 centavos por cada dólar de ventas.

Cuadro N° 16.-

RENDIMIENTO SOBRE VENTAS DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

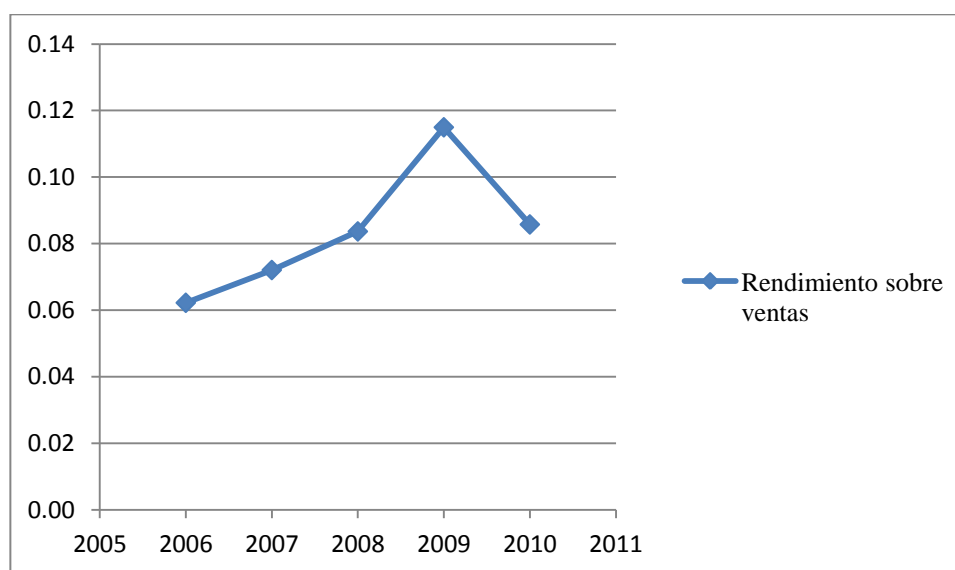
AÑO	Rendimiento sobre ventas
2006	0.06
2007	0.07
2008	0.08
2009	0.11
2010	0.09

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 21.-

RENDIMIENTO SOBRE VENTAS DEL SUBSECTOR C22 DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



Fuente: Cuadro N° 16

Elaborado por: Génesis Ramírez

2.4. COMPONENTES DEL SUBSECTOR CIU C22: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y DE PLÁSTICO.

Según la Clasificación Industrial Uniforme de todas las actividades económicas (CIU) Revisión 4, describe que el Subsector C22 comprende: la fabricación de cubiertas y cámaras de caucho; recauchutado y renovación de cubiertas de caucho, la fabricación de otros productos de caucho natural o sintético, sin vulcanizado, vulcanizado o endurecido.

Dentro de la división de fabricación de productos de plástico se incluyen: fabricación de semi-manufacturas de productos de plástico, fabricación de productos acabados de plástico: placas, hojas, tubos, caños y mangueras de plástico, fabricación de artículos de plástico para el envasado de productos, para obras de construcción y otros productos plásticos como accesorios para muebles.⁴⁶

⁴⁶ NACIONES UNIDAS, (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIU)*. *Informes Estadísticos*. N°4/Rev .4. New York

Cuadro N° 17.-**COMPONENTES DEL SUBSECTOR CIU C22**

C2211	FABRICACIÓN DE CUBIERTAS Y CÁMARAS DE CAUCHO; RECAUCHUTADO Y RENOVACIÓN DE CUBIERTAS DE CAUCHO
C2211.0	FABRICACIÓN DE CUBIERTAS Y CÁMARAS DE CAUCHO; RECAUCHUTADO Y RENOVACIÓN DE CUBIERTAS DE CAUCHO.
C2211.01	Fabricación de cubiertas de caucho para: vehículos, equipo, maquinaria móvil, aeronaves, juguetes, muebles y otros usos: neumáticos, llantas.
C2211.02	Fabricación de bandas de rodadura intercambiables, cámaras para cubiertas, fajas de protección de la cámara, tiras de remiendo para recauchutar cubiertas, etcétera, renovación y recauchutado de cubiertas de neumáticos sean cubiertas sólidas y mullidas (esponjosas, blandas).
C2219	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS DE CAUCHO
C2219.9	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS DE CAUCHO.
C2219.91	Fabricación de: planchas, hojas, tiras, varillas y perfiles de caucho.
C2219.92	Fabricación de tubos, caños y mangueras de caucho; arandelas, empaques, conectores, y cierres de caucho.
C2219.93	Fabricación de correas y cintas transportadoras y de transmisión de caucho.
C2219.94	Fabricación de artículos higiénicos de caucho: preservativos, tetinas, bolsas de agua caliente, etcétera, incluido la fabricación de artículos eróticos de caucho.
C2219.95	Fabricación de prendas de vestir de caucho (solo si están sellados, y no cosidos): trajes de buceo de caucho, gorras de baño, guantes y delantales de caucho, ligas, etcétera.
C2219.96	Fabricación de hilos, cuerdas, hilatura y tejidos de caucho, cubiertas de caucho para rodillos.
C2219.97	Fabricación de tejidos textiles impregnados, revestidos, recubiertos o laminados de caucho, en los que el caucho es el principal componente.
C2219.98	Fabricación de materiales de reparación de caucho.
C2219.99	Fabricación de otros productos de caucho natural o sintético sin vulcanizar, vulcanizado o endurecido: Colchones inflables de caucho, colchones de caucho para camas de agua, globos inflables, cepillos de caucho, peines de caucho duro, cañones de pipa de caucho endurecido, horquillas, rulos y artículos similares de caucho endurecido, fabricación de partes de calzado de caucho.
C222	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE PLÁSTICO.
C2220	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE PLÁSTICO.
C2220.1	FABRICACIÓN DE PLACAS, HOJAS, TUBOS Y PERFILES DE PLÁSTICO.
C2220.11	Fabricación de semimanufacturas (semielaboradas) de productos de plástico: planchas, láminas, películas, hojas, tiras, etcétera (autoadhesivas o no); láminas de acrílicos, esponja, espúmaflex, etcétera.

C2220.12	Fabricación de productos acabados de plásticos: tubos, caños y mangueras de plástico, accesorios para tuberías, caños y mangueras.
C2220.13	Fabricación de película o lámina de celofán.
C2220.2	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE PLÁSTICO PARA LA CONSTRUCCIÓN.
C2220.21	Fabricación de artículos plásticos para la construcción: puertas, ventanas, marcos, contrapuestas, persianas, zócalos, tanques para depósitos, etcétera.
C2220.22	Fabricación de cubrimientos plásticos para pisos, paredes o techos en rollos o en forma de losetas, domos, piedra artificial (mármol artificial) etcétera.
C2220.23	Fabricación de cubrimientos de pisos resistentes, como vinilo, linóleo, etcétera.
C2220.24	Fabricación de artículos plásticos sanitarios como bañeras, platos de ducha, lavabos, inodoros, cisternas de inodoros, etcétera.
C2220.9	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS DE PLÁSTICO.
C2220.91	Fabricación de artículos de plástico para el envasado de productos: bolsas, sacos, cajones, cajas, garrafones, botellas, etcétera.
C2220.92	Fabricación de utensilios de mesa y cocina de plástico y artículos de tocador.
C2220.93	Fabricación de artículos de plástico para oficina y uso escolar, pizarrones de tiza líquida.
C2220.94	Fabricación de cubrecabezas, prendas de vestir (sólo si las piezas se unen por adhesión y no por costura).
C2220.95	Fabricación de piezas de lámparas y accesorios de iluminación, accesorios para aislamiento; letreros o señales no eléctricas de plásticos.
C2220.96	Fabricación de accesorios de plástico para carrocerías de vehículos y artículos similares de resina de poliéster y fibra de vidrio.
C2220.99	Fabricación de otros artículos de plástico diversos: accesorios para muebles, estatuillas, artesanías, correas de transmisión y transmisión, cintas autoadhesivas, papel de empapelar, hormas de zapato, boquillas de cigarrillos y cigarrillos, peines, rúleros, artículos de fantasía promocionales y de regalo de plástico, canastas de plástico, etcétera.

Fuente: CIIU 4 Superintendencia de Compañías (Naciones Unidas)

Elaborado por: Génesis Ramírez

2.5. PRINCIPALES PRODUCTOS QUE ELABORA

Dentro del Subsector CIU C22 los productos que se elaboran son: cubiertas de caucho para vehículos, equipo, maquinaria móvil, aeronaves, juguetes, muebles; cubiertas neumáticas; cubiertas sólidas y mullidas; cámaras para cubiertas; bandas de rodadura intercambiables; fajas de protección de la cámara; tiras de remiendo para recauchutar cubiertas; planchas; láminas; tiras; varillas y perfiles de caucho; tubos; caños y mangueras; correas y cintas transportadoras y de transmisión de caucho; artículos higiénicos de caucho; prendas de vestir de caucho (sólo si las piezas están adheridas y no cosidas) hilo y cuerda de caucho hilatura y tejidos recubiertos de caucho arandelas; conectores y cierres de caucho entre otros.

Se incluyen también las actividades: reparación de caucho, tejidos textiles impregnados, revestidos, recubiertos o laminados con caucho en los que el caucho es el componente principal, colchones de caucho para camas de agua, gorros de baño y delantales de caucho, trajes de buceo de caucho, artículos eróticos de caucho.

El plástico se lo utiliza para producir: planchas, láminas, resinas plásticas nuevas o usadas para obtener productos intermedios o finales, mediante procesos tales como el moldeo por compresión, extrusión, inyección y otros, señales (no eléctricas) de plástico, accesorios para aislamiento, piezas de lámparas y accesorios para alumbrado, material escolar, prendas de vestir (sólo si las piezas están adheridas y no cosidas), accesorios para muebles, estatuillas, correas de transporte y de transmisión, cintas autoadhesivas, papel de empapelar, hormas para zapatos, boquillas para puros y cigarrillos, peines, rulos, artículos de fantasía de plástico.

2.6. APOORTE DEL SUBSECTOR C22 A LA ECONOMÍA.

FORMACIÓN PIB, GENERACIÓN DEL VALOR AGREGADO, CONSUMO Y PRODUCCIÓN.

Según el Banco Central del Ecuador (BCE) el Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. En el año 2008 el PIB fue de 54.208 millones a precios corrientes y se prevé que para el 2012 sea de 71.625 millones de dólares. A este valor el Subsector aportó con el 0.61 por ciento en el 2008 y para el 2012 aportará con 0.71 por ciento.

El valor agregado del CIU 22 durante el 2011 alcanza los 212 millones de dólares corrientes, de este valor agregado 180 millones corresponden a la industria de productos de plásticos y 31 millones de dólares corrientes a la industria de productos de caucho.

Cuadro N° 18.-**COMPOSICIÓN DEL VALOR AGREGADO BRUTO DEL SUBSECTOR C22**

CUENTA DE GENERACIÓN DEL INGRESO	
miles de dólares	
Remuneraciones	111,832
Impuestos netos sobre la producción e importaciones	2,002
Excedente Bruto de Explotación	95,616
Ingreso Mixto Bruto	2,654
Valor Agregado Bruto	212,104

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE), *Cuentas Nacionales cambio de año base*. Agregado por industria 2011.

Elaborado por: Génesis Ramírez

Adicionalmente, podemos ver que el sector de plásticos tiene mayor participación en el PIB de la industria (0.36%), mientras que el caucho llega a 0.04%.

Cuadro N° 19.-

**PRODUCCIÓN, CONSUMO INTERMEDIO, VALOR AGREGADO BRUTO
Y PARTICIPACIÓN DEL SUBSECTOR C22 EN EL PIB.**

(MILES DE DÓLARES CORRIENTES)

Industria	Producción	Consumo Intermedio	Valor Agregado Bruto	Participación de la Industria en el PIB (%)
Fabricación de Productos de Plástico	731,411	550,802	180,609	0.36%
Fabricación de Productos de Caucho	118,236	86,741	31,495	0.06%
Total	849,647	637,543	212,104	0.42%

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE), *Cuentas Nacionales cambio de año base*. Agregado por industria 2011.

Elaborado por: Génesis Ramírez

EXPORTACIONES

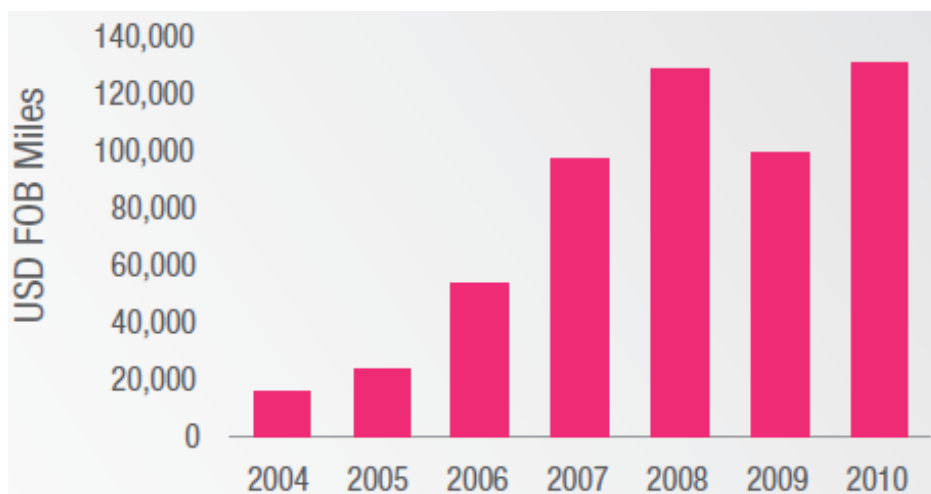
La Revista Vistazo N°1058 de Septiembre 2011, señala a Plasticaucho, Amanco Platigama y BIC del Ecuador como empresas que pudieron llevar sus productos al extranjero a mercados como Colombia, Perú, Venezuela, México, Guatemala, Costa Rica, Nicaragua, Chile y Uruguay, esto gracias a alianzas estratégicas, obtención de licencias y certificaciones INEN e ISO. Dentro de este análisis la Revista señala al 1.11% del total del sector que significan sólo 12 empresas que alcanzaron 572.58

millones de dólares en ventas totales. Podría deducirse entonces, que el resto de empresas se encuentran en una situación complicada para exportar, al respecto no existe una “cifra exacta del volumen exportado, pues una parte del material sale del país de forma indirecta a través de otros productos de exportación, pues la industria del plástico participa en un 90 por ciento de las cadenas productivas”⁴⁷.

Según el Ministerio de Industrias y Competitividad, las exportaciones en el sector tuvieron un crecimiento del 143% entre los años 2006 al 2010; sin embargo, durante el 2009 se vio afectado en parte por la crisis mundial que restringió el consumo internacional.

Gráfico N° 22.-

EXPORTACIONES DEL SECTOR PLÁSTICO Y CAUCHO



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Ministerio de Industrias y Competitividad.

⁴⁷ F., LARA. (Sept. 2011). *Sector Industrial: Plásticos, creatividad e innovación*. Suplemento Publicitario Vistazo. p. 5

IMPORTACIONES

Las importaciones de materia prima, durante el 2010 llegaron a aproximadamente 400.000 toneladas a un costo de 700 millones de dólares. Según información de la Asociación Ecuatoriana de Plásticos (Aseplas), el volumen de importación de las principales resinas plásticas subió un 16 por ciento en los primeros cinco meses de 2011 en comparación con el mismo periodo del año pasado. Mientras que, entre 2009 y 2010 el incremento fue apenas del 4.6 por ciento.

Este panorama es también analizado por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad que menciona que el sector ecuatoriano de plástico y caucho tiene un alto potencial de crecimiento por la necesidad de abastecer una significativa demanda interna y externa. En el mercado de plásticos las importaciones en los últimos años son aproximadamente diez veces superiores a las ventas externas, esto según el Ministerio se traduce en “una oportunidad de inversión para desarrollar la producción nacional”.

Además, según la Aseplas, hasta mayo de este año, las principales resinas plásticas registraron un aumento del 33 por ciento en su valor, debido a los incrementos que vienen desde 2009 y 2010 por la inestabilidad del precio del petróleo y del gas, la alta demanda China y la variación del mercado internacional de las materias primas. Esta situación provoca un impacto terrible en el sector, asegura Caterina Costa, presidenta de Aseplas, debido a que la competencia en el mercado local no permite transferir esos costos al precio final del producto. Sin embargo, una de las medidas utilizadas como solución es el reciclaje de materiales, que reduce, según Costa, en un

30 y 50 por ciento el costo de la materia prima. Aunque este tipo de resina no se puede usar en la fabricación de todos los artículos plásticos.

EMPLEO

Según el Banco Central del Ecuador el Subsector CIU C22, según el último reporte del Banco Central del Ecuador disponible, emplea a 19 mil personas en el país.

Cuadro N° 20.-
EMPLEO DEL SUBSECTOR C22
(EN NÚMERO DE PERSONAS)

EMPLEO	
Asalariados declarados	16,914
Hombres	10,949
Mujeres	5,965
Asalariados no declarados	330
Hombres	266
Mujeres	64
Patronos	2,369
Hombres	1,823
Mujeres	546
Cuenta propia	0
Hombres	0
Mujeres	0
Ayudantes familiares	0
Hombres	0
Mujeres	0
Total Empleo	19,613

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE), *Cuentas Nacionales cambio de año base*. Agregado por industria 2011.

Elaborado por: Génesis Ramírez

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1. METODOLOGÍA APLICADA

La metodología usada en la presente investigación se basó en la investigación de campo exploratoria-inductiva. Básicamente, la investigación exploratoria buscaba identificar la situación general de las PYMEs del CIU C22 y determinar su situación competitiva que no había sido investigada desde la perspectiva del presente análisis; finalmente, para documentarla y utilizar la información obtenida para la investigación inductiva, cuyo propósito es partir de casos particulares a conocimientos generales y que en la presente investigación nos permite realizar muestreos de las empresas para conocer la aproximación de las brechas competitivas de las PYMES dentro del subsector por cada factor competitivo.

Para llevar a cabo lo planteado, se empleó técnicas de investigación como: la encuesta y la entrevista, las que permitieron conocer de manera directa la opinión de los propietarios y administradores de las PYMEs sobre la situación en cuanto a los factores competitivos de cada una de ellas. El diagnóstico investigativo y las posibles estrategias de mejora son la aportación científica, original y novedosa que servirá de modelo para futuras investigaciones dentro de los CIUs.

Técnicas de recolección de información

Datos Primarios

Son los datos que el investigador obtiene de primera mano es decir directamente de la fuente de información, recolectándolos con instrumentos propios. Los datos cualitativos y cuantitativos descriptivos se recopilaban utilizando un cuestionario, el mismo que se adjunta a la presente investigación. (Ver Anexo 1).

El cuestionario que se aplicó a los empresarios, está conformado por 99 preguntas distribuidas en 12 secciones, y que son las siguientes:

- Información general
 - Factores de Competitividad
- Sección 1. Mercado
 - Sección 2. Mercadeo
 - Sección 3. Apertura Comercial
 - Sección 4. Gobierno
 - Sección 5. De las instituciones
 - Sección 6. Infraestructura física
 - 6.1. Del Estado
 - 6.2. De la Empresa
 - Sección 7. Mercado financiero
 - Sección 8. Eficiencia del Mercado Laboral
 - Sección 9. Desarrollo Tecnológico

Sección 10. Medio Ambiente

Sección 11. Gestión Gerencial

Sección 12. Comentarios

Datos Secundarios

Se basa en fuentes internas y externas que ya fueron recopiladas para fines distintos. La información se tomará de artículos relacionados con la actividad de las PYMEs comprendidos en libros, periódicos, revistas, papers, páginas de Internet, estadísticas del INEC⁴⁸, información proporcionada por la Superintendencia de Compañías, así como de entidades públicas y privadas que ayuden al propósito de la investigación. A esta información se puede clasificar así:

- a. **Estadísticas existentes**, que se pueden obtener en los organismos sociales y económicos de ámbito local o nacional como el Ministerio de Industria y Productividad, Banco Central del Ecuador, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, y Superintendencia de Compañías, estos datos suelen estar estratificados en función de la edad y del nivel de ingresos de la comunidad, así como de otras variables económicas, y son muy útiles para adquirir un conocimiento lo más amplio y profundo posible sobre la situación del sector.
- b. **Medios de comunicación**, como periódicos locales y nacionales como El Comercio, El Universo; revistas económicas como Gestión, Vistazo, Integra (Revista especializada de Plásticos, ASEPLAS), Ekos, etc y publicaciones

⁴⁸ Instituto Nacional de Estadística y Censos

efectuadas por instituciones financieras y por las cámaras de la producción e industria.

3.1.1 Trabajo de campo

La investigación de campo se inició con la aplicación de un cuestionario dirigido a dueños o representantes de las PYMEs de los distintos subsectores del Distrito Metropolitano de Quito, en este caso a los que se relacionan con el C22: Fabricación de productos de plástico y caucho y que constan en la base de datos de la Superintendencia de Compañías.

Para obtener la información se realizaron llamadas telefónicas para verificar los datos proporcionados por la Superintendencia de Compañías y solicitar la cita correspondiente.

Posteriormente se realizó entrevistas personales a los gerentes o propietarios de las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito, cabe señalar que no fue fácil conseguir esta información ya que los dependientes o propietarios de estos establecimientos cuidando sus intereses, no estaban, en principio dispuestos a colaborar, pero al final con la habilidad del entrevistador se pudo obtener estos datos.

El número de empresas que finalmente permitieron realizar la investigación luego de las visitas personales así como también de llamadas telefónicas, fueron 30 empresas; en el Cuadro No. 21, se detallan los motivos por los que

se no se alcanzan el número de encuestas previstas en la Ficha Técnica. El listado de las empresas encuestadas, se detallan en el Anexo N° 3.

Cuadro N° 21.-

RESUMEN DE LLAMADAS Y VISITAS

Citas obtenidas y concretadas	30
No desea colaborar	16
No corresponde el número de teléfono	15
No existen / es otro tipo de empresa	6
TOTAL LLAMADAS	67

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Génesis Ramírez

3.1.2 Tabulación de datos

Los datos recopilados de la encuesta se tabularon y ordenaron estadísticamente, utilizando el utilitario de Excel se pudo compilar adecuadamente los datos en cuadros comparativos con sus respectivas representaciones gráficas a manera de hexágonos y barras, estos datos se colocaron en Cuadros individuales para cada pregunta, para así interpretarlos y analizarlos adecuadamente, de modo que llegamos a un diagnóstico de la realidad en el subsector C22: Fabricación de Productos de Caucho y Plástico, esta información se presenta en el capítulo 4 en datos absolutos y relativos.

Cabe mencionar que algunas preguntas era necesario clasificar las respuestas abiertas, tomando como variables principales definiciones cuyo significado se agrupe en un mismo significado y segmento. Se tienen dos formas de análisis,

cuando las respuestas son múltiples o únicas. En las respuestas múltiples, el análisis se realiza por el total de respuestas, y en las únicas, el análisis se refiere a empresarios o empresas, que en este caso son 30. Este análisis nos facilitará para futuras conclusiones y recomendaciones.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

El universo para el subsector CIU C22: Fabricación de productos de caucho y plástico, asentadas en el Distrito Metropolitano de Quito fueron obtenidas de la base de datos de la Superintendencia de Compañías del Ecuador. La población es de 82 empresas. El listado de las empresas se puede ver en el Anexo N° 2.

Cuadro N° 22.-

FICHA TÉCNICA DE LA POBLACIÓN DEL CIU C22: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y PLÁSTICO

INFORMACION	DATOS
Población	82
Rama de Actividad	Industria Manufacturera (C)
Rama de Subactividad	C 22 Fabricación de Productos de Caucho y Plástico
Cobertura Geográfica	Distrito Metropolitano de Quito (DMQ)
Año	2011

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

3.2.1 Tamaño de muestra para proporciones y poblaciones finitas

La propuesta metodológica de este proyecto parte de la selección de la muestra de empresas que emplea la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple, sobre la que se realizará tanto el análisis de carácter cuantitativo como el análisis cualitativo con un 95 % de nivel de confianza, para la población completa verificada de empresas del sector manufacturero CIU C22: Fabricación de productos de caucho y plástico.

La muestra resultó de la aplicación de la fórmula estadística, para una población finita, que es la siguiente:

Fórmula 1.1

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

Donde:

- n** = Tamaño de la muestra
- N** = Total de empresas por CIU
- Z²** = Desviación estándar
- p** = Probabilidad de éxito
- e²** = Límite de aceptación de error muestral

Se utilizó un nivel de confianza del 95% y un error del 5%, en donde Z es 1.96.

Por tanto, la fórmula de cálculo de la muestra es la siguiente:

$$Nc = 95\%$$

$$e = 5\%$$

$$Z = 1.96$$

$$N = 82 \text{ (población)}$$

$$p = 0.5 \text{ (probabilidad favorable de que el evento ocurra)}$$

Entonces:

$$n = \frac{82 * (1.96)^2 * 0.50 * (1 - 0.50)}{(0.05)^2 * 81 + (1.96)^2 * 0.50 * (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{(78.7528)}{(1.1629)}$$

$$n = 67.72104 \cong 67$$

Mediante la aplicación de esta fórmula a la población señalada en el Cuadro N° xx Ficha técnica, se obtiene una muestra de 67 PYMEs a ser investigadas. Mediante números aleatorios, se escogen las empresas a ser encuestadas. En el Cuadro N° 23 se muestran los datos utilizados y la cantidad de empresas de la muestra:

Cuadro N° 23.-

DATOS UTILIZADOS PARA CÁLCULO DE LA MUESTRA

DATO	SÍMBOLO	VALOR
Población	N	82
Nivel de Confianza		95,00%
Parámetro Crítico	Z ²	1,96
Proporción Aceptación	P	0,5
Error máximo	e ²	5%
Muestra (n)	N	67

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

3.3 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO.

Matriz de perfil competitivo es una herramienta que permite evaluar factores de una empresa con respecto a sus competidores o principales actores de la industria.

La Matriz de perfil competitivo presenta claramente la imagen de la empresa acerca de sus puntos fuertes y puntos débiles en relación con sus competidores: factores de éxito, en relación a la posición estratégica de la empresa. Lo mejor de esta Matriz es que permite analizar a varios competidores y por ende facilitan el análisis comparativo.⁴⁹

A continuación se muestra el procedimiento que se sigue para obtener los resultados esperados⁵⁰:

1. Identificación de las cinco empresas competidoras más relevantes.
2. Determinación, mediante consenso, de los factores claves de éxito a analizar, dentro de los grandes temas que se mencionan en el cuadro N° 24.
3. Asignación de una participación porcentual a cada factor clave, con el propósito de poder identificar la importancia de que tiene cada uno dentro del análisis empresarial. La suma de este puntaje deberá ser igual al ciento por ciento.

⁴⁹ Cfr. MBA Tutorials. (2011). [<http://www.mba-tutorials.com/strategy/85-cpm-competitive-profile-matrix.html>]. *CPM (Competitive Profile Matrix)*.

⁵⁰ Cfr. H., PEÑA. *Prácticas Presupuestarias para ejecutivos*. Volúmen I. Ecuador: Editorial Ecuador. p.33

4. Establecimiento de un valor matemático a la importancia que tiene cada uno de los factores claves que se comparan, los mismos que pueden ir de uno a cuatro.

En cuanto a la asignación del puntaje éste varía conforme a la siguiente escala:

Debilidad muy importante	1	Fortaleza menos importante	3
Debilidad menos importante	2	Fortaleza muy importante	4

5. Multiplicación del puntaje enunciado en el numeral 4 por el peso indicado en el 3, para determinar el valor ponderado por cada variable analizada en cada empresa. El resultado indica la fuerza o debilidad relativa de cada factor.
6. Suma vertical de los resultados ponderados por cada competidor. El total ponderado revela la fortaleza o debilidad de la empresa en comparación con sus competidores. El más alto (4) indica quien es el competidor más amenazante, mientras que el menor (1) revelará al más débil.

Los totales ponderados pueden variar entre 1.0 (el más bajo) a 4.0 (el más alto) y la media equivale a 2.5.

Para la presente investigación se utiliza como factores claves de éxito a los componentes de los pilares de competitividad propuestos por el WEF. La ponderación de cada factor está dada por las variables particulares del subsector analizado. El puntaje de los valores que se comparan son tomados de las respuestas procesadas en el Cap. 4.

Cuadro N° 24.-

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PONDERACIÓN	EMPRESA		COMPETIDOR 1		COMPETIDOR 2	
		Puntaje	Resultado ponderado	Puntaje	Resultado ponderado	Puntaje	Resultado ponderado
Mercadeo	0.2	3	0.6	2	0.4	2	0.4
I&D	0.2	1	0.2	4	0.8	3	0.6
Recursos Financieros	0.2	2	0.4	2	0.4	4	0.8
Sist. De Información	0.1	4	0.4	3	0.3	3	0.3
Administración	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Procesos	0.1	2	0.2	2	0.2	3	0.3
Recursos Humanos	0.1	3	0.2	2	0.2	3	0.3
Total	1.0		2.3		2.6		3.0

Fuente: Peña Novoa Hernán, *Prácticas presupuestarias para ejecutivos*, Volumen I. p. 33.

Elaborado por: Génesis Ramírez

El siguiente es el Cuadro de calificación que se emplea dada en un rango de 1 a 4, para la aproximación al índice de competitividad del subsector CIU 22:

Cuadro No. 25.-

TABLA DE CALIFICACIÓN

Niveles de aceptación encuesta	Equivalencia	Calificación
76-100%	Muy bueno	4
51-75%	Bueno	3

26-50%	Regular	2
1-25%	Deficiente	1
0%	Ns/ Nc	0

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

Para establecer las brechas competitivas, se toman a los factores claves de éxito y se los agrupa por pilares, de acuerdo a lo establecido por el WEF, y con la media aritmética se determina el valor del índice para cada pilar y luego del subsector.

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

4.1 SECCION 1: Mercado

Las preguntas de esta sección corresponden al conocimiento que tiene el Empresario sobre el tamaño del mercado en que desarrolla sus actividades productivas; así como la identificación del segmento al cual dirigen sus productos, y las fortalezas, ventajas y debilidades que éstos tienen. Beltrán A., Torres E., y otros (2004).

Según el WEF el análisis del mercado se lo realiza para determinar si existe la posibilidad de obtener economías de escala, y así obtener beneficios del comercio internacional, por ende mayor crecimiento y competitividad.

a) Segmentos de Mercados Atendidos

Una vez realizado el estudio de mercado, se puede concluir, mediante el cuadro N°26 y el gráfico N° 22, que 54.69 por ciento se dedica al segmento (C) Industrias Manufactureras, le sigue en importancia el segmento (G) Comercio al por mayor y por menor, con 15.63; los segmentos: (A) Agricultura, (F) Construcción, y (Q) Actividades de atención de salud humana y de asistencia social, con 6.25 respectivamente; 4.69 destina sus productos al segmento (S) Otras Actividades de Servicios y finalmente, 3.13 por ciento para los siguientes segmentos: Suministro de agua y Actividades de los hogares, respectivamente.

Cuadro N° 26.-

SEGMENTO DE MERCADO ATENDIDO

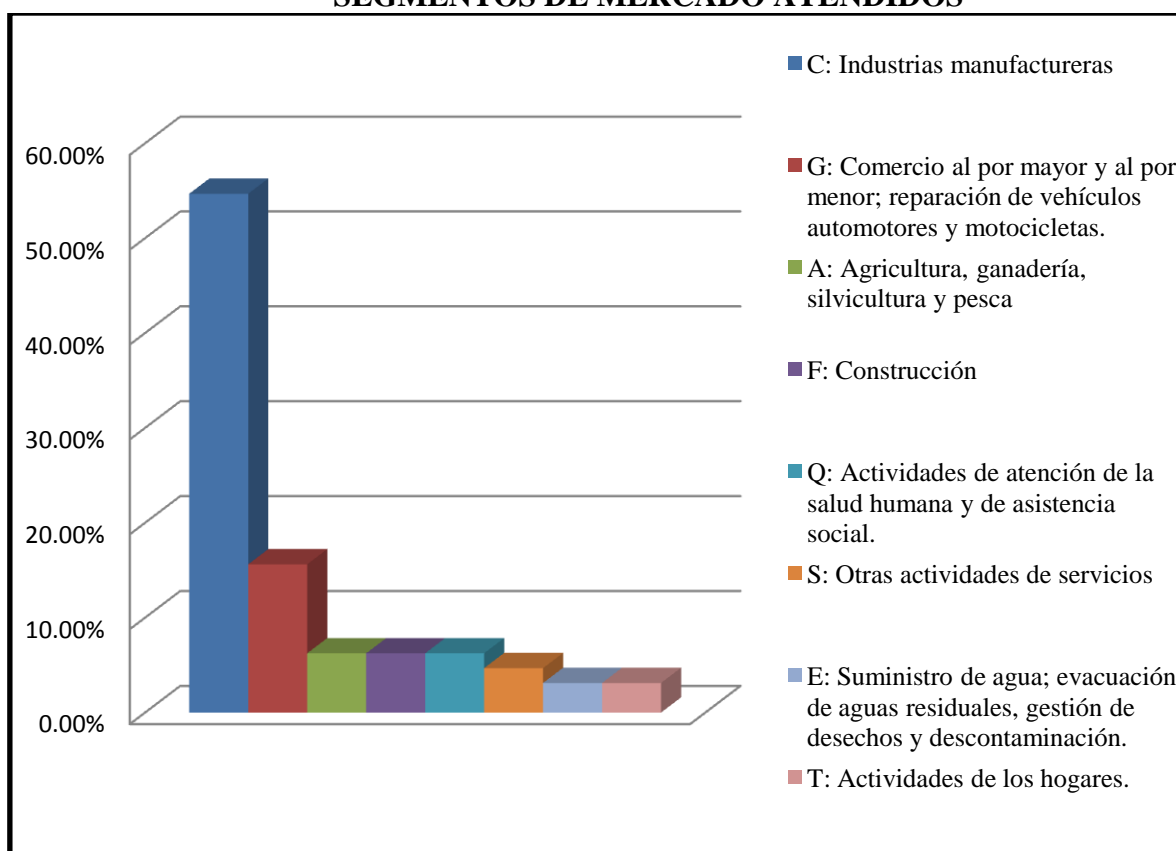
Segmentos de mercado	N° Respuestas	Porcentaje
C: Industrias manufactureras	35	54.69%
G: Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	10	15.63%
A: Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	4	6.25%
F: Construcción	4	6.25%
Q: Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	4	6.25%
S: Otras actividades de servicios	3	4.69%
E: Suministro de agua; evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminación.	2	3.13%
T: Actividades de los hogares.	2	3.13%
TOTAL	64	100.00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 23.-

SEGMENTOS DE MERCADO ATENDIDOS



Fuente: Cuadro N° 26

Elaborado por: Génesis Ramírez

b) Productos y servicios ofrecidos a los segmentos.

Son diversos los productos que entregan a los diferentes sectores económicos las empresas del subsector C22 Fabricación de productos de caucho y plástico, por la extensión de la información obtenida el análisis se realiza por sectores económicos.

Sector económico (C) industrias manufactureras.

Abarca 54.69 por ciento de los segmentos atendidos, en el cuadro N° 27 y el Gráfico N° 24 se puede apreciar que dentro del sector se evidencia que los productos más importantes son los destinados al empaquetamiento como: empaques (14%), envases (14%), fundas de polietileno (7%). Le siguen guardalobos y moquetas (7%), tuberías y mangueras pvc (7%), y etiquetas (5%). Los mencionados anteriormente constituyen el 70% de los 42 productos destinados a este sector.

Sector económico (G) Comercio al por mayor y al menor.

El segmento que abarca 15.63 por ciento de los segmentos atendidos, como se observa en el Cuadro N° 28 y el Gráfico N° 25 tiene como productos más importantes: láminas acrílicas (30%), tuberías y mangueras (10%), elementos de construcción (10%), empaques (10%), moquetas y otros.

Cuadro N° 27.-

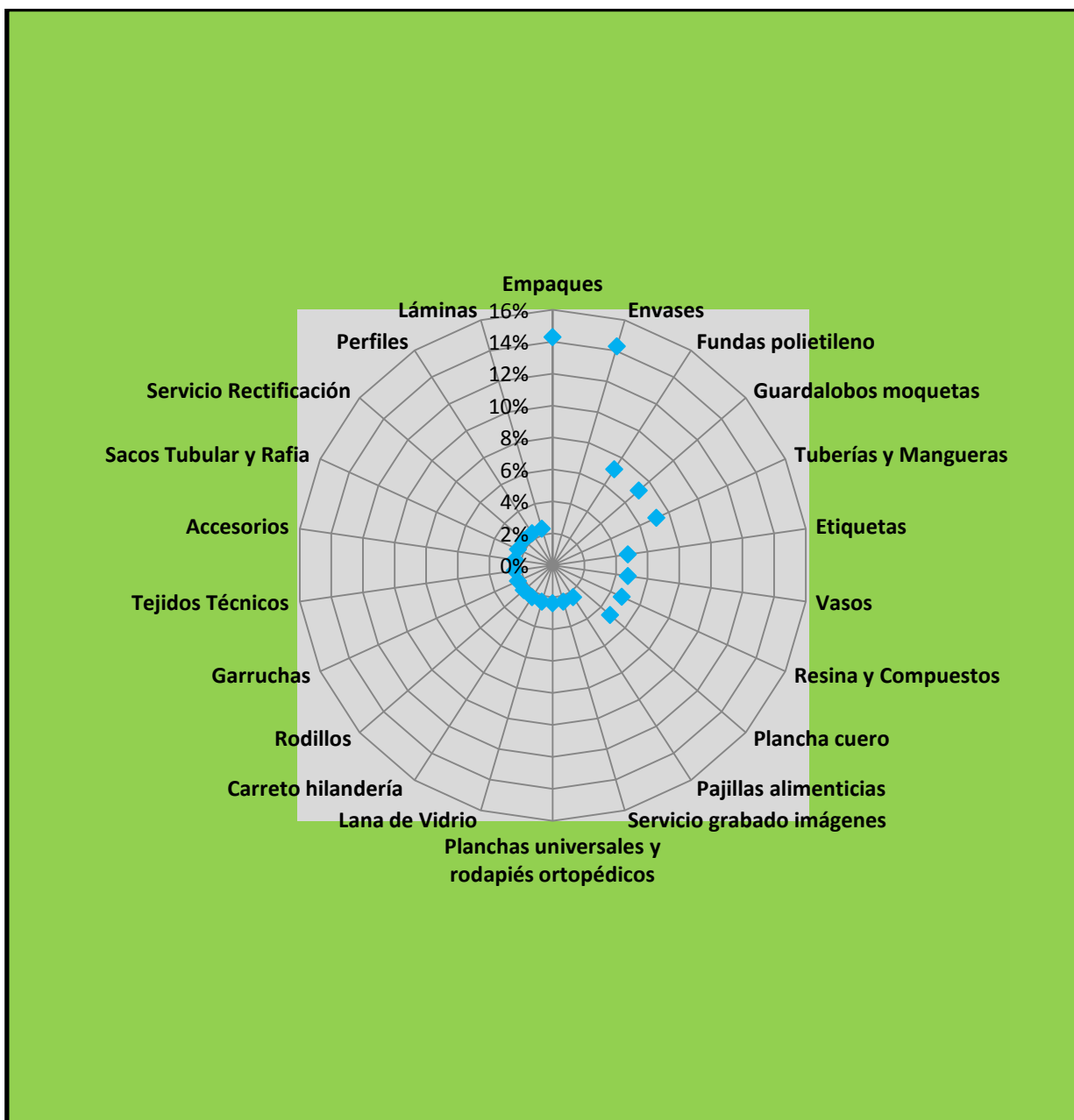
**PRODUCTOS OFRECIDOS AL SEGMENTO C: INDUSTRIA
MANUFACTURERA**

Producto	N° Respuestas	Porcentaje
Empaques	6	14%
Envases	6	14%
Fundas polietileno	3	7%
Guardalobos moquetas	3	7%
Tuberías y Mangueras	3	7%
Etiquetas	2	5%
Vasos	2	5%
Resina y Compuestos	2	5%
Plancha cuero	2	5%
Pajillas alimenticias	1	2%
Servicio grabado imágenes	1	2%
Planchas universales y rodapiés ortopédicos	1	2%
Lana de Vidrio	1	2%
Carreto hilandería	1	2%
Rodillos	1	2%
Garruchas	1	2%
Tejidos Técnicos	1	2%
Accesorios	1	2%
Sacos Tubular y Rafia	1	2%
Servicio Rectificación	1	2%
Perfiles	1	2%
Láminas	1	2%
Total	42	1

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 24.-

**PRODUCTOS OFRECIDOS AL SEGMENTO C: INDUSTRIA
MANUFACTURERA**



Fuente: Cuadro N° 27
Elaborado por: Génesis Ramírez

Cuadro N° 28.-

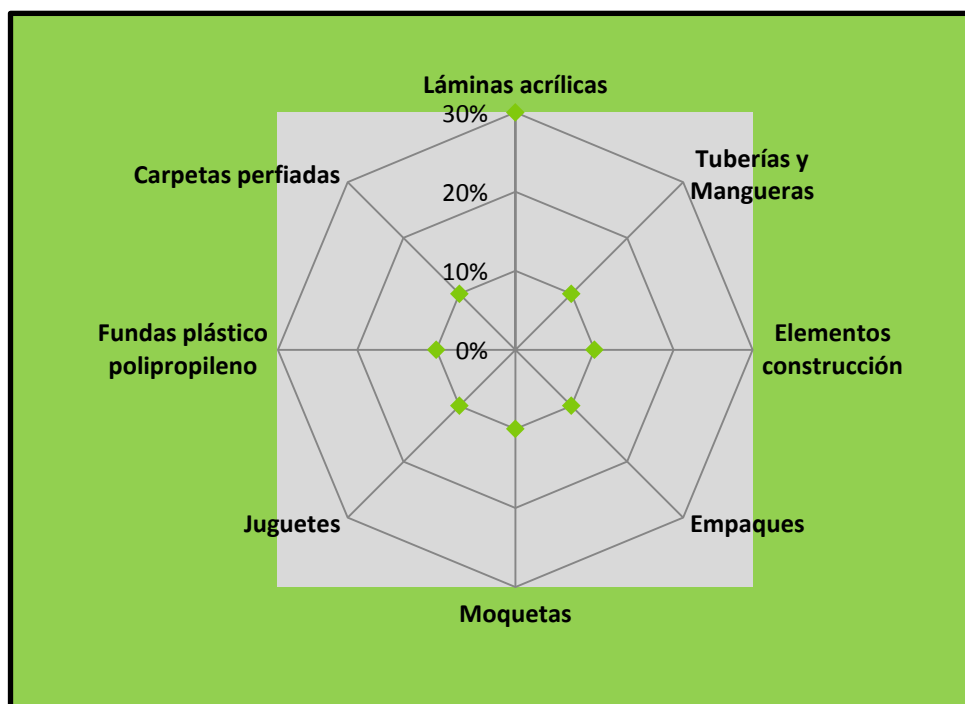
**PRODUCTOS DESTINADOS AL SEGMENTO G COMERCIO AL POR
MAYOR Y MENOR**

Producto	N° Respuestas	Porcentaje
Láminas acrílicas	3	30%
Tuberías y Mangueras	1	10%
Elementos construcción	1	10%
Empaques	1	10%
Moquetas	1	10%
Juguetes	1	10%
Fundas plástico polipropileno	1	10%
Carpetas perfiladas	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 25.-

**PRODUCTOS DESTINADOS AL SEGMENTO G COMERCIO AL POR
MAYOR Y MENOR**



Fuente: Cuadro N° 28
Elaborado por: Génesis Ramírez

Sector Económico (F): Construcción (Q): Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social (A): Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, (E): Suministro de agua; evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminación: (T) Actividades de los hogares: (S) Otras actividades de servicios.

Cuyos segmentos abarcan 29.69 por ciento de los segmentos atendidos, y dentro de los productos más importantes se encuentran tuberías, mangueras, tubos pvc (17%), envases plásticos (11%), empaque flexible (11%), láminas polietileno (11%), empaque de uso agrícola (6%) y otros.

Cuadro N° 29.-

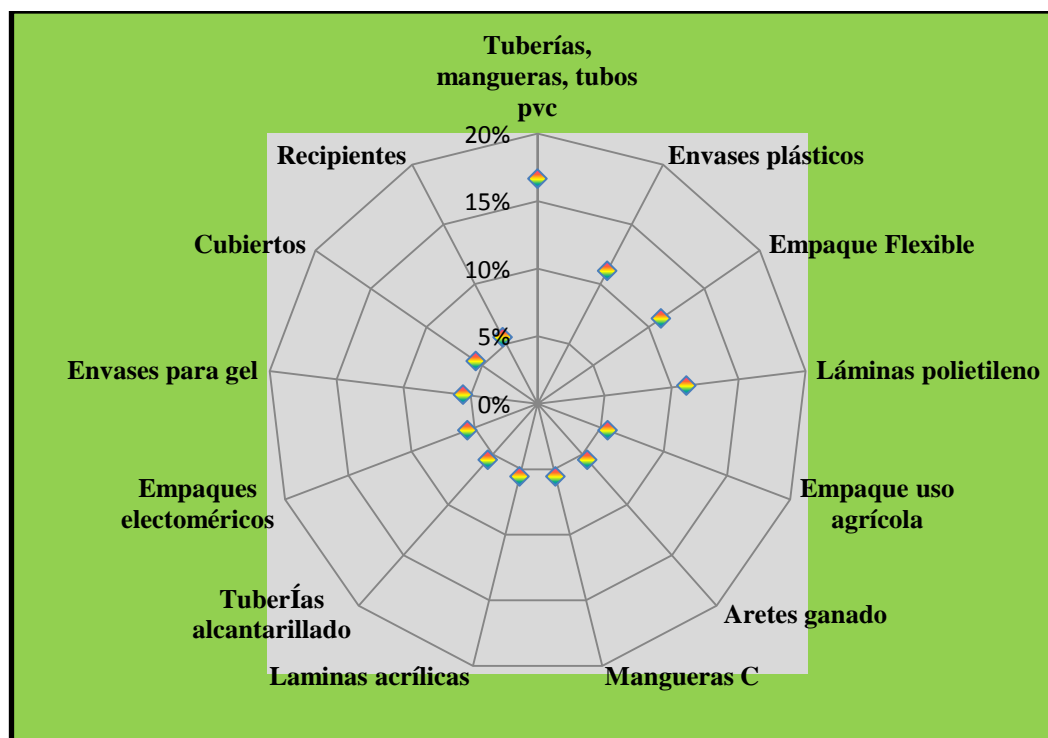
PRODUCTOS DESTINADOS A LOS SECTORES: F, Q, A, E, T Y S

Producto	N° Respuestas	Porcentaje
Tuberías, mangueras, tubos pvc	3	17%
Envases plásticos	2	11%
Empaque Flexible	2	11%
Laminas polietileno	2	11%
Empaque uso agrícola	1	6%
Aretes ganado	1	6%
Mangueras C	1	6%
Laminas acrílicas	1	6%
Tuberías alcantarillado	1	6%
Empaques electroméricos	1	6%
Envases para gel	1	6%
Cubiertos	1	6%
Recipientes	1	6%
TOTAL	18	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 26.-

PRODUCTOS DESTINADOS A LOS SECTORES: F, Q, A, E, T Y S



Fuente: Cuadro N° 29

Elaborado por: Génesis Ramírez

c) Principales Compradores

El estudio muestra en el Cuadro N° 30 y Gráfico N° 27 que dentro de los principales compradores se encuentran las empresas industriales con 20.27 por ciento, distribuidores con 17.57, comisariatos con 13.51, artesanos 12.16, industria de alimentos y bebidas con 9.46, y comercios ferreteros con 8.11. Finalmente con menos del 3.00 por ciento, se encuentran: constructores, embotelladoras, almacenes automotrices, otros, agricultores, empresas públicas, industria metalmecánica, farmacias, fabricantes de maquinaria y diseñadores.

Cuadro N° 30.-

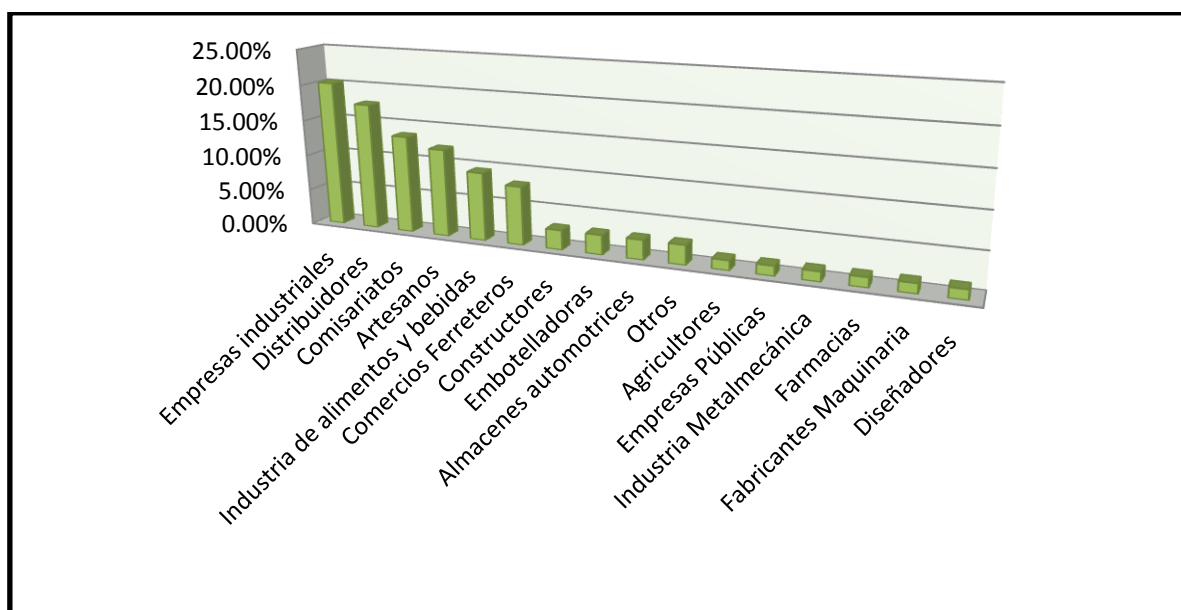
PRINCIPALES COMPRADORES

Principales Compradores	N° Respuestas	Porcentaje
Empresas industriales	15	20.27%
Distribuidores	13	17.57%
Comisariatos	10	13.51%
Artesanos	9	12.16%
Industria de alimentos y bebidas	7	9.46%
Comercios Ferreteros	6	8.11%
Constructores	2	2.70%
Embotelladoras	2	2.70%
Almacenes automotrices	2	2.70%
Otros	2	2.70%
Agricultores	1	1.35%
Empresas Públicas	1	1.35%
Industria Metalmeccánica	1	1.35%
Farmacias	1	1.35%
Fabricantes Maquinaria	1	1.35%
Diseñadores	1	1.35%
TOTAL	74	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 27.-

PRINCIPALES COMPRADORES



Fuente: Cuadro N° 30
Elaborado por: Génesis Ramírez

d) Características de reconocimiento en el mercado

La mayoría de las empresas determinan, como señalan el Cuadro N° 31 y el Gráfico N° 28, que la característica más importante por la que son reconocidas en el mercado es la calidad de los productos con 52.38 por ciento, sólo 11.11 señala a la atención personalizada y al precio como características de reconocimiento, respectivamente; y menos del 10.00 por ciento a la innovación de productos, entrega inmediata, honestidad, experiencia, asistencia técnica y cumplimiento de normas internacionales.

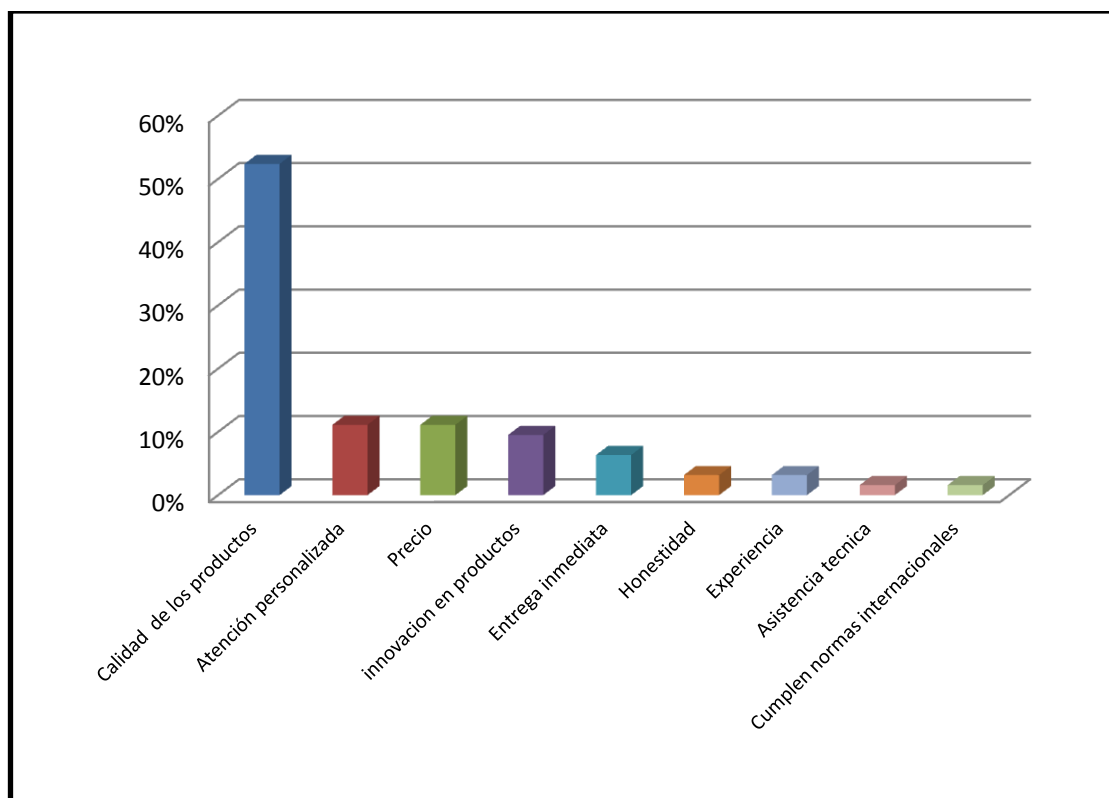
Cuadro N° 31.-

**CARACTERÍSTICAS POR LAS QUE LA EMPRESA ES RECONOCIDA
EN EL MERCADO**

Características	N° Respuestas	Porcentaje
Calidad de los productos	33	52.38%
Atención personalizada	7	11.11%
Precio	7	11.11%
Innovación en productos	6	9.52%
Entrega inmediata	4	6.35%
Honestidad	2	3.17%
Experiencia	2	3.17%
Asistencia técnica	1	1.59%
Cumplimiento de normas internacionales	1	1.59%
TOTAL	63	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 28:
CARACTERÍSTICAS POR LAS QUE LA EMPRESA ES RECONOCIDA
EN EL MERCADO



Fuente: Cuadro N° 31

Elaborado por: Génesis Ramírez

e) Ventajas o Fortalezas de los productos y servicios frente a la competencia nacional.

Según el Cuadro N° 32 y el Gráfico N° 29, las empresas fabricantes de caucho y plástico señalaron como principales ventajas y fortalezas: la calidad, que alcanzó 42.19 por ciento; seguida por la innovación continua en 23.44; la funcionalidad de los productos en 12.50; 7.81 señaló al precio como ventaja; y 4.69 por ciento señalaron: productos de fabricación nacional y entrega inmediata; finalmente, otros mencionan al respaldo técnico y productos biodegradables.

Cuadro N° 32.-

**VENTAJAS Y FORTALEZAS FRENTE A LA COMPETENCIA
NACIONAL**

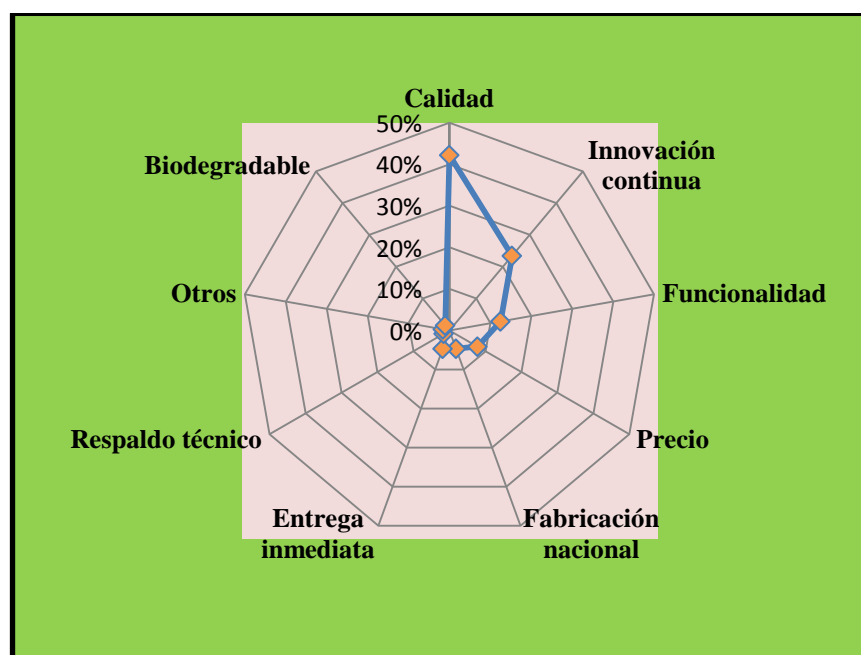
Ventajas o Fortalezas	N° Respuestas	Porcentaje
Calidad	27	42.19%
Innovación continua	15	23.44%
Funcionalidad	8	12.50%
Precio	5	7.81%
Fabricación nacional	3	4.69%
Entrega inmediata	3	4.69%
Respaldo técnico	1	1.56%
Otros	1	1.56%
Biodegradable	1	1.56%
TOTAL	64	100.00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 29.-

**VENTAJAS Y FORTALEZAS FRENTE A LA COMPETENCIA
NACIONAL**



Fuente: Cuadro N° 32

Elaborado por: Génesis Ramírez

f) Ventajas o Fortalezas de los productos y servicios frente a la competencia internacional.

Por otro lado, el Cuadro N° 33 y el Gráfico N° 30 demuestran que frente a la competencia internacional, se establecieron ventajas en la calidad en 33.33 por ciento. Por otro lado, 28.57 señalaron que no tienen ninguna ventaja. Mientras que, 9.52 señaló al respaldo técnico, entrega inmediata e innovación como fortalezas, respectivamente; finalmente, 4.76 por ciento señala al precio.

Cuadro N° 33.-

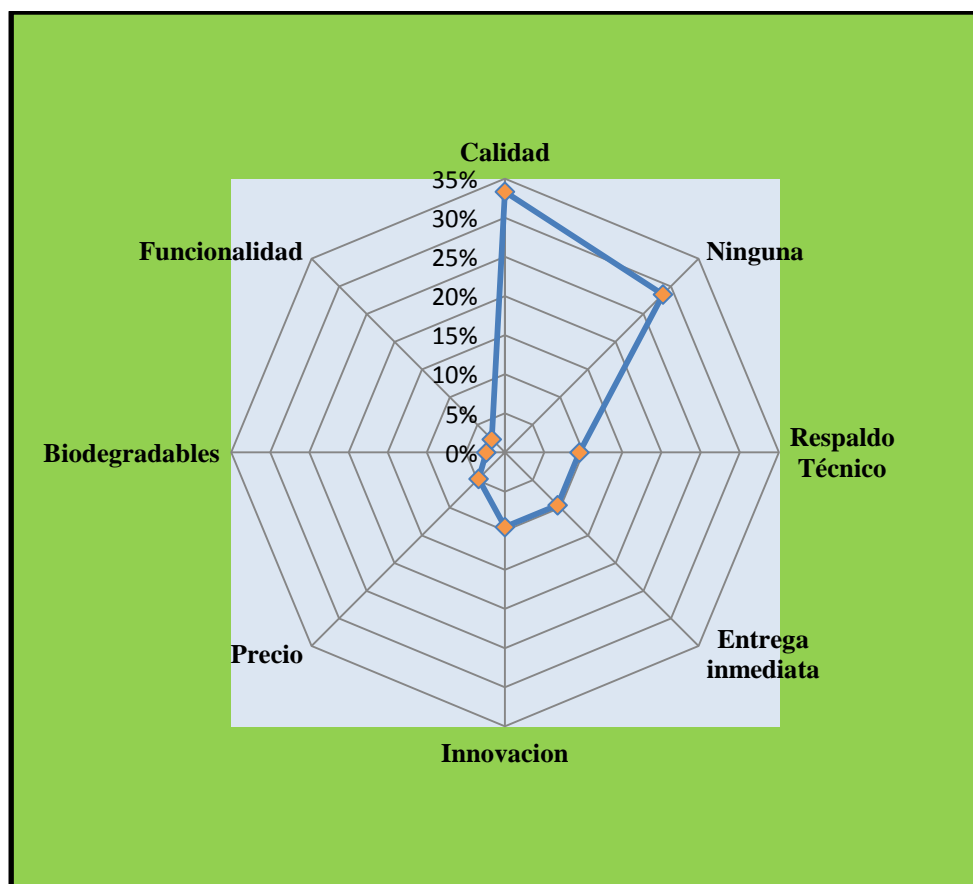
VENTAJAS Y FORTALEZAS FRENTE A LA COMPETENCIA INTERNACIONAL

Ventajas o Fortalezas	N° Respuestas	Porcentaje
Calidad	14	33.33%
Ninguna	12	28.57%
Respaldo Técnico	4	9.52%
Entrega inmediata	4	9.52%
Innovación	4	9.52%
Precio	2	4.76%
Biodegradables	1	2.38%
Funcionalidad	1	2.38%
TOTAL	42	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 30.-

**VENTAJAS Y FORTALEZAS FRENTE A LA COMPETENCIA
INTERNACIONAL**



Fuente: Cuadro N° 33

Elaborado por: Génesis Ramírez

g) Canales de Distribución utilizados

La mayoría de empresas fabricantes de plástico y caucho señalan en 71.43 por ciento que el canal directo al consumidor es el principal canal empleado para la distribución de sus productos, sólo 26.19 señalan que utilizan la distribución indirecta de productos mediante distribuidores, y 2.38 por ciento a minoristas.

Cuadro N° 34.-

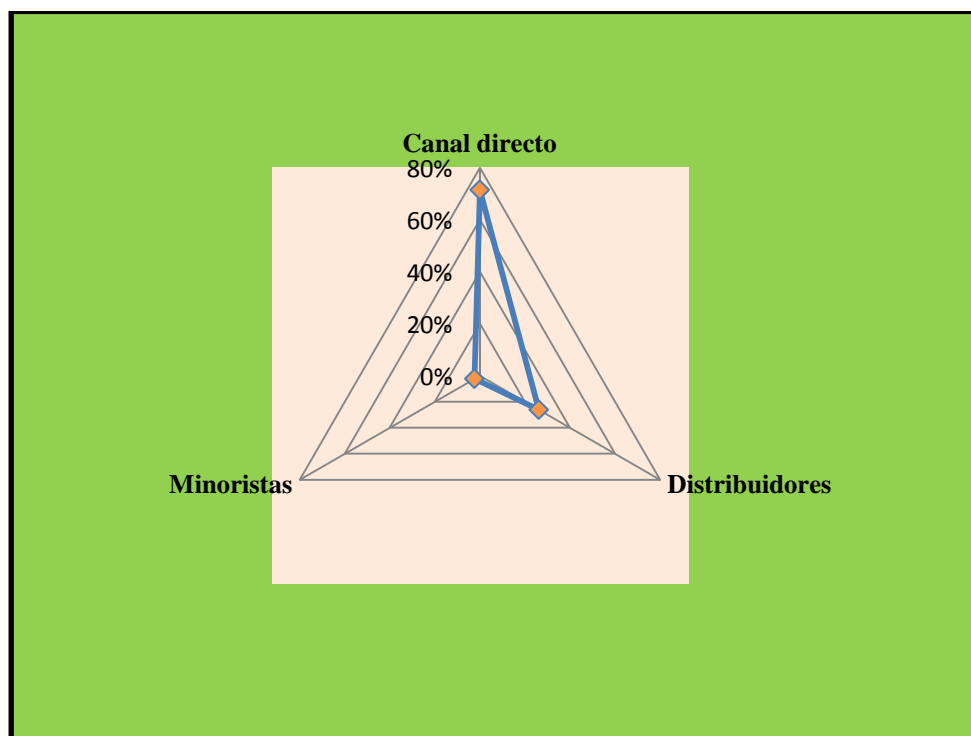
CANAL DE DISTRIBUCIÓN EN EL MERCADO INTERNO

Canales de Distribución	N° Respuestas	Porcentaje
Canal directo	30	71.43%
Distribuidores	11	26.19%
Minoristas	1	2.38%
TOTAL	42	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 31.-

CANAL DE DISTRIBUCIÓN EN EL MERCADO INTERNO



Fuente: Cuadro N°34
Elaborado por: Génesis Ramírez

h) Cobertura por mercados Geográficos.

