

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 C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES

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

ALEJANDRA ESTEFANÍA TORRES MÁRMOL

DIRECTORA: XIMENA VILLAMAR E., Mgtr

QUITO, MAYO 2012

DIRECTOR DE DISERTACIÓN:

Ximena Villamar E., Mgtr

INFORMANTES:

Genoveva Zamora M., MBA

Econ. Hernán Peña N., MBA

DEDICATORIA

El presente trabajo, así como todos los logros que he alcanzado hasta este momento y los que vendrán, está dedicado para las dos personas que me dieron la vida y que con su cariño, comprensión y amor, han inculcado en mí, los valores fundamentales de una persona, que han sido el pilar fundamental en mi vida y me han motivado a cumplir mis metas. A mis padres que son para mí un ejemplo de lucha y superación constante.

Jaime Rodrigo Torres y Rosita del Carmen Mármol, para ustedes esta meta cumplida, para ustedes mi agradecimiento eterno y para ustedes mi amor, respeto y admiración.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por la salud y la vida, por la familia y los amigos, gracias a Él por la oportunidad de estudiar y por tantas bendiciones que me da.

Agradezco a mis padres, que me apoyaron siempre, confiaron en mí en todo momento y me impulsaron a seguir adelante, sin ellos no sería lo que soy y no hubiera podido culminar esta etapa de mi vida. Gracias por su ayuda y por sus enseñanzas. Gracias por su ejemplo de perseverancia y lucha. Gracias por permitir que este sueño se haga realidad. Gracias por estar a mi lado en todo momento cuidándome y demostrándome su amor incondicional.

Gracias a todos los profesores que contribuyeron con sus conocimientos para mi formación académica, principalmente a Ximena Villamar, Genoveva Zamora y Hernán Peña, quienes me apoyaron directamente en este proyecto y con su ayuda se cumplieron los objetivos propuestos.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

1. MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

- 1.1.1 Planteamiento del problema
- 1.1.2 Formulación del problema
- 1.1.3 Objetivos de la Investigación
 - 1.1.3.1 General
 - 1.1.3.2 Específicos
- 1.1.4 Justificación de la investigación
 - 1.1.4.1 Teórica
 - 1.1.4.2 Práctica

1.2 VISIÓN TEÓRICA DE LA COMPETITIVIDAD

- 1.2.1 Definición de competitividad
- 1.2.2 Factores que afectan la competitividad empresarial
- 1.2.3 Factores que favorecen la competitividad empresarial

1.3 MODELOS DE COMPETITIVIDAD,

- 1.3.1 Bosques Clúster
- 1.3.2 Tradicionales
 - Cadena de Valor
 - Basado en los recursos
 - Basado en el conocimiento
 - Modelo Aperturista
- 1.3.3 Competitividad Sistémica

1.4 LA COMPETITIVIDAD GLOBAL- WEF

- 1.4.1 Pilares de Competitividad
 - Instituciones,
 - Infraestructura,
 - Entorno macroeconómico,
 - Salud y educación primaria,
 - Formación y educación superior,
 - Eficiencia de los bienes del mercado,
 - Eficiencia del mercado laboral,
 - Desarrollo del mercado financiero
 - Preparación tecnológica,
 - Tamaño del mercado,
 - Sofisticación de la empresa,
 - Innovación
- 1.4.2 El diamante de competitividad de Michael Porter

1.5 PERFIL DEL ECUADOR EN EL REPORTE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL
WEF 2010-2011,

1.5.1 Ecuador : Análisis WEF

1.5.2 Factores más problemáticos a nivel empresarial

**2 CARACTERISTICAS DEL SUBSECTOR CIU C24: Fabricación de Metales
Comunes**

2.1 TRAYECTORIA DE LA MANUFACTURA ECUATORIANA EN LOS
ÚLTIMOS CINCO AÑOS

2.1.1 Definición de industria manufacturera

2.1.2 Comportamiento de la industria manufacturera

2.2 TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR C24: FABRICACIÓN DE METALES
COMUNES EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS

2.2.1 Reseña histórica

2.2.2 Indicadores relevantes

2.3 COMPONENTES DEL SUBSECTOR CIU C 24: FABRICACIÓN DE
METALES COMUNES

2.4 PRINCIPALES PRODUCTOS QUE ELABORA

2.5 APORTES DEL SUBSECTOR CIU C24: FABRICACIÓN DE METALES
COMUNES A LA ECONOMÍA

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1 METODOLOGÍA APLICADA

3.1.1 Trabajo de Campo

3.1.2 Tabulación de Datos

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Tamaño de Muestra para proporciones y poblaciones finitas

3.3 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 SECCIÓN 1: MERCADO

4.2 SECCIÓN 2: MERCADEO

4.3 SECCIÓN 3: APERTURA COMERCIAL

4.4 SECCIÓN 4: GOBIERNO

4.5 SECCIÓN 5: DE LAS INSTITUCIONES

4.6 SECCIÓN 6: INFRAESTRUCTURA FÍSICA

4.6.1 Del Estado

4.6.2 De la Empresa

4.7 SECCIÓN 7: MERCADO FINANCIERO

4.8 SECCIÓN 8: EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL

4.9 SECCIÓN 9: DESARROLLO TECNOLÓGICO

4.10 SECCIÓN 10: MEDIO AMBIENTE

4.11 SECCIÓN 11: GESTIÓN GERENCIAL

5. DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES

5.1 FACTORES DE ÉXITO POR FACTOR CLAVE DE COMPETENCIAS

- 5.1.1 Sección 1: Mercado
- 5.1.2 Sección 2: Mercadeo
- 5.1.3 Sección 3: Apertura Comercial
- 5.1.4 Sección 4: Gobierno
- 5.1.5 Sección 5: De las Instituciones
- 5.1.6 Sección 6: Infraestructura Física
- 5.1.7 Sección 7: Mercado Financiero
- 5.1.8 Sección 8: Eficiencia del Mercado Laboral
- 5.1.9 Sección 9: Desarrollo Tecnológico
- 5.1.10 Sección 10: Gestión Gerencial

5.2 APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- 6.1.1 De los Resultados de la Investigación
- 6.1.2 Del Cálculo de la Competitividad por factores de éxito
- 6.1.3 De las Brechas Competitivas por secciones
- 6.1.4 De los pilares WEF
- 6.1.5 De la aproximación al índice de competitividad del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes

6.2 RECOMENDACIONES

- 6.2.1 Para mejorar la competitividad del subsector C24: Fabricación de Metales Comunes

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

RESUMEN EJECUTIVO

El grado de competitividad de una nación está dado por la capacidad de respuesta de las empresas locales a los cambios del entorno, la misma que es afectada positiva o negativamente por la situación económica, política, cultural y social del país.

El presente informe muestra y analiza la situación competitiva del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes en base a datos del Reporte de Competitividad Global elaborado por el World Economic Forum (WEF).

En la primera sección se hace un estudio global y generalizado de la competitividad así como del modelo de Competitividad WEF con sus factores de éxito y cómo estos influyen dentro de los resultados obtenidos por cada nación.

Dentro del segundo capítulo se brinda una visión global de la situación actual del sector C: Industria Manufacturera del Ecuador, proporcionando indicadores para el análisis de la realidad del sector, además se estudia las características principales del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes.

La tercera sección, explica la forma en la que a través de la aplicación de una encuesta se pudo obtener datos reales del subsector y gracias a ellos tener una perspectiva clara de la situación competitiva actual.

Dentro del capítulo cuarto se muestran los resultados obtenidos dentro de la encuesta y un análisis de los mismos.

El capítulo cinco, determina el nivel de competitividad del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes, según los factores de éxito mencionados en el modelo.

Por último el presente trabajo incluye una serie de recomendaciones para el Gobierno Nacional, las Cámaras de la Pequeña Industria, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y los directivos y trabajadores de las PYMEs del subsector analizado, a fin de buscar mecanismos que fomenten la constante mejora de la competitividad de las empresas y con esa contribución, la competitividad del país.

INTRODUCCIÓN

Se considera como PYME a una organización económica, independiente, creada para ser rentable, que combina los factores productivos (naturaleza, mano de obra, materia prima, capital) para generar bienes y servicios que demanda una sociedad y así poder satisfacer sus necesidades, no predomina dentro del sector al que pertenece debido a que tiene características distintivas y dimensiones con ciertos límites tanto financieros como operacionales, prefijados por los países o por las regiones a los que pertenecen; pueden dedicarse a la producción, transformación de productos y/o prestación de servicios.

Las pequeñas y medianas empresas empiezan a tener importancia dentro de la vida económica y social del Ecuador en las décadas de los años 50 y 60, como consecuencia de la revolución industrial, pues dadas las condiciones de aquella época las grandes empresas ya no podían abastecer a la demanda de bienes y servicios que gracias al crecimiento de la población, cada vez era mayor.

Nacen así las PYMEs, cobrando gran importancia y jugando un papel muy importante en la satisfacción de necesidades de toda la población y convirtiéndose en un eje fundamental de la producción; en su comienzo, las PYMEs eran de naturaleza familiar y hereditaria, muy poco adaptables al cambio del entorno.

En el año 1999 con la profunda crisis financiera e inestabilidad política que vivió el Ecuador, estas empresas se vieron igual o más afectadas que las grandes compañías, teniendo que adoptar cambios a fin de continuar en la lucha por sobrevivir dentro del mercado.

Aquellas empresas que tuvieron la capacidad de adaptación y que con la crisis vieron una oportunidad de mejora, así como también las empresas que se crearon en los años siguientes y que aún se mantienen en el mercado, en la actualidad tienen una tarea aún más compleja, que es la de mantenerse y crecer inmersas en una gran corriente mundial llamada globalización, su reto es prepararse en todo sentido para afrontar las exigencias cada vez mayores del mercado y poder adaptarse con facilidad a los vertiginosos cambios del entorno.

Las PYMEs tanto en el Ecuador como en el mundo juegan un papel determinante dentro del desarrollo de la economía de los países y las regiones, ya que constituyen un eslabón muy importante dentro de la sociedad que actúa como productor de bienes y servicios y generador de empleo, he ahí la necesidad de contar con estudios que incentiven la actividad de las PYMEs.

El presente trabajo se basa en la importancia de las PYMEs para el desarrollo del Ecuador y pretende ser una herramienta útil y práctica que promueva la competitividad de las pequeñas y medianas empresas que pertenecen al subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes.

1. MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1 Planteamiento del problema

Hoy en día, la economía globalizada, obliga a las empresas a adaptarse rápidamente a los 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. En este contexto, los fabricantes, productores y exportadores ecuatorianos podrían ingresar en 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.

1.1.2 Formulación del problema

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

1.1.3 Objetivos de la Investigación

1.1.3.3 General

Determinar el estado en que se encuentran las brechas competitivas de las PYMEs de la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito, frente al entorno nacional en lo correspondiente al subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes.

1.1.3.4 Específicos

- Analizar la aplicabilidad a las pequeñas y medianas industrias de los factores que utiliza la WEF¹ para medir la competitividad de las naciones.
- Definir los factores de competitividad a consultarse en las PYMEs en el subsector C24: Fabricación de Metales Comunes.
- Establecer los subsectores de estudio del subsector C24: Fabricación de Metales Comunes de la Industria Manufacturera del DMQ.
- Establecer la brecha competitiva que existe en las PYMEs del subsector C24: Fabricación de Metales Comunes de la Industria Manufacturera del DMQ utilizando el diamante de competitividad.

¹WEF: World Economic Forum

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 posibiliten competir dentro de su propio CIU, 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

Competitividad empresarial se puede definir como la capacidad que tienen las empresas para producir bienes y servicios de forma eficiente, es decir con calidad excelente a precios decrecientes, logrando así el poder sobresalir entre las demás empresas competidoras de su mismo sector y llegar a ser atractivas para el consumidor dentro y fuera de su país.

Para lograrlo es necesario llegar a tener niveles aceptables de productividad que le permitan ser rentable, contar con un conjunto de estrategias planteadas así como ventajas internas y externas que le permitan diferenciarse.

Los países que han demostrado ser los más competitivos y dinámicos dentro de los mercados mundiales son aquellos que se han caracterizado por tener PYMEs adaptables a los cambios del entorno internacional, que asimilan, transforman y reproducen tecnología y que producen bienes con valor agregado; sin embargo, para ello es necesario que dentro del país exista una condición de estabilidad, un ambiente de confianza que atraiga la inversión privada además de una cultura de competitividad y mejora continua.

Según Michael Porter, competitividad es igual a productividad; investigaciones realizadas a empresas PYMEs, establecieron que su competitividad reside en la capacidad de crear valor en el corto plazo.

Esta creación de valor debe ampliarse a mediano plazo, a través de la implementación de estrategias que ayuden a lograrlo, esto permitirá la permanencia de la empresa en el largo plazo.

Las PYMEs juegan un papel muy importante dentro de la economía de un país, pues constituyen la principal fuente de creación de riqueza y de empleo de una nación y de sus habitantes, es por esta razón que nace la necesidad de investigaciones que aporten con datos que ayuden a que este grupo de empresas lleguen ser competitivas y se puedan desarrollar con eficacia y eficiencia dentro de un entorno cada vez más exigente y cambiante.

1.2.2 Factores que afectan la competitividad empresarial

La competitividad empresarial está estrechamente ligada a la competitividad de un país y depende en cierto grado de las condiciones que el estado brinde para el correcto desarrollo de las empresas, es así que se puede decir que los factores que determinan qué tan competitivas son las empresas no solo se encuentran dentro de las organizaciones sino también en el entorno en el que se desenvuelven.

Los países subdesarrollados o en vías de desarrollo comparten algunos factores en común que afectan la competitividad de sus empresas pues el ambiente económico, social y cultural no es el apropiado para fomentar buenas prácticas empresariales e incentivar el crecimiento de organizaciones.

En el Ecuador, existen muchos factores que han incidido en que las PYMEs no sean competitivas dentro del mercado nacional, menos aún, que puedan salir a mercados internacionales y competir eficientemente dentro de estos.

Uno de ellos es la inestabilidad política, pues las organizaciones se enfrentan a regímenes cambiantes y constantes crisis políticas, que impide tener una continuidad en el trabajo por alcanzar los objetivos propuestos; los proyectos y las obras se ven inhabilitadas al sufrir cambios de poder, las constantes disputas entre los principales actores políticos del estado no brindan las condiciones necesarias para crear un clima de confianza empresarial, donde los empresarios tengan cierto grado de seguridad y quieran invertir en el país y en sus empresas.

Se puede mencionar también los cambios en la legislación laboral ecuatoriana, el código del trabajo beneficia ampliamente al empleado, dejando al empleador en una disyuntiva que por falta de dinero muchas veces termina en despidos al personal, pues las exigencias del trabajador son cada vez mayores.

La falta de preparación del recurso humano dentro de las PYMEs conviene mencionar, pues el motor de las pequeñas empresas son las personas y en el Ecuador, son muy pocas las personas que tienen la oportunidad de prepararse para aportar con sus conocimientos dentro de una organización, no solo hablamos de educación formal sino también de capacitación técnica.

Además, la falta de una cultura interna, como país, de emprendimiento, que se apoyen las buenas ideas y se incentive a la creación de organizaciones que no solo produzcan bienes o servicios, sino también que sean fuentes generadoras de empleo, que aporten con proyectos a la sociedad y que puedan competir dentro de los mercados internacionales con eficiencia y calidad.

La resistencia al cambio de algunos de los directivos de las empresas es un factor limitante para la meta final, que es llegar a ser competitivos dentro del mercado, el conformarse con un cierto estado o con una determinada participación, hace que las empresas se estanquen y muchas veces que desaparezcan, por lo que el compromiso de la alta dirección, así como de todo el personal es fundamental en un proceso de mejora de toda empresa.

Tener la mente abierta a nuevas prácticas corporativas que beneficien la competitividad de la organización debería ser siempre la prioridad de todos los directivos de las empresas.

Existe también una falta de incentivos a la inversión tanto pública como privada que apoye y respalde a empresas que lo requieran, el acceso a créditos es en ocasiones complejo y demoroso y la influencia de un ambiente financiero poco confiable no favorece a la competitividad de las empresas.

La burocracia y la corrupción, tanto de personas dentro de la organización, como fuera de ellas, así como también dentro de instituciones públicas y privadas, sumado a los altos índices de violencia y crimen organizados, constituyen amenazas constantes para las empresas, que impiden llegar a ser competitivas en un mercado internacional.

Estos y otros factores son determinantes dentro de los aspectos que engloban el entorno de las organizaciones e influyen directamente a la competitividad de las mismas, sin embargo, existen algunos otros factores fundamentales que se encuentran dentro de cada una de las empresas y por ende varían dependiendo el caso en particular, algunos de las principales debilidades de las PYMEs se presentan a continuación.

Muy pocas PYMEs tienen bien definida la misión y la visión, que constituyen parte clave y fundamental para saber dónde está ubicada la empresa y a dónde pretende llegar, sin el correcto establecimiento de estos lineamientos es muy difícil que la empresa pueda llegar a ser competitiva en su mercado.

Es importante también que las empresas definan cuáles son sus principales fortalezas para reforzarlas y mantenerlas, además de conocer de manera excelente las debilidades a fin de tomar acciones que pretendan la eliminación de dichos factores de falencias, no todas las PYMEs se realiza un correcto análisis FODA, que es parte vital de la planificación estratégica de toda organización.

No se puede mejorar sin conocer con exactitud qué es lo que se desea alcanzar, es por eso que tener claros cuáles son los objetivos organizacionales es muy importante para el correcto funcionamiento de la empresa y lo más importantes es difundirlos entre todas las personas que forman parte de la organización, pues el involucrar al personal garantiza el compromiso para la consecución de los objetivos planteados. En muchas PYMEs no se determinan objetivos claros, precisos y medibles a través del tiempo y en algunas otras en las que si se tienen objetivos no se realiza un correcto seguimiento a su cumplimiento.

Las políticas y los procedimientos son documentos que apoyan tanto a la misión y visión como a los objetivos, el cumplimiento de los mismos asegura que los procesos sean regulados y que se desarrollen de manera eficiente.

Es muy común encontrar PYMEs en las que todos estos factores antes mencionados se encuentran documentados dentro de los archivos de las empresas, pero no es suficiente con tenerlos si no son difundidos y utilizados diariamente por todas las personas, evitar la burocracia en la comunicación dentro de todos los niveles de la organización es fundamental para generar una cultura de confianza organizacional y compromiso del personal.

En ocasiones, dentro de las PYMEs se plantean excelentes estrategias y planes de acción y se llegan a implementar, pero una debilidad es la falta de evaluación y seguimiento a todo nivel a fin de conocer cuáles fueron los resultados reales del trabajo realizado y saber qué es lo que aún se necesita mejorar.

En el Ecuador, las empresas no tienen una cultura de administración preventiva y se ha optado por una administración reactiva que le quita dinamismo a los procesos y tiempo de acción en los mismos.

La falta de controles periódicos así como continuos a los procesos es un factor que influye directamente en la competitividad de las empresas.

Se puede mencionar también, la estructura organizacional deficiente, en la que el poder se encuentra totalmente centralizado y no se empodera a los empleados para que aporten con ideas a la organización y formen parte activa al proceso de toma de decisiones.

1.2.3 Factores que favorecen la competitividad empresarial

Para poder medir la competitividad de una empresa o de un país, es necesario determinar cuáles son los factores fundamentales que intervienen en su generación, además el grado de importancia que cada uno de ellos tiene. Todo índice de competitividad pretende medir el posicionamiento de la empresa dentro del mercado y su desempeño en el mismo.

Algunos autores, como Feraz en 1997, definen que existen tres niveles de factores determinantes de éxito y que favorecen a la competitividad, que fueron clasificados con un criterio de externalidad para la empresa, se relacionan básicamente con la estructura de la industria, del mercado y del sistema productivo.

Los primeros factores son fácilmente modificables ya que son internos y la empresa tiene el control y puede tomar decisiones sobre ellos. Son llamados factores empresariales, dentro de este grupo se puede nombrar a los siguientes:

- *Gestión.*- son factores críticos de éxito pues abarca todas las estrategias de planificación estratégica que son la columna vertebral de toda organización, incluye tareas administrativas, toma de decisiones acertadas basadas en información objetiva y que promueva acciones rápidas y efectivas, capacitación del recurso humano, finanzas, mercadeo, actividades de estrecha conexión con el cliente y su satisfacción.
- *Innovación.*- es fundamental contar dentro de las organizaciones con personas, procesos y productos innovadores, que permitan introducirse en nuevos mercados y que nos aseguren una ventaja competitiva no solo en precios sino también en calidad. La importancia de la innovación tecnológica cobra vital importancia más aún en los mercados internacionales y todas las empresas que pretendan formar parte activa de estos mercados deben encaminar sus acciones a generar procesos eficientes y tecnificados.

- *Producción.*- un apalancamiento de la competitividad sin duda es la productividad de las empresas, que está dada por la eficiencia y eficacia de los recursos; la calidad, flexibilidad, rapidez y racionalización de costos son factores determinantes de productividad.
- *Recursos Humanos.*- uno de los principales recursos que influyen dentro de la productividad, es el recurso humano, la preparación y capacitación del mismo asegura la consecución de metas organizacionales, es importante también, contar con personas motivadas que se comprometan con la organización y que decidan participar activamente en los desafíos de competitividad.

Los factores estructurales no están dentro del ámbito de control de la empresa, pues en ellos influye un proceso más complejo llamado competencia, este ambiente competitivo da lugar a enfrentamientos entre las empresas y abarca las características del mercado, la estructura de la industria y el régimen de incentivos y regulaciones.

- *Mercado.*- evalúalas características de los mercados, entre las más importantes: tasa de crecimiento, ubicación geográfica, exigencias tecnológicas, introducción a mercados internacionales, mecanismos de comercialización e interacción con los clientes, etc.

La presencia de consumidores exigentes dentro del mercado es un elemento favorable, pues demanda altos niveles de calidad a los productos y obliga a las empresas a tomar acciones estratégicas que le permitan llegar a ser competitiva y elegida por el consumidor.

- *Estructura industrial.*- se basa en la creación de nuevas ventajas competitivas y eliminación de las tradicionales, analiza toda la organización y el funcionamiento de la industria, a fin de determinar qué ajustes diferentes a los convencionales son necesarios para formar parte competitiva de determinada industria. Un mecanismo eficiente utilizado generalmente por las PYMEs es la aglomeración de algunas empresas del sector geográfico, para favorecer el acceso a equipos, tecnología, insumos y redes de comercialización.

- *Incentivos y regulaciones.*- los incentivos son una forma de despertar el instinto de competencia de las empresas, logrando así aumentar la capacidad de reacción de las mismas ante desafíos impuestos por sus competidores; las regulaciones pretenden delimitar sus acciones dentro de las conductas socialmente aceptables y deseables.

El tercer grupo de factores determinantes de competitividad son llamados sistémicos, dentro de los cuales la empresa no tiene campo de acción, es decir que no puede modificarlos según su conveniencia, pues no tiene poder de intervención dentro de ellos. Constituyen factores totalmente externos a la empresa.

Estos factores pueden ser de tipo macroeconómico (como tasas de cambio, accesos a créditos, impuestos, PIB, entre otros), políticos (como protección a la propiedad intelectual, defensa de la propiedad privada, políticas de estado, de medio ambiente, defensa al consumidor, al capital extranjero, etc.), sociales (como educación, formación, seguridad social), internacionales (relaciones comerciales con otros países de la región y del mundo, políticas de comercio exterior, tendencias de comercio mundial, acuerdos internacionales, flujos de capitales) o de infraestructura (disponibilidad de acceso a energía, transporte, comunicaciones, tecnología, etc.).

El análisis de la competitividad debe tener en cuenta sistemáticamente tanto los procesos internos de la empresa y de la industria, como las condiciones económicas e institucionales del ambiente productivo.²

1.3 MODELOS DE COMPETITIVIDAD

Existen algunos modelos que en los países de Latinoamérica se han pretendido instaurar, en algunos han dado buenos resultados y en otros aún se continúa en el proceso de adaptación, la mayoría de ellos han sido traídos de países desarrollados y han tratado de adaptarlos a la realidad de Latinoamérica.

1.3.1 Bosques Clúster

Algunos estudios realizados en diferentes partes del mundo dan a conocer los factores que contribuyen al éxito de los negocios, dentro de estos factores se incluye las políticas macroeconómicas, el apoyo a la educación y programas relacionados con la tecnología y la cooperación entre los distintos sectores involucrados en la producción y comercialización de productos y servicios, algunos países desarrollados han implementado este modelo y ahora se presenta como un medio de desarrollo para cinco países

²<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industralatina/250.htm>. Biblioteca virtual Luis Ángel Arango. El enfoque de los determinantes de la competitividad. Luis Jorge Garay

de Latinoamérica gracias a la experiencia pasada en otros lugares. Los clúster pretenden desarrollar los mercados y mejorar la competitividad de la región a través de la unión e integración de redes de comercialización, principalmente dentro de un segmento geográfico determinado.

1.3.2 Modelos Tradicionales

- *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 al cliente 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 por la competencia y muy valiosos.

- *Basado en el conocimiento.*- en este modelo también son importantes los recursos, pero uno en especial: 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 los mercados de los países de América Latina a capitales extranjeros sin ningún tipo de control.

1.3.3 Competitividad Sistémica

Es un modelo muy aceptado de competitividad, que pretende sistematizar algunos enfoques y condensarlos.

Este enfoque de competitividad está basado en tres elementos fundamentales que son: la innovación, como factor determinante del desarrollo económico; la capacidad de aprendizaje dentro de todas las áreas operativas de la empresa; y las redes de conexión elaboradas alrededor de la empresa y que le permiten mantener relaciones que favorezcan la innovación.

La competitividad sistémica determina que las empresas y sus organizaciones deben readecuarse tanto a nivel interno como externo y muestra una relación entre los cuatro factores influyentes (nivel meta, macro, micro, meso) interrelacionados entre sí gracias al diálogo que favorece un acertado proceso de toma de decisiones.

1.4 LA COMPETITIVIDAD GLOBAL – WEF

El Foro Económico Mundial *WEF (World Economic Forum)* ha creado modelos de medición que han sido objetos de varias modificaciones a través del tiempo, pues se pretendía llegar a tener una herramienta útil para los países, que sirva para establecer políticas de desarrollo económico, además el poder establecer lineamientos claros a fin de comparar más objetivamente a las naciones.

El Índice de Competitividad Global (*Global Competitiveness Index*), es desarrollado y publicado anualmente desde 1979 por el Foro Económico Mundial. El informe elaborado en el período 2010-2011 evaluó 139 economías a nivel mundial, que incluye países desarrollados así como países en vías de desarrollo. El índice es calculado utilizando información pública disponible y la Encuesta de Opinión Ejecutiva, realizada por el Foro Económico Mundial en conjunto con una red de institutos asociados (que incluye instituciones líderes en investigación y organizaciones de negocios) en los países que forman parte del informe.

La encuesta es diseñada para recoger un amplio rango de factores que afectan el clima de negocios y su desarrollo dentro de la economía de un país. El informe presenta además una lista exhaustiva de las principales debilidades y fortalezas de los países, haciendo posible la identificación de aspectos prioritarios de mejora que pueden ser referentes para la adopción de políticas gubernamentales.

El Índice de Competitividad Global se construye por una parte cuantitativa, basada en la realidad económica del país y otra cualitativa que resulta de la encuesta de opinión a empresarios, líderes y actores de la realidad interna del país.

Este modelo pretende medir a través de un índice, la competitividad de los países a través del análisis de la habilidad de los mismos de proveer altos niveles de prosperidad a sus habitantes, esta habilidad está condicionada y depende de qué tan productivamente el país y las empresas utilizan los recursos que tienen disponibles.

En resumen, el índice mide un conjunto de instituciones, políticas y factores que definen los niveles de prosperidad económica sostenible en la actualidad y a medio plazo de cada país.

1.4.1 Pilares de competitividad

El índice de competitividad global, desarrollado por el Foro Económico Mundial WEF, establece 12 pilares fundamentales que deben ser cubiertos por los países y sus empresas para poder ser competitivos en un entorno mundial.³

Estos pilares se encuentran clasificados en tres grupos que son los siguientes:

- Requerimientos básicos.
- Promotores de eficiencia.
- Factores de innovación y sofisticación.

Estas son las etapas de un proceso que no pueden ser omitidas, deben ser cumplidas en el orden en el que fueron presentadas para garantizar la competitividad del futuro.

³ <http://www.fundesa.org.gt/cms/es/indices-internacionales/competitividad-global.html>

Dentro de los requerimientos básicos se observan los siguientes factores:

REQUERIMIENTOS BÁSICOS	
1.	Instituciones
2.	Infraestructura
3.	Estabilidad macroeconómica
4.	Salud y educación

- *Primer Pilar: El entorno institucional.*

Analiza el marco dentro del cual las personas, las empresas y los gobiernos interactúan entre sí para la generación de ingresos y riqueza en la economía. El marco institucional de cada nación tiene una fuerte incidencia en la competitividad. Es determinante la manera en la que las sociedades distribuyen la riqueza y asumen los costos de estrategias y de políticas de desarrollo, así como también en qué invierten sus ganancias y cómo organizan su producción.

Este pilar se basa en la capacidad de los mercados de generar un crecimiento dinámico a través de la confianza que las autoridades brinden a las transacciones de compra y venta, para ello se vuelve básico que el gobierno sea eficiente pues el exceso de burocracia, la corrupción, deshonestidad en el tratamiento de los contratos

públicos, falta de transparencia y confiabilidad hace que las empresas tengan un factor limitante en su desarrollo.

La importancia de las instituciones no se limita al marco jurídico y aunque se centra principalmente en las instituciones públicas, las privadas también juegan un papel muy importante en el crecimiento de las empresas y por ende de un país.

- *Segundo Pilar: La infraestructura amplia y eficiente.*

La infraestructura es muy importante, ya que determina la ubicación de la actividad económica y los sectores, dentro de una economía con infraestructura adecuada se reduce el efecto de las distancias entre las regiones, teniendo como resultado una visible integración del mercado nacional, además, se asegura un crecimiento económico en base a la calidad y extensión de las redes de infraestructura de transporte y comunicaciones de red.

Una infraestructura eficiente garantiza que la economía, con su base que son las empresas, se desenvuelvan en un entorno propicio para generar beneficios para el país, gracias a un transporte eficaz de

mercancías, personas, servicios y calidad, como carreteras, vías férreas, puertos y transporte aéreo, que habilitan a los empresarios a obtener sus productos al mercado de una manera segura y oportuna, y facilitan la circulación de los trabajadores a los puestos de trabajo, se tiene suministros de electricidad libres de interrupciones de tal manera que las empresas y las fábricas pueden funcionar sin interrupciones.

Una sólida y extensa red de telecomunicaciones permite una rápida y libre circulación de la información, lo que aumenta la eficiencia económica global, ayudando a garantizar que las decisiones tomadas por los agentes económicos tengan en cuenta toda la información pertinente disponible.

- *Tercer Pilar: La estabilidad macroeconómica.*

El caos macroeconómico perjudica a la productividad de una nación, pues ésta inestabilidad imposibilita a las empresas para tomar decisiones basadas en información real y objetiva, es decir, la economía de una nación no puede seguir creciendo si el entorno macroeconómico no brinda una estabilidad y condiciones adecuadas.

- *Cuarto Pilar: La salud y la educación primaria.*

Se podrá tener competitividad dentro de un país si se garantiza que el recurso humano está bien atendido en cuanto a salud, pues trabajadores enfermos no podrán rendir con todo su potencial, por ende serán menos productivos.

Este pilar brinda vital importancia a la calidad de la educación básica que recibe la población, pues la cantidad y calidad de educación de los trabajadores aumenta su eficiencia en el trabajo. Es importante también la educación formal que se les brinde, pues así el trabajador podrá adaptarse de mejor manera a los procesos avanzados de producción.

Dentro de los promotores de eficiencia están los factores enumerados a continuación:

PROMOTORES DE EFICIENCIA	
5.	Educación Superior
6.	Eficiencia del mercado de bienes
7.	Eficiencia del mercado laboral
8.	Sofisticación del mercado financiero
9.	Preparación tecnológica
10.	Tamaño del mercado

- *Quinto Pilar: La calidad de la educación superior.*

La formación superior del recurso humano es muy importante para los países que desean subir en la cadena de valor más allá de los procesos básicos de producción. El proceso de globalización cada vez es más exigente y para poder enfrentarlo con éxito, se hace indispensable el contar con personas formadas, capaces de adaptarse rápidamente a los cambios requeridos por el entorno.

Además de los índices de educación secundaria y superior también se toma en cuenta la formación que dentro de las organizaciones se brinda a los trabajadores, esta debe ser continua, para garantizar una

mejora constante en las capacidades del recurso humano, así como también, motiva al personal, ya que al saber que están siendo preparados contribuyen más con los objetivos de la empresa.

- *Sexto Pilar: La eficiencia del mercado de mercancías en los países eficientes.*

Es importante contar con mercados saludables dentro de la competencia, tanto nacionales como extranjeros, esto garantiza que las empresas produzcan los bienes que son demandados por el mercado. La eficiencia del mercado depende también de las condiciones de la demanda, por razones culturales los clientes en algunos países pueden ser más exigentes que en otros. Esto puede crear una ventaja competitiva importante, ya que obliga a las empresas a ser más innovadoras y bien dirigidas e impone la disciplina necesaria para lograr la eficiencia que le exige el mercado.

- *Séptimo Pilar: La eficiencia del mercado laboral.*

La eficacia y la flexibilidad del mercado laboral son fundamentales para garantizar que los trabajadores sean productivos dentro de sus lugares de trabajo, además mediante incentivos se puede lograr que se sientan comprometidos con las empresas y con su trabajo.

Los mercados laborales deben tratar las fluctuaciones de los salarios no tengan mucha diferencia para evitar la desorganización social. Los mercados de trabajo eficientes deben también asegurar una clara relación entre el esfuerzo del trabajador y los incentivos que recibe, así como también el aprovechamiento de los talentos disponibles dentro de las empresas sin desperdiciarlos, este pilar promueve la inclusión y la equidad en el entorno empresarial entre las mujeres y los hombres.

- *Octavo Pilar: La sofisticación del mercado financiero.*

La crisis financiera mundial actual, ha puesto al descubierto la importancia de los mercados financieros para el correcto funcionamiento de la economía nacional.

Dentro de un sector financiero eficiente se respetan los recursos ahorrados por los ciudadanos de un país, así como los que entran en la economía desde el extranjero, también se pretende canalizar los recursos a proyectos de inversión empresarial con los más altos índices de rentabilidad esperada, en lugar de a conexiones políticas, por lo tanto una correcta evaluación de los riesgos en las inversiones es un factor clave. La inversión empresarial es crucial para la productividad, los mercados financieros sofisticados hacen que el capital se encuentre disponible para inversiones del sector privado, además de asegurar que los innovadores puedan convertir sus ideas en realidades gracias a los productos que ofrecen, el sector bancario debe ser digno de confianza y transparencia.

- *Noveno Pilar: Disposición Tecnológica.*

Este pilar mide la velocidad con la que las economías adoptan las nuevas tecnologías a fin de mejorar la productividad de las industrias. La tecnología se ha convertido en un elemento fundamental que brinda las herramientas necesarias a las empresas para poder competir dentro de los mercados exigentes a los que se tienen que enfrentar debido al proceso continuo de globalización. El acceso directo, sin restricciones ni limitaciones a la información y a la comunicación, permite a las empresas basar sus decisiones en

datos confiables, logrando que dichas decisiones sean, en su mayoría, acertadas.

El proceso de innovación es fundamental para el desarrollo de nuevas tecnologías, pero el hecho que las empresas puedan adaptarse a las tecnologías que ya existen en el mercado también es muy importante.

- *Décimo Pilar: El tamaño del mercado*

Los grandes mercados permiten a las empresas aprovechar las economías de escala, tradicionalmente, los mercados a disposición de las empresas se han visto limitados por las fronteras nacionales, sin embargo, en la era de la globalización, los mercados internacionales se han convertido en un sustituto de los mercados nacionales.

Al incluir tanto los mercados nacionales como los extranjeros dentro de la mediada del tamaño de mercado, este pilar le da crédito a las exportaciones impulsadas por las economías y las zonas geográficas que se separan en muchos países, pero tienen un mercado común.

El tercer grupo abarca los factores de innovación y sofisticación y los dos factores determinantes están enumerados en la siguiente tabla:

<i>FACTORES DE INNOVACIÓN Y SOFISTICACIÓN</i>	
11.	Sofisticación empresarial
12.	Innovación

- *Décimo Primer Pilar: Sofisticación de los negocios.*

La sofisticación de los negocios se refiere a las redes de empresas dentro de un país y a la calidad de operaciones y estrategias que las empresas utilizan para ser mejores dentro del mercado, la eficiencia de los negocios es favorable para la producción eficiente de bienes y servicios, dando como resultado una mayor competitividad de la nación.

La calidad de las redes de empresas y el apoyo de las industrias, dentro de un país, mejora la calidad y la cantidad de proveedores locales que es un factor muy importante para el desarrollo de las empresas. Cuando los proveedores de un sector están interconectados en grupos geográficamente próximos, la eficiencia

es mayor, se crean mayores oportunidades para la innovación, y las barreras a la entrada de nuevas empresas se reducen.

- *Décimo Segundo Pilar: Innovación.*

El último pilar de la competitividad es la innovación tecnológica. No es suficiente con las mejoras que se pueden obtener mediante la calidad de las instituciones, la construcción de infraestructuras, la reducción de la inestabilidad macroeconómica, la eficiencia del capital humano del mercado financiero y del mercado de bienes, pues dentro del largo plazo, los niveles de vida sólo se puede ampliar con la innovación tecnológica.

Los países menos desarrollados pueden mejorar su productividad mediante la adopción de las tecnologías existentes, pero para países que han alcanzado la etapa de desarrollo de innovación, ya no es suficiente para aumentar la productividad, a este grupo de países se les convierte en una necesidad la innovación a fin de mantener la competitividad.

Para alcanzar un desarrollo de la innovación, se requiere un entorno propicio que cuente con el apoyo de los sectores público y privado, que ayuden al desarrollo mediante inversión en la investigación.

1.4.2 El diamante de competitividad de Michael Porter

Michael Porter, economista estadounidense especializado en la gestión y administración de empresas, crea un modelo que ayuda principalmente a comprender la posición de una nación dentro de una competición global, es llamado el modelo de diamante y se basa en las ventajas competitivas de los diferentes países.

Antes de conocer el modelo de Porter, la ventaja que se les atribuía a algunos países frente a otros, dentro de la teoría económica era llamada ventaja comparativa y estaba formada por cinco factores; tierra, ubicación, recursos naturales, mano de obra, y tamaño de la población local, sin embargo estos aspectos no son suficientes para determinar el grado de competitividad de una nación, por lo que el diamante de Michael Porter se convierte en una herramienta más amplia y que abarca a todos los factores que influyen al tratar de contestar la interrogante sobre el porqué algunas naciones desarrollan una ventaja competitiva superior a otras que les permite alcanzar altos índices de productividad y porque sus empresas a la vez son más competitivas en el mercado global.

El diamante de Porter consta de cuatro fuerzas que deben funcionar adecuadamente juntas y que determinan la ventaja competitiva de las naciones, que se mencionan a continuación:

- Condiciones del factores
- Condiciones de la demanda
- Industrias relacionadas y de apoyo
- Estrategia

Dentro del modelo se considera también otros dos factores que sin duda también influyen a la competitividad, el gobierno y el azar o la posibilidad.

Porter afirma que los factores dominantes dentro de la producción son creados por las naciones y no heredados como los que se describían dentro de la ventaja comparativa, los factores que son realmente valiosos y que aportan dentro de la competitividad son trabajo calificado, infraestructura y capital, estos general una verdadera ventaja porque es necesario una inversión para tenerlos y son difíciles de copiar, son necesarios para entrar a competir en mercados internacionales.

Depende del tipo de clientes conforman demanda de un determinado país para determinar su ventaja competitiva, pues mientras más exigente sea el cliente ejercerá mayor presión a las organizaciones para que traten de mejorar y se preocupen por satisfacer no solo sus necesidades sino también sus exigencias, convirtiéndose en creadores de valor, aumentando su competitividad de la mano de la calidad de sus productos y de la innovación.

Un medio viable para mejorar la competitividad son las interconexiones de industrias, el conocer cuáles son las más próximas espacialmente facilitará el intercambio de información y de ideas, convirtiéndose en una red de apoyo mutuo que genere un beneficio para las empresas o naciones participantes.

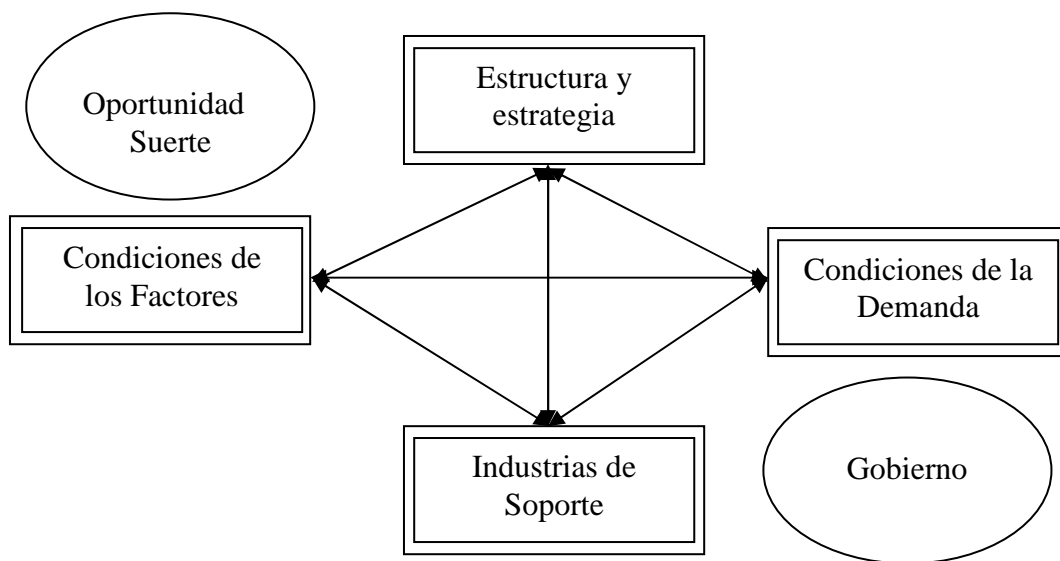
Las estrategias de cómo las empresas se crean, se organizan y cómo se gestionan es un factor determinante de competitividad pero no hay que dejar de preocuparse por las estrategias que la competencia directa está aplicando, pues es este análisis el que impulsa a las empresas o naciones a tratar de innovar, mejorar continuamente, ser más productivas para poder competir.

El gobierno juega un papel muy importante pues debe ser el ente que regule la competencia y que impulse a las empresas a desarrollarse y llegar a ser competitivas.

CUADRO No. 1

INTERRELACIÓN DE LOS FACTORES DEL DIAMANTE DE MICHAEL

PORTER



Fuente: maestria.icesi.com.

Elaborado por: Estefanía Torres

1.5 PERFIL DEL ECUADOR EN EL REPORTE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL WEF 2010-2011

1.5.1 Ecuador: Análisis WEF

El Ecuador, se encuentra dentro de las 139 economías que fueron analizadas en el reporte del Foro Económico Mundial 2010-2011, ocupa el puesto 105 en la clasificación mundial⁴.

A continuación se presenta una tabla resumen de los índices y las posiciones que obtuvo el Ecuador dentro de los reportes de competitividad WEF de años pasados.

⁴El Universo, Economía, viernes 10 de septiembre 2010, a las 22H21 <http://www.eluniverso.com/2010/09/10/1/1356/ecuador-continua-105-ranking-competitividad.html?p=1355A&m=2160>

CUADRO No. 2**TABLA DE COMPETITIVIDAD EN EL ECUADOR**

AÑOS	ÍNDICE	POSICIÓN
2007-2008	3.55	105
2008-2009	3.58	104
2009-2010	3.56	105
2010-2011	3.65	105

Fuente: World Economic Forum. Rankings: Global Competitiveness Report 2007-2011.
Elaborado por: Estefanía Torres.

El Reporte de Competitividad WEF del año 2010-2011 sitúa en primer lugar a Suiza con un índice de 5.93 y de Latinoamérica a Chile en la posición 30 a nivel mundial y un índice de 4.69.

Dados los bajos resultados que el Ecuador ha obtenido a través de los años en el ámbito de competitividad, se hace indispensable un análisis y estudio de las causas que originan estas posiciones y los factores que influyen en la competitividad de las PYMEs; además, se pone en evidencia la necesidad de la creación de instituciones públicas o privadas cuyo fin sea dar apoyo a las empresas, principalmente a las más desatendidas y las que más asesoramiento.

1.5.2 Factores más problemáticos a nivel internacional

Las economías analizadas dentro del Reporte de Competitividad Global WEF tiene cada una diferentes características reflejadas en la puntuación final, sin embargo existen algunos factores que en general, son los más problemáticos a nivel nacional.

Se puede decir que los países de América Latina son muy parecidos en cuanto a factores que se convierten en un problema y que por ende influyen negativamente en la competitividad como nación.

A continuación se presenta una lista de los factores más problemáticos a nivel internacional:

- Burocracia gubernamental ineficiente
- Corrupción
- Crimen y robo
- Acceso al financiamiento
- Regulaciones de trabajo restrictivas
- Oferta de infraestructura inadecuada
- Regulación fiscal
- Tasas de impuestos
- Fuerza laboral educada inadecuadamente

- Inflación
- Pobre ética de la fuerza laboral
- Inestabilidad política
- Inestabilidad del gobierno
- Regulaciones sobre moneda extranjera
- Salud pública pobre

2. CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIU C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES

2.1. TRAYECTORIA DE LA MANUFACTURA EN EL ECUADOR EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS

2.1.1 Definición de Industria Manufacturera

La industria manufacturera comprende la transformación de insumos a través de la utilización de máquinas, herramientas y mano de obra, en productos para su utilización o para la venta. Abarca las actividades humanas desde la artesanía hasta los procesos que utilizan alta tecnología, que es más comúnmente aplicado a la producción industrial en la cual las materias primas son transformadas en bienes terminados con la utilización de máquinas y fuentes de energía más allá del simple trabajo humano.⁵

⁵www.tueconomía.net : Industria manufacturera y de fabricación

La manufactura se ha convertido en una porción muy significativa de la economía del mundo moderno. Según algunos economistas, la industria manufacturera es un sector que produce riqueza dentro de una sociedad.

La industria manufacturera moderna incluye todos los procesos intermedios requeridos para la producción y la integración de los componentes necesarios hasta la formación del producto final.

2.1.2 Comportamiento de la industria manufacturera

- ***Producto Interno Bruto***

Para empezar el análisis de la industria manufacturera en el Ecuador hay que mencionar al indicador que se utiliza para medir el tamaño de la economía de un país, es el cálculo del Producto Interno Bruto, ya que este permite prever el alcance de la producción neta anual.

A continuación se presente un cuadro en que se puede visualizar el comportamiento de a través de los años desde el 2000 hasta el 2010 del PIB de la industria manufacturera, que pasó de 2170 a 3511 millones de dólares y creció a una tasa promedio anual del 3.9 por ciento.

CUADRO No. 3

**PARTICIPACIÓN DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA EN EL PIB
(A PRECIOS CORRIENTES)**

AÑOS	PIB TOTAL	PIB INDUSTRIA MANUFACTURERA	TASA DE VARIACIÓN ANUAL	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
2000	16.282.908	2.169.792	-6,85	13,33%
2001	17.057.245	2.275.827	4,89	13,34%
2002	17.641.924	2.333.399	2,53	13,23%
2003	18.219.436	2.440.425	4,59	13,39%
2004	19.827.114	2.519.338	3,23	12,71%
2005	20.965.934	2.752.169	9,24	13,13%
2006	21.962.131	2.946.239	7,05	13,42%
2007	22.409.653	3.090.781	4,91	13,79%
2008	24.032.489	3.341.096	8,1	13,90%
2009	24.119.455	3.290.211	-1,52	13,64%
2010	24.983.318	3.511.421	6,72	14,06%

Fuente: Banco Central del Ecuador. Cuentas Nacionales.
Elaborado por: Estefanía Torres

Gracias al Cuadro No. 3, podemos deducir que la industria manufacturera tuvo un gran declive durante el año 2000 frente a 1999, como consecuencia de la crisis bancaria y la dolarización que experimentó el Ecuador durante ese período. También se observa una variación negativa durante el año 2009, que se podría atribuir a la crisis financiera a nivel mundial, que afectó a todas las economías y por

ende a la ecuatoriana, principalmente por la baja de las exportaciones a países socios comerciales, además del aumento de los costos de importación, dado que la industria manufacturera es dependiente directa de las importaciones.

El promedio de la contribución del sector manufacturero en el PIB nacional, tomando en cuenta los valores desde el año 2000 hasta el 2010 es del 13,45%.

Después del sector comercial, la industria manufacturera (excluyendo refinación de petróleo) constituye el segundo sector que más aporta a la economía, las ramas que más aportan a la producción de este sector son alimentos y bebidas, textiles y cuero, madera y productos de madera, plásticos y cauchos, metalmecánica y papel y productos de papel.

A continuación se presenta un cuadro resumen de las principales ramas que participan dentro del sector industrial:

CUADRO No. 4

**SUBSECTORES QUE MÁS APORTAN AL PRODUCTO DEL SECTOR
MANUFACTURERO**

SUBSECTORES	PORCENTAJE
Bebidas y Alimentos	55%
Textil y Cuero	14%
Madera y productos de madera	10%
Plástico y Cauchos	7%
Metalmecánica	6%
Papel y productos de papel	4%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Estefanía Torres

Los sectores antes mencionados suman el 95% del sector manufacturero, según datos de la misma fuente. Guayas y Pichincha son las provincias que más invierten en la industria manufacturera del país.

El Ministerio de Industrias y Competitividad, durante el año 2011 afirma que la actividad industrial ha mantenido un desempeño positivo, pues ha crecido a un 7% con respecto al año anterior y según el Banco Central del Ecuador, el sector manufacturero durante el año 2010 contribuyó con el 14.06% del PIB, como se muestra en el siguiente cuadro, este indicador no es muy diferente al de países como Perú y Chile, 14.3% y 15.9% respectivamente.

CUADRO No. 5**CONTRIBUCIÓN DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA EN EL PIB**

AÑO	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	PIB	PORCENTAJE
2010 Provisión	3.511.421	24.983.318	14,06%
2011 Previsión	3.669.900	26.292.840	13,96%
Expresado en: miles de dólares			

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Estefanía Torres

Según datos recogidos del Servicio de Rentas Internas, el sector industrial contribuye de manera significativa a la recaudación total de impuestos. El desarrollo de este sector en el último año también se ve reflejado en el aumento de los impuestos con los que ha contribuido, pues si se compara los períodos de enero a abril del año 2010 con los mismos meses del año 2011, se puede notar un crecimiento del 16%.

- ***Indicadores Financieros del Sector Manufacturero***

En el Cuadro No. 6 se puede observar los principales indicadores financieros de la Industria Manufacturera en el periodo comprendido del año 2005 al 2010.

CUADRO No. 6**INDICADORES FINANCIEROS DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA****(DÓLARES CORRIENTES)**

INDICADORES FINANCIEROS	2005	2006	2008	2009	2010
Activo	6.634.923.531	9.239.873.861	12.077.635.564	12.090.885.710	10.226.958.171
Pasivo	2.840.795.660	5.697.953.063	7.722.417.400	7.221.471.132,02	6.326.500.080
Patrimonio	2.604.943.751	3.541.920.798	4.355.218.163	4.869.414.578,60	3.900.458.091
Capital Social	1.467.696.963	1.695.213.545	2.417.566.788	2.713.614.967,62	2.106.866.937
Ingresos	9.121.257.307	12.075.677.721	17.381.155.094	16.729.689.325,97	14.659.475.931
Utilidades	422.692.325	889.190.560	757.388.754	801.073.884,79	1.106.984.661
<i>No. de Cías.</i>	<i>2.675</i>	<i>3.501</i>	<i>3.476</i>	<i>3.402</i>	<i>3.902</i>

Fuente: Superintendencia de Compañías, Intendencia Nacional de Tecnología de Información y Comunicaciones.

Elaborado por: Estefanía Torres

○ *Activos:*

En el período 2005 – 2010, los activos de la industria manufacturera, variaron de 6.635 millones de dólares en el año 2005 a 10.227 millones en el 2010, creciendo en promedio 1.25%, sin embargo, la tendencia cambió del 2009 al 2010, dónde se observa una reducción de un 0.85%.

- *Pasivos:*

En el período 2005 – 2010, los pasivos de la industria manufacturera, variaron de 2.840 millones de dólares en el año 2005 a 6.327 millones en el 2010, creciendo en promedio 1.43%, se observa sin embargo que existe un declive de un 0.85% al comparar el año 2010 con el 2009.

Otro indicador del crecimiento del sector industrial en el Ecuador, es el análisis del volumen de créditos otorgados por el sector financiero privado al sector manufacturero. Según el Banco Central del Ecuador de enero a abril del 2010 fue de 908.34 millones de dólares y en el mismo periodo del año 2011 fue de 1050.55 millones, teniendo un aumento del 15.7%, cifra que indica que el sector se encuentra desarrollándose.

- *Patrimonio*

El patrimonio de las empresas del sector manufacturera en el periodo 2005 a 2010 variaron de 2.605 millones de dólares en el año 2005 a 3.900 millones en el 2010, creciendo en promedio 1.24% con respecto al año anterior hasta el año 2009; en el 2010 se observa una disminución de 0.80% en la composición del patrimonio.

- *Ingresos*

En el periodo 2005 – 2010, los ingresos de la industria manufacturera variaron de 9.121 millones de dólares en el año 2005 a 14.660 millones en el 2010; en el año 2006 crecieron 1.32% con respecto al 2005, el 2008 creció con respecto al 2006 1.44%, en el año 2009 se observa una disminución de 0.96% con respecto al año anterior, comportamiento que se repite en el 2010 donde se presenta un declive de 0.88% respecto al 2009.

- *Utilidades*

Las utilidades de la industria manufacturera en el periodo 2005 -2010 variaron de 422 millones de dólares en el año 2005 a 1.106 millones en el 2010; del año 2006 crecieron con respecto al 2005 en 2.10%, en el 2008 se observa una disminución de utilidades de 0.85% en relación al 2005, el 2009 y 2010 crecieron en relación al año anterior en un 1.23% en promedio.

En el Cuadro No. 7, se desglosa los indicadores financieros del año 2010 en grandes, medianas, pequeñas, microempresas y aquellas que no están definidas, debido a que corresponde a empresas de reciente constitución y/o que no contienen valores en sus principales variables financieras que les permita ser clasificadas.

CUADRO No. 7**INDICADORES FINANCIEROS POR TAMAÑO DE LAS EMPRESAS****SECTOR C: INDUSTRIAS MANUFACTURERAS****(AÑO: 2010 – PRECIOS CORRIENTES)**

VARIABLES	GRANDES	MEDIANAS	PEQUEÑAS	MICROS	NO DEFINIDO
Activo	8.232.257.873	1.292.872.147	590.628.493	111.199.657	-
Pasivo	4.970.866.760	890.947.847	394.077.264	69.885.385	722.824
Patrimonio	3.261.391.113	401.924.300	196.551.229	41.314.272	(722.824)
Capital Social	1.780.249.153	208.433.218	95.408.682	22.753.964	21.920
Ingresos	11.848.865.205	1.886.775.162	810.213.873	113.542.736	78.955
No. de Cías.	355	583	1.351	1.605	8

Fuente: Superintendencia de Compañías, Intendencia Nacional de Tecnología de Información y Comunicaciones.

Elaborado por: Estefanía Torres

- **Indicadores ROA Y ROE⁶**

En el año 2005 las empresas de la industria manufacturera reflejaron un ROA del 6.37 por ciento de rendimiento sobre la inversión, en el año 2010 este indicador alcanzó el 10.82. Los años relevantes resultaron ser 2006 con 9.62 y el 2010 con 10.82.

⁶Retorno sobre Activos mide la rentabilidad de una empresa con respecto a la inversión. Da una idea de cuán eficiente es la empresa en el uso de sus activos para generar utilidades.

Retorno sobre Patrimonio mide la rentabilidad de los dueños del patrimonio. Da una idea de la capacidad de una empresa para generar utilidades con el uso del capital invertido en ello.

En el año 2005 el ROE o el rendimiento sobre el capital de los inversionistas de la industria manufacturera estuvo en el 16.23 por ciento, y en el 2010 alcanzó el 28.38, los mejores valores fueron el 2006 con 25.10 y el 2010 con 28.38 por ciento.

CUADRO No. 8

ROA Y ROE DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA

(PRECIOS CORRIENTES)

VARIABLES FINANCIERAS	2005	2006	2008	2009	2010
Utilidades	422.692.325	889.190.560	757.388.754	801.073.885	1.106.984.661
Total Activo	6.634.923.531	9.239.873.861	12.077.635.564	12.090.885.710	10.226.958.171
Patrimonio	2.604.943.751	3.541.920.798	4.355.218.163	4.869.414.578,60	3.900.458.091
ROA	6.37	9.62	6.27	6.63	10.82
ROE	16,23	25,10	17,39	16,45	28.38

Fuente: Superintendencia de Compañías, Intendencia Nacional de Tecnología de Información y Comunicaciones.
Elaborado por: Estefanía Torres

- **Contribución al empleo**

En el Cuadro No. 9, se presenta el personal ocupado en las empresas de la Industria Manufacturera, desde el año 200 hasta el 2009.

CUADRO No. 9**PERSONAL OCUPADO EN LA INDUSTRIAS MANUFACTURERAS****(AÑOS: 2000-2009)**

AÑOS	No. DE PERSONAL OCUPADO	% CRECIMIENTO
2000	124.206	
2001	135.244	8,88%
2002	147.883	9,34%
2003	145.584	-1,55%
2004	148.380	1,92%
2005	157.629	6,23%
2006	167.825	6,46%
2007	172.681	2,89%
2009	266.908	54,56%

Fuente: INEC. Censo Nacional Económico 2010.
Elaborado por: Estefanía Torres

En el periodo 2000 – 2009, el empleo de la Industria Manufacturera creció en un 11.09 por ciento en promedio, debido a que sus valores pasaron de 124.206 empleos en el 2000 a 266.908 en el 2009. Los años de levantes de crecimiento resultaron ser 2009 con 54.56 por ciento, 2002 con 9.34 y 2001 con 8.88 por ciento.

Conforme al Cuadro No. 10, las 3902 empresas de clasificadas en C: Industrias Manufactureras, dan ocupación en el año 2010 a 168.602 personas dentro del país, de los cuales 6.396 son directivos, 30.258 administrativos, empleados en producción 106.167 y en otros empleos 25.781.

CUADRO No. 10**PERSONAL OCUPADO EN LA INDUSTRIAS MANUFACTURERAS****(AÑO: 2010 – NÚMERO DE EMPLEADOS)**

		INDUSTRIA MANUFACTURERA	TOTAL PAÍS	PORCENTAJE
TOTAL	Número de Compañías	3.902	44396	8,79%
	Personal Ocupado	168.602	861343	19,57%
PERSONAL OCUPADO	No. Empleados Directivos	6.396	56537	11,31%
	No. Empleados Administrativos	30.258	173705	17,42%
	No. Empleados Producción	106.167	452134	23,48%
	No. Empleados Otros	25.781	178967	14,41%

Fuente: Superintendencia de Compañías, Intendencia Nacional de Tecnología de Información y Comunicaciones.

Elaborado por: Estefanía Torres

En el periodo de enero a septiembre del 2011, la industria manufacturera dio empleo a 294.000 personas, en estas cifras las PYMEs contribuyeron con el 59.5% del total de personal ocupado en este sector.

- ***Exportaciones e Importaciones***

Los productos de la industria que más se exportan son: productos del mar, vehículos y sus partes, extractos y aceites de vegetales, manufacturas de metales y jugos y conservas.

En el cuadro No. 11 se presentan las exportaciones industriales no petroleras, desde el año 2004 al 2009 y los porcentajes de participación de las mismas, respecto al total de exportaciones de la industria ecuatoriana, así como también respecto al total de exportaciones del país.

CUADRO No. 11

EXPORTACIONES INDUSTRIALES NO PETROLERAS

(MILES DE DÓLARES FOB)

AÑO	TOTAL INDUSTRIA	% DE CRECIMIENTO	% PART. EN EXPORTACIONES INDUSTRIALES TOTALES	% PART. EN EXPORTACIONES TOTALES
2004	1.393	-4%	81%	18%
2005	1.774	27%	79%	18%
2006	2.288	29%	79%	18%
2007	2.783	22%	76%	19%
2008	3.144	13%	74%	17%
2009*	2.410	-17%	79%	20%

*Cifra corresponde al periodo de enero-noviembre

Fuente: Cámara de Industrias de Guayaquil. La Industria: actora del progreso.

Elaborado por: Estefanía Torres

Los años más importantes resultaron ser 2004 con 1.393 miles de dólares FOB, que representan el 81 por ciento de exportaciones industriales (petroleras y no petroleras) y el 18 del total de exportaciones, y el 2009 con 2.410 miles de dólares FOB, que representan el 79 por ciento de exportaciones industriales y el 20 de exportaciones totales.

En el cuadro No. 12 se presentan las importaciones industriales, desde el año 2004 al 2009 y los porcentajes de participación de las mismas, respecto al total de importaciones del país. Las importaciones del sector industrial representan en promedio el 42 por ciento de las importaciones totales.

CUADRO No. 12
IMPORTACIONES INDUSTRIALES
(MILES DE DÓLARES CIF)

AÑO	MILES DE DÓLARES	% DE CRECIMIENTO	% PART. EN IMPORTACIONES TOTALES
2004	3.319	22%	44%
2005	3.948	19%	41%
2006	4.466	13%	40%
2007	5.265	18%	41%
2008	7.433	41%	43%
2009*	5.615	-18%	44%

*Cifra corresponde al periodo de enero-noviembre

Fuente: Cámara de Industrias de Guayaquil. La Industria: actora del progreso.
Elaborado por: Estefanía Torres

Los años más importantes resultaron ser 2008 con 7.433 miles de dólares destinados a las importaciones industriales, lo que representa el 43 por ciento del total de importaciones, se destaca el crecimiento del 41 por ciento de este año con respecto al anterior. El año 2009 las importaciones industriales tuvieron una participación del 44 por ciento del total de importaciones, sin embargo la cantidad de dinero invertida en el efecto disminuyó en un 18 por ciento con respecto al 2008.

2.2 TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIU C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES

2.2.1 Reseña histórica

Los minerales son piedras que generalmente se encuentran en forma de compuestos insolubles (sulfuros), lo que se hace para obtener el metal, según el método tradicional, es moler los minerales que contienen metales de interés y después disolverlos con cianuro. Sin embargo, el uso de este material no permite que los metales se disuelvan bien y además produce gases tóxicos.

En la siguiente etapa, que es la reducción, se mezcla zinc o aluminio con la solución que se obtuvo al disolver los minerales con cianuro, para recuperar el metal, de tal forma éste queda adherido al fondo del recipiente. Posteriormente el residuo se funde. Con este procedimiento se recuperan cantidades inferiores al cinco por ciento del metal de valor.⁷

En Ecuador la explotación minera es muy antigua. Actualmente, se aprovechan minerales metálicos, no metálicos y materiales de construcción.

⁷<http://www.mitecnologico.com/Main/ExtraccionYTransformacionDeMetales>

Es una actividad económica poco aprovechada a pesar del potencial minero existente.

Están ubicados en varios sitios del país. Uno de los más importantes es el depósito de cobre Junín, en la provincia de Imbabura, que posee un potencial de 318.000.000 toneladas de mineral. En los últimos años, también se ha explorado en el área Pananza, ubicada en la provincia de Morona Santiago.

Los principales lugares de explotación de oro y plata en el Ecuador son:

- Nambija-Chinapintza (sudeste) dentro de la provincia de Zamora se encuentran los puestos de Nambija, que tienen un área extensa de origen hidrotermal, así como otros sitios en la cordillera del Cóndor como Guaysimi, Campanillas, Cambanas, La Fortuna y Chinapintza.
- Portovelo (sur-sudoeste) se halla en la provincia del El Oro, el campo de Portovelo mide 15 km de norte a sur y 4 km de este a oeste. Su profundidad es de 1400 metros, de origen hidrotermal, con vetas de cuarzo y oro, sulfuros y sulfosales.

- Ponce-Enríquez (sudoeste) se encuentra en la provincia de Azuay, en los sectores de Bella Rica y San Gerardo. La mineralización es de tipo vetiforme, es decir, se encuentra en vetas mezcladas con la roca, con sulfuros complejos y, en ocasiones con oro libre.

El sector metalmecánico es reconocido como el principal proveedor de bienes de capital, y por ende forma parte muy importante de encadenamientos productivos tanto hacia adelante así como hacía atrás, es decir en los que el sector actúa como proveedor y también en los que es cliente de otros sectores, como consecuencia de los encadenamientos productivos diferentes sectores de la economía del país resultan beneficiados, ocupa un lugar muy importante dentro de la industria manufacturera del Ecuador.

El subsector C24: Fabricación de Metales Comunes, es el encargado de abastecer de productos que sirven como insumos a 38 sectores como construcción, consumo intra-sectorial, industria de refinación de petróleo, fabricación de maquinaria, equipo y material de transporte, este grupo de sectores clientes directos representan el 72 por ciento de la producción total del Ecuador, una parte de los productos ofertados por el subsector C24 también está destinado al consumo de los hogares aproximadamente corresponde el 21 por ciento y alrededor del 5 por ciento está destinado para exportación.

En el cuadro que se presenta a continuación se ilustra el encadenamiento productivo hacia adelante del subsector Fabricación de Metales Comunes, de acuerdo a lo explicado anteriormente.

CUADRO No. 13

**ENCADENAMIENTO HACIA ADELANTE C24: FABRICACIÓN DE METALES
COMUNES**

CONSUMIDORES	PORCENTAJE
Industrias	72%
<ul style="list-style-type: none"> • Construcción, Fabricación de Metales Comunes, fabricación de productos de refinación de petróleo, maquinaria y equipo, equipo de transporte 	64%
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de bebidas, productos de madera, hoteles y restaurantes, administración pública y defensa, otros sectores 	8%
Consumo de hogares	21%
Exportación	5%
Variación de las existencias	2%
TOTAL	100%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

2.2.2 Indicadores relevantes

- ***Producto Interno Bruto***

El Subsector Fabricación de Metales Comunes, contribuyó a la formación del PIB del sector manufacturero, en promedio, con el 6.89 por ciento en los años 2000 al 2010 y con respecto al PIB nacional en el mismo periodo, aportó en promedio con 0.93 por ciento.

En los años 2011 y 2012, el subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes, contribuyó al PIB manufacturero en promedio con 6.14 por ciento, mientras que en el PIB nacional contribuyó en promedio con 0.88 por ciento, los años más relevantes resultaron ser 2005 con un porcentaje de contribución en el PIB total de 1.02 por ciento y de 7.79 con respecto al PIB de la Industria Manufacturera; el año 2006 se destaca como el más importante ya que el subsector contribuye en este periodo con 1.06 por ciento en el PIB total y con 7.91 en el PIB de la Industria Manufacturera.

CUADRO No. 14

**PARTICIPACIÓN DEL SUBSECTOR C24: FABRICACIÓN DE METALES
COMUNES EN EL PIB
(MILES DE DÓLARES CORRIENTES)**

SUBSECTOR FABRICACIÓN METALES COMUNES					
AÑOS	PIB TOTAL (1)	PIB INDUSTRIA MANUFACTURERA (2)	METALES COMUNES (3)	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN (Respecto 1)	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN (Respecto 2)
2000	16.282.908	2.169.792	138.851	0,85%	6,40%
2001	17.057.245	2.275.827	150.071	0,88%	6,59%
2002	17.641.924	2.333.399	178.925	1,01%	7,67%
2003	18.219.436	2.440.425	166.188	0,91%	6,81%
2004	19.827.114	2.519.338	177.318	0,89%	7,04%
2005	20.965.934	2.752.169	214.281	1,02%	7,79%
2006	21.962.131	2.946.239	233.121	1,06%	7,91%
2007	22.126.622	3.125.613	191.995	0,86%	6,14%
2008	23.066.808	3.267.593	200.251	0,87%	6,13%
2009	24.119.455	3.290.211	223.586	0,93%	6,80%
2010	24.983.318	3.511.421	226.837	0,91%	6,46%
2011	26.607.840	3.729.541	233.642	0,88%	6,26%
2012*	28.031.231	4.078.516	245.091	0,87%	6,01%

*Datos previstos

Fuente: Banco Central del Ecuador. Cuentas Nacionales
Elaborado por: Estefanía Torres

- **Indicadores Financieros del Subsector CIU C 24**

En el cuadro No. 15 se presentan los principales indicadores financieros de la actividad económica: fundición, refinación y aleaciones de metales comunes; que pertenece al sector Industria Manufacturera. Además de la actividad económica: producción de metales comunes del año 2010.

CUADRO No. 15**INDICADORES FINANCIEROS SUBSECTOR CIU C24: FABRICACIÓN DE
METALES COMUNES****(VALORES EN DÓLARES CORRIENTES)**

INDICADORES	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010
Activos	14.898.263	14.335.795	18.218.146	13.724.487	20.401.986
Pasivos	10.445.976	9.456.105	13.229.066	10.528.198	15.192.663
Patrimonio	4.452.286	4.879.689	4.989.079	3.196.288	5.209.323
Ingresos	22.309.043	24.722.550	24.807.680	20.374.135	26.111.269
Utilidad (pérdida)	1.780.538	627.918	535.848	-1.792.790	2.066.623

Fuente: Banco Central del Ecuador. Cuentas Nacionales
Elaborado por: Estefanía Torres

o *Activos:*

En el período 2006 – 2010, los activos del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes del Distrito Metropolitano de Quito, variaron de 14.898.263 dólares en el año 2006 a 20.401.986 en el 2010, creciendo en promedio 11.82%, sin embargo, la tendencia es decreciente del año 2006 al 2007 y del año 2008 al 2009.

- *Pasivos:*

En el período 2006 – 2010, los pasivos del subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes del Distrito Metropolitano de Quito, variaron de 10.445.976 dólares en el año 2006 a 15.192.663 en el 2010, creciendo en promedio 13.58%, se observa sin embargo que existe un declive del año 2006 al 2007 y del 2008 al 2009.

- *Patrimonio*

El patrimonio de las empresas del subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes del Distrito Metropolitano de Quito en el periodo 2006 al 2010, variaron de 4.452.286 dólares en el año 2006 a 5.209.323 en el 2010, creciendo en promedio 9.72%, se observa una disminución del patrimonio en las empresas del subsector del año 2008 al 2009 del 35.93%.

- *Ingresos*

En el periodo 2006 – 2010, los ingresos del subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes del Distrito Metropolitano de Quito

variaron de 22.309.043 dólares en el año 2006 a 26.111.269 en el 2010; creciendo en promedio 5.36%, se puede observar una disminución en los ingresos del sector del año 2008 al 2009 del 17.87%.

○ *Utilidades*

Las utilidades del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes del Distrito Metropolitano de Quito en el periodo 2006 -2010 variaron de 1.780.538 dólares en el año 2006 a 2.066.623 en el 2010; disminuyendo en promedio un 74.67%, se observa que durante el período analizado, el año más importante es el 2010 que creció en comparación al 2009 en 215.27%.

• ***Indicadores ROA y ROE***

El Cuadro No. 16 presenta una comparación del ROA y ROE del periodo 2008 – 2010 de la Industria Manufacturera y del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes.

CUADRO No. 16**ROA Y ROE DEL SECTOR DE METALES COMUNES****(AÑOS 2008-2010)**

AÑOS	INDUSTRIA MANUFACTURERA		SUBSECTOR C24	
	ROA	ROE	ROA	ROE
2008	6,27	17,39	2,94	10,74
2009	6,63	16,45	-13,06	-56,09
2010	10,82	28,38	10,13	36,67

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Estefanía Torres

El ROA de la Industria manufacturera del año 2008 alcanzó el 6.27, mientras que el del subsector metales comunes en el mismo periodo 2.94, en el año 2009, la industria manufacturera obtuvo 6.63 mientras que el subsector C24 -13.06, durante el 2010 el sector de manufactura alcanzó 10.82 y el subsector analizado 10.13.

El ROE de la Industria manufacturera del año 2008 alcanzó el 17.39, mientras que el del subsector metales comunes en el mismo periodo 10.74, en el año 2009, la industria manufacturera obtuvo 16.45 mientras que el subsector C24 -56.09, durante el 2010 el sector de manufactura alcanzó 28.38 y el subsector analizado 36.67.

2.3 COMPONENTES DEL SUBSECTOR CIUU C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES

Dentro del sector metalmecánico se encuentran los productos considerados como bienes de capital. Éstos se definen como aquellos que sirven para producir otras máquinas que luego se incorporan a la formación bruta de capital fijo y que se utilizan directamente o a través de funciones auxiliares, en la realización o mejoramiento de los procesos productivos, así como en la prestación de un servicio

Los grupos pertenecientes a este subsector son los siguientes:

- GRUPO 241. CLASE 2410: Industrias básicas de hierro y acero
- GRUPO 242. CLASE 2420: Fabricación de productos primarios de metales preciosos y metales no ferrosos
- GRUPO 243: Fundición de metales
- GRUPO 243. CLASE 2431: Fundición de hierro y acero
- GRUPO 243. CLASE 2432: Fundición de metales no ferrosos

2.4 PRINCIPALES PRODUCTOS QUE ELABORA

Los principales productos que el sector metalmeccánico produce son: láminas y perfiles de hierro y acero, laminados en frío y en caliente; varillas; tubos soldados; techos; alcantarillas; guardavías; tapas para gaseosas y cerveza; envases de hojalata; estructuras para edificaciones; alambre; clavos; tanques y recipientes; carrocerías; partes y piezas de máquinas; hornos; quemadores; muebles metálicos; automóviles, camionetas y camiones.

2.5 APORTES DEL SUBSECTOR CIIU C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES A LA ECONOMÍA

- ***Formación de Producto Interno Bruto***

Según datos del Banco Central del Ecuador, el subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes, en el año 2010 aportó al PIB del sector de Industria Manufacturera con 6.46 por ciento y al PIB nacional total con 0.91 por ciento.

Durante el año 2011 el porcentaje de contribución fue 6.26 por ciento, y al PIB nacional con 0.88 por ciento.

- **Importaciones y exportaciones**

En el Cuadro No. 17 se observa el comportamiento de las importaciones y exportaciones (en toneladas) de la Industria de Manufacturera de Metales Comunes del 2001 al 2010.

CUADRO No. 17

**IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE LA MANUFACTURA DE
METALES COMUNES
(TONELADAS)**

AÑOS	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	PORCENTAJE
2001	794.942	57.318	7,21%
2002	1.074.839	55.218	5,14%
2003	846.004	87.847	10,38%
2004	896.455	68.900	7,69%
2005	924.535	98.355	10,64%
2006	1.110.803	133.905	12,05%
2007	1.088.997	140.072	12,86%
2008	1.384.177	130.409	9,42%
2009	931.299	110.602	11,88%
2010	1.109.276	119.210	10,75%

*Manufactura de metal incluye: vehículos y sus partes, maquinaria y sus partes y otras manufacturas de metal

Fuente: Banco Central del Ecuador. Boletín Comercio Exterior 2011
Elaborado por: Estefanía Torres

Durante el período 2001-2010, en promedio las exportaciones en toneladas, representan apenas el 9.80 por ciento del total de toneladas importadas del subsector.

En el Cuadro No. 18 se observa el comportamiento en el periodo 2001 – 2010 de las importaciones y exportaciones (en miles de dólares) de la Industria de Manufacturera de Metales Comunes.

CUADRO No. 18

**IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE LA MANUFACTURA DE
METALES COMUNES
(DÓLARES)**

AÑOS	IMPORTACIONES CIF	EXPORTACIONES FOB (*)
2001	457.961	183.180
2002	671.537	139.035
2003	513.482	286.169
2004	724.911	208.957
2005	861.030	351.671
2006	1.097.645	586.758
2007	1.206.915	686.410
2008	1.972.728	749.400
2009	1.288.411	532.750
2010	1.545.353	707.644

*Manufactura de metal incluye: vehículos y sus partes, maquinaria y sus partes y otras manufacturas de metal

Fuente: Banco Central del Ecuador. Boletín Comercio Exterior 2011
Elaborado por: Estefanía Torres

Durante el período 2001-2010, en promedio las exportaciones FOB representan el 45.73 por ciento del total de importaciones del subsector. Los años más importantes para las importaciones del subsector fueron el 2008 con 1.972.728 y el 2010 con 1.545.353 dólares. Los años más importantes para las exportaciones del subsector fueron 2008 con 749.400 y 2010 con 707.644 dólares.

Los vehículos y sus partes son los productos más importantes del subsector C24: Fabricación de Metales Comunes que son exportados, cuentan con el 59 por ciento de participación del total de exportaciones del subsector, los principales compradores fueron Colombia, Venezuela, Estados Unidos, quienes capturaron el 83 por ciento del total de ventas externas.

Los principales productos importados por el subsector resultaron ser hierro, acero y aparatos mecánicos; los países de dónde se importan dichos productos son Estados Unidos, Venezuela, Brasil, Colombia y Ucrania, principalmente.

El Cuadro No. 19, presenta la participación en el periodo 2004 – 2009 de las importaciones y exportaciones del subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes en los rubros de comercio exterior de la Industria Manufacturera.

CUADRO No. 19

**PARTICIPACIÓN DE EL SUBSECTOR C24 EN LAS IMPORTACIONES Y
EXPORTACIONES DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA
(DÓLARES)**

AÑOS	INDUSTRIA MANUFACTURA		SUBSECTOR C24			
	IMP. (1)	EXP. (2)	IMP.	PARTICIPACIÓN (1)	EXP.	PARTICIPACIÓN (2)
2004	1.393.000	3.319.000	724.911	52,04%	208.957	6,30%
2005	1.774.000	3.948.000	861.030	48,54%	351.671	8,91%
2006	2.288.000	4.466.000	1.097.645	47,97%	586.758	13,14%
2007	2.783.000	5.265.000	1.206.915	43,37%	686.410	13,04%
2008	3.144.000	7.433.000	1.972.728	62,75%	749.400	10,08%
2009	2.410.000	5.615.000	1.288.411	53,46%	532.750	9,49%

Fuente: Banco Central del Ecuador. Boletín Comercio Exterior 2011

Elaborado por: Estefanía Torres

Las importaciones del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes aportan con un promedio de 51.35 por ciento en el total de importaciones de la Industria Manufacturera, siendo el 2008 el año más relevante con 62.75 por ciento de participación.

Las exportaciones del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes aportan con un promedio de 10.16 por ciento en el total de exportaciones de la Industria Manufacturera, el año 2006 es el más importante ya que contribuyó con 13.14 por ciento al total de exportaciones de la Manufactura.

En el Cuadro No. 20, presentado a continuación, se muestran las exportaciones del subsector C24: Fabricación de Metales Comunes, correspondientes al año 2011 por meses.

CUADRO No. 20

EXPORTACIONES DE LA MANUFACTURA DE METALES COMUNES

AÑO: 2011

(MILES DE DÓLARES)

EXPORTACIONES FOB (*)	
MESES	DÓLARES
Enero	40.450
Febrero	42.439
Marzo	48.229
Abril	61.858
Mayo	78.463
Junio	52.532
Julio	52.204
Agosto	56.795
Septiembre	55.323
Octubre	52.817
Noviembre	56.664
Diciembre	97.806

Fuente: Documento Aduanero Único de Exportación DAU.
Elaborado por: Estefanía Torres

Según el Cuadro No. 20, los meses del año 2011 en los que aumentaron considerablemente las exportaciones del subsector son diciembre y mayo, siendo enero el mes de menor cantidad de ingresos para el sector por concepto de exportaciones.

- ***Generación de Empleo***

En el Cuadro No. 21 se muestra la contribución del subsector C24: Fabricación de Metales Comunes en la generación de empleo, en promedio el subsector representa el 1.80 por ciento del total de personas ocupadas del sector Industrias Manufactureras.

Según datos obtenidos del Instituto de Estadística y Censos INEC, se puede determinar que el 67.3 por ciento de las plazas de empleo son ocupadas por hombres, mientras que el 32.7 por ciento por mujeres.

CUADRO No. 21

**EMPLEO GENERADO POR LA INDUSTRIA MANUFACTURERA Y EL
SUBSECTOR DE METALES COMUNES**

AÑOS	INDUSTRIA MANUFACTURERA	C24 METALES COMUNES	PORCENTAJE PARTICIPACIÓN
2000	124.206	2236	1,80%
2001	135.244	2434	1,80%
2002	147.883	2662	1,80%
2003	145.584	2621	1,80%
2004	148.380	2671	1,80%
2005	157.629	2837	1,80%
2006	167.825	3021	1,80%
2007	172.681	3108	1,80%
2008	266.908	4804	1,80%
2009	124.206	2236	1,80%

Fuente: INEC

Elaborado por: Estefanía Torres

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1 METODOLOGÍA APLICADA

La metodología usada en la presente investigación se basó en la investigación de campo exploratoria-inductiva, en la cual se emplearon técnicas de investigación como: la encuesta y la entrevista, mediante llamadas telefónicas o en forma personal se logró citas para la aplicación del cuestionario; tales herramientas permitieron conocer de manera directa la opinión de los propietarios y/o administradores de las PYMEs investigadas del subsector C24: Fabricación de Metales Comunes, sobre la situación en cuanto a los factores competitivos de cada una de ellas. El análisis investigativo y las estrategias de mejora que se plantean más adelante se convertirán en la aportación de este trabajo para que los responsables tomen medidas correctivas de mejora de la competitividad del subsector.

Mediante la ayuda de las herramientas de Microsoft Office Excel se realizó un análisis de los resultados obtenidos en las encuestas, a través de tablas resumen y para mejor ilustración se utilizaron gráficos, que dependiendo del tipo de pregunta son de barras o de pastel.

- ***Técnicas de recolección de información***

Datos primarios.- Se caracterizan por ser recogidos por el investigador directamente de la realidad, para ello utiliza sus propios instrumentos; se requiere que el investigador o su equipo mantenga contacto directo con los hechos que se desean investigar.

Los datos primarios se originan por el propósito específico del estudio y atienden el problema planteado. Estos datos pueden ser, cualitativos como cuantitativos.

Dentro de la presente investigación existe la necesidad de recolectar información concerniente a los factores que influyen en la competitividad dentro de empresas pertenecientes al subsector. Para ello se determinó la conveniencia de utilizar la encuesta como medio de recolección de información.

Los datos cualitativos descriptivos a ser analizados se recopilarán utilizando un cuestionario, mismo que se adjunta en el Anexo No. 5; este será aplicado a la muestra que se determine para el Subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes.

Para la aplicación de dicha encuesta, se necesita que el investigador recoja de manera personal la información, pues así se logrará tener un contacto directo con la realidad de cada empresa para así poder plasmar la realidad del subsector, es fundamental tener un contacto directo con las empresas que serán objetos de estudio.

El cuestionario que se aplicó a los empresarios, cuyo detalle consta en el Anexo No. 5, está conformado por 99 preguntas distribuidas en 12 secciones, mencionadas a continuación:

- 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.- Son registros escritos que fueron recolectados gracias al contacto con la práctica de otros investigadores, son datos que ya han sido procesados y nos servirán para ahondar en el problema actual y conocer más sobre el mismo, pues fueron recopilados para fines distintos de otros problemas planteados. Los datos secundarios pueden ser obtenidos de fuentes internas o externas. La información se tomará de artículos relacionados con la actividad de las PYMEs comprendidos en libros, periódicos, revistas, papers, páginas de Internet⁸, estadísticas del INEC, información proporcionada por la Superintendencia de Compañías, así como de entidades públicas y privadas que ayuden al propósito de la investigación.

⁸ Máximo 20% de todas las citas.