Por el lado de la cobertura, en el estudio de mercado se pudo determinar, en base a el Cuadro N° 35 y el Gráfico N° 32 que 41.30 por ciento de las empresas tienen cobertura nacional en el país, seguido por 13.04 que cubre la sierra, 10.87 Quito y 8.70 por ciento Pichincha, seguido en un menor porcentaje Guayaquil, la Costa, Cuenca, Ambato y otras ciudades del país.

Cuadro N° 35.-

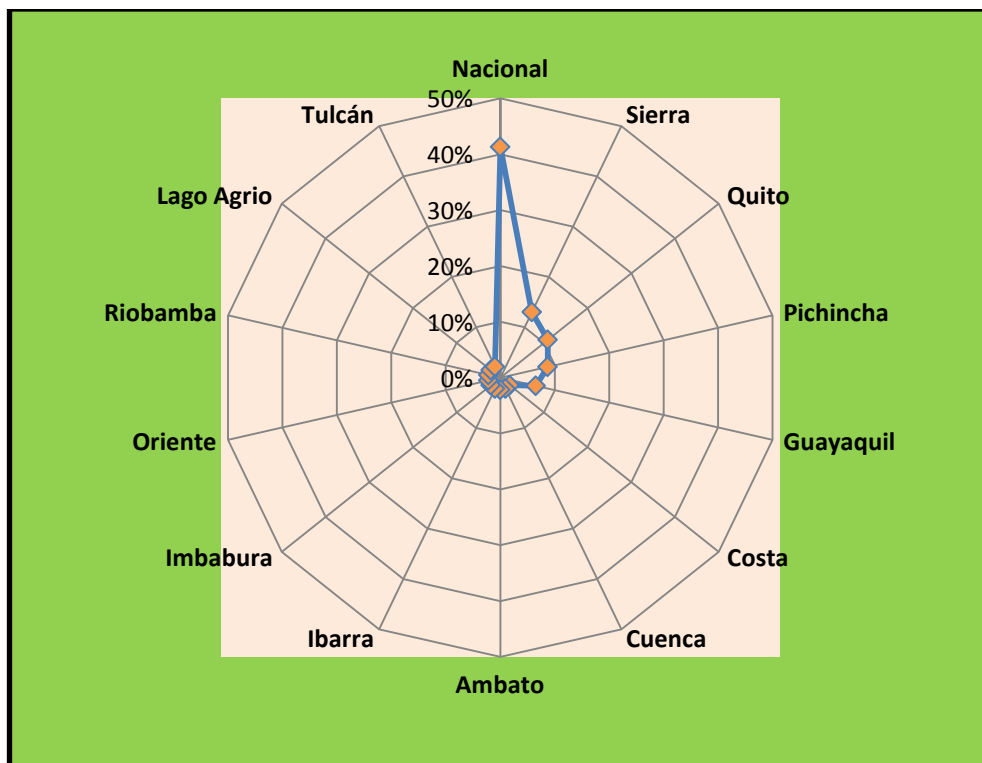
COBERTURA DE MERCADOS GEOGRÁFICOS A NIVEL NACIONAL

Mercado Geográfico	N° Respuestas	Porcentaje
Nacional	19	41.30%
Sierra	6	13.04%
Quito	5	10.87%
Pichincha	4	8.70%
Guayaquil	3	6.52%
Costa	1	2.17%
Cuenca	1	2.17%
Ambato	1	2.17%
Ibarra	1	2.17%
Imbabura	1	2.17%
Oriente	1	2.17%
Riobamba	1	2.17%
Lago Agrio	1	2.17%
Tulcán	1	2.17%
TOTAL	46	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 32.-

COBERTURA DE MERCADOS GEOGRÁFICOS A NIVEL NACIONAL



Fuente: Cuadro N° 35

Elaborado por: Génesis Ramírez

i) Dificultades para ingresar o permanecer en el mercado.

En cuanto a las dificultades para ingresar y permanecer en el mercado nacional el Cuadro N° 36 y el Gráfico N°33 muestran que 26.67 por ciento mencionaron como dificultades: a la necesidad de programas de financiamiento, 20.00 señalaron a las políticas gubernamentales, 11.11 señalan a la competencia y a los problemas logísticos y distribución, respectivamente; 8.89 a la falta de facilidades tecnológicas, 6.67 a materia prima importada, 4.44 a precios y 2.22 por ciento a registros y acreditaciones y conocimiento técnico, respectivamente.

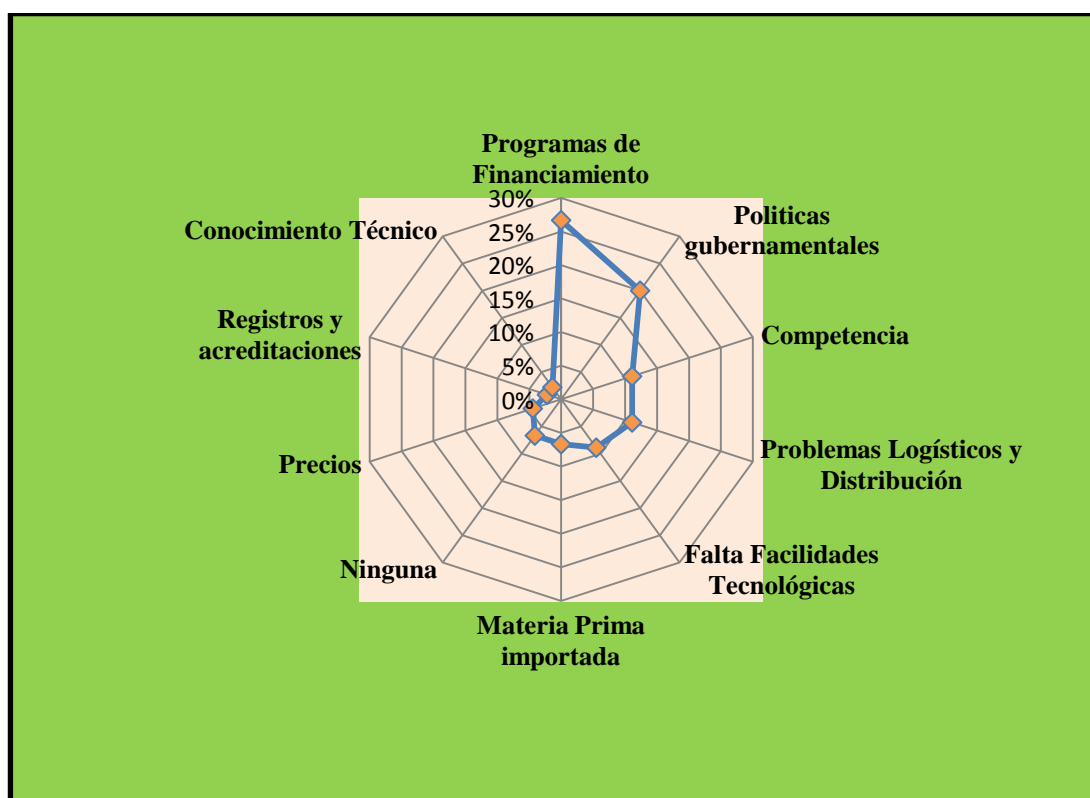
Cuadro N° 36.-

DIFICULTADES PARA INGRESAR Y PERMANECER EN EL MERCADO

Dificultades	N° Respuestas	Porcentaje
Programas de Financiamiento	12	26.67%
Políticas gubernamentales	9	20.00%
Competencia	5	11.11%
Problemas Logísticos y Distribución	5	11.11%
Falta Facilidades Tecnológicas	4	8.89%
Materia Prima importada	3	6.67%
Ninguna	3	6.67%
Precios	2	4.44%
Registros y acreditaciones	1	2.22%
Conocimiento Técnico	1	2.22%
TOTAL	45	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 33: DIFICULTADES PARA INGRESAR Y PERMANECER EN EL MERCADO



Fuente: Cuadro N° 36
Elaborado por: Génesis Ramírez

j) Dificultades para Exportar.

La principal razón enunciada es la capacidad de producción limitada en 28.30 por ciento, seguida por los aranceles y altos costos para exportar y a la competencia extranjera en 15.09, respectivamente. También señalan a la falta de apoyo gubernamental con 11.32, necesidad de recursos y capital 9.43. Por otro lado, 9.43 no mencionaron dificultades para poder exportar. Finalmente, 5.66 señala a los trámites de exportación, y 3.77 por ciento al desconocimiento del mercado, como razones que impiden la consecución de mercados externos.

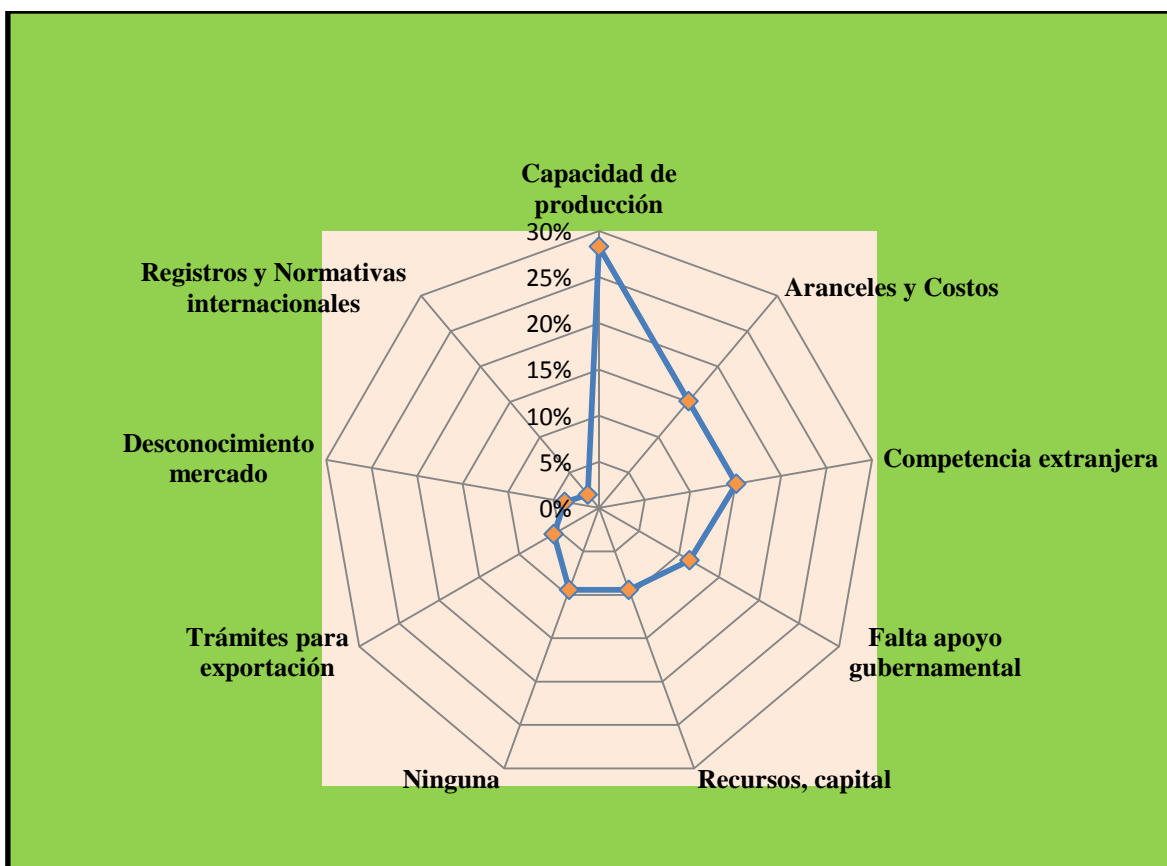
Cuadro N° 37.-

DIFICULTADES PARA EXPORTAR

Dificultades para Exportar	N° Respuestas	Porcentaje
Capacidad de producción	15	28.30%
Aranceles y Costos	8	15.09%
Competencia extranjera	8	15.09%
Falta apoyo gubernamental	6	11.32%
Recursos, capital	5	9.43%
Ninguna	5	9.43%
Trámites para exportación	3	5.66%
Desconocimiento mercado	2	3.77%
Registros y Normativas internacionales	1	1.89%
TOTAL	53	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 34.-

DIFICULTADES PARA EXPORTAR

Fuente: Cuadro N° 37

Elaborado por: Génesis Ramírez

k) Fortalezas de la competencia nacional

Las empresas mencionaron como fortalezas principales de la competencia las siguientes: 39.22 por ciento a la disponibilidad de capital y 27.45 a la tecnología. El 13.73 menciona al posicionamiento de marca, y 7.84 a la infraestructura. El último valor representativo analizado menciona a los precios bajos con 5.88 por ciento; pocos mencionan a los factores: empresas grandes, gestión de ventas y otros.

Cuadro N° 38.-

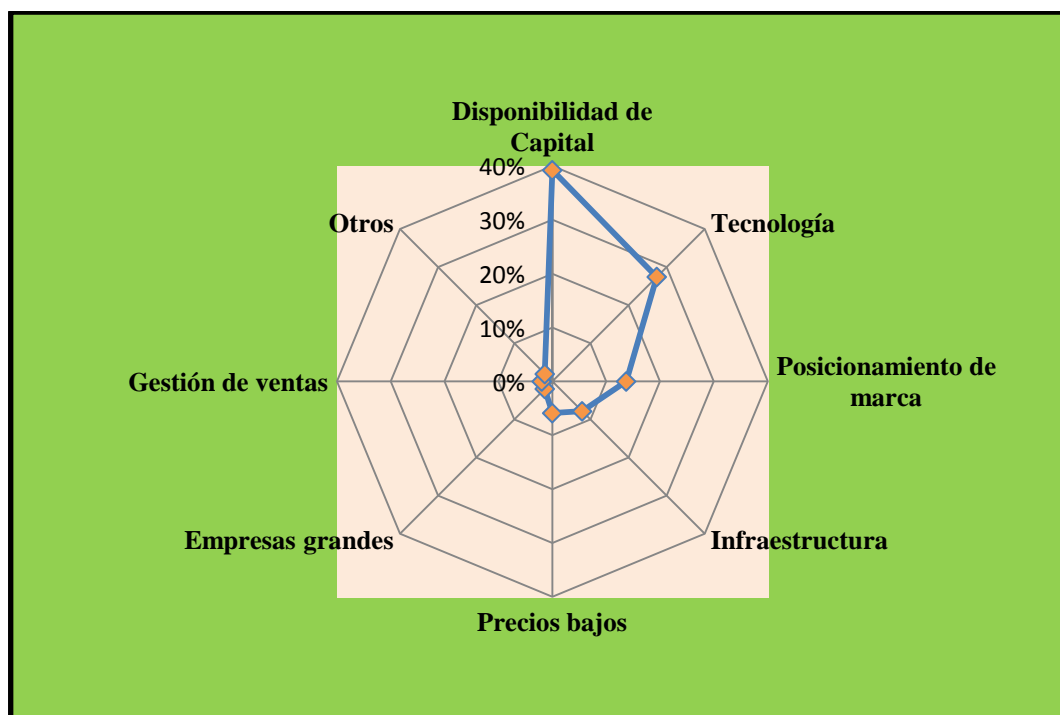
FORTALEZAS DE LA COMPETENCIA A NIVEL NACIONAL

Fortalezas que tiene la Competencia a Nivel Nacional	N° Respuestas	Porcentaje
Disponibilidad de Capital	20	39.22%
Tecnología	14	27.45%
Posicionamiento de marca	7	13.73%
Infraestructura	4	7.84%
Precios bajos	3	5.88%
Empresas grandes	1	1.96%
Gestión de ventas	1	1.96%
Otros	1	1.96%
TOTAL	51	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 35.-

FORTALEZAS DE LA COMPETENCIA A NIVEL NACIONAL



Fuente: Cuadro N° 37
Elaborado por: Génesis Ramírez

1) Futuro del mercado

Sobre los planes a futuro del mercado que tienen las empresas, se subdividió en cuatro áreas estratégicas: Expansión, Contracción, Competencia, e Innovación.

Empezando el análisis sobre el futuro del mercado, en cuanto a la expansión, el Cuadro N° 39 el Gráfico N°36 demuestra que 46.67 por ciento de las empresas prevé el incremento de producción, y 40.00 planea ampliar el mercado, sólo el 6.67 planea exportar y 3.33 por ciento espera invertir en infraestructura y mayor reconocimiento de la marca, respectivamente.

Cuadro N° 39.-

FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A EXPANSIÓN

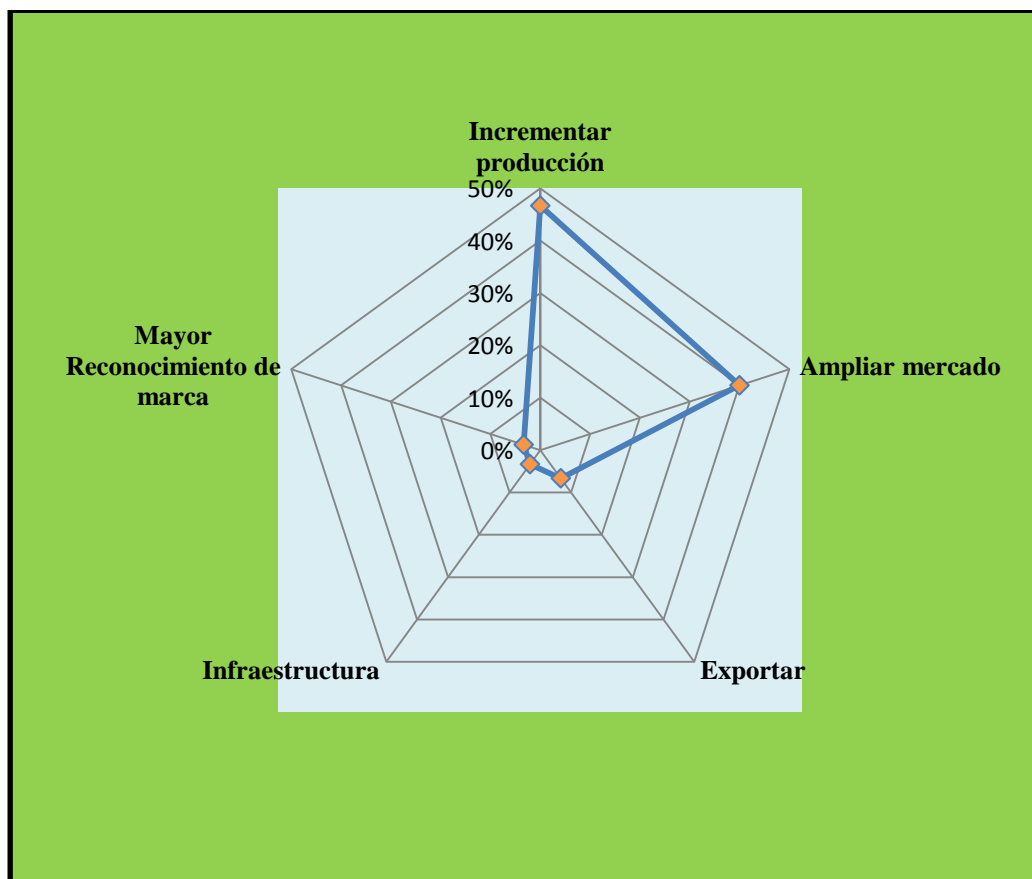
Expansión	N° Cías.	Porcentaje
Incrementar producción	14	46.67%
Ampliar mercado	12	40.00%
Exportar	2	6.67%
Infraestructura	1	3.33%
Mayor Reconocimiento de marca	1	3.33%
TOTAL	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 36.-

FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A EXPANSIÓN



Fuente: Cuadro N° 39
 Elaborado por: Génesis Ramírez

Para el futuro en Contracción, el Cuadro N° 40 y el Gráfico N°37 muestra que 93.33 por ciento no planea ninguna acción en este sentido, 3.33 por ciento menciona la restricción de producción para mercados poco significativos, y cambio de nombre a la empresa debido a razones de fusiones y venta, respectivamente.

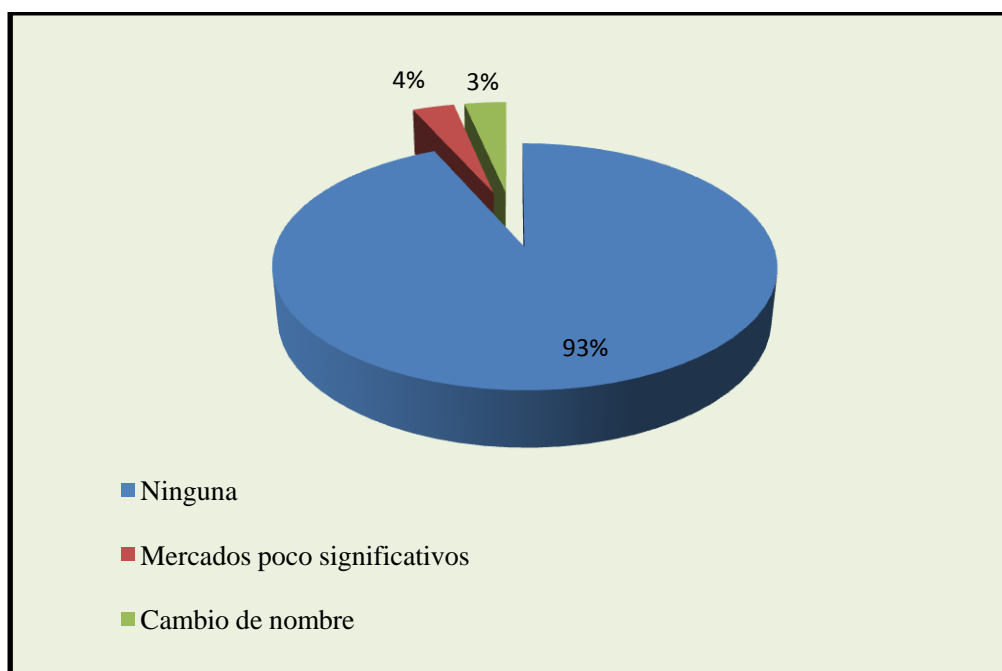
Cuadro N° 40.-

FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A CONTRACCIÓN

Contracción	N° Cías.	Porcentaje
Ninguna	28	93.33%
Mercados poco significativos	1	3.33%
Cambio de nombre	1	3.33%
TOTAL	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 37.-

FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A CONTRACCIÓN

Fuente: Cuadro N° 40
Elaborado por: Génesis Ramírez

Según el Cuadro N° 41 y el Gráfico N° 38 para el futuro de la Competencia, 73.33 por ciento no planea ninguna acción, 13.33 planea mejorar la calidad de sus productos para contrarrestar a la competencia, 6.67 prevé abrir sucursales, y 3.33 por ciento señala a la segmentación clara del mercado como el futuro de la competencia, así como también a la elaboración de planes estratégicos como instrumento para poder competir, respectivamente.

Cuadro N° 41.-

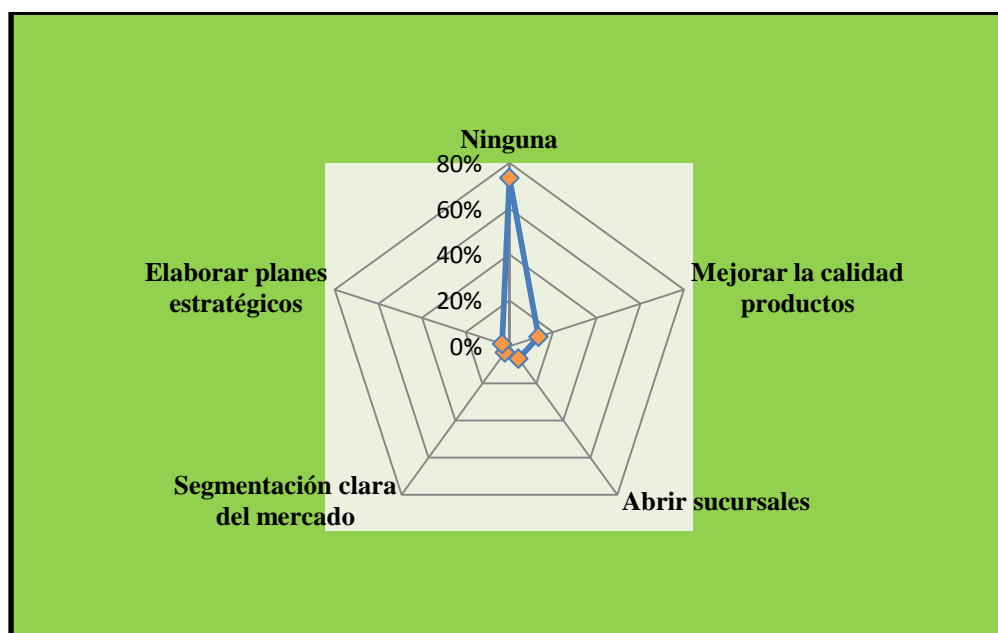
FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A COMPETENCIA

Competencia	N° Cías.	Porcentaje
Ninguna	22	73.33%
Mejorar la calidad productos	4	13.33%
Abrir sucursales	2	6.67%
Segmentación clara del mercado	1	3.33%
Elaborar planes estratégicos	1	3.33%
TOTAL	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 38.-

FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A COMPETENCIA



Fuente: Cuadro N° 41

Elaborado por: Génesis Ramírez

Finalmente, el Cuadro N° 42 y el Gráfico N° 39 muestra que para el futuro de innovación, 53.33 por ciento de las empresas esperan innovar productos, 40.00 planea crear nuevas técnicas de producción y mercadeo, y sólo 6.67 por ciento no tiene una actividad para realizarse en cuanto a esta área.

Cuadro N° 42.-

FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A INNOVACIÓN

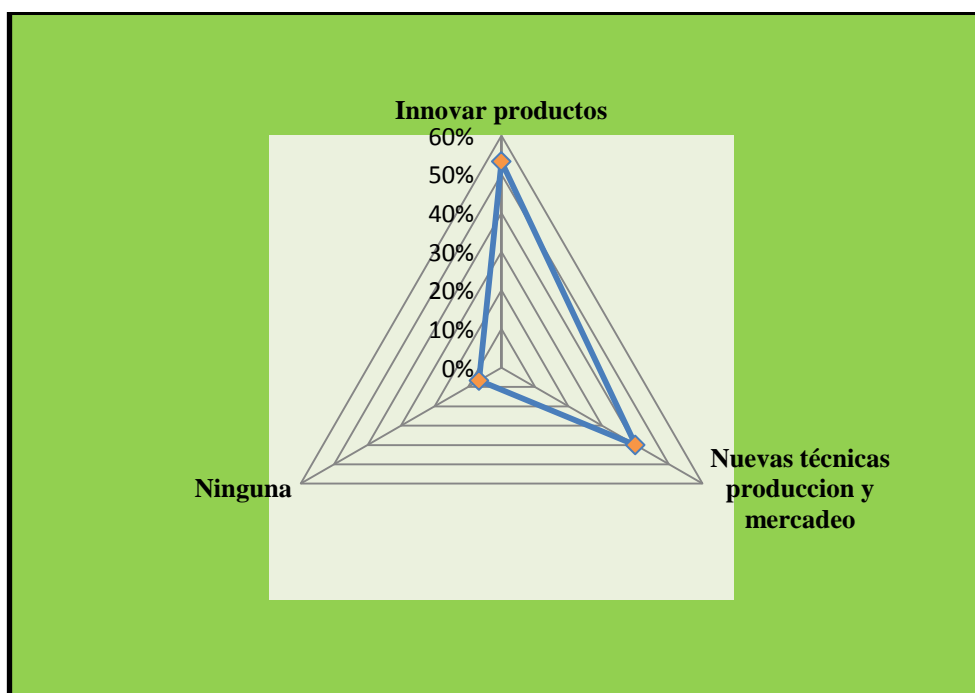
Innovación	N° Cías.	Porcentaje
Innovar productos	16	53.33%
Nuevas técnicas producción y mercadeo	12	40.00%
Ninguna	2	6.67%
TOTAL	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 39.-

FUTURO DEL MERCADO EN CUANTO A INNOVACIÓN



Fuente: Cuadro N°42

Elaborado por: Génesis Ramírez

4.2 SECCIÓN 2: Mercadeo

El mercadeo hace referencia a la utilización de publicidad, promoción, canales de distribución, a los planes a corto mediano y largo plazo, a las investigaciones permanentes de mercado, a la gestión de servicio post-venta; factores que inciden en el posicionamiento de los productos y servicios.⁵¹

Dentro de esta sección con las preguntas planteadas se pretendió conocer las estrategias que han establecido las empresas para acceder a sus mercados nacionales e internacionales de ser el caso.

⁵¹ Cfr. A., BELTRÁN, E., TORRES, y otros (2004).Op. Cit.. p. 53

a) Existencia de un Plan de Mercadeo

Sobre la existencia de un plan de mercadeo, como señala el Cuadro N° 43 y el Gráfico N°40, 56.67 por ciento de las empresas no lo tiene; mientras que, 43.33 por ciento cuenta con un plan de este tipo. Tal como se muestra a continuación:

Cuadro N° 43.-

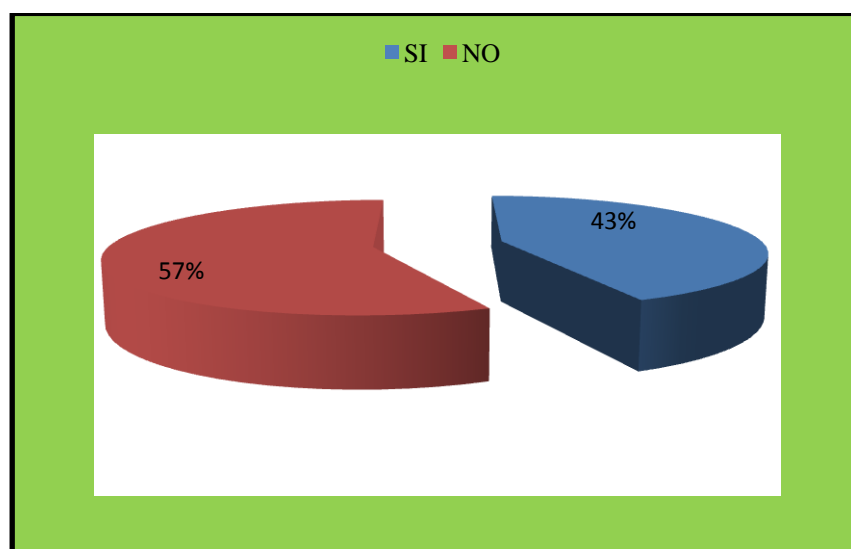
¿TIENE SU EMPRESA UN PLAN DE MERCADEO?

Existencia Plan de Mercadeo	N° Cías.	Porcentaje
NO	17	56.67%
SI	13	43.33%
TOTAL	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 40.-

¿TIENE SU EMPRESA UN PLAN DE MERCADEO?



Fuente: Cuadro N° 43
Elaborado por: Génesis Ramírez

b) Persona responsable del plan de Mercadeo

El Cuadro N°44 y el Gráfico N° 41 señalan que 56.67 por ciento no cuentan con plan de mercado; por otro lado, 20.00 por ciento de las empresas tiene como responsable de los planes de mercadeo al Gerente de Marketing, 16.67 al Gerente General y 6.67 por ciento al Gerente de Ventas.

Cuadro N° 44.-

PERSONA RESPONSABLE DEL PLAN DE MERCADEO

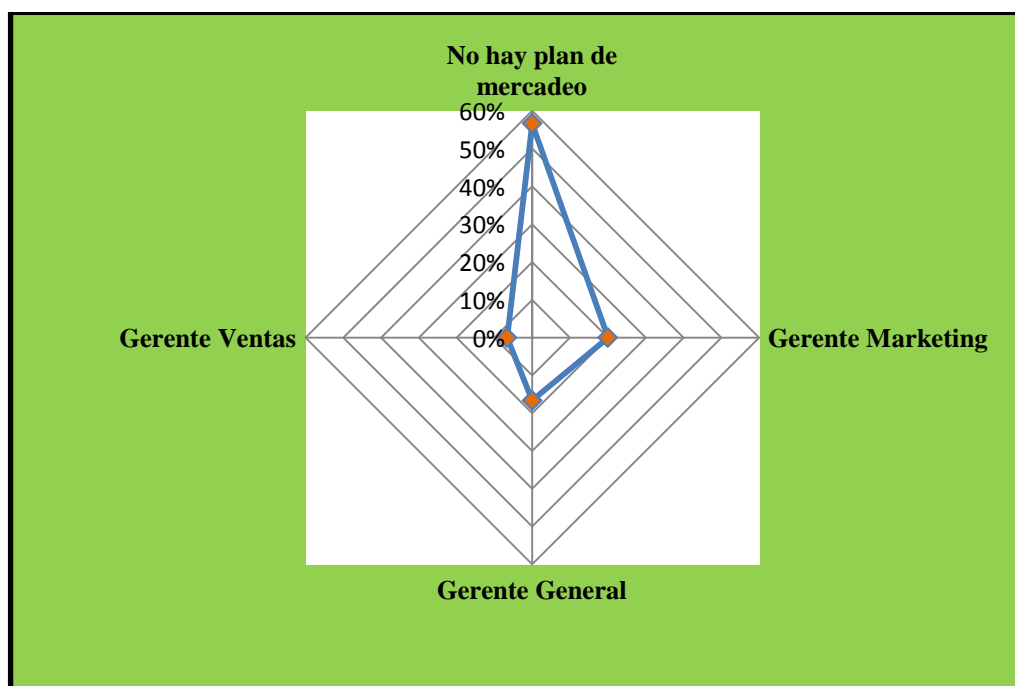
Responsable	N° Cías.	Porcentaje
No hay plan de mercadeo	17	56.67%
Gerente Marketing	6	20.00%
Gerente General	5	16.67%
Gerente Ventas	2	6.67%
TOTAL	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 41.-

PERSONA RESPONSABLE DEL PLAN DE MERCADEO



Fuente: Cuadro N° 44

Elaborado por: Génesis Ramírez

c) Objetivos del Plan de Mercadeo para el 2011

Dado que la mayoría de empresas no cuentan con plan de mercadeo, tampoco cuentan con objetivos de mercadeo, es así que el Cuadro N° 45 y el Gráfico N° 42 señala que no existen objetivos en 34.00 por ciento de las respuestas; mientras que, los que sí cuentan con un plan de mercadeo tienen como objetivos principales: incrementar el mercado 28.00 por ciento; elaborar y cumplir el plan de marketing 16.00; elaborar nuevos productos 8.00; brindar asesoría a clientes 6.00; seguido por el fortalecimiento del mercado y la mejora del aprovisionamiento en 4.00 por ciento, respectivamente.

Cuadro N° 45.-

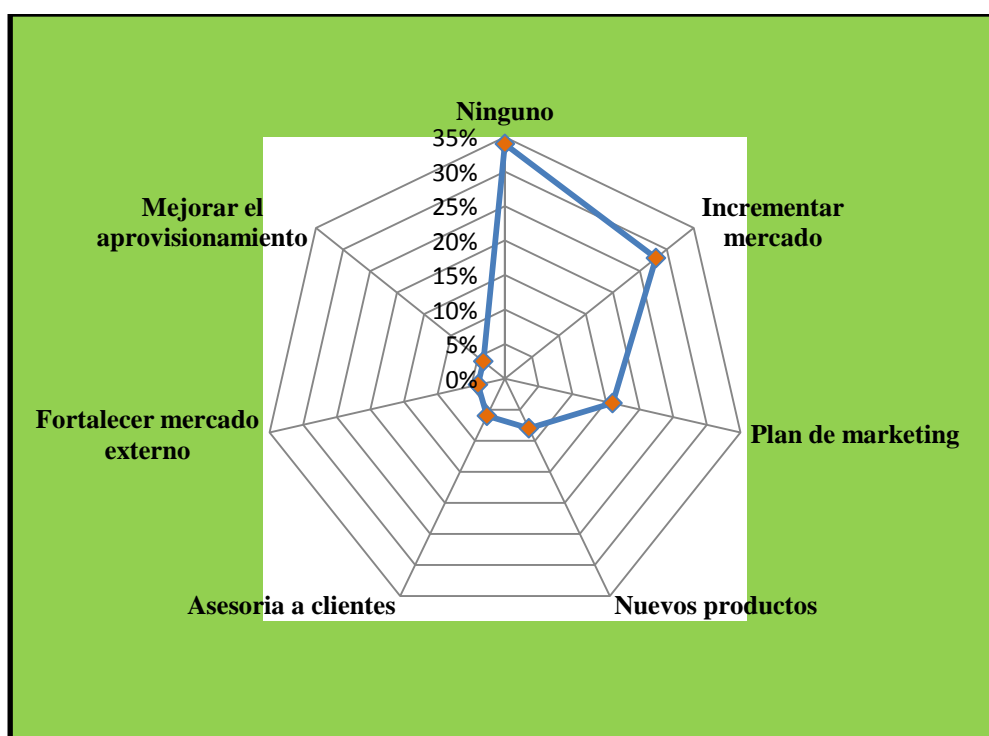
OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO PARA EL 2011

Objetivos Mercadeo 2011	N° Respuestas	Porcentaje
Ninguno	17	34.00%
Incrementar mercado	14	28.00%
Plan de marketing	8	16.00%
Nuevos productos	4	8.00%
Asesoría a clientes	3	6.00%
Fortalecer mercado externo	2	4.00%
Mejorar el aprovisionamiento	2	4.00%
TOTAL	50	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 42.-

OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO PARA EL 2011



Fuente: Cuadro N° 45

Elaborado por: Génesis Ramírez

d) Estrategias de Mercadeo

En el Cuadro N° 46 y el Gráfico N° 43 se refleja que los objetivos del plan de mercadeo se planean conseguir a través de las siguientes estrategias en orden de frecuencia: 32.65 por ciento no tienen estrategia; 24.49 apunta a la publicidad y mercadeo; 12.24 por medio de la medición de cumplimiento de planes y abarcando nuevos mercados e incrementándolos, respectivamente; 8.16 mejorando la calidad del servicio; 6.12 brindando calidad en el producto, y finalmente; 2.04 por ciento buscando nuevos proveedores, e implementando nuevas herramientas de información, respectivamente.

Cuadro N° 46.-

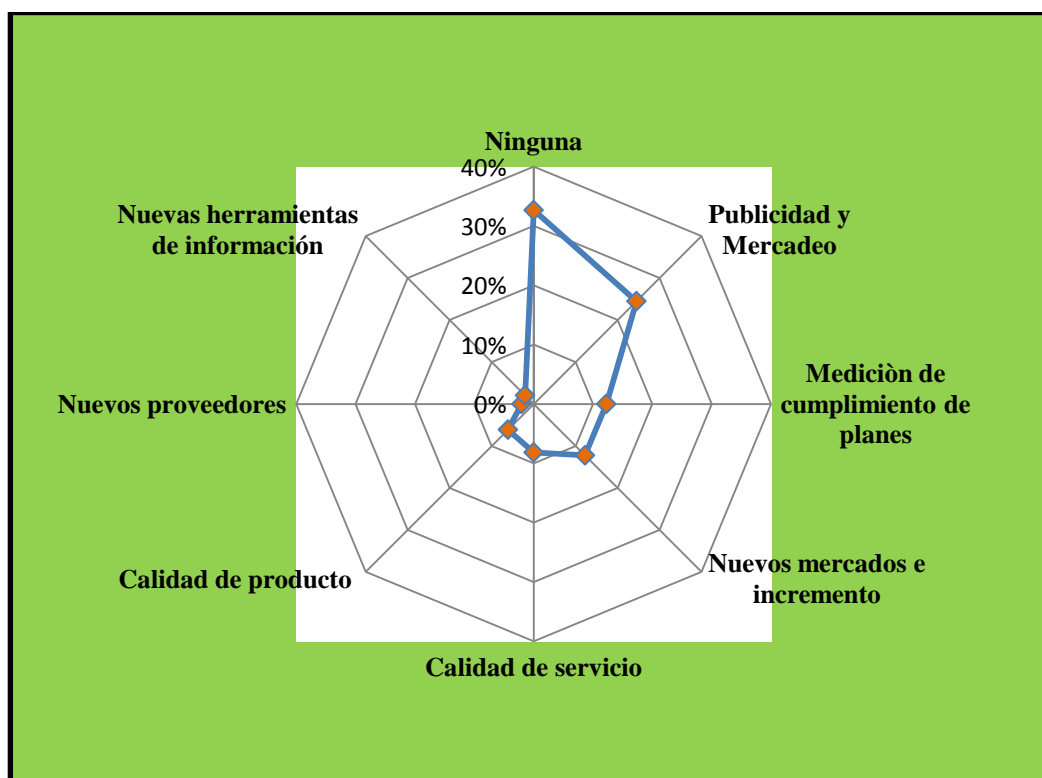
ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Estrategias de Mercadeo	N° Respuestas	Porcentaje
Ninguna	16	32.65%
Publicidad y Mercadeo	12	24.49%
Medición de cumplimiento de planes	6	12.24%
Nuevos mercados e incremento	6	12.24%
Calidad de servicio	4	8.16%
Calidad de producto	3	6.12%
Nuevos proveedores	1	2.04%
Nuevas herramientas de información	1	2.04%
TOTAL	49	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 43.-

ESTRATEGIAS DE MERCADEO



Fuente: Cuadro N°46
 Elaborado por: Génesis Ramírez

e) Política de Fijación de Precios

Los precios se fijan, como lo muestra el Cuadro N° 47 y el Gráfico N° 44, por el 51.16 por ciento sobre la base de costos de producción, 32.56 se basa en el mercado, 9.30 según el tipo de proyecto por pedido del cliente, 4.65 según negociación del contrato, y 2.33 por ciento de empresas lo fijan con un porcentaje mínimo del 10% de rentabilidad por proyecto.

Cuadro N° 47.-

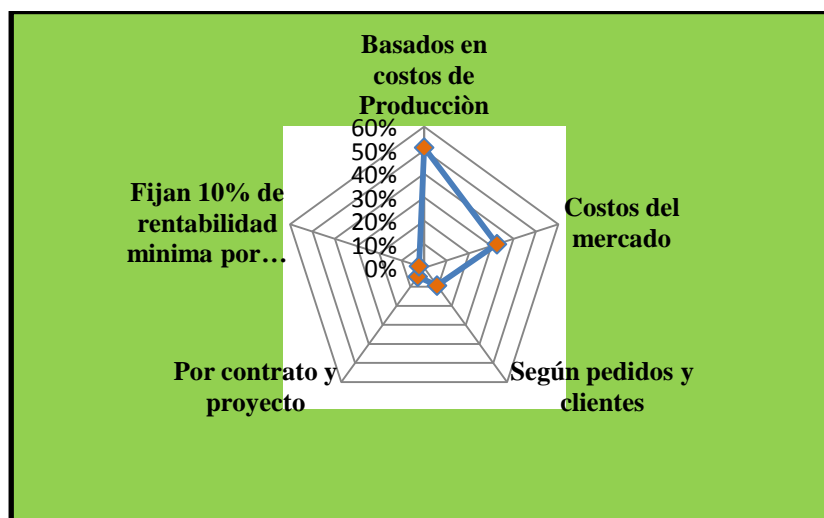
POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS

Política de Fijación de Precios	N° Respuestas	Porcentaje
Basados en costos de Producción	22	51.16%
Costos del mercado	14	32.56%
Según pedidos y clientes	4	9.30%
Por contrato y proyecto	2	4.65%
Fijan 10% de rentabilidad mínima por proyecto	1	2.33%
TOTAL	43	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 44.-

POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS



Fuente: Cuadro N°47
Elaborado por: Génesis Ramírez

f) Disposición de un Plan de Promoción y Publicidad

El Cuadro N° 48 y el Gráfico N° 45 señalan que 56.67 por ciento de las empresas dispone de un plan de promoción y 43.33 por ciento no lo tiene.

Cuadro N° 48.-

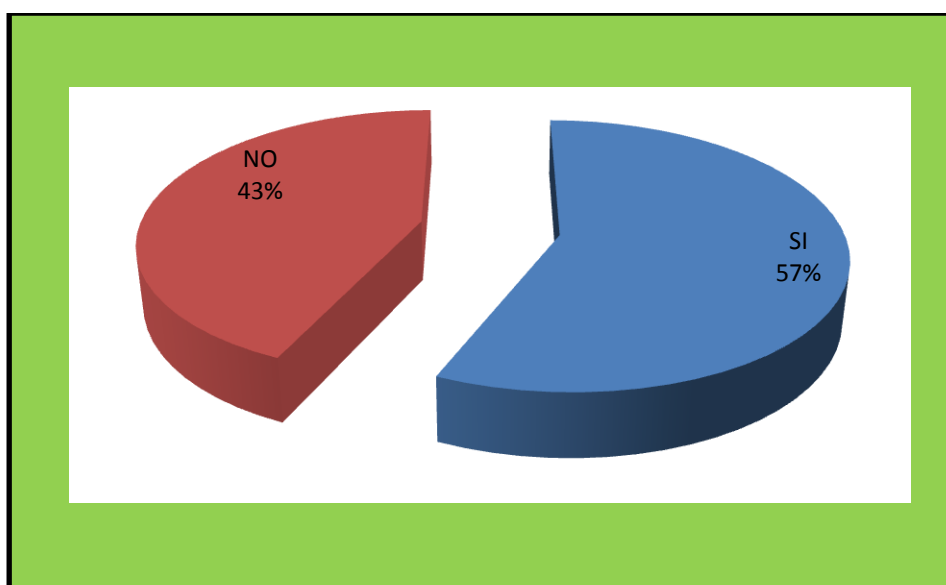
¿DISPONE DE UN PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD?

Disposición de un Plan de Promoción y Publicidad	N° Cías.	Porcentaje
SI	17	56.67%
NO	13	43.33%
TOTAL	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 45.-

¿DISPONE DE UN PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD?



Fuente: Cuadro N° 48
Elaborado por: Génesis Ramírez

g) Ejes del plan de promoción y publicidad

El Cuadro N° 49 y el Gráfico N°46 demuestra que 30.95 por ciento carece de ejes para el plan de promoción y publicidad, 16.67 señala a la Web su mejoramiento y desarrollo, 9.52 se enfoca en promociones, y 7.14 focaliza su promoción y publicidad por referencia de clientes, publicaciones en revistas, y la atención personalizada, respectivamente. Por otro lado, 4.76 por ciento cita como ejes: pedidos electrónicos, participación en ofertas estatales, incentivos en ventas por volumen, respectivamente.

Cuadro N° 49.-

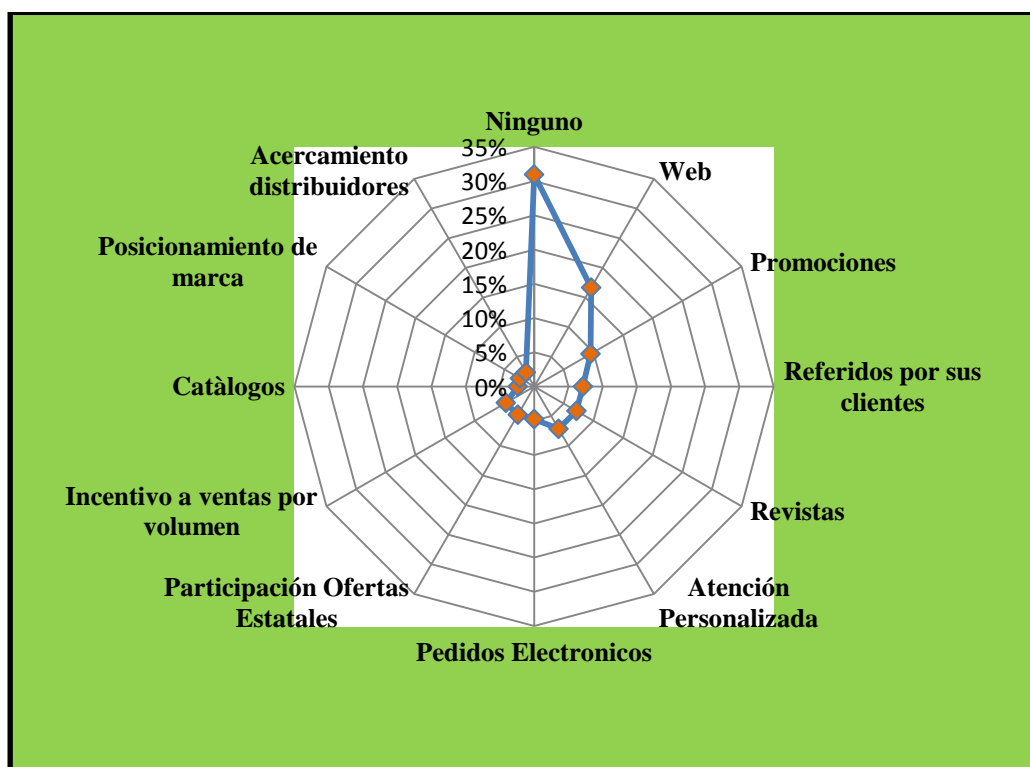
EJES DEL PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Ejes del Plan de Promoción y Publicidad	N° Respuestas	Porcentaje
Ninguno	13	30.95%
Web	7	16.67%
Promociones	4	9.52%
Referidos por sus clientes	3	7.14%
Revistas	3	7.14%
Atención Personalizada	3	7.14%
Pedidos Electrónicos	2	4.76%
Participación Ofertas Estatales	2	4.76%
Incentivo a ventas por volumen	2	4.76%
Catálogos	1	2.38%
Posicionamiento de marca	1	2.38%
Acercamiento distribuidores	1	2.38%
TOTAL	42	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 46.-

EJES DEL PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD



Fuente: Cuadro N°49

Elaborado por: Génesis Ramírez

h) Periodicidad de investigaciones de mercado

Sobre las Investigaciones de mercado, el Cuadro N° 50 el Gráfico N°47 señalan que 36.67 por ciento de las empresas no las realiza, 20.00 lo hace anualmente y en igual porcentaje lo realiza en diversos periodos o según los nuevos requerimientos de clientes (otros), 16.67 lo realiza semestralmente, y finalmente, 3.33 por ciento lo hace trimestralmente y en periodos mayores a un año, respectivamente.

Cuadro N° 50.-

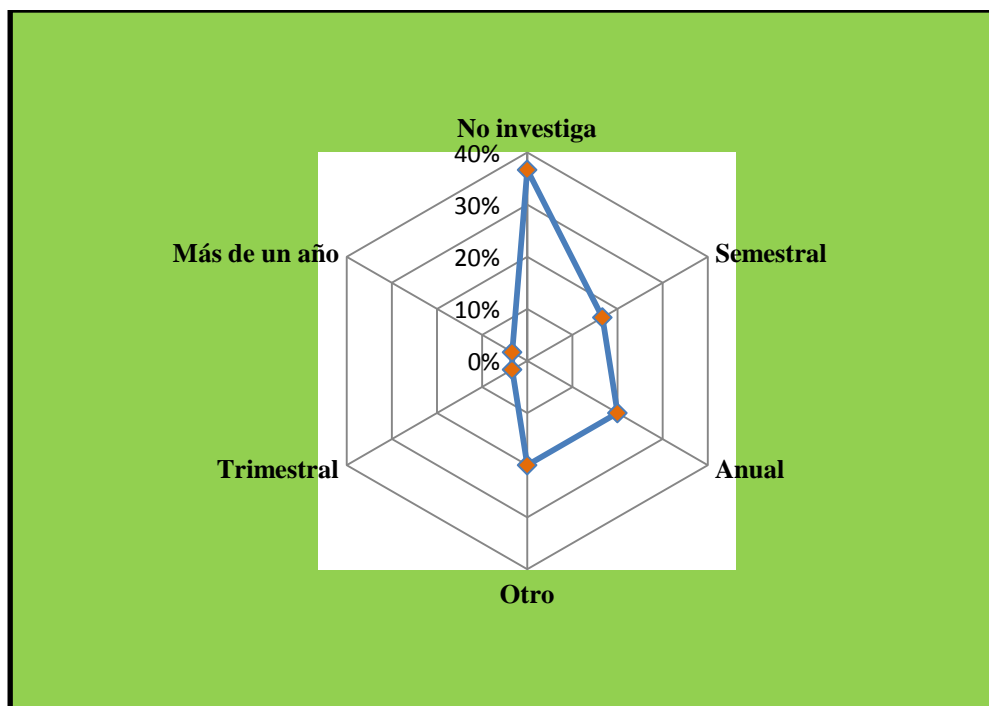
**PERIODICIDAD DE REALIZACIÓN DE INVESTIGACIONES DE
MERCADO**

Periodicidad	N° Cías.	Porcentaje
No investiga	11	36.67%
Anual	6	20.00%
Otro	6	20.00%
Semestral	5	16.67%
Trimestral	1	3.33%
Más de un año	1	3.33%
TOTAL	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N°47.-

**PERIODICIDAD DE REALIZACIÓN DE INVESTIGACIONES DE
MERCADO**



Fuente: Cuadro N° 50
Elaborado por: Génesis Ramírez

i) Controles para evaluar el cumplimiento del plan de mercadeo

Dado que gran parte de las empresas no contaba con un plan de mercadeo 47.06 por ciento no estableció controles para evaluación de cumplimiento; sin embargo, en el Cuadro N° 51 y el Gráfico N° 48 se muestra que dentro de las empresas que cuentan con planes, 20.59 los evalúa verificando el cumplimiento del plan estratégico, 11.76 lo hace analizando el cumplimiento de ventas, 8.82 constatando la satisfacción del cliente, 5.88 con la obtención de nuevos clientes, y 2.94 por ciento lo hacen mejorando la calidad de los productos, y calculando el rendimiento por proyecto, respectivamente.

Cuadro N° 51.-

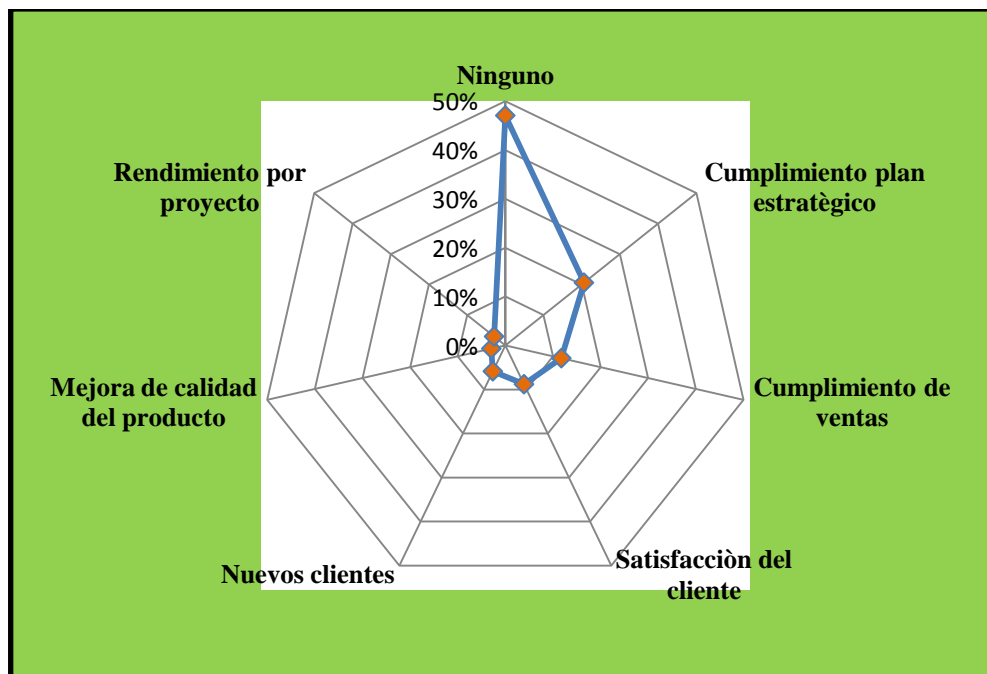
**CONTROLES EMPLEADOS PARA EVALUAR EL CUMPLIMIENTO
DEL PLAN DE MERCADEO**

Controles	N° Respuestas	Porcentaje
Ninguno	16	47.06%
Cumplimiento plan estratégico	7	20.59%
Cumplimiento de ventas	4	11.76%
Satisfacción del cliente	3	8.82%
Nuevos clientes	2	5.88%
Mejora de calidad del producto	1	2.94%
Rendimiento por proyecto	1	2.94%
TOTAL	34	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N°48.-

**CONTROLES EMPLEADOS PARA EVALUAR EL CUMPLIMIENTO
DEL PLAN DE MERCADEO**



Fuente: Cuadro N° 51

Elaborado por: Génesis Ramírez

j) Sistemas de Servicio Post Venta

En cuanto a los sistemas de Servicio Post Venta que prestan las empresas al cliente, el Cuadro N° 52 y el Gráfico N° 49 muestran que 32.43 por ciento tiene sistemas de asistencia de reclamos, 24.32 constata la satisfacción a través de llamadas telefónicas, 21.62 no tiene ningún sistema de servicio post venta, 16.22 ofrece garantías, y 2.70 por ciento ofrece atención para nuevos requerimientos y pruebas hidrostáticas, respectivamente. Esto último principalmente aquellas empresas que producen tuberías.

Cuadro N° 52.-

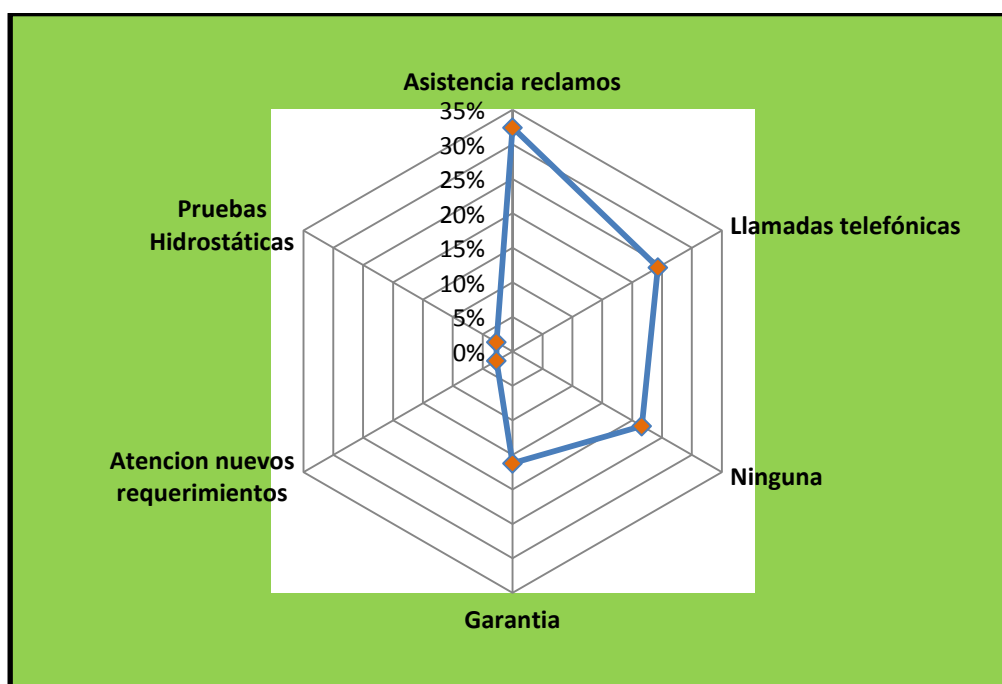
**SISTEMAS DE SERVICIO POST VENTA QUE PRESTA LA EMPRESA
AL CLIENTE.**

Sistemas de Servicio Post Venta	N° Respuestas	Porcentaje
Asistencia reclamos	12	32.43%
Llamadas telefónicas	9	24.32%
Ninguna	8	21.62%
Garantía	6	16.22%
Atención nuevos requerimientos	1	2.70%
Pruebas Hidrostáticas	1	2.70%
TOTAL	37	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 49.-

**SISTEMAS DE SERVICIO POST VENTA QUE PRESTA LA EMPRESA
AL CLIENTE.**



Fuente: Cuadro N°52
Elaborado por: Génesis Ramírez

k) Grado de cumplimiento de las empresas con los cliente

Por el lado de cumplimiento de las empresas con los clientes, en el Cuadro N° 53 y en el Gráfico N° 50 se demuestra que 93.33 por ciento de las empresas tiene un cumplimiento entre el 81 al 100%, y sólo 6.67 por ciento de las empresas señala a su cumplimiento entre el 61 al 80%.

Cuadro N° 53.-

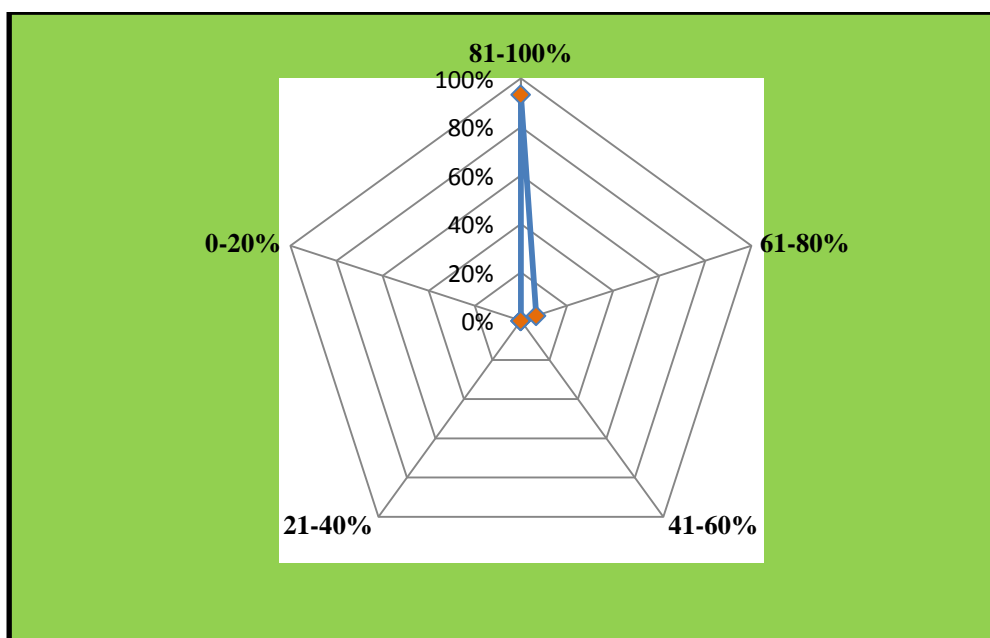
**PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LA EMPRESA CON SUS
CLIENTES.**

Porcentaje de cumplimiento que tiene la empresa con sus clientes	N° Cías.	Porcentaje
81-100%	28	93.33%
61-80%	2	6.67%
41-60%	0	0.00%
21-40%	0	0.00%
0-20%	0	0.00%
TOTAL	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 50.-

**PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LA EMPRESA CON SUS
CLIENTES.**



Fuente: Cuadro N°53

Elaborado por: Génesis Ramírez

l) Porcentaje de cumplimiento de los proveedores nacionales

En cuanto al aprovisionamiento nacional, el Cuadro N° 54 y el Gráfico N° 51 muestran que se 73.00 por ciento tiene un cumplimiento entre el 81 al 100% de sus proveedores, seguido por 23.00 que señala el 61 al 80% de cumplimiento y 3.00 menciona que el cumplimiento es del 41 al 60%. Mientras que, sobre el aprovisionamiento extranjero el 80.00 por ciento de las empresas mencionó tener un cumplimiento del 81 al 100%; 10.00 tiene un cumplimiento entre el 61 al 80%; 7.00 no conoce, y; finalmente 3.00 por ciento clasifica el nivel de cumplimiento entre el 41 al 60%.