3.1.1 Trabajo de Campo

El trabajo de campo empezó con la recepción de la base de datos de todas las empresas dividida por CIU, esta base será obtenida gracias a los datos entregados por la Superintendencia de Compañías; se tomaron en cuenta únicamente las empresas correspondientes al CIU C24: Fabricación de Metales Comunes, con las empresas que conforman este subsector se creó una nueva base de datos separada para la posterior verificación y toma de citas.

A través de llamadas telefónicas se pudo depurar la base de empresas pertenecientes al subsector para contar con una base verificada de empresas que efectivamente existen y que sus datos informativos principales como dirección, teléfono, RUC, representante legal, correo electrónico son correctos y verídicos.

Gracias a estas llamadas se comprobó su existencia y se verificó la veracidad de sus datos, confirmando los datos informativos que constaban en la base y modificando en caso de que existiera algún cambio en la información.

La verificación telefónica de existencia y de datos, permitió contar con una lista de empresas que efectivamente existen y poder descartar las que por algún motivo ya no tienen actividad dentro del sector.

El siguiente paso fue determinar la muestra de empresas que debían ser encuestadas y se procedió a concretar una cita con la persona designada, que podía ser el gerente general o algún empleado que pueda contestar con criterio las preguntas del cuestionario.

A través de citas con los gerentes generales o propietarios de los PYMEs seleccionadas, se pudo conocer su opinión acerca de la situación actual del sector dentro del cual se encuentra su empresa y por medio de un cuestionario de encuesta se obtuvo la información concerniente a los factores que influyen en la competitividad.

Para efectivizar este paso, se ordenaron a las empresas por sectores geográficos donde están ubicadas dentro de la ciudad y mediante un cronograma se organizaron jornadas de trabajo diarias planificando a qué empresas se va a visitar tratando de cubrir sectores cercanos de la ciudad.

El investigador juega un papel muy importante dentro de esta etapa pues la forma de aplicar la encuesta debe ser objetiva y precisa, sin modificar las respuestas del entrevistado a fin de lograr resultados reales de la investigación y así poder contribuir con las futuras recomendaciones para los empresarios del sector.

El listado de las 15 empresas que accedieron a colaborar con la investigación se presenta en el Anexo No. 4, en el Cuadro No. 22, presentado a continuación se detallan el número de empresas que por diferentes motivos no pudieron ser parte de la muestra a la cual se aplicó la encuesta.

CUADRO No.22

RESUMEN DE EMPRESAS DE LA BASE DE DATOS

PARTICIPACIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS
Total de empresas de Base de Datos	26
No existe número telefónico	2
No existe empresa	1
Número y dirección de otra empresa	4
No desea colaborar	3
TOTAL EMPRESAS ENCUESTADAS	15

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Estefanía Torres

3.1.2 Tabulación de datos

El procesamiento de los datos se lo llevó a cabo con la ayuda de una matriz de ingreso de la información en Microsoft Office Excel, dentro de esta matriz se encuentran detalladas las preguntas del cuestionario divididas por secciones, donde se detallaron las respuestas de los encuestados para tener una base electrónica completa de los resultados, además de las encuestas físicas aplicadas en cada empresa.

Con los datos ingresados en la matriz, se procedió a elaborar tablas de resumen correspondientes a cada pregunta, que ayudan a procesar la información en cuadros condensados de fácil comprensión, debido a la amplitud de las respuestas obtenidas por parte de los empresarios, se determinó que la agrupación por criterios similares sería la mejor opción de manejo de la información, los resultados de las tablas estarán acompañados de gráficos que sinteticen los resultados para lograr una mejor interpretación de los mismos.

Dentro de la encuesta existen preguntas cuya respuesta es múltiple, en ese caso, el análisis se realiza por el total de respuestas obtenidas, dentro de otras preguntas las respuestas son únicas en las cuales el

análisis se realiza por empresarios o por empresas que en este caso son 15.

3.2 POBLACION Y MUESTRA

El universo de empresas pertenecientes al subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes, que desarrollan sus actividades dentro del Distrito Metropolitano de Quito fueron obtenidas gracias a la base de datos proporcionada por la Superintendencia de Compañías del Ecuador. El número de empresas que conforman el universo muestral es 26 (veinte y seis), el listado se puede observar dentro del Anexo No. 3.

La muestra se obtendrá después de la depuración de los datos a través de llamadas telefónicas, cuando se obtiene la segunda base de datos con las empresas verificadas, se llega a saber la población de la investigación, que será el número de empresas al que se le aplicará la fórmula para el cálculo de la muestra y el resultado obtenido gracias a la fórmula nos indica el número de empresas que deben ser aplicadas la encuesta.

CUADRO No.23

**FICHA TÉCNICA DE LA POBLACIÓN DEL CIU C24: FABRICACIÓN DE
METALES COMUNES**

INFORMACIÓN	DATOS
Población	16 empresas
Rama de Actividad	Industria Manufacturera (C)
Rama de Sub actividad	C24: Fabricación de Metales Comunes
Cobertura Geográfica	Distrito Metropolitano de Quito (DMQ)
Año	2011

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Estefanía Torres

3.2.1 Tamaño de muestra para proporciones y poblaciones finitas

Para el cálculo del tamaño de la muestra se empleará la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple, de fácil comprensión de resultados proyectables, sobre la que se realizará tanto el análisis de carácter cuantitativo como el análisis cualitativo con un 95 % de nivel de confianza, la cual comprende 15 PYMEs, que serán sometidas a investigación.

El tamaño de la muestra fue determinada mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N	Población
n	Muestra
p	Proporción esperada
e	Error
Z	Coficiente de confianza

La población (N), es decir el número de empresas pertenecientes al Subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes, antes de la verificación fueron 16 empresas.

La probabilidad de ocurrencia (p) es del 50%.El error estándar aceptable (e) es del 5%, debido a que la investigación tiene establecido un 95% de nivel de confianza. La probabilidad de área para la distribución normal estándar corresponde a 1.96. (Z)

Con la aplicación de la fórmula se obtiene el tamaño de la muestra, que corresponde al número de empresas a las que se debe aplicar la encuesta.

$$n = \frac{1.96^2 * 16 * 0.5 * (1 - 0.5)}{(16 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * (1 - 0.5)}$$

$$n = 15$$

En el Cuadro No. 24 se muestran los datos utilizados y la cantidad de empresas de la muestra:

CUADRO No.24

DATOS UTILIZADOS PARA CÁLCULO DE LA MUESTRA

DATO	SÍMBOLO	VALOR
Población	N	16
Nivel de Confianza		95,00%
Parámetro Crítico	Z ²	1,96
Proporción Aceptación	P	0,5
Error máximo	e ²	5%
Muestra (n)	N	15

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Estefanía Torres

3.3 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

La matriz de perfil competitivo tiene como objetivo principal la identificación de las variables claves y decisivas en la determinación de la competencia de las empresas, a través de la realización de un análisis de los valores de éxito individuales, tanto de la empresa como de sus competidores se logra determinar qué empresa es poseedora de las fortalezas necesarias para ser competitiva.

Para obtener los resultados antes mencionados se debe seguir el siguiente procedimiento:

1. Identificar las cinco empresas competidoras más relevantes.
2. Determinar los factores claves de éxito a analizar.
3. Asignar una participación porcentual a cada factor clave, con el propósito de ponderar la importancia de cada uno dentro del análisis. La suma de este puntaje deberá ser igual al ciento por ciento.

4. Establecer un valor matemático a la importancia que tiene cada uno de los factores claves que serán objetos de comparación.

Los valores asignados se basan en la siguiente escala:

FORTALEZA/DEBILIDAD	VALOR MATEMÁTICO
Debilidad muy importante	1
Debilidad menos importante	2
Fortaleza menos importante	3
Fortaleza muy importante	4

5. Multiplicar el puntaje asignado por el peso de la ponderación, para determinar el valor ponderado por cada variable analizada. El resultado indica la fuerza o debilidad relativa de cada factor.
6. Sumar verticalmente los resultados ponderados por cada competidor. El total ponderado indica 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) revela al competidor 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.

CUADRO No. 25

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	POND.	EMPRESA ANALIZADA		COMPETIDOR 1		COMPETIDOR 2	
		Puntaje	Resultado ponderado	Puntaje	Resultado ponderado	Puntaje	Resultado ponderado
MERCADEO	0,15	3	0,45	2	0,3	2	0,3
I&D	0,08	1	0,08	4	0,32	3	0,24
RECURSOS FINANCIEROS	0,2	2	0,4	2	0,4	4	0,8
SISTEMAS DE INFORMACIÓN	0,14	4	0,56	3	0,42	3	0,42
ADMINISTRACIÓN	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,6
PROCESOS	0,15	2	0,3	2	0,3	3	0,45
RECURSOS HUMANOS	0,08	3	0,24	2	0,16	3	0,24
TOTAL	1		2,63		2,5		3,05

Fuente: Peña Novoa Hernán, Prácticas presupuestarias para ejecutivos, Volumen I
Elaborado por: Estefanía Torres

Dentro de la presente investigación se utilizan como factores claves de éxito a los componentes de los 12 pilares de competitividad de acuerdo a lo establecido por el WEF.

Para establecer las brechas competitivas, se toman dichos factores claves de éxito agrupados por pilares y con la media aritmética se determina el valor del índice para cada pilar y luego para el subsector respectivo.

La ponderación de cada factor está dada por las variables particulares de cada subsector. El puntaje de los valores que se comparan es tomado de las respuestas procesadas en el Capítulo 4.

A continuación se presenta la tabla de calificación que se emplea para la aproximación de competitividad del subsector C24.

CUADRO No. 26

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: Peña Novoa Hernán, Prácticas presupuestarias para ejecutivos, Volumen I
Elaborado por: Estefanía Torres

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. MERCADO

4.1.1. Segmento de mercado atendidos por la empresa

El principal segmento al que atiende el subsector C24: Fabricación de Metales Comunes, es el sector F: Construcción, con 42.86 por ciento (casi la mitad del total de segmentos atendidos).

El sector C: Industrias Manufacturas es atendido en 28.57, el sector G: Comercio al por mayor y menor, donde se incluyen las actividades de reparación de vehículos, automotores y motocicletas, ocupa el tercer lugar con un 14.29.

El sector O: Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria, cuenta con 4.76 por ciento al igual que el sector S:

Otras actividades de servicios y actividades de alojamiento y servicio de comidas.

CUADRO No. 27

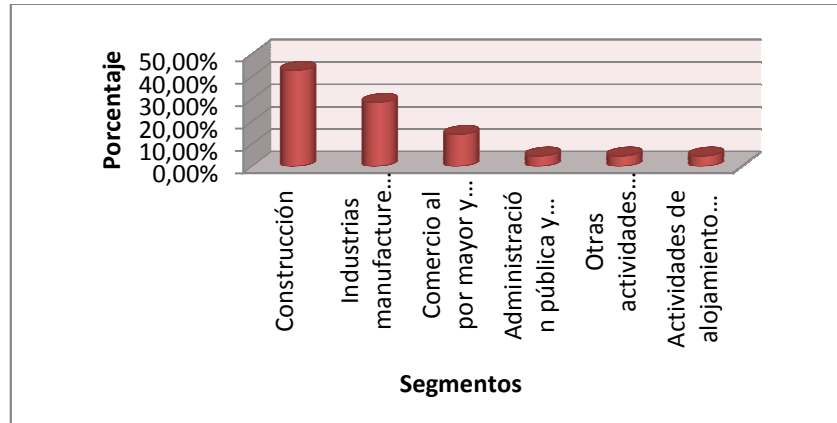
**TAMAÑO DE LOS SEGMENTOS DE MERCADO ATENDIDOS POR EL
SUBSECTOR C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES**

SECCIÓN	SEGMENTOS	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
F	Construcción	9	42,86%
C	Industrias manufactureras	6	28,57%
G	Comercio al por mayor y menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	3	14,29%
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	1	4,76%
S	Otras actividades de servicios	1	4,76%
I	Actividades de alojamiento y servicios de comidas	1	4,76%
	TOTAL	21	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 1

**TAMAÑO DE LOS SEGMENTOS DE MERCADO ATENDIDOS POR EL
SUBSECTOR C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES**



Fuente: Cuadro No. 27

Elaborado por: Estefanía Torres

4.1.2. Grado de participación de los productos en los segmentos de mercado

El sector F: Construcción es el que mayor cantidad de productos recibe del subsector metales comunes, con 33.33 por ciento; entre los productos ofertados se mencionan las estructuras de acero para edificaciones, accesorios de acero inoxidable, puertas metálicas, accesorios de puertas, marcos para puertas y ventanas, entre otros.

El segundo lugar con 29.63 le corresponde a C: Industrias Manufactureras; las panaderías son abastecidas con hornos industriales, accesorios para ensambladoras de electrodomésticos, entre las más importantes.

El sector G: Comercio al por mayor y menor; reparación de vehículos, automotores y motocicletas, con 18.52 de participación, los productos ofrecidos son partes y piezas, chasises, entre otros.

El 11.11 de los productos se ofrece al sector O: Administración pública y defensa, planes de seguridad social de afiliación obligatoria, tanto el sector S: Otras actividades de servicios, así como I: Actividades de alojamiento y servicios de comidas (cocinas industriales) tienen cada una 3.70 por ciento de la participación total.

CUADRO No. 28

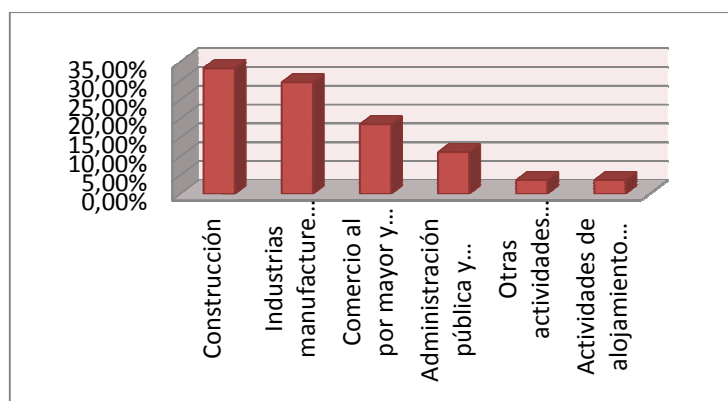
**GRADO DE PARTICIPACIÓN DE LOS PRODUCTOS DEL SUBSECTOR C24:
FABRICACIÓN DE METALES COMUNES EN LOS SEGMENTOS DE
MERCADO**

SECCIÓN	SEGMENTOS	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
F	Construcción	9	33,33%
C	Industrias manufactureras	8	29,63%
G	Comercio al por mayor y menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	5	18,52%
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	3	11,11%
S	Otras actividades de servicios	1	3,70%
I	Actividades de alojamiento y servicios de comidas	1	3,70%
	TOTAL	27	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 2

**GRADO DE PARTICIPACIÓN DE LOS PRODUCTOS DEL SUBSECTOR C24:
FABRICACIÓN DE METALES COMUNES EN LOS SEGMENTOS DE
MERCADO**



Fuente: Cuadro No. 28
Elaborado por: Estefanía Torres

4.1.3. Sector construcción

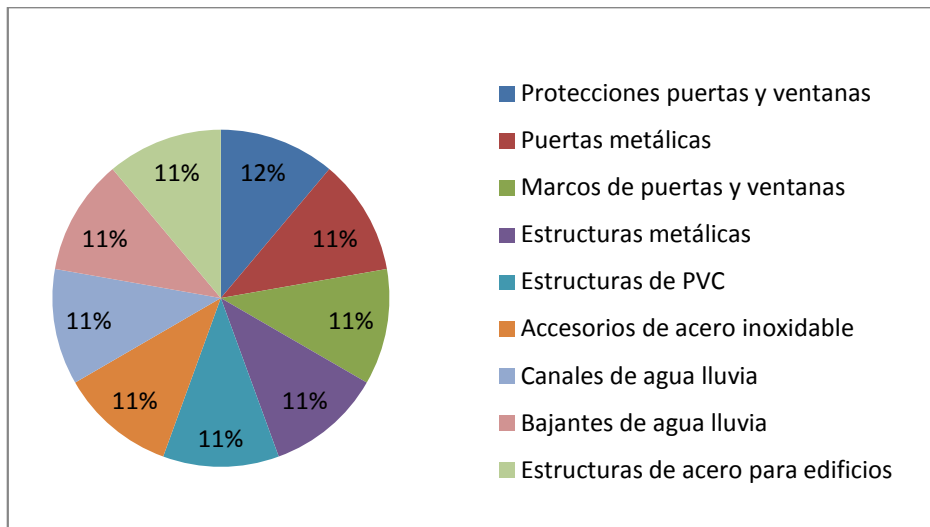
El sector de la construcción es abastecido con nueve productos, todos con la misma proporción de participación, 11.11 por ciento, mencionados en el cuadro siguiente:

CUADRO No. 29

PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO CONSTRUCCIÓN

CONSTRUCCIÓN	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
Protecciones puertas y ventanas	1	11,11%
Puertas metálicas	1	11,11%
Marcos de puertas y ventanas	1	11,11%
Estructuras metálicas	1	11,11%
Estructuras de PVC	1	11,11%
Accesorios de acero inoxidable	1	11,11%
Canales de agua lluvia	1	11,11%
Bajantes de agua lluvia	1	11,11%
Estructuras de acero para edificios	1	11,11%
TOTAL	9	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 3**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO CONSTRUCCIÓN**

Fuente: Cuadro No. 29

Elaborado por: Estefanía Torres

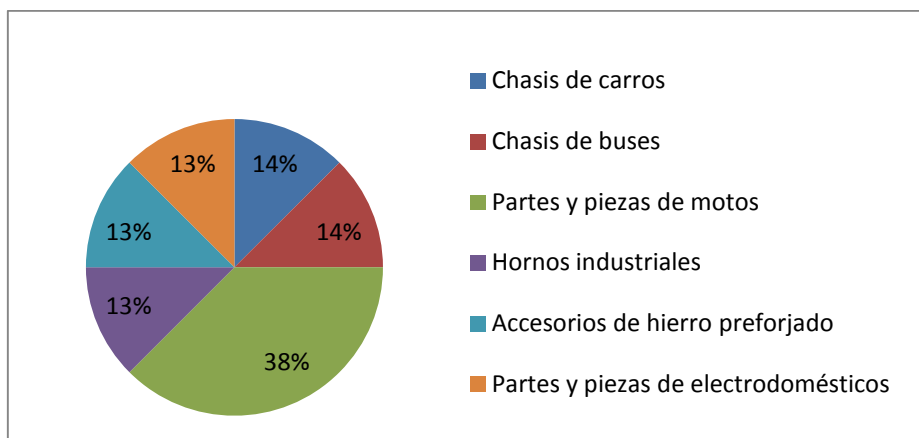
4.1.4. Sector Industria Manufacturera

Dentro del sector C: Industria Manufacturera, el subsector C24: Fabricación de Metales Comunes aporta con un 37.50 por ciento en la oferta de partes y piezas de motos, cuenta con una participación de 12.50 por ciento en cada uno de los demás productos ofrecidos a este sector, como son chasis de carros y buses, hornos industriales, accesorios de hierro preforjado y partes y piezas de electrodomésticos.

CUADRO No. 30**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO MANUFACTURA**

INDUSTRIA MANUFACTURERA	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
Partes y piezas de motos	3	37,50%
Chasis de buses	1	12,50%
Chasis de carros	1	12,50%
Hornos industriales	1	12,50%
Accesorios de hierro reforjado	1	12,50%
Partes y piezas de electrodomésticos	1	12,50%
TOTAL	8	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
 Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 4**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO MANUFACTURA**

Fuente: Cuadro No. 30
 Elaborado por: Estefanía Torres

4.1.5. Sector comercio al por mayor y menor

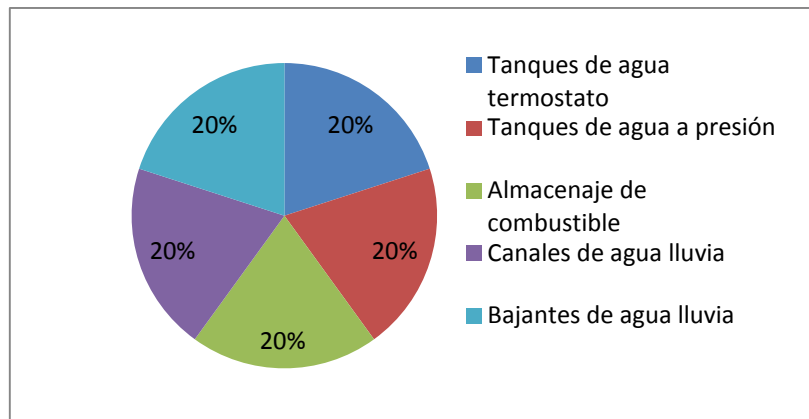
El sector G correspondiente a las actividades de Comercio al por mayor y menor, es atendido por el subsector C24: Fabricación de Metales Comunes con cinco productos que son: tanques de agua termostato, tanques a presión, tanques para almacenaje de combustible, canales de agua lluvia y bajantes de agua lluvia, cada uno de estos productos aporta con un 20.00 por ciento al total de participación de los productos para este sector.

CUADRO No. 31

PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR

COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
Tanques de agua termostato	1	20,00%
Tanques de agua a presión	1	20,00%
Almacenaje de combustible	1	20,00%
Canales de agua lluvia	1	20,00%
Bajantes de agua lluvia	1	20,00%
TOTAL	5	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 5**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR**

Fuente: Cuadro No.31

Elaborado por: Estefanía Torres

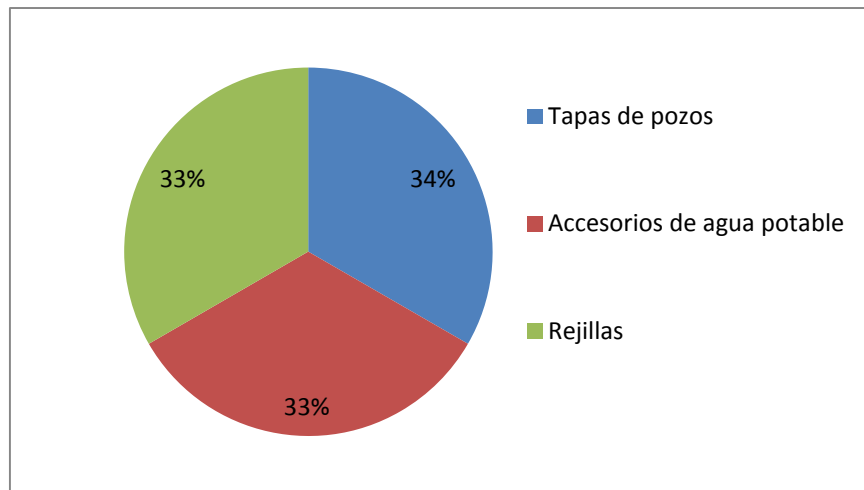
4.1.6. Sector administración pública

El sector O: Administración Pública está siendo beneficiado por el subsector C24: Fabricación de Metales Comunes principalmente con tres productos que son: tapas de pozos, accesorios de agua potable, rejillas, que constituyen cada uno con 33.33 por ciento al total de la participación de los productos para este sector, la mayoría de los productos son dirigidos a Municipios locales del cantón Quito.

CUADRO No. 32**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
Tapas de pozos	1	33,33%
Accesorios de agua potable	1	33,33%
Rejillas	1	33,33%
TOTAL	3	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
 Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 6**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

Fuente: Cuadro No. 32
 Elaborado por: Estefanía Torres

4.1.7. Principales compradores

Los principales compradores pertenecen al sector F: Construcción, con 26.67 por ciento del total, 23.33 pertenece al sector C: Industrias Manufactureras (sector al que pertenece el subsector: Fabricación de Metales Comunes), el sector G correspondiente a Comercio al por mayor y menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas ocupa 20.00 del total de compradores, así como también el sector S: Otras actividades de servicios con la misma participación, el sector O: Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria representa 6.67 de compradores y 3.33 por ciento corresponde al sector I: Actividades de alojamiento y servicios de comidas.

CUADRO No. 33

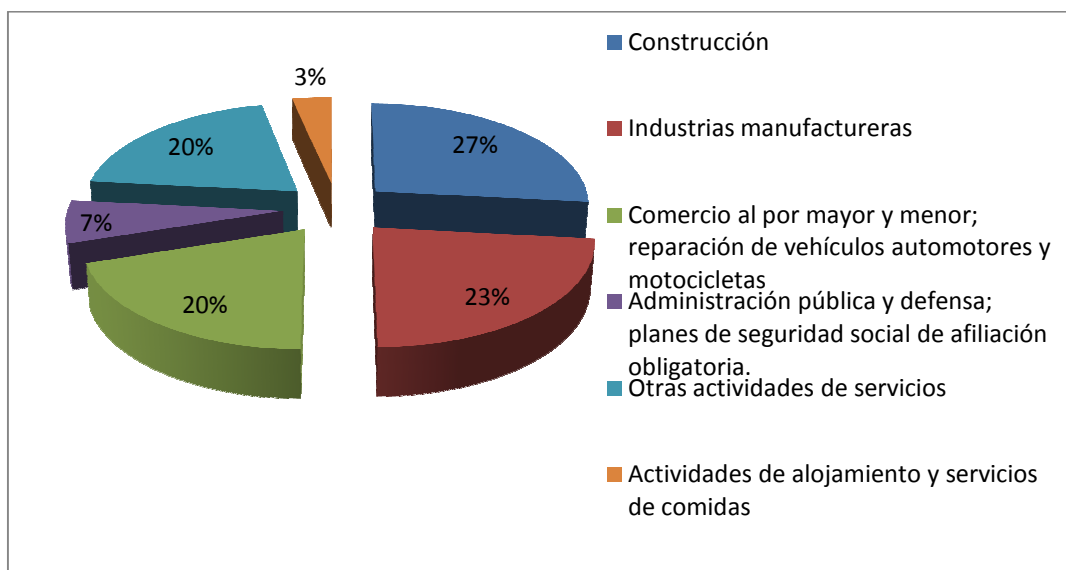
PRINCIPALES COMPRADORES

SECCIÓN	SEGMENTOS	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
F	Construcción	8	26,67%
C	Industrias manufactureras	7	23,33%
G	Comercio al por mayor y menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	6	20,00%
S	Otras actividades de servicios	6	20,00%
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	2	6,67%
I	Actividades de alojamiento y servicios de comidas	1	3,33%
	TOTAL	30	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 7
PRINCIPALES COMPRADORES



Fuente: Cuadro No. 33
Elaborado por: Estefanía Torres

4.1.8. Características por las cuales las PYMEs del subsector C24 son reconocidas en el mercado

La calidad del servicio y del producto son factores que según los empresarios entrevistados hace que sus empresas sean reconocidas dentro del mercado, la calidad del producto es la principal razón para el 29.63 por ciento de empresas mientras que la calidad de los servicios es importante para un 22.22. La seriedad con la que se manejan y por ende el cumplimiento con sus clientes es la principal característica para 22.22 de empresas. El cumplimiento de estándares es para un 11.11 por ciento de las empresas la característica que los distingue.

CUADRO No. 34

**CARACTERÍSTICAS POR LAS CUALES LAS PYMEs DEL SUBSECTOR C24
SON RECONOCIDAS EN EL MERCADO**

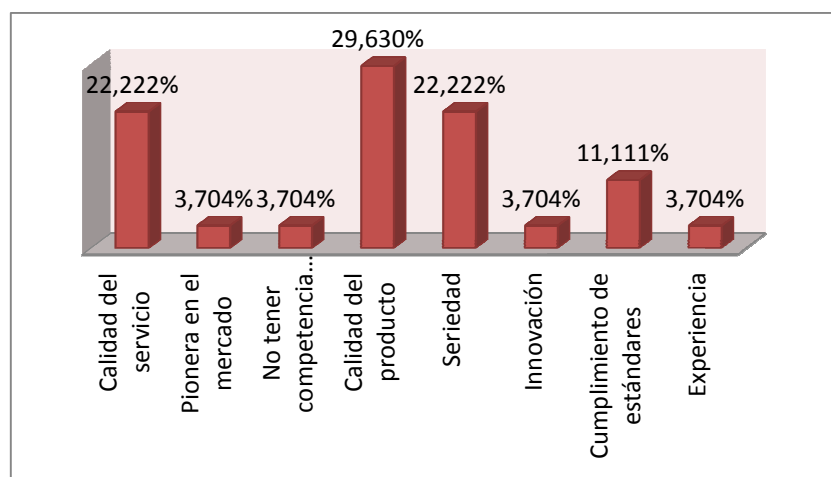
CARACTERÍSTICAS	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
Calidad del producto	8	29,63%
Seriedad	6	22,22%
Calidad del servicio	6	22,22%
Cumplimiento de estándares	3	11,11%
No tener competencia fuerte	1	3,70%
Innovación	1	3,70%
Pionera en el mercado	1	3,70%
Experiencia	1	3,70%
TOTAL	27	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 8

**CARACTERÍSTICAS POR LAS CUALES LAS PYMEs DEL SUBSECTOR C24
SON RECONOCIDAS EN EL MERCADO**



Fuente: Cuadro No. 34

Elaborado por: Estefanía Torres

4.1.9. Ventajas de los productos frente a la competencia nacional

La ventaja más importante de las empresas encuestadas, es la calidad, que corresponde al 56.67 por ciento; se registran respuestas como: material resistente, buenos acabados, precisión, resistencia, materia prima de calidad, productos bien elaborados y el cumplimiento de normas técnicas.

El cumplimiento de los plazos, es decir la seriedad y el compromiso de palabra es una ventaja para 13.33 por ciento de las empresas, coincidiendo con la durabilidad del producto.

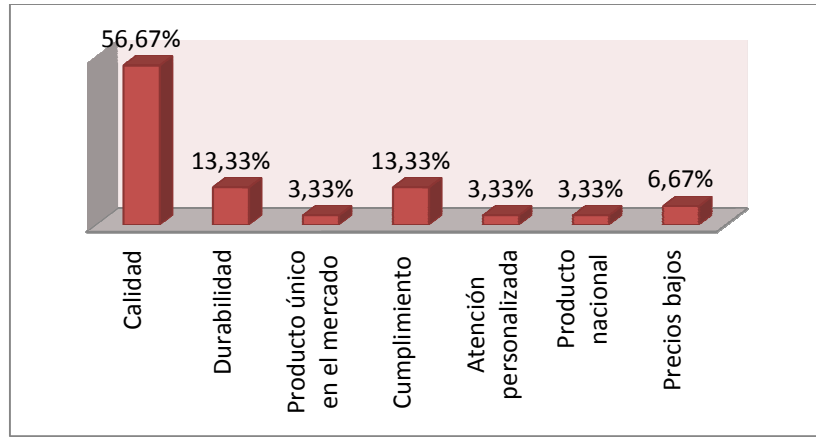
CUADRO No. 35

VENTAJAS O FORTALEZAS DE LOS PRODUCTOS FRENTE A LA COMPETENCIA NACIONAL

VENTAJAS	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
Calidad	17	56,67%
Durabilidad	4	13,33%
Cumplimiento	4	13,33%
Precios bajos	2	6,67%
Atención personalizada	1	3,33%
Producto nacional	1	3,33%
Producto único en el mercado	1	3,33%
TOTAL	30	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 9**VENTAJAS O FORTALEZAS DE LOS PRODUCTOS FRENTE A LA
COMPETENCIA NACIONAL**

Fuente: Cuadro No. 35

Elaborado por: Estefanía Torres

4.1.10. Fortalezas de los productos frente a la competencia internacional

La fortaleza más importante es el costo del producto, que a comparación con los productos importados es mucho menor, a este factor le corresponde 40.74 por ciento; el tiempo de entrega es una fortaleza para algunas de las empresas pues al comprar productos extranjeros en ocasiones estos demoran en ser entregados por los trámites que deben seguir, 18.52 de empresas afirman que la agilidad en los tiempos constituye una fortaleza; otro factor que se menciona es la logística que representa 11.11 por ciento como una ventaja que resulta de las facilidades por ser producto nacional. La calidad también representa una fortaleza con el mismo porcentaje.

CUADRO No. 36

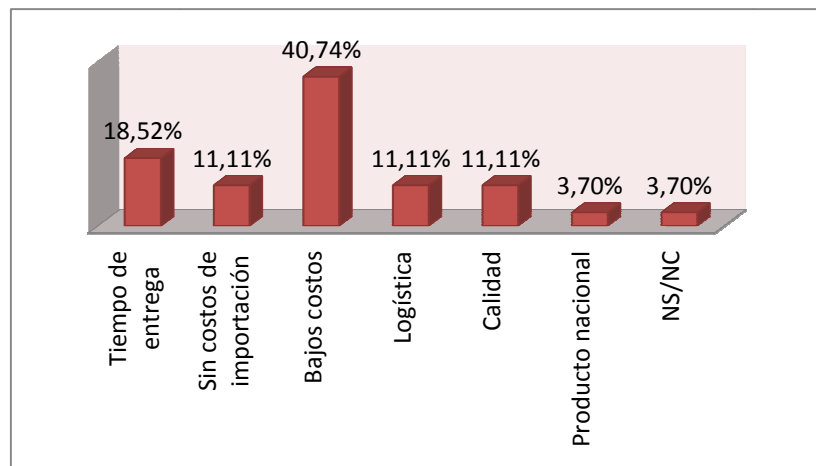
**FORTALEZAS DE LOS PRODUCTOS FRENTE A LA COMPETENCIA
INTERNACIONAL**

VENTAJAS	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
Bajos costos	11	40,74%
Tiempo de entrega	5	18,52%
Sin costos de importación	3	11,11%
Logística	3	11,11%
Calidad	3	11,11%
Producto nacional	1	3,70%
NS/NC	1	3,70%
TOTAL	27	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 10

**FORTALEZAS DE LOS PRODUCTOS FRENTE A LA COMPETENCIA
INTERNACIONAL**



Fuente: Cuadro No. 36
Elaborado por: Estefanía Torres

4.1.11. Canales de distribución

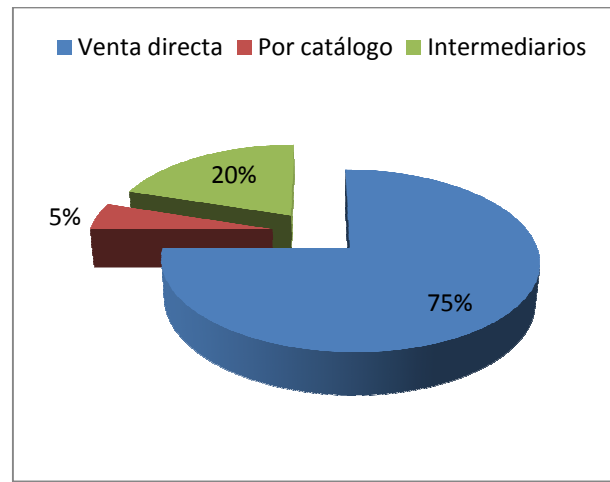
El 75.00 por ciento de las empresas encuestadas utiliza como principal canal de distribución dentro del mercado nacional la venta directa a los consumidores, sin intermediarios y las entregas en ocasiones son puerta a puerta, mientras que 20.00 utiliza algún tipo de intermediario en la distribución de sus productos. Una sola empresa que equivalente al 5.00 por ciento se vale de catálogos para llegar a sus clientes y concretar las ventas.

CUADRO No. 37

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

CANALES	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
Venta directa	15	75,00%
Intermediarios	4	20%
Por catálogo	1	5,00%
TOTAL	20	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 11**CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Fuente: Cuadro No. 37

Elaborado por: Estefanía Torres

4.1.12. Mercados geográficos que cubren las PYMEs a nivel nacional

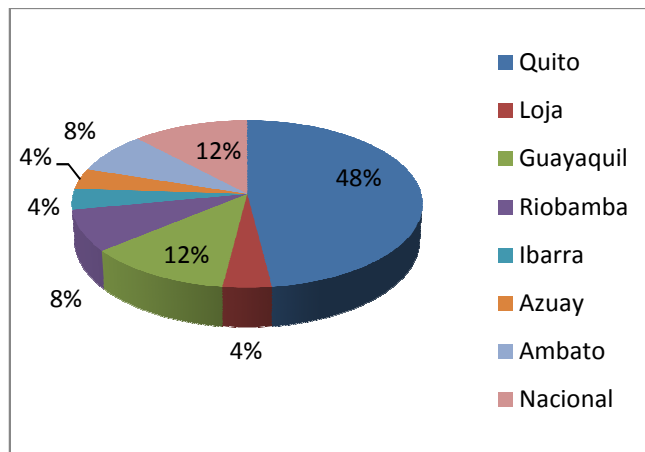
Las empresas encuestadas tienen sus plantas de producción dentro de la ciudad de Quito, por lo que 48.00 por ciento coinciden en que Quito es el principal mercado de sus productos, Guayaquil cuenta con 12.00 por ciento de empresas que la abastecen con productos, en igual porcentaje abastecen a todo el territorio nacional y se nombra a Loja, Riobamba, Ibarra, Azuay, Ambato como algunos mercados importantes para el subsector.

CUADRO No. 38**MERCADOS GEOGRÁFICOS QUE CUBREN LAS PYMEs A NIVEL NACIONAL**

MERCADOS GEOGRÁFICOS	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
Quito	12	48,00%
Nacional	3	12,00%
Guayaquil	3	12,00%
Riobamba	2	8,00%
Ambato	2	8,00%
Azuay	1	4,00%
Ibarra	1	4,00%
Loja	1	4,00%
TOTAL	25	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 12**MERCADOS GEOGRÁFICOS QUE CUBREN LAS PYMEs A NIVEL NACIONAL**

Fuente: Cuadro No. 38

Elaborado por: Estefanía Torres

4.1.13. Dificultades para ingresar y permanecer en el mercado nacional

La competencia constituye el 30.00 por ciento de las dificultades para ingresar y mantenerse dentro del mercado nacional, el gran número de empresas dedicadas a la misma actividad económica dentro del Ecuador, representa un reto para las empresas que ya ingresaron y que desean mantenerse, más aún para aquellas que pretender ingresar y que son nuevas; la falta de financiamiento representa el 25.00 de las dificultades así como la falta de políticas gubernamentales claras que ayuden al ingreso y al desarrollo de las empresas dentro del sector.

La falta de capacitación tanto para el personal como para los directivos es una barrera que corresponde al 5.00 por ciento del total de las dificultades detectadas por los empresarios.

CUADRO No. 39

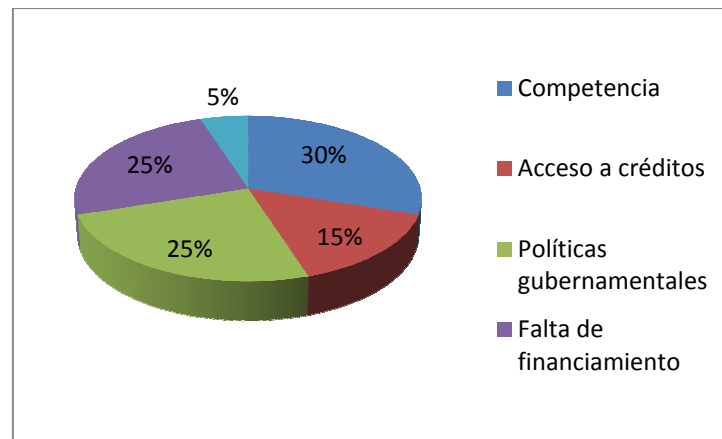
**DIFICULTADES PARA INGRESAR Y PERMANECER EN EL MERCADO
NACIONAL**

DIFICULTADES	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
Competencia	6	30,00%
Políticas gubernamentales	5	25,00%
Falta de financiamiento	5	25,00%
Acceso a créditos	3	15,00%
Falta de capacitación	1	5,00%
TOTAL	20	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 13

**DIFICULTADES PARA INGRESAR Y PERMANECER EN EL MERCADO
NACIONAL**



Fuente: Cuadro No. 39
Elaborado por: Estefanía Torres

4.1.14. Dificultades existentes para exportar

Un 52.63 por ciento de dificultades para salir del mercado nacional son atribuidas al desconocimiento del mercado internacional, la falta de contactos en otros países y la falta de formación de los directivos que les permita tener conocimientos de comercio exterior para manejar temas como los aranceles, pasos a seguir para exportar y requisitos necesarios. La falta de capital y la dificultad para acceder a créditos representan el 26.32 por ciento de las dificultades para exportar, otros aspectos que son considerados como barreras son los impuestos y el cumplimiento de normas y regulaciones.

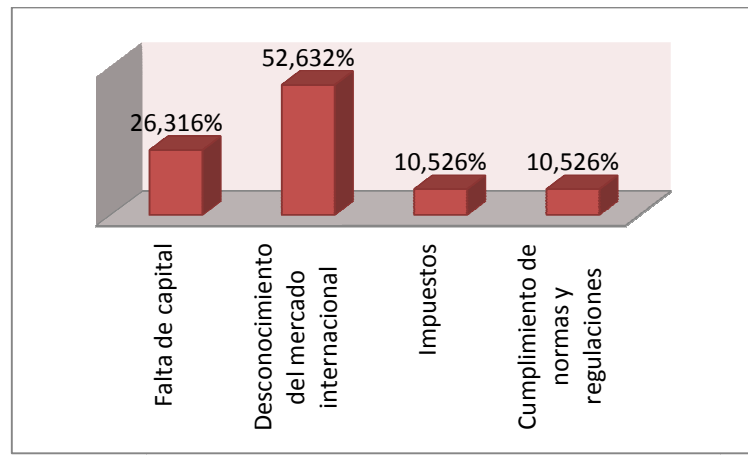
CUADRO No. 40

DIFICULTADES EXISTENTES PARA EXPORTAR

DIFICULTADES	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
Desconocimiento del mercado internacional	10	52,63%
Falta de capital	5	26,32%
Impuestos	2	10,53%
Cumplimiento de normas y regulaciones	2	10,53%
TOTAL	19	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 14**DIFICULTADES EXISTENTES PARA EXPORTAR**

Fuente: Cuadro No. 40

Elaborado por: Estefanía Torres

4.1.15. Fortalezas de la competencia en el ámbito nacional

La principal fortaleza de la competencia según el criterio de los entrevistados es la experiencia adquirida por los años dentro del mercado, representa el 25.00 por ciento; el 18.75 de las fortalezas de las empresas competidoras está dado por la cobertura a nivel nacional que han desarrollado. El tamaño tanto de las plantas de producción así como de la estructura organizacional de las empresas de la competencia también es una fortaleza constituyendo el 12.50 por ciento; el mismo valor está relacionado con los precios y por ende la preferencia de los consumidores que buscan precios bajos. Las empresas encuestadas que desconocen fortalezas de la

competencia o que opinan que no las tienen, en conjunto igualan en porcentaje de años de experiencia.