Cuadro N° 54.-

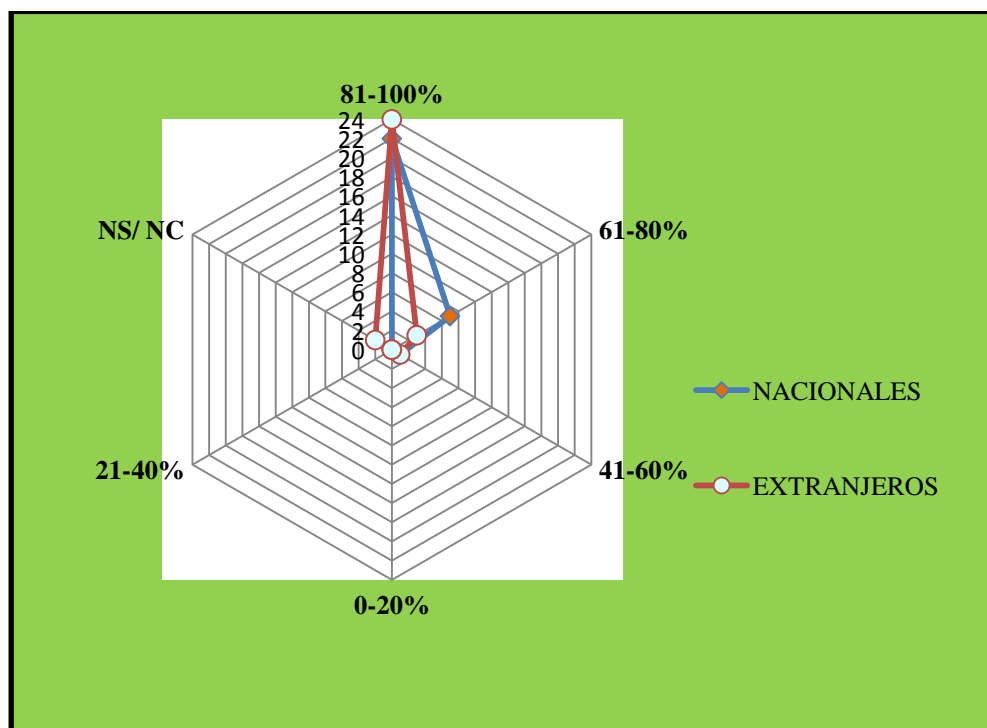
**PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE PROVEEDORS NACIONALES
Y EXTRANJEROS CON LA EMPRESA**

RANGO	Nacionales		Extranjeros	
	N° Cías.	Porcentaje	N° Cías.	Porcentaje
81-100%	22	73%	24	80%
61-80%	7	23%	3	10%
41-60%	1	3%	1	3%
0-20%	0	0%	0	0%
21-40%	0	0%	0	0%
NS/ NC	0	0%	2	7%
TOTAL	30	100%	30	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N°51.-

**PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE PROVEEDORS NACIONALES
Y EXTRANJEROS CON LA EMPRESA**



Fuente: Cuadro N°54
Elaborado por: Génesis Ramírez

4.3 SECCION 3: Apertura comercial

Esta sección se enfoca a medir la “profundidad de la integración de una nación en la economía global”⁵²; es decir, se analiza el grado de apertura de las PYMEs hacia mercados extranjeros por medio de la exportación, libertad de comercio, promoción e inversión extranjera.

a) Empresas que realizan exportaciones

El primer aspecto que se investigó fue el acceso a mercados internacionales, como se señala en el Cuadro N° 55 y el Gráfico N° 52, 96.67 por ciento de las empresas destinan su producción sólo al abastecimiento nacional, y 3.33 por ciento realiza exportaciones.

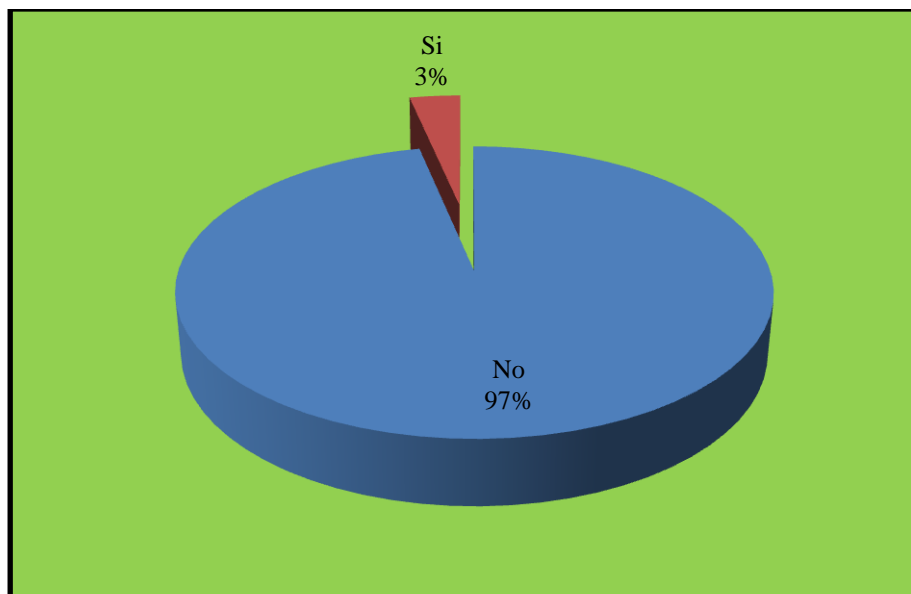
Cuadro N° 55.-

¿SU EMPRESA ACTUALMENTE REALIZA EXPORTACIONES?

Realiza exportaciones	N° Cías.	Porcentaje
No	29	96.67%
Si	1	3.33%
TOTAL	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

⁵² A., BELTRÁN, E., TORRES y otros. (2004) Op. Cit.. p. 87.

Gráfico N° 52.-**¿SU EMPRESA ACTUALMENTE REALIZA EXPORTACIONES?****Fuente:** Cuadro N°55**Elaborado por:** Génesis Ramírez**b) Destino, Forma, Certificado de Origen, y Frecuencia de Exportaciones**

Como se había mencionado en el párrafo anterior, el 3.33 por ciento de las empresas realizan exportaciones, y su producción tienen destinos como: México, Costa Rica y Venezuela.

Esta exportación es realizada en su totalidad directamente. Por lo que las empresas que realizan exportaciones cuentan con un registro de exportador. Para la Certificación de Origen, se acude a los servicios de la Empresa Bureau Veritas. Finalmente, la exportación se hace con una frecuencia trimestral.

c) Nuevos Mercados Externos para el 2012

Sobre la concepción del futuro en cuanto a exportaciones, el Cuadro N° 56 y el Gráfico N° 53 muestran que 96.67 por ciento no planea abarcar mercados externos, mientras que 3.33 por ciento desea abarcar el mercado Centroamericano con sacos de polipropileno.

Cuadro N° 56.-

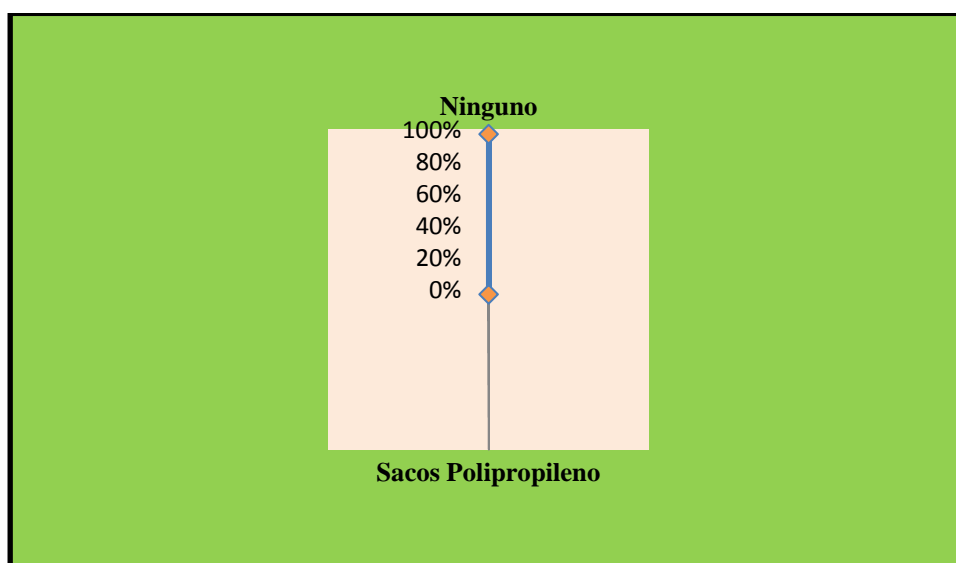
PRODUCTOS Y DESTINOS DE EXPORTACIÓN PARA EL 2012

PRODUCTOS (Por empresa)	N° Cías.	Porcentaje	DESTINO (Por empresa)	N° Cías.	Porcentaje
Ninguno	29	96.67%	Ninguno	29	96.67%
Sacos Polipropileno	1	3.33%	Centroamérica	1	3.33%
TOTAL	30	100.00%	TOTAL	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 53.-

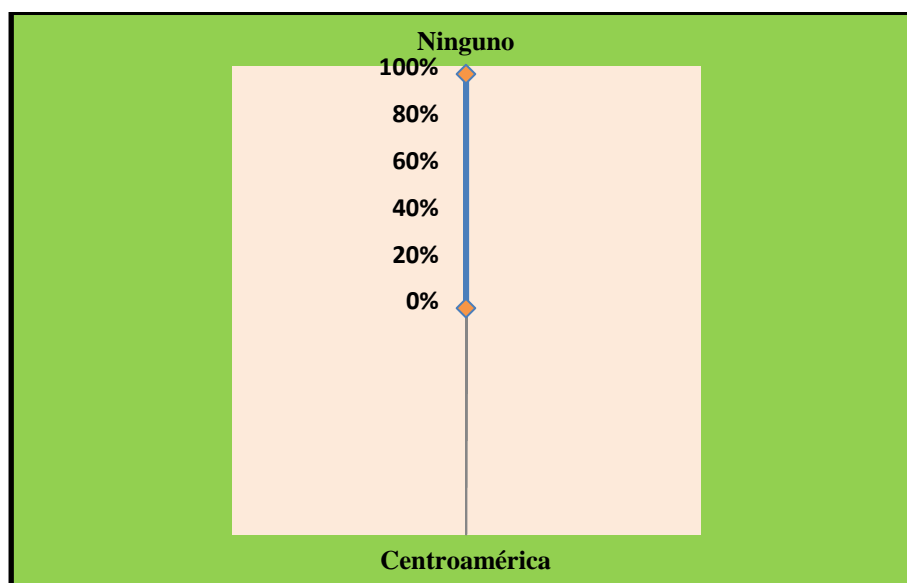
PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN PARA EL 2012



Fuente: Cuadro N°56
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 54.-

DESTINOS PARA EL 2012



Fuente: Cuadro N° 56

Elaborado por: Génesis Ramírez

d) Restricciones para el ingreso de Productos en los mercados externos

Dado que la mayoría de empresas no realiza exportaciones, 97.00 por ciento no conoce ninguna restricción para el ingreso de productos. Sin embargo, 3.00 por ciento señala como la principal restricción para el ingreso de productos al exterior la existencia de precios muy competitivos, tal como señala el Cuadro N° 57 y el Gráfico N° 55.

Cuadro N° 57.-

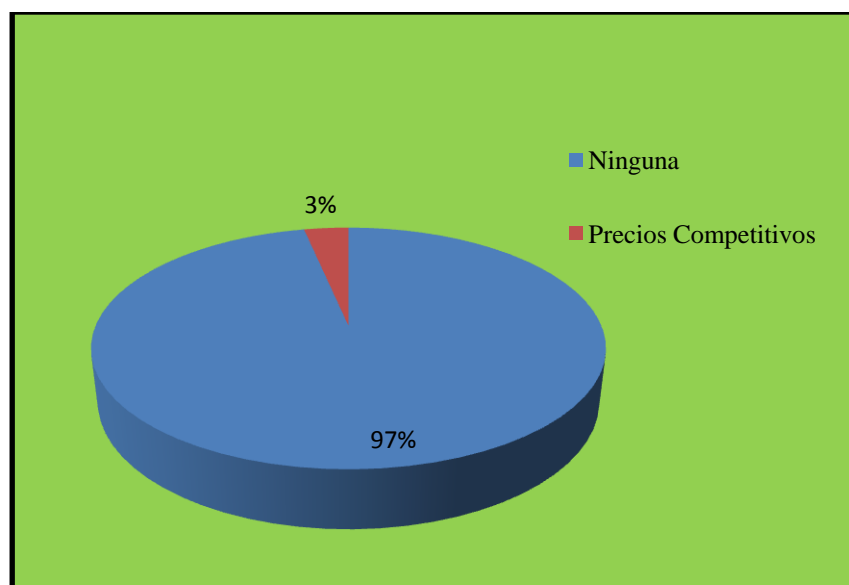
RESTRICCIONES PARA EL INGRESO DE PRODUCTOS

Restricciones para el Ingreso de Productos	N° Cías.	Porcentaje
Ninguna	29	97%
Precios Competitivos	1	3%
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 55.-

RESTRICCIONES PARA EL INGRESO DE PRODUCTOS

Fuente: Cuadro N°57

Elaborado por: Génesis Ramírez

e) Porcentajes de afectación de los aranceles en la entrada de productos a mercados externos.

El 96.67 por ciento de empresas no conoce el porcentaje de afectación de aranceles en la Exportación, debido a que no las realizan. Pero, como se detalla en el Cuadro N° 58 y el Gráfico N° 56, 3.33 por ciento señala que sí les afecta entre el 11 al 20%.

Cuadro N° 58.-

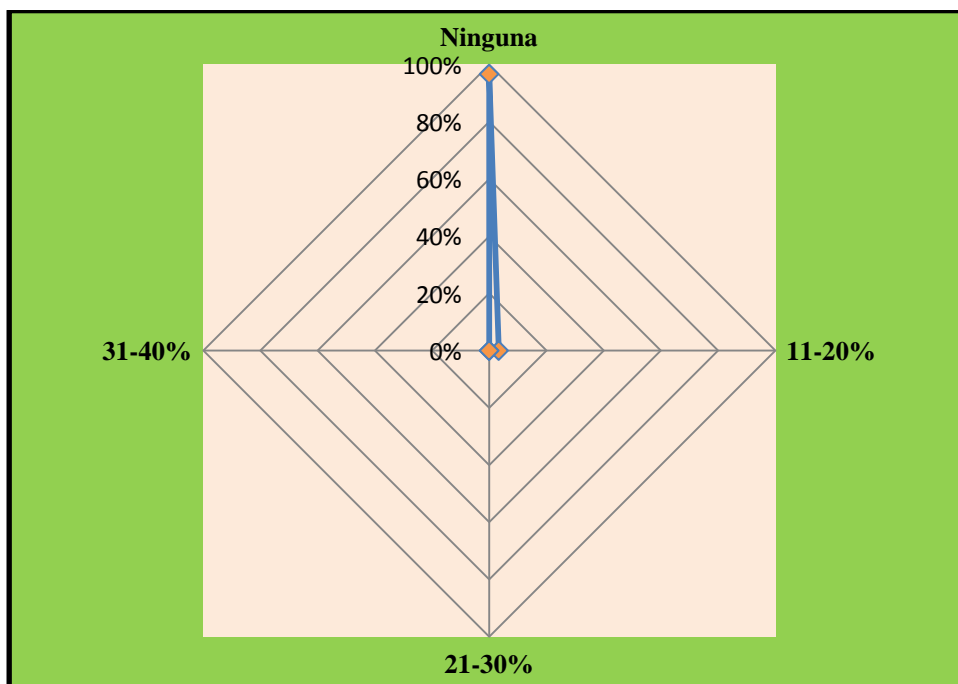
**PORCENTAJE DE AFECTACIÓN DE ARANCELES EN LA
EXPORTACIÓN.**

Porcentajes de afectación de los aranceles	N° Cías.	Porcentaje
Ninguna	29	96.67%
11-20%	1	3.33%
21-30%	0	0.00%
31-40%	0	0.00%
TOTAL	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 56.-

**PORCENTAJE DE AFECTACIÓN DE ARANCELES EN LA
EXPORTACIÓN.**



Fuente: Cuadro N°58
Elaborado por: Génesis Ramírez

f) Porcentaje de volumen de producción que exporta

Las empresas que exportan destinan entre el 26 al 50% de su producción a la exportación.

g) Insumos, materias primas o productos importa para el producto exportable y su peso en el costo del producto.

Para la producción nacional, 40.00 por ciento no utiliza ningún insumo importado, como señala el Cuadro N° 59 el Gráfico N° 57, el resto de empresas que si utilizan materias primas importadas están comprendidos principalmente por: polímeros 25.71; insumos en general 8.57; poliacetales y resinas 5.71, respectivamente; carbonatos, caucho en forma primaria, derivados de petróleo y productos elaborados como por ejemplo las llantas y reciclados 2.86 por ciento, respectivamente.

Cuadro N° 59.-

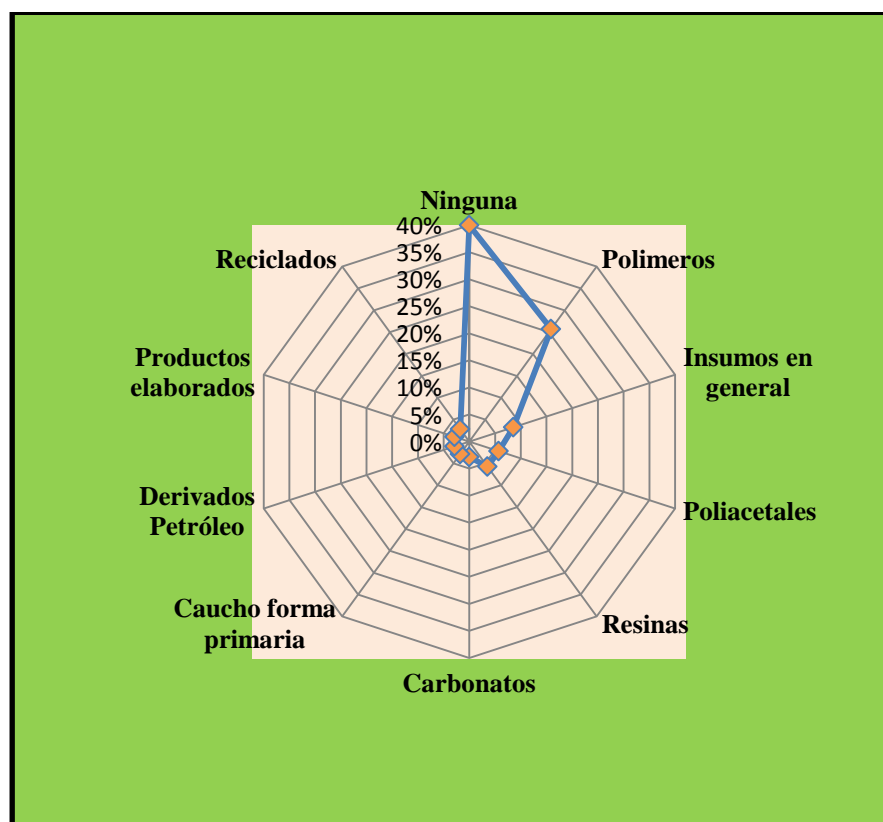
MATERIA PRIMA/ PRODUCTOS/ INSUMOS IMPORTADOS

Insumos	N° Respuestas	Porcentaje
Ninguna	14	40.00%
Polímeros	9	25.71%
Insumos en general	3	8.57%
Poliacetales	2	5.71%
Resinas	2	5.71%
Carbonatos	1	2.86%
Caucho forma primaria	1	2.86%
Derivados Petróleo	1	2.86%
Productos elaborados	1	2.86%
Reciclados	1	2.86%
TOTAL	35	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 57.-

MATERIA PRIMA/ PRODUCTOS/ INSUMOS IMPORTADOS



Fuente: Cuadro N° 59

Elaborado por: Génesis Ramírez

h) Porcentaje del producto terminado que utiliza la mezcla importada

Según el Cuadro N° 60 y el Gráfico N° 58, para 36.67 por ciento el producto final tiene entre el 76 al 100% de insumos importados. Seguido por 33.33 que señala entre 51 al 75%. Sin embargo, 16.67 no conoce el porcentaje de materiales importados que utiliza su producto final y 13.33 por ciento señala que su producto terminado contiene entre el 26 al 50%.

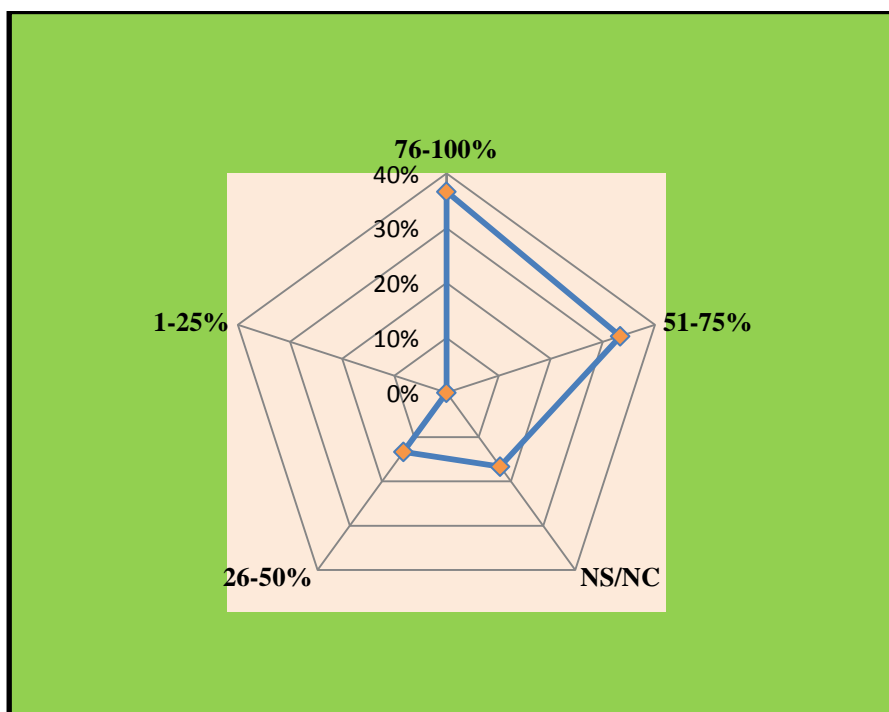
Cuadro N° 60.-

PORCENTAJE DE PRODUCTO CON MEZCLA IMPORTADA

Porcentaje de producto terminado que utiliza mezcla importada	N° Cías.	Porcentaje
76-100%	11	36.67%
51-75%	10	33.33%
NS/NC	5	16.67%
26-50%	4	13.33%
1-25%	0	0.00%
TOTAL	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 58.-

PORCENTAJE DE PRODUCTO CON MEZCLA IMPORTADA.

Fuente: Cuadro N°60
Elaborado por: Génesis Ramírez

- i) **Régimen de importaciones que rige para los insumos, materias primas y productos que compra en el exterior.**

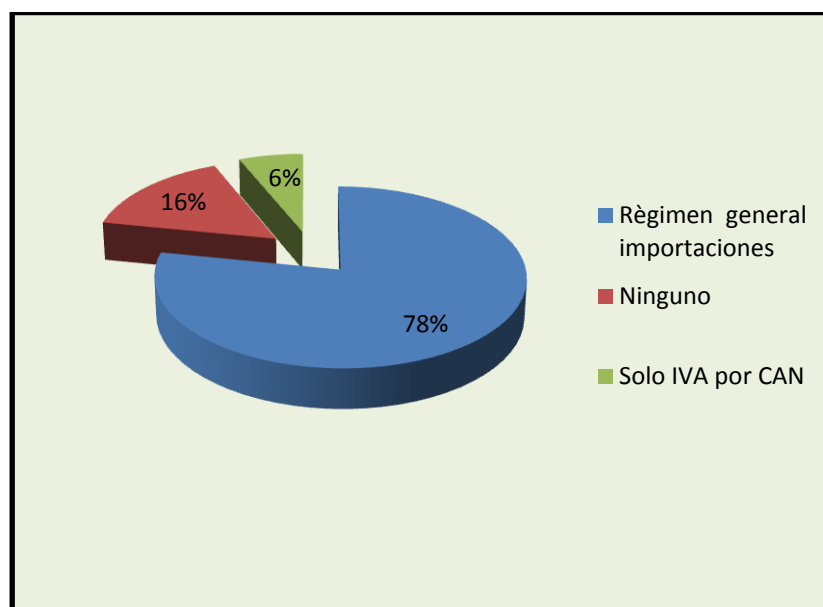
Para la materia prima, insumos y productos importados 77.14 por ciento señala que se rigen bajo el Régimen General de Importaciones, 14.29 no señala algún régimen y 8.57 por ciento se beneficia de los convenios de la CAN, como se detalla a continuación en el Cuadro N° 61 y el Gráfico N° 59.

Cuadro N° 61.-

RÉGIMEN DE IMPORTACIONES PARA LOS INSUMOS Y PRODUCTOS DEL EXTERIOR.

Régimen de importaciones que rige para los insumos, materias primas y productos del exterior	N° Respuestas	Porcentaje
Régimen general importaciones	27	77.14%
Ninguno	5	14.29%
Solo IVA por CAN	3	8.57%
TOTAL	35	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 59.-**RÉGIMEN DE IMPORTACIONES PARA LOS INSUMOS Y PRODUCTOS
DEL EXTERIOR.**

Fuente: Cuadro N° 61

Elaborado por: Génesis Ramírez

j) Beneficios o Perjuicios de las Políticas de Fomento para las Exportaciones.

En el Cuadro N° 62 y el Gráfico N° 60 se observa que 90.00 por ciento de las empresas señala que no tiene beneficios ni perjuicios producto de las políticas de fomento de comercio internacional. Sin embargo, 3.33 señala dentro de los beneficios la recuperación de impuestos. Mientras que los perjuicios son según 3.33 por ciento el incremento de costos y la falta de canalización externa para los productos, respectivamente.

Cuadro N° 62.-

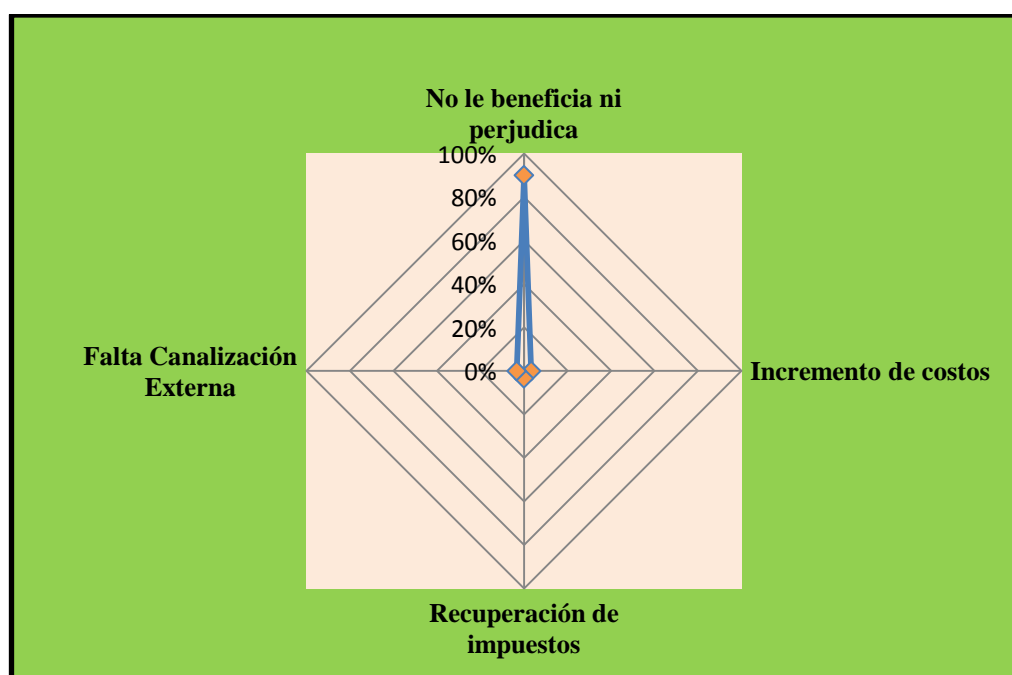
BENEFICIOS O PERJUICIOS DE LAS POLÍTICAS DE FOMENTO PARA EXPORTACIONES.

Beneficios o Perjuicios de las políticas de exportaciones del gobierno	N° Cías.	Porcentaje
No le beneficia ni perjudica	27	90.00%
Incremento de costos	1	3.33%
Recuperación de impuestos	1	3.33%
Falta Canalización Externa	1	3.33%
TOTAL	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 60.-

BENEFICIOS O PERJUICIOS DE LAS POLÍTICAS DE FOMENTO PARA EXPORTACIONES.



Fuente: Cuadro N°62
Elaborado por: Génesis Ramírez

k) Competidores que se dedican a su misma actividad en los mercados que exporta.

El Cuadro N° 63 y el Gráfico N° 61 muestra el conocimiento de las empresas sobre sus competidores locales en mercados exportables. Las empresas señalan a dos empresas que se dedican a la exportación.

Cuadro N° 63.-

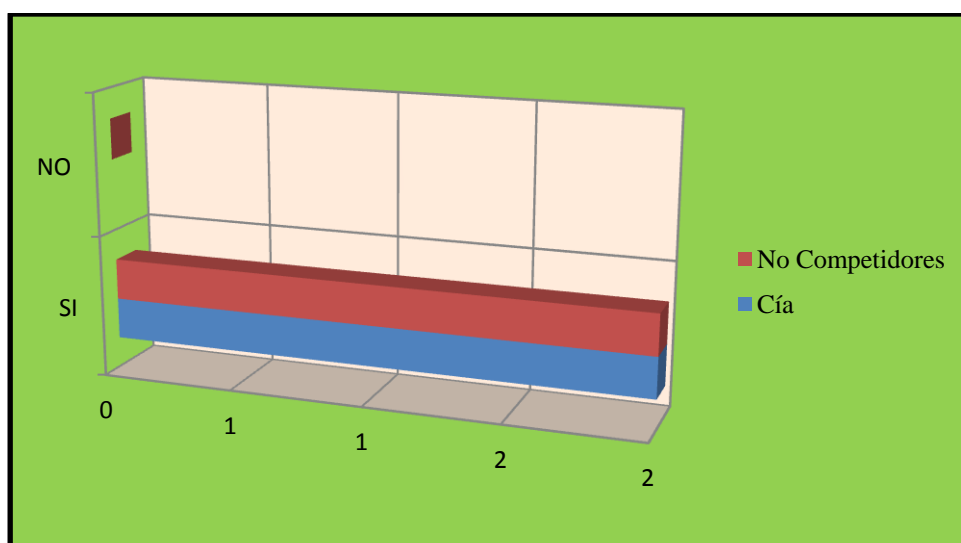
COMPETIDORES EN EL MERCADO EXPORTABLE.

Competidores Internacionales	N° Cías.	No Competidores
SI	2	2
NO	28	28
TOTAL	30	30

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 61.-

COMPETIDORES EN EL MERCADO EXPORTABLE.



Fuente: Cuadro N° 63
Elaborado por: Génesis Ramírez

l) Pares comerciales con los que mantiene relaciones comerciales en el exterior.

Para finalizar el análisis de la sección, las empresas que realizan exportaciones requieren de pares comerciales en el exterior para llevar a término sus exportaciones tanto de partes relacionadas como de alianzas estratégicas.

4.4 SECCION 4: Gobierno

Las preguntas de la siguiente sección miden el grado de apoyo o impedimentos que producen las políticas gubernamentales a la competitividad. Así como también, el grado de intervención del gobierno en la economía. Se juzga el grado de afectación de las políticas tributarias, laborales, financieras y de comercio exterior para la inversión privada y finalmente evalúa el grado de satisfacción de los servicios públicos⁵³.

a) Incentivos que ofrece el gobierno para la creación de PYMEs

Según el Cuadro N° 64 y el Gráfico N° 62, existe un desconocimiento de los incentivos que ofrece el gobierno para la creación de PYMEs, 31.25 por ciento dice que no existe incentivos y 25.00 dice no conoce ningún incentivo. Solamente 15.63 conoce de los créditos de la CFN, y 9.38 por ciento el Proyecto Emprende Ecuador del MICIP y las capacitaciones del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, respectivamente.

⁵³ Cfr. A., BELTRÁN, E., TORRES, y otros (2004). Op. Cit.. p. 90

Cuadro N° 64.-

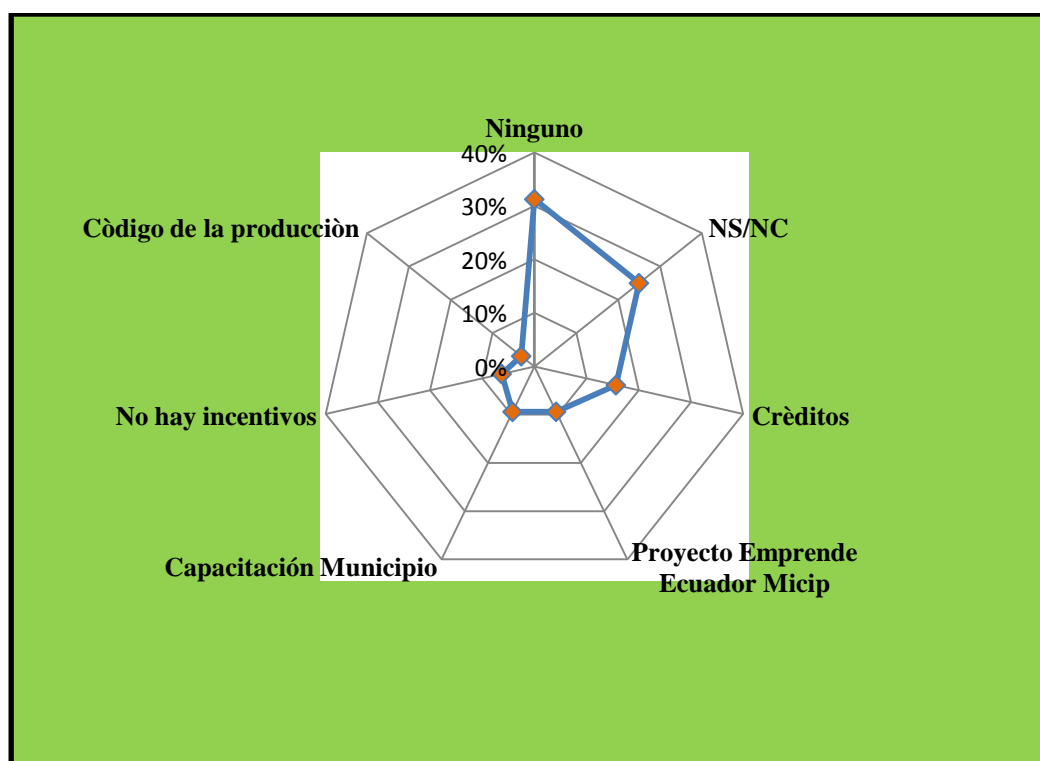
**INCENTIVOS OFRECIDOS POR EL GOBIERNO PARA LA CREACIÓN
DE PYMES.**

Incentivos que ofrece el gobierno para la creación de PYMEs	N° Respuestas	Porcentaje
Ninguno	10	31.25%
NS/NC	8	25.00%
Créditos	5	15.63%
Proyecto Emprende Ecuador MICIP	3	9.38%
Capacitación Municipio	3	9.38%
No hay incentivos	2	6.25%
Código de la producción	1	3.13%
Total	32.00	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 62.-

**INCENTIVOS OFRECIDOS POR EL GOBIERNO PARA LA
CREACIÓN DE PYMES.**



Fuente: Cuadro N° 64
Elaborado por: Génesis Ramírez

b) Mecanismos que ofrece el Gobierno para el desarrollo de las PYMEs

De igual manera, el Cuadro N° 65 y el Gráfico N° 63 describen los mecanismos que ofrece el Gobierno para el desarrollo de PYMEs; es así que 39.00 por ciento afirma que no existen mecanismos 24.00 dice desconocer la existencia de los mismos. Sólo 21.00 conoce sobre los créditos de la CFN, 12.00 señaló a las Capacitaciones del MICIP, y 3.00 por ciento aseveró que el “Proyecto de Prefiere lo Nuestro” es un mecanismo del gobierno para el desarrollo de la PYMEs ecuatorianas.

Cuadro N° 65.-

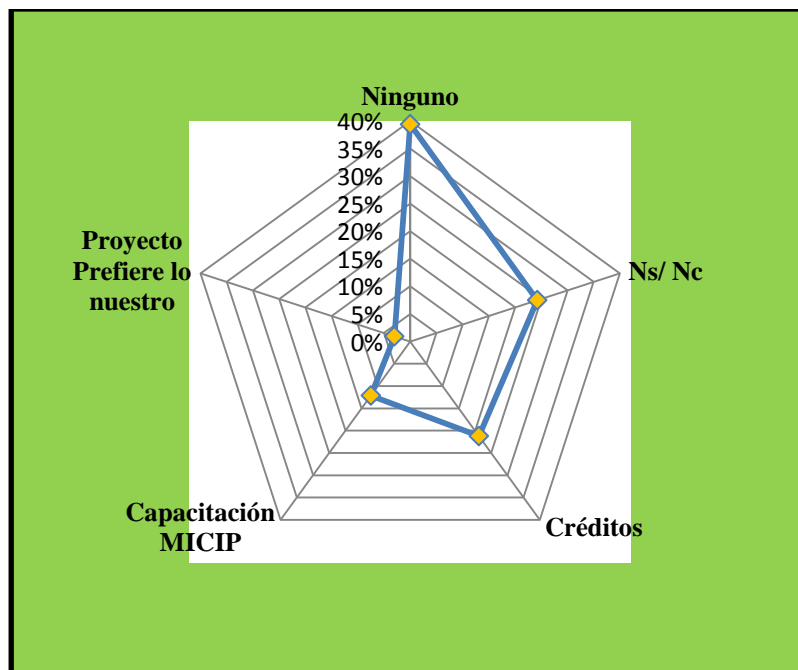
**MECANISMOS QUE OFRECE EL GOBIERNO PARA EL
DESARROLLO DE LAS PYMES.**

Mecanismos que ofrece el Gobierno para el desarrollo de las PYMEs	N° Respuestas	Porcentaje
Ninguno	13	39%
Ns/ Nc	8	24%
Créditos	7	21%
Capacitación MICIP	4	12%
Proyecto Prefiere lo nuestro	1	3%
Total	33	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 63.-

**MECANISMOS QUE OFRECE EL GOBIERNO PARA EL
DESARROLLO DE LAS PYMES.**



Fuente: Cuadro N° 65
Elaborado por: Génesis Ramírez

c) Políticas del Estado facilitan al sistema productivo su inserción en el comercio mundial.

En cuanto a políticas del Estado el Cuadro N° 66 y el Gráfico N°64 muestran que 51.61 por ciento afirma que ninguna política facilita al sistema productivo el abarcar mercados extranjeros, y 25.81 desconoce la existencia de las mismas, 9.68 afirmó a las políticas de exportación, 6.45 propuso a las normas contenidas en el Código de Producción y 3.23 por ciento a las políticas de créditos y capacitación, respectivamente.

Cuadro N° 66.-

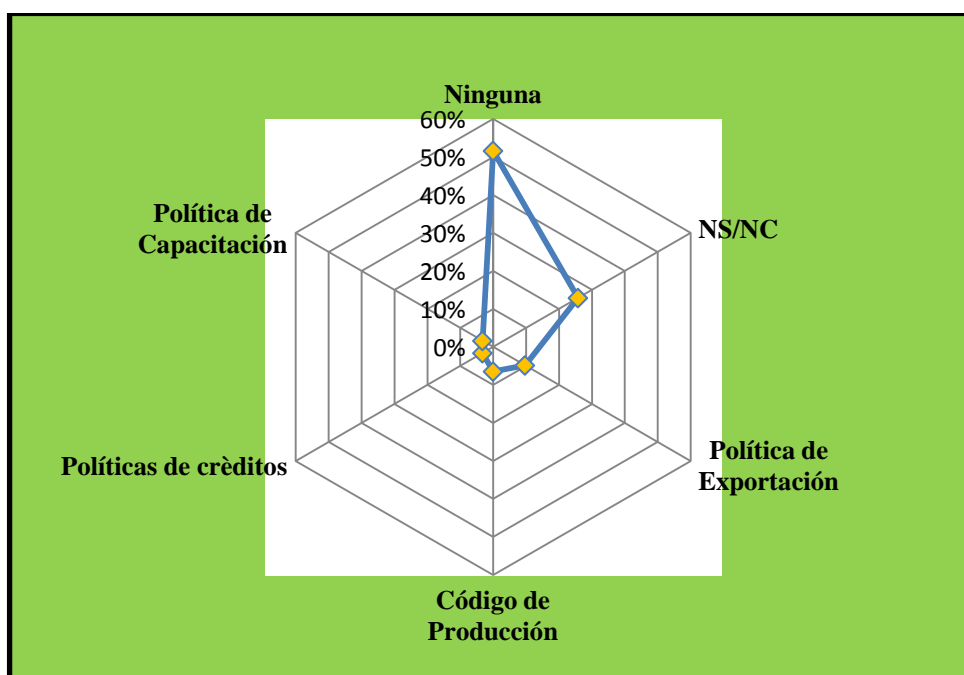
**POLÍTICAS DEL ESTADO QUE FACILITAN AL SISTEMA PRODUCTIVO
SU INSERCIÓN EN EL COMERCIO MUNDIAL**

Políticas	N° Respuestas	Porcentaje
Ninguna	16	51.61%
NS/NC	8	25.81%
Política de Exportación	3	9.68%
Código de Producción	2	6.45%
Políticas de créditos	1	3.23%
Política de Capacitación	1	3.23%
Total	31	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 64.-

**POLÍTICAS DEL ESTADO QUE FACILITAN AL SISTEMA
PRODUCTIVO SU INSERCIÓN EN EL COMERCIO MUNDIAL**



Fuente: Cuadro N°66
Elaborado por: Génesis Ramírez

d) Políticas que administra el gobierno para mejorar la competitividad del subsector en donde se encuentra inmersa su empresa.

Sobre las políticas de mejoramiento de la competitividad del subsector C22. Fabricación de Productos de Caucho y Plástico, el Cuadro N° 67 y el Gráfico N° 65 muestran que 53.13 por ciento manifiesta que ninguna, e28.13 no conoce, sólo 6.25 mencionó los incentivos tributarios en reinversión, y a las políticas de capacitación, respectivamente; y 3.13 por ciento hizo referencia a los Convenios con la CAN y a la Restricción de importaciones como apoyo a la producción nacional, respectivamente.

Cuadro N° 67.-

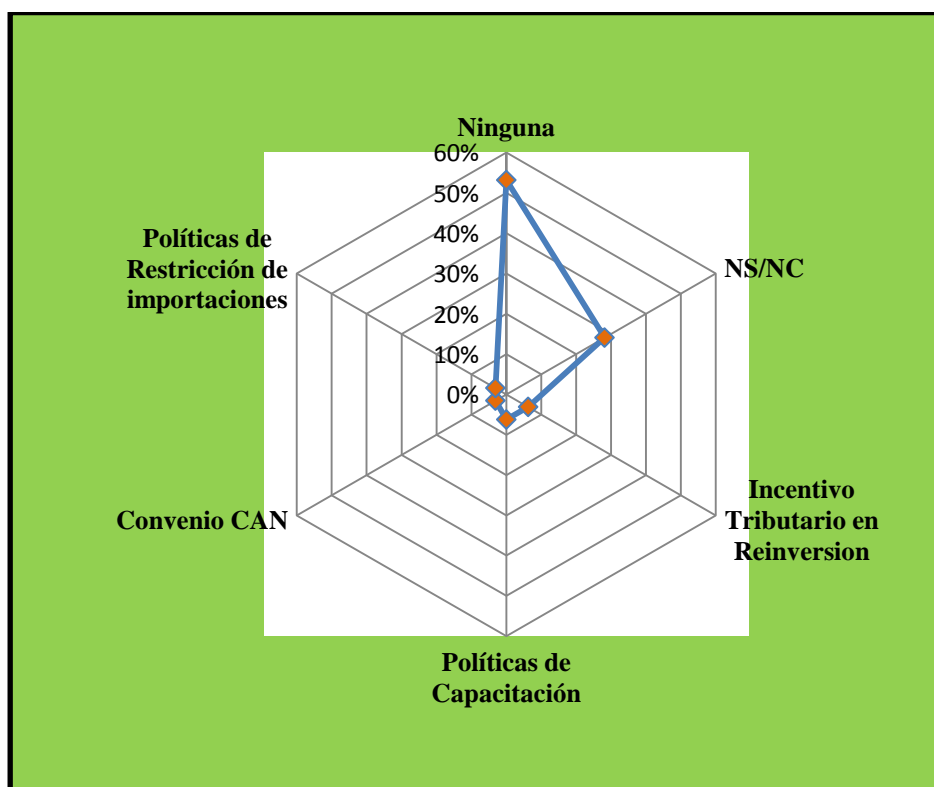
POLÍTICAS QUE ADMINISTRA EL GOBIERNO PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR EN DONDE SE ENCUENTRA.

Políticas	N° Respuestas	Porcentaje
Ninguna	17	53.13%
NS/NC	9	28.13%
Incentivo Tributario en Reinversión	2	6.25%
Políticas de Capacitación	2	6.25%
Convenio CAN	1	3.13%
Políticas de Restricción de importaciones	1	3.13%
Total	32	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 65.-

**POLÍTICAS QUE ADMINISTRA EL GOBIERNO PARA MEJORAR LA
COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR EN DONDE SE ENCUENTRA.**



Fuente: Cuadro N° 67
Elaborado por: Génesis Ramírez

e) Incidencia la política tributaria, financiera, laboral y de comercio exterior en el desarrollo de la competitividad de las PYMEs del subsector

El Cuadro N° 68 y el Gráfico N° 66 muestra que la mayoría de las empresas cree que las políticas tributarias, financieras, laborales y de comercio exterior tienen una incidencia negativa en el desarrollo de la competitividad de las PYMEs del subsector. Sin embargo, la que más incidencia positiva tiene es la laboral y la de menos incidencia positiva fue la de comercio exterior.

Cuadro N° 68.-

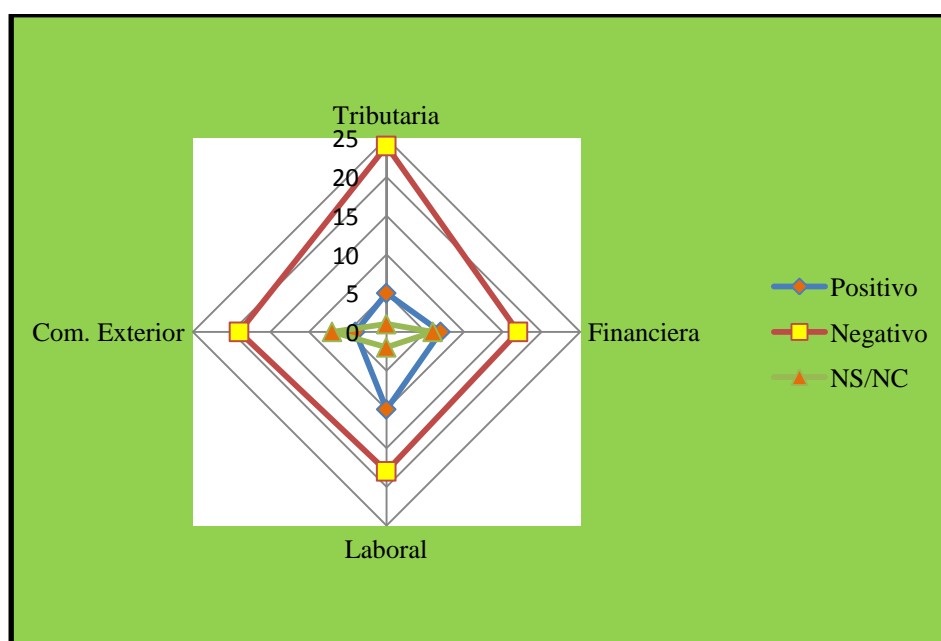
**INCIDENCIA DE LA POLÍTICA TRIBUTARIA, FINANCIERA,
LABORAL Y DE COMERCIO EXTERIOR EN EL DESARROLLO DE LA
COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DEL SUBSECTOR C22.**

Tipo de Política	Positivo	Negativo	NS/NC	Total
Tributaria	5	24	1	30
Financiera	7	17	6	30
Laboral	10	18	2	30
Com. Exterior	4	19	7	30

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 66.-

**INCIDENCIA DE LA POLÍTICA TRIBUTARIA, FINANCIERA,
LABORAL Y DE COMERCIO EXTERIOR EN EL DESARROLLO DE LA
COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DEL SUBSECTOR C22.**



Fuente: Cuadro N°68
Elaborado por: Génesis Ramírez

- f) **Porcentaje afectan los costos de los servicios públicos (energía, agua, telefonía) la utilidad final de la empresa.**

El Cuadro N° 69 y el Gráfico N° 67 demuestra que lo que menos afecta a la utilidad final de las empresas es el internet y la telefonía, seguida por el costo de la energía que en la mayoría de los casos afecta entre el 1 al 10%. Finalmente menos del 1 por ciento le afecta más del 50% en su utilidad la energía eléctrica.

Cuadro N° 69.-

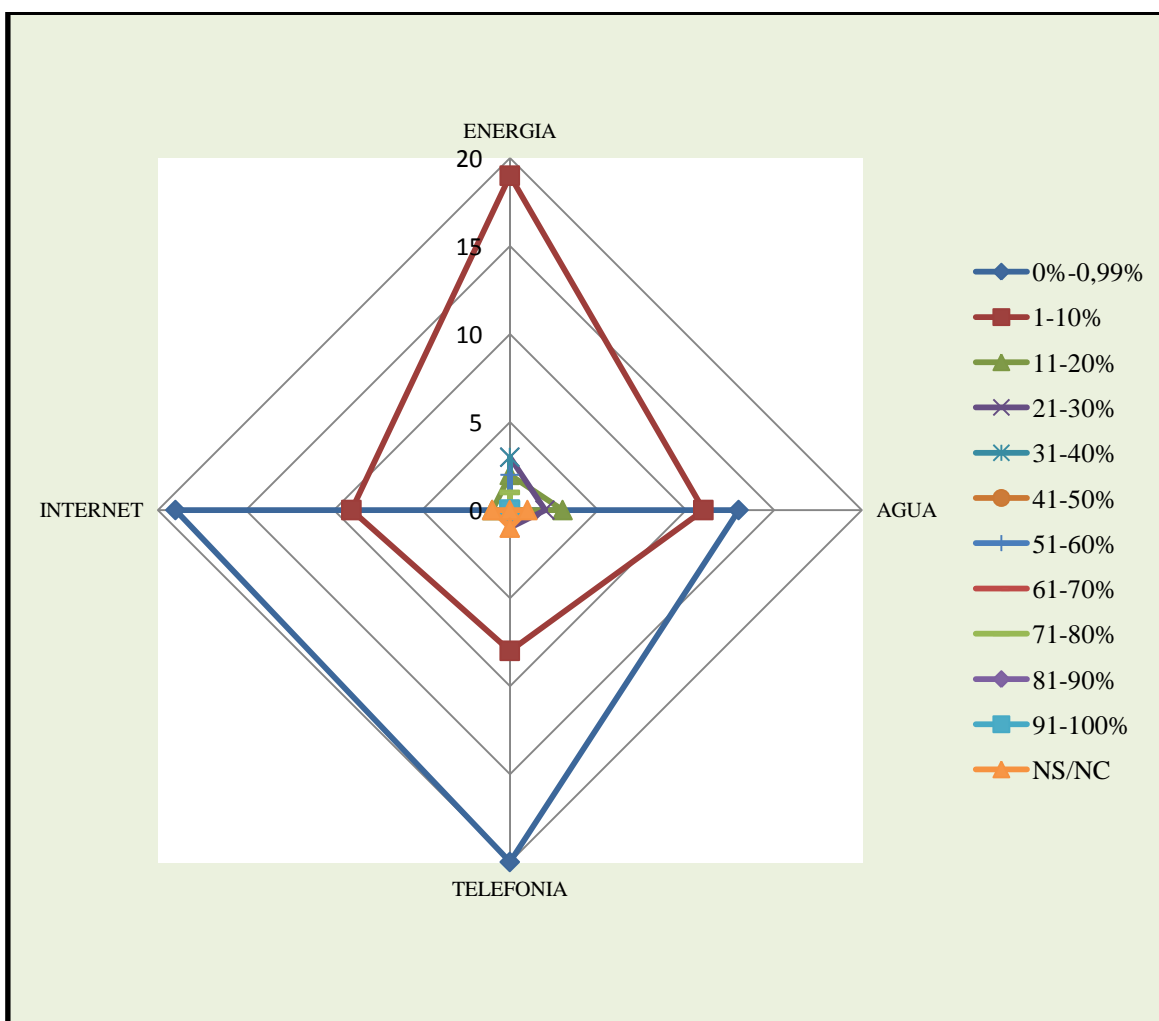
EFFECTOS DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN LA UTILIDAD FINAL.

Porcentaje	Energía	Agua	Telefonía	Internet
0%-0,99%	0	13	20	19
1-10%	19	11	8	9
11-20%	2	3	0	1
21-30%	3	2	1	0
31-40%	3	0	0	0
41-50%	0	0	0	0
51-60%	2	0	0	0
61-70%	0	0	0	0
71-80%	1	0	0	0
81-90%	0	0	0	0
91-100%	0	0	0	0
NS/NC	0	1	1	1
Total	30	30	30	30

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 67.-

EFECTOS DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN LA UTILIDAD FINAL.



Fuente: Cuadro N° 69

Elaborado por: Génesis Ramírez

4.5 SECCION 5: De las instituciones

La sección contiene el conocimiento de la confiabilidad de las instituciones con que mantienen relaciones y que fundamentan las economías de mercado, la calidad de sus servicios, la protección que se da a los derechos de propiedad. Además se busca determinar el grado de sensibilidad a la corrupción e inseguridad.⁵⁴

⁵⁴ Cfr. BELTRÁN, A., TORRES, E., y otros (2004). Op. Cit.. p. 108

a) Vinculación con instituciones públicas como consecuencia de su actividad económica

En cuanto a la vinculación con instituciones públicas como muestran el Cuadro N° 70 y el Gráfico N° 68 , 18.03 tiene relación con el SRI (Servicio de Rentas Internas), el 16.39 con el Ministerio de Relaciones Laborales, 14.75 con el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social), 13.11 con el Municipio de Quito, 4.92 con entes regulación, Superintendencia de Compañías, INH (Instituto Nacional De Higiene Izquieta Pérez), y Ministerio de Salud, respectivamente; 3.28 con ninguna, Ministerio de Industrias y Competitividad, y Ministerio de Obras Públicas, respectivamente; finalmente, 1.64 por ciento con el Ministerio de Educación, Ministerio de Inclusión Social, CAE (Comisión Aduanera Ecuatoriana), el IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual) y Ministerio de Ambiente, respectivamente.

b) Porcentaje se encuentra satisfecho con la prestación de los servicios de las Instituciones Públicas.

Con los servicios que prestan estas instituciones, 63.33 por ciento se encuentra satisfecho entre el 76 al 100%, seguido por 30.00 que señala su satisfacción entre el 51 al 75% y 3.33 por ciento determina la satisfacción por debajo del 50% como muestra a continuación el Cuadro N° 71 el Gráfico N° 69.

Cuadro N° 70.-

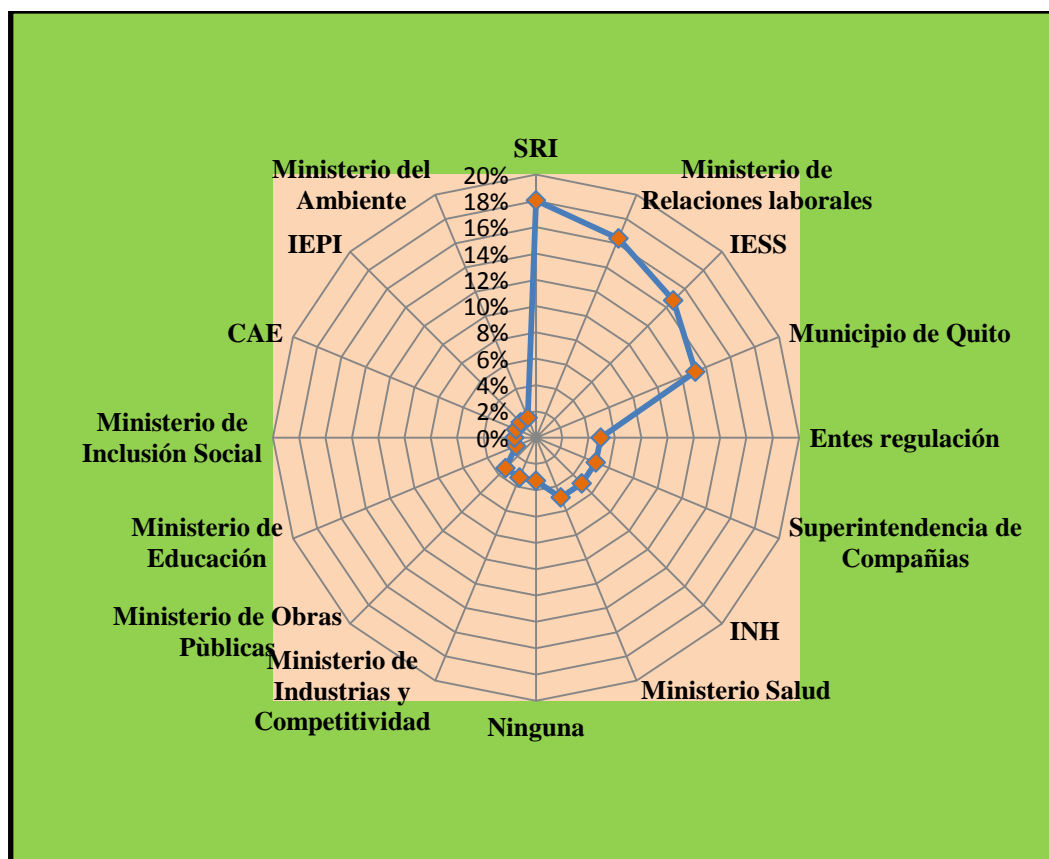
**INSTITUCIONES PÚBLICAS CON LAS QUE SE ENCUENTRAN
VINCULADOS POR SU ACTIVIDAD ECONÓMICA.**

Institución	N° Respuestas	Porcentaje
SRI	11	18.03%
Ministerio de Relaciones laborales	10	16.39%
IESS	9	14.75%
Municipio de Quito	8	13.11%
Entes regulación	3	4.92%
Superintendencia de Compañías	3	4.92%
INH	3	4.92%
Ministerio Salud	3	4.92%
Ninguna	2	3.28%
Ministerio de Industrias y Competitividad	2	3.28%
Ministerio de Obras Públicas	2	3.28%
Ministerio de Educación	1	1.64%
Ministerio de Inclusión Social	1	1.64%
CAE	1	1.64%
IEPI	1	1.64%
Ministerio del Ambiente	1	1.64%
Total	61	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 68.-

**INSTITUCIONES PÚBLICAS CON LAS QUE SE ENCUENTRAN
VINCULADOS POR SU ACTIVIDAD ECONÓMICA.**



Fuente: Cuadro N° 70
Elaborado por: Génesis Ramírez

Cuadro N° 71.-

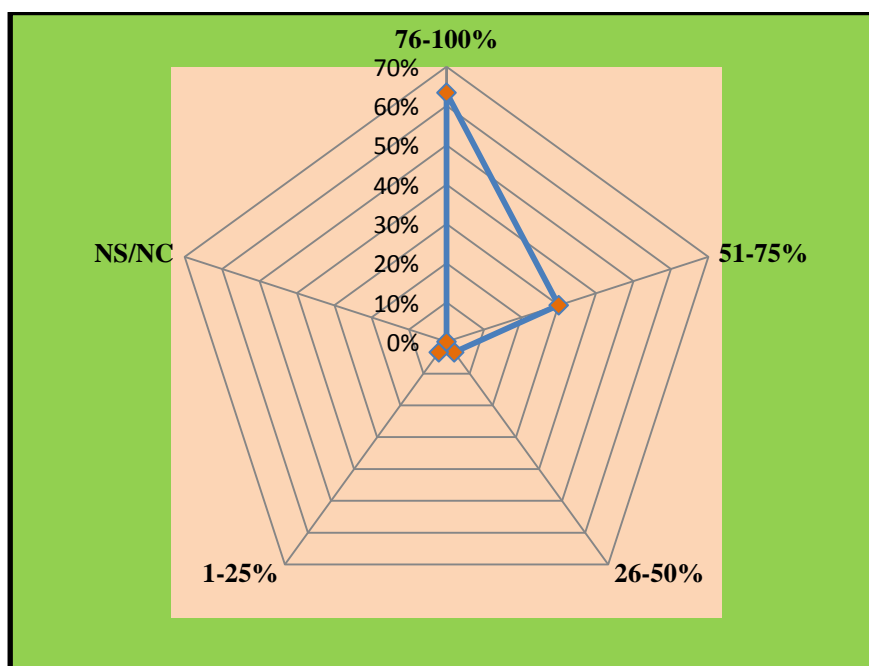
**SAFISTICACIÓN CON LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS
INSTITUCIONALES**

Satisfacción	N° Cías.	Porcentaje
76-100%	19	63.33%
51-75%	9	30.00%
26-50%	1	3.33%
1-25%	1	3.33%
NS/NC	0	0.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 69.-

**SAFISTICACIÓN CON LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS
INSTITUCIONALES**



Fuente: Cuadro N° 71
Elaborado por: Génesis Ramírez

c) Manera en que colaboran las instituciones públicas para la existencia de un mercado de libre competencia.

El Cuadro N° 72 y el Gráfico N° 70, muestra que existe por parte del 50.00 por ciento un desconocimiento de la forma de colaboración de las empresas públicas para que exista un mercado libre de competencia; mientras que, 30.00 dice no saber. Finalmente, 6.67 por ciento mencionaron: los controles, las campañas para fomentar el consumo nacional, respectivamente. Además se mencionó los Seminarios y Proyecto Antimonopolio.

Cuadro N° 72.-

**COLABORACIÓN DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS PARA QUE EXISTA
UN MERCADO LIBRE DE COMPETENCIA.**

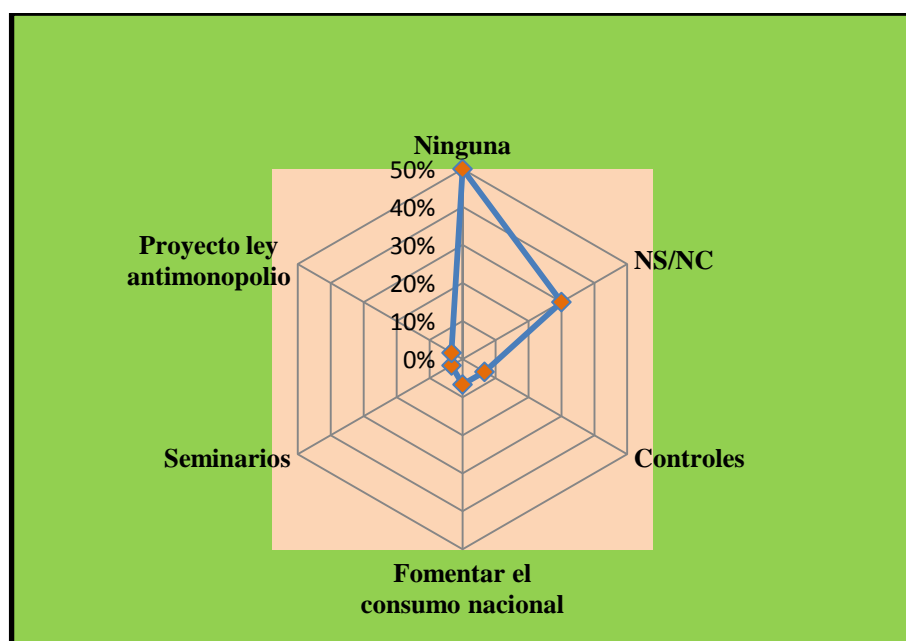
Forma de Colaboración	N° Cías.	Porcentaje
Ninguna	15	50.00%
NS/NC	9	30.00%
Controles	2	6.67%
Fomentar el consumo nacional	2	6.67%
Seminarios	1	3.33%
Proyecto ley antimonopolio	1	3.33%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 70.-

**COLABORACIÓN DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS PARA QUE EXISTA
UN MERCADO LIBRE DE COMPETENCIA.**



Fuente: Cuadro N° 72

Elaborado por: Génesis Ramírez

d) Manera en que la ley le protege los derechos a la propiedad y a la iniciativa privada

Tal como se muestra en el Cuadro N° 73 y el Gráfico N° 71, 42.86 por ciento dice que no existe protección a la propiedad y a la iniciativa privada, 40.00 señala que la propiedad intelectual y la iniciativa privada son protegidos por la Ley de propiedad intelectual, 8.57 por la Constitución de la República, 5.71 no conoce sobre alguna forma de protección y 2.86 por ciento señala que la protección se da a través de las Cámaras.