CUADRO No. 41

FORTALEZAS DE LA COMPETENCIA EN EL ÁMBITO NACIONAL

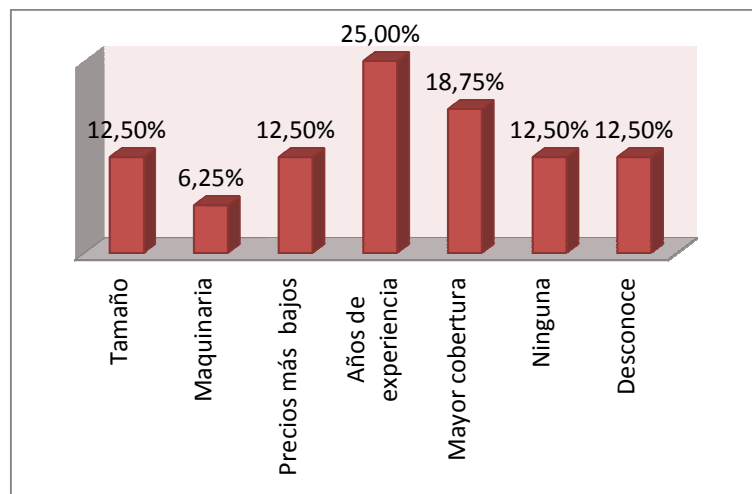
FORTALEZAS COMPETENCIA	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
Años de experiencia	4	25,00%
Mayor cobertura	3	18,75%
Precios más bajos	2	12,50%
Tamaño	2	12,50%
Ninguna	2	12,50%
NS/NC	2	12,50%
Maquinaria	1	6,25%
TOTAL	16	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 15

FORTALEZAS DE LA COMPETENCIA EN EL ÁMBITO NACIONAL



Fuente: Cuadro No.41

Elaborado por: Estefanía Torres

4.1.16. Futuro del mercado

4.1.16.1. Expansión

Un 33.33 por ciento de las empresas encuestadas desea lanzar nuevos productos al mercado y así expandir su portafolio de productos, 26.67 desea aumentar el tamaño del segmento del mercado al que actualmente atienden, 20.00 de las empresas tiene como objetivo exportar sus productos a mercados internacionales, ampliar las instalaciones y adecuarlas, tanto plantas de producción como oficinas, representa el 13.33 por ciento.

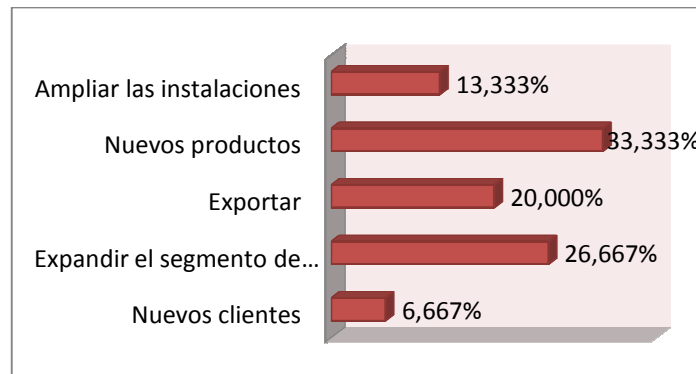
CUADRO No. 42

EXPANSIÓN DEL SUBSECTOR C24

<i>EXPANSIÓN</i>	<i>No. RESPUESTAS</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Expandir el segmento de mercado	4	26,67%
Nuevos productos	5	33,33%
Exportar	3	20,00%
Ampliar las instalaciones	2	13,33%
Nuevos clientes	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 16**EXPANSIÓN DEL SUBSECTOR C24**

Fuente: Cuadro No. 42

Elaborado por: Estefanía Torres

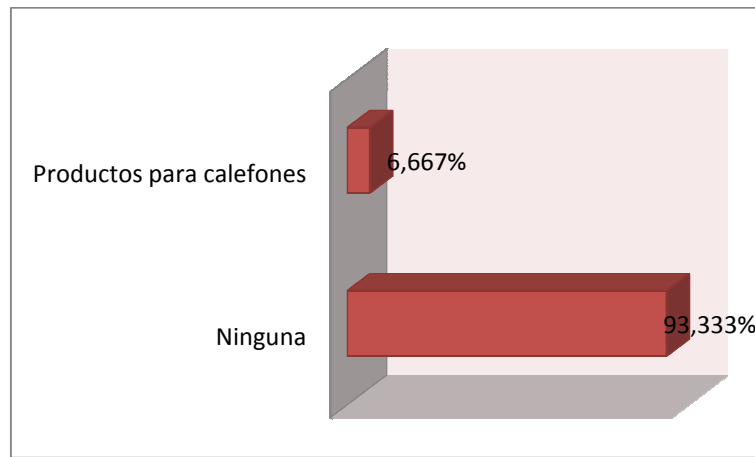
4.1.16.2. Contracción

De las 15 empresas que conforman la muestra, 14 es decir 93.33 por ciento no tiene planes de contracción en ningún aspecto, mientras que 1 sola empresa correspondiente al 6.67 por ciento desea eliminar una línea de producto que con el tiempo ya no es rentable.

CUADRO No. 43**ESTRATEGIAS ANTE LA CONTRACCIÓN DEL MERCADO**

CONTRACCIÓN	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
Ninguna	14	93,33%
Cambiar la línea de productos	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
 Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 17**ESTRATEGIAS ANTE LA CONTRACCIÓN DEL MERCADO**

Fuente: Cuadro No. 43
 Elaborado por: Estefanía Torres

4.1.16.3. Competencia

Un 33.33 por ciento de las empresas no tiene ningún plan establecido para enfrentar a la competencia en el futuro, en igual porcentaje otras empresas desean aumentar la participación de sus productos dentro

del mercado, 13.33 tiene planificado realizar investigaciones de mercado y su comportamiento para poder afrontar a la competencia, la opción del 6.67 por ciento de empresas para enfrentar a la competencia es diversificando sus productos.

CUADRO No. 44

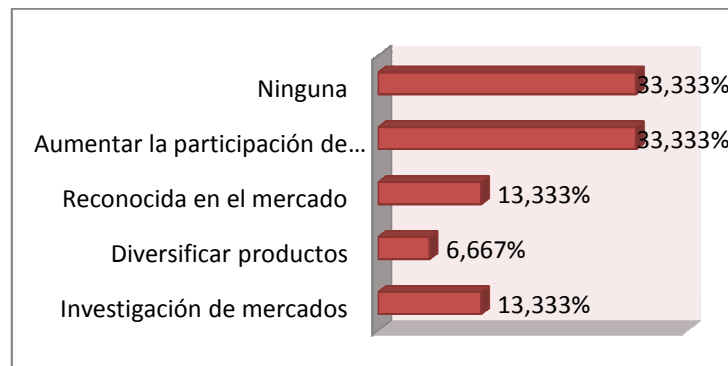
ESTRATEGIAS ANTE LA COMPETENCIA

COMPETENCIA	No. RESPUESTAS	PORCENTAJE
Aumentar la participación de mercado	5	33,33%
Ninguna	5	33,33%
Reconocida en el mercado	2	13,33%
Investigación de mercados	2	13,33%
Diversificar productos	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 18

ESTRATEGIAS ANTE LA COMPETENCIA



Fuente: Cuadro No. 44
Elaborado por: Estefanía Torres

4.1.16.4. Innovación

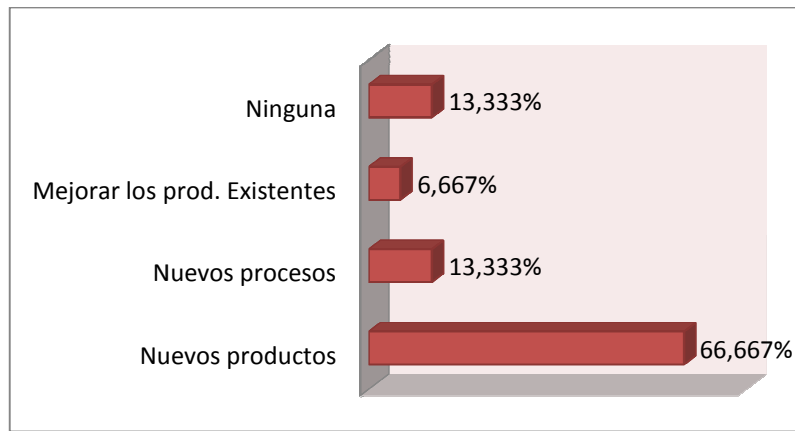
El 66.67 por ciento de las empresas encuestadas tiene como objetivo la creación de nuevos productos, 13.33 desea organizar a la empresa por procesos al igual que empresas que no tienen planeado innovar. Finalmente, 6.67 por ciento tiene como objetivo mejorar los productos con los que actualmente cuenta.

CUADRO No. 45

ESTRATEGIAS EN CUANTO A INNOVACIÓN

INNOVACIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Nuevos productos	10	66,67%
Estructura por procesos	2	13,33%
Ninguna	2	13,33%
Mejorar los productos existentes	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 19**ESTRATEGIAS EN CUANTO A INNOVACIÓN**

Fuente: Cuadro No. 45

Elaborado por: Estefanía Torres

4.2. MERCADEO

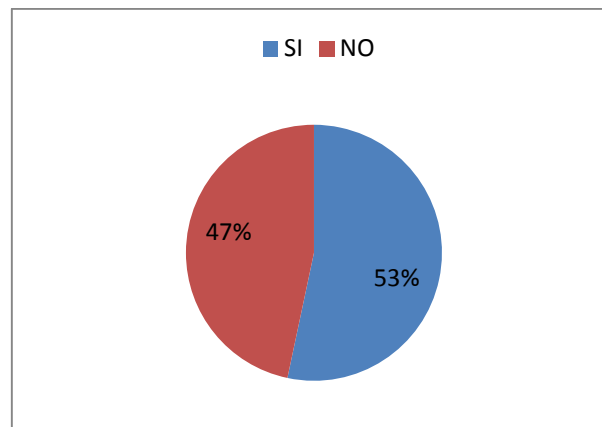
4.2.1. Disponibilidad de plan de mercadeo

El 53.33 por ciento, es decir 8 de las 15 empresas encuestadas cuentan con un plan de mercadeo establecido dentro de la organización, 46.67 por ciento correspondiente a 7 empresas, no tienen desarrollado una planificación en mercadeo.

CUADRO No. 46**DISPONIBILIDAD DE PLAN DE MERCADEO**

RESPUESTA	No. CÍAS.	%
Si	8	53,33%
No	7	46,67%
TOTAL	15	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 20**DISPONIBILIDAD DE PLAN DE MERCADEO**

Fuente: Cuadro No. 46
Elaborado por: Estefanía Torres

4.2.2. Responsable del plan de mercadeo

Con los resultados obtenidos en la pregunta anterior, 7 empresas de las 15 no cuentan con un plan de mercadeo por lo que no tienen un responsable, en el 13.33 por ciento de las empresas el responsable directo de la elaboración y del cumplimiento del plan de mercadeo es el gerente general que en algunas ocasiones es el dueño de la empresa, en el 26.67 del total de las empresas la persona responsable es el gerente de ventas y en el 13.33 por ciento de empresas el departamento comercial es el responsable directo.

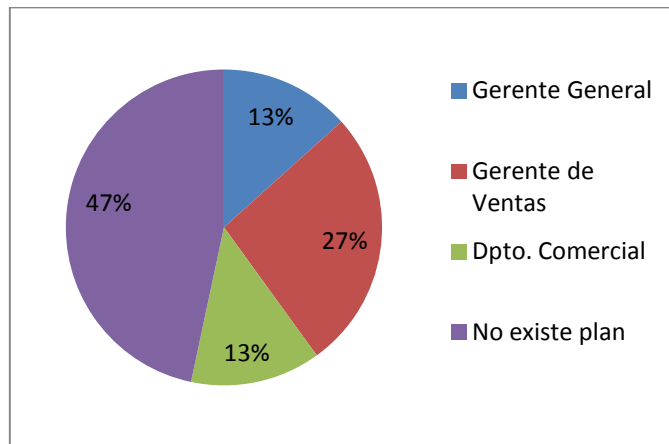
CUADRO No. 47

RESPONSABLE DEL PLAN DE MERCADEO

RESPONSABLE	No. CÍAS.	%
No existe plan	7	46,67%
Gerente de Ventas	4	26,67%
Departamento Comercial	2	13,33%
Gerente General	2	13,33%
TOTAL	15	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 21**RESPONSABLE DEL PLAN DE MERCADEO**

Fuente: Cuadro No. 47

Elaborado por: Estefanía Torres

4.2.3. Objetivos del plan de mercadeo para el año 2011

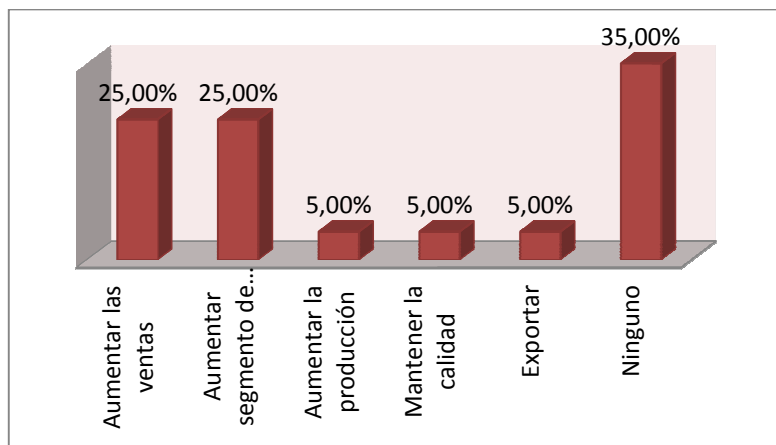
En 7 de las 15 empresas, que corresponden al 35.00 por ciento, no se cuenta con un plan de mercadeo establecido, 25.00 tiene como objetivo dentro del plan de mercadeo para el año 2011 aumentar el segmento de mercado al que actualmente se dirigen, y 25.00 por ciento de las empresas pretende aumentar sus ventas con respecto a periodos anteriores.

Otros de los objetivos mencionados por los encuestados: aumentar la producción, mantener la calidad de los productos y del servicio y abrirse mercado dentro del ámbito internacional (5.00 por ciento cada uno).

CUADRO No. 48**OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO 2011**

OBJETIVOS	No. RESPUESTAS	%
Ninguno	7	35,00%
Aumentar segmento de mercado	5	25,00%
Aumentar las ventas	5	25,00%
Aumentar la producción	1	5,00%
Mantener la calidad	1	5,00%
Exportar	1	5,00%
TOTAL	20	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 22**OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO 2011**

Fuente: Cuadro No. 48
Elaborado por: Estefanía Torres

4.2.4. Estrategias utilizadas para la consecución de los objetivos

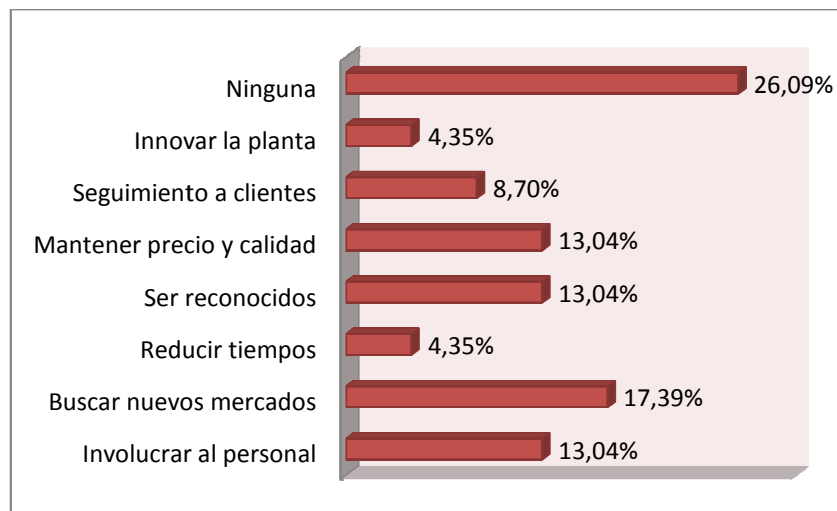
Mantener el precio de los productos así como la calidad de los mismos y la calidad del servicio brindado a los clientes constituye el 13.04 por ciento de las estrategias planteadas dentro del plan de mercadeo para el 2011, el 13.04 corresponde al involucramiento del personal dentro de la consecución de los objetivos, la búsqueda de nuevos mercados representa el 17.39 por ciento de las estrategias utilizadas.

CUADRO No. 49

ESTRATEGIAS UTILIZADAS PARA LA CONSECUCIÓN DE LOS OBJETIVOS

ESTRATEGIAS	No. RESPUESTAS	%
Ninguna	6	26,09%
Buscar nuevos mercados	4	17,39%
Involucrar al personal	3	13,04%
Ser reconocidos	3	13,04%
Mantener precio y calidad	3	13,04%
Seguimiento a clientes	2	8,70%
Innovar la planta	1	4,35%
Reducir tiempos	1	4,35%
TOTAL	23	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 23**ESTRATEGIAS UTILIZADAS PARA LA CONSECUCIÓN DE LOS OBJETIVOS**

Fuente: Cuadro No. 49

Elaborado por: Estefanía Torres

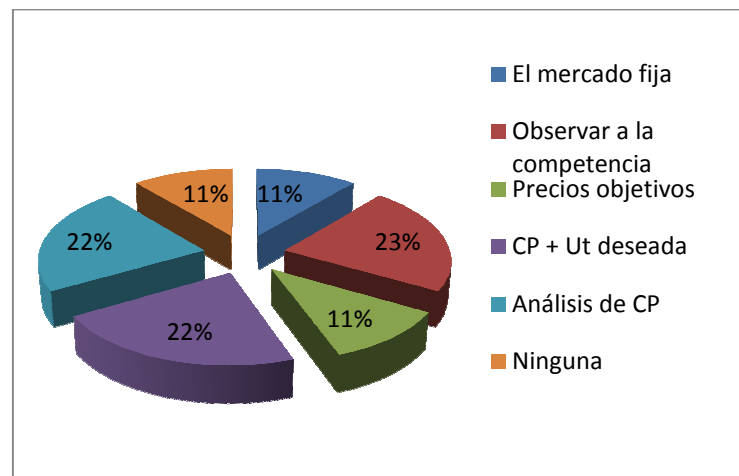
4.2.5. Política de fijación de precios

El 22.22 por ciento de las empresas establecen los precios de sus productos a través del análisis de los precios de su competencia directa, 22.22 lo hace mediante un estudio de los costos de producción, 22.22 de las empresas utiliza la fórmula del cálculo costo de producción más el porcentaje de utilidad deseada, 11.11 por ciento fija los precios que desea alcanzar y con ese objetivo plantea estrategias para lograrlo, con igual porcentaje se menciona que el mercado fija el precio y no tienen una forma específica para fijación de precios.

CUADRO No. 50**POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS**

POLÍTICAS DE PRECIOS	No. RESPUESTAS	%
Costo de Producción + Ut deseada	4	22,22%
Observar a la competencia	4	22,22%
Análisis de Costos de Producción	4	22,22%
Precios objetivos	2	11,11%
El mercado fija	2	11,11%
Ninguna	2	11,11%
TOTAL	18	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 24**POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS**

Fuente: Cuadro No. 50
Elaborado por: Estefanía Torres

4.2.6. Disponibilidad de planes de promoción y publicidad

El 60.00 por ciento de las empresas representado por 9 organizaciones, cuenta con plan de promoción y publicidad que ayude a introducir y reconocer sus productos dentro del mercado, el 40.00 por ciento restante de las empresas, es decir 6 organizaciones no tienen definidas acciones a seguir para alcanzar los objetivos relacionados a la publicidad.

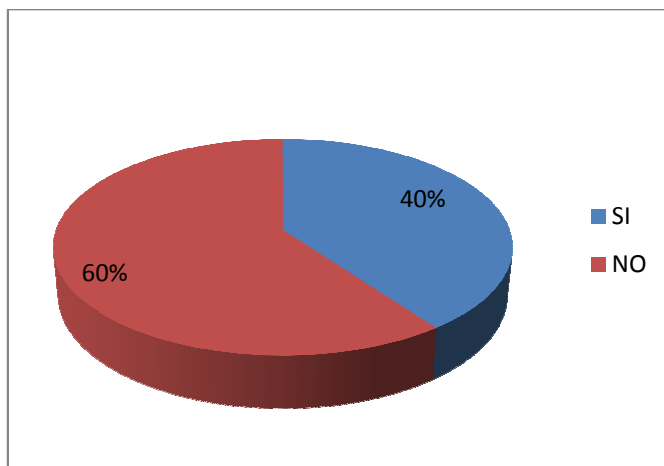
CUADRO No. 51

DISPONIBILIDAD DE PLANES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

<i>RESPUESTA</i>	<i>No. CÍAS</i>	<i>%</i>
No	9	60,00%
Si	6	40,00%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 25**DISPONIBILIDAD DE PLANES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

Fuente: Cuadro No. 51

Elaborado por: Estefanía Torres

4.2.7. Ejes de la promoción y publicidad

El principal eje del plan de promoción y publicidad de las empresas encuestadas son sus páginas web mediante las cuales los clientes pueden mantener un contacto directo con la organización y conocerla más a fondo así como conocer los productos que ofrecen y los beneficios de estos, corresponde al 41.67 por ciento; mediante material publicitario personalizado, es decir ajustado a las necesidades y requerimiento de cada cliente, 25.00 maneja el plan de promoción y publicidad, y 16.67 por ciento le corresponde a las gigantografías publicitarias tanto de la empresa en general como de productos específicos.

Las respuestas presentadas en el Cuadro No. 50 y posteriormente ilustradas dentro del Gráfico No. 26, son tomadas únicamente de las empresas que en el Cuadro No. 49 dieron respuesta afirmativa.

CUADRO No. 52

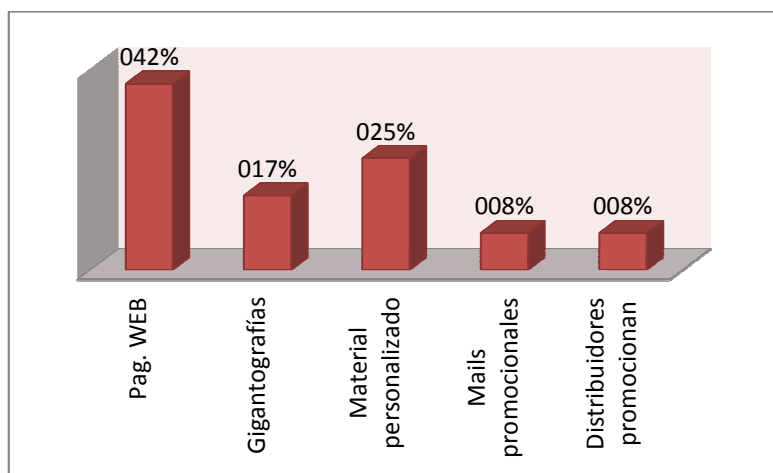
EJES DE LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

EJES	No. RESPUESTAS	%
Página web	5	41,67%
Material personalizado	3	25,00%
Gigantografías	2	16,67%
Mails promocionales	1	8,33%
Distribuidores promocionan	1	8,33%
TOTAL	12	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 26

EJES DE LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD



Fuente: Cuadro No. 52
Elaborado por: Estefanía Torres

4.2.8. Periodicidad de las investigaciones de mercado

Un 46.67 por ciento de las empresas realiza investigaciones de mercado constantemente, pero no de manera formal, es decir únicamente observan a la competencia pero sin llevar un registro metodológico de dichas investigaciones; 40.00 del total de las empresas no realiza ningún tipo de investigación de mercado, una empresa que representa el 6.67 por ciento del total realiza investigaciones semestralmente al igual que otra las realiza trimestralmente.

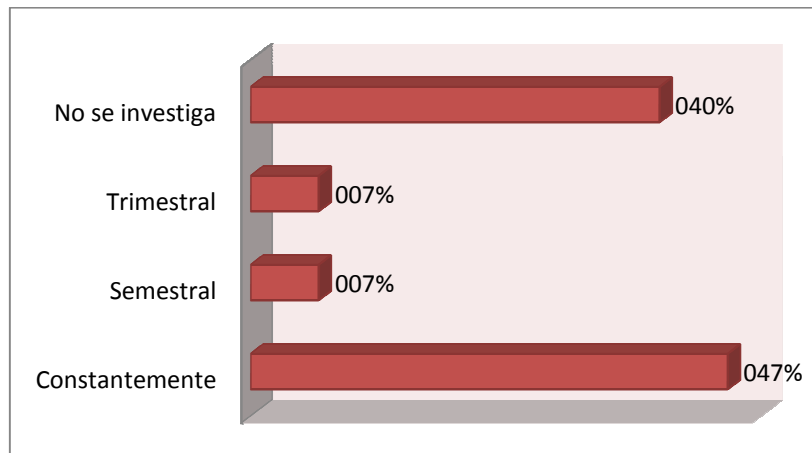
CUADRO No. 53

PERIODICIDAD DE INVESTIGACIONES DE MERCADO

<i>PERIODOS</i>	<i>No. CÍAS.</i>	<i>%</i>
Constantemente	7	46,67%
No se investiga	6	40,00%
Trimestral	1	6,67%
Semestral	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 27**PERIODICIDAD DE INVESTIGACIONES DE MERCADO**

Fuente: Cuadro No. 53

Elaborado por: Estefanía Torres

4.2.9. Controles empleados para evaluar el plan de mercadeo

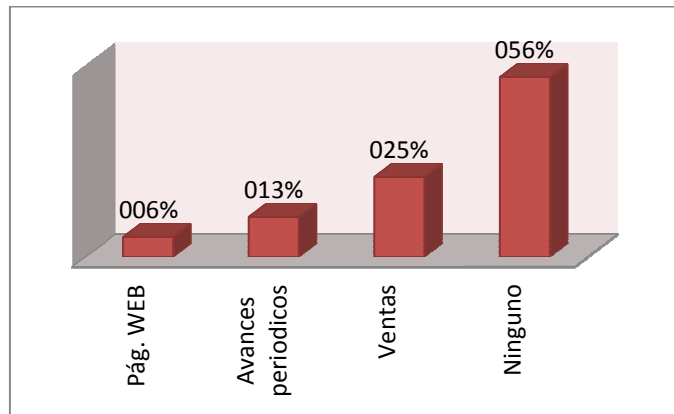
El 56.25 por ciento no realiza ningún control de evaluación del plan de mercadeo, 25.00 de los controles efectuados se basan en las ventas y un seguimiento constante del comportamiento de esta variable; 12.50 controla el plan de mercadeo a través de avances periódicos y monitoreo de la consecución de los objetivos a lo largo de determinados periodos de tiempo y 6.25 por ciento realiza controles dentro de la página web empresarial.

CUADRO No. 54**CONTROLES EMPLEADOS PARA EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO**

CONTROLES	No. RESPUESTAS	%
Ninguno	9	56,25%
Ventas	4	25,00%
Avances periódicos	2	12,50%
Página Web	1	6,25%
TOTAL	16	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 28**CONTROLES EMPLEADOS PARA EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO**

Fuente: Cuadro No. 54

Elaborado por: Estefanía Torres

4.2.10. Sistema de servicio post-venta

Brindar servicio técnico después de la venta del producto corresponde al 50.00 por ciento de los servicios que entregan las empresas a los clientes; gestionar las devoluciones y cambios de productos cuando así lo requieran los clientes corresponde al 16.67, brindar un servicio de acuerdo a las necesidades personales de cada cliente representa el 16.67 al igual que las respuestas de que no cuentan con ningún tipo de servicio post-venta.

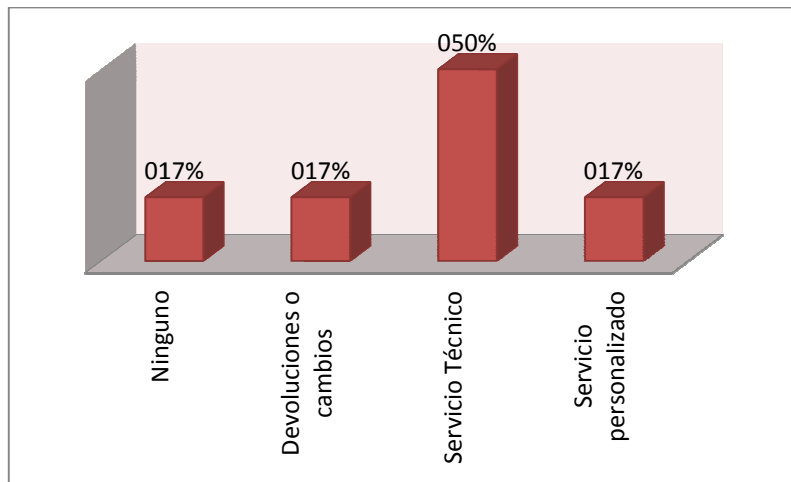
CUADRO No. 55

SISTEMA DE SERVICIO POST-VENTA

<i>SERVICIOS</i>	<i>No. RESPUESTAS</i>	<i>%</i>
Servicio técnico	9	50,00%
Ninguno	3	16,67%
Devoluciones o cambios	3	16,67%
Servicio personalizado	3	16,67%
TOTAL	18	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 29**SISTEMA DE SERVICIO POST-VENTA**

Fuente: Cuadro No. 55
Elaborado por: Estefanía Torres

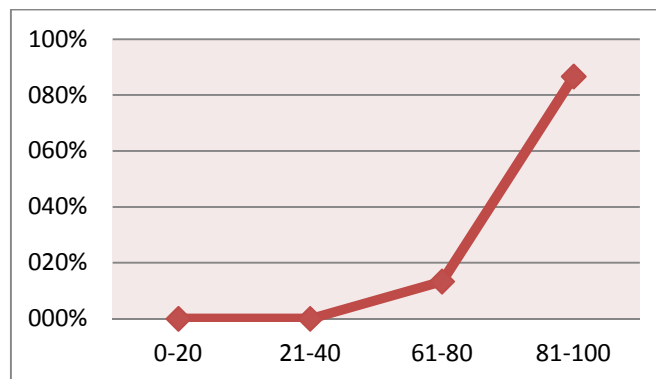
4.2.11. Índice de cumplimiento con los clientes

No existen empresas que se encuentren operando con un rango de cumplimiento con sus clientes de 0 al 40 por ciento, el 86.67 por ciento de las empresas ofrecen a sus clientes un cumplimiento que oscila entre 81 y 100 por ciento y dentro del rango de 61 y 80 por ciento de cumplimiento se encuentra el 13.33 por ciento de las organizaciones.

CUADRO No. 56**ÍNDICE DE CUMPLIMIENTO CON LOS CLIENTES**

RANGOS	No. CÍAS.	%
0-20	0	0,00%
21-40	0	0,00%
61-80	2	13,33%
81-100	13	86,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
 Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 30**ÍNDICE DE CUMPLIMIENTO CON LOS CLIENTES**

Fuente: Cuadro No. 56
 Elaborado por: Estefanía Torres

4.2.12. Índice de cumplimiento de los proveedores nacionales

No se registran proveedores nacionales cuyo cumplimiento con las empresas encuestadas se encuentre entre 0 y 40 por ciento, el 73.33 por ciento de los encuestados opinan que los proveedores nacionales cumplen con sus empresas en un rango de 81 al 100 por ciento, mientras que el 26.67 determinó que los proveedores nacionales cumplen con ellos dentro del rango de 61 a 80 por ciento.

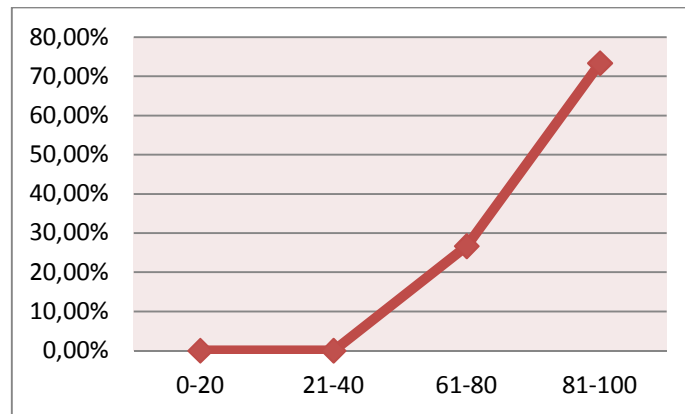
CUADRO No. 57

ÍNDICE DE CUMPLIMIENTO DE LOS PROVEEDORES NACIONALES

NACIONAL	No. CÍAS.	%
0-20	0	0,00%
21-40	0	0,00%
61-80	4	26,67%
81-100	11	73,33%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 31**ÍNDICE DE CUMPLIMIENTO DE LOS PROVEEDORES NACIONALES**

Fuente: Cuadro No. 57

Elaborado por: Estefanía Torres

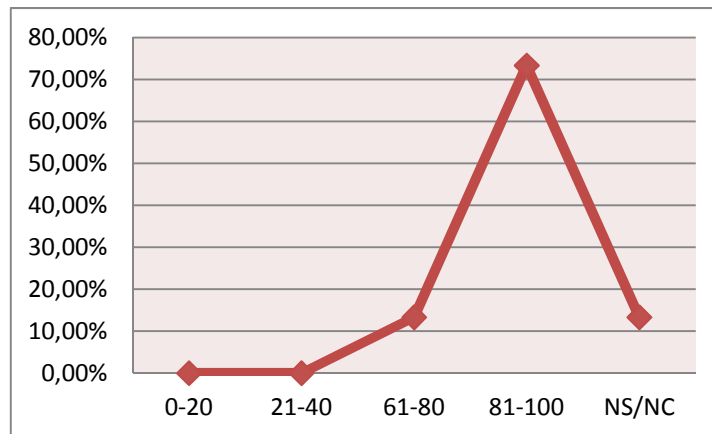
4.2.13. Índice de cumplimiento de los proveedores extranjeros

No se reportaron proveedores extranjeros cuyo cumplimiento con las empresas encuestadas se encuentre entre 0 y 40 por ciento, el 73.33 por ciento de los encuestados opinan que los proveedores internacionales cumplen con sus empresas en un rango de 81 al 100 por ciento, mientras que el 15.38 por ciento determinó que los proveedores extranjeros cumplen con ellos dentro del rango de 61 a 80 por ciento. El mismo porcentaje (15.38) corresponde a dos empresas que no conocen esta información.

CUADRO No. 58**ÍNDICE DE CUMPLIMIENTO DE LOS PROVEEDORES EXTRANJEROS**

EXTRANJERO	No. CÍAS.	%
0-20	0	0,00%
21-40	0	0,00%
61-80	2	13,33%
81-100	11	73,33%
NS/NC	2	13,33%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 32**ÍNDICE DE CUMPLIMIENTO DE LOS PROVEEDORES EXTRANJEROS**

Fuente: Cuadro No. 58
Elaborado por: Estefanía Torres

4.3. APERTURA COMERCIAL

4.3.1. Exportaciones por parte de las empresas encuestadas

El 93.33 por ciento de las empresas encuestadas no realiza ninguna exportación y un 6.67 por ciento realiza exportaciones.

CUADRO No. 59

EXPORTACIONES

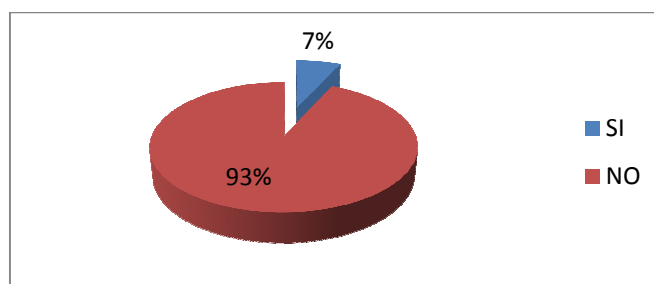
EXPORTA	No. CÍAS.	%
No	14	93,33%
Si	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 33

EXPORTACIONES



Fuente: Cuadro No. 59

Elaborado por: Estefanía Torres

4.3.2. Destino

De las empresas encuestadas, el destino de la única empresa que realiza exportaciones es Colombia.

4.3.3. Formas de exportar

Una empresa realiza exportaciones a través de terceros, no existen empresas que exporten directamente.

4.3.4. Certificado de origen

El organismo encargado de certificar los productos exportables de la empresa que realiza exportaciones, es la Cámara de Comercio de Quito.

4.3.5. Periodicidad de exportación

El 100 por ciento de las empresas que exportan, es decir una, lo realiza cada tres meses.

4.3.6. Apertura a mercados externos

4.3.6.1. Por producto

La empresa exportadora elabora partes y piezas de electrodomésticos que constituyen el 100 por ciento de los productos que van a ser exportados en el año 2012.

4.3.6.2. Por destino

Los productos mencionados en la pregunta anterior van a ser dirigidos a nuevos mercados durante el 2012, Perú es el nuevo país destino del 100 por ciento de los productos exportables.

4.3.7. Restricciones para el ingreso de los productos a dichos mercados

La restricción más importante que constituye una barrera de entrada a los productos en los nuevos mercados, son la falta de normas y especificaciones técnicas en sus productos.

4.3.8. Aranceles de exportación

La empresa exportadora determinó que los aranceles impuestos a los productos para su entrada en los nuevos mercados objetivos en el 2012, afectan en un rango de 0 al 10 por ciento a la exportación.

4.3.9. Porcentaje del volumen de producción que exporta

Del total del volumen de producción, los productos que están destinados a la exportación, se encuentran dentro del rango de 1 al 25 por ciento.

4.3.10. Insumos, materia prima y productos importados para elaboración de los productos exportables y su participación en el costo

El insumo que se necesita para poder elaborar el producto exportable es Samak 5, que corresponde al 100 por ciento de materia prima importada para la elaboración de productos de exportación.

4.3.11. Porcentaje del producto terminado que utiliza la mezcla importada

El producto terminado que será destinado para exportación ocupa materia prima importada dentro de un rango del 76 al 100 por ciento.

4.3.12. Régimen de importaciones

El 100 por ciento de las empresas que exportan son normalizadas a través del régimen general de importaciones.

4.3.13. Políticas de fomento gubernamentales para exportaciones

El 100 por ciento de los representantes de las empresas que forman parte de la encuesta, piensan que las políticas gubernamentales de fomento a las exportaciones no les brindan ningún beneficio.

4.3.14. Políticas de fomento gubernamentales para importaciones

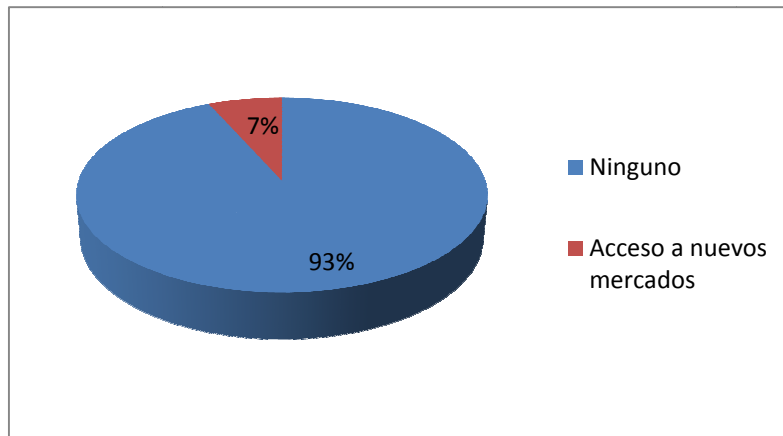
El 93.33 por ciento de las empresas no cree que exista algún perjuicio debido a las políticas gubernamentales para importaciones y 6.67 por ciento cree que el acceso a nuevos mercados es la desventaja más significativa.

CUADRO No. 60

POLÍTICAS DE FOMENTO GUBERNAMENTALES PARA IMPORTACIONES

<i>PERJUICIOS</i>	<i>No. CÍAS.</i>	<i>%</i>
Ninguno	14	93,33%
Acceso a nuevos mercados	1	6,67%
TOTAL	15	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 34**POLÍTICAS DE FOMENTO GUBERNAMENTALES PARA IMPORTACIONES**

Fuente: Cuadro No. 60

Elaborado por: Estefanía Torres

4.3.15. Competidores dentro de los mercados a los que exporta

La empresa que realiza exportaciones desconoce cuáles son sus competidores dentro de los mercados internacionales a los que se enfoca.

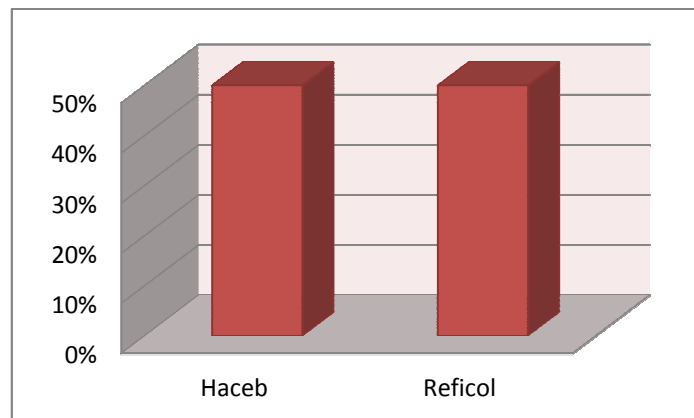
4.3.16. Pares comerciales en el exterior

La empresa que exporta productos al exterior, tiene dos pares comerciales con lo que mantiene relaciones en el mercado internacional, estos son Haceb y Reficol, con igual proporción cada uno de ellos.

CUADRO No. 61**PARES COMERCIALES EN EL EXTERIOR**

PARES COMERCIALES	No. RESPUESTAS	%
Haceb	1	50%
Reficol	1	50%
TOTAL	2	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 35**PARES COMERCIALES EN EL EXTERIOR**

Fuente: Cuadro No. 61
Elaborado por: Estefanía Torres

4.4. GOBIERNO

4.4.1. Incentivos del gobierno para la creación de PYMEs

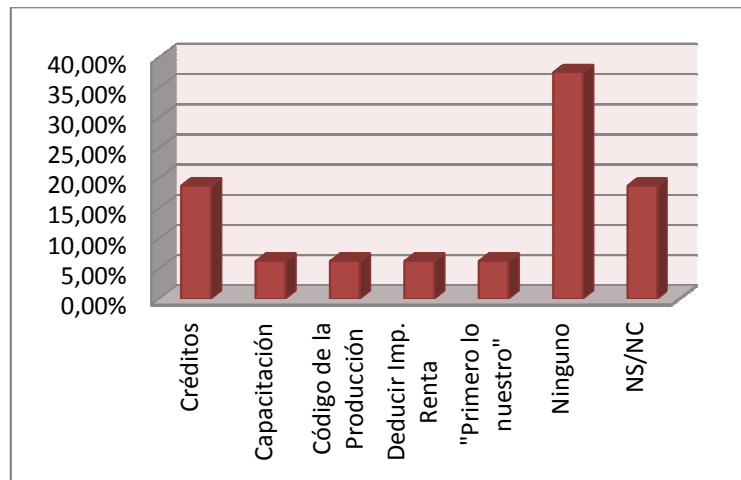
No existe ningún incentivo por parte del gobierno nacional que motive a los empresarios y emprendedores a la creación de PYMEs, corresponde al 37.50 por ciento; 18.75 de los incentivos están relacionados con el otorgamiento de créditos productivos, con igual porcentaje responden que desconocen si existían incentivos porque no habían sido beneficiados por ellos; las siguientes respuestas representan cada una 6.25 por ciento: deducciones del impuesto a la renta, creación y modificaciones del código de la producción, campaña nacional que fomenta el consumo de productos nacionales.

CUADRO No. 62

INCENTIVOS DEL GOBIERNO PARA LA CREACIÓN DE PYMEs

<i>INCENTIVOS</i>	<i>No. RESPUESTAS</i>	<i>%</i>
Ninguno	6	37,50%
NS/NC	3	18,75%
Créditos	3	18,75%
Capacitación	1	6,25%
Código de la Producción	1	6,25%
Deducir Imp. Renta	1	6,25%
"Primero lo nuestro"	1	6,25%
TOTAL	16	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 36**INCENTIVOS DEL GOBIERNO PARA LA CREACIÓN DE PYMEs**

Fuente: Cuadro No. 62

Elaborado por: Estefanía Torres

4.4.2. Mecanismos del gobierno para el desarrollo de PYMEs

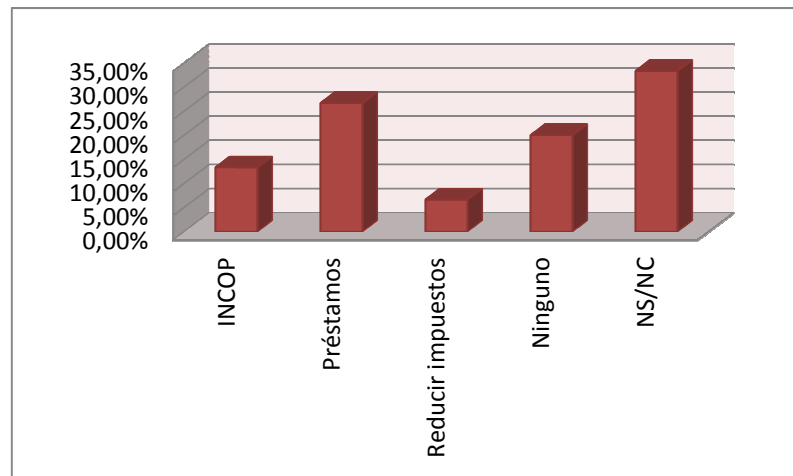
El 33.33 por ciento de las empresas desconoce los mecanismos que el gobierno ofrece para desarrollar las PYMEs; 26.67 conoce sobre préstamos otorgados a pequeños y medianos empresarios; 20.00 corresponde a la respuesta de que no existe ningún mecanismo del gobierno para ayudar al crecimiento de las PYMEs; el portal de compras públicas representa el 13.33 de las respuestas recibidas y por último el restante 6.67 por ciento corresponde a la posibilidad de reducción de impuestos.

CUADRO No. 63**MECANISMOS DEL GOBIERNO PARA EL DESARROLLO DE PYMEs**

MECANISMO	No. CÍAS.	%
NS/NC	5	33,33%
Préstamos	4	26,67%
Ninguno	3	20,00%
INCOP	2	13,33%
Reducir impuestos	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 37**MECANISMOS DEL GOBIERNO PARA EL DESARROLLO DE PYMEs**

Fuente: Cuadro No. 63

Elaborado por: Estefanía Torres

4.4.3. Políticas de estado

El 40.00 por ciento de las respuestas dadas por los encuestados fueron que desconocen sobre políticas del estado que faciliten y ayuden a las PYMEs a su inserción en el comercio mundial; 33.33 determinó que no existen políticas que ayuden a exportar, la posibilidad de exportar a través de terceros constituye el 13.33 al igual que el nuevo código de la producción que normaliza a todas las empresas y que promueve la externalización de las mismas.

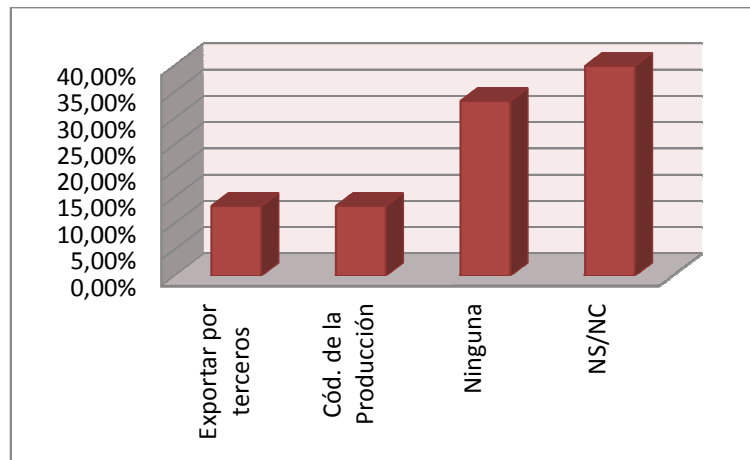
CUADRO No. 64

POLÍTICAS DE ESTADO

POLÍTICAS	No. CÍAS	%
NS/NC	6	40,00%
Ninguna	5	33,33%
Exportar por terceros	2	13,33%
Cód. de la Producción	2	13,33%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 38**POLÍTICAS DE ESTADO**

Fuente: Cuadro No. 64

Elaborado por: Estefanía Torres

4.4.4. Políticas del gobierno para mejorar la competitividad

La mayoría de respuestas se encuentran dentro del factor de desconocimiento, 35.29 por ciento no conoce de la existencia de ninguna política gubernamental que pretenda mejorar la competitividad del subsector C24: Fabricación de Metales Comunes; 17.65 de respuestas se encasillan en que no existe una política de ese tipo, igual valor le corresponde a la campaña nacional que pretende fomentar el consumo de productos nacionales y su valorización; el 11.76 de respuestas mencionadas hacen referencia a la capacitación del personal para llegar a la competitividad de las empresas. Las respuestas recibidas, cada una con 5.88 por ciento son: la ley antimonopolio que beneficia sobre todo a los pequeños productores del

subsector, el portal de compras públicas que da la posibilidad de competir en el sector público con grandes empresas, y las acciones del MIPRO en pro de las PYMEs.

CUADRO No. 65

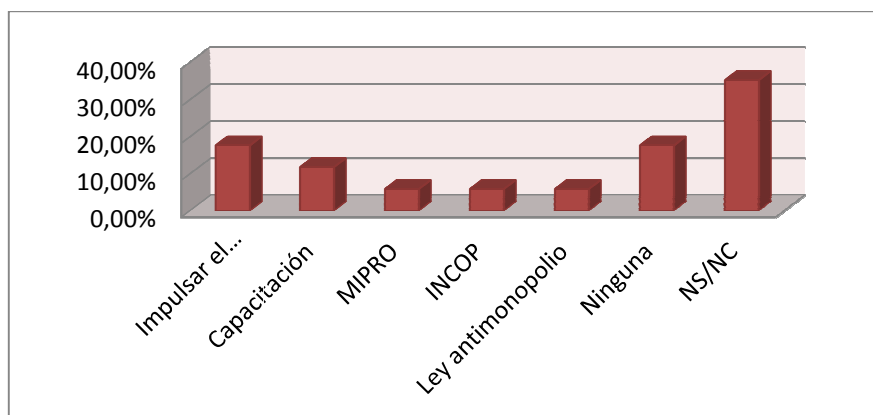
POLÍTICAS DEL GOBIERNO PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD

POLÍTICAS	No. RESPUESTAS	%
NS/NC	6	35,29%
Ninguna	3	17,65%
Impulsar el producto nacional	3	17,65%
Capacitación	2	11,76%
MIPRO	1	5,88%
INCOP	1	5,88%
Ley antimonopolio	1	5,88%
TOTAL	17	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 39

POLÍTICAS DEL GOBIERNO PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD



Fuente: Cuadro No. 65
Elaborado por: Estefanía Torres

4.4.5. Incidencia de la política tributaria, financiera, laboral y de comercio exterior en la competitividad de las PYMEs

Un 67.00 por ciento de las empresas no han sido beneficiadas por las políticas tributarias del gobierno y un 33.00 opina lo contrario, pues determinaron que su influencia es positiva, la misma proporción existe dentro del análisis de la influencia de la política financiera, dentro de la política laboral la influencia negativa corresponde un 66.67, 26.67 está de acuerdo pues para ellos la influencia de esta política en el desarrollo de la competitividad es positiva, 73.33 representa que la política gubernamental de comercio exterior influye de manera negativa en las PYMEs y su desarrollo de competitividad, 20.00 no comparte y respondió que la influencia es positiva. Un 6.67 por ciento determina que la política laboral no influye en la competitividad al igual que opinan lo mismo de la política de comercio exterior.

CUADRO No. 66

**INCIDENCIA DE LA POLÍTICA TRIBUTARIA, FINANCIERA, LABORAL Y DE
COMERCIO EXTERIOR EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMEs**

No. CÍAS			
POLÍTICAS	POSITIVO	NEGATIVO	NO INFLUYE
Tributaria	5	10	0
Financiera	5	10	0
Laboral	4	10	1
Com. Exterior	3	11	1
TOTAL	17	41	2

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

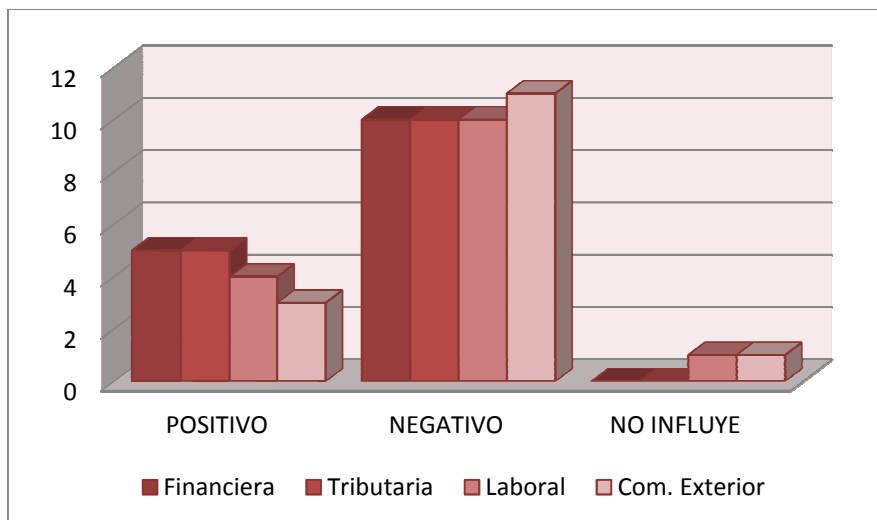
CUADRO No. 67

**INCIDENCIA DE LA POLÍTICA TRIBUTARIA, FINANCIERA, LABORAL Y DE
COMERCIO EXTERIOR EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMEs**

POLÍTICAS	POSITIVO	NEGATIVO	NO INFLUYE
Tributaria	33,00%	67,00%	0,00%
Financiera	33,00%	67,00%	0,00%
Laboral	26,67%	66,67%	6,67%
Com. Exterior	20,00%	73,33%	6,67%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 40**INCIDENCIA DE LA POLÍTICA TRIBUTARIA, FINANCIERA, LABORAL Y DE COMERCIO EXTERIOR EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMEs**

Fuente: Cuadro No. 66

Elaborado por: Estefanía Torres

4.4.6. Costos de servicios básicos

De acuerdo a los datos del cuadro No. 60, a 4 empresas los costos de energía les afecta en los resultados de utilidad, en un rango de 0 a 20 por ciento, 4 empresas dicen que les afecta en un rango de 21 a 40 por ciento, 3 empresas afirman que se ven afectadas en un rango de 41 a 60 por ciento y a 4 empresas les afecta en un rango de 61 a 80 por ciento.

A 14 empresas los costos efectuados por el consumo de agua potable afectan a su utilidad final en un rango de 0 al 20 por ciento, la restante

empresa consultada determinó que su afectación se encuentra en el rango de 21 a 40 por ciento.

Al 100 por ciento de las empresas encuestadas les afecta el consumo telefónico dentro del rango de 0 al 20 por ciento de la utilidad final.

Al 100 por ciento de las empresas encuestadas les afecta el consumo de internet dentro del rango de 0 al 20 por ciento de la utilidad final.

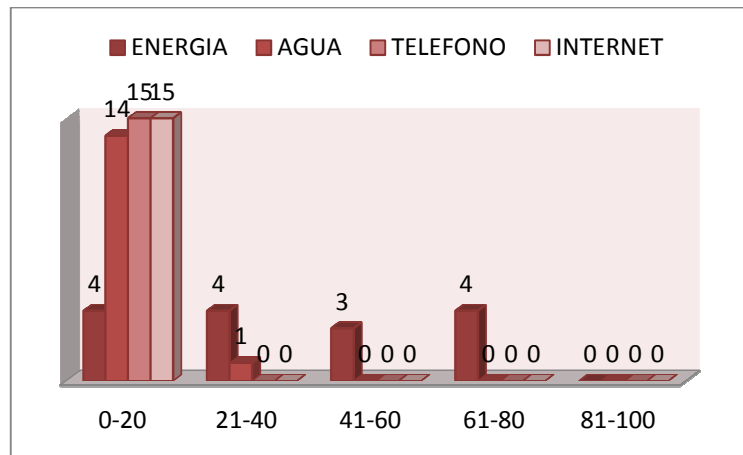
CUADRO No. 68

COSTOS DE LOS SERVICIOS BÁSICOS

RANGO	ENERGÍA	AGUA	TELÉFONO	INTERNET
0%-20%	4	14	15	15
21%-40%	4	1	0	0
41%-60%	3	0	0	0
61%-80%	4	0	0	0
81%-100%	0	0	0	0

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 41**COSTOS DE LOS SERVICIOS BÁSICOS**

Fuente: Cuadro No. 68

Elaborado por: Estefanía Torres

4.5. INSTITUCIONES

4.5.1. Vinculación con empresas públicas

La institución pública que más se vincula con las empresas encuestadas es el SRI, pues tiene 29.27 por ciento del total, el IESS también tiene un porcentaje importante de participación que corresponde al 26.83. El Municipio de Quito y el Ministerio de Trabajo cuenta cada uno con 12.20 por ciento del total.

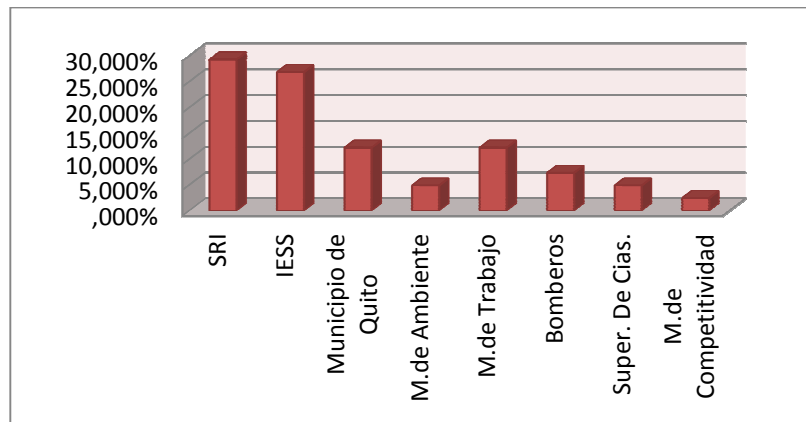
Otras de las instituciones públicas importantes con las que se encuentran vinculadas las empresas encuestadas son los Bomberos (7.32 por ciento), el Ministerio del Ambiente (4.88), la Superintendencia de Compañías (4.88) y el Ministerio de Competitividad (2.44 por ciento).

CUADRO No. 69

INSTITUCIONES PÚBLICAS RELACIONADAS CON LAS PYMEs

INSTITUCIONES	No. RESPUESTAS	%
SRI	12	29,27%
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social	11	26,83%
Municipio de Quito	5	12,20%
Ministerio de Trabajo	5	12,20%
Bomberos	3	7,32%
Ministerio del Ambiente	2	4,88%
Superintendencia de compañías	2	4,88%
Ministerio de Competitividad	1	2,44%
TOTAL	41	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 42**INSTITUCIONES PÚBLICAS RELACIONADAS CON LAS PYMEs**

Fuente: Cuadro No. 69

Elaborado por: Estefanía Torres

4.5.2. Satisfacción con la prestación de servicios públicos

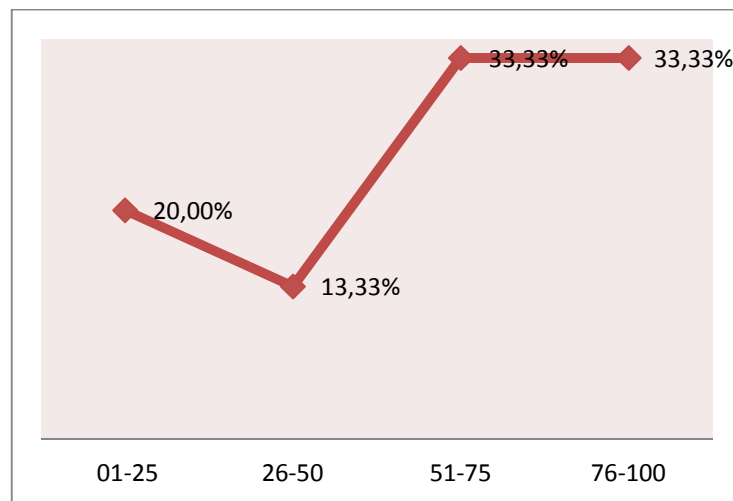
En 5 de las empresas encuestadas se manifestó estar de acuerdo con los servicios prestados por las instituciones públicas en los rangos de 76 a 100 por ciento y 51 a 75 por ciento respectivamente, 3 empresas están de acuerdo en los rangos de 1 a 25 por ciento, mientras que 2 empresas en un rango de 26 a 50 por ciento.

CUADRO No. 70**SATISFACCIÓN CON LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS**

RANGOS	No. CÍAS.	%
51%-75%	5	33,33%
76%-100%	5	33,33%
1%-25%	3	20,00%
26%-50%	2	13,33%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 43**SATISFACCIÓN CON LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS**

Fuente: Cuadro No. 70

Elaborado por: Estefanía Torres

4.5.3. Colaboración de las empresas públicas para la existencia de un mercado de libre competencia

El 40.00 por ciento de las empresas estableció que el otorgamiento de créditos a las PYMEs es una colaboración importante del sector público y de sus instituciones para crear un mercado de libre competencia dentro del país, 20.00 cree que el hecho de que las instituciones públicas brinden las mismas oportunidades a todas las empresas da igualdad de condiciones y genera un mercado apto para la competencia. A través del portal de compras públicas también se da oportunidades a pequeños empresarios a trabajar y proveer al estado, por lo que el 13.33 por ciento cree que es una colaboración importante.

CUADRO No. 71

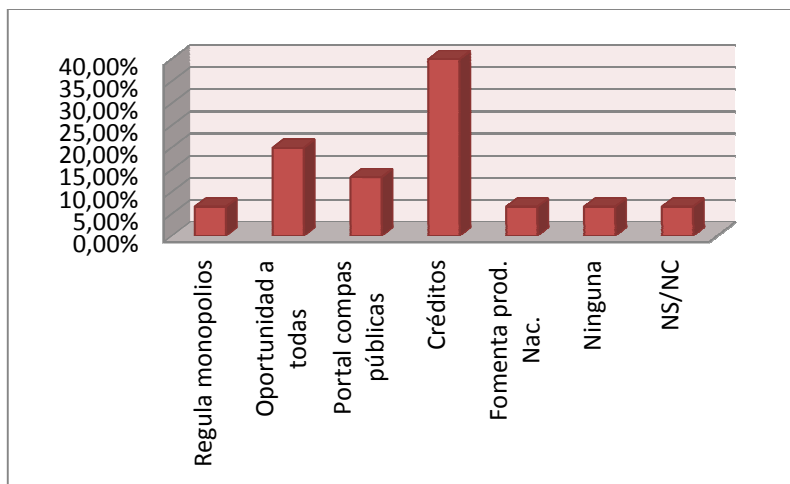
COLABORACIÓN DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS PARA LA EXISTENCIA DE UN MERCADO DE LIBRE COMPETENCIA

COLABORACIONES	No. CÍAS.	%
Créditos	6	40,00%
Oportunidad a todas	3	20,00%
Portal compas públicas	2	13,33%
Regula monopolios	1	6,67%
Fomenta producto nacional	1	6,67%
Ninguna	1	6,67%
NS/NC	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 44

**COLABORACIÓN DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS PARA LA EXISTENCIA DE
UN MERCADO DE LIBRE COMPETENCIA**



Fuente: Cuadro No. 71

Elaborado por: Estefanía Torres

4.5.4. Protección de los derechos a la propiedad y a la iniciativa privada

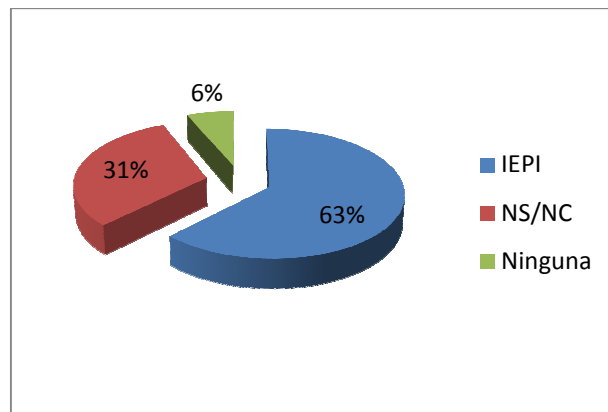
Para el 62.50 por ciento de las empresas el IEPI es el principal organismo de protección a la propiedad y a la iniciativa privada, el 31.25 no conoce ninguna ley que los proteja en ese aspecto, el 6.25 por ciento determinó que no existe dentro de la ley alguna parte que proteja la propiedad e iniciativa privada.

CUADRO No. 72**PROTECCIÓN DE LA LEY A LA PROPIEDAD Y A LA INICIATIVA PRIVADA**

LEY	No. RESPUESTAS	%
IEPI	10	62,50%
NS/NC	5	31,25%
Ninguna	1	6,25%
TOTAL	16	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 45**PROTECCIÓN DE LA LEY A LA PROPIEDAD Y A LA INICIATIVA PRIVADA**

Fuente: Cuadro No. 72

Elaborado por: Estefanía Torres

4.5.5. Asociaciones o agremiaciones a las que las PYMEs se encuentran afiliadas

La Cámara de Comercio representa el 58.82 por ciento del total de asociaciones o agremiaciones dentro de las cuales las empresas se encuentran afiliadas, 3 empresas de las 15 no pertenecen a ninguna asociación y corresponde al 17.65, la CAPEIPI ocupa 11.76 por ciento del total de asociaciones, con igual valor la asociación de empresarios del norte.

CUADRO No. 73

ASOCIACIONES O AGREMIACIONES A LAS QUE LAS PYMEs SE ENCUENTRAN AFILIADAS

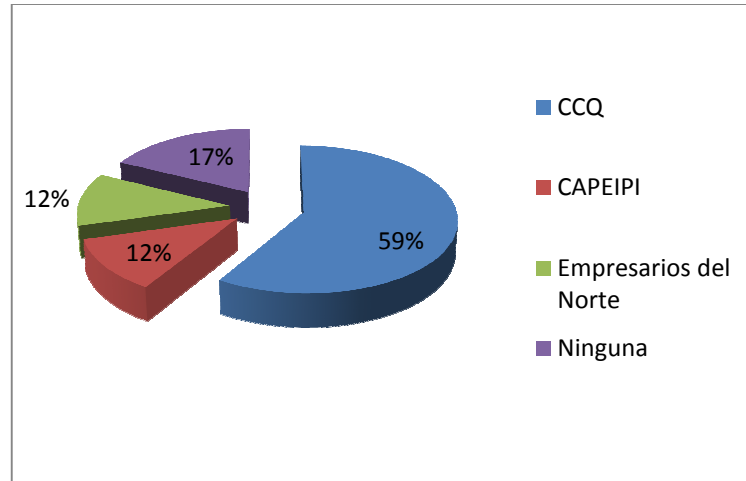
ASOCIACIÓN	No. RESPUESTAS	%
CCQ	10	58,82%
Ninguna	3	17,65%
CAPEIPI	2	11,76%
Empresarios del Norte	2	11,76%
TOTAL	17	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 46

**ASOCIACIONES O AGREMIACIONES A LAS QUE LAS PYMEs SE
ENCUENTRAN AFILIADAS**



Fuente: Cuadro No. 73

Elaborado por: Estefanía Torres

4.5.6. Manera en que las diferentes asociaciones o agremiaciones defienden los intereses empresariales

El 34.78 por ciento de las empresas dicen que las asociaciones a las que pertenecen defienden sus intereses a través de servicios de capacitación, 26.09 dicen recibir servicio de seguridad, 13.04 está representado por las acciones tomadas a fin de velar por los intereses gremiales, al igual que las respuestas “ninguna forma de defensa”; 8.70 engloba una serie de beneficios entregados a los socios; finalmente, la organización de eventos sociales tiene 4.35 por ciento.

CUADRO No. 74

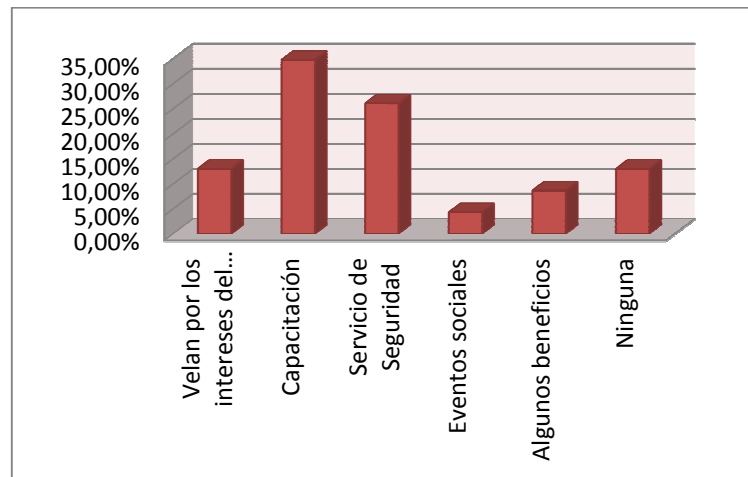
**MANERA EN QUE LAS DIFERENTES ASOCIACIONES O AGREMIACIONES
DEFIENDEN LOS INTERESES EMPRESARIALES**

DEFENSA	No. RESPUESTAS	%
Capacitación	8	34,78%
Servicio de Seguridad	6	26,09%
Velan por los intereses del gremio	3	13,04%
Ninguna	3	13,04%
Algunos beneficios	2	8,70%
Eventos sociales	1	4,35%
TOTAL	23	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 47

**MANERA EN QUE LAS DIFERENTES ASOCIACIONES O AGREMIACIONES
DEFIENDEN LOS INTERESES EMPRESARIALES**



Fuente: Cuadro No. 74
Elaborado por: Estefanía Torres

4.5.7. Inseguridad y corrupción en las instituciones

El 34.78 por ciento de las consecuencias que deben enfrentar las empresas del subsector analizado, son pérdidas económicas, el mismo valor (34.78) respondieron que la influencia de la delincuencia y la corrupción es negativa en todo sentido. El 30.43 por ciento está relacionado con la inseguridad, tanto por las instalaciones y los bienes materiales así como del personal y su integridad física.

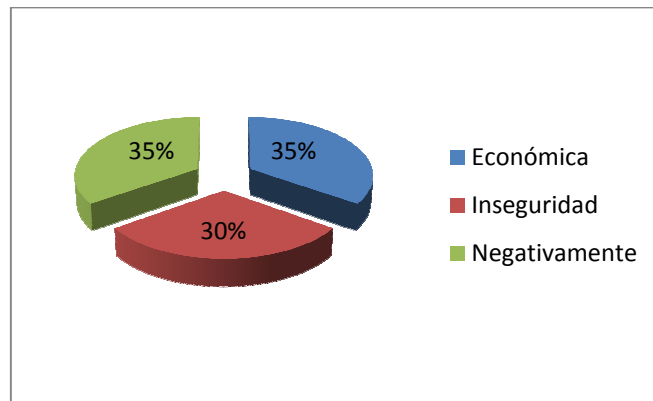
CUADRO NO. 75

INSEGURIDAD Y CORRUPCIÓN EN LAS INSTITUCIONES

INFLUENCIA	No. RESPUESTAS	%
Económica	8	34,78%
Negativamente	8	34,78%
Inseguridad	7	30,43%
TOTAL	23	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 48**INSEGURIDAD Y CORRUPCIÓN EN LAS INSTITUCIONES**

Fuente: Cuadro No. 75

Elaborado por: Estefanía Torres

4.6. INFRAESTRUCTURA FÍSICA

4.6.1. Del estado

4.6.1.1. Calidad y disponibilidad de infraestructura física

La calidad y disponibilidad de transporte de las empresas del estado, de las 15 empresas encuestadas, 4 calificaron como muy bueno, 7 como bueno, 3 regular y 1 deficiente.

En cuanto a telecomunicaciones, 5 respondieron que la calidad y la disponibilidad es muy buena, 8 buena, 1 regular al igual que deficiente también 1.

En lo referente a energía y gas, únicamente 1 empresa piensa que el servicio y la calidad es muy bueno, 6 lo califica como bueno, 7 como regular y 1 como deficiente.

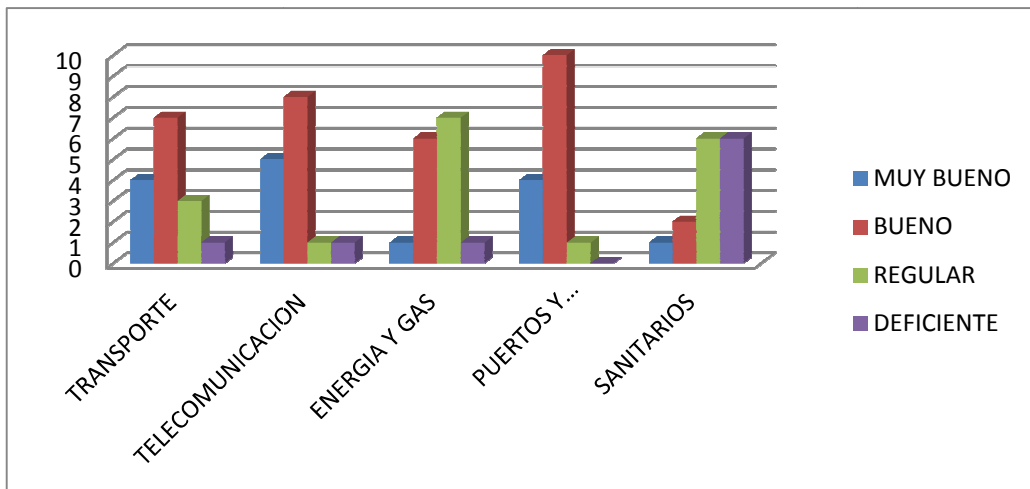
Sobre los puertos y aeropuertos del estado, muy bueno tuvo 4 repuestas, bueno 6, regular 7 y 1 deficiente.

1 empresa calificó a la calidad y disponibilidad de los sanitarios del estado como muy buena, 2 como buena; en el ámbito de regular 6 empresas comparten con esta opción, y otras 6 con deficiente.

CUADRO No. 76**CALIDAD Y DISPONIBILIDAD DE LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA**

CALIFICACIÓN	TRANSPORTE TERRESTRE, MARÍTIMO Y AÉREO	TELECOMUNICACIÓN	DISTRIBUCIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA Y GAS	PUERTOS Y AEROPUERTOS	SERVICIOS SANITARIOS
MUY BUENO	4	5	1	4	1
BUENO	7	8	6	10	2
REGULAR	3	1	7	1	6
DEFICIENTE	1	1	1	0	6
TOTAL	15	15	15	15	15

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 49**CALIDAD Y DISPONIBILIDAD DE LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA**

Fuente: Cuadro No. 76
Elaborado por: Estefanía Torres

4.6.1.2. Porcentaje en el que influye la infraestructura física

El transporte influye para 4 empresas en un rango de 0 a 25 por ciento, dentro del rango de 26 a 50 por ciento de influencia en el desarrollo normal de las actividades se encuentran 3 de las 15 empresas encuestadas, para 2 empresas el transporte influye dentro del 51 al 75 por ciento, dentro del rango de influencia de 76 a 100 por ciento se encuentra 1 empresa, para 5 empresas el transporte no influye en nada.

Para 7 empresas los servicios de telecomunicaciones influyen del 0 a 25 por ciento en el ejercicio de sus actividades, para 1 empresa influye este servicio en un rango del 26 a 50 por ciento, al igual que dentro del rango del 51 a 75 por ciento 1 empresa se ve influenciada, 4 empresas dicen que tiene una influencia del 76 a 100 por ciento, mientras que para 2 empresas las telecomunicaciones no influye en su actividad económica.

Dentro del servicio de energía y gas para 1 empresa tiene influencia del 0 a 25 por ciento, para 6 del 26 a 50 por ciento, para 1 del 51 a 75 por ciento y finalmente para 7 del 76 a 100 por ciento.

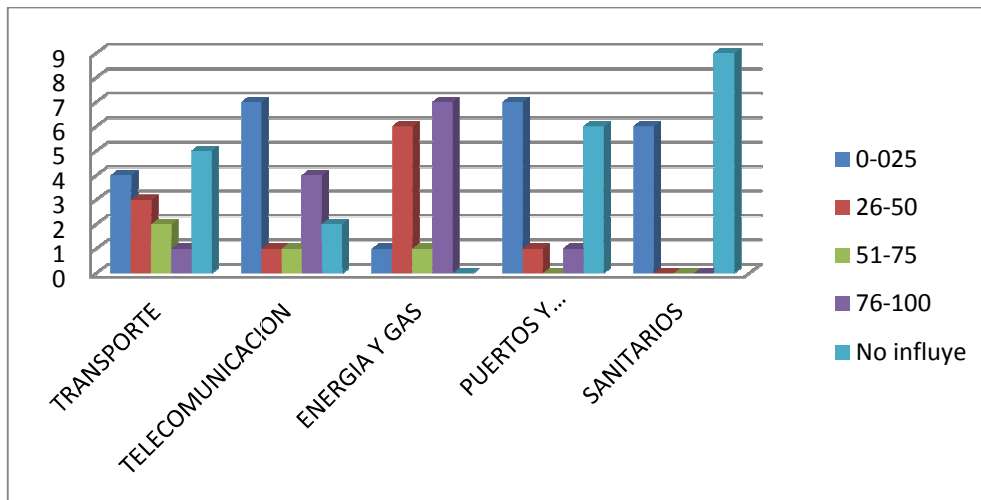
Los servicios sanitarios influyen para 6 empresas dentro del rango de 0 a 25 por ciento, y finalmente para 9 de las organizaciones encuestadas los servicios sanitarios no influyen en sus actividades.

CUADRO No. 77

PORCENTAJE EN EL QUE INFLUYE LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA

RANGO	TRANSPORTE TERRESTRE, MARÍTIMO Y AÉREO	TELECOMUNICACIÓN	DISTRIBUCIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA Y GAS	PUERTOS Y AEROPUERTOS	SERVICIOS SANITARIOS
0%-25%	4	7	1	7	6
26%-50%	3	1	6	1	0
51%-75%	2	1	1	0	0
76%-100%	1	4	7	1	0
No influye	5	2	0	6	9
TOTAL	15	15	15	15	15

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 50**PORCENTAJE EN EL QUE INFLUYE LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA**

Fuente: Cuadro No. 77

Elaborado por: Estefanía Torres

4.6.1.3. Influencia de la infraestructura del estado en la consecución de nuevos mercados

La infraestructura de los servicios de transporte proporcionados por el estado influyen en la consecución de nuevos mercados del 0 a 25 por ciento para 4 de las empresas, para 3 empresas influye este aspecto dentro de un rango del 26 a 50 por ciento, dentro de los límites de 51 a 75 por ciento 1 empresa se ve influenciada, a 4 empresas el transporte le influye del 76 a 100 por ciento en la consecución de nuevos mercados. A 3 empresas no les influye en nada esta infraestructura.

Las telecomunicaciones ofrecidas por el estado influyen en la consecución de nuevos mercados para 6 empresas dentro del rango de 0 a 25 por ciento, 3 empresas se ven influidas por este factor en un rango de 26 a 50 por ciento, dentro de los límites de 51 a 75 por ciento 1 sola empresa se ve influenciada, para 3 empresas influye del 76 a 100 por ciento y para 2 no les influye en ningún grado.

La distribución de energía y gas por medio de empresas estatales influye para 7 empresas de las 15 encuestadas en un rango del 76 a 100 por ciento, otras 7 se ven influenciadas dentro de los límites del 26 a 50 por ciento, 1 empresa del 0 a 25 por ciento y no se registran empresas a las que este factor no les afecte en nada para la consecución de nuevos mercados.

A 4 empresas de las 15 encuestadas la infraestructura de los puertos y aeropuertos influyen dentro de los límites del 0 a 25 por ciento, a otras 4 empresas les influye del 26 a 50 por ciento, a 3 empresas del 76 a 100 por ciento y para 4 de los encuestados este factor no influye en nada en sus objetivos de consecución de nuevos mercados.

En cuanto a los servicios sanitarios, para 2 empresas influye este factor del 0 a 25 por ciento para la consecución de nuevos mercados, a una empresa dentro del rango de 76 a 100 por ciento. Para 12 de las empresas

encuestadas no les influye de ninguna manera la infraestructura de los servicios sanitarios.

CUADRO No. 78

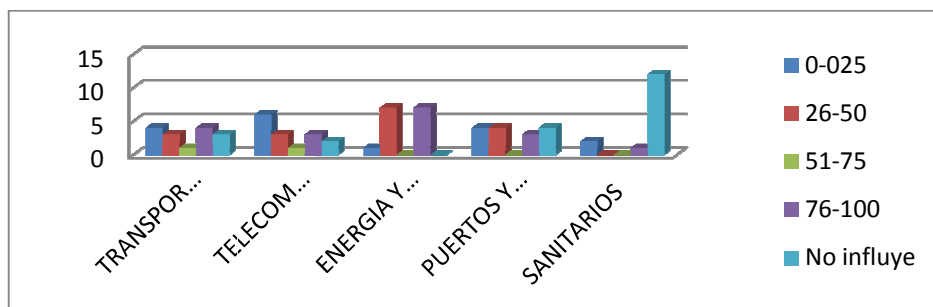
**INFLUENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA DEL ESTADO EN LA
CONSECUCIÓN DE NUEVOS MERCADOS**

RANGO	TRANSPORTE TERRESTRE, MARÍTIMO Y AÉREO	TELECOMUNICACIÓN	DISTRIBUCIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA Y GAS	PUERTOS Y AEROPUERTOS	SERVICIOS SANITARIOS
0%-25%	4	6	1	4	2
26%-50%	3	3	7	4	0
51%-75%	1	1	0	0	0
76%-100%	4	3	7	3	1
No influye	3	2	0	4	12
TOTAL	15	15	15	15	15

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 51

**INFLUENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA DEL ESTADO EN LA
CONSECUCIÓN DE NUEVOS MERCADOS**



Fuente: Cuadro No. 78
Elaborado por: Estefanía Torres

4.6.2. De la empresa

4.6.2.1. Colaboración del sector privado en el desarrollo de la infraestructura nacional

La empresa privada según la opinión de 15 empresas, es decir el total de las encuestadas, si colabora en el sector de transporte para el desarrollo de la infraestructura nacional; dentro del sector de las telecomunicaciones para 12 empresas si colabora el sector privado mientras que para 3 de las encuestadas no colabora para la infraestructura nacional dentro de este aspecto; la distribución de energía y gas para 3 empresas si aporta el sector privado en su desarrollo y para 12 de las empresas solo el sector público contribuye con la infraestructura nacional en este sector; en cuanto a puertos y aeropuertos 10 empresas respondieron que el sector privado si aporta al desarrollo nacional mientras que 5 de las 15 empresas determinaron que no lo hace; las respuestas acerca de los servicios sanitarios fueron: 7 empresas que si colabora y 8 que no colabora en la infraestructura nacional.