Cuadro N° 73.-

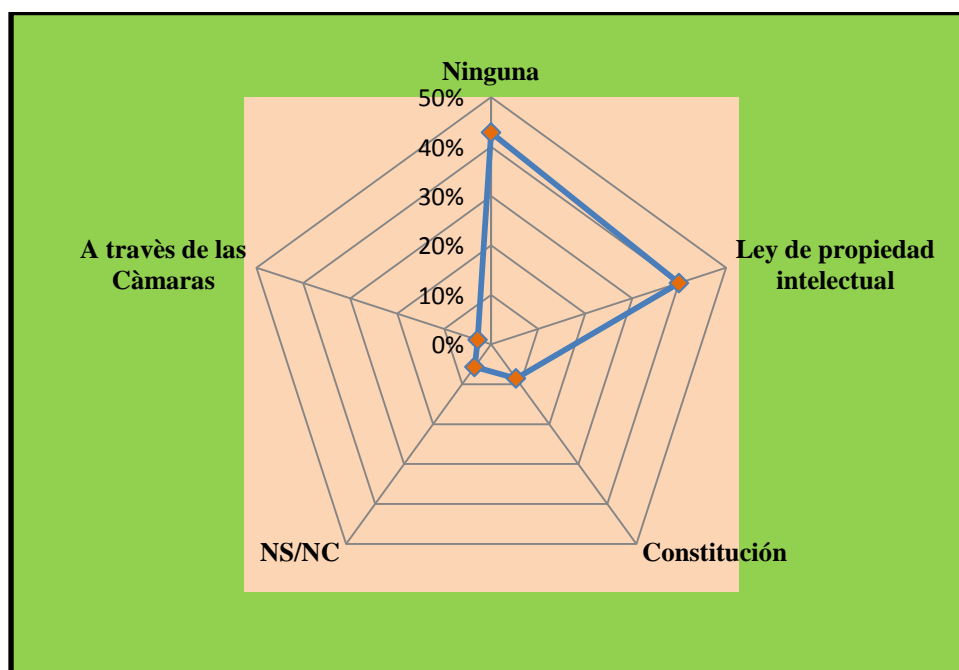
MANERAS EN QUE LA LEY PROTEGE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y LA INICIATIVA PRIVADA

Formas de Protección	N° Respuestas	Porcentaje
Ninguna	15	42.86%
Ley de propiedad intelectual	14	40.00%
Constitución	3	8.57%
NS/NC	2	5.71%
A través de las Cámaras	1	2.86%
Total	35	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 71.-

MANERAS EN QUE LA LEY PROTEGE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y LA INICIATIVA PRIVADA



Fuente: Cuadro N° 73
Elaborado por: Génesis Ramírez

e) Las asociaciones o agremiaciones a las se encuentran afiliados

Como se muestra en el Cuadro N° 74 y el Gráfico N° 72, 41.67 por ciento señalan no estar afiliados a ninguna asociación; mientras que, 22.22 se encuentra afiliado a la Cámara de Comercio de Quito, 13.89 a la Capeipi (Cámara de la Pequeña y Mediana Industria de Pichincha), 11.11 a la CIP (Cámara de Industrias y producción) y la Aseplas (Asociación Ecuatoriana de Plásticos), respectivamente.

Cuadro N° 74.-

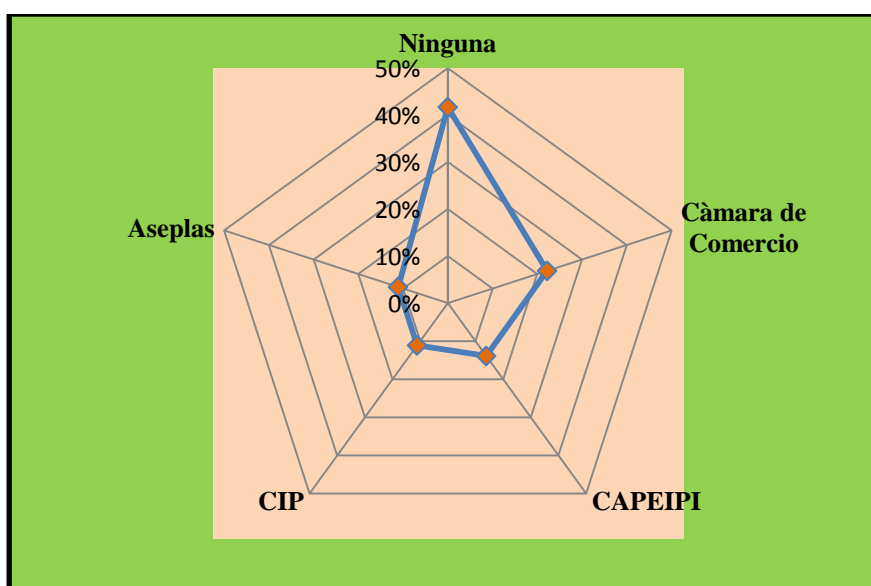
**ASOCIACIONES O AGREMIACIONES A LAS QUE SE ENCUENTRAN
AFILIADOS.**

Asociaciones o agremiaciones	N° Respuestas	Porcentaje
Ninguna	15	41.67%
Cámara de Comercio	8	22.22%
CAPEIPI	5	13.89%
CIP	4	11.11%
Aseplas	4	11.11%
Total	36	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N°72.-

**ASOCIACIONES O AGREMIACIONES A LAS QUE SE ENCUENTRAN
AFILIADOS.**



Fuente: Cuadro N° 74
Elaborado por: Génesis Ramírez

f) Manera en que defienden sus intereses empresariales las asociaciones y agremiaciones a las que pertenece

Hay un gran desconocimiento de la forma en cómo se defienden los intereses empresariales al estar asociado a los gremios antes mencionados, en el Cuadro N° 75 el Gráfico N° 73 se observa que 29.73 por ciento no sabe y cree que no defienden de ninguna manera, respectivamente; 18.92 menciona la capacitación en cursos y seminarios, 10.81 conoce sobre las reuniones que se mantienen con el gobierno para defender sus intereses y 5.41 por ciento afirma que se brinda asesoría en caso de requerirlo y se envía informativos sobre nuevas regulaciones y temas de interés empresarial.

Cuadro N° 75.-

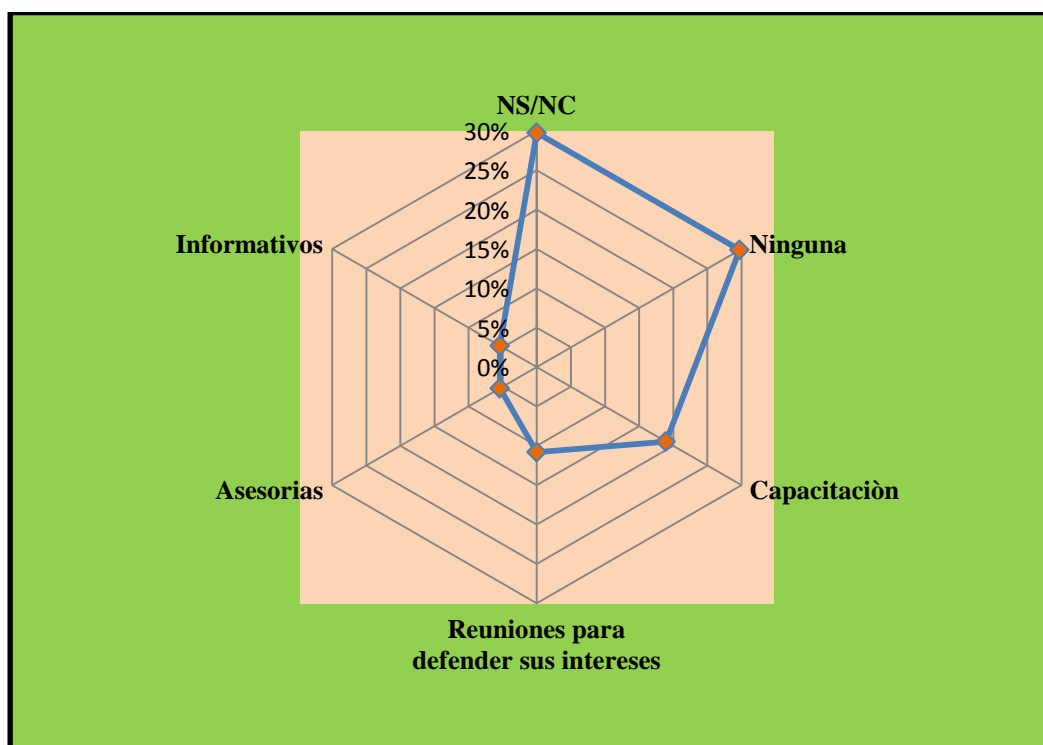
FORMA DE DEFENSA DE LOS INTERESES EMPRESARIALES POR PARTE DE LAS ASOCIACIONES Y AGREMIACIONES

Forma de Defensa de Intereses	N° Respuestas	Porcentaje
NS/NC	11	29.73%
Ninguna	11	29.73%
Capacitación	7	18.92%
Reuniones para defender sus intereses	4	10.81%
Asesorías	2	5.41%
Informativos	2	5.41%
Total	37	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 73.-

**FORMA DE DEFENSA DE LOS INTERESES EMPRESARIALES
POR PARTE DE LAS ASOCIACIONES Y AGREMIACIONES**



Fuente: Cuadro N°75

Elaborado por: Génesis Ramírez

g) Manera que influyen la inseguridad y la corrupción en el ejercicio de las actividades.

Finalmente, el grado de sensibilidad a la inseguridad y a la corrupción se analiza en el Cuadro N° 76 y el Gráfico N° 74; donde se expone que para 43.75 por ciento sí existe afectación, 31.25 dice que no influye en sus actividades y 21.88 manifiesta que le afecta al generarse incertidumbres en la inversión por las dificultades de encontrar créditos e inversionistas, y 3.13 por ciento mencionó que la afecta por la inseguridad judicial.

Cuadro N° 76.-

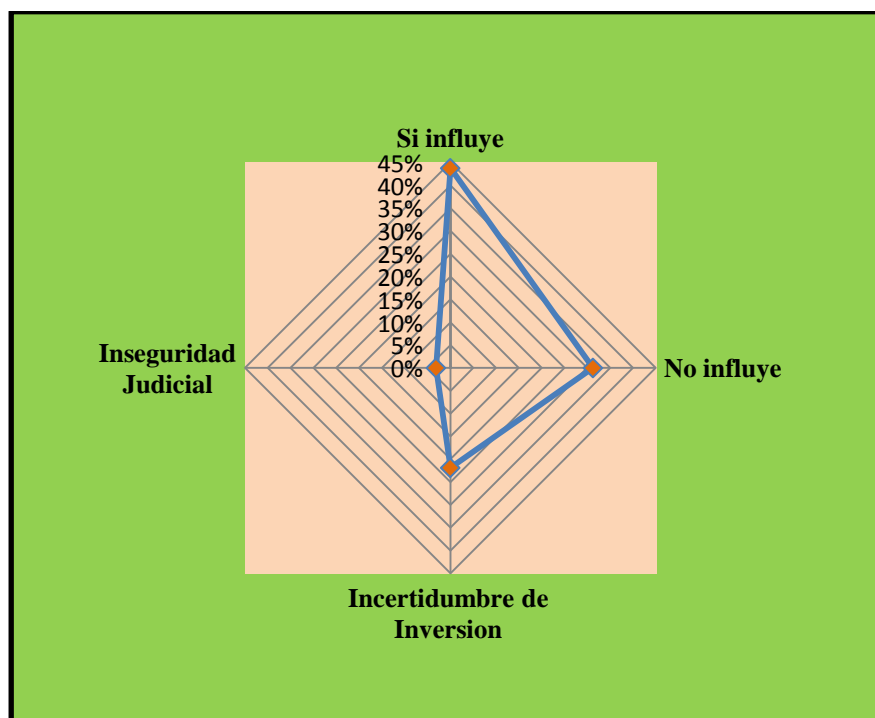
**MANERAS EN QUE INFLUYE LA INSEGURIDAD Y LA CORRUPCIÓN
EN EL EJERCICIO DE SUS ACTIVIDADES**

Tipo de Influencia	N° Respuestas	Porcentaje
Si influye	14	43.75%
No influye	10	31.25%
Incertidumbre de Inversión	7	21.88%
Inseguridad Judicial	1	3.13%
Total	32	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 74.-

**MANERAS EN QUE INFLUYE LA INSEGURIDAD Y LA CORRUPCIÓN
EN EL EJERCICIO DE SUS ACTIVIDADES**



Fuente: Cuadro N° 76
Elaborado por: Génesis Ramírez

4.6 SECCION 6: Infraestructura física

Se trata de evaluar la cantidad y calidad de la infraestructura física proporcionada por el Estado, refiriéndose a: el transporte terrestre, marítimo, y aéreo; telecomunicaciones; distribución de energía eléctrica y gas; puertos y aeropuertos; y, servicios sanitarios. Toda esta infraestructura que influye en las actividades productivas de las empresas.⁵⁵

4.6.1 Del estado

a) Calificación de la calidad y disponibilidad de infraestructura física

Sobre la infraestructura proporcionada por el Estado, el Cuadro N° 77 y el Gráfico N° 75 muestra que la mejor calificación se lo lleva el transporte terrestre, marítimo y aéreo con 73.33 por ciento que lo califican de muy bueno.

Por otro lado, el servicio de telecomunicaciones es considerado mayoritariamente como bueno por 50.00 por ciento, al igual que los puertos y aeropuertos que fue catalogado como bueno por el 57.00 y los servicios sanitarios en un 47.00 por ciento calificado bajo bueno.

⁵⁵ Cfr. A., BELTRÁN, E., TORRES, y otros (2004). Op. Cit.. p. 96

Cuadro N° 77.-

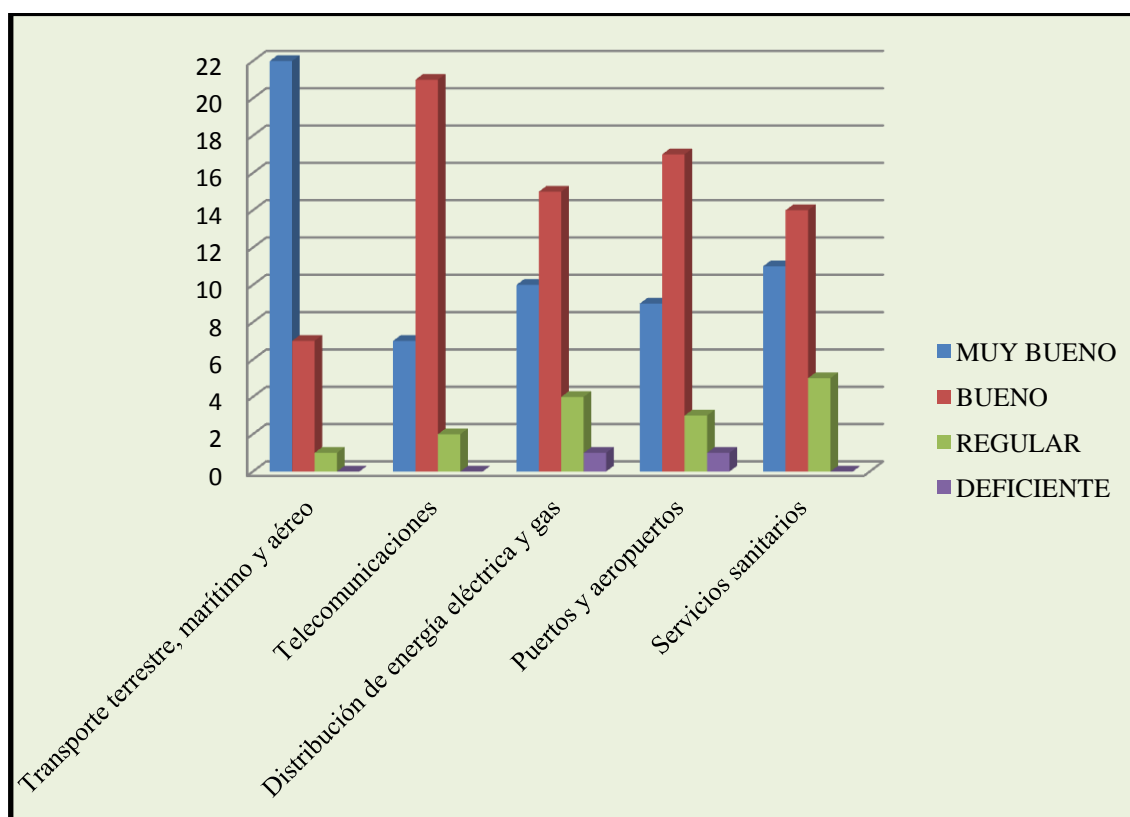
**CALIFICACIÓN DE LA CALIDAD Y DISPONIBILIDAD DE LA
INFRAESTRUCTURA FÍSICA**

Calificación	Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Telecomunicaciones	Distribución de energía eléctrica y gas	Puertos y aeropuertos	Servicios sanitarios
Muy Bueno	22	7	10	9	11
Bueno	7	21	15	17	14
Regular	1	2	4	3	5
Deficiente	0	0	1	1	0
TOTAL	30	30	30	30	30

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 75.-

**CALIFICACIÓN DE LA CALIDAD Y DISPONIBILIDAD DE LA
INFRAESTRUCTURA FÍSICA.**



Fuente: Cuadro N°77
Elaborado por: Génesis Ramírez

b) Porcentaje en que influye en el desarrollo de sus actividades la infraestructura

El Cuadro N° 78 y el Gráfico N° 76 señala que los puertos y aeropuertos tienen la menor influencia entre 0 a 25% para el desarrollo de las actividades de las PYMEs alcanzando 100.00 por ciento seguido por Servicios Sanitarios en 97.00 por ciento; sin embargo, la infraestructura más influyente catalogada entre el 76 al 100% es la Distribución de Energía Eléctrica y Gas que alcanzó alrededor del 13.00 por ciento.

Cuadro N° 78.-

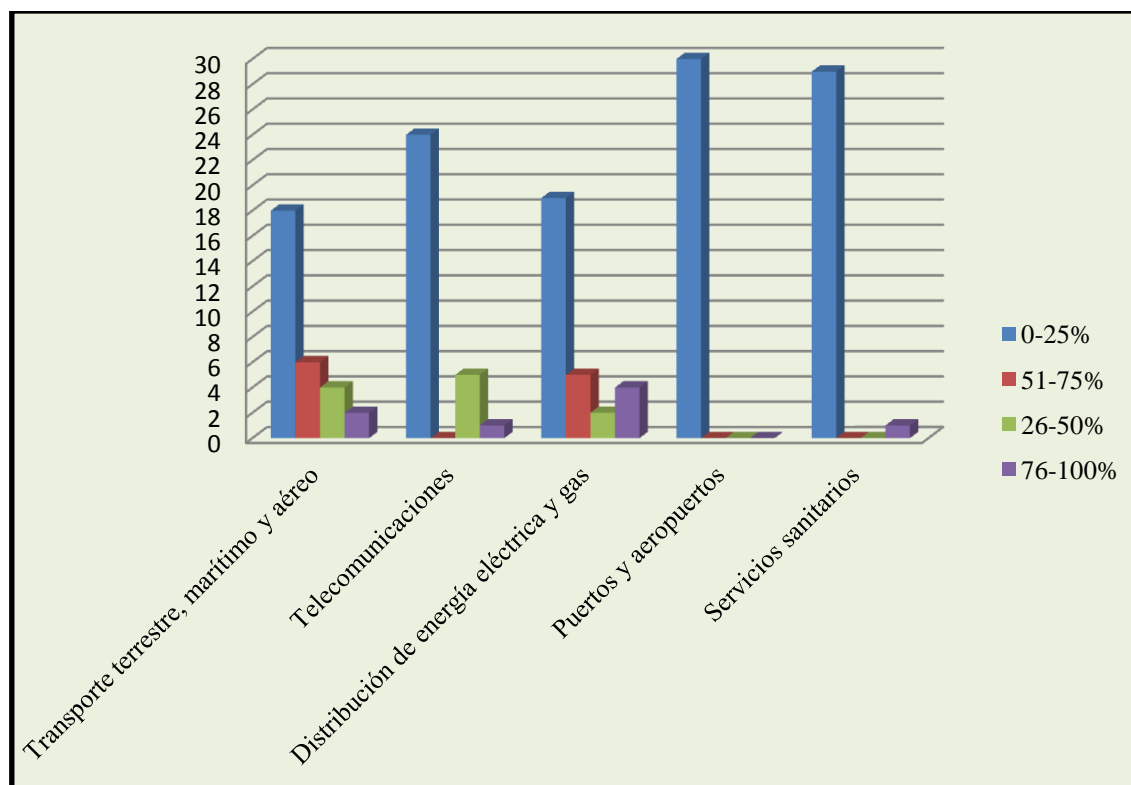
INFLUENCIA EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE LAS PYMES.

Porcentaje de Influencia	Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Telecomunicaciones	Distribución de energía eléctrica y gas	Puertos y aeropuertos	Servicios sanitarios
0-25%	18	24	19	30	29
51-75%	6	0	5	0	0
26-50%	4	5	2	0	0
76-100%	2	1	4	0	1
Total	30	30	30	30	30

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 76.-

**INFLUENCIA EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE LAS
PYMES.**



Fuente: Cuadro N° 78

Elaborado por: Génesis Ramírez

c) Porcentaje en que influye la infraestructura en la consecución de nuevos mercados.

Para la obtención de nuevos mercados, el Cuadro N° 79 y el Gráfico N° 77 muestran que la mayoría de empresas cree que le afecta el estado y disponibilidad del transporte terrestre, marítimo y aéreo. Por otro lado, las que menor influencia tienen son: Servicios Sanitarios y la distribución de energía eléctrica y gas.

Cuadro N° 79.-

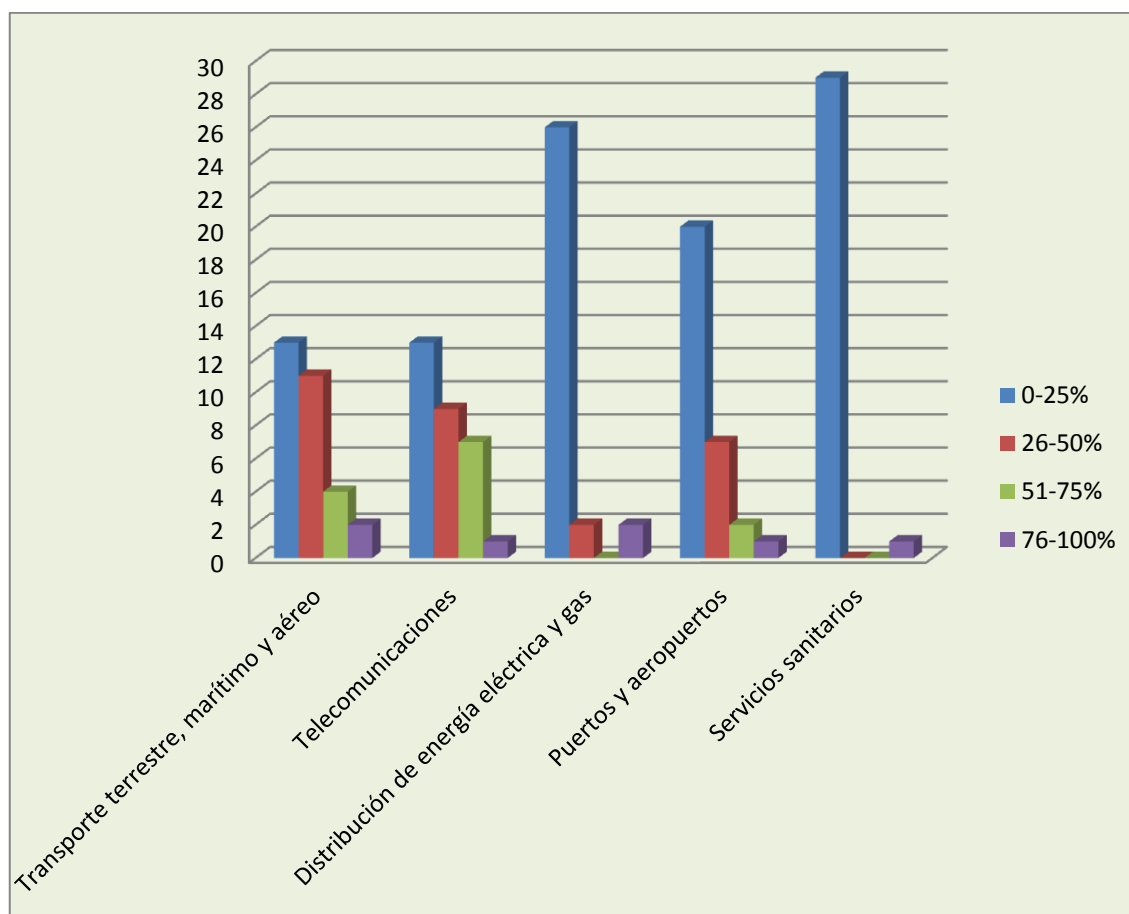
INFLUENCIA EN LA CONSECUCCIÓN DE NUEVOS MERCADOS

Porcentaje de Influencia	Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Telecomunicaciones	Distribución de energía eléctrica y gas	Puertos y aeropuertos	Servicios sanitarios
0-25%	13	13	26	20	29
26-50%	11	9	2	7	0
51-75%	4	7	0	2	0
76-100%	2	1	2	1	1
Total	30	30	30	30	30

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 77.-

INFLUENCIA EN LA CONSECUCCIÓN DE NUEVOS MERCADOS.



Fuente: Cuadro N° 79
Elaborado por: Génesis Ramírez

4.6.2 De la empresa

Por parte de las empresas la mayoría afirma que colaboran en el desarrollo del transporte terrestre, marítimo y aéreo, seguido por las telecomunicaciones y los puertos y aeropuertos, respectivamente. Así mismo, el sector privado en lo que menos colabora es en la distribución de energía eléctrica y gas.

Cuadro N° 80.-

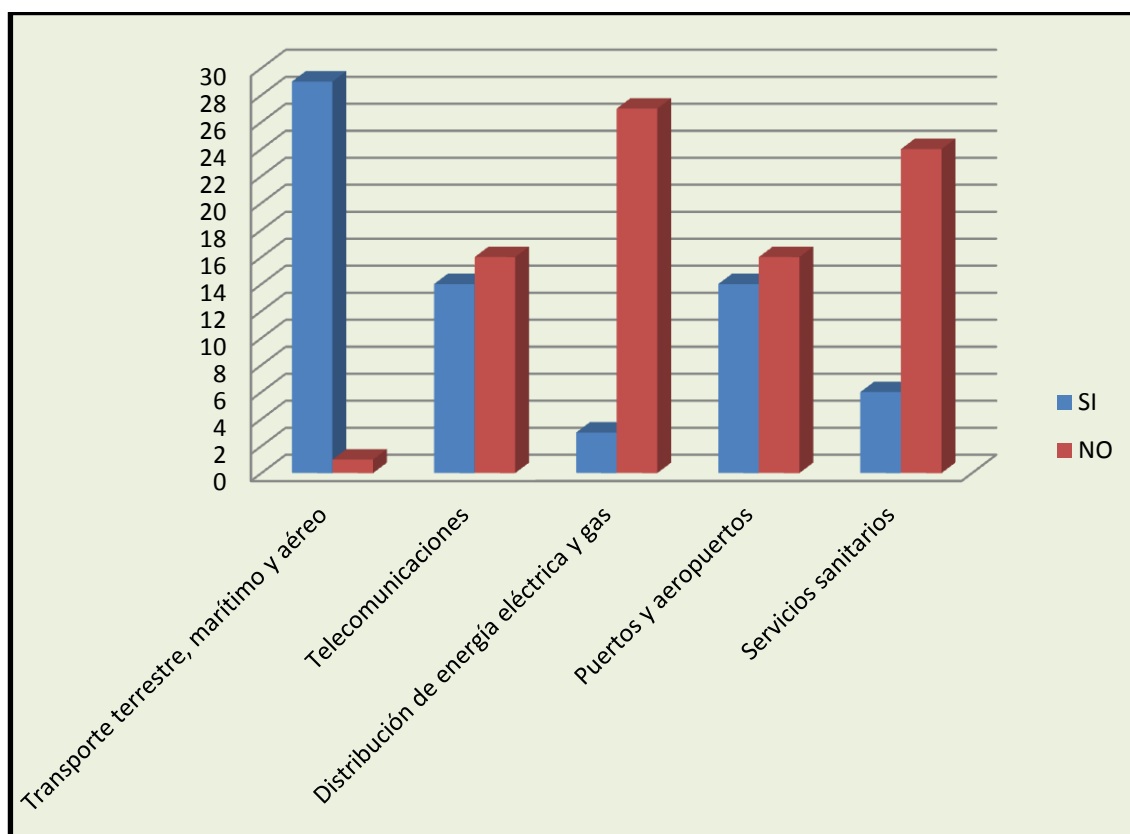
**¿COLABORA EL SECTOR PRIVADO EN EL DESARROLLO DE LA
INFRAESTRUCTURA NACIONAL?**

Colaboración del Sector Privado	Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Telecomunicaciones	Distribución de energía eléctrica y gas	Puertos y aeropuertos	Servicios sanitarios
SI	29	14	3	14	6
NO	1	16	27	16	24
Total	30	30	30	30	30

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 78.-

**¿COLABORA EL SECTOR PRIVADO EN EL DESARROLLO DE LA
INFRAESTRUCTURA NACIONAL?**



Fuente: Cuadro N°80

Elaborado por: Génesis Ramírez

4.7 SECCION 7: Mercado financiero

Se mide el rol de los mercados financieros como propulsores del ahorro, el consumo y la inversión productiva. Así como también se evalúa las necesidades financieras empresariales y las herramientas utilizadas para determinarlas.

a) **Actividades empresariales que se financian con los productos que ofrece el sistema financiero.**

En el Cuadro N° 81 y el gráfico N° 79 se evalúa las actividades empresariales que mayormente son financiadas por productos del sistema financiero: se puede observar que 38.98 por ciento lo utiliza para capital de trabajo, seguido por 28.81 en la compra de maquinaria, 13.56 en la importación de materia prima, 11.86 para el pago a proveedores y sólo 6.78 por ciento para proyectos de inversión.

Cuadro N° 81.-

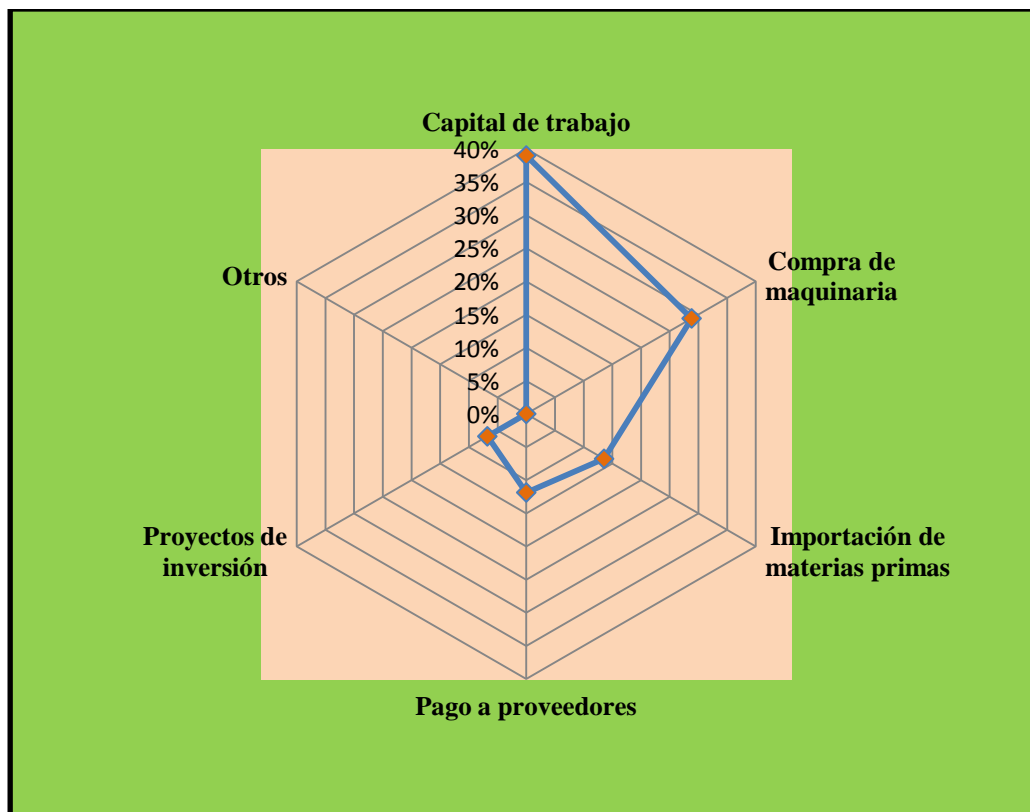
**ACTIVIDADES EMPRESARIALES FINANCIADAS POR PRODUCTOS
DEL SISTEMA FINANCIERO.**

Actividades	N° Respuestas	Porcentaje
Capital de trabajo	23	38.98%
Compra de maquinaria	17	28.81%
Importación de materias primas	8	13.56%
Pago a proveedores	7	11.86%
Proyectos de inversión	4	6.78%
Otros	0	0.00%
Total	59	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 79.-

**ACTIVIDADES EMPRESARIALES FINANCIADAS POR PRODUCTOS
DEL SISTEMA FINANCIERO.**



Fuente: Cuadro N° 81
Elaborado por: Génesis Ramírez

- b) Acceso y porcentaje de cobertura de los créditos que le otorgan las entidades bancarias privadas la normal operación de la empresa.**

El Cuadro N° 82 y el Gráfico N° 80 muestran que las empresas acceden a créditos de entidades bancarias privadas destinados principalmente a actividades de capital de trabajo en 73.00 por ciento y para compra de maquinaria en 57.00; finalmente, para importación de materias primas 27.00 por ciento.

Cuadro N° 82.-

**ACCESO A LOS CRÉDITOS DE LA BANCA PRIVADA EN LA
OPERACIÓN NORMAL DE LA EMPRESA.**

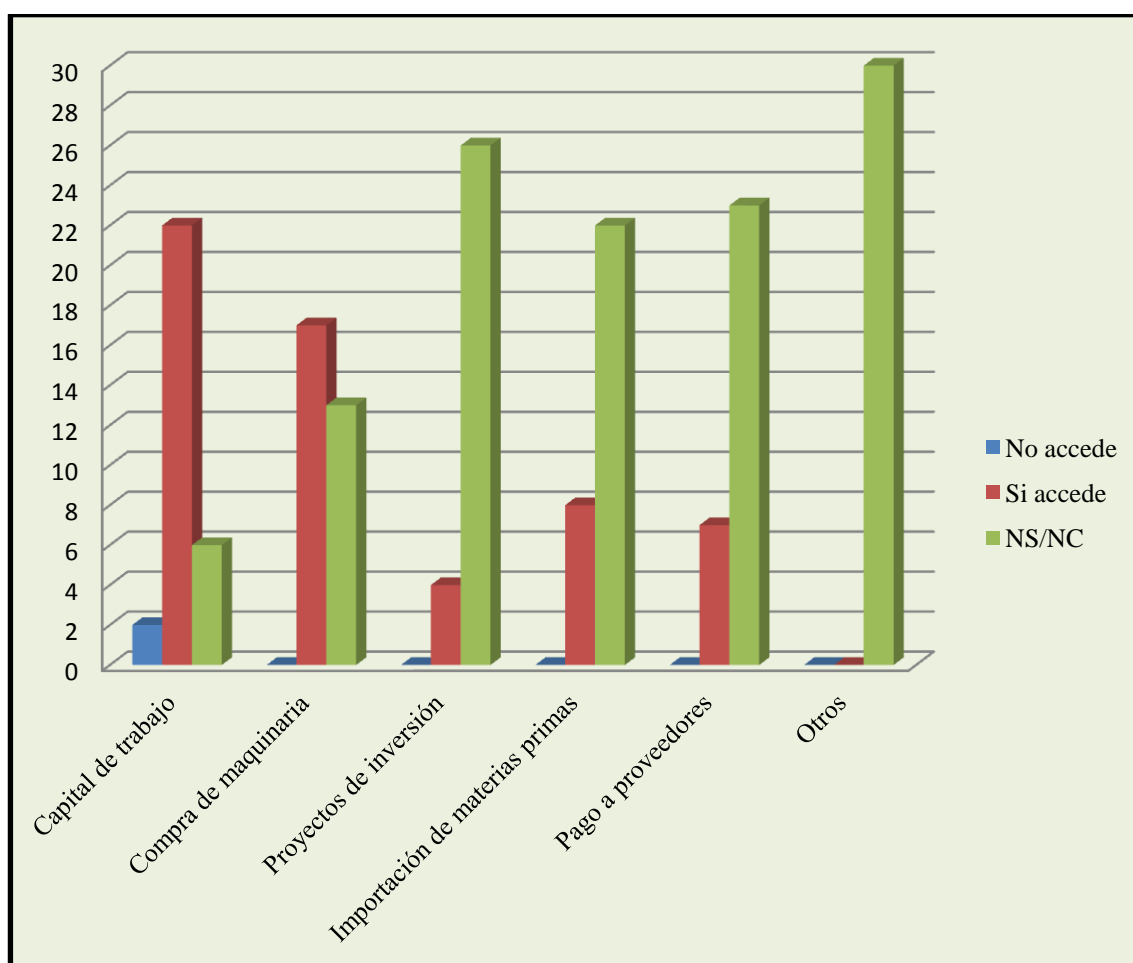
Acceso a créditos de entidades bancarias privadas	Capital de trabajo	Compra de maquinaria	Proyectos de inversión	Importación de materias primas	Pago a proveedores	Otros
No accede	2	0	0	0	0	0
Si accede	22	17	4	8	7	0
NS/NC	6	13	26	22	23	30
Total	30	30	30	30	30	30

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 80.-

**ACCESO A LOS CRÉDITOS DE LA BANCA PRIVADA EN LA
OPERACIÓN NORMAL DE LA EMPRESA.**



Fuente: Cuadro N° 82

Elaborado por: Génesis Ramírez

Estos créditos de la banca privada cubren principalmente: 20.00% de las operaciones de capital de trabajo; 30.00% de la compra de maquinaria; entre el 20.00 y 30.00% la importación de materias primas, entre el 5.00 al 15.00% el pago a proveedores; y los proyectos de inversión tuvieron variadas respuestas que oscilan entre el 10.00 al 80.00%. Los resultados detallados lo muestran el Cuadro N° 83 y el Gráfico N° 81 a continuación.

Cuadro N° 83.-

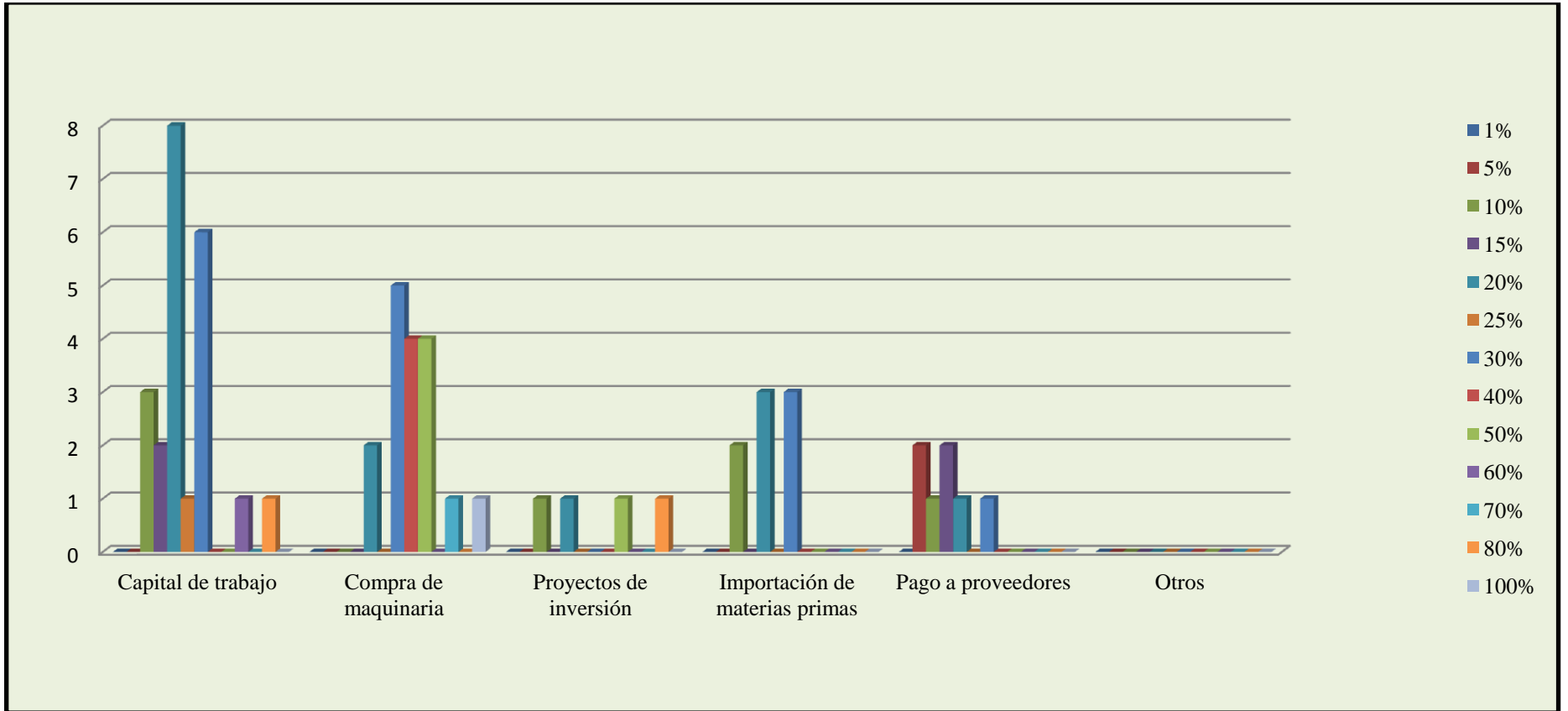
PORCENTAJE DE COBERTURA DE LAS CRÉDITOS DE LA BANCA PRIVADA EN LA OPERACIÓN NORMAL DE LA EMPRESA.

Porcentaje de Cobertura	Capital de trabajo	Compra de maquinaria	Proyectos de inversión	Importación de materias primas	Pago a proveedores	Otros
1%	0	0	0	0	0	0
5%	0	0	0	0	2	0
10%	3	0	1	2	1	0
15%	2	0	0	0	2	0
20%	8	2	1	3	1	0
25%	1	0	0	0	0	0
30%	6	5	0	3	1	0
40%	0	4	0	0	0	0
50%	0	4	1	0	0	0
60%	1	0	0	0	0	0
70%	0	1	0	0	0	0
80%	1	0	1	0	0	0
100%	0	1	0	0	0	0
Total	22	17	4	8	7	0

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 81.-

PORCENTAJE DE COBERTURA DE LAS CRÉDITOS DE LA BANCA PRIVADA EN LA OPERACIÓN NORMAL DE LA EMPRESA.



Fuente: Cuadro N° 83

Elaborado por: Génesis Ramírez

c) Herramientas financieras para determinar las necesidades financieras de la empresa

Las necesidades financieras de las empresas son determinadas mayoritariamente por 45.45 por ciento a través de la elaboración de flujos de fondos, la segunda herramienta más utilizada por 25.45 es determinando la Liquidez y Rentabilidad, 10.91 lo hace a través de indicadores financieros, y 9.09 por ciento lo hace por Flujo Operativo, Capacidad de Endeudamiento, respectivamente.

Cuadro N° 84.-

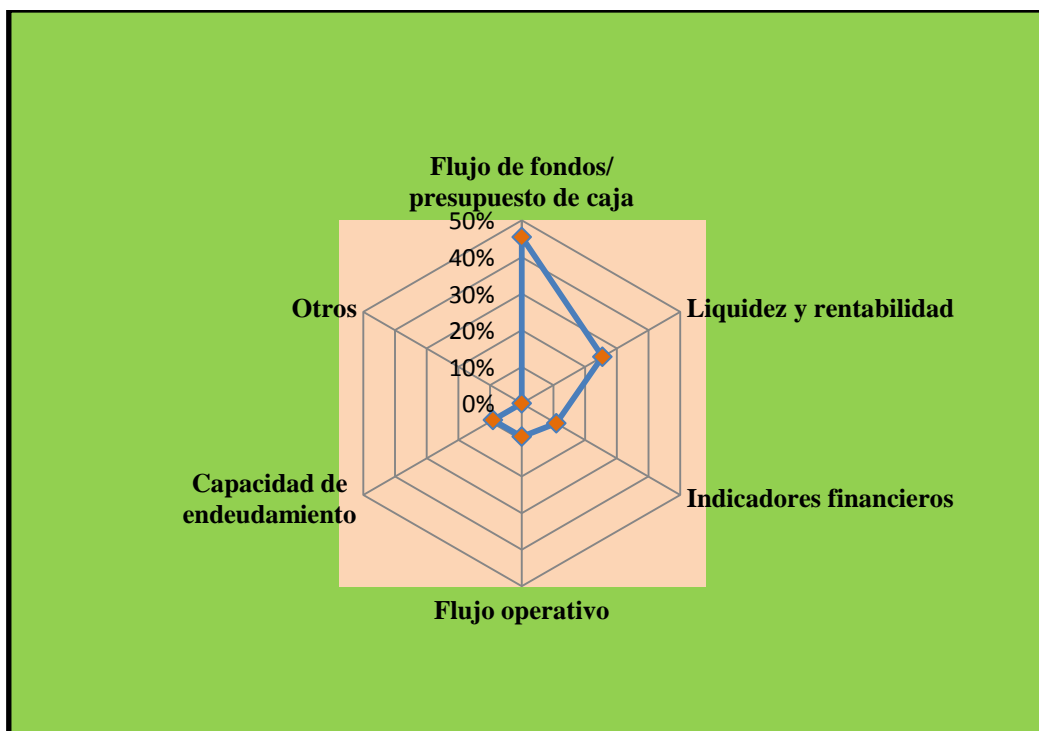
HERRAMIENTAS UTILIZADAS PARA DETERMINAR NECESIDADES FINANCIERAS.

Herramientas Financieras	N° Respuestas	Porcentaje
Flujo de fondos/ presupuesto de caja	25	45.45%
Liquidez y rentabilidad	14	25.45%
Indicadores financieros	6	10.91%
Flujo operativo	5	9.09%
Capacidad de endeudamiento	5	9.09%
Otros	0	0.00%
Total	55	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 82.-

**HERRAMIENTAS UTILIZADAS PARA DETERMINAR NECESIDADES
FINANCIERAS.**



Fuente: Cuadro N°84
Elaborado por: Génesis Ramírez

- d) Acceso a los créditos que otorgan los organismos de crédito estatales para cubrir la normal operación de la empresa.**

Por otro lado, la información proporcionada en el Cuadro N° 85 y el Gráfico N° 83 señala que la mayoría de empresas no conoce sobre el acceso a los créditos estatales, el 27.00 por ciento tiene acceso a este tipo de créditos para fondos de capital de trabajo, y el 3.00 por ciento accede para compras de maquinaria.

Cuadro N° 85.-

**ACCESO A CRÉDITOS DE ORGANISMOS DE CRÉDITO ESTATALES QUE
CUBREN LA OPERACIÓN NORMAL DE LA EMPRESA**

Acceso	Capital de trabajo	Compra de maquinaria	Importación de materias primas	Pago a proveedores	Proyectos de inversión	Otros
No accede	8	0	0	0	0	0
Si accede	1	1	0	0	0	0
NS/NC	21	29	30	30	30	30
Total	30	30	30	30	30	30

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

De los que acceden a créditos de Organismos Estatales, todos cubren en un 15% el capital de trabajo y la compra de maquinaria, como se detalla en el Cuadro N° 86 y el Gráfico N° 84 a continuación:

Cuadro N° 86.-

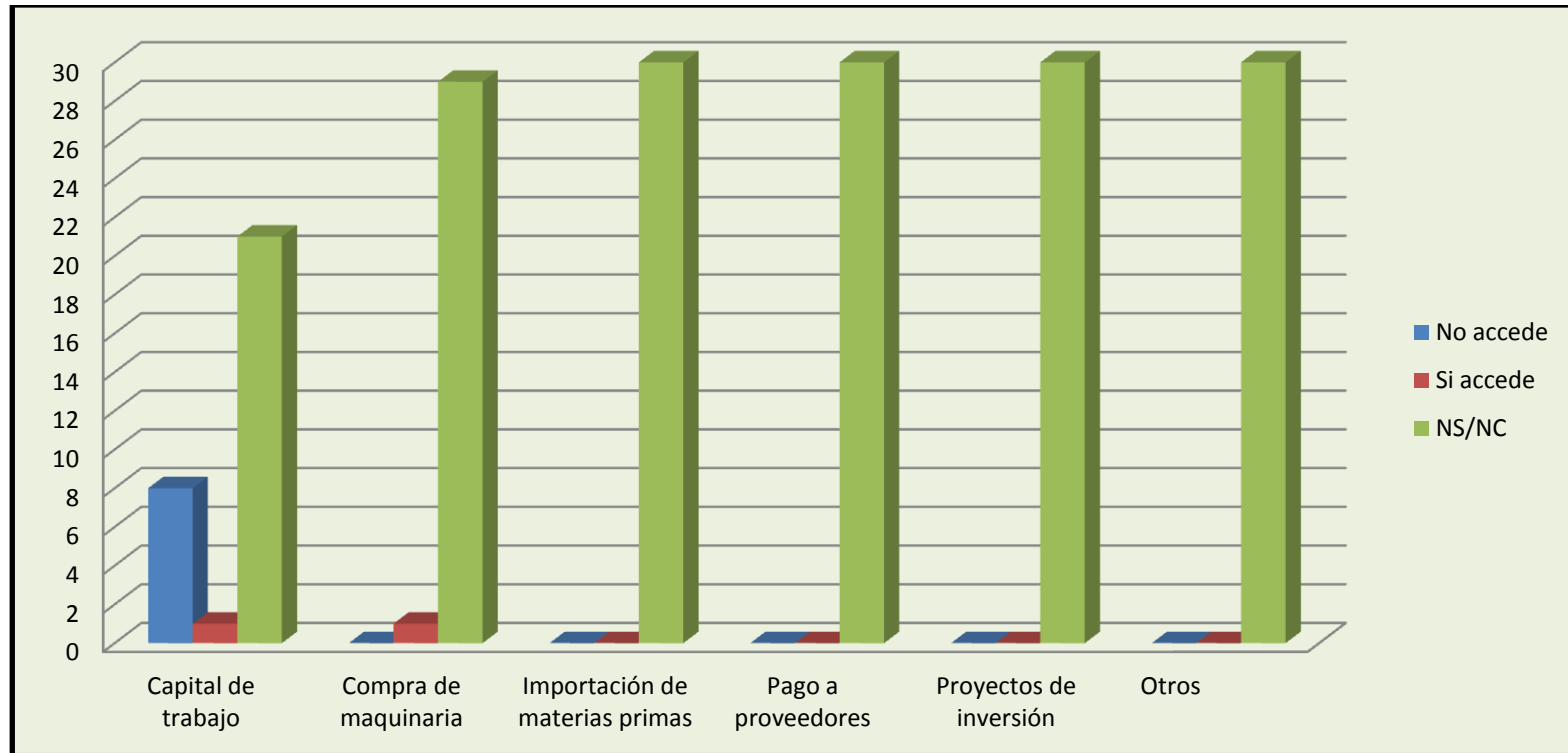
**PORCENTAJE DE COBERTURA DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS POR
ORGANISMOS ESTATALES A LAS OPERACIONES NORMALES DE LAS
EMPRESAS.**

Porcentaje de cobertura	Capital de trabajo	Compra de maquinaria	Importación de materias primas	Pago a proveedores	Proyectos de inversión	Otros
5%	0	0	0	0	0	0
15%	1	1	0	0	0	0
20%	0	0	0	0	0	0
25%	0	0	0	0	0	0
30%	0	0	0	0	0	0
50%	0	0	0	0	0	0
60%	0	0	0	0	0	0
70%	0	0	0	0	0	0
80%	0	0	0	0	0	0
100%	0	0	0	0	0	0

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 83.-

ACCESO A CRÉDITOS DE ORGANISMOS DE CRÉDITO ESTATALES QUE CUBREN LA OPERACIÓN NORMAL DE LA EMPRESA

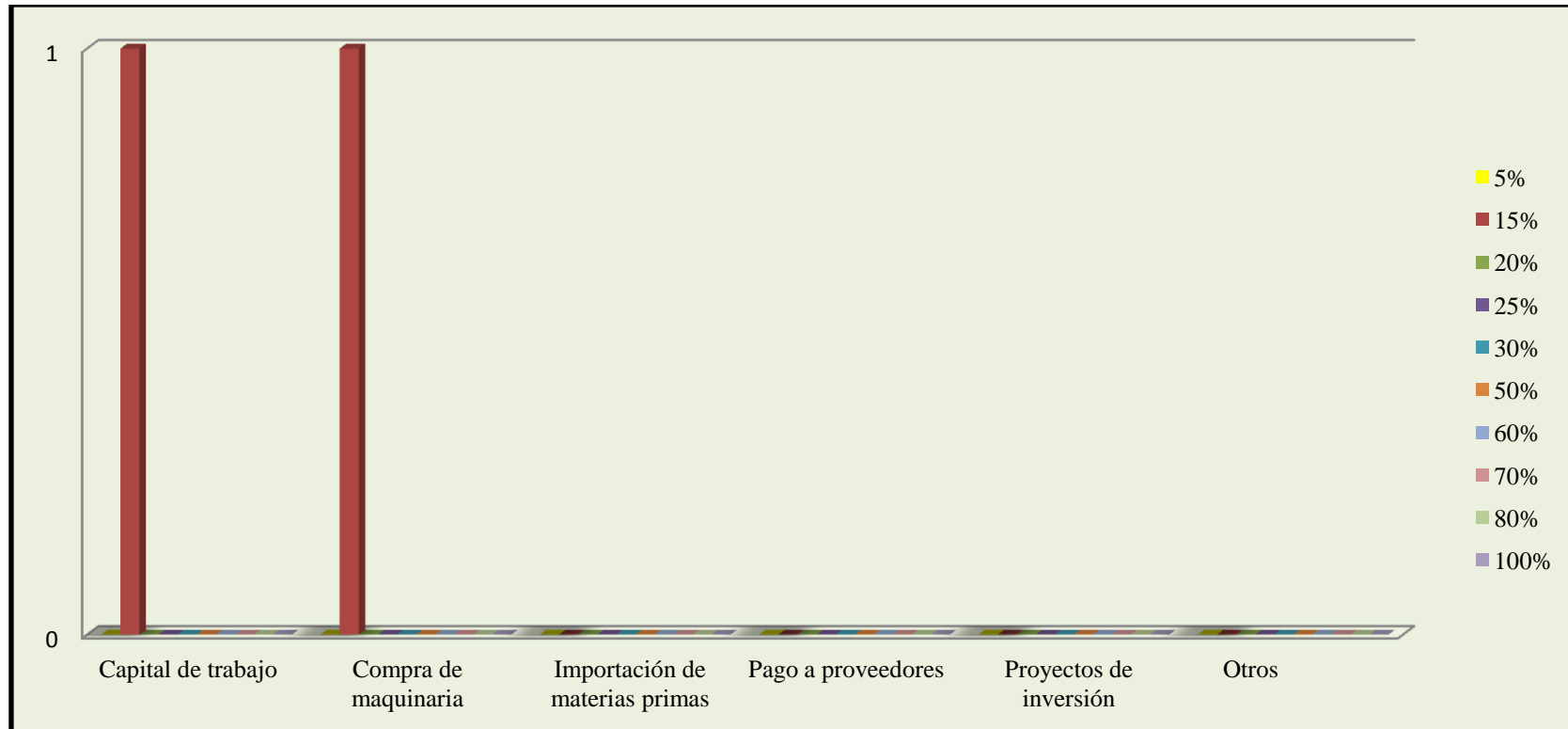


Fuente: Cuadro N° 85

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 84.-

PORCENTAJE DE COBERTURA DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS POR ORGANISMOS ESTATALES A LAS OPERACIONES NORMALES DE LAS EMPRESAS.



Fuente: Cuadro N° 86

Elaborado por: Génesis Ramírez

e) Financiamiento en el mercado interno actividades para cambios tecnológicos, reestructuración industrial e investigación y desarrollo

La mayoría de empresas en casos de financiamiento para actividades de cambios tecnológicos, de reestructuración industrial e investigación y desarrollo acuden a la banca privada en 71.05 por ciento; mientras que, 21.05 se financia con recursos propios y 2.63 por ciento acuden a la CFN, el Fondo PYME y el sector informal, respectivamente, tal como muestra el Cuadro N° 87 y el Gráfico N° 85.

Cuadro N° 87.-

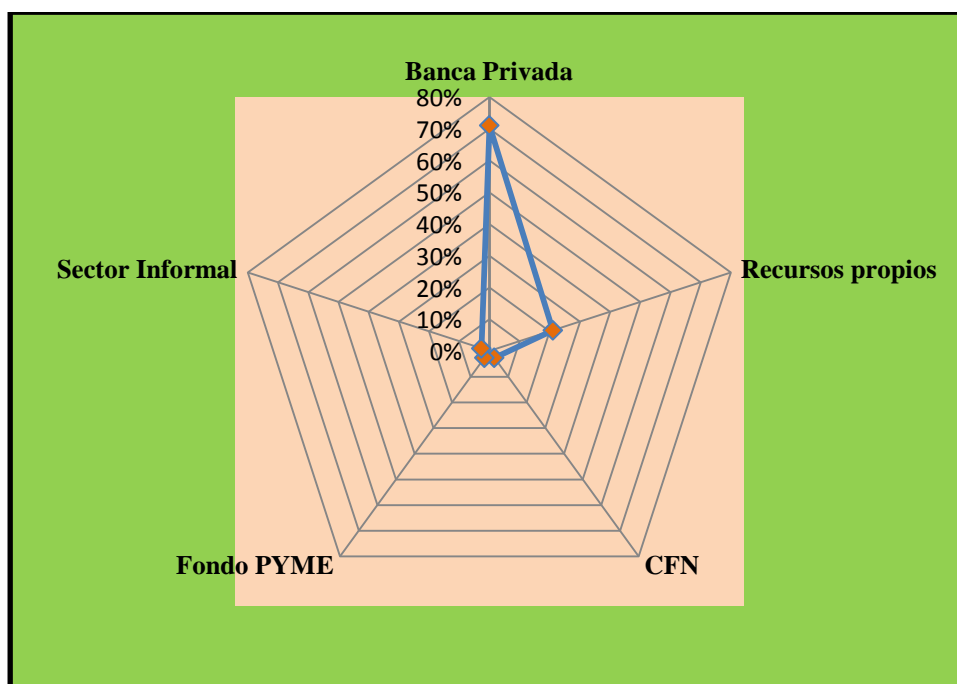
FINANCIAMIENTO EN EL MERCADO INTERNO PARA ACTIVIDADES DE CAMBIOS TECNOLÓGICOS, DE REESTRUCTURACIÓN INDUSTRIAL E INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO.

Fuentes de Financiamiento	N° Respuestas	Porcentaje
Banca Privada	27	71.05%
Recursos propios	8	21.05%
CFN	1	2.63%
Fondo PYME	1	2.63%
Sector Informal	1	2.63%
Total	38	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 85.-

**FINANCIAMIENTO EN EL MERCADO INTERNO PARA ACTIVIDADES
DE CAMBIOS TECNOLÓGICOS, DE REESTRUCTURACIÓN
INDUSTRIAL E INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO.**



Fuente: Cuadro N° 87

Elaborado por: Génesis Ramírez

4.8 SECCION 8: Eficiencia del mercado laboral

La sección mide la eficiencia de los recursos humanos sus destrezas y habilidades, el potencial y flexibilidad de los mercados laborales, la afectación en los costos de la aplicación de normas locales y por ende el grado de competitividad que se alcanza con la fuerza laboral.⁵⁶

⁵⁶ Cfr. A., BELTRÁN, E., TORRES, y otros (2004). Op. Cit.. p. 106

a) Promedio de formación que tiene el personal de su empresa

En un inicio se puede observar en el Cuadro N° 88 y el Gráfico N° 86 que 62.25 por ciento del personal que labora en las PYMEs del subsector C22 de Fabricación de Productos de caucho y plástico cuenta con una formación secundaria, solo 15.23 con universitaria, 12.52 primaria, 9.60 tecnológica, 0.37 maestría y 0.03 por ciento especialización.

Cuadro N° 88.-

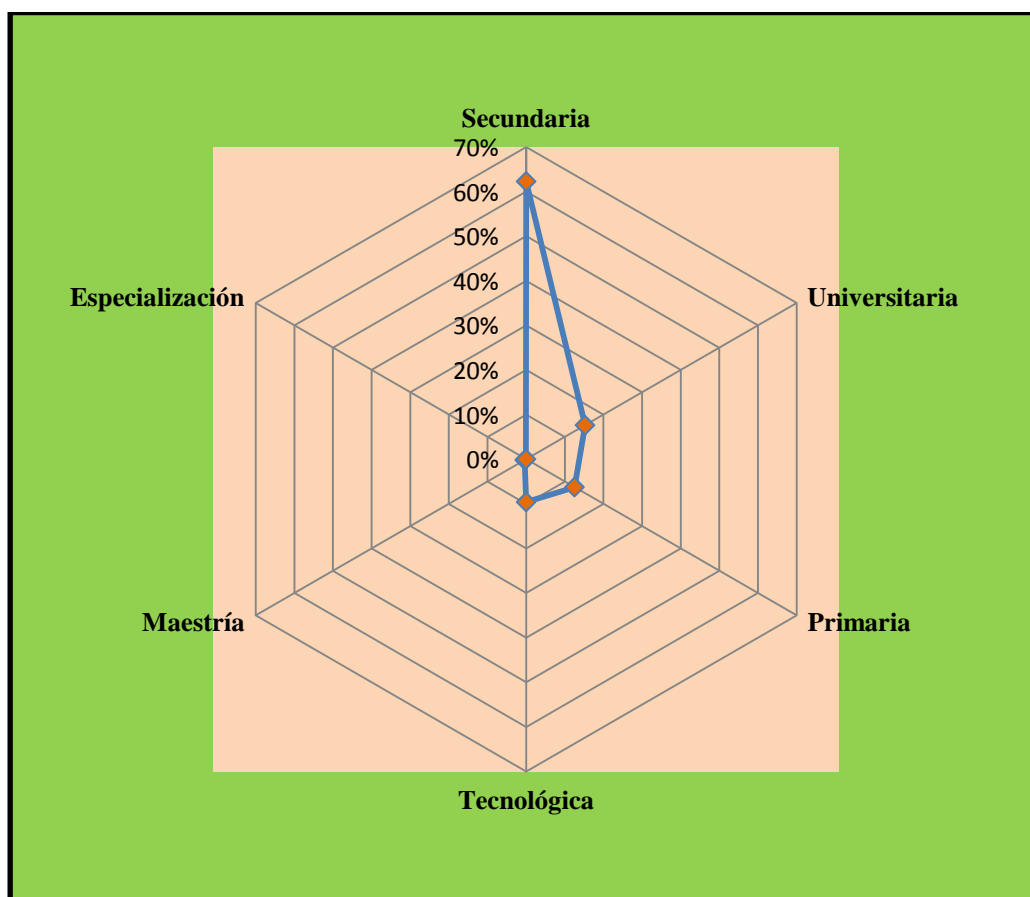
PROMEDIO DE FORMACIÓN QUE TIENE EL PERSONAL DE LAS EMPRESAS.