CUADRO No. 79

**COLABORACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN EL DESARROLLO DE LA
INFRAESTRUCTURA NACIONAL**

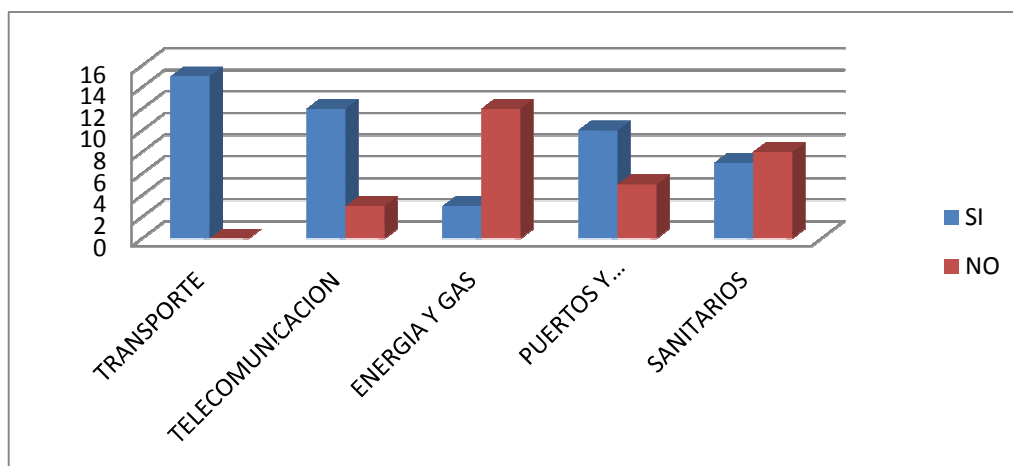
RESPUESTAS	TRANSPORTE TERRESTRE, MARÍTIMO Y AÉREO	TELECOMUNICACIÓN	DISTRIBUCIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA Y GAS	PUERTOS Y AEROPUERTOS	SERVICIOS SANITARIOS
Si	15	12	3	10	7
No	0	3	12	5	8
TOTAL	15	15	15	15	15

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 52

**COLABORACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN EL DESARROLLO DE LA
INFRAESTRUCTURA NACIONAL**



Fuente: Cuadro No. 79

Elaborado por: Estefanía Torres

4.7. MERCADO FINANCIERO

4.7.1. Actividades empresariales financiadas con los productos que ofrece el sistema financiero

El 31.58 por ciento del total de las actividades en las que se ocupa algún producto del sistema financiero corresponde a la compra de maquinaria, para proyectos de inversión también se ocupa un porcentaje importante correspondiente al 23.68, el 18.42 está representado por la importación de materias primas y el financiamiento de capital de trabajo es el 13.16 por ciento del total de actividades financiadas.

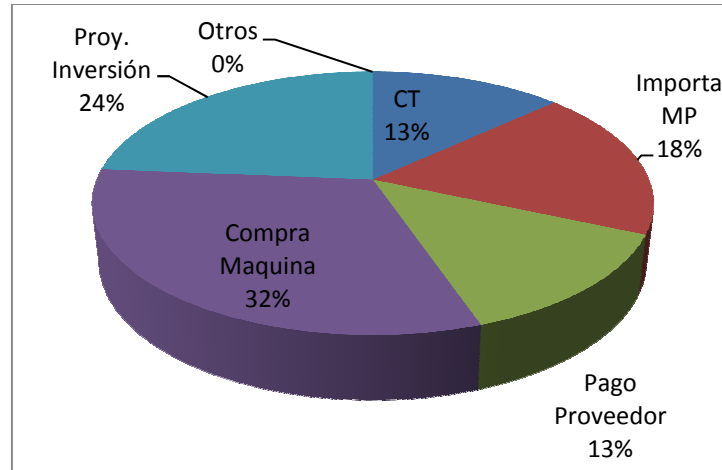
CUADRO No. 80

ACTIVIDADES EMPRESARIALES FINANCIADAS CON LOS PRODUCTOS QUE OFRECE EL SISTEMA FINANCIERO

PRODUCTOS	No. RESPUESTAS	%
Compra Maquina	12	31,58%
Proyecto de Inversión	9	23,68%
Importa Materia Prima	7	18,42%
Capital de Trabajo	5	13,16%
Pago proveedores	5	13,16%
Otros	0	0,00%
TOTAL	38	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 53**ACTIVIDADES EMPRESARIALES FINANCIADAS CON LOS PRODUCTOS QUE OFRECE EL SISTEMA FINANCIERO**

Fuente: Cuadro No. 80

Elaborado por: Estefanía Torres

4.7.2. Porcentaje de crédito otorgados por las entidades bancarias privadas que cubren la normal actividad de la empresa

El capital de trabajo de 2 empresas está cubierto del 1 a 20 por ciento a través de crédito de instituciones financieras, otras 2 empresas lo financian con créditos del 21 a 41 por ciento y 1 empresa del 61 a 80 por ciento. Por otro lado, 10 de las 15 encuestadas, no utilizan créditos del sector financiero para cubrir sus necesidades de capital de trabajo.

En cuanto a financiamiento para materia prima, 5 de las empresas encuestadas financian la importación con créditos en un porcentaje del 1 a 20 por ciento, 2 de las 15 empresas con créditos en un rango del 41 a 60 por ciento, 1 empresa lo hace dentro de los límites del 61 a 80 por ciento, al igual que dentro del rango del 81 a 100 por ciento, finalmente 6 de las empresas no se financian a través de créditos de entidades bancarias privadas.

Respecto al pago a proveedores 4 empresas se financian a través de créditos del sector financiero dentro del rango de 1 a 20 por ciento, 1 empresa del 21 a 40 por ciento, 2 empresas dentro del 41 a 60 por ciento, mientras que 8 empresas de las 15 no utilizan estos servicios financieros para pagar a sus proveedores.

Para la compra de maquinaria, 2 empresas utilizan servicios financieros de créditos y lo hacen en 1 a 20 por ciento, 3 empresas del 21 a 40 por ciento del total de la compra, 4 empresas del 41 a 60 por ciento, 5 empresas de las 15 encuestadas, financian un 81 a 100 por ciento y, 1 sola empresa no utiliza préstamos para financiar esta actividad.

Para financiar los proyectos de inversión, 1 empresa utiliza crédito bancario en un rango del 1 a 20 por ciento, 4 del 21 a 40 por ciento, 2 empresas del

41 a 60 por ciento, al igual que del 61 a 80 por ciento 1 empresa se financia a través de préstamo, 1 empresa financia sus proyectos en a 100 por ciento con crédito, 5 empresas no utilizan préstamos para llevar a cabo proyectos de inversión.

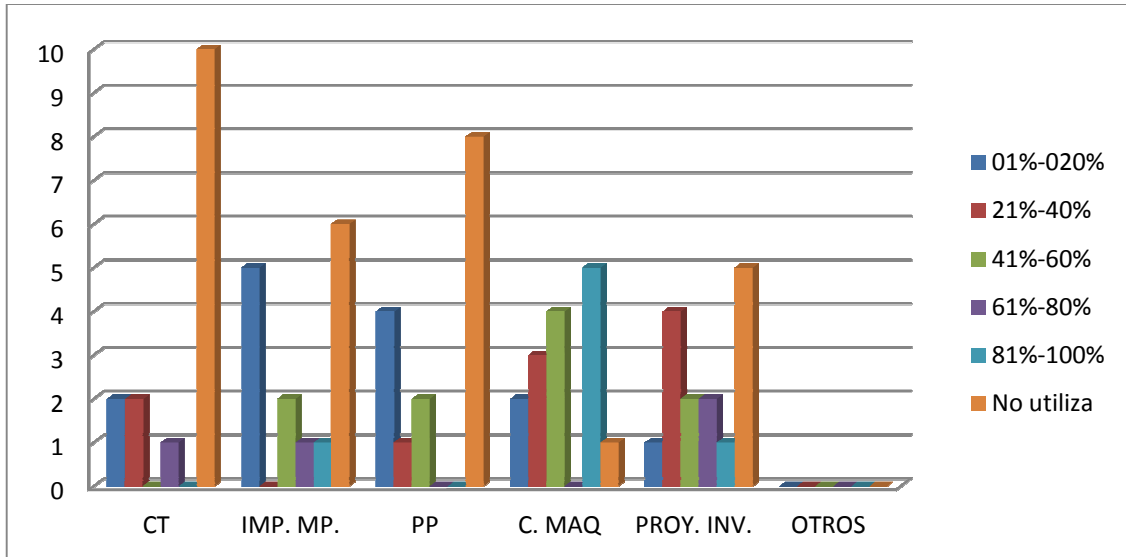
No se registran empresas que utilicen créditos de instituciones bancarias o financieras para cubrir otras actividades.

CUADRO No. 81

**NÚMERO DE EMPRESAS QUE ACCEDEN A CRÉDITOS DE LA BANCA
PRIVADA**

RANGO	Capital de Trabajo	Importación de MP	Pago a Proveedores	Compra de Maquinaria	Proyecto Inversión	OTROS
1%-20%	2	5	4	2	1	0
21%-40%	2	0	1	3	4	0
41%-60%	0	2	2	4	2	0
61%-80%	1	1	0	0	2	0
81%-100%	0	1	0	5	1	0
No utiliza	10	6	8	1	5	0
TOTAL	15	15	15	15	15	0

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 54**NÚMERO DE EMPRESAS QUE ACCEDEN A CRÉDITOS DE LA BANCA PRIVADA**

Fuente: Cuadro No. 81

Elaborado por: Estefanía Torres

4.7.3. Herramientas para determinar las necesidades financieras de la empresa

El flujo de fondos representa 25.93 por ciento del total de herramientas que las empresas utilizan para determinar cuáles son sus necesidades financieras; los indicadores financieros tienen el mismo valor, en segundo lugar la herramienta más utilizada es el flujo operativo que corresponde a 18.52, la capacidad de endeudamiento así como la liquidez y rentabilidad de la empresa son herramientas muy útiles y utilizadas por las empresas, cada uno de estos factores tiene 14.81 por ciento.

CUADRO No. 82

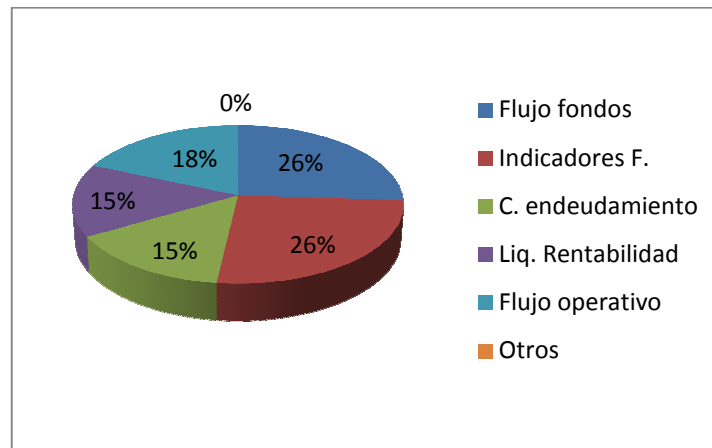
**HERRAMIENTAS PARA DETERMINAR LAS NECESIDADES FINANCIERAS
DE LA EMPRESA**

HERRAMIENTAS FINANCIERAS	No. RESPUESTAS	%
Flujo fondos	7	25,93%
Indicadores Financieros	7	25,93%
Flujo Operativo	5	18,52%
Capacidad de endeudamiento	4	14,81%
Liquidez/Rentabilidad	4	14,81%
Otros	0	0,00%
TOTAL	27	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 55

**HERRAMIENTAS PARA DETERMINAR LAS NECESIDADES FINANCIERAS
DE LA EMPRESA**



Fuente: Cuadro No. 82
Elaborado por: Estefanía Torres

4.7.4. Hasta que porcentaje de créditos cubren la normal operación de la empresa

El 100 por ciento de las empresas encuestadas no reciben ningún tipo de créditos de organismos estatales para financiar el capital de trabajo.

Un total de 14 de las 15 empresas tampoco lo hace para financiar la importación de materia prima, mientras que 1 empresa financia la importación de materia prima en un rango del 81 a 100 por ciento gracias a un organismo estatal.

El pago a proveedores es financiado a través de un organismo estatal para 1 empresa dentro del rango de 21 a 40 por ciento, al igual que dentro del rango de 81 a 100 por ciento para 1 sola empresa; 13 empresas no utilizan ningún crédito del sector estatal para pago a proveedores.

3 de las 15 empresas financia la compra de maquinaria con créditos de organismos estatales del 1 a 20 por ciento, 2 empresas dentro del rango de 81 a 100 por ciento, 10 empresas no financian la compra de maquinaria con productos del estado.

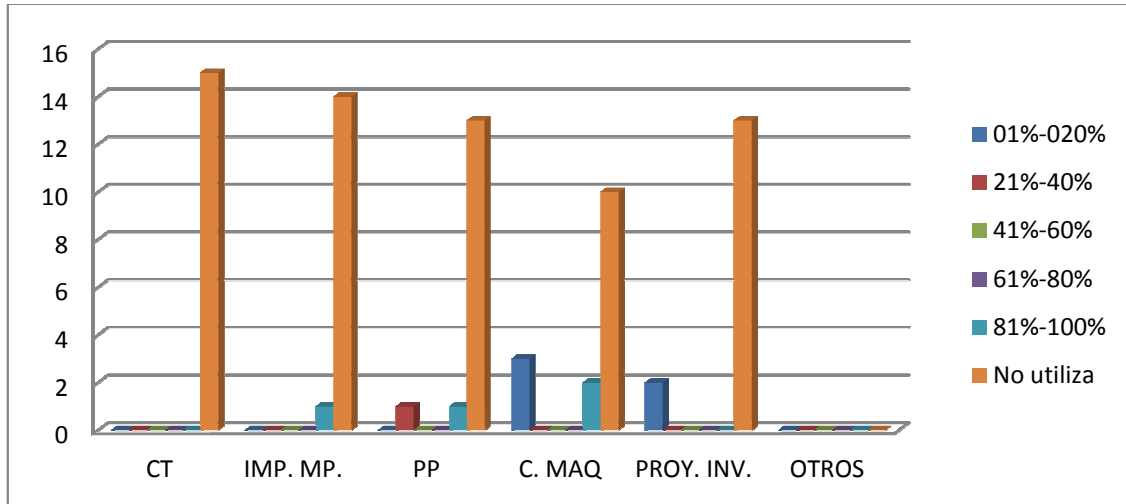
Los proyectos de inversión son financiados por empresas estatales en 1 a 20 por ciento para 2 de las empresas encuestadas mientras que las restantes 13 no utilizan sus servicios para financiar los proyectos.

CUADRO No. 83

**PORCENTAJE DE LOS CRÉDITOS ESTATALES QUE CUBREN LA NORMAL
OPERACIÓN DE LA EMPRESA**

RANGO	Capital de Trabajo	Importación Materia Prima	Pago a Proveedores	Compra Maquinaria	Proyecto de Inversión	OTROS
1%-20%	0	0	0	3	2	0
21%-40%	0	0	1	0	0	0
41%-60%	0	0	0	0	0	0
61%-80%	0	0	0	0	0	0
81%-100%	0	1	1	2	0	0
No utiliza	15	14	13	10	13	0
TOTAL	15	15	15	15	15	0

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 56**PORCENTAJE DE LOS CRÉDITOS ESTATALES QUE CUBREN LA NORMAL OPERACIÓN DE LA EMPRESA**

Fuente: Cuadro No. 83

Elaborado por: Estefanía Torres

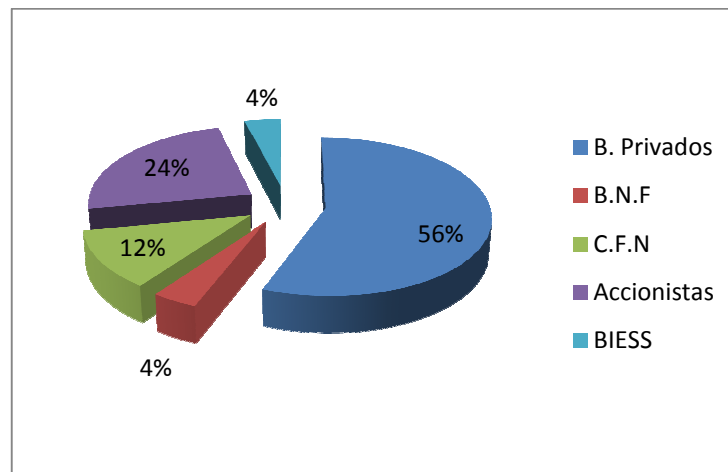
4.7.5. Financiamiento de actividades para cambios tecnológicos, reestructuración industrial e investigación y desarrollo

El 56.00 por ciento del total de encuestados dicen que las entidades y personas que financian las actividades para cambios tecnológicos, de reestructuración industrial e investigación y desarrollo son los bancos privados, el 24.00 de estos financiadores son los accionistas o dueños de las mismas empresas, el 12.00 le corresponde a la Corporación Financiera Nacional, mientras que el 4.00 por ciento para el Banco Nacional de Fomento al igual que para el Banco del IESS.

CUADRO No. 84**ORGANISMOS QUE FINANCIAN ESTUDIOS**

FINANCIEROS	No. RESPUESTAS	%
B. Privados	14	56,00%
Accionistas	6	24,00%
C.F.N	3	12,00%
B.N.F	1	4,00%
BIESS	1	4,00%
TOTAL	25	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 57**ORGANISMOS QUE FINANCIAN ESTUDIOS**

Fuente: Cuadro No. 84
Elaborado por: Estefanía Torres

4.8. EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL

4.8.1. Formación del personal

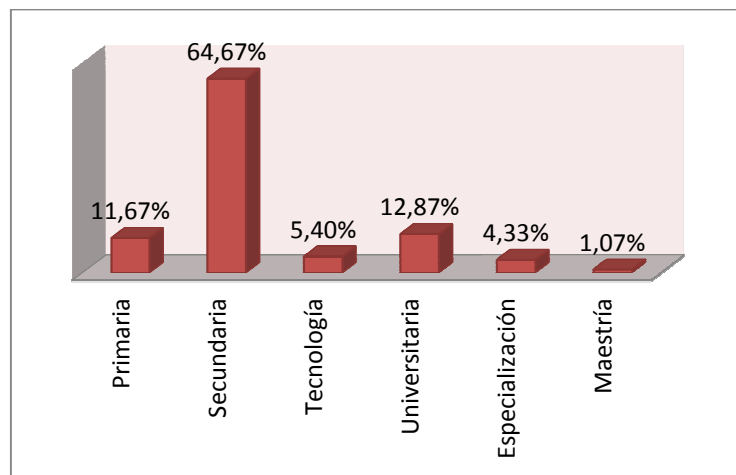
El 64.67 por ciento del total de los empleados de las 15 empresas encuestadas tiene estudios secundarios; 12.87 de los empleados tiene formación universitaria; 11.67 ha culminado la educación primaria; 5.40 posee título de tecnología; cuentan con especialización en algún área específica el 4.33 y 1.07 por ciento tiene maestría.

CUADRO No. 85

PROMEDIO DE FORMACIÓN DEL PERSONAL

FORMACIÓN	No. RESPUESTAS	% PROMEDIO
Secundaria	15	64,67%
Universitaria	11	12,87%
Primaria	10	11,67%
Tecnología	8	5,40%
Especialización	5	4,33%
Maestría	2	1,07%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 58**PROMEDIO DE FORMACIÓN DEL PERSONAL**

Fuente: Cuadro No. 85

Elaborado por: Estefanía Torres

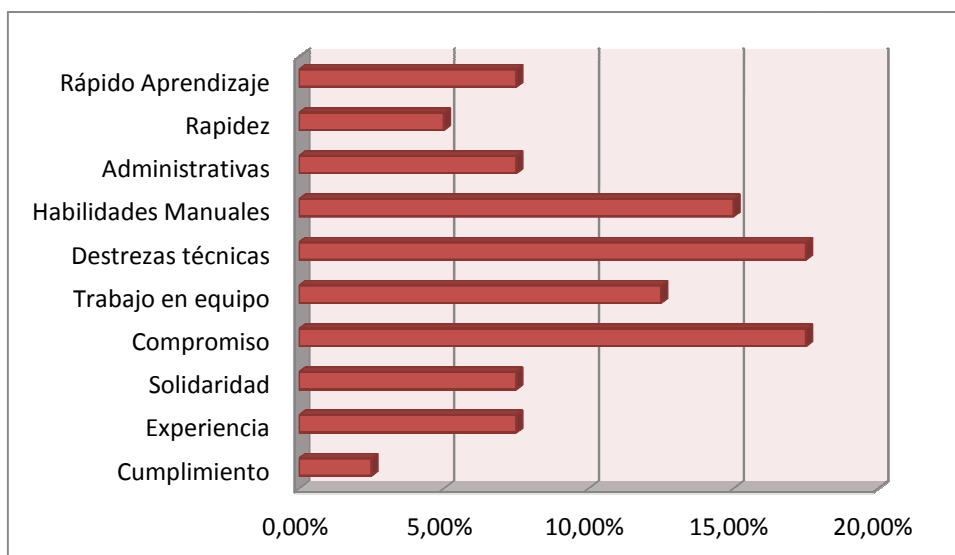
4.8.2. Principales destrezas y habilidades del personal

Las destrezas técnicas corresponden al 17.50 por ciento del total de habilidades y destrezas principales que caracterizan al personal de las empresas encuestadas, y la misma proporción tiene el compromiso tanto con el trabajo como con la organización; las habilidades manuales también es característica de los trabajadores y le corresponde 15.00, el 12.50 por ciento le corresponde al trabajo en equipo, entre las demás destrezas y habilidades mencionadas está el rápido aprendizaje, la experiencia, la solidaridad entre compañeros, la rapidez en el desarrollo de las actividades y el cumplimiento.

CUADRO No. 86**DESTREZAS Y HABILIDADES DEL PERSONAL**

DESTREZAS Y HABILIDADES	No. RESPUESTAS	%
Compromiso	7	17,50%
Destrezas técnicas	6	17,50%
Habilidades Manuales	7	15,00%
Trabajo en equipo	5	12,50%
Administrativas	3	7,50%
Experiencia	3	7,50%
Solidaridad	3	7,50%
Rápido Aprendizaje	3	7,50%
Rapidez	2	5,00%
Cumplimiento	1	2,50%
TOTAL	40	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 59**DESTREZAS Y HABILIDADES DEL PERSONAL**

Fuente: Cuadro No. 86
Elaborado por: Estefanía Torres

4.8.3. Eficiencia y productividad de la fuerza laboral

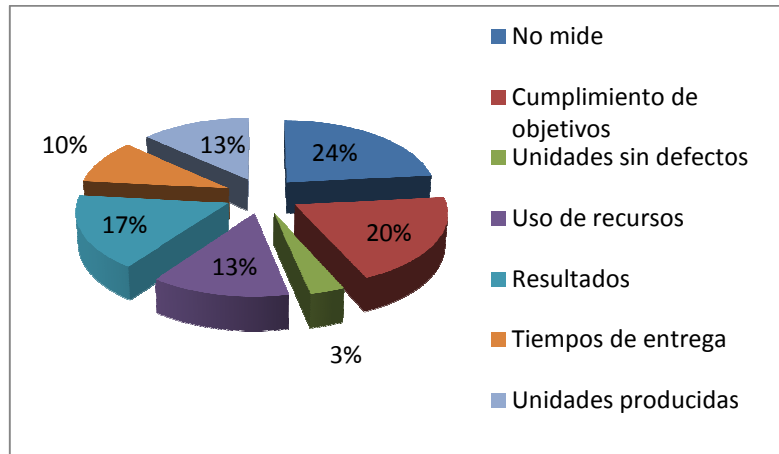
El 23.33 por ciento del total de la empresas encuestadas no tiene ninguna forma de medición de la eficiencia y la productividad de la fuerza laboral, el 20.00 corresponde a la evaluación del cumplimiento de objetivos, mediante resultados obtenidos se mide la eficiencia y la productividad en un 16.67 de las empresas, 13.33 lo hace a través de un análisis del uso de los recursos, al igual que el número de unidades producidas, 10.00 por ciento toma en cuenta los tiempos de entrega de los pedidos.

CUADRO No. 87

EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA LABORAL

EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD	No. RESPUESTAS	%
No mide	7	23,33%
Cumplimiento de objetivos	6	20,00%
Resultados	5	16,67%
Uso de recursos	4	13,33%
Unidades producidas	4	13,33%
Tiempos de entrega	3	10,00%
Unidades sin defectos	1	3,33%
TOTAL	30	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 60**EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA LABORAL**

Fuente: Cuadro No. 87

Elaborado por: Estefanía Torres

4.8.4. Nivel de productividad de la fuerza laboral del subsector

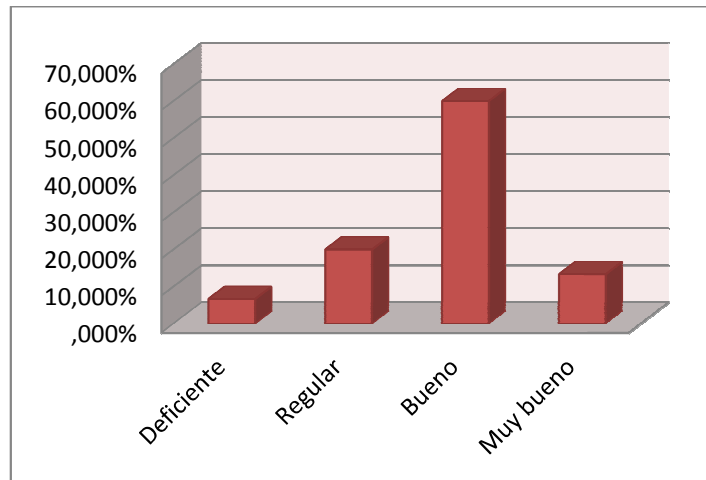
El 60.00 por ciento de los empresarios encuestados califica el nivel de productividad del subsector en el cual se encuentra su empresa como bueno, 20.00 lo califica como regular, 13.33 como muy bueno y el restante 6.67 por ciento como deficiente.

CUADRO No. 88**NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA LABORAL**

NIVEL	No. CÍAS.	%
Bueno	9	60,00%
Regular	3	20,00%
Muy Bueno	2	13,33%
Deficiente	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 61**NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA LABORAL**

Fuente: Cuadro No. 88

Elaborado por: Estefanía Torres

4.8.5. Nivel de productividad de la empresa

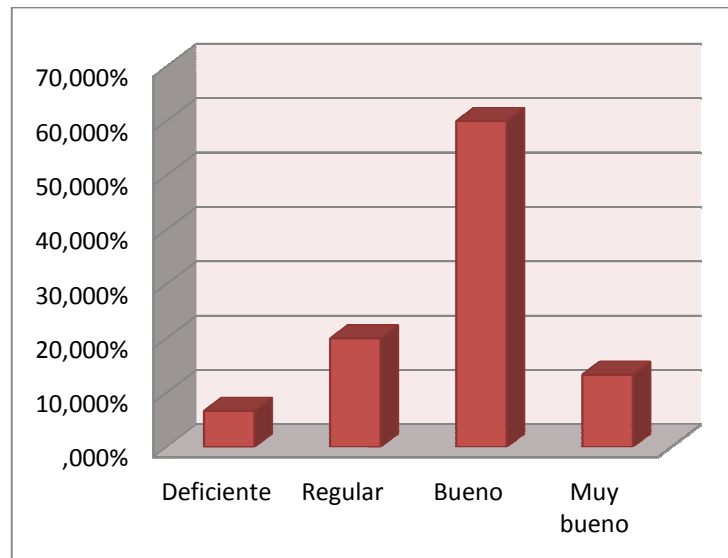
El 60.00 por ciento de los empresarios encuestados califica el nivel de productividad de su empresa como bueno, 20.00 lo califica como regular, 13.33 como muy bueno y el restante 6.67 por ciento como deficiente.

CUADRO No. 89

NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA

<i>NIVEL</i>	<i>No. CÍAS.</i>	<i>%</i>
Bueno	9	60,00%
Regular	3	20,00%
Muy Bueno	2	13,33%
Deficiente	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 62**NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA**

Fuente: Cuadro No. 89

Elaborado por: Estefanía Torres

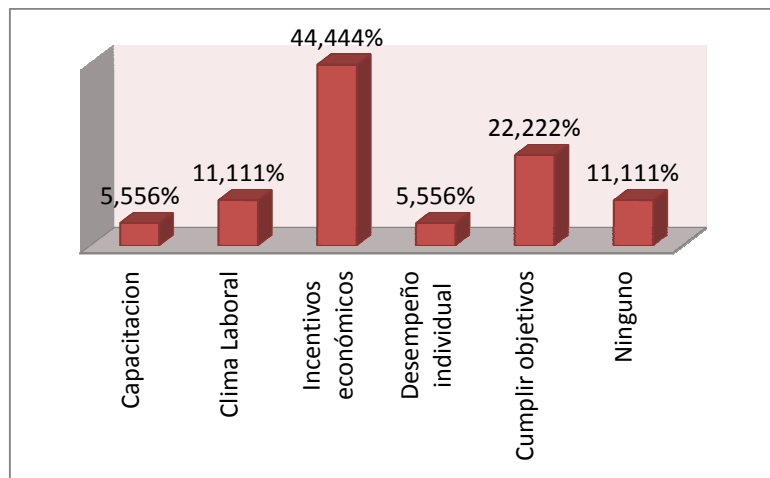
4.8.6. Aspectos que estimulan la política salarial

El 44.44 por ciento de los factores que estimulan la política salarial dentro de las empresas encuestadas corresponde a incentivos económicos entregados al personal por sus méritos, 22.22 representa la estimulación a través del cumplimiento de objetivos, 11.11 está dado por el clima laboral dentro de la organización, con este mismo valor, los encuestados mencionan también que no hay ningún aspecto que estimule la política salarial, 5.56 por ciento corresponde a las capacitaciones y a la motivación según el desempeño personal.

CUADRO No. 90**ASPECTOS QUE ESTIMULAN LA POLÍTICA SALARIAL**

ASPECTOS	No. RESPUESTAS	%
Incentivos económicos	8	44,44%
Cumplir objetivos	4	22,22%
Clima Laboral	2	11,11%
Ninguno	2	11,11%
Desempeño individual	1	5,56%
Capacitación	1	5,56%
TOTAL	18	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 63**ASPECTOS QUE ESTIMULAN LA POLÍTICA SALARIAL**

Fuente: Cuadro No. 90
Elaborado por: Estefanía Torres

4.8.7. Sindicato en las empresas

En ninguna de las 15 empresas encuestadas existe un sindicato formado por lo que el nivel de influencia dentro del 100 por ciento de las empresas es nulo.

4.8.8. Relación entre trabajadores y empleadores

El 46.67 por ciento de los empresarios encuestados determinó que la relación entre los patronos y los trabajadores dentro de su organización es muy buena, igual número de empresarios respondió a esta relación como buena, mientras que el restante 6.67 por ciento piensa que la relación en su empresa es regular.

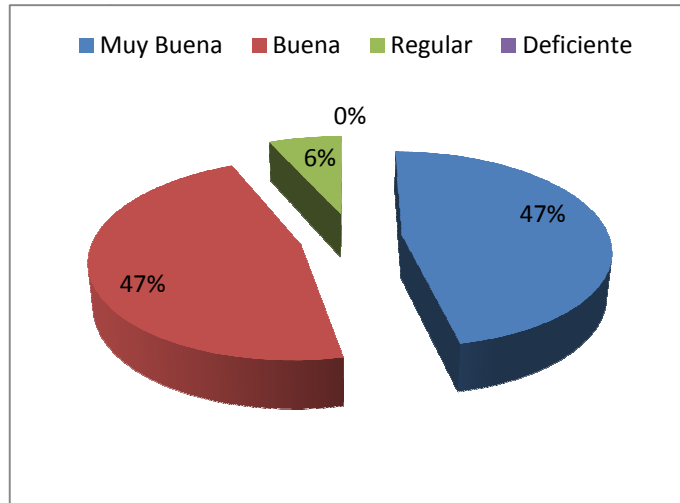
CUADRO No. 91

RELACIÓN ENTRE TRABAJADORES Y EMPLEADORES

RELACIÓN	No. CÍAS.	%
Muy Buena	7	46,67%
Buena	7	46,67%
Regular	1	6,67%
Deficiente	0	0,00%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 64**RELACIÓN ENTRE TRABAJADORES Y EMPLEADORES**

Fuente: Cuadro No. 91

Elaborado por: Estefanía Torres

4.8.9. Programas de desarrollo profesional

El 47.37 por ciento del total de los programas existentes dentro de las empresas que promueven el desarrollo tanto profesional como personal de los empleados corresponde a la capacitación que se da a los trabajadores; 15.79 representa los talleres motivacionales y la realización de un plan de carrera para cada empleado dentro de la empresa; 10.53 por ciento son las actividades extra – laborales como deportes, eventos sociales y de integración entre otros, y con el mismo valor los encuestados dicen que no cuentan con ningún programa de ese tipo.

CUADRO No. 92

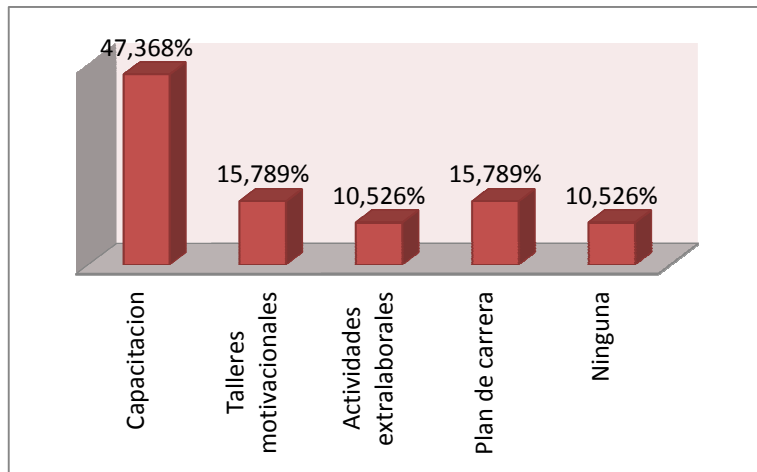
**PROGRAMAS DE DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL EN LA
EMPRESA**

PROGRAMA	No. RESPUESTAS	%
Capacitación	9	47,37%
Talleres motivacionales	3	15,79%
Plan de carrera	3	15,79%
Actividades extra-laborales	2	10,53%
Ninguna	2	10,53%
TOTAL	19	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 65

**PROGRAMAS DE DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL EN LA
EMPRESA**



Fuente: Cuadro No. 92
Elaborado por: Estefanía Torres

4.8.10. Programas y políticas para el perfeccionamiento del personal

El 52.63 por ciento del total de programas y políticas utilizadas dentro de las organizaciones a fin de promover el perfeccionamiento del personal es la capacitación, 21.05 corresponde a la instrucción entre compañeros, 15.79 por ciento no tiene ningún programa ni política para el perfeccionamiento del personal, 5.26 por ciento se realiza a través de correcciones de errores para una futura mejora, al igual que programas basados en permitir que los trabajadores aprendan nuevas cosas.

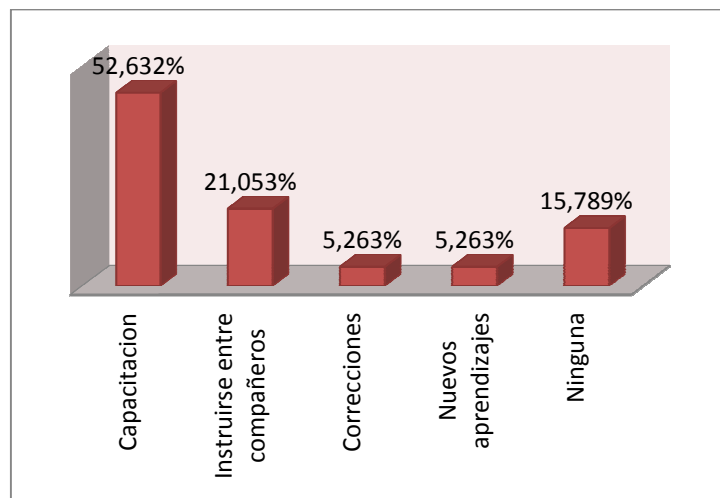
CUADRO No. 93

PROGRAMAS Y POLÍTICAS PARA PERFECCIONAMIENTO DEL PERSONAL

<i>POLÍTICAS</i>	<i>No. RESPUESTAS</i>	<i>%</i>
Capacitación	10	52,63%
Instruirse entre compañeros	4	21,05%
Ninguna	3	15,79%
Correcciones	1	5,26%
Nuevos aprendizajes	1	5,26%
TOTAL	19	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 66**PROGRAMAS Y POLÍTICAS PARA PERFECCIONAMIENTO DEL PERSONAL**

Fuente: Cuadro No. 93

Elaborado por: Estefanía Torres

4.8.11. Influencia de la política laboral en la contratación de personal

El 58.82 por ciento de consecuencias más importantes de la política laboral gubernamental dentro de la contratación de personal es que la mayoría de aspectos son beneficiosos para el empleado, 23.53 de influencias son negativas para el empleador según los encuestados, 11.76 influye en la complejidad de los trámites para la contratación de nuevo personal, y 5.88 por ciento corresponde a ninguna influencia.

CUADRO No. 94

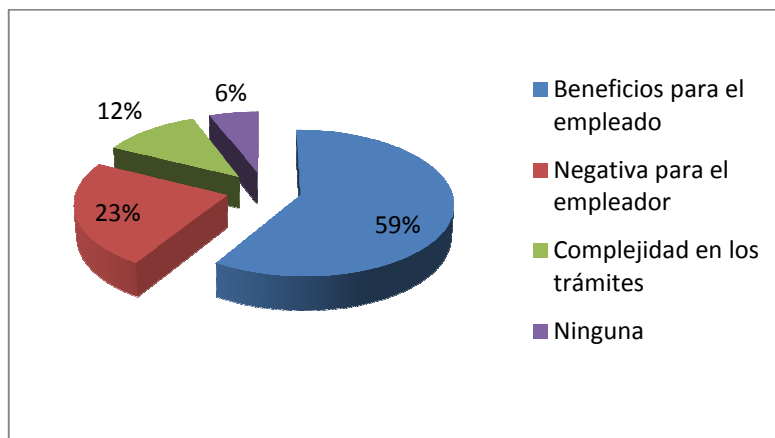
**INFLUENCIA DE LA POLÍTICA LABORAL EN LA CONTRATACIÓN DE
PERSONAL**

INFLUENCIA	No. RESPUESTAS	%
Beneficios para el empleado	10	58,82%
Negativa para el empleador	4	23,53%
Complejidad en los trámites	2	11,76%
Ninguna	1	5,88%
TOTAL	17	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 67

**INFLUENCIA DE LA POLÍTICA LABORAL EN LA CONTRATACIÓN DE
PERSONAL**



Fuente: Cuadro No. 94
Elaborado por: Estefanía Torres

4.9. DESARROLLO TECNOLÓGICO

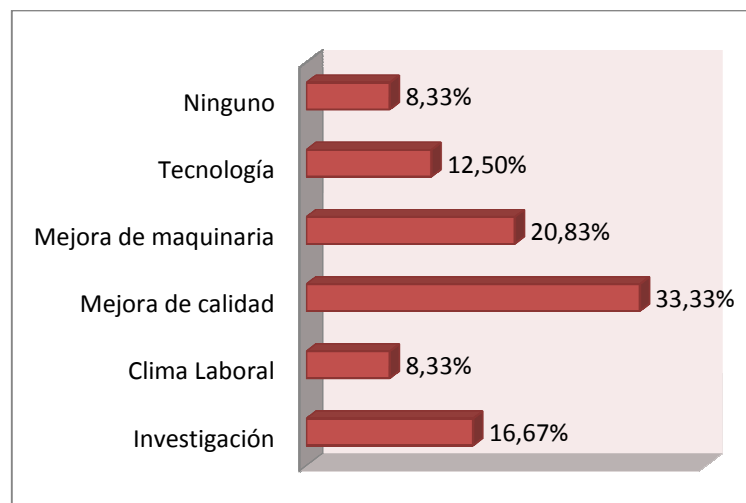
4.9.1. Programas de mejoramiento continuo

El 33.33 por ciento de los programas emprendidos por las empresas a fin de crear una cultura de mejoramiento continuo es la constante mejora de la calidad, 20.83 está representado por la mejora de la maquinaria ya sea a través de cambios de la misma o con mantenimiento preventivo o correctivo, 16.67 corresponde a todo tipo de investigación realizada dentro de la empresa, 12.50 está basado en la tecnología utilizada y sus constantes mejoras, 8.33 por ciento de los programas de mejora continua es el desarrollo de un adecuado clima laboral donde los empleados se sientan a gusto, el mismo valor no cuenta con ningún programa que pretenda tener un mejoramiento continuo dentro de la empresa.

CUADRO No. 95**PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO CONTINUO**

PROGRAMA	No. RESPUESTAS	%
Mejora de calidad	8	33,33%
Mejora de maquinaria	5	20,83%
Investigación	4	16,67%
Tecnología	3	12,50%
Clima Laboral	2	8,33%
Ninguno	2	8,33%
TOTAL	24	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 68**PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO CONTINUO**

Fuente: Cuadro No. 95
Elaborado por: Estefanía Torres

4.9.2. Entidades o personas que colaboran para la implementación de los procesos de mejoramiento continuo

El 44.00 por ciento de las respuestas corresponden a personas que colaboran directamente con la implementación y desarrollo de los programas de mejoramiento continuo con los que se cuenta dentro de las empresas, son sus directivos, 24.00 corresponde a la ayuda brindada por los trabajadores dentro de las organizaciones, 8.00 de los colaboradores son consultoras externas que brindan sus servicios de asesoría, con el mismo valor responden que no tienen entidades o personas que les ayuden en esta actividad; 4.00 por ciento corresponde a la Cámara de Comercio de Quito, el departamento de recursos humanos también cuenta con igual valor, lo mismo que los bancos privados y la CFN.

CUADRO No. 96

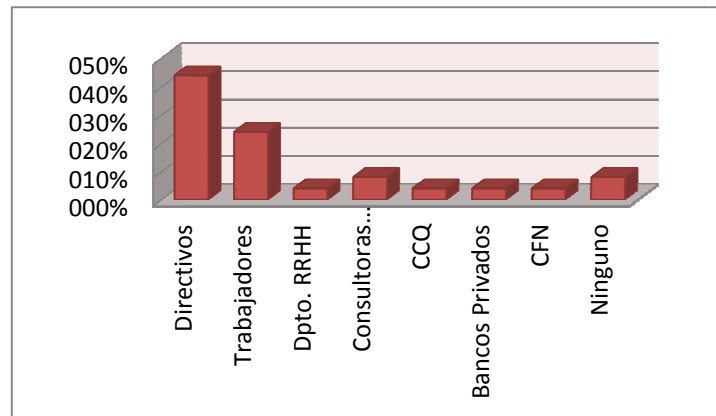
**ENTIDADES O PERSONAS QUE COLABORAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE LOS PROCESOS DE MEJORAMIENTO CONTINUO**

COLABORADORES	No. RESPUESTAS	%
Directivos	11	44,00%
Trabajadores	6	24,00%
Consultoras externas	2	8,00%
Ninguno	2	8,00%
CCQ	1	4,00%
Bancos Privados	1	4,00%
CFN	1	4,00%
Dpto. RRHH	1	4,00%
TOTAL	25	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 69

**ENTIDADES O PERSONAS QUE COLABORAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE LOS PROCESOS DE MEJORAMIENTO CONTINUO**



Fuente: Cuadro No. 96
Elaborado por: Estefanía Torres

4.9.3. Fortalezas tecnológicas de la competencia

25.00 por ciento de las fortalezas de la competencia en el ámbito tecnológico corresponde a la utilización de tecnología de punta más avanzada que la que se utiliza dentro de la empresa, el mismo valor desconoce las fortalezas en este sentido de su competencia, 20.00 está representado por el uso de maquinaria así como la calidad y tecnología dentro de las instalaciones que cuenta con el mismo valor, 5.00 por ciento de las fortalezas pertenecen a los certificados de calidad que la competencia posee y el mismo valor dicen que su competencia no tiene ninguna fortaleza tecnológica.

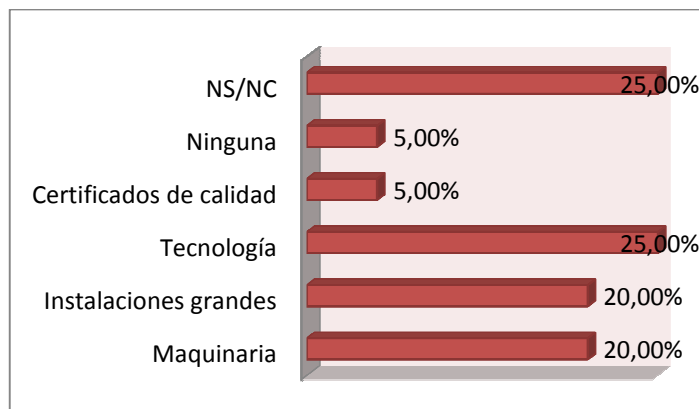
CUADRO No. 97

FORTALEZAS TECNOLÓGICAS DE LA COMPETENCIA

FORTALEZAS	No. RESPUESTAS	%
Tecnología avanzada	5	25,00%
NS/NC	5	25,00%
Maquinaria	4	20,00%
Instalaciones grandes	4	20,00%
Certificados de calidad	1	5,00%
Ninguna	1	5,00%
TOTAL	20	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 70**FORTALEZAS TECNOLÓGICAS DE LA COMPETENCIA**

Fuente: Cuadro No. 97

Elaborado por: Estefanía Torres

4.9.4. Cambios en los productos o en los procesos realizados copiando a la competencia local

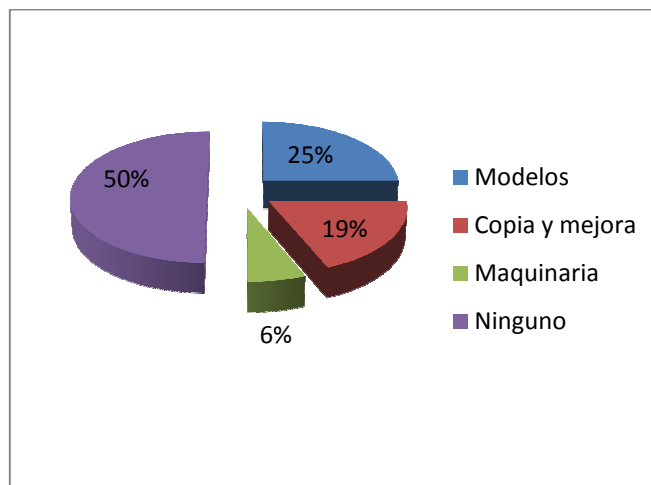
El 50.00 por ciento de las empresas encuestadas determinó que no ha realizado ningún cambio ni de productos ni de procesos mediante copia a la competencia local, 25.00 afirma que ha realizado cambios en los modelos mediante la copia a sus competidores, 18.75 respondió que ha copiado a fin de mejorar lo que su competencia ofrece, 6.25 por ciento ha realizado cambios en los procesos mediante la utilización de maquinaria igual a la utilizada por su competencia.

CUADRO No. 98**CAMBIOS EN LOS PRODUCTOS O PROCESOS PRODUCTIVOS**

COPIA	No. RESPUESTAS	%
Ninguno	8	50,00%
Modelos	4	25,00%
Copia y mejora	3	18,75%
Maquinaria	1	6,25%
TOTAL	16	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 71**CAMBIOS EN LOS PRODUCTOS O PROCESOS PRODUCTIVOS**

Fuente: Cuadro No. 98

Elaborado por: Estefanía Torres

4.9.5. Área de marketing

Dentro del 86.67 por ciento de las empresas encuestadas no se ha realizado ninguna innovación en el área de marketing, mientras que la capacitación al personal con nuevas técnicas motivacionales de ventas corresponde al 6.67, con el mismo valor se encuentra la publicidad en los distribuidores que está enfocado en innovar la forma de cómo llegar al cliente.

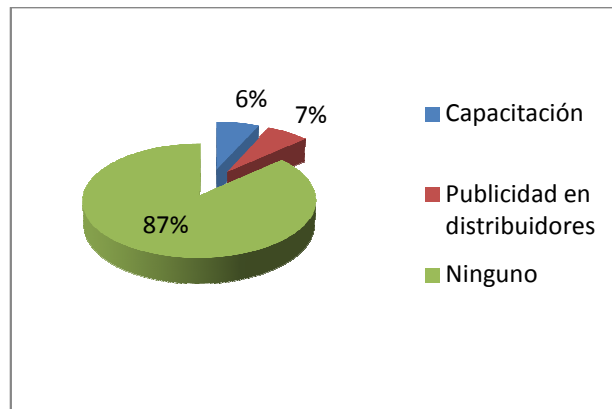
CUADRO No. 99

INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA DE MARKETING

MARKETING	No. CÍAS	%
Ninguno	13	86,67%
Capacitación	1	6,67%
Publicidad en distribuidores	1	6,67%
TOTAL	15	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 72**INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA DE MARKETING**

Fuente: Cuadro No. 99

Elaborado por: Estefanía Torres

4.9.6. Área administrativa

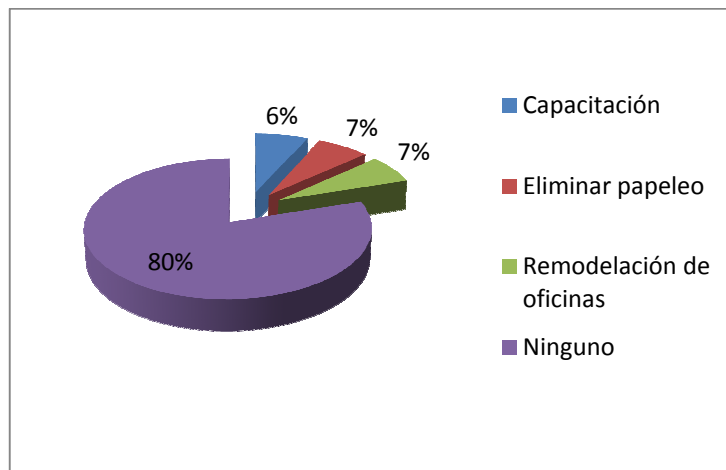
El 80.00 por ciento de las empresas encuestadas no ha innovado en el área administrativa, la capacitación corresponde al 6.67 por ciento, al igual que eliminar el papeleo dentro de la organización y la remodelación de las oficinas de forma ergonómica para mayor comodidad y adaptabilidad de los empleados.

CUADRO No. 100**INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA**

ADMINISTRATIVA	No. CÍAS.	%
Ninguno	12	80,00%
Capacitación	1	6,67%
Eliminar papeleo	1	6,67%
Remodelación de oficinas	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 73**INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA**

Fuente: Cuadro No. 100

Elaborado por: Estefanía Torres

4.9.7. Área financiera

En el 66.67 por ciento de empresas encuestadas no se ha realizado innovaciones en el área financiera, un nuevo programa contable corresponde a 26.67, mientras que 6.67 por ciento está dado por diferentes modalidades de préstamos.

CUADRO No. 101

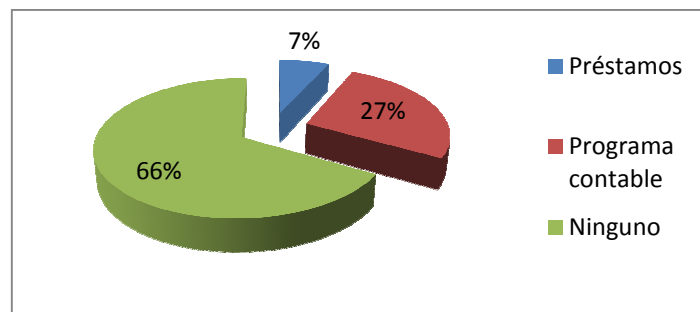
INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA FINANCIERA

FINANCIERA	No. CÍAS	%
Ninguno	10	66,67%
Programa contable	4	26,67%
Préstamos	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 74

INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA FINANCIERA



Fuente: Cuadro No. 101
Elaborado por: Estefanía Torres

4.9.8. Área de producción

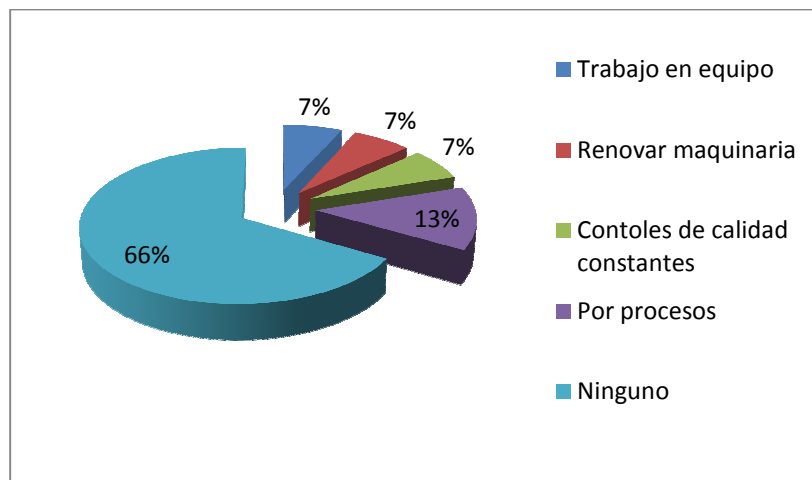
En el 66.67 por ciento de las empresas encuestadas no se ha realizado innovado en el área de producción, 13.33 corresponden a la producción dividida por procesos, 6.67 por ciento de las empresas innovan en técnicas de trabajo en equipo, con el mismo valor la renovación de la maquinaria, así como implementar controles constantes de la calidad en la producción.

CUADRO No. 102

INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN

PRODUCCIÓN	No. CÍAS	%
Ninguno	10	66,67%
Por procesos	2	13,33%
Trabajo en equipo	1	6,67%
Renovar maquinaria	1	6,67%
Controles de calidad constantes	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 75**INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN**

Fuente: Cuadro No. 102

Elaborado por: Estefanía Torres

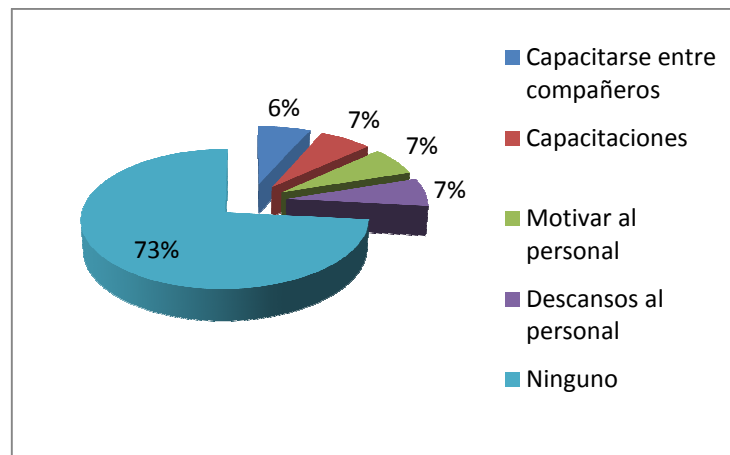
4.9.9. Área de recursos humanos

En el 73.33 por ciento de las empresas encuestadas no se realiza innovación en el área de recursos humanos, 6.67 por ciento de empresas respondieron que se capacitan entre compañeros, con el mismo valor están las capacitaciones constantes al personal, así como motivaciones y descansos a los trabajadores para que con ello mejore la productividad.

CUADRO No. 103**INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS**

RRHH	No. CÍAS	%
Ninguno	11	73,33%
Capacitarse entre compañeros	1	6,67%
Capacitaciones	1	6,67%
Motivar al personal	1	6,67%
Descansos al personal	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
 Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 76**INNOVACIONES REALIZADAS EN EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS**

Fuente: Cuadro No. 103
 Elaborado por: Estefanía Torres

4.9.10. Nivel de flexibilidad de los directivos para adoptar cambios

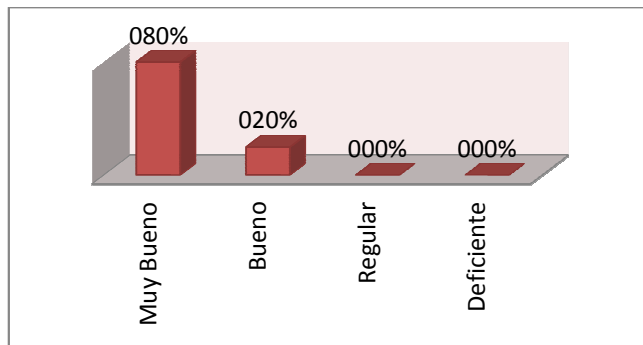
80.00 por ciento de las empresas encuestadas considera que el nivel de flexibilidad que tienen los directivos para adoptar cambios es muy bueno, 20.00 por ciento lo califica como bueno. No existen empresas en las que el nivel de flexibilidad de los directivos sea regular o deficiente para adoptar cambios.

CUADRO No. 104

NIVEL DE FLEXIBILIDAD DE LOS DIRECTIVOS PARA ADOPTAR CAMBIOS

FLEXIBILIDAD	No. CÍAS	%
Muy Bueno	12	80,00%
Bueno	3	20,00%
Regular	0	0,00%
Deficiente	0	0,00%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 77**NIVEL DE FLEXIBILIDAD DE LOS DIRECTIVOS PARA ADOPTAR CAMBIOS**

Fuente: Cuadro No. 104

Elaborado por: Estefanía Torres

4.9.11. Medición de la eficiencia y productividad

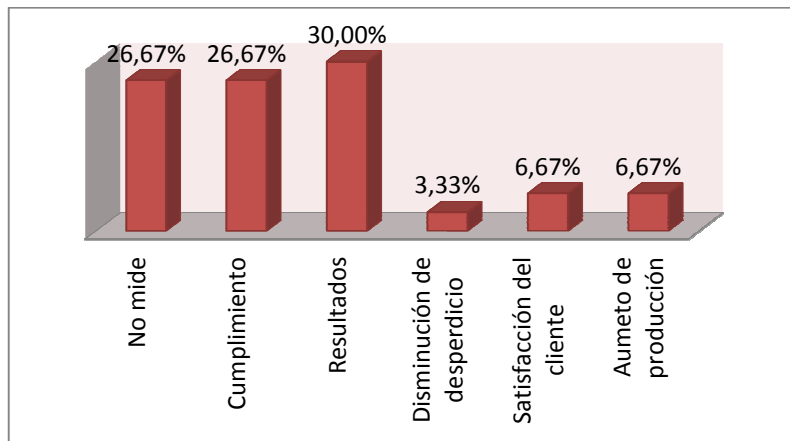
El 30.00 por ciento de las empresas encuestadas miden su eficiencia y productividad mediante los resultados obtenidos, 26.67 a través del cumplimiento de los estándares establecidos dentro de la producción, el mismo valor no mide la eficiencia ni la productividad, 6.67 se basa en el grado de satisfacción del cliente y con el mismo valor análisis del aumento de la producción, 3.33 por ciento toma en consideración la disminución de desperdicio

CUADRO No. 105**MEDICIÓN DE LA EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD**

EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD	NUMERO	%
Resultados	9	30,00%
No mide	8	26,67%
Cumplimiento	8	26,67%
Satisfacción del cliente	2	6,67%
Aumento de producción	2	6,67%
Disminución de desperdicio	1	3,33%
TOTAL	30	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 78**MEDICIÓN DE LA EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD**

Fuente: Cuadro No. 105

Elaborado por: Estefanía Torres

4.9.12. Innovación por renovación de maquinaria

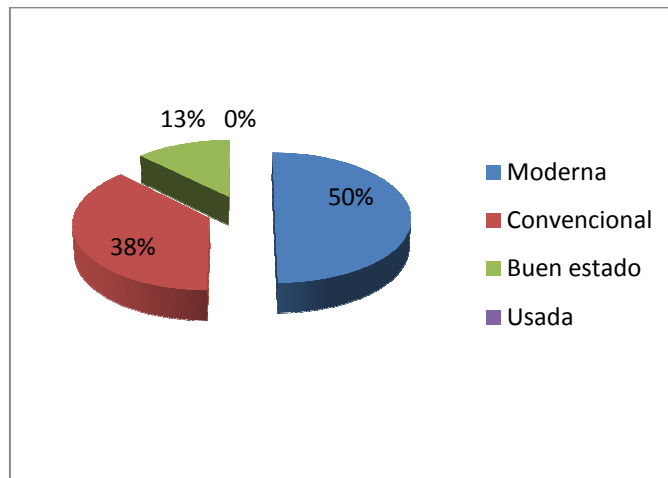
El 50.00 por ciento de maquinaria adquirida cuando las empresas encuestadas tienen necesidad de cambio o de adquisición, es moderna; 37.50 compra maquinaria convencional dentro del mercado y 12.50 por ciento opta por la opción de maquinaria en buen estado, no existen empresas que adquieran maquinaria usada.

CUADRO No. 106

RENOVACIÓN DE MAQUINARIA

MAQUINARIA	No. RESPUESTAS	%
Moderna	8	50,00%
Convencional	6	37,50%
Buen estado	2	12,50%
Usada	0	0,00%
TOTAL	16	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 79**RENOVACIÓN DE MAQUINARIA**

Fuente: Cuadro No. 106
Elaborado por: Estefanía Torres

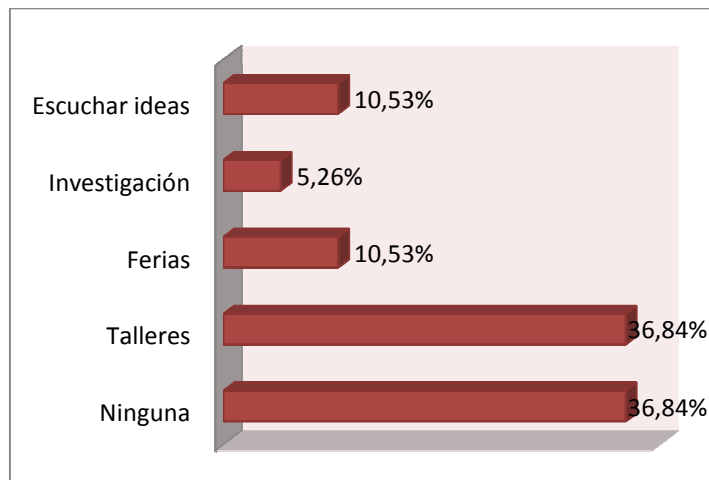
4.9.13. Actividades orientadas a promover la creatividad e innovación de los productos y procesos

El 36.84 por ciento no realiza ninguna actividad a fin de fomentar la creatividad y la innovación, con el mismo valor se desarrollan talleres que están orientados a promover la creatividad y la innovación a través de fomentar la participación del personal, 10.53 corresponde a la participación en ferias, al igual actividades en las que se escuche activamente las nuevas ideas de los empleados, 5.26 por ciento corresponde a la investigación constante.

CUADRO No. 107**CREATIVIDAD E INNOVACIÓN**

ACTIVIDADES	No. RESPUESTAS	%
Ninguna	7	36,84%
Talleres	7	36,84%
Ferias	2	10,53%
Escuchar ideas	2	10,53%
Investigación	1	5,26%
TOTAL	19	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 80**CREATIVIDAD E INNOVACIÓN**

Fuente: Cuadro No. 107
Elaborado por: Estefanía Torres

4.9.14. Productos de creación de la empresa que se encuentran patentados

93.33 por ciento de las empresas no cuenta con ningún producto patentado, y 6.67 por ciento de las empresas tienen productos no patentados pero si registrados.

4.9.15. Procesos de creación de la empresa que se encuentran patentados

El 100 por ciento de las empresas encuestados no tienen ningún proceso patentado.

4.9.16. Organismos que proveen financiamiento para actividades de desarrollo de investigación dentro de la empresa

10 de las 15 empresas encuestadas reciben financiamiento de bancos privados y las 3 restantes de bancos o instituciones financieras públicas, 5 de las 15 empresas no reciben financiamiento del sector privado y 12 no recibe del sector público.

CUADRO No. 108

**ORGANISMOS QUE PROVEEN FINANCIAMIENTO PARA ACTIVIDADES DE
DESARROLLO DE INVESTIGACIÓN DENTRO DE LA EMPRESA**

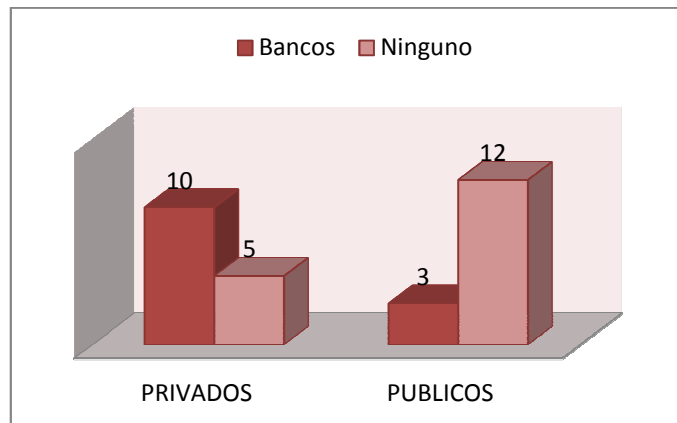
ORGANISMOS	PRIVADOS	PÚBLICOS
Bancos	10	3
Ninguno	5	12
TOTAL	15	15

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 81

**ORGANISMOS QUE PROVEEN FINANCIAMIENTO PARA ACTIVIDADES DE
DESARROLLO DE INVESTIGACIÓN DENTRO DE LA EMPRESA**



Fuente: Cuadro No. 108

Elaborado por: Estefanía Torres

4.9.17. Programas que ofrecen las universidades para mejorar la competitividad empresarial

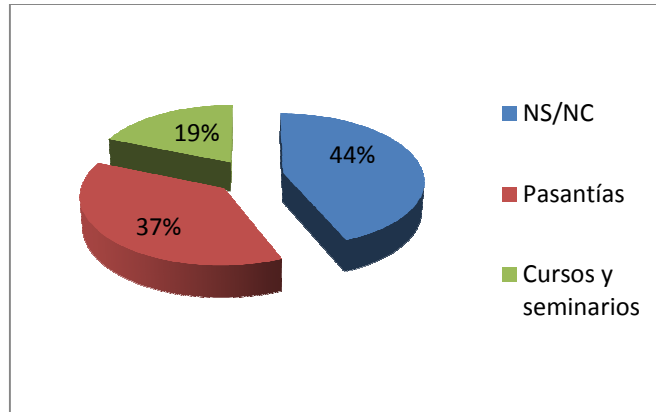
43.75 por ciento no conoce programas en universidades que ayuden a mejorar la competitividad empresarial, 37.50 son pasantía de alumnos dentro de las diferentes organizaciones, 18.75 por ciento corresponde a cursos y seminarios impartidos por las universidades especialmente para directivos de PYMEs.

CUADRO No. 109

PROGRAMAS QUE OFRECEN LAS UNIVERSIDADES PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

PROGRAMAS	No. RESPUESTAS	%
NS/NC	7	43,75%
Pasantías	6	37,50%
Cursos y seminarios	3	18,75%
TOTAL	16	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 82**PROGRAMAS QUE OFRECEN LAS UNIVERSIDADES PARA MEJORAR LA
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL**

Fuente: Cuadro No. 109
Elaborado por: Estefanía Torres

4.9.18. Participación en programas universidad - empresa

De las 15 empresas, 10 no ha participado nunca antes en ningún programa universitario que promueva la competitividad empresarial, 3 han sido parte de pasantías, 1 ha colaborado con alguna tesis de grado al igual que 1 más que ha formado parte de cursos y seminarios.

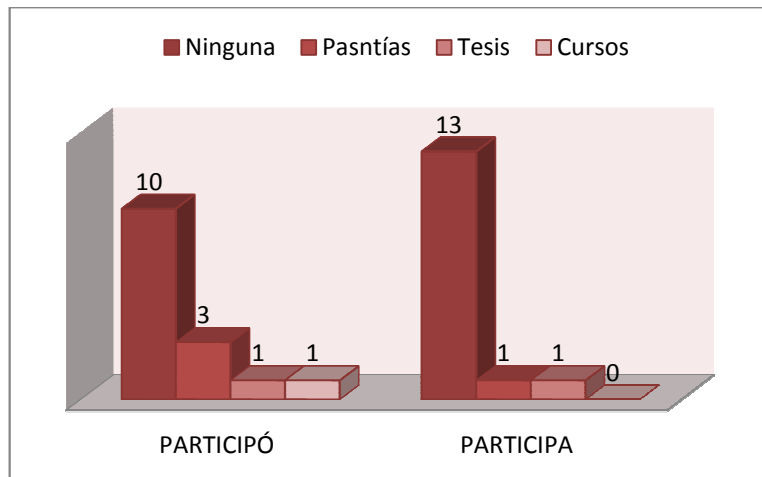
Actualmente, 13 de las 15 empresas no está participando dentro de ningún programa de universidad, 1 empresa tiene personal universitario realizando pasantías y 1 empresa colabora con una tesis de grado.

CUADRO No. 110**PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS UNIVERSIDAD-EMPRESA**

PROGRAMAS	PARTICIPÓ	PARTICIPA
Ninguna	10	13
Pasantías	3	1
Tesis	1	1
Cursos	1	0
TOTAL	15	15

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 83**PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS UNIVERSIDAD-EMPRESA**

Fuente: Cuadro No. 110

Elaborado por: Estefanía Torres

4.10. MEDIO AMBIENTE

4.10.1. Desechos y desperdicios que genera la empresa

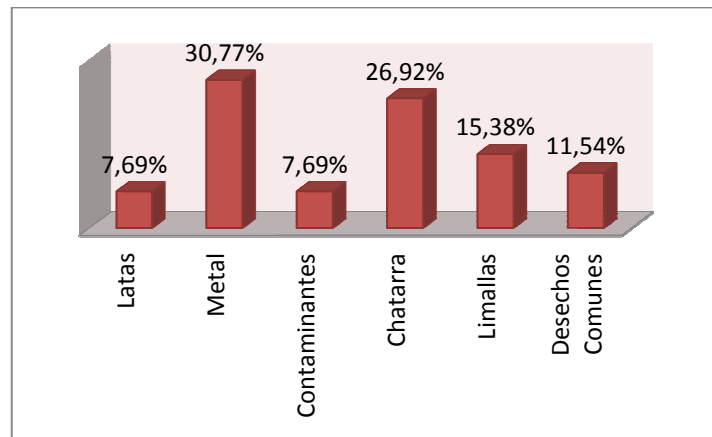
El 30.77 por ciento del desperdicio del total de las empresas encuestadas corresponde a metal, 26.92 son desperdicios de chatarra, 15.38 limallas. El 11.54 son desechos comunes, 7.69 por ciento representan algún tipo de contaminante, al igual que residuos de latas.

CUADRO No. 111**DESECHOS Y DESPERDICIOS QUE GENERA LA EMPRESA**

DESECHOS	No. RESPUESTAS	%
Metal	8	30,77%
Chatarra	7	26,92%
Limallas	4	15,38%
Desechos Comunes	3	11,54%
Contaminantes	2	7,69%
Latas	2	7,69%
TOTAL	26	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 84**DESECHOS Y DESPERDICIOS QUE GENERA LA EMPRESA**

Fuente: Cuadro No. 111

Elaborado por: Estefanía Torres

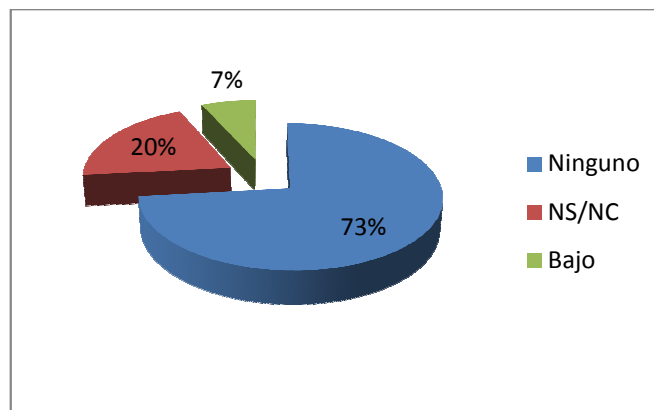
4.10.2. Impacto de los desechos

73.33 por ciento de los empresarios encuestados respondió que no existía ningún impacto generado por los desechos que produce la empresa dentro de la ubicación geográfica de la misma, 20.00 determinó que desconoce si existe algún impacto en el medio ambiente y 6.67 por ciento contestó que el impacto de existir sería bajo.

CUADRO No. 112**IMPACTO DE LOS DESECHOS**

IMPACTO	No. CÍAS.	%
Ninguno	11	73,33%
NS/NC	3	20,00%
Bajo	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
 Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 85**IMPACTO DE LOS DESECHOS**

Fuente: Cuadro No. 112
 Elaborado por: Estefanía Torres

4.10.3. Medios utilizados para el manejo de desechos y desperdicios

El 45.45 por ciento de los medios que se utilizan para manejar los desechos y desperdicios generados por las empresas corresponden a la venta de los

mismos, 18.18 corresponde a botar en la basura común así como reciclar, 13.64 es fundir y reutilizar los desperdicios mientras que 4.55 por ciento se ayuda de gestores ambientales.

CUADRO No. 113

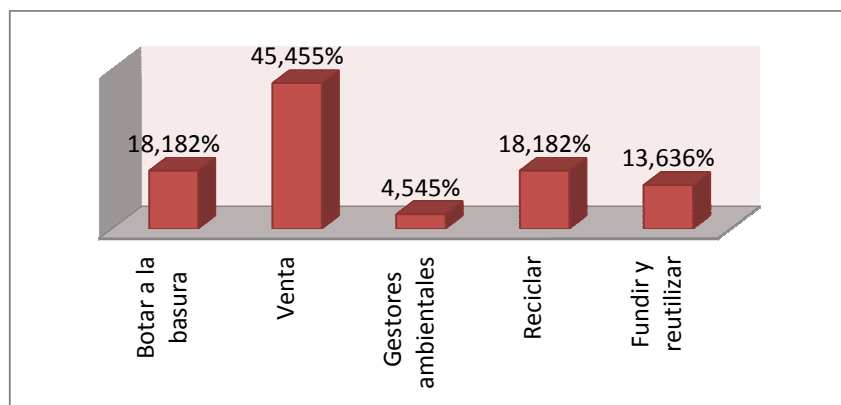
MEDIOS PARA MANEJAR DESECHOS Y DESPERDICIOS

MEDIOS	No. RESPUESTAS	%
Venta	10	45,45%
Reciclar	4	18,18%
Botar a la basura	4	18,18%
Fundir y reutilizar	3	13,64%
Gestores ambientales	1	4,55%
TOTAL	22	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 86

MEDIOS PARA MANEJAR DESECHOS Y DESPERDICIOS



Fuente: Cuadro No. 113
Elaborado por: Estefanía Torres

4.10.4. Planes de remediación

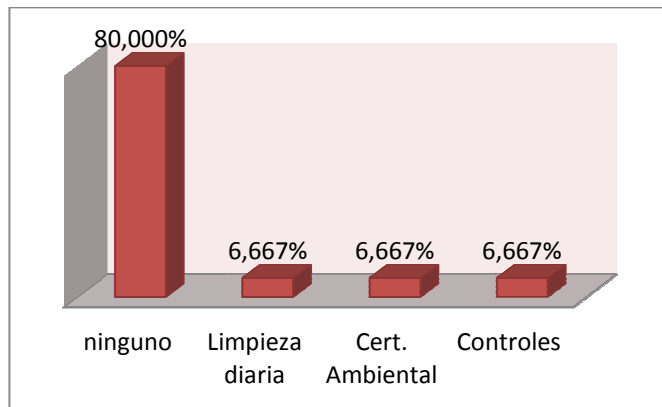
El 80.00 por ciento de las empresas encuestadas no cuentan con planes de remediación ambiental, el 6.67 por ciento realiza limpiezas diarias de sus plantas, igual valor que las empresas que realizan controles periódicos de limpieza y organizaciones que se encuentran abalizadas por un certificado ambiental por lo que el plan de remediación no es necesario.

CUADRO No. 114

PLANES DE REMEDIACIÓN

PLANES	No. CÍAS.	%
Ninguno	12	80,00%
Limpieza diaria	1	6,67%
Certificado Ambiental	1	6,67%
Controles	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 87**PLANES DE REMEDIACIÓN**

Fuente: Cuadro No. 114

Elaborado por: Estefanía Torres

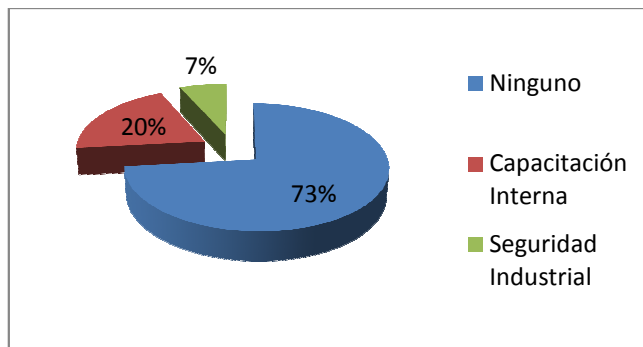
4.10.5. Programas de capacitación para el manejo de remediación

El 73.33 por ciento de las empresas no tiene ningún programa de capacitación para el personal para el manejo de la remediación ambiental, 20.00 cuenta con una capacitación interna para el efecto y el restante 6.67 por ciento tiene capacitaciones periódicas en seguridad industrial.

CUADRO No. 115**PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA EL MANEJO DE REMEDIACIÓN**

PROGRAMAS	No. CÍAS.	%
Ninguno	11	73,33%
Capacitación Interna	3	20,00%
Seguridad Industrial	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
 Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 88**PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA EL MANEJO DE REMEDIACIÓN**

Fuente: Cuadro No. 115
 Elaborado por: Estefanía Torres

4.11. GESTIÓN GERENCIAL

4.11.1. Educación del equipo de trabajo gerencial

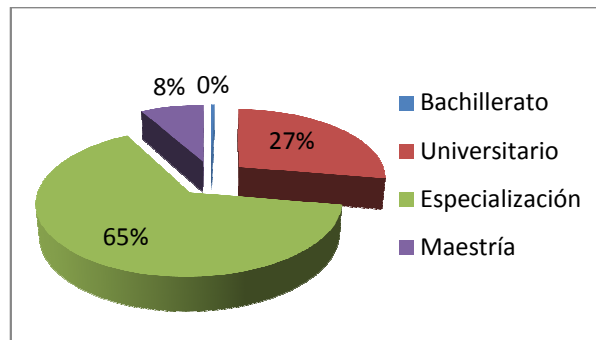
El 64.33 por ciento del equipo gerencial tiene especialización; 27.33 tienen título universitario; 8.00 cuenta con maestría y 0.33 por ciento culminó el bachillerato.

CUADRO No. 116

EDUCACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO GERENCIAL

EDUCACIÓN	No. RESPUESTAS	%
Especialización	12	64,33%
Universitario	6	27,33%
Maestría	2	8,00%
Bachillerato	1	0,33%
TOTAL	21	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 89**EDUCACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO GERENCIAL**

Fuente: Cuadro No. 116

Elaborado por: Estefanía Torres

4.11.2. Plan estratégico para enfrentar a la competencia

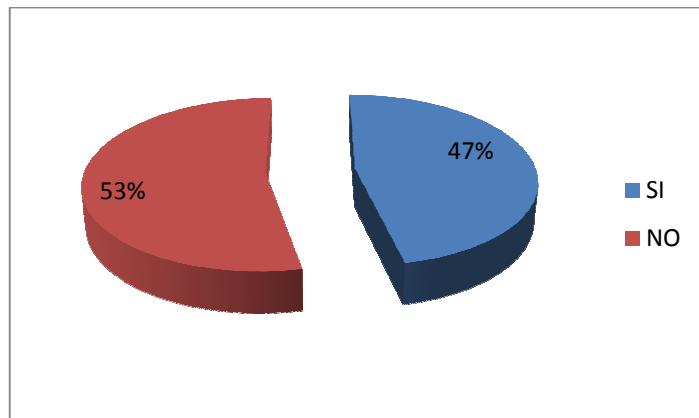
Un 53.33 por ciento correspondiente a 8 de las 15 empresas encuestadas no cuenta con un plan estratégico elaborado a fin de enfrentar a la competencia, 7 empresas que representan el 46.67 por ciento tienen un plan estratégico para el efecto.

CUADRO No. 117**PLAN ESTRATÉGICO PARA ENFRENTAR A LA COMPETENCIA**

PLAN	No. CÍAS.	%
No	8	53,33%
Si	7	46,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 90**PLAN ESTRATÉGICO PARA ENFRENTAR A LA COMPETENCIA**

Fuente: Cuadro No. 117

Elaborado por: Estefanía Torres

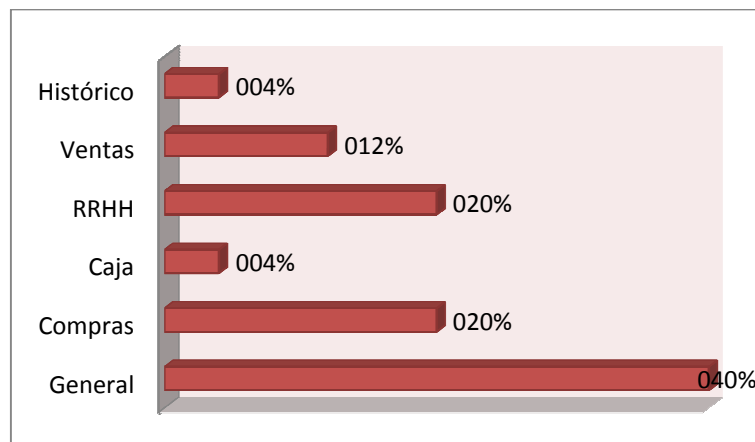
4.11.3. Tipos de presupuestos

El 40.00 por ciento de los presupuestos utilizados y elaborados por la gestión empresarial de las organizaciones encuestadas es el presupuesto general, 20.00 presupuesto de compras, al igual que el de recursos humanos, 12.00 está dado por el presupuesto de ventas, el presupuesto de caja y el presupuesto histórico tienen 4.00 por ciento cada uno.

CUADRO No. 118**PRESUPUESTOS**

PRESUPUESTOS	No. RESPUESTAS	%
General	10	40,00%
Compras	5	20,00%
RRHH	5	20,00%
Ventas	3	12,00%
Caja	1	4,00%
Histórico	1	4,00%
TOTAL	25	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
 Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 91**PRESUPUESTOS**

Fuente: Cuadro No. 118
 Elaborado por: Estefanía Torres

4.11.4. Misión empresarial

El 73.33 por ciento correspondientes a 11 de las empresas encuestadas, si cuentan con la misión de la empresa específica y bien definida; 26.67 por ciento por el contrario no tienen definida la misión y equivale a 4 empresas.

CUADRO No. 119

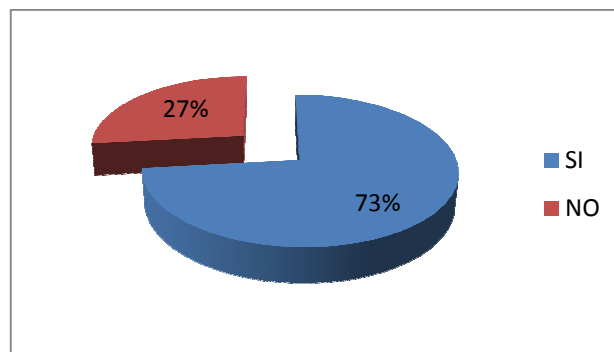
MISIÓN EMPRESARIAL

MISIÓN	No. CÍAS.	%
Si	11	73,33%
No	4	26,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 92

MISIÓN EMPRESARIAL



Fuente: Cuadro No. 119
Elaborado por: Estefanía Torres

4.11.5. Objetivos estratégicos de mediano plazo

El 26.67 por ciento de los objetivos planteados por las empresas que se desean cumplir dentro del mediano plazo es ampliar el tamaño de la planta de producción, con el mismo valor no se registran respuestas de objetivos, 23.33 corresponde a expandir el mercado al que se dirige actualmente, con 6.67 aumentar el número de productos que se ofrece al cliente, al igual que exportar los productos que ofrecen y mejorar el clima laboral dentro de la organización, 3.33 por ciento corresponde a la reducción de costos de producción.