Formación	Porcentaje
Secundaria	62.25%
Universitaria	15.23%
Primaria	12.52%
Tecnológica	9.60%
Maestría	0.37%
Especialización	0.03%
Total	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 86.-

PROMEDIO DE FORMACIÓN QUE TIENE EL PERSONAL DE LAS EMPRESAS.



Fuente: Cuadro N° 88
Elaborado por: Génesis Ramírez

b) Principales destrezas y habilidades que caracterizan al personal de su empresa

En el Cuadro N° 89 y el Gráfico N° 87 se observa, en forma general, que existe mayor concentración en competencias genéricas que agrupan al 63.00 por ciento del total; mientras que en las técnicas se concentra 37.00 por ciento de las

competencias. Es así que, dentro de las primeras: 23.73 tiene orientación al logro y acción, seguida por 18.64 que demuestra ayuda y flexibilidad, ésta a su vez por 10.17 Cognitivas, 8.47 referente a Eficacia de Personal y 1.69 a Influencia. Mientras que dentro de competencias técnicas: 15.25 tiene habilidades técnico-profesionales, 11.86 operativas, 6.78 competencias diferenciadoras y el 3.39 por ciento en ejecución de estrategias.

Cuadro N° 89.-

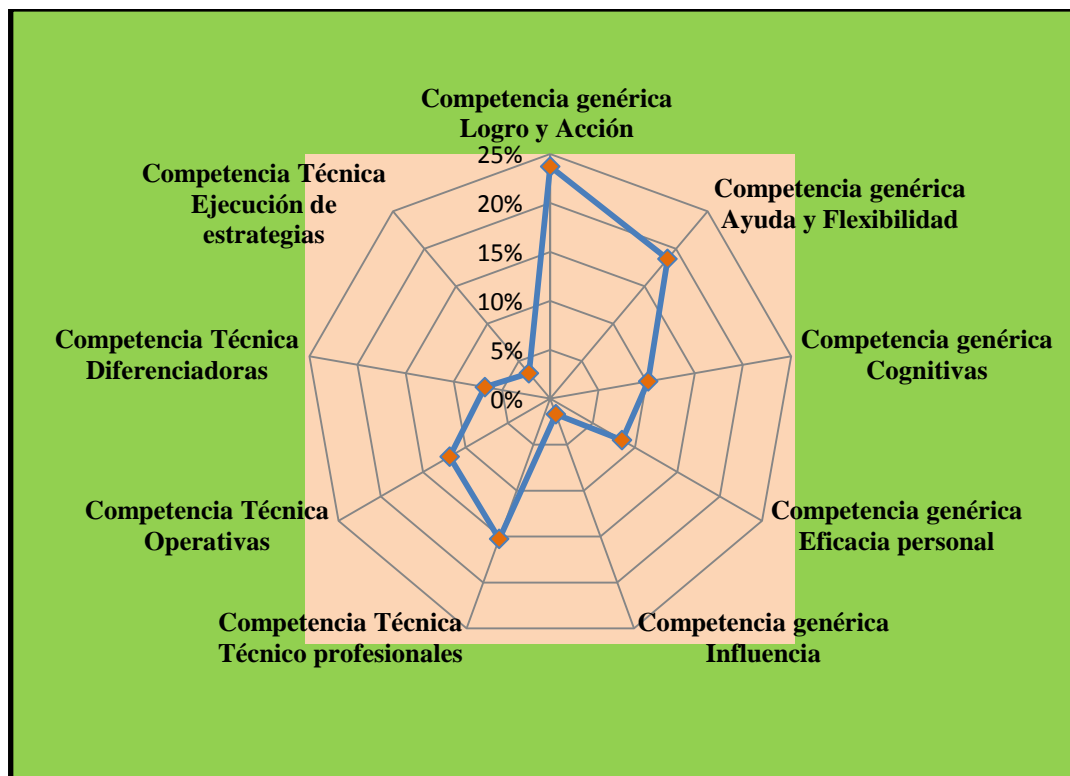
**PRINCIPALES DESTREZAS Y HABILIDADES QUE CARACTERIZAN
AL PERSONAL DE SU EMPRESA.**

Tipo de Competencia	Competencia	N° Respuestas	Porcentaje	N° Respuestas	Porcentaje
Competencia genérica	Logro y Acción	14	23.73%	37	63%
	Ayuda y Flexibilidad	11	18.64%		
	Cognitivas	6	10.17%		
	Eficacia personal	5	8.47%		
	Influencia	1	1.69%		
Competencia Técnica	Técnico profesionales	9	15.25%	22	37%
	Operativas	7	11.86%		
	Diferenciadoras	4	6.78%		
	Ejecución de estrategias	2	3.39%		
Total		59	100.00%	59	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 87.-

**PRINCIPALES DESTREZAS Y HABILIDADES QUE CARACTERIZAN
AL PERSONAL DE SU EMPRESA.**



Fuente: Cuadro N°89

Elaborado por: Génesis Ramírez

c) Medición de la eficiencia y productividad de la fuerza laboral

La principal forma de evaluar la eficiencia y productividad de la fuerza laboral, como se muestra el Cuadro N° 90 y el Gráfico N° 88, es a través de índices de producción: 58.33 por ciento lo hace de esta manera, 20.00 analiza si existió ahorro de recursos, 15.00 evalúa el cumplimiento de objetivos, y 1.67 por ciento evalúa a través de cumplimiento de exigencias de clientes, no lo mide, indicadores de gestión, no sabe no conoce, respectivamente.

Cuadro N° 90.-

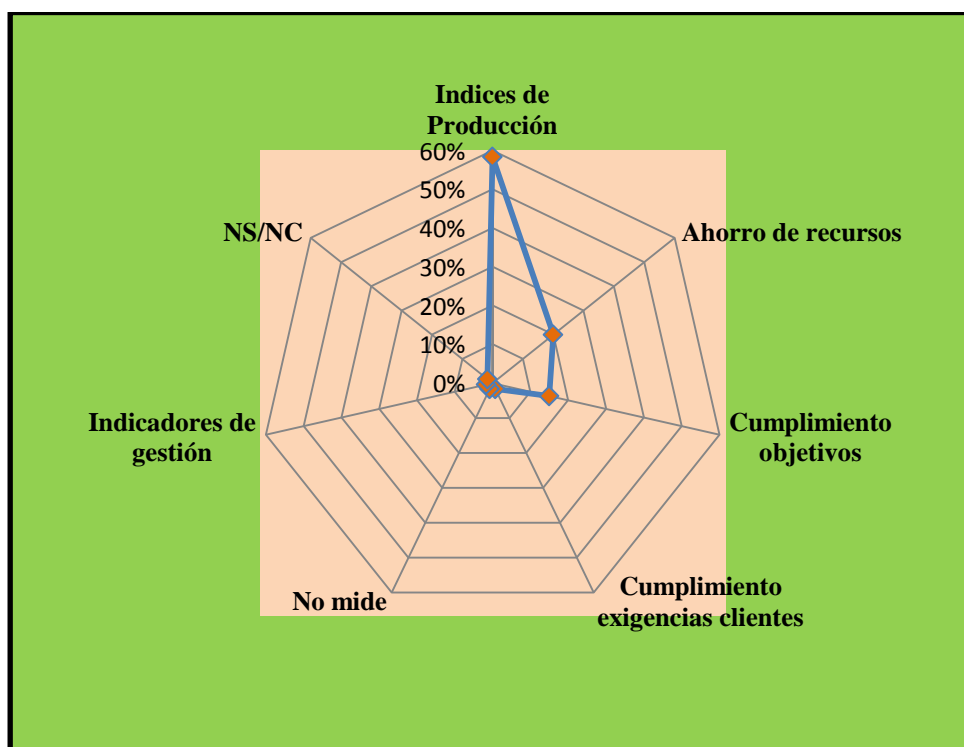
**FORMAS DE MEDIR LA EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD DE LA
FUERZA LABORAL.**

Formas de Medición	N° Respuestas	Porcentaje
Índices de Producción	35	58.33%
Ahorro de recursos	12	20.00%
Cumplimiento objetivos	9	15.00%
Cumplimiento exigencias clientes	1	1.67%
No mide	1	1.67%
Indicadores de gestión	1	1.67%
NS/NC	1	1.67%
Total	60	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 88.-

**FORMAS DE MEDIR LA EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD DE LA
FUERZA LABORAL.**



Fuente: Cuadro N° 90
Elaborado por: Génesis Ramírez

d) Opinión sobre Nivel de productividad de la fuerza laboral del subsector

Según el Cuadro N° 91 y el Gráfico N° 89; la mayoría de empresarios tiene la opinión que el nivel de productividad de la fuerza laboral del Subsector C22 es buena, ya que 46.67 por ciento lo cree de esa manera; mientras que, 40.00 la califica como muy buena, y 13.33 por ciento de Regular.

Cuadro N° 91.-

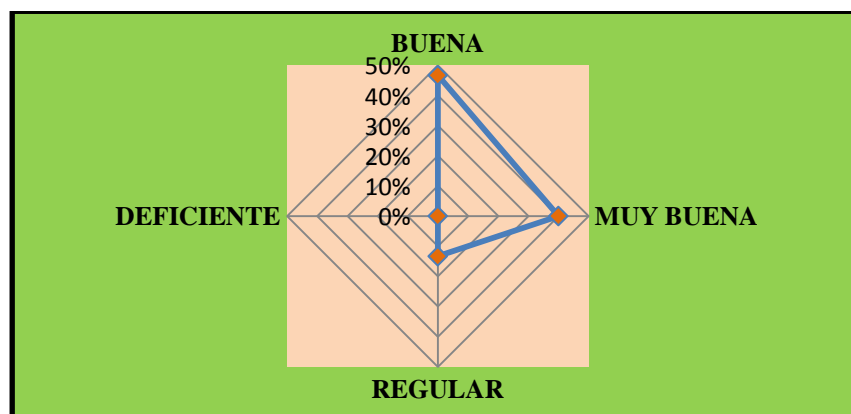
**NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA LABORAL DEL
SUBSECTOR C22.**

Nivel	N° Cías.	Porcentaje
Buena	14	46.67%
Muy Buena	12	40.00%
Regular	4	13.33%
Deficiente	0	0.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 89.-

**NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA LABORAL DEL
SUBSECTOR C22.**



Fuente: Cuadro N° 91
Elaborado por: Génesis Ramírez

e) Calificación del nivel de productividad de la fuerza laboral

La mayoría de empresas consideran que su nivel de productividad es “Muy Buena”, es decir 53.33 por ciento, 40.00 lo califican como “Buena”, y 6.67 por ciento como Regular, tal como muestra el Cuadro N° 92 y el Gráfico N°90.

Cuadro N° 92.-

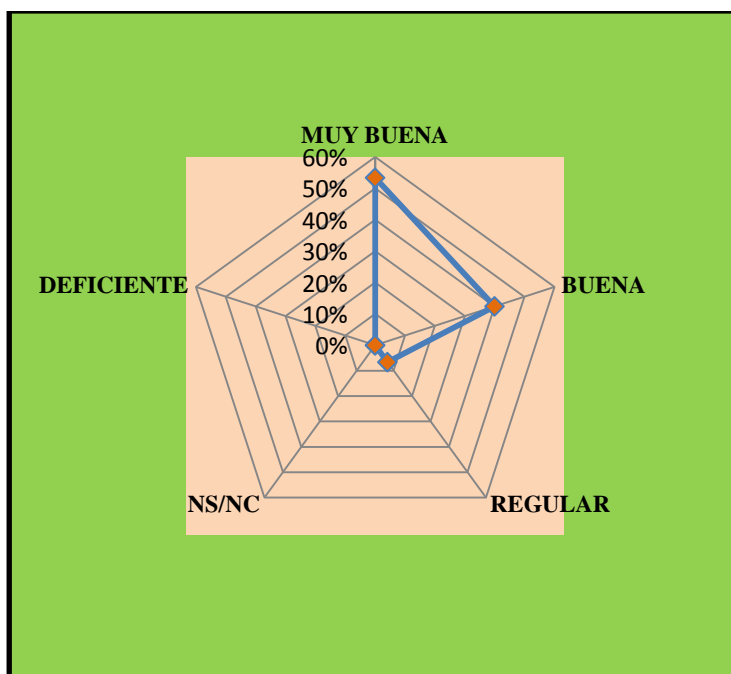
**CALIFICACIÓN DEL NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA
LABORAL POR EMPRESA**

Calificación	N° Cías.	Porcentaje
Muy Buena	16	53.33%
Buena	12	40.00%
Regular	2	6.67%
Ns/Nc	0	0.00%
Deficiente	0	0.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 90.-

**CALIFICACIÓN DEL NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA
LABORAL POR EMPRESA.**



Fuente: Cuadro N° 92
Elaborado por: Génesis Ramírez

f) Aspectos que estimulan la política salarial

Una política salarial según Diana Guevara (2008), determinan la orientación de la organización debiendo ser adecuada, equitativa, balanceada, eficaz en costos, segura, estimulante y aceptable para los empleados.

De la investigación realizada se puede observar en el Cuadro N° 93 y el Gráfico N° 91 que las empresas se orientan hacia el aumento de la productividad para determinar la política salarial; 29.27 por ciento de las empresas lo estiman así, 24.39 lo hace en función del clima laboral medido desde la perspectiva de las cualidades demostradas por los empleados, 21.95 trata de guiarse por brindar

salarios justos, 14.63 lo hace en función del nivel de capacitación del personal y 9.76 por ciento da Bonificaciones por cumplimiento de metas o exceso en las expectativas.

Cuadro N° 93.-

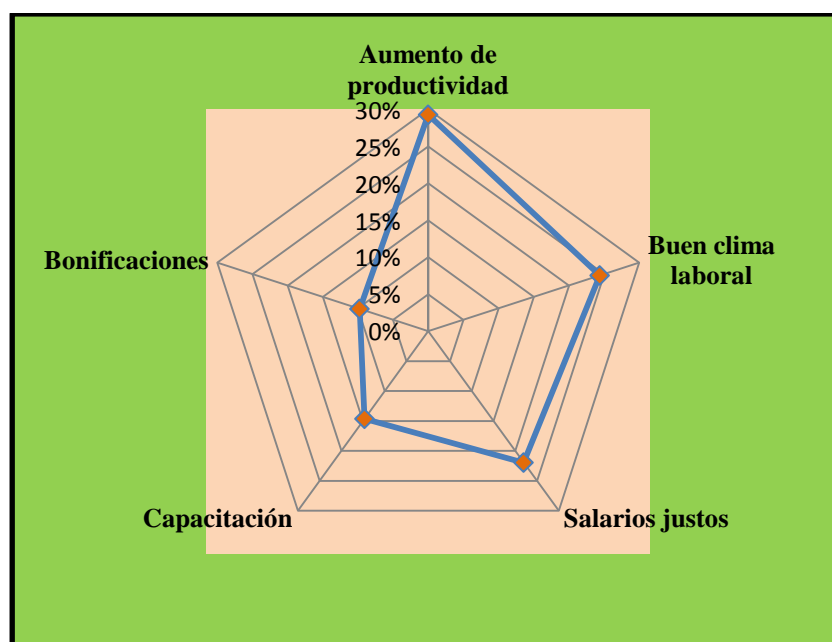
ASPECTOS DE ESTIMULACIÓN PARA LA POLÍTICA SALARIAL.

Aspectos	N° Respuestas	Porcentaje
Aumento de productividad	12	29.27%
Buen clima laboral	10	24.39%
Salarios justos	9	21.95%
Capacitación	6	14.63%
Bonificaciones	4	9.76%
Total	41	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 91.-

ASPECTOS DE ESTIMULACIÓN PARA LA POLÍTICA SALARIAL.



Fuente: Cuadro N° 93
Elaborado por: Génesis Ramírez

g) Influencia del sindicato en el nivel de productividad de la empresa

El 100% de las empresas no cuentan con sindicatos, de ahí que no se tiene influencia por parte de éste en las operaciones generales de las PYMEs.

h) Calificación de las relaciones entre patronos y trabajadores

En cuanto a la calificación de la relación existente entre patronos y trabajadores, el Cuadro N° 94 y el Gráfico N° 92 señalan que 66.67 por ciento la evalúa como “Muy Buena”; seguido por 30.00 que lo califica como “Buena”, y finalmente 3.33 por ciento que la califica como “Regular”.

Cuadro N° 94.-

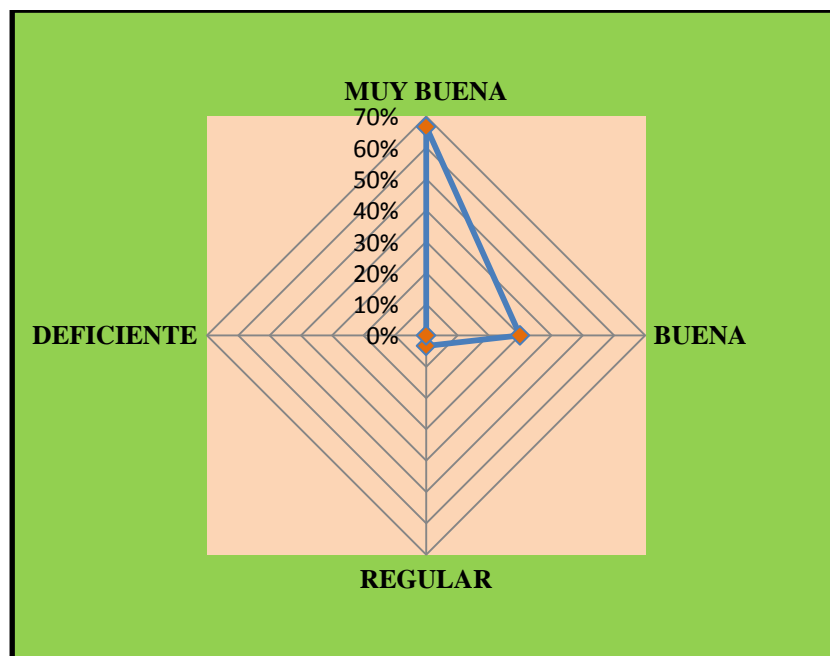
RELACIÓN ENTRE PATRONOS Y TRABAJADORES

Calificación	N° Cías.	Porcentaje
Muy Buena	20	66.67%
Buena	9	30.00%
Regular	1	3.33%
Deficiente	0	0.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 92.

RELACIÓN ENTRE PATRONOS Y TRABAJADORES



Fuente: Cuadro N° 94
 Elaborado por: Génesis Ramírez

i) Programas de desarrollo profesional y personal existentes en las empresas del sector.

La mayoría de empresas, según el Cuadro N° 95 y el Gráfico N° 93, invierte en capacitación profesional, puesto que 56.10 por ciento lo mencionó así; sin embargo, existe alrededor del 17.07 que no cuenta con programas de desarrollo profesional y personal. Finalmente, 9.76 por ciento mencionó al asesoramiento de personal.

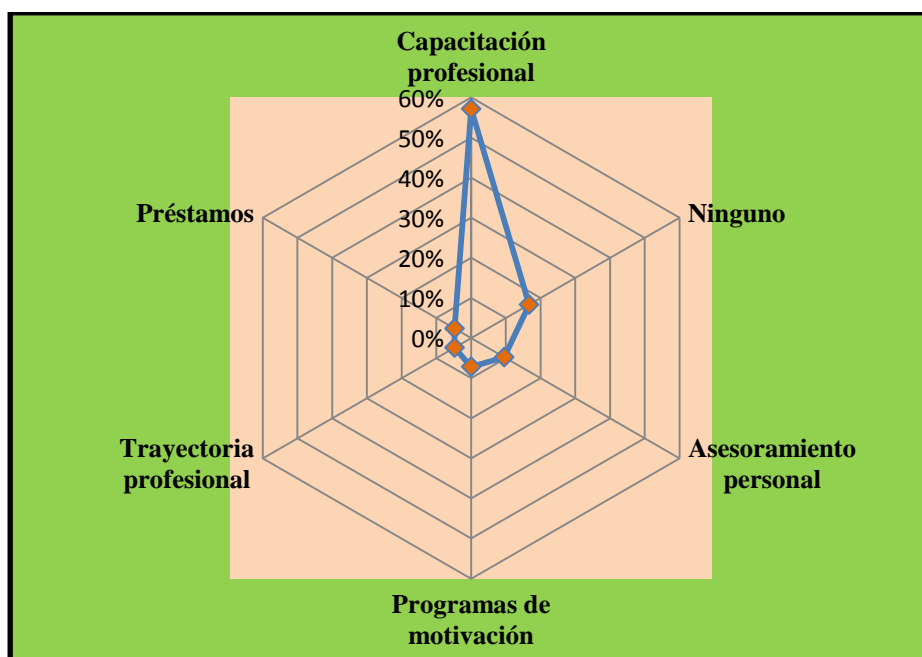
Cuadro N° 95.-

PROGRAMAS DE DESARROLLO PROFESIONAL Y PERSONAL

Programas de desarrollo Profesional y personal	N° Respuestas	Porcentaje
Capacitación profesional	23	56.10%
Ninguno	7	17.07%
Asesoramiento personal	4	9.76%
Programas de motivación	3	7.32%
Trayectoria profesional	2	4.88%
Préstamos	2	4.88%
Total	41	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 93.-

PROGRAMAS DE DESARROLLO PROFESIONAL Y PERSONAL

Fuente: Cuadro N° 95
Elaborado por: Génesis Ramírez

j) Programas y políticas para el perfeccionamiento del personal

En cuanto al perfeccionamiento del personal, en el Cuadro N° 96 y el Gráfico N°94 se muestra que las empresas se direccionan hacia la capacitación profesional en 68.29 por ciento, seguido por 19.51 que brinda apoyo al personal a través de manuales y políticas de comunicación, motivación y evaluación. Pero existe 12.20 por ciento de empresas que no cuentan con programas y políticas para el perfeccionamiento del personal.

Cuadro N° 96.-

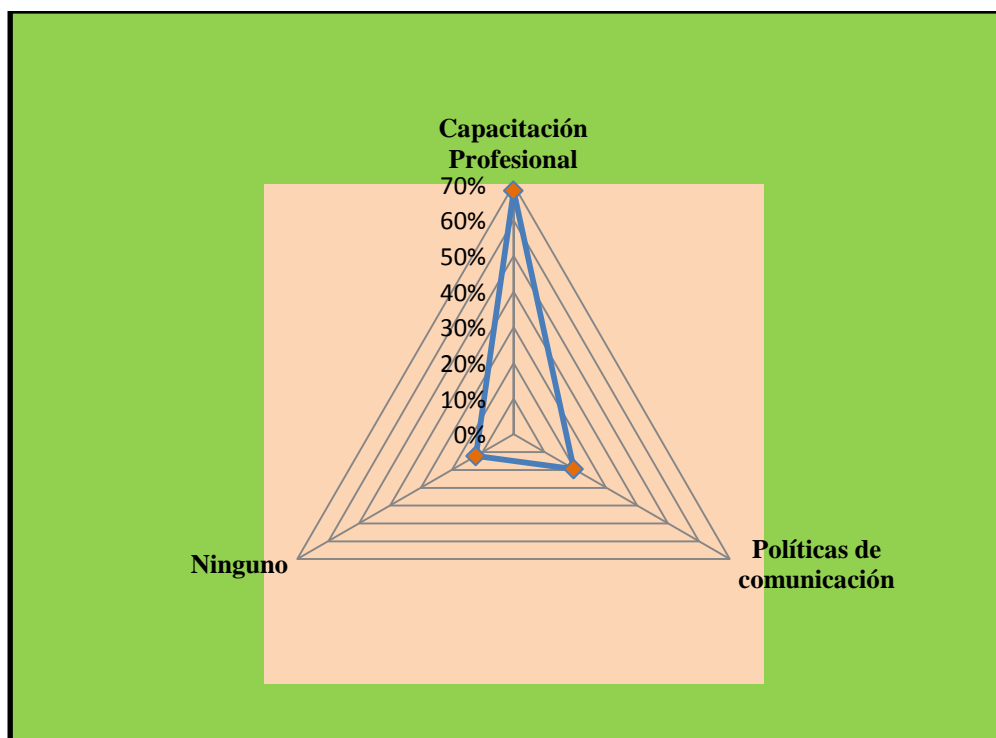
PROGRAMAS Y POLÍTICAS PARA EL PERFECCIONAMIENTO DEL PERSONAL.

Programas y políticas	N° Respuestas	Porcentaje
Capacitación Profesional	28	68.29%
Políticas de comunicación	8	19.51%
Ninguno	5	12.20%
Total	41	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 94.-

PROGRAMAS Y POLÍTICAS PARA EL PERFECCIONAMIENTO DEL PERSONAL.



Fuente: Cuadro N° 96
Elaborado por: Génesis Ramírez

k) Manera en que influye la política laboral del gobierno en la contratación del personal

Existe una fuerte división en cuanto a los efectos de la política laboral del Gobierno generados en la contratación del personal. Como se observa en el Cuadro N° 97 y el Gráfico N° 95, 31.25 por ciento piensa que se ha mejorado la situación para el trabajador, y 25.00 cree que la influencia ha sido negativa por los límites dados a la contratación, mientras que 21.88 por ciento cumple con la ley laboral y cree que no influye, respectivamente.

Cuadro N° 97.-

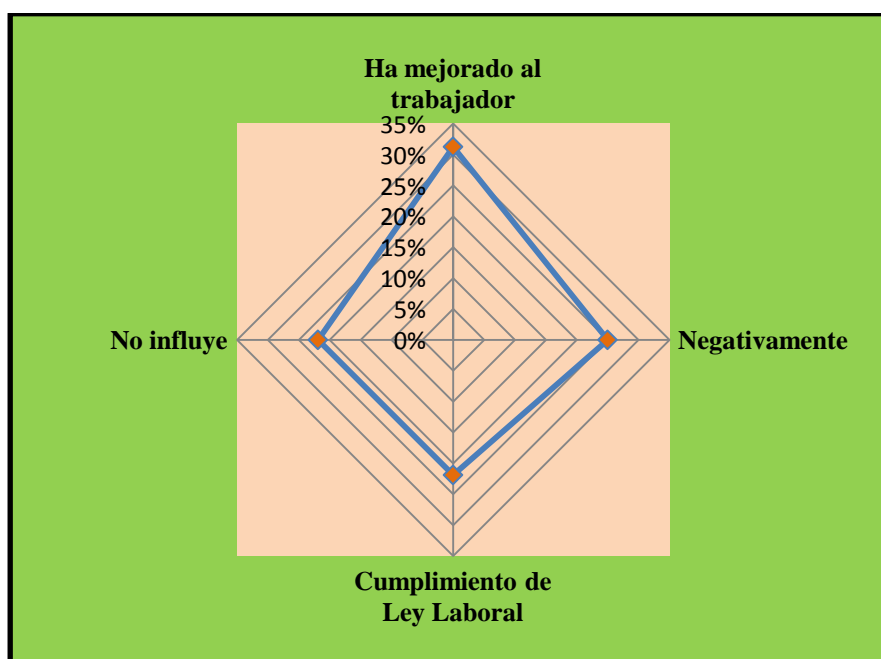
**MANERAS EN QUE INFLUYE LA POLÍTICA LABORAL DEL
GOBIERNO EN LA CONTRATACIÓN DEL PERSONAL.**

Forma de Influencia	N° Respuestas	Porcentaje
Ha mejorado al trabajador	10	31.25%
Negativamente	8	25.00%
Cumplimiento de Ley Laboral	7	21.88%
No influye	7	21.88%
Total	32	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 95.-

**MANERAS EN QUE INFLUYE LA POLÍTICA LABORAL DEL
GOBIERNO EN LA CONTRATACIÓN DEL PERSONAL.**



Fuente: Cuadro N°97
Elaborado por: Génesis Ramírez

4.9 SECCION 9: Desarrollo tecnológico

El grado de investigación y desarrollo, el acceso a nueva y avanzada tecnología, el nivel de conocimiento de los empresarios sobre las necesidades tecnológicas y su nivel de preferencias en cuanto a inversión, es lo que se pretende analizar en la presente sección.

a) Programas de mejoramiento continuo que tiene en marcha su empresa

En primer lugar, en el Cuadro N° 98 y el Gráfico N° 96 se analiza el mejoramiento continuo y los programas que tienen implementado las empresas para mantenerlo. El 58.33 por ciento de las empresas no tienen este tipo de programas, 25.00 capacita al personal y mantiene indicadores para mantener Calidad Total y 16.67 por ciento aplica las Normas ISO.

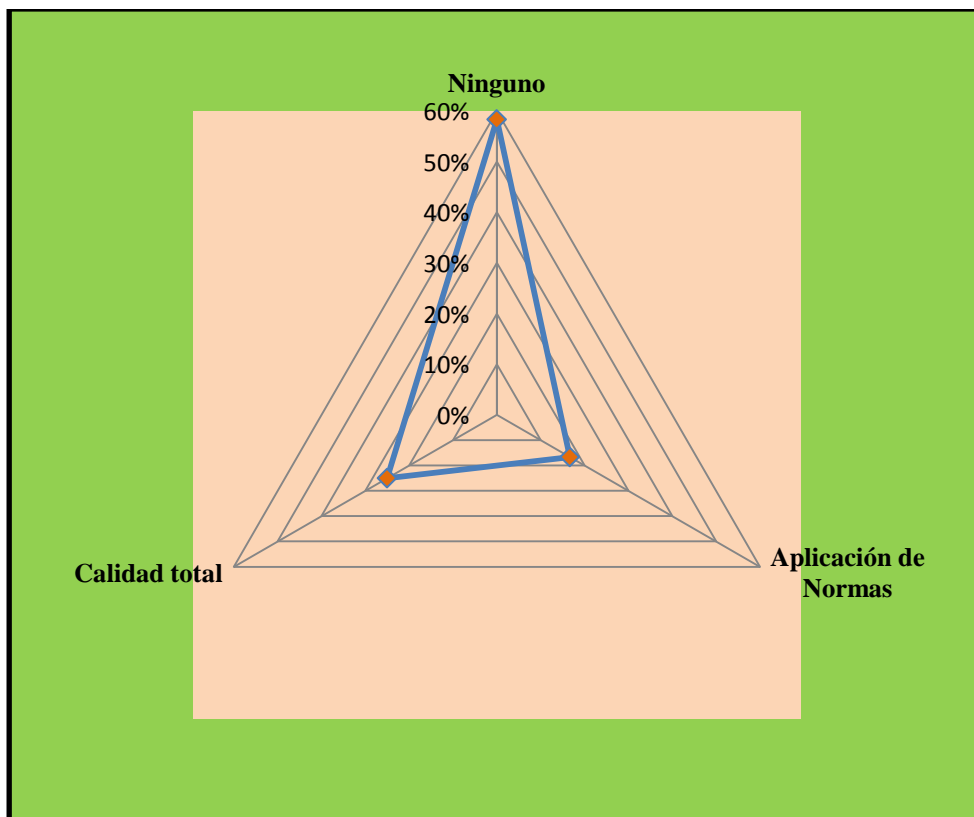
Cuadro N° 98.-

PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO CONTINUO EN MARCHA

Programas de Mejoramiento	N° Respuestas	Porcentaje
Ninguno	21	58.33%
Calidad Total	9	25.00%
Aplicación de Normas	6	16.67%
Total	36	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 96.-

PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO CONTINUO EN MARCHA.

Fuente: Cuadro N°98

Elaborado por: Génesis Ramírez

b) Desarrollo de procesos de mejoramiento continuo. Entidad o personas que han colaborado en su implementación

En procesos de mejoramiento continuo 40.00 por ciento no tienen ningún proceso de este tipo, 33.33 lo ha hecho con su propio conocimiento; es decir, por autogestión como se muestra a continuación en el Gráfico N° 97.

Cuadro N° 99.-

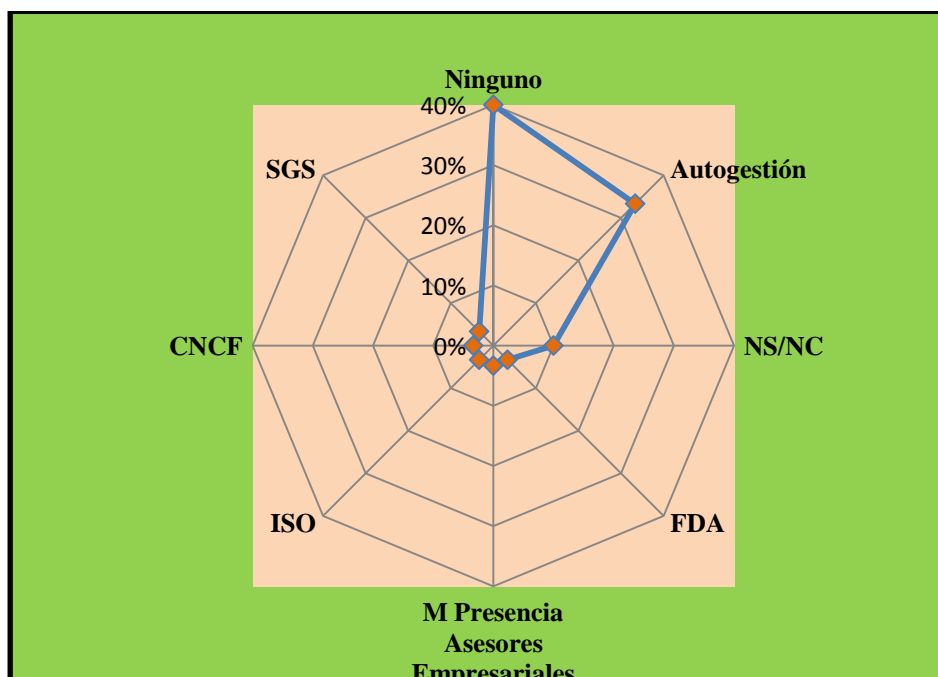
**ENTIDADES QUE HAN COLABORADO EN LA IMPLEMENTACIÓN DE
MEJORAMIENTO CONTINUO**

Entidades	N° Cías.	Porcentaje
Ninguno	12	40.00%
Autogestión	10	33.33%
NS/NC	3	10.00%
FDA	1	3.33%
M Presencia Asesores Empresariales	1	3.33%
ISO	1	3.33%
CNCF	1	3.33%
SGS	1	3.33%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 97.-

**ENTIDADES QUE HAN COLABORADO EN LA IMPLEMENTACIÓN DE
MEJORAMIENTO CONTINUO.**



Fuente: Cuadro N° 99
Elaborado por: Génesis Ramírez

c) **Fortalezas tecnológicas que tiene la competencia que la diferencian de su empresa**

La gestión de la innovación tecnológica se puede definir como “el proceso que organiza y dirige los recursos humanos, tecnológicos y económicos con el propósito de aumentar el conocimiento y generar ideas que permitan mejorar o desarrollar nuevos productos, servicios o procesos”⁵⁷. Esto precisamente es lo que se ha evidenciado como una gran fortaleza de las empresas grandes consideradas como competencia dentro del CIU 22 Fabricación de Productos de Caucho y Plástico.

Las principales fortalezas que las empresas encuentran en su competencia son en áreas tecnológicas, según el Cuadro N° 100 y el Gráfico N° 98; 46.67 por ciento hace referencia a la fuerza tecnológica, seguida por 31.11 a la infraestructura y 15.56 a los recursos económicos; finalmente, 2.22 por ciento señala como fortalezas al análisis para mejoramiento, y certificaciones internacionales, respectivamente.

Cuadro N° 100.-

FORTALEZAS TECNOLÓGICAS QUE TIENE COMPETENCIA

Fortalezas Tecnológicas	N° Respuestas	Porcentaje
Fuerza tecnológica	21	46.67%
Infraestructura	14	31.11%
Recursos económicos	7	15.56%
Análisis para mejoramiento	1	2.22%
NS/ NC	1	2.22%
Certificaciones internacionales	1	2.22%
Total	45	100.00%

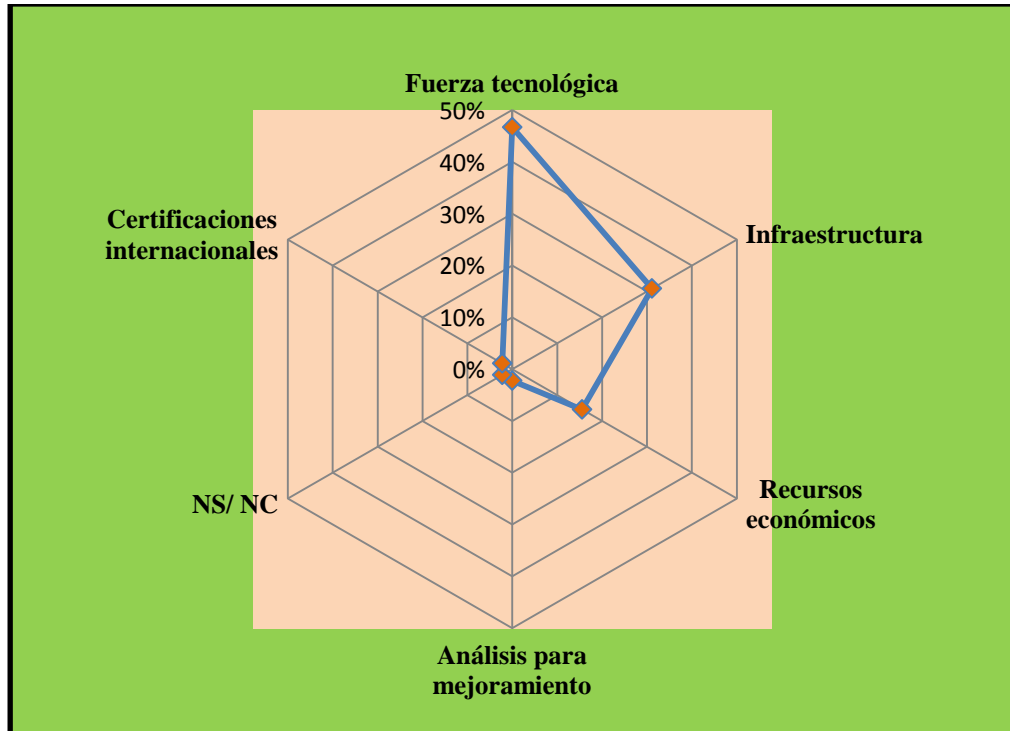
Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Génesis Ramírez

⁵⁷ M., SANTAMARIA. (2008). [<http://competitividadempresarial.bligoo.com/content/view/310227/La-Gestion-de-la-Innovacion-Tecnologica-Necesidad-o-Moda.html>]. Competitividad Empresarial. *La Gestión de la Innovación Tecnológica: ¿Necesidad o Moda?*

Gráfico N° 98.-

FORTALEZAS TECNOLÓGICAS QUE TIENE COMPETENCIA



Fuente: Cuadro N° 100
Elaborado por: Génesis Ramírez

d) Cambios en los productos o en los procesos productivos que se han realizado copiando lo que hacen los competidores locales

Dentro de los cambios en los productos y procesos que han realizado las empresas utilizando Benchmarking, el Cuadro N° 101 y el Gráfico N° 99 muestra que 80.00 por ciento no utiliza esta herramienta, algunos no la conocen, y 10.00 no sabe o no conoce, 6.67 dice que hizo cambios creando nuevos productos; y finalmente, el 3.33 por ciento ha podido mejorar sus procesos utilizando Benchmarking.

Cuadro N° 101.-

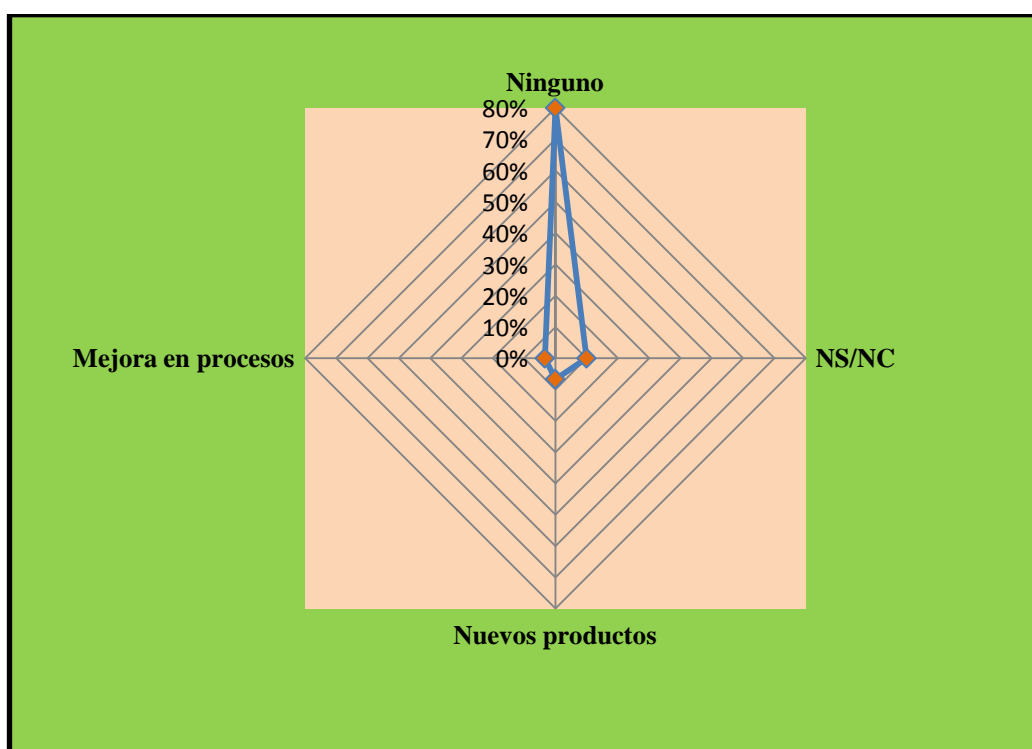
**CAMBIOS EN PRODUCTOS O PROCESOS PRODUCTIVOS
REALIZANDO BENCHMARKING.**

Cambios	N° Cías.	Porcentaje
Ninguno	24	80.00%
NS/NC	3	10.00%
Nuevos productos	2	6.67%
Mejora en procesos	1	3.33%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 99.-

**CAMBIOS EN PRODUCTOS O PROCESOS PRODUCTIVOS
REALIZANDO BENCHMARKING.**



Fuente: Cuadro N° 101
Elaborado por: Génesis Ramírez

- e) **Innovaciones que han realizado las empresas en el área de marketing, administrativa, financiera, producción, y recursos humanos.**

Área de Marketing

En el Cuadro N° 102 y en el Gráfico N° 100 se puede observar que existe alto desconocimiento de las innovaciones realizadas en el área de marketing, 66,67 por ciento dice no conocer de la existencia; mientras que, 16,67 menciona haber mejorado la atención al cliente, 6,67 ha innovado en la imagen de sus productos y también no se han hecho ninguna innovación, respectivamente; finalmente, 3,33 por ciento ha realizado su plan estratégico como herramienta de innovación.

Cuadro N° 102.-

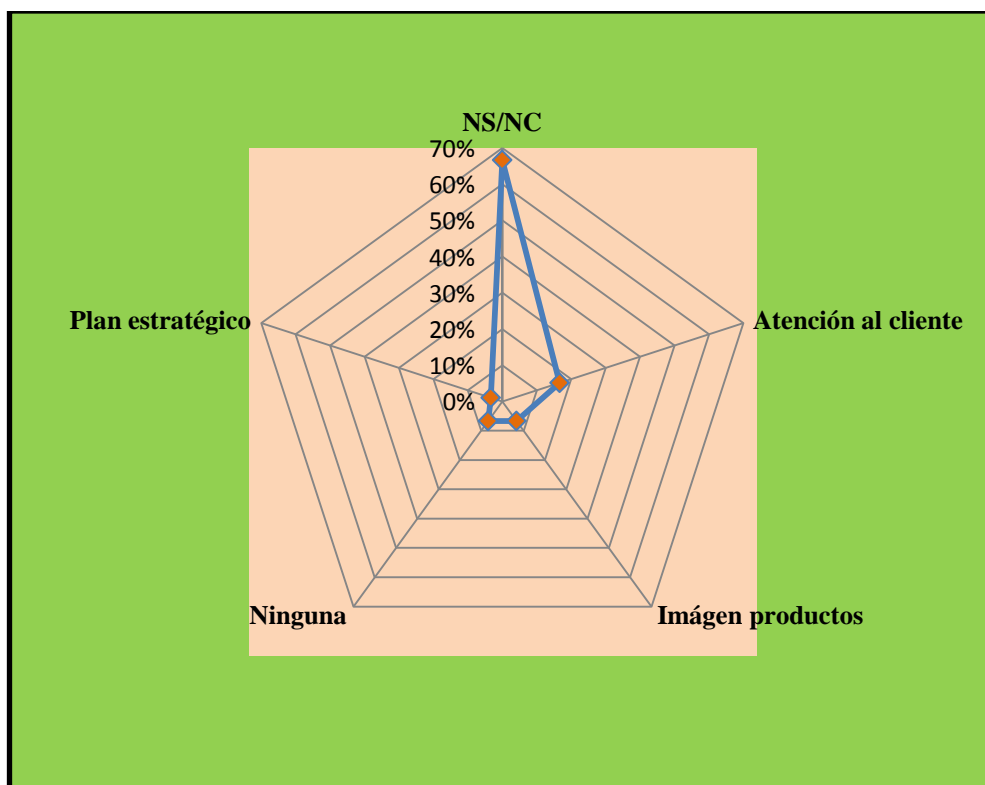
INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA DE MARKETING.

Marketing	N° Cías.	Porcentaje
NS/NC	20	66.67%
Atención al cliente	5	16.67%
Imagen productos	2	6.67%
Ninguna	2	6.67%
Plan estratégico	1	3.33%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 100.-

INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA DE MARKETING



Fuente: Cuadro N° 102

Elaborado por: Génesis Ramírez

Área Administrativa

En el área administrativa, el Cuadro N° 103 y el Gráfico N° 101 muestra que la identificación de innovaciones no es diferente que en el área de marketing puesto que 56.67 por ciento no conoce, 16.67 contrató nuevo personal, 13.33 invirtió en nuevos sistemas, 10.00 no realizó ninguna innovación y 3.33 por ciento mejoro la infraestructura.

Cuadro N° 103.-

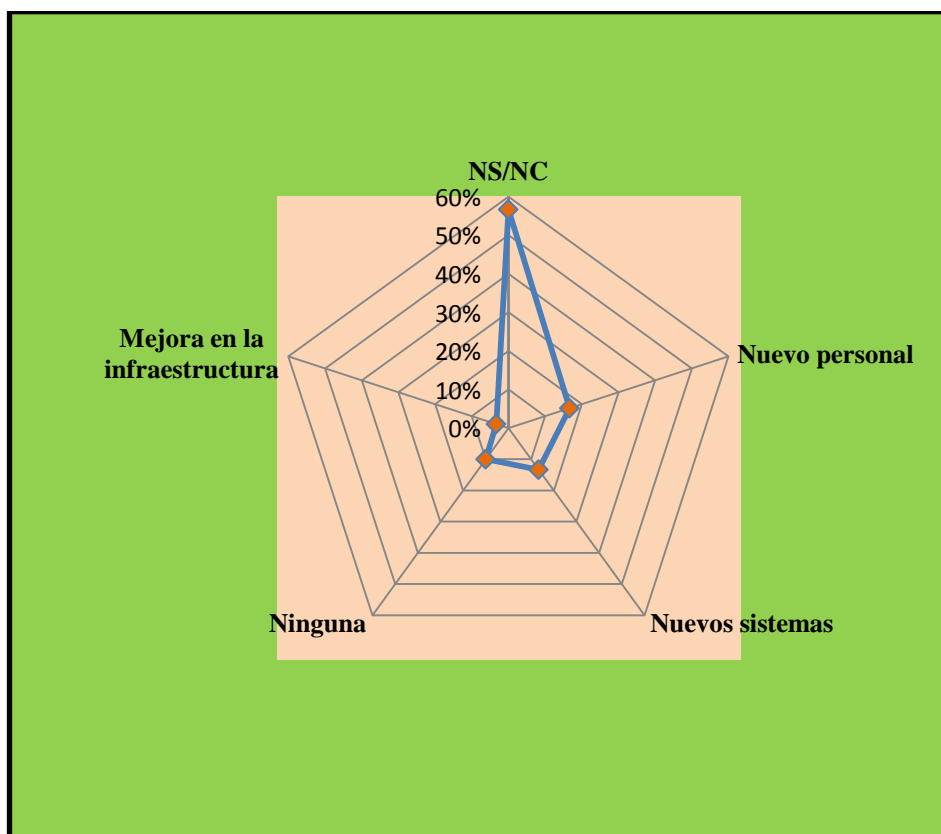
INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA

Administrativa	N° Cías.	Porcentaje
NS/NC	17	56.67%
Nuevo personal	5	16.67%
Nuevos sistemas	4	13.33%
Ninguna	3	10.00%
Mejora en la infraestructura	1	3.33%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 101.-

INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA



Fuente: Cuadro N° 103
Elaborado por: Génesis Ramírez

Área Financiera

Al igual que en las anteriores áreas, el Cuadro N° 104 y el Gráfico N° 102 muestra que las innovaciones en el área Financiera se desconocen en 80.00 por ciento, 10.00 ha establecido planes de productividad, 6.67 no ha innovado en el área; y finalmente, 3.33 por ciento ha incorporado nuevos sistemas en el área financiera.

Cuadro N° 104.-

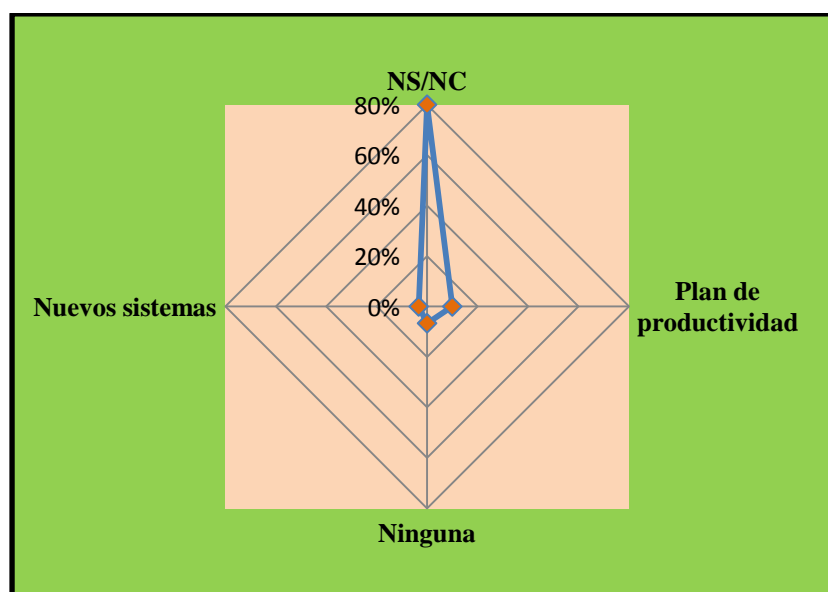
INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA FINANCIERA.

Financiera	N° Cías.	Porcentaje
NS/NC	24	80.00%
Plan de productividad	3	10.00%
Ninguna	2	6.67%
Nuevos sistemas	1	3.33%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 102.-

INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA FINANCIERA.



Fuente: Cuadro N°104
Elaborado por: Génesis Ramírez

Área de Producción

En el Cuadro N° 105 y el Gráfico N° 103 se observa que dentro de innovaciones en el área de Producción 46.67 por ciento no sabe, sólo 16.67 ha realizado nuevos productos, 13.33 ha mejorado el área tecnológica y sus procesos, respectivamente; finalmente, 3.33 por ciento ha incorporado control de calidad, nuevo personal y no ha realizado ninguna innovación, respectivamente.

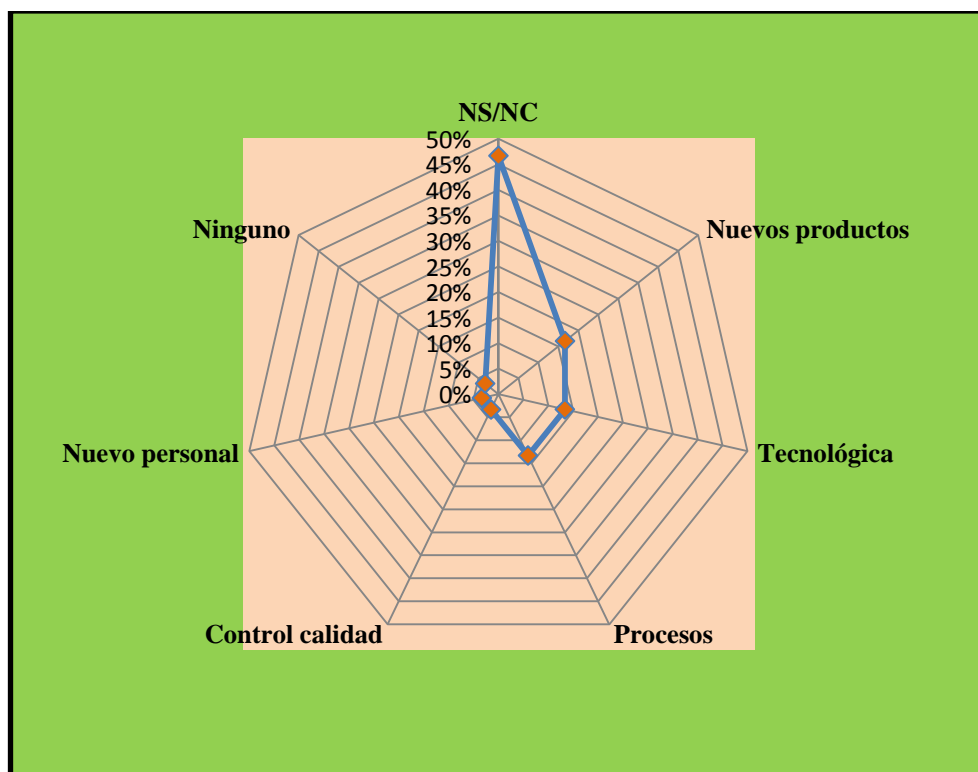
Cuadro N° 105.-**INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN**

Producción	N° Cías.	Porcentaje
NS/NC	14	46.67%
Nuevos productos	5	16.67%
Tecnológica	4	13.33%
Procesos	4	13.33%
Control calidad	1	3.33%
Nuevo personal	1	3.33%
Ninguno	1	3.33%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 103.-

INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN



Fuente: Cuadro N° 105
Elaborado por: Génesis Ramírez

Área de Recursos Humanos

Finalmente en el área de Recursos Humanos, 60.00 por ciento no identifica las innovaciones realizadas en el área, 20.00 no ha realizado ninguna innovación, sólo 13.33 ha capacitado al personal. Además como muestra el Cuadro N° 106 y el Gráfico N°104, 3.33 ha innovado el proceso de selección de personal y el reglamento interno, respectivamente.

Cuadro N° 106.-

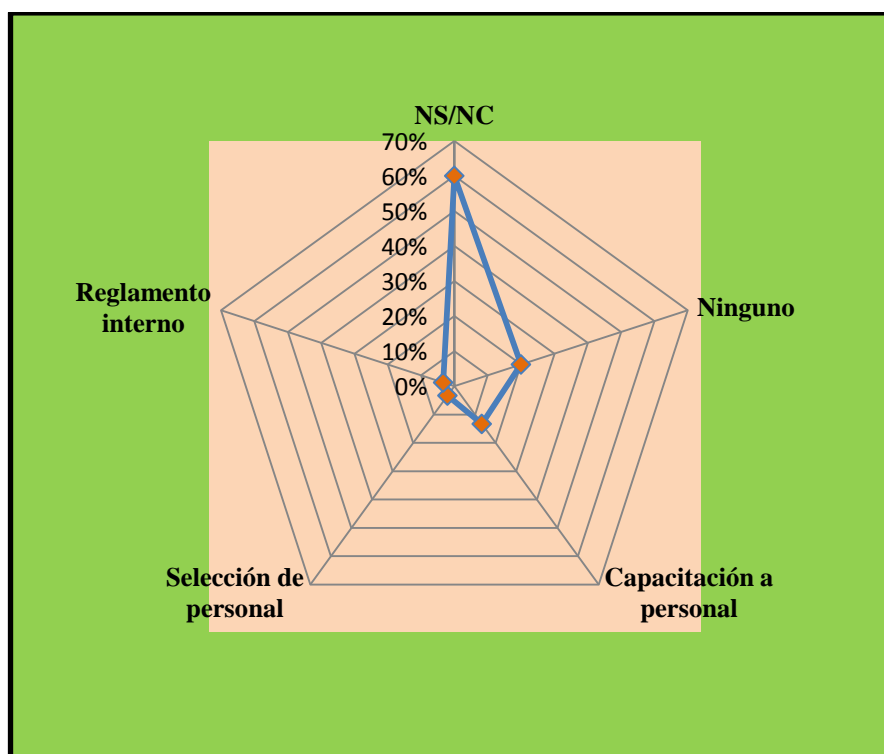
**INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁRES DE RECURSOS
HUMANOS.**

Recursos Humanos	N° Cías.	Porcentaje
NS/NC	18	60.00%
Ninguno	6	20.00%
Capacitación a personal	4	13.33%
Selección de personal	1	3.33%
Reglamento interno	1	3.33%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 104.-

**INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁRES DE RECURSOS
HUMANOS.**



Fuente: Cuadro N° 106
Elaborado por: Génesis Ramírez

f) **Nivel de flexibilidad que tienen los directivos de la empresa para adoptar cambios**

La flexibilidad de los directivos fue calificada por 63.33 por ciento como “Muy Bueno”, y el restante 36.67 por ciento como “Bueno”, según lo que demuestra el Cuadro N° 107 y el Gráfico N° 105.

Cuadro N° 107.-

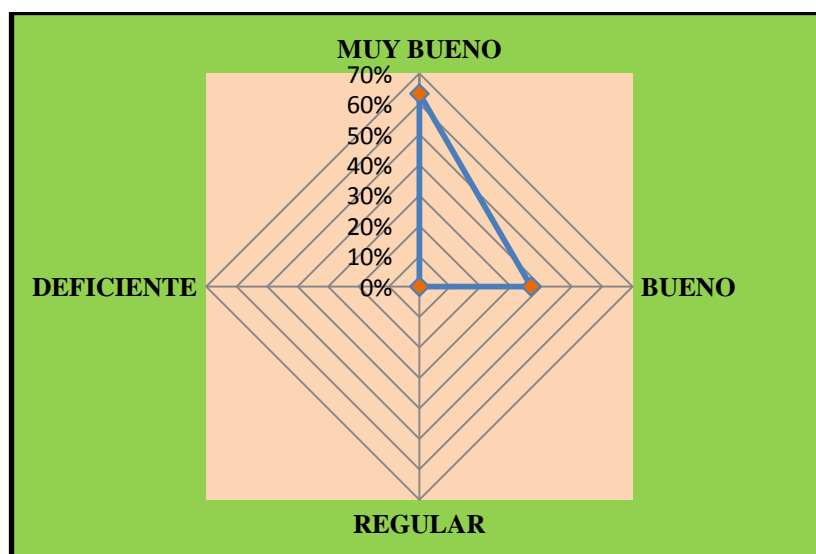
FLEXIBILIDAD DE LOS DIRECTIVOS PARA ADOPTAR CAMBIOS

Flexibilidad	N° Cías.	Porcentaje
Muy Bueno	19	63.33%
Bueno	11	36.67%
Regular	0	0.00%
Deficiente	0	0.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 105.-

FLEXIBILIDAD DE LOS DIRECTIVOS PARA ADOPTAR CAMBIOS.



Fuente: Cuadro N° 107
Elaborado por: Génesis Ramírez

g) Medición de la Eficiencia y Productividad en las empresas del Sector C22.

En la mayoría de los casos, la forma de medir la eficiencia y productividad de las empresas es a través de índices de producción, en el Cuadro N° 108 y el Gráfico N°106 se observa que así lo realizan 45.00 por ciento, seguido por 18.33 que lo miden a través de indicadores financieros, 15.00 que miden la eficiencia por el nivel de ahorro de los recursos, 8.33 en función de índices de ventas, 6.67 no sabe, 5.00 a través de cumplimiento de objetivos, y 1.67 por ciento por medio de cumplimiento de exigencias de clientes.

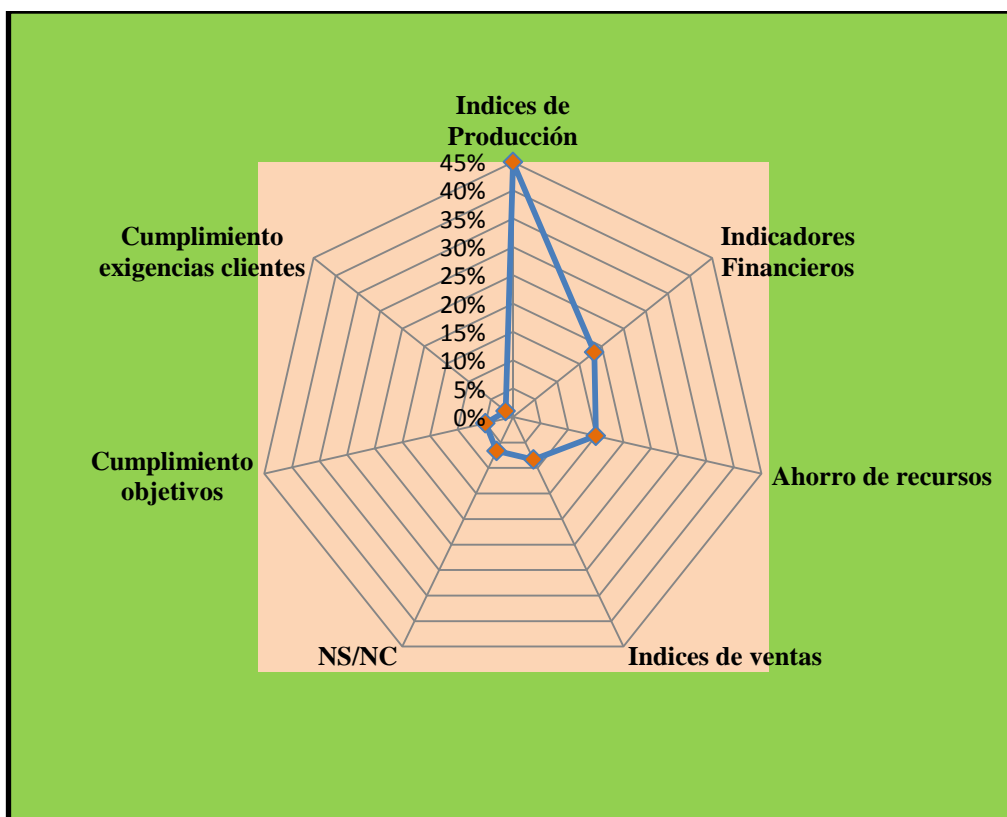
Cuadro N° 108.-

MEDICIÓN DE EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA

Medición de Eficiencia y Productividad	N° Respuestas	Porcentaje
Índices de Producción	27	45.00%
Indicadores Financieros	11	18.33%
Ahorro de recursos	9	15.00%
Índices de ventas	5	8.33%
NS/NC	4	6.67%
Cumplimiento objetivos	3	5.00%
Cumplimiento exigencias clientes	1	1.67%
Total	60	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 106.-

MEDICIÓN DE EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA.

Fuente: Cuadro N° 108
 Elaborado por: Génesis Ramírez

h) Cobertura de la necesidad de compra de maquinaria

En caso de que exista la necesidad de compra de maquinaria, como se muestra en el Cuadro N° 109 y el Gráfico N°107, se recurre en 50.00 por ciento a la Nueva y Convencional, 26.67 buscaría a la más Moderna, 16.67 recurriría a la Usada en buen estado y 6.67 por ciento no sabe.

Cuadro N° 109.-

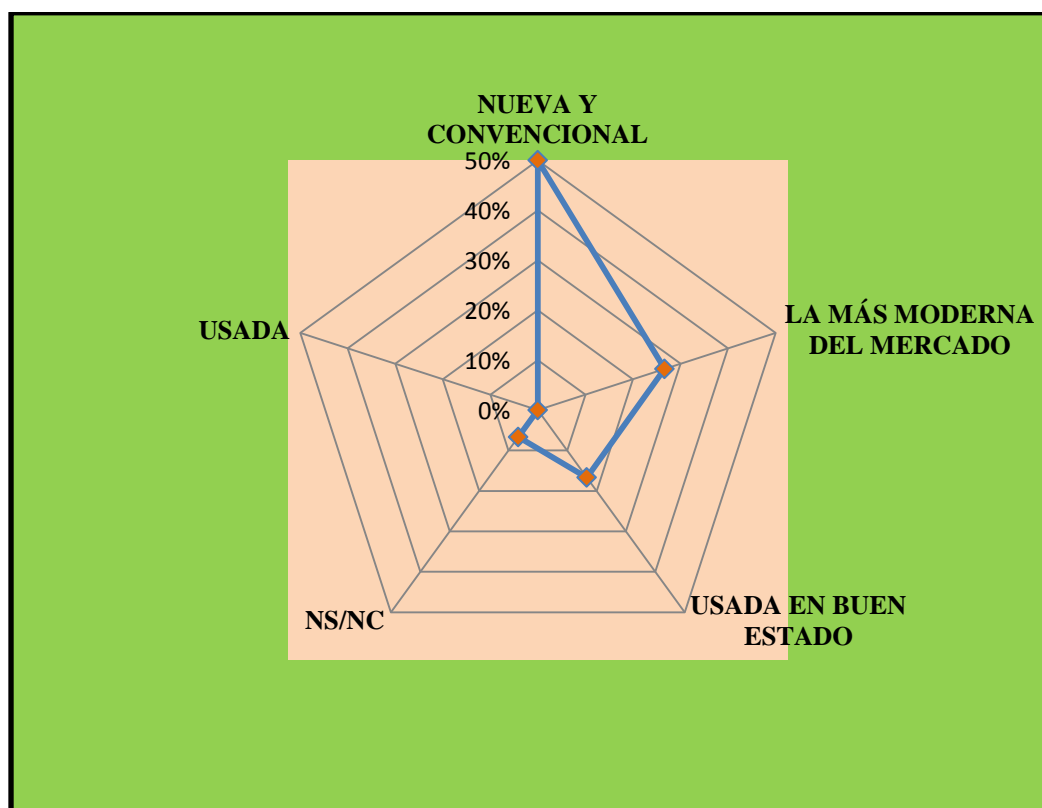
EN COMPRA DE MAQUINARIA POR NECESIDAD SE RECURRE A:

Cobertura de Necesidad de compra maquinaria	N° Cías.	Porcentaje
Nueva y convencional	15	50.00%
La más moderna del mercado	8	26.67%
Usada en buen estado	5	16.67%
Ns/Nc	2	6.67%
Usada	0	0.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 107.-

EN COMPRA DE MAQUINARIA POR NECESIDAD SE RECURRE A:



Fuente: Cuadro N° 109
Elaborado por: Génesis Ramírez

i) Actividades de las empresas orientadas a promover el proceso de creatividad e innovación de productos y procesos

Las actividades orientadas a promover la creatividad e innovación en los productos y procesos, como señala el Cuadro N° 110 y el Gráfico N° 108, son: 20.00 por ciento la Investigación y desarrollo, la apertura a nuevas ideas, y realización de foros entre el personal de ventas, respectivamente. El 17.14 realiza capacitaciones y 5.71 por ciento brinda incentivos por objetivos, no realiza ninguna actividad y realiza estudios de mercado, respectivamente.

Cuadro N° 110.-

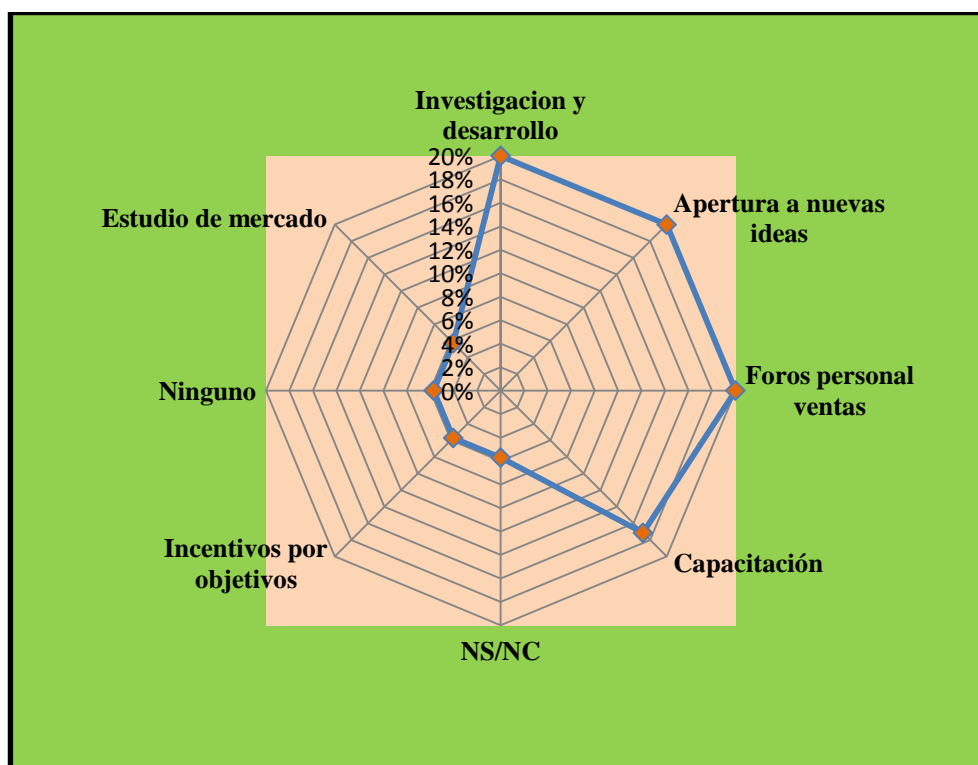
ACTIVIDADES ORIENTADAS A PROMOVER LA CREATIVIDAD E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y PROCESOS.

Actividades para promover creatividad e innovación	N° Respuestas	Porcentaje
Investigación y desarrollo	7	20.00%
Apertura a nuevas ideas	7	20.00%
Foros personal ventas	7	20.00%
Capacitación	6	17.14%
NS/NC	2	5.71%
Incentivos por objetivos	2	5.71%
Ninguno	2	5.71%
Estudio de mercado	2	5.71%
Total	35	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 108.-

**ACTIVIDADES ORIENTADAS A PROMOVER LA CREATIVIDAD E
INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y PROCESOS.**



Fuente: Cuadro N°110
Elaborado por: Génesis Ramírez

- j) Productos y procesos son de creación propia de la empresa y se encuentran debidamente patentados.**

En la investigación realizada se constato que 100 por ciento de los procesos no están patentados o desconocen; mientras que, como muestra el Cuadro N° 111 y el Gráfico N°109, dentro de los productos: 30.00 por ciento desconoce la existencia, 26.67 no tiene patentes, 23.33 tiene todos sus productos patentados y 20.00 por ciento las mantiene en algunos.

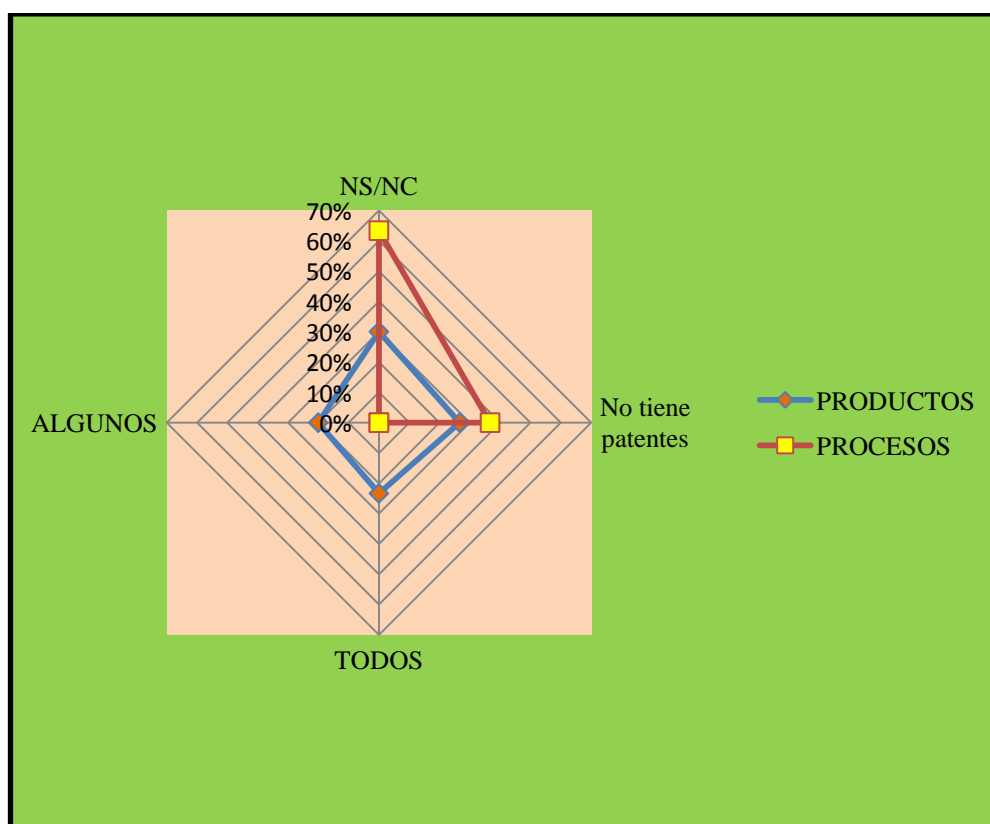
Cuadro N° 111.-

PRODUCTOS Y PROCESOS PATENTADOS.

Patentes	Productos	Procesos	Productos	Procesos
Ns/Nc	9	19	30.00%	63.33%
No Tiene Patentes	8	11	26.67%	36.67%
Todos	7	0	23.33%	0.00%
Algunos	6	0	20.00%	0.00%
Total	30	30	100.00%	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 109.-

PRODUCTOS Y PROCESOS PATENTADOS.

Fuente: Cuadro N° 111
Elaborado por: Génesis Ramírez

k) Organismos proveen financiación para programas de investigación y desarrollo en las empresas del Sector.

Existe un total desconocimiento de financiamiento para programas de I&D, pues como se observa en el Cuadro N° 112 y en el Gráfico N° 110, sólo 10.00 por ciento mencionó que los bancos privados daban ese servicio.

Cuadro N°112.-

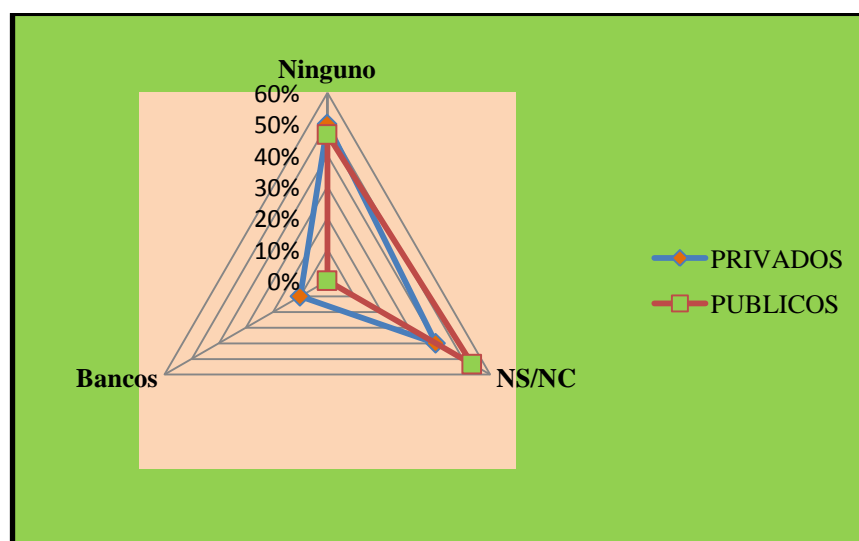
ORGANISMOS QUE PROVEEN FINANCIAMIENTO PARA PROGRAMAS DE I&D

Organismos	Privados	Públicos
Ninguno	50.00%	46.67%
NS/NC	40.00%	53.33%
Bancos	10.00%	0.00%
Total	100.00%	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 110.-

ORGANISMOS QUE PROVEEN FINANCIAMIENTO PARA PROGRAMAS DE I&D



Fuente: Cuadro N° 112
Elaborado por: Génesis Ramírez

l) Programas que ofrecen las universidades para mejorar la competitividad empresarial

El papel de las Universidades se investigó desde el punto de vista de los programas que éstas ofrecen para mejorar la competitividad empresarial. En el Cuadro N° 113 el Gráfico N°111 se muestran los resultados que aseveran que 53.33 por ciento no conoce de la existencia de estos programas, 33.33 afirma que no existen ninguno, 6.67 conoce sobre investigaciones de la Escuela Politécnica del Ecuador, y 3.33 por ciento sobre proyectos de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y de la Universidad de las Américas, respectivamente.

Además, el 100% de empresas no ha participado conjuntamente en un programa empresa-universidad.

Cuadro N° 113.-

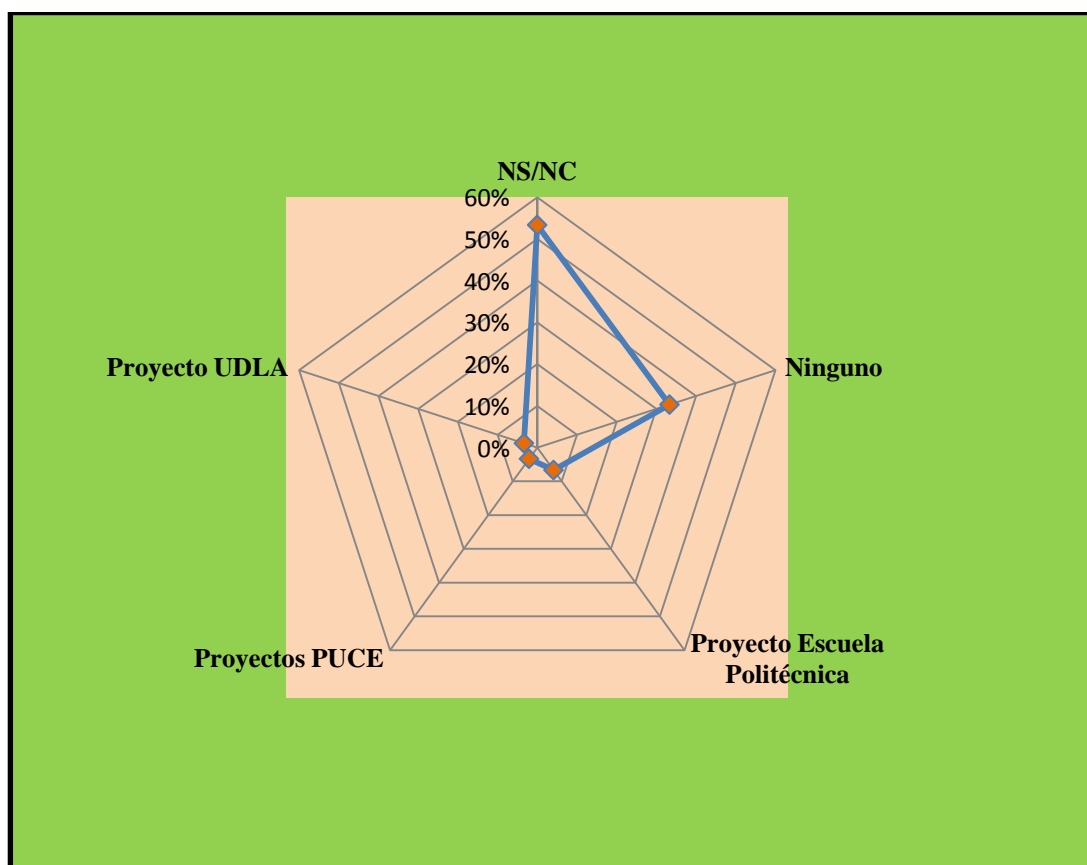
PROGRAMAS QUE OFRECEN LAS UNIVERSIDADES PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL.

Programas que ofrecen las Universidades	N° Cías.	Porcentaje
NS/NC	16	53.33%
Ninguno	10	33.33%
Proyecto Escuela Politécnica	2	6.67%
Proyectos PUCE	1	3.33%
Proyecto UDLA	1	3.33%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N°111.-

**PROGRAMAS QUE OFRECEN LAS UNIVERSIDADES PARA
MEJORAR LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL**



Fuente: Cuadro N°113
Elaborado por: Génesis Ramírez

4.10 SECCIÓN 10: Medio ambiente

Se evalúa el conocimiento de las empresas, sobre el tipo, cantidad y tratamiento de los desechos y desperdicios que se generan producto de su actividad. Así como también, se trata de determinar el grado de compromiso hacia el cumplimiento de políticas ambientales nacionales e internacionales para el manejo de desechos.

a) Clase de desechos y desperdicios que genera las empresas del sector

El 40.74 por ciento generan desperdicios como materiales recuperables, cartón, papel y plástico reutilizable, 31.48 mencionó desechos líquidos, 14.81 desechos sólidos, 9.26 afirma no genera desechos ni desperdicios y 1.85 genera desechos orgánicos y contaminación por ruido, respectivamente.

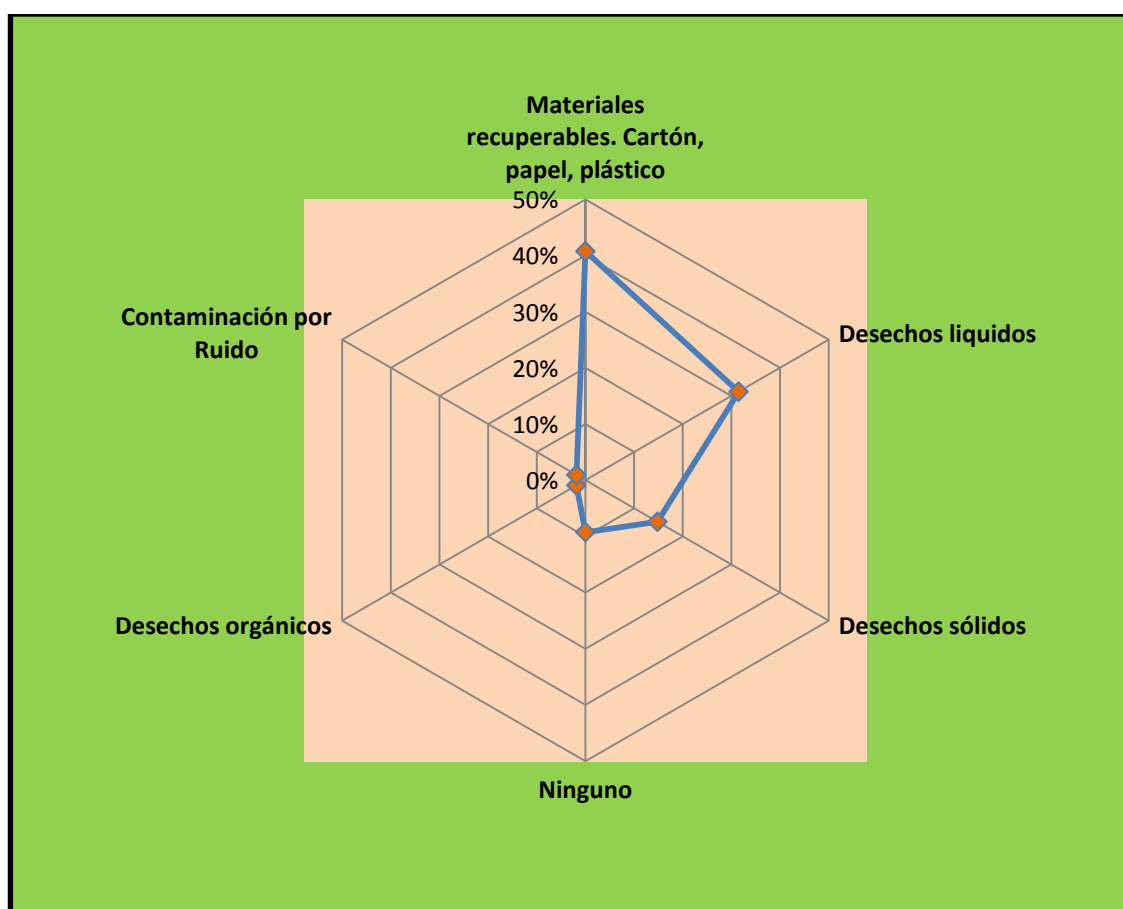
Cuadro N° 114.-

CLASE DE DESECHOS Y DESPERDICIOS QUE SE GENERAN

Clase de desechos y desperdicios	N° Cías.	Porcentaje
Materiales recuperables. Cartón, papel, plástico	22	40.74%
Desechos líquidos	17	31.48%
Desechos sólidos	8	14.81%
Ninguno	5	9.26%
Desechos orgánicos	1	1.85%
Contaminación por Ruido	1	1.85%
Total	54	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 112.-

CLASE DE DESECHOS Y DESPERDICIOS QUE SE GENERAN.

Fuente: Cuadro N° 114
Elaborado por: Génesis Ramírez

b) Impacto que generan estos desechos en la ubicación geográfica de las empresas.

Estos desechos para 43.33 por ciento generan un bajo impacto ambiental, para 36.67 no contaminan, para 16.67 tienen un gran impacto, 3.33 por ciento no sabe, tal como se observa en el Cuadro N° 115 y el siguiente Gráfico N° 113.

Cuadro N° 115.-

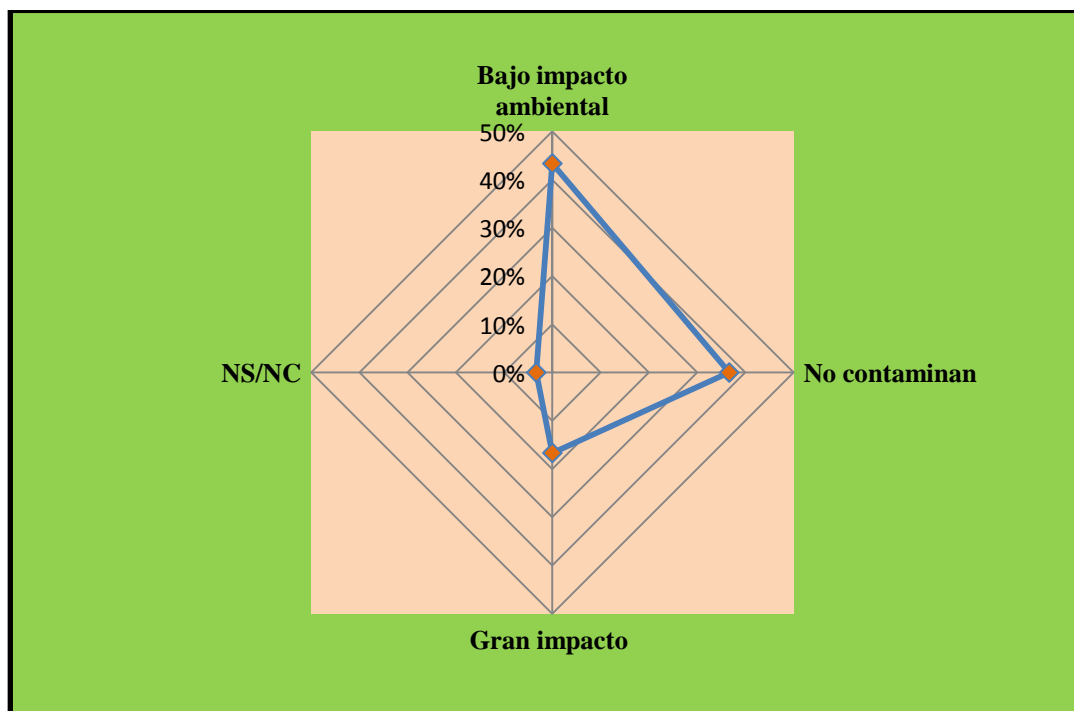
**IMPACTO QUE GENERAN LOS DESECHOS EN LA UBICACIÓN
GEOGRÁFICA DE LAS EMPRESAS.**

Impacto de los desechos	N° Cías.	Porcentaje
Bajo impacto ambiental	13	43.33%
No contaminan	11	36.67%
Gran impacto	5	16.67%
NS/NC	1	3.33%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 113.-

**IMPACTO QUE GENERAN LOS DESECHOS EN LA UBICACIÓN
GEOGRÁFICA DE LAS EMPRESAS.**



Fuente: Cuadro N° 115
Elaborado por: Génesis Ramírez

c) Medios que utiliza la empresa para manejar desechos y desperdicios

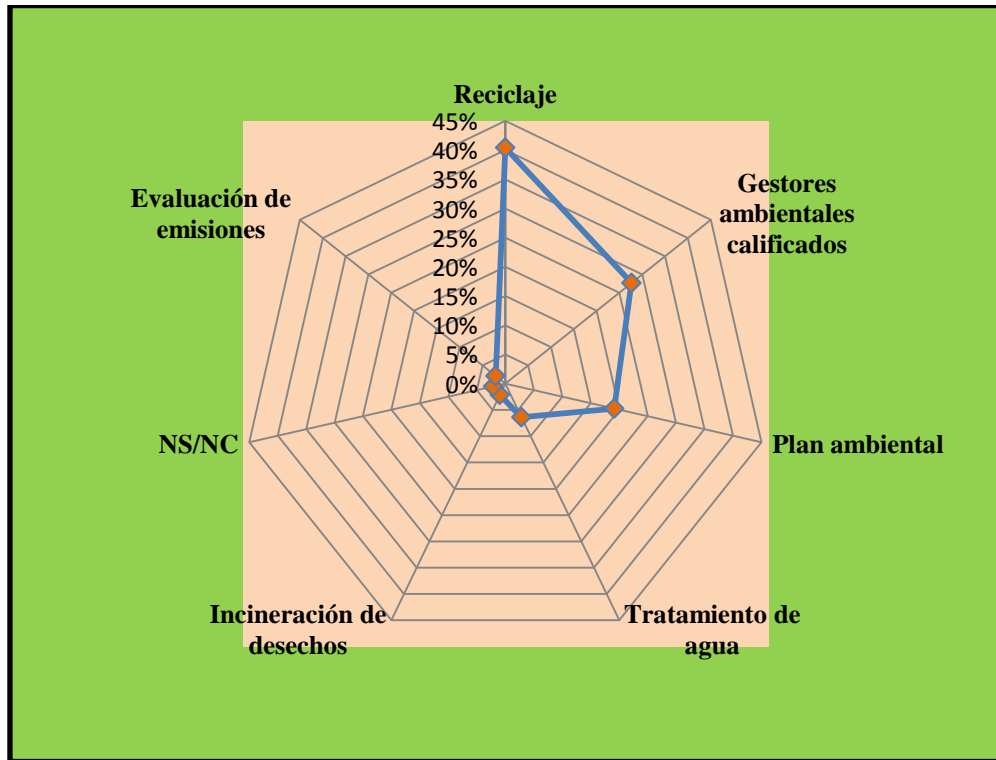
Estos desechos, se manejan a través de: 40.43 por ciento reciclaje, 27.66 gestores ambientales, 19.15 cuentan con planes ambientales, 6.38 tratan el agua antes de evacuarla por el alcantarillado y 2.13 reconoce a la incineración de desechos, y la evaluación de emisiones de gases, respectivamente.

Cuadro N° 116.-

**MEDIOS UTILIZADOS PARA MANEJAR LOS DESECHOS Y
DESPERDICIOS.**

Medios	N° Respuestas	Porcentaje
Reciclaje	19	40.43%
Gestores ambientales calificados	13	27.66%
Plan ambiental	9	19.15%
Tratamiento de agua	3	6.38%
Incineración de desechos	1	2.13%
NS/NC	1	2.13%
Evaluación de emisiones	1	2.13%
Total	47	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 114.-**MEDIOS UTILIZADOS PARA MANEJAR LOS DESECHOS Y
DESPERDICIOS.**

Fuente: Cuadro N° 116
Elaborado por: Génesis Ramírez

d) Planes de remediación cuenta su empresa

El Cuadro N° 117 y el gráfico N°115, muestra que 40.00 por ciento no cuenta con planes de remediación ambiental, y sólo 20.00 cuenta con planes de manejo ambiental. El 13.33 no conoce sobre estos planes, 10.00 menciona no contaminar, y el 6.67 por ciento cumple con las normas ISO 14000, recuperación de medio ambiente y área cercana, y tratamiento de agua, respectivamente.

Cuadro N° 117.-

PLANES DE REMEDIACIÓN AMBIENTAL.

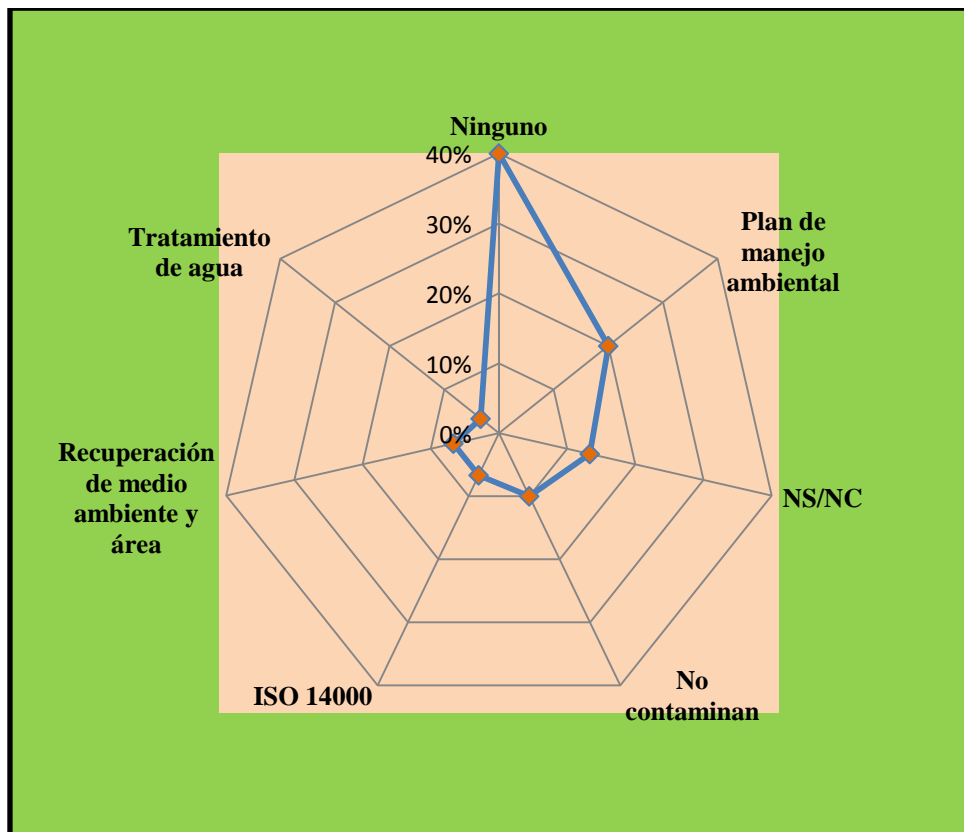
Planes de Remediación	N° Cías.	Porcentaje
Ninguno	12	40.00%
Plan de manejo ambiental	6	20.00%
NS/NC	4	13.33%
No contaminan	3	10.00%
ISO 14000	2	6.67%
Recuperación de medio ambiente y área	2	6.67%
Tratamiento de agua	1	3.33%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 115.-

PLANES DE REMEDIACIÓN AMBIENTAL.



Fuente: Cuadro N° 117

Elaborado por: Génesis Ramírez

e) **Programas de capacitación realiza la empresa para el manejo de remediación**

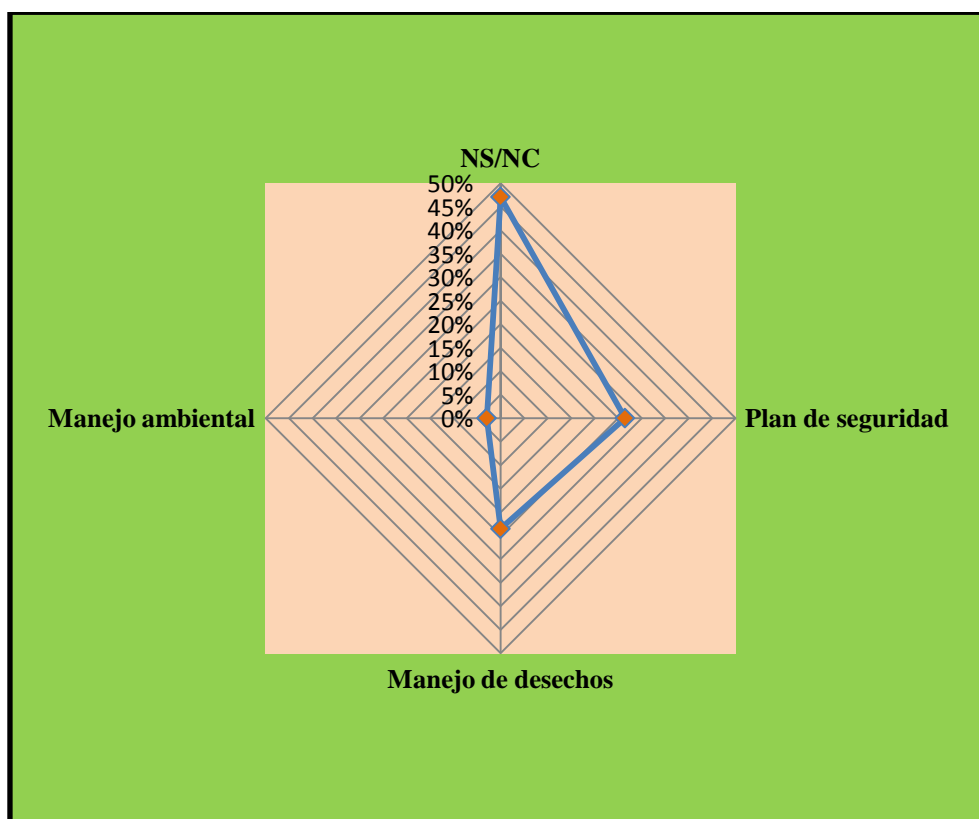
Existe un algo grado de desconocimiento de programas de capacitación para el manejo de remediación ambiental, 47.06 por ciento lo manifestó así. El Cuadro N° 118 y el gráfico N°116 demuestra que 26.47 capacita en planes de seguridad, 23.53 en manejo de desechos y sólo 2.94 por ciento capacita en manejo ambiental.

Cuadro N° 118.-

PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA EL MANEJO DE REMEDIACIÓN.

Programas de Capacitación	N° Respuestas.	Porcentaje
NS/NC	16	47.06%
Plan de seguridad	9	26.47%
Manejo de desechos	8	23.53%
Manejo ambiental	1	2.94%
Total	34	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 116.-**PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA EL MANEJO DE
REMEDIACIÓN**

Fuente: Cuadro N°118

Elaborado por: Génesis Ramírez

4.11 SECCION 11: Gestión gerencial

Finalmente, en esta sección se analiza la estructura gerencial, el nivel de los recursos humanos, la planificación, las estrategias competitivas, control y elementos de cadena de valor de las PYMEs del Subsector C22 Fabricación de Productos de Caucho y Plástico.

a) Porcentaje de educación que tiene el equipo de trabajo gerencial

En el nivel de educación que tiene el equipo gerencial, el Cuadro N° 119 y el Gráfico N°117 muestran que 79.97 por ciento tiene educación universitaria, 11.00 cuenta con especializaciones, 5.70 con maestría y 3.33 por ciento tiene bachillerato.

Cuadro N° 119.-

EDUCACIÓN DEL EQUIPO GERENCIAL.

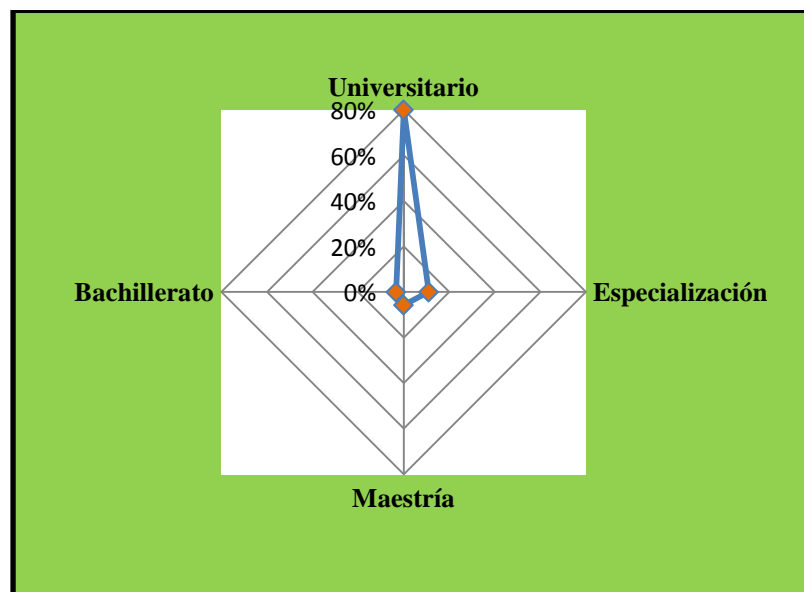
Porcentaje de Educación	Porcentaje
Universitario	79.97%
Especialización	11.00%
Maestría	5.70%
Bachillerato	3.33%
Total	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 117.-

EDUCACIÓN DEL EQUIPO GERENCIAL.



Fuente: Cuadro N° 119

Elaborado por: Génesis Ramírez

b) Plan estratégico para enfrentar la competencia.

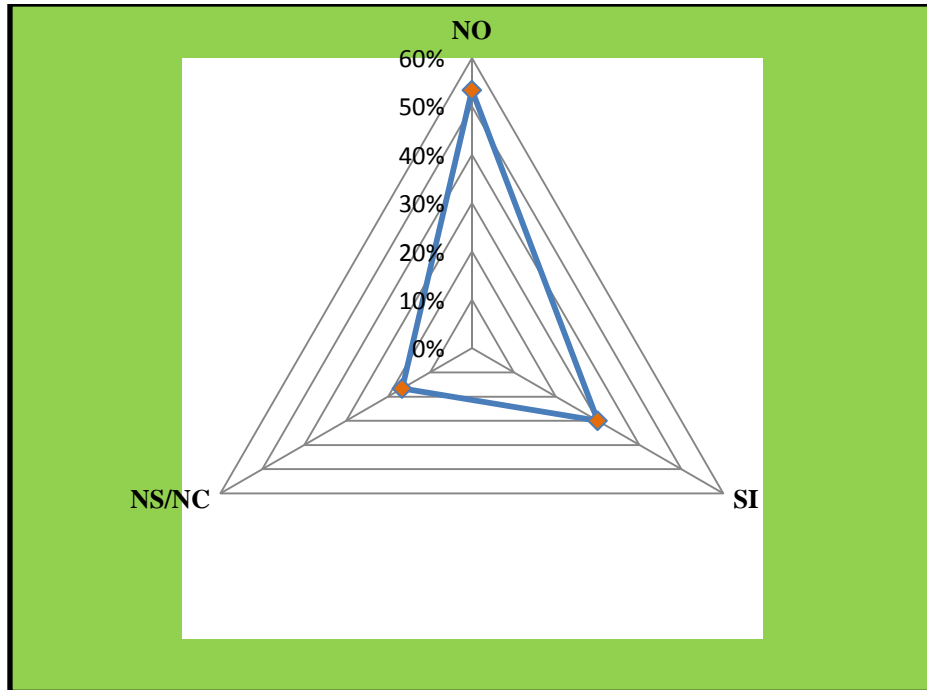
Para enfrentar a la competencia, la mayoría de empresas no manejan un plan estratégico, según el Cuadro N° 120 y el Gráfico N° 118, 53.33 por ciento de las empresas no tienen este tipo de planes, y sólo 30.00 por ciento cuenta con estrategias para enfrentar a la competencia.

Cuadro N° 120.-

**¿CUENTAN CON UN PLAN ESTRATÉGICO PARA ENFRENTAR A LA
COMPETENCIA?**

Plan Estratégico	N° Cías.	Porcentaje
No	16	53.33%
Si	9	30.00%
Ns/Nc	5	16.67%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 118.-**¿CUENTAN CON UN PLAN ESTRATÉGICO PARA ENFRENTAR A LA
COMPETENCIA?**

Fuente: Cuadro N°120

Elaborado por: Génesis Ramírez

c) Tipos de presupuestos específicos que administran para la gestión empresarial

Según el Cuadro N° 121 y el Gráfico N° 119, la mayoría de empresas utiliza el presupuesto de ventas, es así que 32.89 por ciento manifestó que éste es el presupuesto específico que se administra para la gestión empresarial, 21.05 utiliza el presupuesto de producción, 17.11 el presupuesto de compras, 9.21 utiliza Flujos de Caja y 7.89 el Presupuesto de Gastos. El 2.63 utiliza presupuestos de Ingresos, Finanzas, o no sabe, respectivamente. Finalmente, 1.32 por ciento recurre a Presupuesto de Cobranzas, Logística e Importaciones, respectivamente.

Cuadro N° 121.-

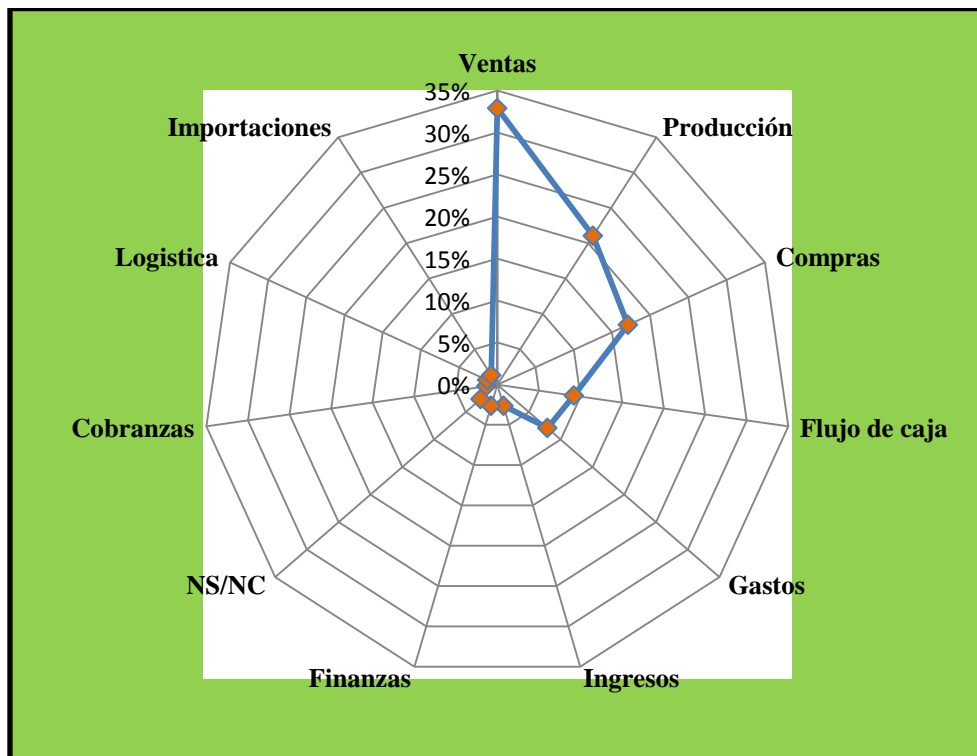
**PRESUPUESTOS ESPECÍFICOS QUE SE ADMINISTRA PARA LA
GESTIÓN EMPRESARIAL**

Tipos de Presupuestos	N° Respuestas	Porcentaje
Ventas	25	32.89%
Producción	16	21.05%
Compras	13	17.11%
Flujo de caja	7	9.21%
Gastos	6	7.89%
Ingresos	2	2.63%
Finanzas	2	2.63%
NS/NC	2	2.63%
Cobranzas	1	1.32%
Logística	1	1.32%
Importaciones	1	1.32%
Total	76	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 119.-

**PRESUPUESTOS ESPECÍFICOS QUE SE ADMINISTRA PARA LA
GESTIÓN EMPRESARIAL.**



Fuente: Cuadro N° 121
Elaborado por: Génesis Ramírez

d) Definición de la misión de las empresas del Sector.

Algo muy importante dentro de la planificación estratégica, es que la empresa tenga definida la misión de la empresa, como se observa en el Cuadro N° 122 y el Gráfico N° 120, 93.33 por ciento la tiene definida y por ende cuenta con la base para iniciar su planificación y orientación hacia el futuro. Por otro lado 3.33 por ciento no la tiene y no sabe, respectivamente.

Cuadro N° 122.-

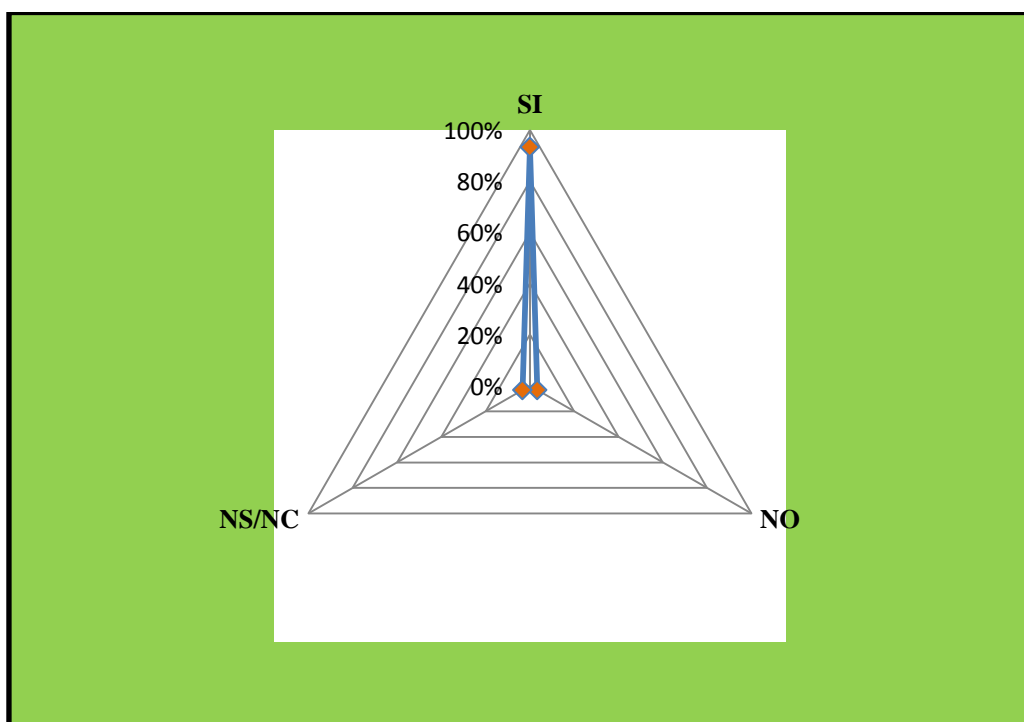
¿TIENE DEFINIDA LA MISIÓN DE LA EMPRESA?

Definición de Misión	N° Cías.	Porcentaje
SI	28	93.33%
NO	1	3.33%
NS/NC	1	3.33%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 120.-

¿TIENE DEFINIDA LA MISIÓN DE LA EMPRESA?



Fuente: Cuadro N° 122
Elaborado por: Génesis Ramírez

e) **Objetivos estratégicos que desea alcanzar a mediano plazo**

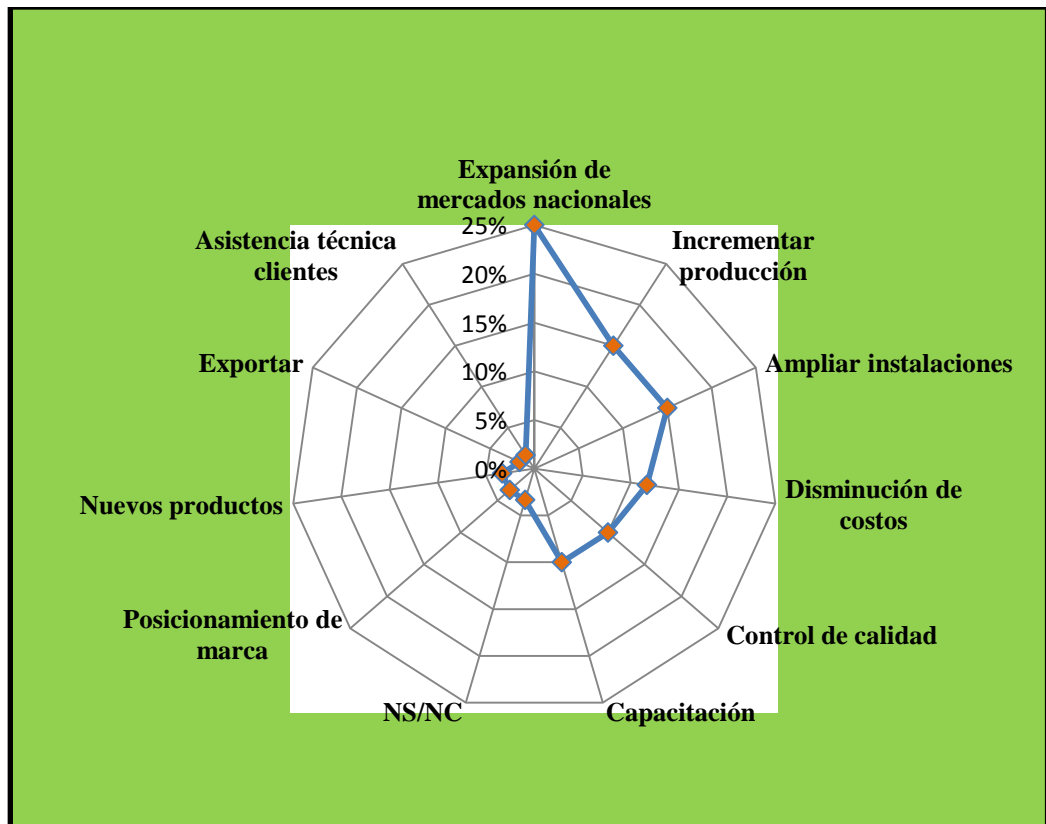
El principal objetivo a mediano plazo es la expansión de mercados nacionales, tal como se muestra en el Cuadro N° 123 y el Gráfico N° 121; 25.00 por ciento afirmó que éste es uno de sus objetivos estratégicos, seguidos por 15.00 que desea incrementar la producción y ampliar instalaciones, 11.67 planea ampliar instalaciones y disminuir costos; respectivamente, 10.00 a enfocar sus actividades al control de calidad y a la capacitación; respectivamente, 6.67 no sabe, 3.33 a posesionar la marca y nuevos productos; respectivamente. Finalmente, 1.67 por ciento planea exportar y dar servicios postventa; respectivamente.

Cuadro N° 123.-

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS A MEDIANO PLAZO.

Objetivos	N° Respuestas	Porcentaje
Expansión de mercados nacionales	15	25.00%
Incrementar producción	9	15.00%
Ampliar instalaciones	7	11.67%
Disminución de costos	7	11.67%
Control de calidad	6	10.00%
Capacitación	6	10.00%
NS/NC	4	6.67%
Posicionamiento de marca	2	3.33%
Nuevos productos	2	3.33%
Exportar	1	1.67%
Servicio Post Venta	1	1.67%
Total	60	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 121.-**OBJETIVOS ESTRATÉGICOS A MEDIANO PLAZO.**

Fuente: Cuadro N° 123

Elaborado por: Génesis Ramírez

f) Encargado de Definición de Objetivos

Según el Cuadro N° 124 y el Gráfico N° 122, los objetivos en 90.00 por ciento de los casos ha sido definido sólo por la Alta gerencia sin involucrar a todo el personal. Mientras que sólo 3.33 por ciento permite que los objetivos se definan con todo el personal.

Cuadro N° 124.-

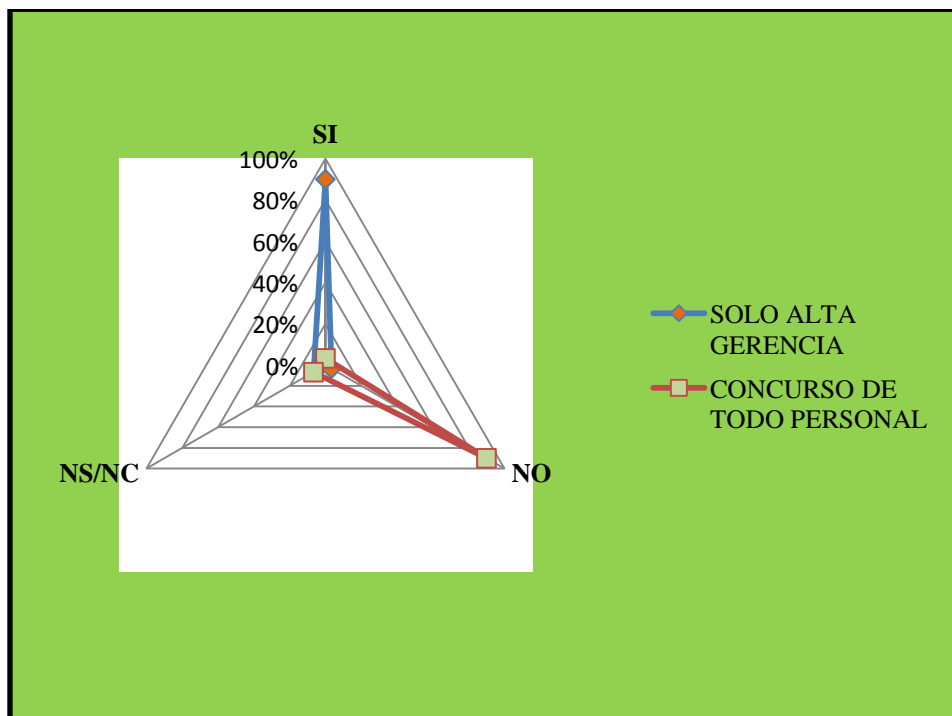
ENCARGADO DE DEFINIR OBJETIVOS.

Definición De Objetivos	SOLO ALTA GERENCIA		CONCURSO DE TODO PERSONAL	
	No. Cías.	%	No. Cías.	%
SI	27	90.00%	1	3.33%
NO	1	3.33%	27	90.00%
NS/NC	2	6.67%	2	6.67%
TOTAL	30	100%	30	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 122.-

ENCARGADO DE DEFINIR OBJETIVOS.



Fuente: Cuadro N° 124
Elaborado por: Génesis Ramírez

g) Medidas que se toman para mejorar la competitividad

En el tema de la competitividad, como se muestra en el Cuadro N° 125 y el Gráfico N°123, 36.59 por ciento trata de mejorarla optimizando recursos, 29.27 utilizando la capacitación, 9.76 minimizando los gastos, 7.32 utiliza la reingeniería de procesos, 4.88 la investigación de mercados, o ninguna; respectivamente. Finalmente, 2.44 por ciento lo hace a través de alianzas estratégicas, control de producción, o no sabe; respectivamente.

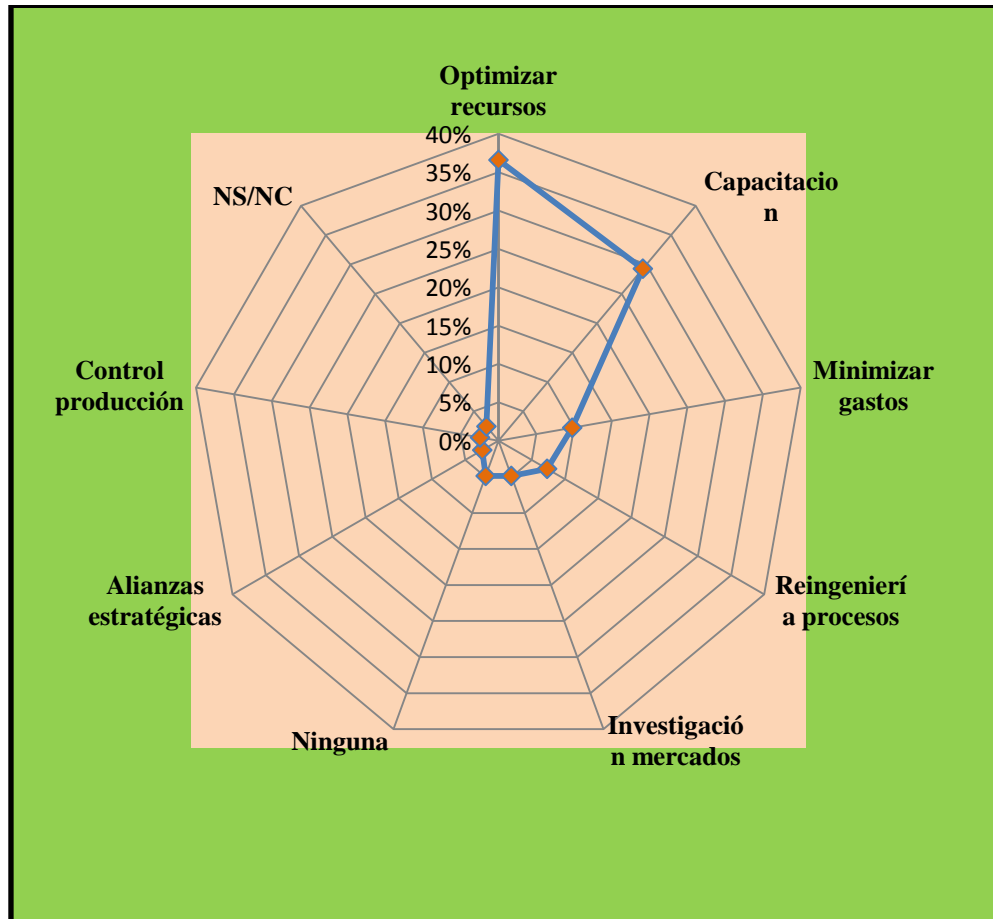
Cuadro N° 125.-

MEDIDAS QUE SE TOMA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD.

Medidas	N° Respuestas	Porcentaje
Optimizar recursos	15	36.59%
Capacitación	12	29.27%
Minimizar gastos	4	9.76%
Reingeniería procesos	3	7.32%
Investigación mercados	2	4.88%
Ninguna	2	4.88%
Alianzas estratégicas	1	2.44%
Control producción	1	2.44%
NS/NC	1	2.44%
Total	41	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 123.-

MEDIDAS QUE SE TOMA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD.

Fuente: Cuadro N° 125
 Elaborado por: Génesis Ramírez

h) Medidas que toma para reducir sus costos

En el Cuadro N° 126 y el Gráfico N° 124 se puede observar las diferentes medidas utilizadas para reducir costos, 60.00 por ciento se enfoca en el proceso productivo, 31.11 en la eficiencia en compras, producción y ventas, 4.44 en los clientes, estrategias y resultados. Finalmente, 2.22 por ciento lo hace enfocándose en el marketing, ventas y distribución.

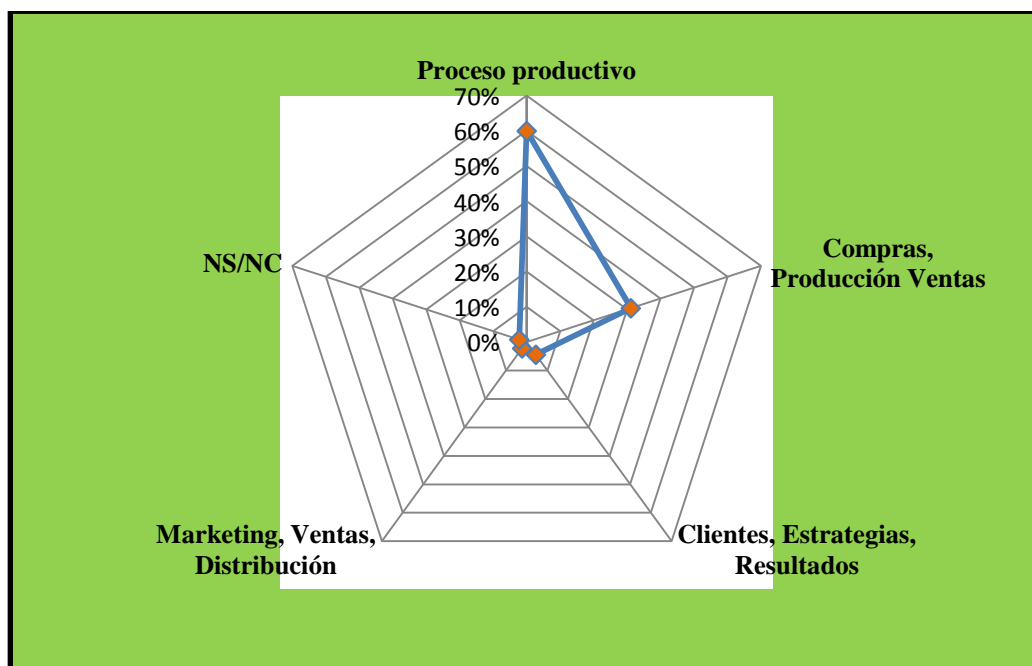
Cuadro N° 126.-

MEDIDAS PARA REDUCIR COSTOS.

Medidas para Reducir Costos	N° Respuestas	Porcentaje
Proceso productivo	27	60.00%
Compras, Producción Ventas	14	31.11%
Clientes, Estrategias, Resultados	2	4.44%
Marketing, Ventas, Distribución	1	2.22%
NS/NC	1	2.22%
Total	45	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 124.-

MEDIDAS PARA REDUCIR COSTOS.

Fuente: Cuadro N° 126
Elaborado por: Génesis Ramírez

i) Actividades conforman la cadena de valor de las empresas del Sector

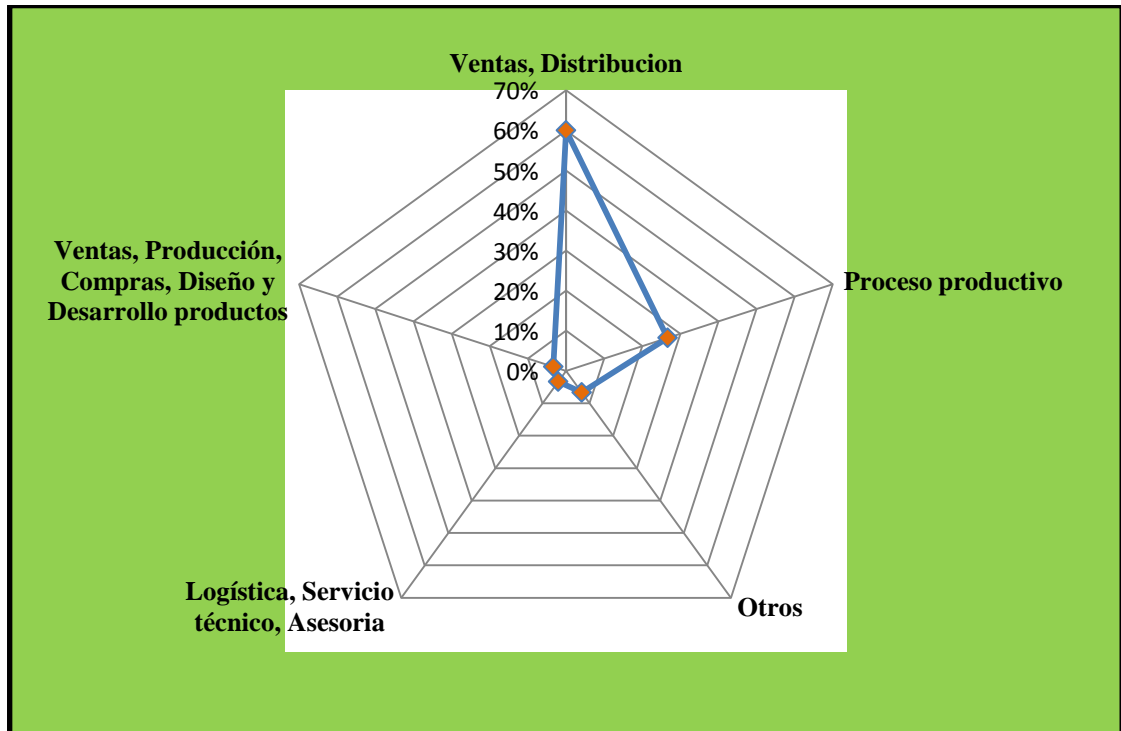
Las actividades que conforman la cadena de valor para las empresas, están determinadas principalmente por las ventas y distribución, 60.00 por ciento lo mencionó así, seguido por 26.67 proceso productivo, 6.67 otros, y 3.33 por ciento en logística, servicio técnico, asesoría y ventas, producción; respectivamente, tal como se muestra en el Cuadro N° 127 y el Gráfico N° 125.

Cuadro N° 127.-

ACTIVIDADES QUE CONFORMAN LA CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA

Actividades	N° Cías.	Porcentaje
Ventas, Distribución	18	60.00%
Proceso productivo	8	26.67%
Otros	2	6.67%
Logística, Servicio técnico, Asesoría	1	3.33%
Ventas, Producción, Compras, Diseño y Desarrollo productos	1	3.33%
Total	30	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

GRÁFICO N° 125.-**ACTIVIDADES QUE CONFORMAN LA CADENA DE VALOR DE LA
EMPRESA**

Fuente: Cuadro N° 127
Elaborado por: Génesis Ramírez

j) Elementos de valor que añaden al producto que ofrece frente a la competencia.

Respecto al Valor agregado de los productos frente a la competencia el Cuadro N° 128 y el Gráfico N° 126 muestran que 54.17 por ciento mencionó a la calidad, 18.75 a la atención personalizada a los clientes, 8.33 a la presentación del producto, 6.25 a la entrega oportuna. Finalmente, 2.08 por ciento al ser productos amigables con el medio ambiente, buen precio, y el ser hecho en Ecuador; respectivamente.

Cuadro N° 128.-

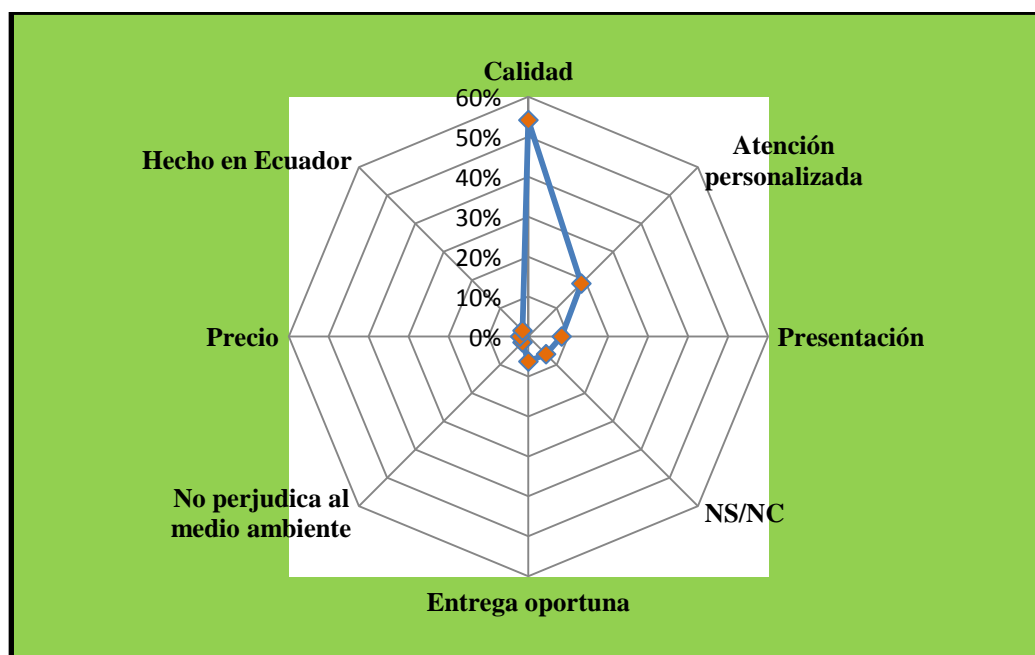
**ELEMENTOS DE VALOR QUE AÑADEN AL PRODUCTO FRENTE A LA
COMPETENCIA.**

Elementos de Valor frente a la Competencia	N° Respuestas	Porcentaje
Calidad	26	54.17%
Atención personalizada	9	18.75%
Presentación	4	8.33%
NS/NC	3	6.25%
Entrega oportuna	3	6.25%
No perjudica al medio ambiente	1	2.08%
Precio	1	2.08%
Hecho en Ecuador	1	2.08%
Total	48	100.00%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 126.-

**ELEMENTOS DE VALOR QUE AÑADEN AL PRODUCTO FRENTE A LA
COMPETENCIA.**



Fuente: Cuadro N° 128
Elaborado por: Génesis Ramírez

5. APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR CIU C22 FABRICACION DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y DE PLASTICO

5.1 Matriz de perfil competitivo

5.1.1 Sección mercado

Los segmentos considerados para el cálculo de la competitividad son los 21 sectores económicos clasificados por la CIU Revisión 4. La ponderación, establece la importancia de cada uno de estos sectores económicos para el subsector C22 Fabricación de Productos Caucho y Plástico ocupando el primer lugar con C; le siguen: G, T, que hacen los grupos económicos en donde desarrolla su actividad el subsector estudiado.

El índice WEF evalúa los 12 pilares de competitividad detallados en el capítulo 1, y dentro de cada uno se analiza diversos factores de éxito. A continuación se analiza algunos de los factores utilizando la matriz de perfil competitivo cuya puntuación mayor es 4 y obtenemos el equivalente WEF cuya puntuación más alta es 7, para identificar el pilar al que pertenece cada factor se emplea la numeración del Informe WEF. (Ver Anexo1)

El cuadro N° 129 muestra que el factor de éxito: 10.01 Índice del tamaño del mercado nacional, tiene una calificación de 1,78/4 o su equivalente WEF: 3,12/7.

Cuadro N° 129.-

FACTOR DE ÉXITO 10.01: Índice del tamaño del mercado nacional

SECCIÓN	DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA/4
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	0.07	6.25%	1	0.07
B	Explotación de minas y canteras	0.00	0.00%	1	0.00
C	Industrias manufactureras	0.39	54.69%	3	1.17
D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0.00	0.00%	0	0.00
E	Suministro de agua; evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminación.	0.08	3.13%	1	0.08
F	Construcción	0.08	6.25%	1	0.08
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	0.16	15.63%	1	0.16
H	Transporte y almacenamiento	0.00	0.00%	0	0.00
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	0.00	0.00%	0	0.00
J	Información y comunicaciones	0.00	0.00%	0	0.00
K	Actividades financieras y de seguros	0.00	0.00%	0	0.00
L	Actividades inmobiliarias	0.00	0.00%	0	0.00
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	0.00	0.00%	0	0.00
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	0.00	0.00%	0	0.00
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	0.00	0.00%	0	0.00
P	Enseñanza	0.00	0.00%	0	0.00
Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	0.08	6.25%	1	0.08
R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas.	0.00	0.00%	0	0.00
S	Otras actividades de servicios	0.03	4.69%	1	0.03
T	Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio.	0.11	3.13%	1	0.11
U	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales.	0.00	0.00%	0	0.00
TOTAL		1.00	1.00		1.78
EQUIVALENTE INDICE WEF					3.12

Fuente: CIIU Rev. 4 Naciones Unidas; Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

Para analizar la Sofisticación de los compradores también se utilizaron los segmentos considerados para el cálculo de la competitividad que son los 21 sectores económicos clasificados por la CIU Revisión 4.

La ponderación, establece la importancia de cada uno de estos sectores económicos para el subsector C22 Fabricación de Productos Plásticos y de Caucho ocupando el primer lugar con C; le siguen: I, G, que hacen los mayores compradores de los grupos económicos en que desarrolla su actividad el subsector estudiado.

El cuadro N°130 muestra que el factor de éxito: 6.15 Sofisticación del Comprador, tiene una calificación de 1,36/4 o su equivalente WEF: 2,38/7.

El cuadro N° 131 muestra que el factor de éxito: 11.04 referente a la Naturaleza de la Ventaja Competitiva Nacional, el sector alcanzó la calificación de 1,60/4 o su equivalente WEF: 2.80/7. Siendo los factores con mayor puntaje la calidad y la Innovación continúa.

Cuadro N° 130.-**FACTOR DE ÉXITO 6.15: Sofisticación del comprador**

SECCIÓN	DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA/4
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	0.07	1.35%	1	0.07
B	Explotación de minas y canteras	0.00	0.00%	0	0.00
C	Industrias manufactureras	0.20	25.68%	2	0.40
D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0.00	0.00%	0	0.00
E	Suministro de agua; evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminación.	0.08	1.35%	1	0.08
F	Construcción	0.08	22.97%	1	0.08
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	0.16	33.78%	2	0.32
H	Transporte y almacenamiento	0.00	0.00%	0	0.00
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	0.18	9.46%	1	0.18
J	Información y comunicaciones	0.00	0.00%	0	0.00
K	Actividades financieras y de seguros	0.00	0.00%	0	0.00
L	Actividades inmobiliarias	0.00	0.00%	0	0.00
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	0.00	0.00%	0	0.00
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	0.00	0.00%	0	0.00
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	0.00	0.00%	0	0.00
P	Enseñanza	0.00	0.00%	0	0.00
Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	0.11	1.35%	1	0.11
R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas.	0.00	0.00%	1	0.00
S	Otras actividades de servicios	0.03	2.70%	1	0.03
T	Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio.	0.09	1.35%	1	0.09
U	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales.	0.00	0.00%	0	0.00
TOTAL		1.00			1.36
EQUIVALENTE INDICE WEF					2.38

Fuente: CIU Rev. 4 Naciones Unidas; Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

Cuadro N° 131.-**FACTOR DE ÉXITO 11.04: Naturaleza de la ventaja competitiva nacional**

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA/4
Calidad	0.45	42.19%	2	0.90
Tecnología	0.25	7.81%	1	0.25
Innovación continua	0.15	37.50%	2	0.30
Precio	0.10	4.69%	1	0.10
Entrega inmediata	0.05	6.25%	1	0.05
TOTAL	1.00			1.60
EQUIVALENTE INDICE WEF				2.80

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

Sobre el factor de éxito 6.02 Grado de Dominio del Mercado Nacional, el Cuadro N° 132 muestra que el CIU 22 Fabricación de productos de caucho y plástico del distrito metropolitano de Quito tiene una mayor concentración del mercado en la Región Sierra del Ecuador, seguido por el dominio de mercados a nivel nacional.

Este factor alcanzó una calificación de 1.67/4 cuyo equivalente al Índice WEF es 2.92/7

Cuadro N° 132.-**FACTOR DE ÉXITO 6.02: Grado de dominio del mercado nacional**

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA/4
A Nivel Nacional	0.50	41.30%	2	1.00
Sierra	0.20	45.65%	2	0.40
Costa	0.15	8.70%	1	0.15
Oriente	0.12	4.35%	1	0.12
Galápagos	0.03	0	0	0.00
TOTAL	1			1.67
EQUIVALENTE INDICE WEF				2.92

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

En el cuadro N° 133 se muestra que el factor 6.09 sobre prevalencia de las barreras comerciales nacionales tiene una puntuación de de 1.35/4 con su equivalente WEF de 2.36/7.

Cuadro N° 133.-

FACTOR DE ÉXITO 6.09: Prevalencia de las barreras comerciales-nacionales

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Competencia	0.10	11.11%	1	0.10
Insumos importados	0.05	6.67%	1	0.05
Políticas gubernamentales	0.05	20.00%	1	0.05
Precios	0.10	4.44%	1	0.10
Registros y acreditaciones	0.10	2.22%	1	0.10
Capital Financiero	0.35	26.67%	2	0.70
Acceso Tecnología y nuevas herramientas	0.15	11.11%	1	0.15
Logística	0.10	11.11%	1	0.10
TOTAL	1.00			1.35
EQUIVALENTE INDICE WEF				2.36

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

El factor de éxito: Intensidad de la competencia local, como muestra el Cuadro N° 134, tuvo como calificación 2.05/4, con su equivalente para comparación del índice WEF de 3.59/7

Cuadro N° 134.-

FACTOR DE ÉXITO 6.01: Intensidad de la competencia local

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA/4
Posicionamiento	0.25	13.73%	2	0.50
Recursos	0.40	74.51%	3	1.20
Gestión de ventas	0.10	3.92%	1	0.10
Precios bajos	0.25	5.88%	1	0.25
TOTAL	1.00			2.05
EQUIVALENTE INDICE WEF				3.59

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

En el cuadro N° 135 se muestra el factor de éxito 11.03: Estado del desarrollo de Clústers con una puntuación alcanzada por el sector de 1.50/4, con la equivalencia en Índice WEF de 2.63/7.

Cuadro N° 135.-

FACTOR DE ÉXITO 11.03: Estado del desarrollo de clústers (expansión).

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA/4
Integración	0.20	43.33%	2	0.40
Exportaciones	0.20	6.67%	1	0.20
Costos	0.30	46.67%	2	0.60
Recursos	0.30	3.33%	1	0.30
TOTAL	1.00			1.50
EQUIVALENTE INDICE WEF				2.63

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

Sobre la capacidad de innovación, el cuadro N°136 muestra que el sector tiene una calificación de 1.50/4, mientras que su equivalencia en índice WEF es de 2.63/7.

Cuadro N° 136.-

FACTOR DE ÉXITO 12.01: Capacidad de innovación

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA/4
Innovar productos	0.30	53.33%	3	0.90
Tecnología	0.30	40.00%	2	0.60
I&D	0.40	0.00%	0	0.00
TOTAL	1.00			1.50
EQUIVALENTE INDICE WEF				2.63

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.1.2 Sección Mercadeo

En el grado de comercialización, el cuadro N° 137 muestra que el grado de comercialización del sector alcanzó una calificación de 3.20/4 y su equivalente en Índice WEF de 5.6/7.

Cuadro N° 137.-

FACTOR DE ÉXITO 11.08: Grado de comercialización.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Objetivos	0.25	52.00%	2.00	0.75
Estrategias	0.20	55.10%	3.00	0.60
Políticas	0.20	100.00%	4.00	0.80
Investigación De Mercado	0.20	63.33%	3.00	0.60
Evaluación	0.15	52.94%	3.00	0.45
TOTAL	1.00			3.20
EQUIVALENTE INDICE WEF				5.60

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

El cuadro N° 138 muestra el Grado de Orientación al cliente, en el cual el sector tuvo la calificación de 2.70/4, cuyo equivalente en Índice WEF es de 4.73/7.

Cuadro N° 138.-

FACTOR DE ÉXITO 6.14: Grado de orientación al cliente

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Asistencia	0.20	35.14%	2	0.40
Garantía	0.20	16.22%	1	0.20
Servicio post-venta	0.10	27.03%	1	0.10
Oportunidad	0.50	93.33%	4	2.00
TOTAL	1.00			2.70
EQUIVALENTE INDICE WEF				4.73

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

Sobre la calidad de proveedores locales, según el Cuadro N° 139 se señala una calificación de 1.70/4, y su equivalencia de Índice WEF de 2.98/7

Cuadro N° 139.-

FACTOR DE ÉXITO 11.02: Calidad de proveedores locales.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Muy Bueno	0.40	73%	3	1.20
Bueno	0.30	23%	1	0.30
Regular	0.20	3%	1	0.20
Deficiente	0.10	0%	0	0.00
TOTAL	1.00			1.70
EQUIVALENTE INDICE WEF				2.98

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.1.3 Sección: Apertura Comercial

En el cuadro N° 140, se mide el índice del tamaño del mercado extranjero, el mismo que se tiene una calificación de 1.45/4 y su respectivo equivalente de 2.54/7.

Cuadro N° 140.-

FACTOR DE ÉXITO 10.02: Índice del tamaño del mercado extranjero.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Empresa exportadora	0.30	3.33%	1	0.30
Exportador directo	0.15	100.00%	4	0.60
Nuevos mercados	0.25	3.33%	1	0.25
Volumen de exportación	0.30	50.00%	1	0.30
TOTAL	1.00			1.45
EQUIVALENTE INDICE WEF				2.54

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

Sobre los aranceles el Cuadro N° 141 mide el factor de éxito relacionado cuya calificación alcanzó 0.40/ 4 con un equivalente de Índice WEF 0.70/7, para esta matriz la calificación es inversa debido al efecto que significa los aranceles; es decir, entre menos sean, será mejor para la apertura comercial.

Cuadro N° 141.-

FACTOR DE ÉXITO 6.10: Aranceles

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Restricciones Arancelarias	0.10	20.00%	4	0.40
Beneficio Acuerdos Comerciales	0.25	0.00%	0	0.00
Exención De Impuestos	0.15	0.00%	0	0.00
Facilidad En Trámites	0.50	0.00%	0	0.00
TOTAL	1.00			0.40
EQUIVALENTE INDICE WEF				0.70

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

Sobre el alcance y efecto de los impuestos en la materia prima, el sector alcanzó una calificación de 3.5/4, con su equivalente en índice WEF de 6.13/7.

Cuadro N° 142.-

FACTOR DE ÉXITO 6.04: Alcance y efecto de los impuestos MP

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Efecto Mínimo	0.40	22.22%	4	1.60
Efecto Moderado	0.30	22.22%	4	1.20
Efecto Significativo	0.20	44.44%	3	0.60
Efecto Relevante	0.10	11.11%	1	0.10
TOTAL	1.00			3.50
EQUIVALENTE INDICE WEF				6.13

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

El alcance y efecto de los impuestos de productos terminados, se muestra en el Cuadro N° 143, cuya medición es de 2.10/4, y de 3.68/7, para esta matriz la calificación es inversa a la Cuadro debido al efecto que significa el alcance y efecto de los impuestos en el producto terminado; es decir, entre menos sean, será mejor para la apertura comercial.

Cuadro N° 143.-

FACTOR DE ÉXITO 6.04: Alcance y efecto de los impuestos PT.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Efecto Mínimo	0.40	0.00%	0	0.00
Efecto Moderado	0.30	13.33%	4	1.20
Efecto Significativo	0.20	33.33%	3	0.60
Efecto Relevante	0.10	36.67%	3	0.30
TOTAL	1.00			2.10
EQUIVALENTE INDICE WEF				3.68

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

El peso de las regulaciones se mide en el Cuadro N° 144, en donde se observa que la calificación es de 1.00/4 y su equivalente en Índice WEF es de 1.75/7.

Cuadro N° 144.-

FACTOR DE ÉXITO 1.09: Peso de las regulaciones gubernamentales.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Políticas	0.40	6.67%	1	0.40
Entes De Control	0.60	3.33%	1	0.60
TOTAL	1.00			1.00
EQUIVALENTE INDICE WEF				1.75

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.1.4 Sección: Gobierno

El cuadro N° 145 señala que el factor de éxito que analiza los requisitos para iniciar un negocio, tienen una calificación ponderada de 0.90/4, con su equivalente al Índice WEF de 1.58/7.

Cuadro N° 145.-

FACTOR DE ÉXITO 6.06: Requisitos para iniciar un negocio.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Créditos	0.60	15.63%	1	0.60
Asesoría	0.15	18.75%	1	0.15
Facilidad En Tramites	0.10	0	0	0.00
Políticas De Fomento Industrial	0.15	3.13%	1	0.15
TOTAL	1.00			0.90
EQUIVALENTE INDICE WEF				1.58

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Ramírez, G. R.

Sobre la transparencia en las políticas del Gobierno, el cuadro N° 146 muestra que la calificación ponderada del sector es de 1.00/4 cuya equivalencia en Índice WEF es de 1.75/7.

Cuadro N° 146.-

FACTOR DE ÉXITO 1.12: Transparencia en las políticas del gobierno.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Políticas de Fomento	0.30	16.13%	1	0.3
Transparencia de Gestión	0.20	0.00%	0	0.0
Incentivos Y Créditos	0.20	28.33%	2	0.4
Proyectos	0.30	15.63%	1	0.3
TOTAL	1.00			1.00
EQUIVALENTE INDICE WEF				1.75

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

El cuadro N° 147, señala la calificación sobre la eficacia de los Ministerios Públicos, la misma que alcanzó el valor de 1.20/4 con el equivalente de Índice WEF de 2.10/7.

Cuadro N° 147.-

FACTOR DE ÉXITO 1.19: Eficacia de los ministerios públicos

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Proyectos De Fomento Industrial	0.15	15.63%	1	0.15
Política Tributaria	0.25	16.67%	1	0.25
Política Financiera	0.20	23.33%	1	0.20
Política Laboral	0.20	33.33%	2	0.40
Política De Comercio Exterior	0.20	16.46%	1	0.20
TOTAL	1.00			1.20
EQUIVALENTE INDICE WEF				2.10

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.1.5 Sección: De las Instituciones

Referente a la confianza del público en el Gobierno, el Cuadro N° 148 muestra que la calificación ponderada alcanzada es de 1.40/4, con una equivalencia de Índice WEF de 2.45/7.

Cuadro N° 148.-

FACTOR DE ÉXITO 1.04: Confianza del público en el gobierno

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Eficacia en la prestación de servicios	0.20	63.33%	3	0.6
Transparencia en compras públicas	0.25	6.67%	1	0.25
Políticas de fomento	0.30	10.00%	1	0.3
Políticas de control	0.25	3.33%	1	0.25
TOTAL	1.00			1.40
EQUIVALENTE INDICE WEF				2.45

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

El cuadro N° 149 muestra que el factor de éxito de Protección de la propiedad intelectual tiene un calificación ponderada en el subsector de 1.65/4 con el equivalente de Índice WEF de 2.89/7.

Cuadro N° 149.-

FACTOR DE ÉXITO 1.02: Protección de la propiedad intelectual

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Vigencia de la Ley de propiedad intelectual	0.65	40.00%	2	1.30
Códigos y Leyes anexas.	0.1	8.57%	1	0.10
Auspicios agremiaciones	0.25	2.86%	1	0.25
TOTAL	1.00			1.65
EQUIVALENTE INDICE WEF				2.89

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

Los costos de la delincuencia y la violencia en las empresas, tuvo según el Cuadro N° 150 una calificación de 0.80/4, mientras que su equivalente de Índice WEF es de 1.40/7.

Cuadro N° 150.-

FACTOR DE ÉXITO 1.14: Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Incertidumbre de Inversión e Inseguridad Judicial	0.40	25.00%	1	0.40
Costos de vigilancia privada	0.30	0.00%	0	0.00
Corrupción, sobre precios en productos	0.30	0.00%	0	0.00
TOTAL	1			0.40
EQUIVALENTE INDICE WEF				0.70

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.1.6 Sección: Infraestructura Física

En el cuadro N° 151 se analiza la calidad general de la Infraestructura según el sector, el análisis del transporte terrestre, marítimo y aéreo alcanzó una calificación de 1.70/4 y su equivalente de Índice WEF de 2.98/7. La infraestructura relacionada a telecomunicaciones 1.50/4 y su equivalente de Índice WEF de 2.63/7. La distribución de energía eléctrica y gas 1.70/4 y su equivalente de Índice WEF de 2.98/7. Puertos y Aeropuertos fueron calificados en 2/4 y su equivalente de Índice WEF de 3.5/7. Los Servicios Sanitarios tuvieron un calificación de 1.60/4, y su equivalente de Índice WEF de 2.80/7.

Cuadro N° 151.-

CÁLCULO DE LA CALIDAD GENERAL DE LA INFRAESTRUCTURA

	VALORACIÓN	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	TOTAL	EQUIVALENTE INDICE WEF
		0.40	0.30	0.20	0.10		
Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Dato Encuesta	73.33%	23.33%	3.33%	0.00%	1.70	2.98
	Calificación	3	1	1	0		
	Calificación Ponderada /4	1.20	0.30	0.20	0.00		
Telecomunicaciones	Dato Encuesta	23.33%	70.00%	6.67%	0.00%	1.50	2.63
	Calificación	1	3	1	0		
	Calificación Ponderada /4	0.40	0.90	0.20	0.00		
Distribución de energía eléctrica y gas	Dato Encuesta	33.33%	50.00%	13.33%	3.33%	1.70	2.98
	Calificación	2	2	1	1		
	Calificación Ponderada /4	0.80	0.60	0.20	0.10		
Puertos y aeropuertos	Dato Encuesta	30.00%	56.67%	10.00%	3.33%	2.00	3.50
	Calificación	2	3	1	1		
	Calificación Ponderada /4	0.80	0.90	0.20	0.10		
Servicios sanitarios	Dato Encuesta	36.67%	46.67%	16.67%	0.00%	1.60	2.80
	Calificación	2	2	1	0		
	Calificación Ponderada /4	0.80	0.60	0.20	0.00		

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

Las calificaciones antes mencionadas, dan como calificación ponderada general a la infraestructura de 1.70/4, con el equivalente de Índice WEF de 2.98/7, tal como se muestra en el cuadro N° 152.

Cuadro N° 152.-

FACTOR DE ÉXITO 2.01: Índice de la calidad general de la infraestructura.

Calidad General de la Infraestructura	CALIFICACION PONDERADA /4	EQUIVALENTE INDICE WEF/7
Transporte terrestre, marítimo y aéreo	1.70	2.98
Telecomunicaciones	1.50	2.63
Distribución de energía eléctrica y gas	1.70	2.98
Puertos y aeropuertos	2.00	3.50
Servicios sanitarios	1.60	2.80
TOTAL	8.50	14.88
PROMEDIO	1.70	2.98

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.1.7 Sección: Mercado Financiero

Sobre el sector financiero, se analiza la facilidad de acceso al crédito, en el cuadro N° 153, la misma que alcanzó la calificación ponderada de 1.55/4 con su equivalente de Índice WEF de 2.71/7.

Cuadro N° 153.-

FACTOR DE ÉXITO 8.04: Facilidad de acceso al crédito.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Capital de trabajo	0.25	38.98%	2	0.5
Compra de maquinaria	0.30	28.81%	2	0.6
Proyectos de inversión	0.15	6.78%	1	0.15
Importación de materias primas	0.20	13.56%	1	0.2
Pago a proveedores	0.10	11.86%	1	0.1
TOTAL	1.00			1.55
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2.71

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

En el cuadro N° 154 se señala el financiamiento a través del mercado local de capital, y la calificación ponderada de 2.30/4, con su equivalente de Índice WEF de 4.03/7.

Cuadro N° 154.-

FACTOR DE ÉXITO 8.03: Financiamiento a través del mercado local de capital.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Capital de trabajo	0.25	73.33%	3	0.75
Compra de maquinaria	0.30	56.67%	3	0.90
Proyectos de inversión	0.15	13.33%	1	0.15
Importación de materias primas	0.20	26.67%	2	0.40
Pago a proveedores	0.10	23.33%	1	0.10
TOTAL	1.00			2.30
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				4.03

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

La evaluación de la disponibilidad de los servicios financieros se demuestra en el Cuadro N° 155, la cual tuvo una puntuación de 0.55/4 y el equivalente de Índice WEB de 0.96/7.

Cuadro N° 155.-

FACTOR DE ÉXITO 8.01: Disponibilidad de los servicios financieros.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Capital de trabajo	0.25	3.33%	1	0.25
Compra de maquinaria	0.30	3.33%	1	0.30
Proyectos de inversión	0.15	0.00%	0	0
Importación de materias primas	0.20	0.00%	0	0
Pago a proveedores	0.10	0.00%	0	0
TOTAL	1.00			0.55
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				0.96

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

En el cuadro N° 156 sobre la restricción de flujos de capital, tuvo como calificación ponderada 2.00/4 y con su equivalente de Índice WEF de 3.50/7.

Cuadro N° 156.-

FACTOR DE ÉXITO 8.06: Restricción en los flujos de capital

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Líneas de Crédito Privadas	0.50	71%	3	1.50
Líneas de Crédito Gubernamentales	0.50	5%	1	0.50
TOTAL	1.00			2.00
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3.50

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.1.8 Sección: Mercado Laboral

Analizando el mercado laboral, el cuadro N° 157 muestra que la tasa de matriculación en la educación superior tuvo una puntuación ponderada de 1.00 /4 con un equivalente de Índice WEF de 1.75/7.

Cuadro N° 157.-

FACTOR DE ÉXITO 5.02: Tasa de matriculación en la educación superior.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Tecnológica	0.25	9.60%	1	0.25
Universitaria	0.30	15.23%	1	0.30
Especialización	0.25	0.03%	1	0.25
Maestría	0.20	0.37%	1	0.20
TOTAL	1.00			1.00
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				1.75

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

En el cuadro N° 158 y 159 se observa la puntuación de la fuerza laboral del subsector llegó a 1.60/4 con su equivalente índice WEF de 2.80/7, mientras que las empresas calificaron su propia productividad laboral en 2.00 /4 y su equivalente de Índice WEF en 3.50/7.

Cuadro N° 158.-

FACTOR DE ÉXITO 7.06: Paga y productividad

	VALORACIÓN	Muy Bueno	Bueno	Regular	Deficiente	TOTAL	EQUIVALENTE INDICE WEF
	PONDERACIÓN	0.40	0.30	0.20	0.10		
Productividad de fuerza laboral del subsector.	Dato Encuesta	40.00%	46.67%	13.33%	0.00%	1.60	2.80
	Calificación	2	2	1	0		
	Calificación Ponderada /4	0.80	0.60	0.20	0.00		
Productividad laboral propia	Dato Encuesta	53.33%	40.00%	6.67%	0.00%	2.00	3.50
	Calificación	3	2	1	0		
	Calificación Ponderada /4	1.20	0.60	0.20	0.00		

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

Los valores mencionados anteriormente se resumen en el cuadro N° 159 que evalúa la productividad en general, está alcanzó el valor de 1.80/4 y su equivalente de Índice WEF 3.15/7.

Cuadro N° 159.-

FACTOR DE ÉXITO 7.06: Paga y productividad (Resumen)

FACTOR DE ÉXITO : Paga y Productividad	CALIFICACION PONDERADA /4	EQUIVALENTE INDICE WEF/7
Productividad de Fuerza Laboral del Subsector	1.60	2.80
Productividad Laboral Propia	2.00	3.50
TOTAL	3.60	6.30
PROMEDIO	1.80	3.15

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

En el cuadro N° 160 se analiza la flexibilidad en la determinación de los salarios, este factor tuvo la calificación ponderada sobre 4 de 1.30, mientras que el equivalente de Índice WEF de 2.28/7.

Cuadro N° 160.-

FACTOR DE ÉXITO 7.02: Flexibilidad en la determinación de los salarios

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Bonificaciones	0.10	9.76%	1	0.10
Predisposición para el trabajo y Capacitación	0.30	43.90%	2	0.60
Clima laboral	0.30	24.39%	1	0.30
Salarios justos	0.30	21.95%	1	0.30
TOTAL	1.00			1.30
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2.28

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

En el cuadro N° 161 se analiza la cooperación en las relaciones empleador-trabajador, este factor tiene una calificación ponderada de 2 /4 con un equivalente de Índice WEF de 3.50/7.

Cuadro N° 161.-

FACTOR DE ÉXITO 7.01: Cooperación en las relaciones empleador-trabajador.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Muy Buena	0.40	66.67%	3	1.20
Buena	0.30	30.00%	2	0.60
Regular	0.20	3.33%	1	0.20
Deficiente	0.10	0.00%	0	0.00
TOTAL	1.00			2.00
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3.50

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

El análisis de la disponibilidad local de formación y servicios de investigación, el cuadro N° 162 muestra una calificación de 2.90/4 con su equivalente de Índice WEF de 5.08/7

Cuadro N° 162.-

FACTOR DE ÉXITO 5.07: Disponibilidad local de formación y servicios de investigación.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Políticas para capacitación	0.30	87.80%	4	1.20
Disponibilidad de centros para capacitación	0.50	63.41%	3	1.50
Servicios de investigación	0.20	4.88%	1	0.20
TOTAL	1.00			2.90
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				5.08

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

En el cuadro N° 163, se analiza las prácticas de contratación y despido, en este factor el sector CIU 22 alcanzó un puntaje de 1.60/4 con su equivalente a índice WEF de 2.80/7.

Cuadro N° 163.-

FACTOR DE ÉXITO 7.04: Prácticas de contratación y despido.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Cumplimiento de la ley	0.50	21.88%	2	1.00
Amparo al trabajador	0.30	31.25%	2	0.60
Proceso de selección transparente	0.20	0.00%	0	0.00
TOTAL	1.00			1.60
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2.80

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.1.9 Sección: Desarrollo Tecnológico

La disponibilidad de las últimas tecnologías, se analiza en el Cuadro N° 164 cuya calificación ponderada alcanzó el valor de 1.85/4 con su equivalente de Índice WEF de 3.24/7.

Cuadro N° 164.-

FACTOR DE ÉXITO 9.01: Disponibilidad de las últimas tecnologías.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Capital	0.25	15.56%	1	0.25
Infraestructura	0.25	31.11%	2	0.50
Tecnología de punta	0.30	73.33%	3	0.90
Certificaciones Internacionales	0.20	2.22%	1	0.20
TOTAL	1.00			1.85
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3.24

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

El nivel de la empresa en absorción de tecnología se analiza en el cuadro N° 165, en donde este factor tuvo la calificación de 1.27/4, con su equivalente en Índice WEF de 2.22/7.

Cuadro N° 165.-

FACTOR DE ÉXITO 9.02: Nivel de la empresa en absorción de tecnología.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Convenios de transferencia de tecnología - procesos	0.27	3.33%	1	0.27
Convenios de transferencia de tecnología - productos	0.25	6.67%	1	0.25
Disponibilidad de capital	0.23	0.00%	0	0.00
Flexibilidad de Gerencia	0.25	63.33%	3	0.75
TOTAL	1.00			1.27
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2.22

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

En el cuadro N° 166, se señala la calificación ponderada de la capacidad de innovación que tuvo el valor de 1.65/4, con su equivalente de índice WEF de 2.89/7.

Cuadro N° 166.-

FACTOR DE ÉXITO 12.01: Capacidad de innovación.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Innovaciones en Marketing	0.15	26.67%	2	0.30
Innovaciones en Administración	0.15	33.33%	2	0.30
Innovaciones en Finanzas	0.15	13.33%	1	0.15
Innovaciones en Producción	0.15	50.00%	2	0.30
Innovaciones en Recursos Humanos	0.15	20.00%	1	0.15
Estudio de mercado	0.15	25.71%	1	0.15
Política de incentivos	0.10	62.86%	3	0.30
TOTAL	1.00			1.65
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2.89

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

La colaboración Universidad-Industria en Investigación y Desarrollo tuvo la calificación de 0.50/4 con su equivalente de Índice WEF de 0.88/7, tal como muestra el Cuadro N° 167.

Cuadro N° 167.-

FACTOR DE ÉXITO 12.04: Colaboración Universidad-Industria en I&D.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Oferta de programas de universidades	0.50	13.33%	1	0.50
Participación en programas Universidad-Empresa	0.50	0.00%	0	0.00
TOTAL	1.00			0.50
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				0.88

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

En el cuadro N° 168, se analiza los Derechos de propiedad, el cual alcanzó el valor de 1 /4 con un equivalente de Índice WEF de 1.75/7.

Cuadro N° 168.-

FACTOR DE ÉXITO 1.01: Derechos de propiedad.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Productos patentados	0.50	43.33%	2	1.00
Procesos patentados	0.50	0.00%	0	0.00
TOTAL	1.00			1.00
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				1.75

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.1.10 Sección: Gestión Gerencial

En el cuadro N° 169, se analiza la Disposición para delegar Autoridad, la cual alcanzó el valor de 1.20 /4 con un equivalente de Índice WEF de 2.10/7.

Cuadro N° 169.-

FACTOR DE ÉXITO 11.09: Disposición para delegar autoridad.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Participación de todo el personal en Planificación estratégica	0.60	3.33%	1	0.60
Programas de mejoramiento continuo	0.20	39.02%	2	0.40
Empoderamiento de calidad	0.20	6.67%	1	0.20
TOTAL	1.00			1.20
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2.10

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

En el cuadro N° 170, se analiza la Amplitud de la cadena de valor, la cual alcanzó el valor de 2.30 /4 con un equivalente de Índice WEF de 4.03/7.

Cuadro N° 170.-

FACTOR DE ÉXITO 11.05: Amplitud de la cadena de valor.

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Desde Cliente hasta cliente	0.70	30.00%	2	1.40
Desde Fabricante hasta Distribuidor	0.30	63.33%	3	0.90
TOTAL	1.00			2.30
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				4.03

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

**5.2. APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR C22
FABRICACION DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y DE PLASTICO.**

5.2.1. Sección mercado

El factor “Intensidad de la competencia local” es el mejor puntuado con 3.59/7 en la escala WEF, le sigue “Índice del tamaño del mercado nacional” con 3.12/7, “Grado de Dominio del mercado nacional” con 2.92/7, y “Naturaleza de la ventaja competitiva nacional” con 2.80/7, los restantes fluctúan entre 2.63/7 a 2.36/7. La sección mercado, tiende a una calificación de la competitividad baja, si se compara con la base 7 del WEF y con su correspondiente nacional.

Cuadro N° 171.-**APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN MERCADO**

SECCIÓN: MERCADO FACTORES CRÍTICOS	CALIFICACION PONDERADA /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
10.01 Índice del tamaño del mercado nacional	1.78	3.12
6.15 Sofisticación del comprador	1.36	2.38
11.04 Naturaleza de la ventaja competitiva nacional	1.60	2.80
6.02 Grado de dominio del mercado nacional	1.67	2.92
6.09 Prevalencia de las barreras comerciales-nacionales	1.35	2,36
6.01 intensidad de la competencia local	2.05	3.59
11.03 Estado del desarrollo de clústers (expansión)	1.50	2.63
12.01 Capacidad de innovación	1.50	2.63

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.2.2. Sección Mercadeo

El factor “Grado de Comercialización” tiene la calificación más alta con 5.60/7 en la escala WEF, seguida por el “Grado de Orientación al cliente” 4.73/7, y finalmente, “Calidad de proveedores locales” con 2.98/7. Esta sección tiende a una calificación más alta de competitividad principalmente en los dos primeros factores mencionados si se comparan con su correspondiente nacional y la base 7 del WEF.

Cuadro N° 172.-

APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN MERCADEO

MERCADEO FACTORES CRÍTICOS	CALIFICACION PONDERADA /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
11.08 Grado de comercialización	3.20	5.60
6.14 Grado de orientación al cliente	2.70	4.73
11.02 Calidad de proveedores locales	1.70	2.98

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.2.3. Sección Apertura Comercial.

Dentro de la sección, el factor con mayor puntuación es “Alcance y efecto de los impuestos MP” con 6.13/7 en la escala WEF, seguida por “Alcance y efecto de los impuestos PT” 3.68/7. Ambas puntuaciones demuestran que la competitividad se está afectando en la producción desde el abastecimiento de materias primas hasta la entrega del producto terminado, por efectos tributarios. Los factores restantes tienden a una puntuación de 2.54/7 a 0.70/7. De ahí que, se puede considerar que la mayor parte de los factores de la sección tienden a una baja competitividad comparada con la base WEF y el comparativo Nacional.

Cuadro N° 173.-

**APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN APERTURA
COMERCIAL**

APERTURA COMERCIAL FACTORES CRÍTICOS	CALIFICACION PONDERADA /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
10.02 Índice del tamaño del mercado extranjero	1.45	2.54
6.10 Aranceles	0.40	0.70
6.04 Alcance y efecto de los impuestos MP	3.50	6.13
6.04 Alcance y efecto de los impuestos PT	2.10	3.68
1.09 Peso de las regulaciones gubernamentales	1.00	1.75

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.2.4. Sección Gobierno

Dentro de esta sección, el factor con mayor puntaje es “Eficacia de los Ministerios Públicos” con un puntaje de 2.10/7 en la escala WEF, seguido por “Trasparencias en las políticas de Gobierno” con 1.75/7, y “Requisitos para iniciar un negocio 1.58/7. De forma general, la sección gobierno tiende a una puntuación baja de competitividad comparada con la base del WEF y el correspondiente Nacional.

Cuadro N° 174.-**APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN GOBIERNO**

GOBIERNO FACTORES CRÍTICOS	CALIFICACION PONDERADA /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
6.06 Requisitos para iniciar un negocio	0.90	1.58
1.12 Transparencia en las políticas del gobierno	1.00	1.75
1.19 Eficacia de los ministerios públicos	1.20	2.10

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.2.5. Sección de las Instituciones.

El factor con mayor puntuación es “Protección de la propiedad intelectual” de 2.89/7 en la escala WEF. Seguida por “Confianza del público en el gobierno” con 2.45/7 y finalmente “Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas” 0.70/7. En forma general, se puede observar que la tendencia de la sección corresponde a una puntuación baja de competitividad comparada con el correspondiente Nacional y con la base WEF.

Cuadro N° 175.-

**APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN
INSTITUCIONES**

DE LAS INSTITUCIONES FACTORES CRÍTICOS	CALIFICACION PONDERADA /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
1.04 Confianza del público en el gobierno	1.40	2.45
1.02 Protección de la propiedad intelectual	1.65	2.89
1.14 Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas	0.40	0.70

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.2.6. Sección Infraestructura Física

Dentro de esta sección se analizó sólo el factor “Calidad general de la Infraestructura” cuyo puntaje es 2.98/7 en la escala WEF. Puntuación que denota una baja competitividad comparada con la base WEF.

Cuadro N° 176.-

**APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN
INFRAESTRUCTURA FÍSICA**

INFRAESTRUCTURA FISICA FACTOR CRÍTICO	CALIFICACION PONDERADA /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
2.01 Calidad general de la infraestructura	1.70	2.98

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.2.7. Sección Mercado Financiero

El factor que alcanzó el mayor puntaje es “Financiamiento a través del mercado local de capital” en la escala WEF de 4.03/7, seguido por “Restricción en los flujos de capital” con 3.50/7. Finalmente, “Facilidad de acceso al crédito” alcanzó un puntaje de 2.71/7 y el menor puntuado, “Disponibilidad de los servicios financieros” con 0.96/7. La sección de Mercado Financiero tiene una competitividad baja con respecto a la base WEF y refleja una gran amenaza para el Subsector CIU 22.

Cuadro N° 177.-

APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN MERCADO FINANCIERO.

MERCADO FINANCIERO FACTORES CRÍTICOS	CALIFICACION PONDERADA /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
8.04 Facilidad de acceso al crédito	1.55	2.71
8.03 Financiamiento a través del mercado local de capital	2.30	4.03
8.01 Disponibilidad de los servicios financieros	0.55	0.96
8.06 Restricción en los flujos de capital	2.00	3.50

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.2.8. Sección Mercado Laboral

El factor con mayor puntaje es “Disponibilidad local de formación y servicios de investigación” con 5.08/7 en la escala WEF, seguido por “Cooperación en las relaciones empleados- trabajador” con 3.50/7, “Paga y Productividad” 3.15/7, “Prácticas de contratación y despido” 2.80/7. Finalmente, el resto de factores se encuentran entre 2.28/7 y 1.75/7. La tendencia de la competitividad de la sección Mercado laboral es baja comparada con la base WEF, ya que la mayoría de los factores están por debajo de la media de su equivalente.

Cuadro N° 178.-

APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN MERCADO LABORAL

EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL FACTORES CRÍTICOS	CALIFICACION PONDERADA /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
5.02 Tasa de matriculación en la educación superior	1.00	1.75
7.06 Paga y productividad	1.80	3.15
7.02 Flexibilidad en la determinación de los salarios	1.30	2.28
7.01 Cooperación en las relaciones empleador- trabajador	2.00	3.50
5.07 Disponibilidad local de formación y servicios de investigación	2.90	5.08
7.04 Prácticas de contratación y despido	1.60	2.80

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.2.9. Sección Desarrollo Tecnológico.

El factor con mayor puntuación fue “Disponibilidad de las últimas tecnologías” con un puntaje de 3.24/7 en la escala WEF, seguida por “Capacidad de Innovación” 2.89/7, y “Nivel de la empresa en absorción de tecnología” 2.22/7. Los factores restantes se encuentran entre 2.22/7 y 0.88/7. La sección Desarrollo Tecnológico tiene una calificación tendiente a la baja en la competitividad comparada con el indicador Nacional y la base WEF.

Cuadro N° 179.-

APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN DESARROLLO TECNOLÓGICO

DESARROLLO TECNOLÓGICO FACTORES CRÍTICOS	CALIFICACION PONDERADA /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
9.01 Disponibilidad de las últimas tecnologías	1.85	3.24
9.02 Nivel de la empresa en absorción de tecnología	1.27	2.22
12.01 Capacidad de innovación	1.65	2.89
12.04 Colaboración Universidad- Industria en I&D	0.50	0.88
1.01 Derechos de propiedad	1.00	1.75

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

5.2.10. Sección Gestión Gerencial.

El factor con mayor puntaje fue “Amplitud de la cadena de valor” con un puntaje de 4.03/7 en la escala WEF, seguida por “Disposición para delegar autoridad” con 2.10/7. La sección Gestión Gerencial presenta una tendencia de competitividad baja con respecto al comparativo Nacional y la base WEF.

Cuadro N° 180.-

APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD: SECCIÓN GESTIÓN GERENCIAL

GESTION GERENCIAL FACTORES CRÍTICOS	CALIFICACION PONDERADA /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
11.09 Disposición para delegar autoridad	1.20	2.10
11.05 Amplitud de la cadena de valor	2.30	4.03

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Génesis Ramírez

6 . CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En base a lo expuesto en los capítulos anteriores se puede establecer las siguientes conclusiones y recomendaciones:

6.1 CONCLUSIONES

6.1.1 Relativas a los factores de competitividad

Mercado

- Las principales segmentos a los que atiende el sector CIU C22 son: (C) Industrias Manufactureras, (G) Comercio al por mayor y por menor, (A) Agricultura, (F) Construcción, (Q) Actividades de atención de salud humana y de asistencia social, (S) Otras Actividades de Servicios y finalmente, segmentos (E) y (T) Suministro de agua y Actividades de los hogares.

- Los productos atendidos son: empaques 14%, envases 14%, fundas de polietileno 7%, guardalobos y moquetas 7%, tuberías y mangueras pvc 7%, y etiquetas 5%.

- Los principales compradores son: las empresas industriales, distribuidores, comisariatos, artesanos, industria de alimentos y bebidas, y comercios ferreteros. Finalmente, se encuentran: constructores, embotelladoras, almacenes automotrices, otros, agricultores, empresas públicas, industria metalmecánica, farmacias, fabricantes de maquinaria y diseñadores.

- Las características más importantes por la que son reconocidas en el mercado interno son la calidad de los productos, la atención personalizada, el precio, la innovación de productos, entrega inmediata, honestidad, experiencia, asistencia técnica y cumplimiento de normas internacionales.

- Las empresas fabricantes de caucho y plástico señalaron como principales ventajas y fortalezas: la calidad, la innovación continua, la funcionalidad de los productos, precio, productos de fabricación nacional y entrega inmediata; finalmente, otros mencionan al respaldo técnico y productos biodegradables.

- Frente a la competencia internacional, se establecieron ventajas en la calidad, respaldo técnico, entrega inmediata, innovación, precio. Por otro lado, 28.57 por ciento señalaron que no tienen ninguna ventaja.

- La mayoría de empresas fabricantes de plástico y caucho señalan que el canal directo al consumidor es el principal medio empleado para la distribución de sus productos. Sólo 26.19 por ciento señalan que utilizan la

distribución indirecta de productos mediante distribuidores, y el 2.38 por ciento a minoristas.

- El 41.30 por ciento de las empresas tienen cobertura nacional. El 13.04 cubre la sierra, 10.87 Quito y 8.70 por ciento Pichincha, seguido en un menor porcentaje Guayaquil, la Costa, Cuenca, Ambato y otras ciudades del país.

- Como dificultades para ingresar y permanecer en el mercado nacional se mencionaron: la necesidad de programas de financiamiento, políticas gubernamentales, la competencia, los problemas logísticos, la distribución, la falta de facilidades tecnológicas, materia prima importada, precios, registros y acreditaciones y conocimiento técnico. Mientras que, las dificultades para ingresar y permanecer en el mercado internacional son: la capacidad de producción limitada, seguida por los aranceles, altos costos para exportar, la competencia extranjera, la falta de apoyo gubernamental, necesidad de recursos y capital. Finalmente, se señala a los trámites de exportación, y al desconocimiento del mercado.

Mercadeo

- El 56.67 por ciento de las empresas no tienen plan de mercadeo; mientras que, 43.33 por ciento cuenta con un plan de este tipo. De las empresas que cuentan con un plan, el 20.00 por ciento tiene como responsable al Gerente

de Marketing, 16.67 al Gerente General y 6.67 por ciento al Gerente de Ventas.

- Los objetivos principales de los planes de mercadeo, del Subsector CIUU C22, son: incrementar el mercado; elaborar y cumplir con el plan de marketing; elaborar nuevos productos; brindar asesoría a clientes; seguido por el fortalecimiento del mercado y la mejora del aprovisionamiento. Las estrategias de los planes son: publicidad; medición de cumplimiento de planes; apertura de nuevos mercados e incrementándolos; mejorando la calidad del servicio; brindando calidad en el producto, y finalmente; buscando nuevos proveedores, e implementando nuevas herramientas de información.
- Los precios se fijan sobre la base de costos de producción. También se basa en el mercado, según el tipo de proyecto por pedido del cliente. Por negociación del contrato, y por un porcentaje del 10% de rentabilidad por proyecto.
- La mayoría de empresas no cuentan con un plan de promoción y publicidad.
- Los ejes del plan de promoción y publicidad se centran en la Web su mejoramiento y desarrollo, promociones, por referencia de clientes, publicaciones en revistas, y atención personalizada. En menor porcentaje

se mencionan: pedidos electrónicos, participación en ofertas estatales e incentivos en ventas por volumen.

- El 36.67 por ciento de las empresas no realiza Investigaciones de mercado, 20.00 lo hace anualmente y en igual porcentaje lo realiza en diversos periodos o según los nuevos requerimientos de clientes (otros), 16.67 lo realiza semestralmente, y finalmente, 3.33 por ciento lo hace trimestralmente y en periodos mayores a un año, respectivamente.

- Dentro de las empresas que cuentan con planes, los evalúan: verificando el cumplimiento del plan estratégico, analizando el cumplimiento de ventas, constatando la satisfacción del cliente, con la obtención de nuevos clientes, mejorando la calidad de los productos, y calculando el rendimiento por proyecto.

- En cuanto a los sistemas de Servicio Post Venta que prestan las empresas al cliente están: los sistemas de asistencia de reclamos, constatación de la satisfacción a través de llamadas telefónicas, no tienen servicio post venta, ofrecen garantías, y ofrecen atención para nuevos requerimientos y pruebas hidrostáticas. Esto último principalmente aquellas empresas que producen tuberías.

- El cumplimiento de las empresas con los clientes fue calificado por la mayoría de empresas como entre el 81 al 100%.

- En cuanto al aprovisionamiento nacional, el 73.00 por ciento tiene un cumplimiento que va entre el 81 al 100% de sus proveedores, seguido por 23.00 que señala el 61 al 80 y 3.00 menciona que el cumplimiento es entre 41 al 60%. Mientras que, sobre el aprovisionamiento extranjero el 80.00 por ciento de las empresas mencionó tener un cumplimiento del 81 al 100%; 10.00 tiene un cumplimiento entre el 61 al 80%; 7.00 no conoce, y; finalmente 3.00 por ciento clasifica el nivel de cumplimiento entre el 41 al 60%.

Apertura comercial

- El 96.67 por ciento de las empresas destinan su producción sólo al abastecimiento nacional, y sólo 3.33 por ciento realiza exportaciones.
La exportación se realiza en países como México, Costa Rica y Venezuela, directamente con una frecuencia trimestral, destinando entre el 26 al 50% de su producción a la exportación.
- Sobre el futuro de las exportaciones sólo el 3.33% desea abarcar el mercado Centroamericano con sacos de polipropileno.
- De las empresas que realizan exportación señalan que la mayor restricción para el ingreso de productos a mercados extranjeros es la existencia de precios muy competitivos.

- El 40.00 por ciento de la producción nacional no utiliza ningún insumo importado, el resto de empresas que si utilizan materias primas compuestas principalmente por: polímeros 25.71 por ciento; insumos en general 8.57; poliacetales y resinas 5.71. También se adquiere: carbonatos, caucho en forma primaria, derivados de petróleo y productos elaborados como por ejemplo las llantas y reciclados 2.86 por ciento, respectivamente.

Gobierno

- Existe un desconocimiento de los incentivos y mecanismos que ofrece el gobierno para la creación de PYMEs, un menor porcentaje conoce los créditos de la CFN, el Proyecto Emprende Ecuador del MICIP y las capacitaciones del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y el “Proyecto Prefiere lo Nuestro”.
- La mayor parte de encuestados afirma que ninguna política facilita al sistema productivo el abarcar mercados extranjeros. En menor porcentaje se señaló conocer las políticas de exportación, las normas contenidas en el Código de Producción y las políticas de créditos y capacitación.
- El 81.26 por ciento de las PYMEs del subsector CIU C22 Fabricación de Productos de Caucho y Plástico no conoce la existencia de políticas de mejoramiento de la competitividad o manifiesta que no existen, sólo 6.25 mencionó los incentivos tributarios en reinversión, y a las políticas de capacitación, respectivamente; y en menor porcentaje a los Convenios con

la CAN y a la Restricción de importaciones como apoyo a la producción nacional.

- La mayoría de las empresas cree que las políticas tributarias, financieras, laborales y de comercio exterior tienen una incidencia negativa en el desarrollo de la competitividad de las PYMEs del subsector. Sin embargo, la que más incidencia positiva tiene se señala a la laboral y la de menor incidencia positiva la de comercio exterior.

- Lo que menos afecta a la utilidad final de las empresas es el internet y la telefonía. El costo de la energía en la mayoría de los casos afecta entre el 1 al 10%. Y para el 1 por ciento el 50% en su utilidad.

Instituciones

- Las empresas tienen relación con el SRI (Servicio de Rentas Internas), el Ministerio de Relaciones Laborales, el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social), el Municipio de Quito con entes regulación, Superintendencia de Compañías, INH (Instituto Nacional De Higiene Izquieta Pérez), Ministerio de Salud, Ministerio de Industrias y Competitividad, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Educación, Ministerio de Inclusión Social, CAE (Comisión Aduanera Ecuatoriana), el IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual) y Ministerio de Ambiente. El 63.33% de las PYMEs está satisfecho con los servicios que prestan estas instituciones entre el 76 al 100%.

- Gran parte de las empresas desconocen la forma como colaboran las empresas públicas para que exista un mercado libre de competencia. Sólo 6.67 por ciento mencionaron: los controles, las campañas para fomentar el consumo nacional, los seminarios y la Ley Antimonopolio.

- El 42.86 por ciento dice que no existe protección a la propiedad y a la iniciativa privada, 40.00 señala que la propiedad intelectual y la iniciativa privada son protegidos por la Ley de propiedad intelectual, 8.57 por la Constitución de la República, 5.71 no conoce sobre alguna forma de protección y 2.86 por ciento señala que la protección se da a través de las Cámaras.

- El 41.67 por ciento señalan no estar afiliados a ninguna asociación; mientras que, el 22.22 se encuentra afiliado a la Cámara de Comercio de Quito, 13.89 a la CAPEIPI (Cámara de la Pequeña y Mediana Industria de Pichincha), 11.11 a la CIP (Cámara de Industrias y producción) y la Aseplas (Asociación Ecuatoriana de Plásticos), respectivamente.

- Existe un gran desconocimiento sobre los roles que desempeñan los gremios antes mencionados para los intereses empresariales de los asociados. Dentro de estos temas se mencionaron: la capacitación en cursos y seminarios, las reuniones que se mantienen con el gobierno para defender sus intereses, la asesoría en caso de requerirlo y el envío de informativos sobre nuevas regulaciones y temas de interés empresarial.

Infraestructura física

- Sobre la infraestructura proporcionada por el Estado, la mejor calificación se lo lleva el transporte terrestre, marítimo y aéreo con 73.33 por ciento que lo califican de muy bueno.

Así mismo, el estado y disponibilidad del transporte terrestre, marítimo y aéreo es importante para abarcar nuevos mercados para las mayorías de empresas. Las de menor influencia son: Servicios Sanitarios y la distribución de energía eléctrica y gas.

Mercado Financiero

- Las actividades empresariales que mayormente son financiadas por el sistema financiero son: 64.40 por ciento utiliza para capital de trabajo, 28.81 para la inversión en activos fijos, y sólo 6.78 por ciento para proyectos de inversión.
- Las necesidades financieras de las empresas son determinadas mayoritariamente, por 45.45 por ciento, a través de la elaboración de flujos de fondos, la segunda herramienta más utilizada, con el 25.45 es la Liquidez y Rentabilidad, 10.91 lo hace a través de indicadores financieros, y 9.09 por ciento lo hace por Flujo Operativo y Capacidad de Endeudamiento, respectivamente.

- El 71.05 por ciento de empresas, para el financiamiento de actividades de cambios tecnológicos, de reestructuración industrial e investigación y desarrollo acuden a la banca privada; mientras que, el 21.05 se financia con recursos propios y 2.63 por ciento acuden a la CFN, el Fondo PYME y el sector informal, respectivamente.

- La mayoría de empresas no conoce sobre las líneas de crédito que ofrece el estado. Sólo el 27.00 por ciento tiene acceso a este tipo de créditos para fondos de capital de trabajo, y el 3.00 por ciento accede para compras de maquinaria.

Eficiencia del mercado laboral

- El 62.25 por ciento de los encuestados reflejan una formación secundaria, el 15.23 universitaria, 12.52 primaria, 9.60 tecnológica, 0.37 maestría y 0.03 por ciento especialización.

- Las competencias genéricas agrupan al 63.00 por ciento de los encuestados; mientras que en las técnicas se concentra 37.00 restante. Dentro de las primeras se destacan: orientación al logro y acción, ayuda y flexibilidad, y entre las cognitivas: eficacia de personal e influencia. Dentro de competencias técnicas: habilidades técnico-profesionales, operativas, competencias diferenciadoras y ejecución de estrategias.

- La principal forma de evaluar la eficiencia y productividad de la fuerza laboral, es a través de índices de producción, seguido por análisis de ahorro de recursos, cumplimiento de objetivos, cumplimiento de exigencias de clientes, e indicadores de gestión.
- La mayoría de empresarios tiene la opinión que el nivel de productividad de la fuerza laboral del Subsector C22 es buena. Mientras que, los empresarios consideran que su nivel individual de productividad es “Muy Bueno”.
- El aumento de la productividad es el que ayuda a determinar la política salarial, seguida de las cualidades demostradas por los empleados. Otras empresas fijan salarios justos, o en función del nivel de capacitación del personal y en un menor porcentaje da bonificaciones por cumplimiento de metas o exceso en las expectativas.
- El 100% de las empresas no cuentan con sindicatos, de ahí que no se tiene influencia por parte de éste en las operaciones generales de las PYMEs.
- El 66.67 por ciento evalúa la relación existente entre patronos y trabajadores, como “Muy Buena”; seguido por 30.00 que lo hace como “Buena”, y finalmente 3.33 por ciento la califica como “Regular”.
- El 56.10 por ciento de las empresas mencionó que si invierte en capacitación profesional; sin embargo, existe alrededor del 17.07 que no cuenta con programas de desarrollo profesional y personal.

- En cuanto al perfeccionamiento del personal, las empresas se dirigen, con el 68.29 por ciento hacia la capacitación profesional, seguido por 19.51 que brinda apoyo al personal a través de manuales y políticas de comunicación, motivación y evaluación. Existe un 12.20 por ciento de empresas que no cuentan con programas y políticas para el perfeccionamiento del personal.

- Existe una fuerte división en cuanto a los efectos de la política laboral del Gobierno generados en la contratación del personal. El 31.25 por ciento piensa que se ha mejorado la situación para el trabajador, y 25.00 cree que la influencia ha sido negativa por los límites dados a la contratación, mientras que 21.88 por ciento cumple con la ley laboral y cree que no influye.

Desarrollo Tecnológico

- El 58.33 por ciento de las empresas no tienen programas de mejoramiento continuo, 25.00 capacita al personal y tiene indicadores para mantener Calidad Total y sólo 16.67 por ciento aplica las Normas ISO.

- La innovación tecnológica es lo que se ha evidenciado como una gran fortaleza de las empresas grandes. Seguido por infraestructura, recursos económicos, y certificaciones internacionales.

- El Benchmarking es subutilizado o desconocido por la mayoría de empresas. Sólo 6.67 por ciento dice que hizo cambios creando nuevos productos; y el 3.33 ha podido mejorar sus procesos utilizando Benchmarking.
- Existe muy poca innovación en el área de marketing, administrativa, financiera, producción y recursos humanos.
- El 45.00 por ciento de las PYMEs mide la eficiencia y productividad de las empresas es a través de índices de producción. El 18.33 a través de indicadores financieros, 15.00 por el nivel de ahorro de los recursos, 8.33 en función de índices de ventas, 5.00 a través de cumplimiento de objetivos, y 1.67 por ciento por medio de cumplimiento de exigencias de clientes.
- El 17.14 de las PYMEs promueve la creatividad e innovación a través de capacitaciones. El 5.71 por ciento brinda incentivos por objetivos y realiza estudios de mercado, respectivamente.
- En la investigación realizada se constato que 100 por ciento de los procesos no están patentados o desconocen y un 23.33 por ciento tiene patentados algunos de sus productos.
- La mayoría de empresas desconocen la existencia de programas universitarios para mejorar la competitividad empresarial o afirman que no existen, sólo 6.67 conoce sobre investigaciones de la Escuela Politécnica del

Ecuador, y 3.33 por ciento sobre proyectos de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y de la Universidad de las Américas, respectivamente. Además, el 100% de empresas no ha participado en programas empresa-universidad.

Medio Ambiente

- Los desperdicios que generan las empresas del sector CIU 22 en el Distrito Metropolitano de Quito son materiales recuperables como: cartón, papel y plástico. Luego están: los desechos líquidos, desechos sólidos, desechos orgánicos y contaminación por ruido.
- Estos desechos, se manejan a través de: reciclaje, gestores ambientales, planes ambientales, tratamiento de agua antes de evacuarla por el alcantarillado, incineración de desechos, y la evaluación de emisiones de gases.
- La mayoría de empresas no cuentan con planes de remediación ambiental, y sólo 20.00 por ciento cuenta con planes de manejo ambiental. El 13.33 no conoce sobre estos planes, 10.00 menciona no contaminar, y el 6.67 por ciento cumple con las normas ISO 14000 mediante recuperación de medio ambiente, y tratamiento de aguas.

Gestión Gerencial

- El 79.97 por ciento del nivel gerencial del subsector tiene educación universitaria, 11.00 cuenta con especializaciones, 5.70 con maestría y 3.33 por ciento tiene bachillerato.

- La mayoría de empresas no manejan un plan estratégico.

- La mayoría de empresas utiliza el presupuesto de ventas para la gestión empresarial, seguido por el presupuesto de producción, presupuesto de compras, flujos de caja y presupuesto de gastos. presupuestos de ingresos, presupuesto de cobranzas, logística e importaciones.

- La mayoría de empresas tiene definida su misión y por ende cuenta con la base para iniciar la planificación y orientación hacia el futuro.

- El principal objetivo de las empresas, a mediano plazo, es la expansión en los mercados nacionales. En la mayoría de los casos los objetivos han sido definidos sólo por la Alta Gerencia, sin involucrar a todo el personal.

- La competitividad trata de ser mejorada a través de: optimización de recursos, capacitación, minimizando los gastos, reingeniería de procesos, investigación de mercados, alianzas estratégicas, control de producción.

- Para reducir costos las empresas se enfocan en el proceso productivo, seguido por logística, servicio técnico, asesoría y ventas.
- Las actividades que conforman la cadena de valor para las empresas, están determinadas principalmente por las ventas y distribución.
- Respecto al Valor agregado de los productos frente a la competencia, la mayoría, 54.17 por ciento, señaló a la calidad, 18.75 a la atención personalizada a los clientes, 8.33 a la presentación del producto, 6.25 a la entrega oportuna, 2.08 productos amigables con el medio ambiente, buen precio, y el ser hecho en Ecuador, respectivamente.

6.1.2 Relativas a la competitividad del subsector CIU.

Primer pilar: Instituciones

El primer pilar de competitividad del Subsector CIU 22 alcanzó un promedio de 1.91/7, mientras que el de Ecuador se encuentra en 3.00/7. Esta valoración supone una calificación menor al índice del país debido a que dentro del Subsector CIU C22 existen deficiencias en derechos de propiedad, regulaciones gubernamentales, transparencia en las políticas del gobierno y una influencia negativa de la delincuencia y violencia en los costos de las empresas.

Los factores de éxito que componen la puntuación promedio del pilar fueron: derechos de propiedad con 1.75/7; protección de la propiedad intelectual con 2.89/7; confianza del público en el gobierno con 2.45/7; peso de las regulaciones gubernamentales con 1.75/7 al igual que la transparencia en las políticas del gobierno. Finalmente, los factores: costos de delincuencia y la violencia en las empresas con 0.70/7, y la eficacia de los ministerios públicos 2.10/7.

Cuadro N° 181.-

PRIMER PILAR DE COMPETITIVIDAD: INSTITUCIONES

1er Pilar: Instituciones		Equivalente WEF
1.01	Derechos de propiedad	1.75
1.02	Protección de la propiedad intelectual	2.89
1.04	Confianza del público en el gobierno	2.45
1.09	Peso de las regulaciones gubernamentales	1.75
1.12	Transparencia en las políticas del gobierno	1.75
1.14	Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas	0.70
1.19	Eficacia de los ministerios públicos	2.10
TOTAL		13.39
CALIFICACIÓN PROMEDIO		1.91

Fuente: Capítulo 5

Elaborado por: Génesis Ramírez

Segundo Pilar: Infraestructura.

El segundo pilar alcanzó el puntaje de 2.98/7, mientras que el comparativo nacional fue calificado por el WEF con 3.20/7. Esta valoración supone una calificación de la calidad general de la infraestructura según el CIIU C22 del DMQ menor al índice otorgado al país; es decir la calidad de: el transporte terrestre, marítimo, aéreo, telecomunicaciones, la distribución de energía eléctrica y gas, puertos y aeropuertos y servicios sanitarios es muy baja para las empresas del sector y aún requiere de mejoras.

Cuadro N° 182.-

SEGUNDO PILAR DE COMPETITIVIDAD: INFRAESTRUCTURA

2do Pilar: Infraestructura		Equivalente WEF
2.01	Calidad general de la infraestructura	2.98
TOTAL		2.98
CALIFICACIÓN PROMEDIO		2.98

Fuente: Capítulo 5

Elaborado por: Génesis Ramírez

Tercer Pilar: Entorno Socioeconómico.

El tercer pilar no fue medido en la presente investigación. Sin embargo, Ecuador obtuvo la calificación 4.80/7 en la escala WEF.

Cuarto Pilar: Salud y Educación primaria

El cuarto pilar no fue medido en la presente investigación. Sin embargo, Ecuador obtuvo la calificación 5.60/7 en la escala WEF.

Quinto Pilar: Formación y Educación Superior

La Formación y educación superior, se analizó desde dos factores de éxito. El primero, la tasa de matriculación en la educación superior, cuya puntuación alcanzó 1.75/7; mientras que, el segundo: disponibilidad local de formación y servicios de investigación, tuvo una puntuación de 5.08/7. Ambos factores dieron el promedio al pilar del Subsector CIU 22 del Distrito Metropolitano de Quito con una calificación de 3.42/7, mientras que, Ecuador tuvo un puntaje de 3.60/7 en el reporte del WEF 2010-2011. Lo que significa que el sector no se encuentra muy alejado del índice general del país, pero si por debajo, indicando una debilidad competitiva más grande al necesitar de recursos humanos con mejor formación y que cuenten con la oportunidad de recibir educación superior especializada.

Cuadro N° 183.-

**QUINTO PILAR DE COMPETITIVIDAD: FORMACIÓN Y
EDUCACIÓN SUPERIOR.**

5to Pilar : Formación y educación superior		Equivalente WEF
5.02	Tasa de matriculación en la educación superior	1.75
5.07	Disponibilidad local de formación y servicios de investigación	5.08
TOTAL		6.83
CALIFICACIÓN PROMEDIO		3.42

Fuente: Capítulo 5

Elaborado por: Génesis Ramírez

Sexto Pilar: Eficiencia del mercado

La intensidad de la competencia del mercado local alcanzó el puntaje 3.59/7, grado de dominio del mercado nacional 2.92/7, alcance y efecto de los impuestos materia prima 6.13/7, alcance y efecto de los impuestos en el producto terminado 3.68/7, requisitos para iniciar un negocio 1.58/7, prevalencia de las barreras comerciales-nacionales 2.36/7, aranceles 0.70/7, grado de orientación al cliente 4.73/7; finalmente, sofisticación del comprador 2.38/7. Los nueve factores de éxito dieron un promedio de 3.21/7, mientras que Ecuador obtuvo la calificación de 3.40/7 en el sexto pilar.

Lo que significa que el subsector C22 está por debajo del índice del Ecuador, indicando que la eficiencia del mercado se ve afectada principalmente por: los

aranceles, requisitos para iniciar un negocio, las barreras comerciales-nacionales y la sofisticación del comprador.

Cuadro N° 184.-

SEXTO PILAR DE COMPETITIVIDAD: EFICIENCIA DEL MERCADO

6to Pilar: Eficiencia de los bienes del mercado		Equivalente WEF
6.01	Intensidad de la competencia local	3.59
6.02	Grado de dominio del mercado nacional	2.92
6.04	Alcance y efecto de los impuestos materia prima	6.13
6.04	Alcance y efecto de los impuestos producto terminado	3.68
6.06	Requisitos para iniciar un negocio	1.58
6.09	Prevalencia de las barreras comerciales-nacionales	2,36
6.10	Aranceles	0.70
6.14	Grado de orientación al cliente	4.73
6.15	Sofisticación del comprador	2.38
TOTAL		25.71
CALIFICACIÓN PROMEDIO		3.21

Fuente: Capítulo 5

Elaborado por: Génesis Ramírez

Séptimo Pilar: Eficiencia del Mercado Laboral

Aquí se enfocaron cuatro factores de éxito. El primero relacionado con las relaciones empleador- trabajador que obtuvo un puntaje 3.50/7 en el

Subsector CIU 22, también se analizaron: la flexibilidad en la determinación de salarios con 2.28/7, prácticas de contratación y despido 2.80/7, y finalmente, paga y productividad 3.15/7 como equivalente WEF.

Los cuatro factores de éxito dieron un promedio al pilar del Subsector CIU 22 de 2.93/7 en la escala WEF, mientras que Ecuador registra la calificación 3.20/7. Lo que significa que el sector se encuentra por debajo del índice WEF para el país, debido principalmente a los efectos de la flexibilidad en la determinación de salarios y a las prácticas de contratación y despido.

Cuadro N° 185.-

**SÉPTIMO PILAR DE COMPETITIVIDAD: EFICIENCIA DEL
MERCADO LABORAL**

7mo Pilar : Eficiencia del mercado laboral		Equivalente WEF
7.01	Cooperación en las relaciones empleador-trabajador	3.50
7.02	Flexibilidad en la determinación de los salarios	2.28
7.04	Prácticas de contratación y despido	2.80
7.06	Paga y productividad	3.15
TOTAL		11.73
CALIFICACIÓN PROMEDIO		2.93

Fuente: Capítulo 5

Elaborado por: Génesis Ramírez

Octavo Pilar: Desarrollo Mercado Financiero

El octavo pilar fue analizado desde cuatro factores de éxito: disponibilidad de servicios financieros que alcanzó una puntuación 0.96/7, financiamiento a través del mercado local de capitales 4.03/7, facilidad de acceso al crédito 2.71/7, y restricción en los flujos de capital 3.50/7. Dando como resultado la calificación promedio 2.80/7 en el Subsector CIU 22. En el cual Ecuador tuvo la calificación 3.40/7. Lo que significa que la competitividad del sector está afectada por la disponibilidad de los servicios financieros y la facilidad de acceso a los créditos.

Cuadro N° 186.-

OCTAVO PILAR DE COMPETITIVIDAD: DESARROLLO DEL MERCADO FINANCIERO.

8vo Pilar: Desarrollo del mercado financiero		Equivalente WEF
8.01	Disponibilidad de los servicios financieros	0.96
8.03	Financiamiento a través del mercado local de capital	4.03
8.04	Facilidad de acceso al crédito	2.71
8.06	Restricción en los flujos de capital	3.50
TOTAL		11.20
CALIFICACIÓN PROMEDIO		2.80

Fuente: Capítulo 5

Elaborado por: Génesis Ramírez

Noveno Pilar: Preparación Tecnológica

En el noveno pilar “Preparación tecnológica” se analizan desde dos factores de éxito: la disponibilidad de las últimas tecnologías que alcanzó un puntaje de 3.24/7, y el nivel de la empresa en absorción de tecnología que tuvo una calificación de 2.22/7. Ambos factores dan un promedio de 2.73/7 para el Subsector CIU 22, y en el caso de Ecuador la calificación fue de 3.00/7 en el reporte del WEF. Lo que implica una gran deficiencia para el sector que incluso se encuentra por debajo del índice para el país, reflejando la situación tecnológica deficiente para el sector tanto en disponibilidad como en absorción.

Cuadro N° 187.-

NOVENO PILAR DE COMPETITIVIDAD: PREPARACIÓN TECNOLÓGICA

9no Pilar: Preparación tecnológica		Equivalente WEF
9.01	Disponibilidad de las últimas tecnologías	3.24
9.02	Nivel de la empresa en absorción de tecnología	2.22
TOTAL		5.46
CALIFICACIÓN PROMEDIO		2.73

Fuente: Capítulo 5

Elaborado por: Génesis Ramírez

Décimo Pilar: Tamaño del Mercado

El décimo pilar se analizó desde dos factores de éxito: el primero, el índice del mercado nacional que obtuvo la calificación 3.12/7; y el segundo, tamaño del mercado extranjero que tuvo 2.54/7. Ambos dan un promedio al pilar del Subsector CIU 22 de 2.83/7, y el de Ecuador obtuvo la calificación 3.80/7 en el reporte del WEF.

Lo que significa que el Subsector se encuentra por debajo del índice WEF para el país, implicando una situación más complicada en cuando al tamaño del mercado nacional y extranjero.

Cuadro N° 188.-

DÉCIMO PILAR DE COMPETITIVIDAD: TAMAÑO DEL MERCADO

10mo Pilar: Tamaño del mercado		Equivalente WEF
10.01	Índice del tamaño del mercado nacional	3.12
10.02	Índice del tamaño del mercado extranjero	2.54
TOTAL		5.66
CALIFICACIÓN PROMEDIO		2.83

Fuente: Capítulo 5

Elaborado por: Génesis Ramírez

Décimo Primer Pilar: Sofisticación de la Empresa

Este pilar ha sido el único que ha sobrepasado las medidas de Ecuador, que según el WEF alcanzó el puntaje 3.30/7, frente al del Subsector CIU 22 de

3.36/7. Lo que significa que el subsector se encuentra levemente mejor que el índice WEF para el país, principalmente debido al grado de comercialización, y la amplitud de la cadena de valor que realiza el sector.

El promedio surgió del análisis de 6 factores de éxito: calidad de proveedores locales que alcanzó 2.98/7, estado del desarrollo de clústers (expansión) 2.63/7, naturaleza de la ventaja competitiva nacional 2.80/7, amplitud de la cadena de valor 4.03/7, grado de comercialización 5.60/7, y disposición para delegar autoridad 2.10/7.

Cuadro N° 189.-

DÉCIMO PRIMER PILAR DE COMPETITIVIDAD: SOFISTICACIÓN DE LA EMPRESA

11vo Pilar: Sofisticación de la empresa		Equivalente WEF
11.02	Calidad de proveedores locales	2.98
11.03	Estado del desarrollo de clústers (expansión)	2.63
11.04	Naturaleza de la ventaja competitiva nacional	2.80
11.05	Amplitud de la cadena de valor	4.03
11.08	Grado de comercialización	5.60
11.09	Disposición para delegar autoridad	2.10
TOTAL		20.14
CALIFICACIÓN PROMEDIO		3.36

Fuente: Capítulo 5

Elaborado por: Génesis Ramírez

Décimo Segundo Pilar: Innovación

Finalmente, el último pilar “Innovación” tuvo la calificación promedio de 2.13/7, por debajo de la calificación de Ecuador según el WEF que es de 2.40/7. Lo que significa que el sector se encuentra por debajo del índice de país debido principalmente a la falta de colaboración entre la Universidad y la Industria de plásticos y caucho en Investigación y Desarrollo y a la baja capacidad de innovación de las empresas.

Dentro de este pilar se tomaron en cuenta tres factores de éxito: capacidad de innovación de las empresas con 2.63/7, capacidad de innovación de la sociedad en general 2.89, y colaboración Universidad- Industria en Investigación y Desarrollo 0.88/4.

Cuadro N° 190.-

DÉCIMO SEGUNDO PILAR DE COMPETITIVIDAD: INNOVACIÓN

12vo Pilar: Innovación		Equivalente WEF
12.01	Capacidad de innovación (de las empresas)	2.63
12.01	Capacidad de innovación (de la sociedad en general)	2.89
12.04	Colaboración Universidad-Industria en I&D	0.88
TOTAL		6.40
CALIFICACIÓN PROMEDIO		2.13

Fuente: Capítulo 5

Elaborado por: Génesis Ramírez

6.1.3 Índice de Competitividad Global

En el cuadro que se presenta a continuación se refleja los resultados alcanzados en la Investigación frente a los alcanzados a nivel de país.

A excepción de dos pilares que no han sido investigados que son el tercer y cuarto pilar, la calificación promedio demuestra que el sector se encuentra por debajo del comparativo Nacional en casi la totalidad de los pilares.

Los requerimientos básicos, a nivel nacional, alcanzaron una calificación de 4.10/7 en la escala WEF, mientras que el CIU 22 alcanzó 2.45/7. Los promotores de eficiencia, a nivel nacional, alcanzaron una calificación de 3.40/7, mientras que el CIU 22 alcanzó 2.99/7 en la escala WEF. Los factores de innovación y sofisticación, en el Ecuador, alcanzaron la calificación 2.90/7, mientras que el CIU 22 tuvo la calificación 2.75/7 en la escala WEF.

El pilar con menor brecha del índice nacional es el onceavo “Sofisticación de la empresa” con 3.36/7, y los que más alejados se encuentra son el primer pilar “Instituciones” y décimo pilar “Tamaño del Mercado”.

Cuadro N° 191.-

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL

INDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL	SCORE (1-7)	
	ECUADOR	C 20
REQUERIMIENTOS BASICOS	4.1	2.45
1er Pilar: Instituciones	3	1.91
2do Pilar: Infraestructura	3.2	2.98
3er Pilar: Entorno macroeconómico	4.8	*
4to Pilar : Salud y educación primaria	5.6	*
PROMOTORES DE EFICIENCIA	3.4	2.99
5to Pilar : Formación y educación superior	3.6	3.42
6to Pilar: Eficiencia de los bienes del mercado	3.4	3.21
7mo Pilar : Eficiencia del mercado laboral	3.2	2.93
8vo Pilar: Desarrollo del mercado financiero	3.4	2.80
9no Pilar: Preparación tecnológica	3	2.73
10mo Pilar: Tamaño del mercado	3.8	2.83
FACTORES DE INNOVACIÓN Y SOFISTICACIÓN	2.9	2.75
11vo Pilar: Sofisticación de la empresa	3.3	3.36
12vo Pilar: Innovación	2.4	2.13

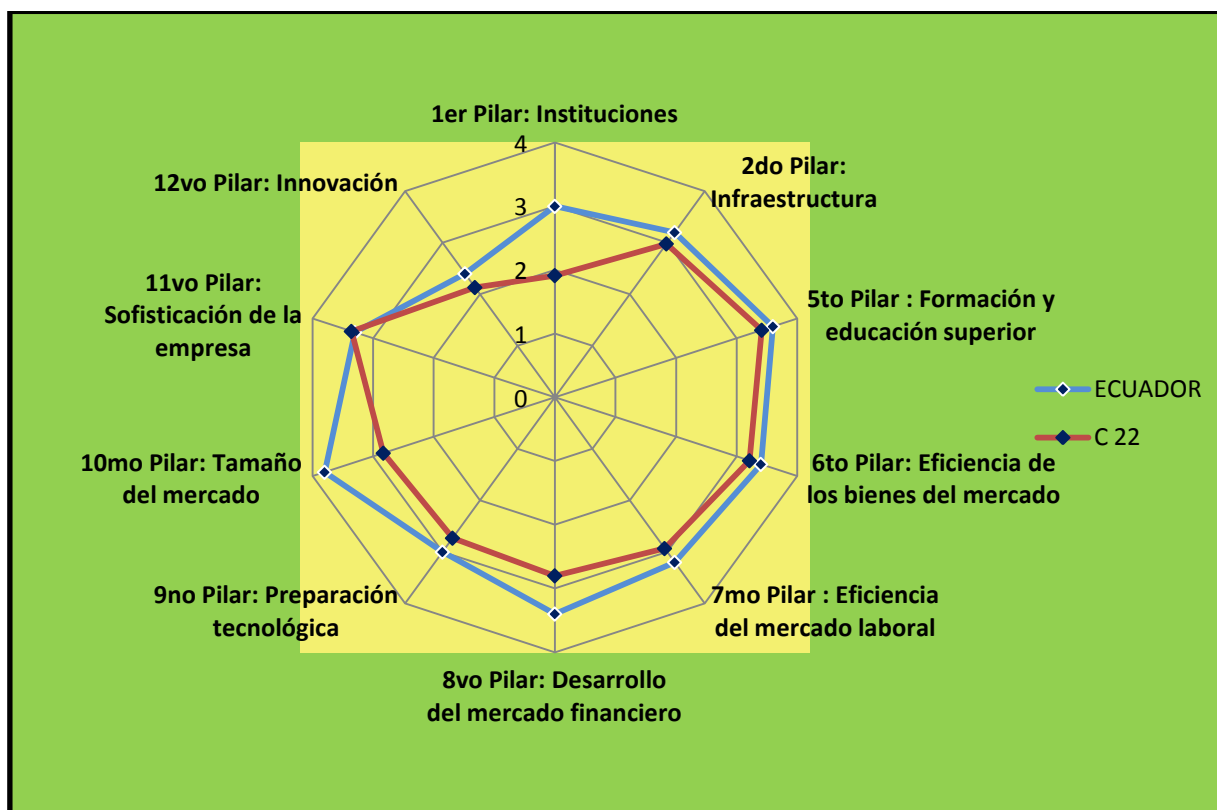
Nota: * No medidas en la investigación.

Fuente: Datos Cap. 5

Elaborado por: Génesis Ramírez

Gráfico N° 127.-

APROXIMACION BRECHAS COMPETITIVAS ECUADOR-C 22



Fuente: Cuadro N° 191
Elaborado por: Génesis Ramírez

6.2 RECOMENDACIONES

Para superar el orden de cosas descrito en los temarios anteriores se recomienda:

6.2.1 Al Gobierno Nacional

- Mejorar el manejo de las políticas de fomento de producción nacional focalizadas por necesidades de cada CIU. En el caso de la producción de

plásticos y cauchos, la realidad ecuatoriana de la industria demuestra un total desconocimiento de las políticas y proyectos que ofrece el gobierno enfocados al desarrollo del aparato productivo.

- Se debe implementar incentivos que permitan la adquisición de bienes de capital con nueva tecnología, a través de un régimen menos impositivo, mayor financiamiento y garantías de inversión. Esta política debe ser ejecutada con controles de cumplimiento y evaluación del crecimiento de pequeñas y medianas empresas manufactureras.
- Si bien el Código de la Producción, Comercio e Inversiones publicado en diciembre 2010 tiene como objetivo regular el proceso productivo orientado al buen vivir, existen dos aspectos que deben reconsiderarse en el mismo. El primero es la necesidad urgente de políticas focalizadas en el sector manufacturero; por ejemplo, el tratamiento de comercio exterior, arancelario y tributario que debe ofrecer el Gobierno Nacional para impulsar su desarrollo. El segundo aspecto, es materializar las Zonas Especiales de Desarrollo (ZEDE) por clústers para poder agrupar PYMEs que hacen trabajos complementarios.
- Hay que cambiar la visión estatal de proteccionismo para fortalecer en las PYMEs la visión de competitividad y desarrollo, en donde la existencia de competidores extranjeros y nacionales sea vista como una oportunidad para mejorar procesos, e innovar estrategias empresariales.

- Hay que propender un cambio en la ampliación de mercados mediante convenios y tratados con mercados potenciales. La apertura depende mucho de las negociaciones entre gobiernos y de la seguridad jurídica para atraer inversiones y sustituir importaciones. El estado por ende está en la obligación de brindar tal seguridad y estabilidad, así como en realizar un papel eficiente y visionario en la globalización de la industria y comercio.

- Se requiere establecer disposiciones reglamentarias para incluir a las PYMEs en las compras públicas, proceso en el que podría simplificarse los requisitos para ser proveedor, establecer un porcentaje definido del total de compras del sector público que debe ser destinado obligatoriamente a proveedores de este sector. Se requiere que la implementación de programas de apoyo financiero con la CFN, para aquellos requerimientos que tienen las PYMEs sean bien evaluados para que contribuyan a fortalecer la capacidad productiva.

- El desarrollo de clústers debe ser una política especial de Estado, para vincular a los diferentes actores en la estructuración del producto final. Esta política debe generar beneficios tributarios y/o arancelarios para que puedan elaborar productos con mayor valor agregado las diferentes agrupaciones.

Dentro de las ZEDEs deberían diseñarse zonas para encadenamientos productivos que disminuyan costos de transporte e incrementen tiempos de respuesta.

- El mejoramiento de la transparencia de los servicios de las instituciones públicas, debe ser un compromiso básico, en donde todas las empresas puedan acceder en forma justa y equitativa a permisos y acreditaciones.

6.2.2. A las Universidades

- Corresponde a las universidades jugar un rol más activo con el aparato productivo del país, no sólo a través de la formación de profesionales con habilidades más críticas y actualizadas a las necesidades ecuatorianas; sino también, en la creación de una red de servicios para el sector manufacturero, en donde se implementen servicios de contabilidad, tributación, finanzas, evaluación de proyectos, exportaciones, importaciones, mejoramiento de procesos, organización, evaluación de cargos, gobierno corporativo. Servicios que pueden dar una guía oportuna y accesible a la pequeña y mediana industria y que representaría para los estudiantes la real aplicación de los conocimientos y del análisis crítico.
- La información es fundamental, de ahí la necesidad de la industria manufacturera de contar con las universidades como fuente de conocimientos de nuevas tendencias de producción, estadísticas actualizadas del sector productivo y nuevos descubrimientos. Esto se podría lograr a través de un sistema de información científico brindado por las universidades que esté dividido por CIU y que pueda funcionar como un observatorio ecuatoriano de PYMEs.

- Se requiere más investigación experimental, particularmente en el CIU 22, se necesita urgente de la creación de compuestos químicos más amigables con el medio ambiente y viables de ser producidos a gran escala para obtener una ventaja competitiva como país. Así como también de la búsqueda de nuevas formas de tratamiento de desecho con costos accesibles a las PYMEs.

- Deberían crearse centros estatales universitarios de investigación de nuevas resinas y polímeros en el caso de la industria del plástico, incluso en los cuales se brinde capacitación sobre nuevos procesos manufactureros.

6.2.3. A las PYMEs

- La innovación permanente y la creatividad debe ser un compromiso fundamental de todo el sector manufacturero. Compromiso que debe estar basado en programas de mejora continua, búsqueda de obtención de certificaciones que avalen la calidad, inversión en investigación y apertura a nuevas ideas.

- La organización de las PYMEs debe orientarse hacia el logro de metas claras y bien definidas utilizando herramientas administrativas como la Planificación Estratégica. La misma que debe propender a una modernización de la gestión empresarial, que mantenga los vínculos familiares que existe en gran parte de las PYMEs ecuatorianas, pero que busque como premisa básica el crecimiento de sus operaciones.

- Otro compromiso del sector manufacturero, debe estar orientado a la actualización permanente de la tecnología y descubrimientos científicos relevantes del CIU al que pertenecen. Así como de la nueva maquinaria que aparece en el mercado nacional e internacional.
- El personal del sector manufacturero, debe ser visto como un recurso fundamental que debe estar capacitado, y con un clima laboral que motive su crecimiento profesional y seguridad ocupacional.
- La gestión gerencial debe buscar continuamente nuevos enfoques de direccionamiento de procesos, con una visión competitiva que mejore tiempos, planifique, ahorre e invierta, en optimización de recursos.
- Actualmente existen programas de ayuda para la gestión de las PYMEs, en el portal del Ministerio de Industrias y Productividad se encuentran algunos proyectos que fomentan el crecimiento de este sector. Las empresas deberían aprovechar estos proyectos y buscar información para ser parte de estas alternativas. Por ejemplo el proyecto EXPORTAPYME que promueve el acceso a mercados internacionales, puede ser analizado al detalle ingresando a la página: [<http://www.producepyme.gob.ec/portal/index.php?module=Pagesetter&func=viewpub&tid=1&pid=14>].

6.2.4. A las Cámaras de la Pequeña y Mediana Industria

- El rol de las Cámaras en el mejoramiento de la competitividad, debería reflejarse en iniciar la conformación de los clústers por sectores productivos a

través de alianzas, puesto que cuentan con la información y podrían ser los líderes que guíen la conformación y desarrollo de empresas vinculantes desde el aprovisionamiento de materia prima hasta la distribución del producto terminado.

- Las cámaras y gremios de empresas manufactureras deben brindar mayor información y guía sobre procesos existentes estatales que beneficien al sector. Tales como el financiamiento que ofrece la Corporación Financiera Nacional y los beneficios para importación por ser miembros de la CAN. Esta información, debe ser también sobre los beneficios de formar parte de los gremios. Una solución para comenzar informar y ejecutar las actuales políticas podría ser a través de internet, periódico, brigadas conformadas por personal capacitado que visiten las pequeñas y medianas empresas ofreciendo un portafolio de servicios estatales que les permitan invertir en infraestructura con tasas preferenciales y mecanismos de producción moderna.
- Dentro de la Cámara debería existir un centro de defensa de la pequeña y mediana industria, a través de la cual puedan gestionarse los procesos de permisos y certificaciones, en busca de un acceso equitativo a todas las empresas del Sector.
- Se requiere que las cámaras establezcan convenios de adiestramiento a todos los afiliados del sector sobre temas de interés por cada CIU.

BIBLIOGRAFÍA

- BCE. (2010). *La economía ecuatoriana luego de 10 años de dolarización*
- BCE. (2011). *Boletín mensual*. Volumen N° 1912 de Junio 2011.
- BCE. (2011). *Boletín mensual Diciembre 2011*
- BCE. (2011). *Cuentas Nacionales cambio de año base*. Agregado por industria 2011
- Banco Mundial y MICIP (2001). *Agenda Nacional de Competitividad*. Quito, Ecuador.
- BERUMEN, S., PALACIOS, O. (2009). *Competitividad, Clusters e Innovación*. México: Editorial Trillas. Primera edición.
- BELTRÁN, A., TORRES, E. y otros. (2004). *PYMES Un reto a la competitividad*. Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- BID (2004). *Competitividad: Conceptos y Buenas Prácticas*.
- BURÓ DE ANÁLISIS INFORMATIVO. (13 de Enero 2011). [<http://www.burode analisis.com/2011/01/13/ecuador-bajo-15-puestos-en-el-ranking-de-competitividad-global-en-4-anos/>]. *Ecuador bajó 15 puestos en el ranking de Competitividad Global en 4 años*.
- CASIOPEA. (27 septiembre 2010). [http://wiki.ead.pucv.cl/index.php/Historia_Del_Caucho]. *Historia del Caucho*.
- CAMPOS, E. (1998). “**El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual**”. *Boletín de Estudios Económicos*. Volumen 164. 205-229. Asociación de Licenciados en Ciencias Económicas por la Universidad Comercial de Deusto.
- CHARLES, W. (2000). *Negocios Internacionales: Ventaja Competitiva de una nación: el diamante de Porter*. México.
- CHILD, J. & KIESER, A. (1981). “**Development of Organizations over time**”. *Nystrom, P. C. & Starbuck, W. H. (eds.). Handbook of Organizational Design* (pp. 28-64). Oxford University Press.
- DAHLMAN, C. (1994). *New Elements of International competitiveness: implications for developing economies. C.I. Bradford, The new paradigm of systemic competitiveness: toward more integrated policies in Latin America*. OECD. Paris.
- EL UNIVERSO (10 de Septiembre 2010) [<http://www.eluniverso.com/2010/09/10/1/1356/ecuador-continua-105-ranking-competitividad.html?p=1355A&m=2160>] **Economía**.
- FEINDT, S., JEFFCOATE, J. & CHAPPELL, C. (2002). “**Identifying success factors for rapid growth in SME E-commerce**”. *Small Business Economics*, Volumen 19. Holanda: Springer.
- FERNÁNDEZ, Z. (1993). “**La organización interna como ventaja competitiva para la empresa**”. *Papeles de Economía Española*. Volumen 56, 178-193. España: Fundación de las Cajas de Ahorros.
- GALÁN C, y otros. (2007). “**El Impacto de la Globalización en las PYMEs medido a través de su actividad exportadora**”. *VIII Congreso Nacional e Internacional de Administración – CPCECABA*. Volumen 7.
- GOOGLE SCHOLAR. “*Scholar articles for Global Competitiveness Report*”. Consultado el 28-09-2010.

- GUEVARA, D. (2008). [<http://www.aiu.edu/publications/student/spanish/Administracion%20de%20Sueldos%20y%20Salarios.html>]. *Administración Moderna de Sueldos y Salarios*.
- HERRAEZ A. (2001). [[http://www.icm.espol.edu.ec/home/alumnos/herraez/quito.htm#Quito, Distrito Metropolitano](http://www.icm.espol.edu.ec/home/alumnos/herraez/quito.htm#Quito,DistritoMetropolitano)]. **Distribución Territorial del Distrito Metropolitano de Quito**.
- HOBOHM, D. (2004). *Frameworks for the development of innovative industries viotechnology in Taiwan, South Korea and Thailand*. German Development Institute, Bonn.
- INSOTEC. (2002). [http://www.micip.gov.ec/images/stories/delministerio/Diagnostico_PYME.pdf]. *Diagnóstico de la Pequeña y Mediana Industria*. Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad. MICIP.
- JOHNSON, G. (2001). *Dirección Estratégica*. Madrid.
- KOSCIUK, N. (2006). *Sistema de Información Gerencial*. Laudon y Laudon: Alfaepsilon.
- LARA, F. (Sept. 2011). *Sector Industrial: Plásticos, creatividad e innovación*. Suplemento Publicitario Vistazo. p. 5
- LÓPEZ E. ACOSTA M. y otros. (2007). “**La globalización y sus efectos en la Gestión de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en Latinoamérica**”. *Redalyc*. Volumen 008.
- LUNA, L. (2007). *Economía Internacional del Siglo XXI*. Ecuador: Pudeleco Editores.
- MARKUSEN, J. (1992). *Productivity, Competitiveness, Trade Performance and Real Income: The Nexus among Four Components*, Supply and Services Canada, Ottawa.
- MATEUS J. BRASSET D. (2002). “**La globalización: sus efectos y bondades**”. *Economía y Desarrollo*. Volumen 1.
- MBA Tutorials. (2011). [<http://www.mba-tutorials.com/strategy/85-cpm-competitive-profile-matrix.html>]. *CPM (Competitive Profile Matrix)*.
- MCFETRIDGE, D.G. (1995), “*Competitiveness: Concepts and Measures*”, Occasional Paper No. 5, Carleton University, Canada.
- MENOSCAL, A. (2011). *El Industrial Plástico especializado del Ecuador*: REVISTA DE LA ASEPLAS “INTEGRA”. Edición 27. Agosto.
- NACIONES UNIDAS, (2009). “**Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)**”. *Informes Estadísticos*. N°4/Rev. 4.
- NONAKA, L. (1991). *The Knowledge Creating Company*. Harvard Business Review (pp. 96-104). Estados Unidos: Harvard Business School Publishing Corporation.
- OECD (1992), *The Technology and the Economy*, Paris.
- ONUDI y MICIP. (2004). *Competitividad Industrial del Ecuador*. Quito: Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad.
- PEÑA, H. *Prácticas Presupuestarias para ejecutivos*. Volumen I. Ecuador: Editorial Ecuador.
- PETRAKIS, P. (1997). *Entrepreneurship and Growth: Creative and Equilibrating Events*. Small Business Economics, 9, 383-402. Holanda: Springer
- PORTER, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press
- PORTER, M. (1991). *La ventaja Competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Edición Vergara.
- PORTER, M. (2011). [[http://www.maxi-pedia.com/Five+Forces+model+by+ Michael+ Porter](http://www.maxi-pedia.com/Five+Forces+model+by+Michael+Porter)]. *Cinco Fuerzas de Porter*.

- PRADO J. (2006). “**Análisis y Ranking de PYMES**”. *Revista Económica del IDE: Perspectiva*. Volumen 2.
- SALOM, G. y SHULTERBRANDT S. (2002). [<http://www.revistainterforum.com/español/articulos/020302artprin3.html>]. “**Las microempresas, las PYMES y Latinoamérica**”. *Revista Inter-orum*.
- SALVADOR, M. (2001). “**Colores y aditivos como alternativa para reducir el impacto ambiental**”. *Revista de la Asociación Ecuatoriana de Plásticos*. Volumen 27. p. 8-9
- SAMPIETRO, G. RESCIA. L. (2007). [<http://www.monografias.com/trabajos4/elcaucho/elcaucho.shtml#top>]. *El caucho*.
- SANTAMARIA, M. (2008). [<http://competitividadempresarial.bligoo.com/content/view/310227/La-Gestion-de-la-Innovacion-Tecnologica-Necesidad-o-Moda.html>]. Competitividad Empresarial. *La Gestión de la Innovación Tecnológica: ¿Necesidad o Moda?*
- SANTANA, F., DORTA J., y otros. (2006). “**Factores del crecimiento empresarial especial referencia a las pequeñas y medianas empresas**”. *Revista Innovar*. Volumen 16. Num 028. Universidad Nacional de Colombia.
- SANTOS, J. (2005). *Manual ECO GEO XXI*. San Salvador: Acción Consultores.
- SCHWAB, K. (2010). *Global competitiveness report 2010-2011*. World Economic Forum.
- SOSA, M. (2008). “**Los plásticos: materiales a la medida**”. *¿Cómo ves?*. Volumen°43
- STALK, G., EVAN, P. y SHULMAN, L. (1992). *Competing on capabilities: the new rules of corporate strategy*. Harvard Business Review, march-april, Cambridge, Massachusetts.
- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS. *Anuarios Estadísticos 2006-2010*
- UMAÑA, V. (2009) *Centroamérica: Competitividad en tiempos de crisis Análisis del Informe Global de Competitividad 2008-2009*. Centro Latinoamericano para la Competitividad y Desarrollo Sostenible- Antigua, Guatemala.
- UTEPI. Unidad Técnica de Estudios para la Industria. (2007). *Competitividad Industrial del Ecuador*. Ministerio de Industrias y Competitividad y la ONUDI.
- VILASECA, J. & TORRET, J. (2003). *Inversión en Intangibles y competitividad internacional de la gran empresa española*. Estudios de Economía Aplicada. Vol. 21, 3, 503-520. España: Asociación de Economía Aplicada (ASEPELT).
- VILLARREAL, R. (2002). *El modelo de competitividad sistémica para el desarrollo*. (Centro de Capital Intelectual y Competitividad MÉXICO). México Competitivo 2020
- WONG, S. (2010). *Competitividad Global: Resultados 2010-2011*. Ecuador: ESPAE: Escuela de Postgrado en Administración de Empresas.
- (Sin autor). [<http://www.aseplas.org>]. *Origen del Plástico en Ecuador*.

ANEXO N° 1

El índice de competitividad global en detalle.-

A continuación se muestra en detalle la posición del Ecuador de un total de 139 naciones, tomando en cuenta los factores que integran cada uno de los 12 pilares de competitividad del modelo WEF.

1er Pilar: Instituciones	Puesto / 139
1.01 Derechos de propiedad.....	123
1.02 Protección de la propiedad intelectual.....	128
1.03 Desvío de fondos públicos.....	130
1.04 Confianza del público en el gobierno.....	124
1.05 Pagos irregulares y coimas.....	103
1.06 Independencia judicial.....	135
1.07 Favoritismo en las decisiones de los funcionarios del gobierno.....	112
1.08 Despilfarro del gasto público.....	133
1.09 Peso de las regulaciones gubernamentales.....	97
1.10 Eficiencia del marco legal en la solución de controversias.....	135
1.11 Desafío de la eficiencia de la normativa dentro del marco legal.....	132
1.12 Transparencia en las políticas del gobierno.....	112
1.13 Costos del terrorismo en las empresas	98
1.14 Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas.....	117
1.15 Delincuencia organizada.....	113
1.16 Fiabilidad de los servicios policiales.....	120
1.17 Comportamiento ético de las empresas.....	113
1.18 Influencia de las normas de auditoría en la presentación de informes.....	108
1.19 Eficacia de los ministerios públicos.....	103

1.20	Protección de los intereses de los accionistas minoritarios.....	113
1.21	Fuerza de protección a los inversores.....	109

2do Pilar: Infraestructura

2.01	Calidad general de la infraestructura.....	98
2.02	Calidad de las carreteras.....	83
2.04	Calidad de la infraestructura portuaria.....	113
2.05	Calidad de la infraestructura del transporte aéreo.....	92
2.03	Calidad de la infraestructura ferroviaria.....	73
2.06	Disponibilidad de pasajes aéreos.....	72
2.07	Calidad del suministro de energía eléctrica.....	102
2.08	Disponibilidad de líneas telefónicas fijas.....	83
2.09	Nivel de suscripciones a telefonía móvil.....	59

3er Pilar: Entorno Macroeconómico

3.01	Balance del presupuesto del Gobierno.....	64
3.02	Tasa de ahorro nacional.....	43
3.03	Inflación.....	95
3.04	Diferencial de tasas (spread o brecha).....	44
3.05	Deuda del gobierno.....	21
3.06	Calificación crediticia del país.....	129

4to Pilar: Salud y educación primaria

4.01	Impacto económico por la malaria.....	95
4.02	Incidencia de la malaria.....	99

4.03	Impacto económico por la tuberculosis.....	79
4.04	Incidencia de la tuberculosis.....	79
4.05	Impacto en el negocio por el VIH/ Impacto económico por el VIH SIDA.....	75
4.06	Prevalencia del VIH.....	71
4.07	Mortalidad infantil.....	83
4.08	Esperanza de vida.....	49
4.09	Calidad de la educación primaria.....	117
4.10	Tasa de matriculación en la educación primaria.....	43

5to Pilar: Formación y educación superior

5.01	Tasa de matriculación en la educación secundaria.....	93
5.02	Tasa de matriculación en la educación superior.....	56
5.03	Calidad del sistema educativo.....	122
5.04	Calidad de la educación en matemáticas y ciencias.....	117
5.05	Calidad de las escuelas de gestión / posgrados.....	103
5.06	Acceso a internet en las escuelas.....	109
5.07	Disponibilidad local de formación y servicios de investigación.....	103
5.08	Alcance de la capacitación del personal.....	107

6to Pilar: Eficiencia de los bienes del mercado

6.01	Intensidad de la competencia local.....	116
6.02	Grado de dominio del mercado.....	132
6.03	Efectividad de las políticas antimonopolio.....	133
6.04	Alcance y efecto de los impuestos.....	124

6.05	Tasa de impuesto total.....	49
6.06	Requisitos para iniciar un negocio.....	121
6.07	Tiempo necesario para iniciar un negocio.....	126
6.08	Costos de la política agrícola.....	115
6.09	Prevalencia de las barreras comerciales.....	139
6.10	Aranceles.....	86
6.11	Prevalencia de la propiedad extranjera.....	119
6.12	Impacto de las normas en el negocio de la inversión extranjera directa.....	138
6.13	Carga de procedimientos aduaneros.....	111
6.14	Grado de orientación al cliente.....	129
6.15	Sofisticación del comprador.....	92

7mo Pilar: Eficiencia del mercado laboral

7.01	Cooperación en las relaciones empleador- trabajador.....	122
7.02	Flexibilidad en la determinación de los salarios.....	114
7.03	Rigidez del empleo (cargo).....	90
7.04	Prácticas de contratación y despido.....	136
7.05	Costos de despido.....	130
7.06	Pago y productividad.....	135
7.07	Confianza en la gestión gerencial.....	127
7.08	Fuga de cerebros.....	112
7.09	Participación femenina en la fuerza de trabajo.....	100

8avo Pilar: Desarrollo del mercado financiero

8.01	Disponibilidad de los servicios financieros.....	110
------	--	-----

8.02	Asequibilidad de los servicios financieros.....	114
8.03	Financiamiento a través del mercado local de capital.....	97
8.04	Facilidad de acceso al crédito.....	108
8.05	Disponibilidad de capital de riesgo.....	117
8.06	Restricción en los flujos de capital.....	133
8.07	Solidez de los bancos.....	83
8.08	Reglamento de las bolsas de valores.....	71.
8.09	Índice de derechos legales.....	103

9no Pilar: Preparación tecnológica

9.01	Disponibilidad de las últimas tecnologías.....	106
9.02	Absorción de la tecnología a nivel de empresa.....	106
9.03	FDI (Inv. extranjera directa) y la transferencia de tecnología.....	131
9.04	Usuarios de internet.....	94
9.05	Suscripciones a Internet banda ancha.....	85
9.06	Ancho de banda de internet.....	84

10mo Pilar: Tamaño del Mercado

10.01	Índice del tamaño del mercado nacional.....	60
10.02	Índice del tamaño del mercado extranjero.....	72

11avo Pilar: Sofisticación de la empresa

11.01	Cantidad de los proveedores locales.....	117
11.02	Calidad de los proveedores locales.....	104
11.03	Estado del desarrollo de clústers.....	110
11.04	Naturaleza de la ventaja competitiva.....	126

11.05 Alcance de la cadena de valor.....	86
11.06 Control de la distribución internacional.....	97

12avo Pilar: Innovación

12.01 Capacidad de innovación.....	114
12.02 Calidad de las instituciones de investigación científica.....	132
12.03 Gasto de la empresa en I&D.....	120
12.04 Colaboración Universidad-Industria en I&D.....	122
12.05 Adquisición gubernamental de productos tecnológicos avanzados.....	118
12.06 Disponibilidad de científicos e ingenieros.....	132
12.07 Patentes de utilidad por millón de habitantes	73

ANEXO 2
PRODUCTO INTERNO BRUTO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONOMICA
Miles de dólares

Ramas de actividad \ Años CIIU CN	2008 (p)	2009 (p)	2010 (p)	2011 (prev)
A. Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca	3.478.163	3.524.772	3.824.255	4.133.141
1. Cultivo de banano, café y cacao	831.355	885.943	893.892	920.821
2. Otros cultivos agrícolas	1.237.029	1.245.551	1.410.989	1.540.422
3. Producción animal	676.264	731.929	738.007	795.918
4. Silvicultura y extracción de madera	331.766	303.293	352.548	402.804
5. Productos de la caza y de la pesca	401.748	358.055	428.819	473.176
B. Explotación de minas y canteras	11.242.253	7.411.934	9.528.853	12.372.829
6. Extracción de petróleo crudo y gas natural	9.866.757	6.135.459	8.536.167	10.893.671
7. Fabricación de productos de la refinación de petróleo	1.262.424	1.157.703	849.631	1.324.347
8. Otros productos mineros	113.072	118.771	143.055	154.810
C. Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	5.003.982	4.792.863	5.406.723	5.974.274
9. Carnes y pescado elaborado	1.307.952	1.200.948	1.358.317	1.509.058
10. Cereales y panadería	195.908	207.813	241.495	257.189
11. Elaboración de azúcar	154.077	144.360	182.887	200.091
12. Productos alimenticios diversos	583.736	558.500	578.367	630.549
13. Elaboración de bebidas	252.424	278.852	333.451	392.599
14. Elaboración de productos de tabaco	20.408	27.685	38.083	37.807
15. Fabricación de productos textiles, prendas de vestir	565.413	597.007	663.783	742.884
16. Producción de madera y fabricación de productos de madera	640.623	479.073	565.955	648.865
17. Papel y productos de papel	265.209	276.819	298.645	308.842
18. Fabricación de productos químicos, caucho y plástico	331.621	361.438	395.242	429.549
19. Fabricación de otros productos minerales no metálicos	435.621	430.621	446.164	477.994
20. Fabricación de maquinaria y equipo	230.989	212.016	286.027	319.625
21. Industrias manufactureras n.c.p.	20.001	17.730	18.307	19.221
D. Suministro de electricidad y agua	666.946	547.495	460.439	517.662
22. Suministro de electricidad y agua	666.946	547.495	460.439	517.662
E. Construcción y obras públicas	5.344.206	5.498.198	5.973.023	7.081.616
23. Construcción	5.344.206	5.498.198	5.973.023	7.081.616
F. Comercio al por mayor y al por menor	6.359.469	5.925.288	6.837.083	7.541.960
24. Comercio al por mayor y al por menor	6.359.469	5.925.288	6.837.083	7.541.960
G. Transporte y almacenamiento	3.306.757	3.456.178	3.583.472	3.977.735
25. Transporte y almacenamiento	3.306.757	3.456.178	3.583.472	3.977.735
H. Servicios de Intermediación financiera	1.290.494	1.361.884	1.618.474	1.779.642
26. Intermediación financiera	1.290.494	1.361.884	1.618.474	1.779.642
I. Otros servicios	13.827.881	14.684.918	16.058.728	17.511.133
27. Otros servicios	13.827.881	14.684.918	16.058.728	17.511.133
J. Servicios gubernamentales	2.773.194	3.002.658	3.118.073	3.304.539
28. Servicios gubernamentales	2.773.194	3.002.658	3.118.073	3.304.539
K. Servicio doméstico	61.119	65.085	72.858	78.348
29. Servicio doméstico	61.119	65.085	72.858	78.348
Serv. de intermediación financiera medidos indirectamente	-1.316.707	-1.381.845	-1.625.575	-1.762.811
Otros elementos del PIB	2.170.765	3.132.436	3.121.710	3.435.366
PRODUCTO INTERNO BRUTO	54.208.522	52.021.864	57.978.116	65.945.432

ANEXO 3
BASE DE PYMEs SECTOR C22

CIU C22: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y PLÁSTICO			
RUC	RAZÓN SOCIAL	CIU	
1 1791201000001	GLOBALANTAS S.A.	D2511.0.00	
2 1791839846001	MAQUILLANTAS CIA. LTDA.	D2511.0.00	
3 0991027025001	DOUCAS S.A.	D2511.1.00	
4 0190151239001	DURABANDA S.A.	D2511.1.02	
5 1790703657001	REENCAUCHADORA EUROPEA RENEU SA	D2511.1.02	
6 1791262948001	RENOVALLANTA S.A.	D2511.1.02	
7 1791082311001	SUPER CAUCHOS WALDORIJ COMPAÑIA LIMITADA	D2519.0.00	
8 1791403134001	FLEXOFAMA CIA. LTDA.	D2519.0.03	
9 1791410424001	FADEA POVEDA CIA. LTDA.	D2519.0.03	
10 1791754271001	PROMIGPART PROVEEDORA DE SUMINISTROS INDUSTRIALES CIA. LTDA.	D2519.0.03	
11 1792186781001	PLASTICOSHERSON ECUADOR CIA. LTDA.	D2519.0.03	
12 1790241602001	INDUSTRIAS DE CAUCHO Y METAL SA INCAME	D2519.0.04	
13 1792041805001	CENTRAL DE MANGUERAS Y ACOPLES CEMACOPLES CIA. LTDA.	D2519.0.06	
14 1790719065001	FABRICA DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y PLASTICOS CAUCHOPLAST C LTDA	D2519.0.09	
15 1790005089001	ACRILUX S.A.	D2520.0.00	
16 1790728145001	PRODUCTOS SINTETICOS SA PROSISA	D2520.0.00	
17 1790732797001	PRODUCTOS PLASTICOS MOANPLAST C LTDA	D2520.0.00	
18 1790980642001	POLIACRILART PRODUCTOS ACRILICOS C. LTDA.	D2520.0.00	
19 1791140877001	TEXTICOM CIA. LTDA.	D2520.0.00	
20 1791254511001	BKB MAQUINARIA INDUSTRIAL CIA. LTDA.	D2520.0.00	
21 1791715764001	PLASTIKYTO C.A. PLASTICOS PARA EL DESARROLLO	D2520.0.00	
22 1791957261001	INDUTAP CIA. LTDA.	D2520.0.00	
23 1792040051001	INTERBASA CIA. LTDA.	D2520.0.00	
24 1792125871001	TERMOPACK GONZALEZ ESCOBAR CIA. LTDA.	D2520.0.00	
25 1790275388001	PERFILPLAST DEL ECUADOR SA	D2520.0.00	
26 1790362884001	ENVAPLAST ENVASES PLASTICOS DEL ECUADOR SA	D2520.0.00	
27 1790813401001	POLYFAN S.A.	D2520.0.00	
28 1791255135001	Indupetra Cía. Ltda.	D2520.0.00	
29 1791305051001	PLASGABY CIA. LTDA.	D2520.0.00	
30 1791328159001	COZZAGLIO Y SERRANO TECNOLOGIA EN PLASTICOS CIA. LTDA.	D2520.0.00	
31 1791356179001	PLASTICOS TERMOENCOGIBLES CIA. LTDA. (PLASTITER)	D2520.0.00	
32 1791711076001	MAQUIEMPAQUES CIA. LTDA.	D2520.0.00	
33 1791731263001	HERGUPLAS CIA. LTDA.	D2520.0.00	
34 1791774981001	EMIND CIA. LTDA.	D2520.0.00	
35 1791918126001	PLAST-LINE S.A. ALTA TECNOLOGIA EN PLASTICOS	D2520.0.00	
36 1791978145001	ASEFLEX ASESORIA Y VENTAS DE EMPAQUES FLEXIBLES CIA. LTDA.	D2520.0.00	
37 1792040345001	ZIPPERFLEX S.A.	D2520.0.00	
38 1792175550001	S&S PROFILATI S.A.	D2520.0.00	

39		SOMARPROFILI S.A.	D2520.0.00
40	1792066085001	IDEPLAST IDEAS PLASTICAS CIA. LTDA.	D2520.0.01
41	1791844548001	WORLD OF PLASTICS PLASTIENVASES CIA. LTDA.	D2520.0.01
42	1792090067001	Improlim	D2520.0.01
43		GAHUSSPLASTIC S.A. TODO EN TECNOLOGIA PLASTICA	D2520.0.01
44	1791360478001	TUBERIAS TORTUGA TUBERTOR CIA. LTDA.	D2520.0.02
45	1791732030001	PLASTIMALLA CIA. LTDA	D2520.0.02
46	1791738373001	INDUSTRIA ESTIPLAST CIA. LTDA	D2520.0.02
47	1791932412001	AQUACENTER S.A.	D2520.0.02
48	1792133276001	Plastimec	D2520.0.02
49	1792198992001	INYECPLAST CIA. LTDA.	D2520.0.02
50	1791985125001	SYRO Cía. Ltda.	D2520.0.03
51	1790451682001	QUIMICA COMERCIAL	D2520.0.04
52	1791794257001	Ramplast Cía. Ltda.	D2520.0.07
53		EMPAQUIM	D2520.0.08
54	1790971597001	INDUSTRIAS TERMOSELLADO FULL CIA. LTDA.	D2520.0.09
55	1715525752001	Evoplaster	D2520.0.10
56	1791134389001	FORMICA Y MADERA FORESMAN CIA. LTDA.	D2520.1.01
57	1790660648001	INDUSTRIA PERFECTOPLAST SA	D2520.1.02
58	1790290026001	TUBOPLAST SA	D2520.1.02
59	1790014444001	INDUSTRIA PLASTICA SA INPLASA	D2520.1.05
60	1790044424001	RHENANIA SA	D2520.1.05
61	1790547205001	SERYPLAS SA	D2520.1.05
62	1790728064001	ENVASES ALIMENTICIOS PRIMAVERA ENVALPRI SA	D2520.1.05
63	1791239873001	RAFIATEX CIA. LTDA.	D2520.1.05
64	1791869559001	MOLDECUA S.A	D2520.1.05
65	1791952375001	FLOREMPAQUE CIA. LTDA.	D2520.1.05
66	1790779939001	LOSCOCOS CIA. LTDA.	D2520.1.05
67	1790833127001	CONSORCIO INDUSTRIAL DE ENVASES Y BEBIDAS INDUENVASES S.A.	D2520.1.05
68	1791191889001	INYECCION Y SOPLADO DE PLASTICOS INSOPLAST S.A.	D2520.1.05
69	1791339215001	PLASTICOS DE ECUADOR DECPLASTIC CIA. LTDA.	D2520.1.05
70	1791711254001	PLASTINEC S.A. PLASTICOS INDUSTRIALES DEL ECUADOR	D2520.1.05
71	1791885996001	CODI-EMPAQUES DEL ECUADOR CIA LTDA	D2520.1.05
72	1791888057001	SEINPACK CIA. LTDA.	D2520.1.05
73	1792133270001	INDUSTRIA COMERCIAL PLASTICA MENDIETA CARRILLO CIA. LTDA.	D2520.1.05
74	1792203503001	CRESPO VIZCARRA CIA. LTDA.	D2520.1.05
75	1802797364001	PLASTIFLAN CIA. LTDA.	D2520.1.05
76	1790016846001	REX PLASTICS S.A.	D2520.1.07
77	1791741528001	FASTPLAST CIA. LTDA.	D2520.1.07
78	1790064352001	PLASTICOS DALMAU S.A.	D2520.1.08
79	1791183851001	MATRICERIA INDUSTRIAL DEL PLASTICO MATRINPLAS CIA. LTDA.	D2520.1.08
80	1792035341001	ECUAVASOS CIA. LTDA.	D2520.1.08
81	1792068142001	INPILO COMPAÑIA DE COMERCIO S.A.	D2520.1.08
82	1790040089001	MALETERIA NACIONAL CIA LTDA	D2520.1.09

ANEXO 4

1. Encuesta del Proyecto de Investigación: “Análisis de las brechas competitivas en las PYMEs de la industria manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito”



ENCUESTA SOBRE “MEDICIÓN Y ANÁLISIS DE LAS BRECHAS COMPETITIVAS EN LAS PYMEs DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”

Quito, 23 de mayo de 2011

Estimado empresario:

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador, en cumplimiento de sus principios y misión, está interesada en promover y fortalecer el desarrollo y la competitividad de las PEQUEÑAS y MEDIANAS empresas, para cumplir este objetivo esta llevando a cabo una investigación sobre “Medición y Análisis de las Brechas Competitivas en las PYMEs de la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito”

Agradecemos nos brinde unos minutos de su valioso tiempo para responder a las preguntas que se mencionan más adelante.

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador, garantiza la confidencialidad sobre la información suministrada en esta encuesta. Los resultados que se publicaran no mostraran temas específicos por empresa, sino por rama de actividad.

Nombre del encuestador _____ Fecha _____

INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre o razón social de la empresa _____

1.2 RUC / Cédula No.

1.3 Domicilio: Calle principal _____ No. _____

Intersección _____ Barrio _____

1.4 Nombre del Gerente General: _____

1.5 Cargo que ocupa el responsable del plan estratégico empresarial: _____

1.6 Teléfono empresa _____

Celular, Persona encargada del plan estratégico empresarial _____

1.7 Correo electrónico: Empresa _____

Encargado del plan estratégico empresarial _____

1.8 Volumen de producción efectuada en el 2010**1.9 Producto innovado en el 2010****1.10 Código CIU _____****FACTORES DE COMPETITIVIDAD****SECCION 1 MERCADO**

- a. Segmentos de mercado, atendidos por su empresa.
- b. Grado de participación de sus productos o servicios en los segmentos de mercado referidos.
- c. Principales compradores.
- d. Características por las cuales su empresa es reconocida en el mercado.
- e. Ventajas o fortalezas tienen sus productos o servicios frente a la competencia nacional.
- f. Ventajas o fortalezas tienen sus productos o servicios frente a la competencia internacional.
- g. Canales de distribución utiliza para que lleguen sus productos al mercado interno.
- h. Mercados geográficos cubre su empresa a nivel nacional.
- i. Dificultades para ingresar y para permanecer en el mercado nacional.
- j. Dificultades para salir del mercado nacional.
- k. Fortalezas tiene la competencia en el ámbito nacional.
- l. Futuro de su mercado en cuanto a: Expansión, Contracción, Competencia e Innovación.

SECCION 2 MERCADEO

- a. ¿Tiene su empresa un plan de mercadeo? _____ SI _____ NO
- b. Persona responsable del plan de mercadeo.
- c. Objetivos de mercadeo para el 2011.
- d. Estrategias que maneja para asegurar la consecución de los objetivos.
- e. Política de fijación de precios.
- f. ¿Dispone de plan de promoción y publicidad? _____ SI _____ NO
- g. Ejes de su plan de promoción y publicidad.
- h. Periodicidad de las investigaciones de mercado.
- i. Controles empleados para evaluar el cumplimiento del plan de mercadeo.
- j. Sistemas de servicio de post venta presta la empresa al cliente.
- k. Porcentaje de cumplimiento que tiene la empresa con sus clientes.
- l. Porcentaje de cumplimiento que tienen sus proveedores nacionales y extranjeros con la empresa.

SECCION 3. APERTURA COMERCIAL

- a. Su empresa actualmente realiza exportaciones.
- b. Cómo: Directamente _____ A través de terceros _____
- c. ¿Tiene usted registro de exportador? _____ SI _____ NO
- d. Empresa que certifica el origen para los productos que exporta o que están en proceso de exportación.
- e. Frecuencia de exportación.
- f. Nuevos mercados en que piensa ingresar en el año 2012.
- g. Restricciones que rigen para el ingreso de sus productos a dichos mercados.
- h. Porcentajes que afectan los aranceles en la entrada de sus productos a dichos mercados.
- i. Porcentaje de volumen de producción que exporta.
- j. Insumos, materias primas o productos importa para el producto exportable y su peso en el costo del producto.
- k. Porcentaje de su producto terminado que utiliza la mezcla importada.
- l. Régimen de importaciones que rige para los insumos, materias primas y productos que compra en el exterior.
- m. Beneficios o perjuicios de las políticas de fomento de exportaciones del gobierno.
- n. Competidores que se dedican a su misma actividad en los mercados que exporta.
- o. ¿Cuáles son sus pares comerciales con los que mantiene relaciones comerciales en el exterior?

SECCION 4. GOBIERNO

- a. Incentivos ofrece el gobierno para la creación de PYMEs.
- b. Mecanismos ofrece el Gobierno para el desarrollo de las PYMEs.
- c. Políticas del Estado que facilitan al sistema productivo su inserción en el comercio mundial.
- d. Políticas que administra el gobierno para mejorar la competitividad del subsector en donde se encuentra inmersa su empresa.
- e. Incidencia de la política tributaria, financiera, laboral y de comercio exterior en el desarrollo de la competitividad de las PYMEs de su subsector.
- f. Porcentaje en que afectan los costos de los servicios públicos (energía, agua, telefonía) en la utilidad final de la empresa.

SECCION 5 DE LAS INSTITUCIONES

- a. Instituciones públicas con las que se encuentra vinculado como consecuencia de su actividad económica.
- b. Porcentaje en que se encuentra satisfecho con la prestación de sus servicios.
- c. Manera en que colaboran las instituciones públicas para la existencia de un mercado de libre competencia.
- d. Manera en que la ley le protege los derechos a la propiedad y a la iniciativa privada.
- e. Asociaciones o agremiaciones a las que su empresa se encuentra afiliada.
- f. Manera en que defienden sus intereses empresariales las asociaciones y agremiaciones a las que pertenece.
- g. Manera le influye la inseguridad y la corrupción en el ejercicio de sus actividades.

SECCION 6 INFRAESTRUCTURA FISICA**6.1. DEL ESTADO**

- a. Califique la calidad y disponibilidad de infraestructura física.
- b. Influencia en el desarrollo de sus actividades.
- c. Influencia en la consecución de nuevos mercados.

6.2 DE LA EMPRESA

- a. Como colabora el sector privado en el desarrollo de la infraestructura nacional.

SECCION 7 MERCADO FINANCIERO

- a. Qué productos del sistema financiero utiliza actualmente la empresa para financiar sus actividades.
- b. Cómo determina las necesidades financieras de la empresa misma.
- c. Porcentaje de los créditos que le otorgan las entidades bancarias privadas cubren la normal operación de la empresa.
- d. Porcentaje de los créditos que le otorgan los organismos de créditos estatales cubren la normal operación de la empresa.
- e. Quién les financia en el mercado interno actividades para cambios tecnológicos, reestructuración industrial e investigación y desarrollo.

SECCION 8 EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL

- a. Promedio de formación que tiene el personal de su empresa.
- b. Principales destrezas y habilidades que caracterizan al personal de su empresa.
- c. Cómo mide la eficiencia y productividad de su fuerza laboral.
- d. Nivel de productividad cree que tiene la fuerza laboral de su subsector.
- e. Califique su nivel de productividad.
- f. Aspectos estimula su política salarial,
- g. Influencia del sindicato en el nivel de productividad de la empresa.
- h. Califique las relaciones entre patronos y trabajadores.
- i. Programas de desarrollo profesional y personal que existen en su empresa.
- j. Programas y políticas que maneja para el perfeccionamiento del personal.
- k. Manera en que influye la política laboral del gobierno en la contratación del personal.

SECCION 9 DESARROLLO TECNOLÓGICO

- a. Programas de mejoramiento continuo que tiene en marcha su empresa.
- b. Procesos de mejoramiento continuo. Entidad o personas le han colaborado en su implementación.
- c. Fortalezas tecnológicas que tienen la competencia que la diferencian de su empresa.
- d. Cambios en los productos o en los procesos productivos, se han realizado copiando lo que hacen los competidores locales.
- e. Innovaciones que ha realizado la empresa en las área de: Marketing, Administrativa, Financiera, Producción y Recursos Humanos.
- f. Nivel de flexibilidad que tienen los directivos de la empresa para adoptar cambios,

- g. Medida de la eficiencia y productividad en su empresa,
- h. A qué recurre para cubrir la necesidad de compra de maquinaria:
- i. Actividades de la empresa orientadas a promover el proceso de creatividad e innovación de productos y procesos.
- j. Productos y procesos que son de creación propia de la empresa y se encuentran debidamente patentados.
- k. Organismos que proveen financiación para programas de desarrollo de investigación y desarrollo en su empresa.
- l. Programas que ofrecen las universidades para mejorar la competitividad empresarial.
- m. Programa conjunto universidad-empresa en que participó o participa.

SECCION 10 MEDIO AMBIENTE

- a. Clase de desechos y desperdicios que genera su empresa
- b. Impacto que generan estos desechos en la ubicación geográfica de su empresa.
- c. Medios que utiliza la empresa para manejar desechos y desperdicios.
- d. Planes de remediación con que cuenta su empresa.
- e. Programas de capacitación realiza la empresa para el manejo de remediación.

SECCION 11 GESTION GERENCIAL

- a. Porcentaje de educación que tiene su equipo de trabajo gerencial.
- b. ¿Cuenta con un plan estratégico para enfrentar la competencia? __SI __NO
- c. Presupuestos específicos que administra para su gestión empresarial.
- d. Misión de su empresa.
- e. Mencione dos objetivos estratégicos que desea alcanzar a mediano plazo.
- f. Los objetivos se definen solo por la alta gerencia o con el concurso de todo el personal.
- g. Medidas que toma para mejorar la competitividad.
- h. Medidas que toma para reducir sus costos.
- i. Actividades que conforman la cadena de valor de la empresa que gerencia.
- j. Elementos de valor que añaden al producto que ofrece frente a la competencia.

SECCIÓN 12. COMENTARIOS

¡Muchas gracias!

Firma del encuestado

Firma del encuestador