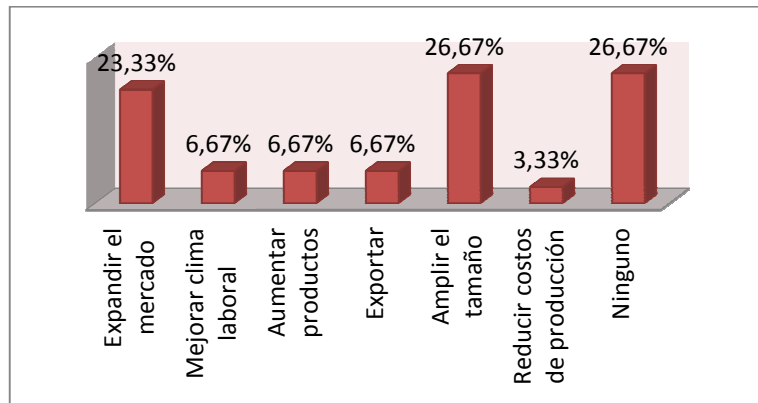
CUADRO No. 120

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE MEDIANO PLAZO

OBJETIVOS	No. RESPUESTAS	%
Ninguno	8	26,67%
Ampliar el tamaño	8	26,67%
Expandir el mercado	7	23,33%
Mejorar clima laboral	2	6,67%
Aumentar productos	2	6,67%
Exportar	2	6,67%
Reducir costos de producción	1	3,33%
TOTAL	30	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 93**OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE MEDIANO PLAZO**

Fuente: Cuadro No. 120

Elaborado por: Estefanía Torres

4.11.6. Responsables de la definición de los objetivos

80.00 por ciento del total de las empresas encuestadas definen los objetivos mediante acuerdos de la alta gerencia, 20.00 por ciento lo realiza en consenso con todo el personal.

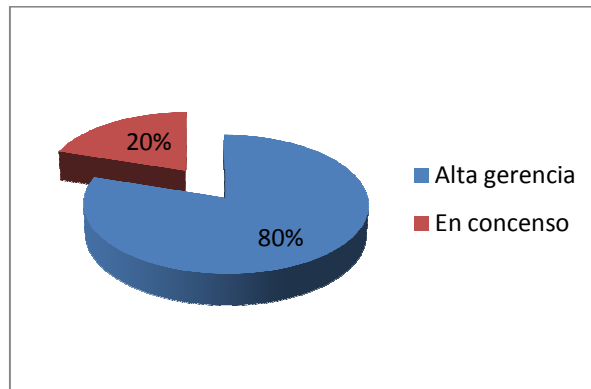
CUADRO No. 121**RESPONSABLES DE LA DEFINICIÓN DE OBJETIVOS**

DEFINIDOS	No. CÍAS.	%
Alta gerencia	12	80,00%
En consenso	3	20,00%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 94
RESPONSABLES DE LA DEFINICIÓN DE OBJETIVOS



Fuente: Cuadro No. 121
Elaborado por: Estefanía Torres

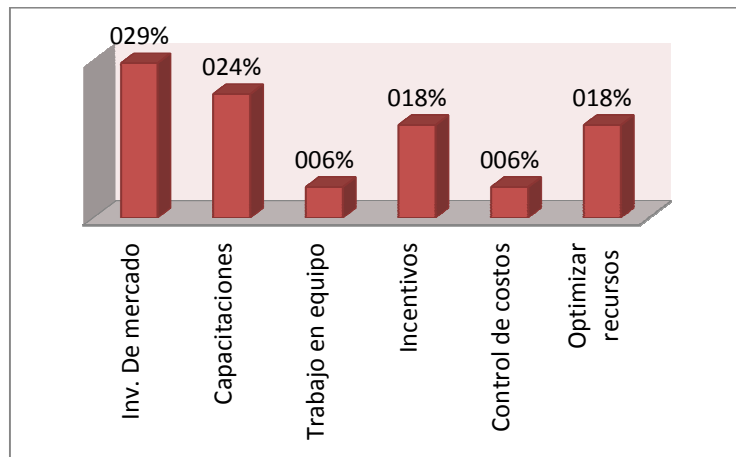
4.11.7. Medidas para mejorar la competitividad

El 29.41 por ciento de las medidas tomadas para mejorar la competitividad corresponde a la realización de investigaciones constantes del mercado, las capacitaciones del personal representan 23.53, 17.65 está dado por los incentivos entregados al personal por su desempeño como motivación, al igual que la optimización de los recursos utilizados, 5.88 por ciento se basa en promover el trabajo en equipo dentro de la empresa, con el mismo valor el control de los costos de producción.

CUADRO No. 122**MEDIDAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD**

MEDIDAS	No. RESPUESTAS	%
Investigación de mercado	5	29,41%
Capacitaciones	4	23,53%
Incentivos	3	17,65%
Optimizar recursos	3	17,65%
Control de costos	1	5,88%
Trabajo en equipo	1	5,88%
TOTAL	17	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 95**MEDIDAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD**

Fuente: Cuadro No. 122
Elaborado por: Estefanía Torres

4.11.8. Medidas para reducir costos

El 29.41 por ciento del total de las medidas determinadas por los empresarios encuestados para la reducción de los costos es el análisis de los proveedores, 23.53 el control de gastos, 17.65 de las medidas tomadas son la eliminación del desperdicio, al igual que promover la optimización de los recursos utilizados en la producción, 5.88 por ciento aumentar los controles del personal al igual que controlar los indicadores.

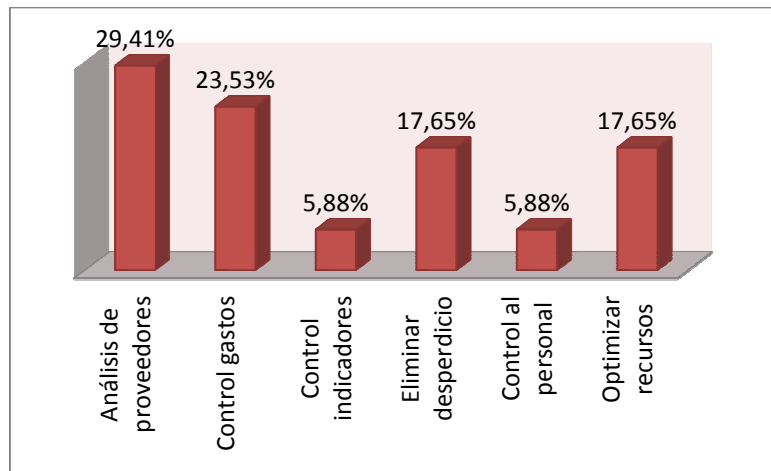
CUADRO No. 123

MEDIDAS PARA REDUCIR COSTOS

MEDIDAS	No. RESPUESTAS	%
Análisis de proveedores	3	29,41%
Control gastos	2	23,53%
Optimizar recursos	6	17,65%
Eliminar desperdicio	5	17,65%
Control al personal	5	5,88%
Control indicadores	2	5,88%
TOTAL	23	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 96**MEDIDAS PARA REDUCIR DE COSTOS**

Fuente: Cuadro No. 123

Elaborado por: Estefanía Torres

4.11.9. Actividades que conforman la cadena de valor

El 60.00 por ciento de las empresas encuestadas, es decir 9 de las 15 empresas, conocen cuáles son las actividades que conforman la cadena de valor de la organización; el 40.00 por ciento restante, correspondiente a 6 empresas, no conocen cuáles son las actividades que conforman su cadena de valor.

CUADRO No. 124**ACTIVIDADES QUE CONFORMAN LA CADENA DE VALOR**

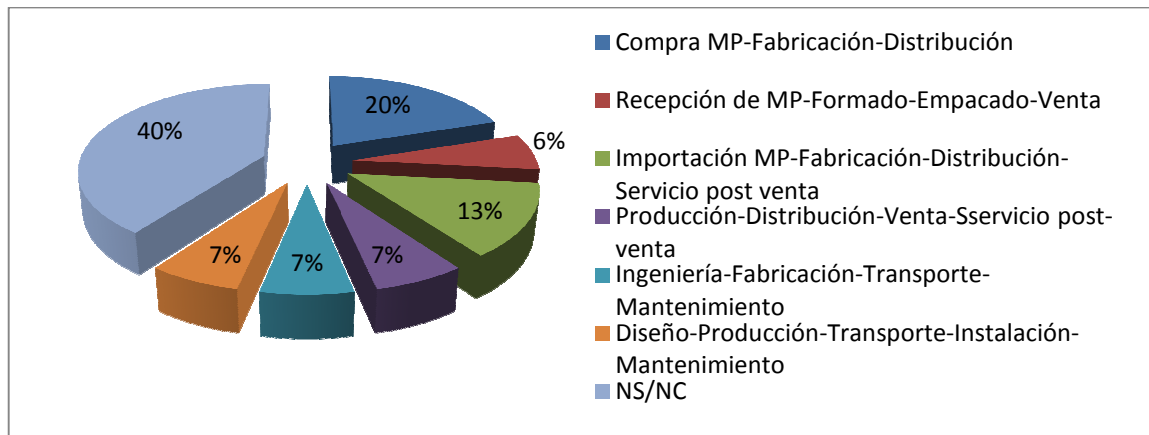
CADENA	No. CÍAS	%
Conoce	9	60,00%
Desconoce	6	40,00%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

CUADRO No. 125**ACTIVIDADES QUE CONFORMAN LA CADENA DE VALOR**

CADENA	No. CÍAS.	%
NS/NC	6	40,00%
Compra MP-Fabricación-Distribución	3	20,00%
Importación MP-Fabricación-Distribución-Servicio post venta	2	13,33%
Producción-Distribución-Venta-Servicio post-venta	1	6,67%
Ingeniería-Fabricación-Transporte-Mantenimiento	1	6,67%
Diseño-Producción-Transporte-Instalación-Mantenimiento	1	6,67%
Recepción de MP-Formado-Empacado-Venta	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 97**ACTIVIDADES QUE CONFORMAN LA CADENA DE VALOR**

Fuente: Cuadro No. 125

Elaborado por: Estefanía Torres

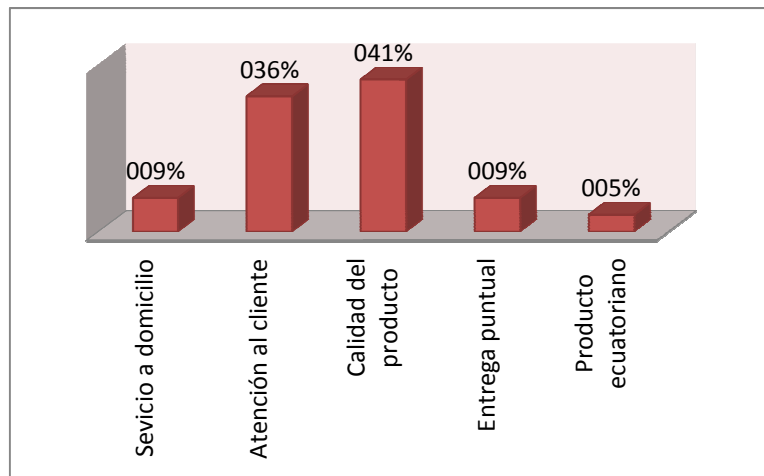
4.11.10. Elementos de valor que añaden al producto

El 40.91 por ciento de los elementos diferenciadores de las empresas encuestadas, que añaden valor al producto frente a la competencia es la calidad del producto, 36.36 corresponde a la atención y buen trato al cliente, 9.09 agrega valor al producto al brindar servicio a domicilio, al igual que la entrega puntual de los pedidos y en los plazos acordados, finalmente 4.55 por ciento corresponde a que son productos totalmente ecuatorianos.

CUADRO No. 126**ELEMENTOS DE VALOR QUE AÑADEN AL PRODUCTO**

ELEMENTOS	No. RESPUESTAS	%
Calidad del producto	9	40,91%
Atención al cliente	8	36,36%
Servicio a domicilio	2	9,09%
Entrega puntual	2	9,09%
Producto ecuatoriano	1	4,55%
TOTAL	22	100,00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a PYMEs
Elaborado por: Estefanía Torres

GRÁFICO No. 98**ELEMENTOS DE VALOR QUE AÑADEN AL PRODUCTO**

Fuente: Cuadro No. 126
Elaborado por: Estefanía Torres

5. APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR CIU C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES

5.1.MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

A continuación se presenta el análisis del perfil competitivo del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes, realizado a través de matrices que determinan la calificación obtenida en cada uno de los factores claves de éxito de la competitividad. Gracias a este análisis, se presentan a continuación las calificaciones equivalentes en el índice WEF del subsector en cada factor de éxito analizado.

La metodología utilizada para el cálculo de las calificaciones de los factores de éxito de la competitividad, se muestra en el Capítulo No. 3 del presente documento, en el Cuadro No. 24, que fue utilizado para la aproximación a la competitividad del subsector C24.

FACTOR DE ÉXITO: ÍNDICE DE TAMAÑO DEL MERCADO NACIONAL

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 C24: Fabricación de Metales Comunes, ocupando el primer lugar F: Construcción, seguido de C: Industrias manufactureras, G: Comercio al por mayor y menos, reparación de vehículos automóviles y motocicletas, E: Suministros de agua, evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminantes, O: Administración pública y defensa, planes de seguridad social y afiliación obligatoria, L: Actividades inmobiliarias, en el orden así presentados.

El Cuadro No.127 muestra que el factor de éxito: Índice del tamaño del mercado nacional, tiene una calificación de 1.35/4 o su equivalente WEF: 2.36/7

CUADRO No. 127**FACTOR DE ÉXITO: Índice de Tamaño del Mercado Nacional**

FACTOR DE ÉXITO: ÍNDICE DE TAMAÑO DEL MERCADO NACIONAL					
SECCIÓN	DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF.PO ND./4
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	0,00	0,00%	0	0,00
B	Explotación de minas y canteras	0,00	0,00%	0	0,00
C	Industrias manufactureras	0,20	28,57%	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.	0,10	0,00%	0	0,00
F	Construcción	0,30	42,86%	2	0,60
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	0,20	14,29%	1	0,20
H	Transporte y almacenamiento	0,00	0,00%	0	0,00
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	0,00	4,76%	1	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	0,05	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.	0,15	4,76%	1	0,15
P	Enseñanza	0,00	0,00%	0	0,00
Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	0,00	0,00%	0	0,00
R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas.	0,00	0,00%	0	0,00
S	Otras actividades de servicios	0,00	4,76%	1	0,00
T	Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio.	0,00	0,00%	0	0,00
U	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales.	0,00	0,00%	0	0,00
TOTAL		1,00	100,00%		1,35
EQUIVALENTE ÍNDICEWEF					2,36

Fuente: CIU Rev. 4 Naciones Unidas; Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: SOFISTICACIÓN DEL COMPRADOR

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 C24: Fabricación de Metales Comunes, como compradores; ocupando el primer lugar F: Construcción, seguido de C: Industrias manufactureras, G: Comercio al por mayor y menos, reparación de vehículos automóviles y motocicletas, E: Suministros de agua, evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminantes, O: Administración pública y defensa, planes de seguridad social y afiliación obligatoria, L: Actividades inmobiliarias, en el orden así presentados.

El Cuadro No.128 muestra que el factor de éxito: Sofisticación del comprador, tiene una calificación de 1.15/4 o su equivalente WEF: 2.01/7

CUADRO No. 128**FACTOR DE ÉXITO: Sofisticación del Comprador**

FACTOR DE ÉXITO: SOFISTICACIÓN DEL COMPRADOR					
SECCIÓN	DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF.POND./4
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	0,00	0,00%	0	0,00
B	Explotación de minas y canteras	0,00	0,00%	0	0,00
C	Industrias manufactureras	0,20	23,33%	1	0,20
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.	0,10	0,00%	0	0,00
F	Construcción	0,30	26,67%	2	0,60
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	0,20	20,00%	1	0,20
H	Transporte y almacenamiento	0,00	0,00%	0	0,00
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	0,00	3,33%	1	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	0,05	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.	0,15	6,67%	1	0,15
P	Enseñanza	0,00	0,00%	0	0,00
Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	0,00	0,00%	0	0,00
R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas.	0,00	0,00%	0	0,00
S	Otras actividades de servicios	0,00	20,00%	1	0,00
T	Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio.	0,00	0,00%	0	0,00
U	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales.	0,00	0,00%	0	0,00
TOTAL		1,00	100,00%		1,15
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF					2,01

Fuente: CIU Rev. 4 Naciones Unidas; Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: NATURALEZA DE LA VENTAJA COMPETITIVA NACIONAL

Los criterios para determinar las ventajas o fortalezas de los productos o servicios de las empresas pertenecientes al subsector C24: Fabricación de Metales Comunes frente a la competencia nacional, son los siguientes: calidad, precio, innovación continua, entrega inmediata y atención personalizada. Ocupando el primer lugar de la ponderación por importancia de su afectación la calidad de los productos y/o servicios, seguido por el precio, la entrega inmediata (tiempo de despacho del producto al cliente), la innovación es el siguiente factor y por último la atención personalizada al cliente.

El Cuadro No.129 muestra que el factor de éxito: Naturaleza de la ventaja competitiva nacional, tiene una calificación de 1.97/4 o su equivalente WEF: 3.45/7

CUADRO No. 129**FACTOR DE ÉXITO: Naturaleza de la ventaja competitiva nacional**

FACTOR DE ÉXITO: NATURALEZA DE LA VENTAJA COMPETITIVA NACIONAL				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF .	CALIF. POND./ 4
Calidad	0,50	70,00%	3	1,50
Precio	0,24	6,67%	1	0,24
Innovación continua	0,08	10,00%	1	0,08
Entrega inmediata	0,15	13,33%	1	0,15
Atención personalizada	0,03	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00	100,00%		1,97
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3,45

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: GRADO DE DOMINIO DEL MERCADO NACIONAL

Para determinar el grado de dominio del subsector C24: Fabricación de Metales Comunes del mercado nacional, se investigó cuáles son los principales mercados geográficos que cubren las empresas pertenecientes al subsector. Según los resultados obtenidos, ocupa el primer lugar de la ponderación por importancia de su afectación y cobertura geográfica, el mercado a nivel nacional; la región sierra tiene el segundo lugar en la ponderación, las regiones costa y oriente comparten el tercer lugar con el mismo porcentaje, Galápagos tiene una menor proporción.

El Cuadro No.130 muestra que el factor de éxito: Grado de dominio del mercado nacional, tiene una calificación de 1.35/4 o su equivalente WEF: 2.36/7

CUADRO No. 130

FACTOR DE ÉXITO: Grado de dominio del Mercado Nacional

FACTOR DE ÉXITO: GRADO DE DOMINIO DEL MERCADO NACIONAL				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND./4
A Nivel Nacional	0,50	12,00%	1	0,50
Sierra	0,25	76,00%	3	0,75
Costa	0,10	12,00%	1	0,10
Oriente	0,10	0,00%	0	0,00
Galápagos	0,05	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00	100,00%		1,35
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,36

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

**FACTOR DE ÉXITO: PREVALENCIA DE LAS BARRERAS COMERCIALES-
NACIONALES**

Los factores que afectan al ingreso y permanencia dentro del mercado nacional en orden de importancia son los siguientes: la competencia, el capital necesario, los precios, las políticas gubernamentales, los insumos importados, y los registros y acreditaciones.

El Cuadro No.131 muestra que el factor de éxito: Prevalencia de las barreras comerciales-nacionales, tiene una calificación de 1.60/4 o su equivalente WEF: 2.80/7

CUADRO No. 131

FACTOR DE ÉXITO: Prevalencia de las Barreras Comerciales-Nacionales

FACTOR DE ÉXITO: PREVALENCIA DE LAS BARRERAS COMERCIALES-NACIONALES				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Competencia	0,45	30,00%	2	0,90
Insumos importados	0,05	0,00%	0	0,00
Políticas gubernamentales	0,08	30,00%	2	0,16
Precios	0,10	0,00%	0	0,00
Registros y acreditaciones	0,05	0,00%	0	0,00
Capital	0,27	40,00%	2	0,54
TOTAL	1,00	100,00%		1,60
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,80

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA LOCAL

A fin de analizar el factor de éxito intensidad de la competencia local, se han tomado a consideración las principales fortalezas de las empresas competidoras a nivel nacional del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes y se las ha ponderado según su importancia y afectación en el mercado, en el primer lugar se observa a la disponibilidad de recursos junto con los precios bajos, seguido del posicionamiento de las empresas en el mercado y la gestión de ventas, estos últimos con la misma proporción.

El Cuadro No.132 muestra que el factor de éxito: Intensidad de la competencia local, tiene una calificación de 1.00/4 o su equivalente WEF: 1.75/7

CUADRO No. 132

FACTOR DE ÉXITO: Intensidad de la Competencia Local

FACTOR DE ÉXITO: INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA LOCAL				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND./4
Posicionamiento	0,10	25,00%	1	0,10
Recursos	0,40	18,75%	1	0,40
Gestión de ventas	0,10	18,75%	1	0,10
Precios bajos	0,40	12,50%	1	0,40
TOTAL	1,00			1,00
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				1,75

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: ESTADO DEL DESARROLLO DE CLÚSTERS

El factor de éxito estado del desarrollo de los clústers se puede analizar mediante el conocimiento de los objetivos de las empresas para un futuro en cuanto a expansión, en el orden de ponderación los criterios tomados en cuenta son la disponibilidad de recursos, aumentar las exportaciones o en caso de no tenerlas actualmente, empezar a exportar, reducción de costos y temas relacionados con integraciones.

El Cuadro No.133 muestra que el factor de éxito: Estado del desarrollo de clústers, tiene una calificación de 1.50/4 o su equivalente WEF: 2.63/7

CUADRO No. 133

FACTOR DE ÉXITO: Estado del Desarrollo de Clústers

FACTOR DE ÉXITO: ESTADO DEL DESARROLLO DE CLÚSTERS (EXPANSIÓN)				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND./4
Integración	0,15	6,67%	1	0,15
Exportaciones	0,3	46,67%	2	0,60
Costos	0,2	33,33%	2	0,40
Recursos	0,35	13,33%	1	0,35
TOTAL	1,00	100,00%		1,50
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,63

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

El factor de éxito capacidad e innovación se puede analizar mediante el conocimiento de los objetivos de las empresas para un futuro en cuanto a innovaciones, tanto en productos como en procesos, en el orden de ponderación los criterios tomados en cuenta son la tecnología utilizada, innovaciones en productos, estos dos ocupan el primer lugar, y en segundo lugar la investigación y desarrollo dentro de la empresa.

El Cuadro No.134 muestra que el factor de éxito Capacidad de Innovación, tiene una calificación de 1.60/4 o su equivalente WEF: 2.80/7

CUADRO No. 134

FACTOR DE ÉXITO: Capacidad de Innovación

FACTOR DE ÉXITO: CAPACIDAD DE INNOVACIÓN				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND./4
Innovar productos	0,40	73,33%	3	1,20
Tecnología	0,40	13,33%	1	0,40
I&D	0,20	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00			1,60
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,80

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: GRADO DE COMERCIALIZACIÓN

Para determinar la calificación del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes, se han investigados algunas variables presentadas a continuación en orden de su ponderación: las estrategias de mercado que contienen a los objetivos, en primer lugar, en segundo lugar con igual ponderación se encuentran los objetivos de mercadeo planteados para el año 2011 y la periodicidad con la que se realizan investigaciones de mercado, en tercer lugar con igual ponderación se observa la política de fijación de precios y los controles empleados para evaluar el cumplimiento del plan de mercadeo.

El Cuadro No.135 muestra que el factor de éxito: Grado de Comercialización, tiene una calificación de 2.05/4 o su equivalente WEF: 3.59/7

CUADRO No. 135

FACTOR DE ÉXITO: Grado de Comercialización

FACTOR DE ÉXITO: GRADO DE COMERCIALIZACIÓN				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Objetivos	0,20	65,00%	3,00	0,60
Estrategias	0,30	69,57%	3,00	0,90
Políticas	0,15	88,89%	1,00	0,15
Investigación de Mercados	0,20	60,00%	2,00	0,40
Evaluación	0,15	43,75%	0,00	0,00
TOTAL	1			2,05
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3,59

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: GRADO DE ORIENTACIÓN AL CLIENTE

El grado de orientación al cliente está dado por criterios ponderados en el siguiente orden: la oportunidad, es decir el porcentaje de cumplimiento que la empresa tiene para con sus clientes, la garantía tanto del producto como del servicio, el servicio post-venta del mismo y la asistencia que se brinde al cliente.

El Cuadro No.136 muestra que el factor de éxito: Grado de orientación al cliente, tiene una calificación de 1.20/4 o su equivalente WEF: 2.10/7

CUADRO No. 136

FACTOR DE ÉXITO: Grado de Orientación al Cliente

FACTOR DE ÉXITO: GRADO DE ORIENTACIÓN AL CLIENTE				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Asistencia	0,15	16,67%	1	0,15
Garantía	0,25	16,67%	1	0,25
Servicio post-venta	0,20	50,00%	2	0,40
Oportunidad	0,40	86,67%	1	0,40
TOTAL	1,00			1,20
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,10

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: CALIDAD DE PROVEEDORES LOCALES

El factor de calidad de los proveedores locales está estrechamente ligado al porcentaje de cumplimiento de los mismos con las empresas pertenecientes al subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes, según este criterio tenemos la escala de muy bueno, bueno, regular y deficiente para ponderar en ese orden la contribución que los proveedores nacionales brindan a las empresas.

El Cuadro No.137 muestra que el factor de éxito Calidad de proveedores locales, tiene una calificación de 2.30/4 o su equivalente WEF: 4.03/7

CUADRO No. 137

FACTOR DE ÉXITO: Calidad de Proveedores Locales

FACTOR DE ÉXITO: CALIDAD DE PROVEEDORES LOCALES				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Muy bueno	0,50	87%	4	2,00
Bueno	0,30	13%	1	0,30
Regular	0,15	0%	0	0,00
Deficiente	0,05	0%	0	0,00
TOTAL	1,00			2,30
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				4,03

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: ÍNDICE DEL TAMAÑO DEL MERCADO EXTRANJERO

Para el análisis del factor de éxito índice del tamaño del mercado extranjero se toman en cuenta los siguientes aspectos: los nuevos mercados a los que las empresas del subsector pretenden ingresar durante el año 2012, cuántas empresas de la muestra se encuentran actualmente realizando algún tipo de exportación, el volumen que representan estas exportaciones del total de su producción, y la forma en la que realiza las exportaciones, es decir de manera directa. Estos criterios fueron ponderados en el orden antes descrito según su importancia en el subsector.

El Cuadro No.138 muestra que el factor de éxito: Índice del tamaño del mercado extranjero, tiene una calificación de 0.90/4 o su equivalente WEF: 1.58/7

CUADRO No. 138

FACTOR DE ÉXITO: Índice del Tamaño del Mercado Extranjero

FACTOR DE ÉXITO: Índice del tamaño del mercado extranjero				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Empresa exportadora	0,30	6,67%	1	0,30
Exportador directo	0,10	0,00%	0	0,00
Nuevos mercados	0,45	6,67%	1	0,45
Volumen de exportación	0,15	25,00%	1	0,15
TOTAL	1,00			0,90
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				1,58

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: ARANCELES

La facilidad en los trámites ocupa el primer lugar dentro de la ponderación de los aspectos que afectan directamente al factor de éxito aranceles, el segundo lugar lo ocupan tanto las restricciones arancelarias como la exención de impuestos, el tercer lugar de afectación está dado por los beneficios obtenidos gracias a acuerdos comerciales.

El Cuadro No.139 muestra que el factor de éxito: Aranceles, tiene una calificación de 0.80/4 o su equivalente WEF: 1.40/7.

CUADRO No. 139

FACTOR DE ÉXITO: Aranceles

FACTOR DE ÉXITO: ARANCELES				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Restricciones Arancelarias	0,20	10,00%	4	0,80
Beneficio Acuerdos Comerciales	0,10	0,00%	0	0,00
Exención de Impuestos	0,20	0,00%	0	0,00
Facilidad en Trámites	0,50	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00			0,80
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				1,40

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

**FACTOR DE ÉXITO: ALCANCE Y EFECTO DE LOS IMPUESTOS DE
MATERIA PRIMA**

A fin de obtener la calificación del subsector CIIU C24 en el factor de éxito alcance y efecto de los impuestos de materia prima se determinó la escala del grado de efecto que tiene el costo de cualquier materia prima o producto que se importa para producir el producto exportable y su peso dentro del costo del mismo, así tenemos la ponderación según el grado de impacto, efecto mínimo, efecto moderado, efecto significativo y efecto relevante.

El Cuadro No.140 muestra que el factor de éxito: Alcance y efecto de los impuestos de materia prima, tiene una calificación de 0.40/4 o su equivalente WEF: 0.70/7

CUADRO No. 140

FACTOR DE ÉXITO: Alcance y Efecto de los Impuestos de Materia Prima

FACTOR DE ÉXITO: ALCANCE Y EFECTO DE LOS IMPUESTOS MATERIA PRIMA				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Efecto Mínimo	0,40	0,00%	0	0,00
Efecto Moderado	0,30	0,00%	0	0,00
Efecto Significativo	0,20	0,00%	0	0,00
Efecto Relevante	0,10	100,00%	4	0,40
TOTAL	1,00			0,40
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				0,70

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: ALCANCE Y EFECTO DE LOS IMPUESTOS PRODUCTO

TERMINADO

A fin de obtener la calificación del subsector CIU C24 en el factor de éxito alcance y efecto de los impuestos producto terminado, se determinó la escala del grado de efecto en el porcentaje de producto terminado que tiene la mezcla de materia prima o productos importados, así tenemos la ponderación según el grado de impacto, efecto mínimo, efecto moderado, efecto significativo y efecto relevante.

El Cuadro No.141 muestra que el factor de éxito: Alcance y efecto de los impuestos producto terminado, tiene una calificación de 0.40/4 o su equivalente WEF: 0.70/7

CUADRO No. 141

FACTOR DE ÉXITO: Alcance y Efecto de los Impuestos Producto

Terminado

FACTOR DE ÉXITO: ALCANCE Y EFECTO DE LOS IMPUESTOS PRODUCTO TERMINADO				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Efecto Mínimo	0,40	0,00%	0	0,00
Efecto Moderado	0,30	0,00%	0	0,00
Efecto Significativo	0,20	0,00%	0	0,00
Efecto Relevante	0,10	100,00%	4	0,40
TOTAL	1,00			0,40
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				0,70

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: PESO DE LAS REGULACIONES GUBERNAMENTALES

El factor de éxito peso de las regulaciones gubernamentales está dado por los beneficio que las políticas del gobierno brinden a las empresas del subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes en cuanto al fomento de las exportaciones de los productos del subsector, los aspectos que se ponderaron para el análisis son en primer lugar los entes de control y en segundo lugar las políticas gubernamentales.

El Cuadro No.142 muestra que el factor de éxito: Peso de las regulaciones gubernamentales, tiene una calificación de 0.30/4 o su equivalente WEF: 0.53/7

CUADRO No. 142

FACTOR DE ÉXITO: Peso de las Regulaciones Gubernamentales

FACTOR DE ÉXITO: PESO DE LAS REGULACIONES GUBERNAMENTALES				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Políticas	0,30	7,00%	1	0,30
Entes de Control	0,70	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00			0,30
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				0,53

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: REQUISITOS PARA INICIAR UN NEGOCIO

Los requisitos importantes para iniciar un negocio fueron ponderados según su importancia en el siguiente orden: el acceso a créditos, en segundo lugar con el mismo porcentaje de afectación la asesoría y la facilidad en los trámites necesarios para el efecto, y en tercer lugar las políticas de fomento industrial, con estos factores se obtuvieron la calificación de los requisitos para iniciar un negocio dentro del subsector analizado.

El Cuadro No.143 muestra que el factor de éxito: Requisitos para iniciar un negocio, tiene una calificación de 1.00/4 o su equivalente WEF: 1.75/7

CUADRO No. 143**FACTOR DE ÉXITO: Requisitos para Iniciar un Negocio**

FACTOR DE ÉXITO: REQUISITOS PARA INICIAR UN NEGOCIO				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Créditos	0,45	18,75%	1	0,45
Asesoría	0,20	6,25%	1	0,20
Facilidad en trámites	0,20	6,25%	1	0,20
Políticas de Fomento Industrial	0,15	12,50%	1	0,15
TOTAL	1,00			1,00
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				1,75

Fuente: Datos Capítulo 4
 Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: TRANSPARENCIA EN LAS POLÍTICAS DEL GOBIERNO

El factor transparencia en las políticas del gobierno fue analizado a fin de obtener la calificación del subsector, tomando en cuenta los criterios transparencia de gestión, e incentivos, que comparten el primer lugar de la ponderación y son seguidos por políticas de fomento y proyectos con la misma ponderación estos dos últimos.

El Cuadro No.144 muestra que el factor de éxito: Transparencia en las Políticas del Gobierno, tiene una calificación de 1.30/4 o su equivalente WEF: 2.28/7

CUADRO No. 144**FACTOR DE ÉXITO: Transparencia en las Políticas del Gobierno**

FACTOR DE ÉXITO: TRANSPARENCIA EN LAS POLÍTICAS DEL GOBIERNO				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Políticas de Fomento	0,20	13,33%	1	0,2
Transparencia de Gestión	0,30	13,33%	1	0,3
Incentivos	0,30	26,67%	2	0,6
Proyectos	0,20	13,33%	1	0,2
TOTAL	1,00			1,30
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,28

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: EFICIENCIA DE LOS MINISTERIOS PÚBLICOS

La ponderación dentro de los criterios utilizados para calificar el factor de éxito Eficiencia de los Ministerios Públicos coincide el mismo porcentaje para los cinco aspectos que se tomaron en cuenta, que son los proyectos de fomento industrial, la política tributaria, financiera, laboral y de comercio exterior.

El Cuadro No.145 muestra que el factor de éxito: Eficiencia de los ministerios públicos, tiene una calificación de 1.80/4 o su equivalente WEF: 3.15/7

CUADRO No. 145**FACTOR DE ÉXITO: Eficiencia de los Ministerios Públicos**

FACTOR DE ÉXITO : EFICACIA DE LOS MINISTERIOS PÚBLICOS				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Proyectos de Fomento Industrial	0,20	47,06%	2	0,40
Política Tributaria	0,20	33,33%	2	0,40
Política Financiera	0,20	33,33%	2	0,40
Política Laboral	0,20	26,67%	2	0,40
Política de Comercio Exterior	0,20	20,00%	1	0,20
TOTAL	1			1,8
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3,15

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: CONFIANZA DEL PÚBLICO EN EL GOBIERNO

En primer lugar de la ponderación determinada a fin de calificar el factor de éxito confianza del público en el gobierno lo ocupan dos aspectos que son la eficacia en la prestación de servicios y la transparencia en compras públicas, el segundo lugar es ocupado por las políticas de fomento y las políticas de control ambos con el mismo porcentaje de afectación.

El Cuadro No.146 muestra que el factor de éxito: Confianza del público en el gobierno, tiene una calificación de 1.30/4 o su equivalente WEF: 2.28/7

CUADRO No. 146**FACTOR DE ÉXITO: Confianza del Público en el Gobierno**

Confianza del público en el gobierno				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Eficacia en la prestación de servicios	0,30	33,33%	2	0,6
Transparencia en compras públicas	0,30	13,33%	1	0,3
Políticas de fomento	0,20	6,67%	1	0,2
Políticas de control	0,20	6,67%	1	0,2
TOTAL	1			1,30
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,28

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Para calificar al factor de éxito protección de la propiedad intelectual, se han tomado en cuenta tres aspectos importantes, para ello se realizó una ponderación según su afectación al factor, en primer lugar se encuentra la vigencia de la ley de propiedad intelectual, en segundo lugar con la misma ponderación se encuentra las políticas anexas a los ministerios y los auspicios a agremiaciones.

El Cuadro No.147 muestra que el factor de éxito: Protección de la Propiedad Intelectual, tiene una calificación de 2.10/4 o su equivalente WEF: 3.68/7

CUADRO No. 147**FACTOR DE ÉXITO: Protección de la Propiedad Intelectual**

FACTOR DE ÉXITO: Protección de la propiedad intelectual				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Vigencia de la Ley de propiedad intelectual	0,70	62,50%	3	2,10
Políticas anexas ministerios	0,15	0,00%	0	0,00
Auspicios agremiaciones	0,15	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00			2,10
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3,68

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: COSTOS DE LA DELINCUENCIA Y LA VIOLENCIA EN**LAS EMPRESAS**

El factor de éxito costos de la delincuencia y la violencia en las empresas ha sido analizado mediante la ponderación de los siguientes aspectos, en primer lugar se encuentra los costos de vigilancia privada y en segundo lugar con la misma ponderación se encuentran la baja de la productividad y la corrupción tanto sobre precios como sobre productos.

El Cuadro No.148 muestra que el factor de éxito: Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas, tiene una calificación de 1.40/4 o su equivalente WEF: 2.45/7

CUADRO No. 148

**FACTOR DE ÉXITO: Costos de la Delincuencia y la Violencia en las
Empresas**

FACTOR DE ÉXITO: Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Baja productividad	0,30	34,78%	2	0,60
Costos de vigilancia privada	0,40	30,43%	2	0,80
Corrupción, sobre precios en productos	0,30	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00			1,40
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,45

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: CALIDAD GENERAL DE LA INFRAESTRUCTURA

(TRANSPORTE TERRESTRE, MARÍTIMO Y AÉREO)

Dentro del factor de éxito calidad general de la infraestructura, en cuanto al transporte terrestre, marítimo y aéreo, se han tomado en cuenta una escala de calificación de la calidad del mismo, en primer lugar de la ponderación se encuentra la opción muy bueno, seguida por bueno, en tercer lugar regular y por último deficiente.

El Cuadro No.149 muestra que el factor de éxito: Calidad general de la infraestructura (transporte terrestre, marítimo y aéreo), tiene una calificación de 1.70/4 o su equivalente WEF: 2.98/7

CUADRO No. 149**FACTOR DE ÉXITO: Calidad General de la Infraestructura (Transporte Terrestre, Marítimo y Aéreo)**

FACTOR DE ÉXITO: Calidad general de la infraestructura (Transporte terrestre, marítimo y aéreo)				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Muy Bueno	0,40	26,67%	2	0,80
Bueno	0,30	46,67%	2	0,60
Regular	0,20	20,00%	1	0,20
Deficiente	0,10	6,67%	1	0,10
NS/NC	0,00	0,00%	0	0,00
TOTAL	1.00			1,70
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,98

Fuente: Datos Capítulo 4
 Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: CALIDAD GENERAL DE LA INFRAESTRUCTURA
(TELECOMUNICACIONES)

Dentro del factor de éxito calidad general de la infraestructura, en cuanto a telecomunicaciones, se han tomado en cuenta una escala de calificación de la calidad del mismo, en primer lugar de la ponderación se encuentra la opción muy bueno, seguida por bueno, en tercer lugar regular y por último deficiente.

El Cuadro No.150 muestra que el factor de éxito: Calidad general de la infraestructura (telecomunicaciones), tiene una calificación de 2.00/4 o su equivalente WEF: 3.50/7

CUADRO No. 150

**FACTOR DE ÉXITO: Calidad General de la Infraestructura
(Telecomunicaciones)**

FACTOR DE ÉXITO: Calidad general de la infraestructura (Telecomunicaciones)				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Muy Bueno	0,40	33,33%	2	0,80
Bueno	0,30	53,33%	3	0,90
Regular	0,20	6,67%	1	0,20
Deficiente	0,10	6,67%	1	0,10
NS/NC	0,00	0,00%	0	0,00
TOTAL	1			2,00
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3,50

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: CALIDAD GENERAL DE LA INFRAESTRUCTURA
(DISTRIBUCIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA Y GAS)

Dentro del factor de éxito calidad general de la infraestructura, en cuanto a distribución eléctrica y gas, se han tomado en cuenta una escala de calificación de la calidad del mismo, en primer lugar de la ponderación se encuentra la opción muy bueno, seguida por bueno, en tercer lugar regular y por último deficiente.

El Cuadro No.151 muestra que el factor de éxito: Calidad general de la infraestructura (distribución eléctrica y gas), tiene una calificación de 1.50/4 o su equivalente WEF: 2.63/7

CUADRO No. 151**FACTOR DE ÉXITO: Calidad General de la Infraestructura****(Distribución Eléctrica y Gas)**

FACTOR DE ÉXITO: Calidad general de la infraestructura (Distribución de energía eléctrica y gas)				
DESCRIPCION	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Muy Bueno	0,40	6,67%	1	0,40
Bueno	0,30	40,00%	2	0,60
Regular	0,20	46,67%	2	0,40
Deficiente	0,10	6,67%	1	0,10
NS/NC	0,00	0,00%	0	0,00
TOTAL	1			1,50
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,63

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: CALIDAD GENERAL DE LA INFRAESTRUCTURA**(PUERTOS Y AEROPUERTOS)**

Dentro del factor de éxito calidad general de la infraestructura, en cuanto a puertos y aeropuertos, se han tomado en cuenta una escala de calificación de la calidad del mismo, en primer lugar de la ponderación se encuentra la opción muy bueno, seguida por bueno, en tercer lugar regular y por último deficiente.

El Cuadro No.152 muestra que el factor de éxito: Calidad general de la infraestructura (puertos y aeropuertos), tiene una calificación de 1.90/4 o su equivalente WEF: 3.33/7

CUADRO No. 152**FACTOR DE ÉXITO: Calidad General de la Infraestructura****(Puertos y Aeropuertos)**

FACTOR DE ÉXITO: Calidad general de la infraestructura (Puertos y aeropuertos)				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Muy Bueno	0,40	26,67%	2	0,80
Bueno	0,30	66,67%	3	0,90
Regular	0,20	6,67%	1	0,20
Deficiente	0,10	0,00%	0	0,00
NS/NC	0,00	0,00%	0	0,00
TOTAL	1			1,90
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3,33

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: CALIDAD GENERAL DE LA INFRAESTRUCTURA**(SERVICIOS SANITARIOS)**

Dentro del factor de éxito calidad general de la infraestructura, en cuanto a servicios sanitarios, se han tomado en cuenta una escala de calificación de la calidad del mismo, en primer lugar de la ponderación se encuentra la opción muy bueno, seguida por bueno, en tercer lugar regular y por último deficiente.

El Cuadro No.153 muestra que el factor de éxito: Calidad general de la infraestructura (servicios sanitarios), tiene una calificación de 1.90/4 o su equivalente WEF: 3.33/7

CUADRO No. 153

**FACTOR DE ÉXITO: Calidad General de la Infraestructura
(Servicios Sanitarios)**

SERVICIOS SANITARIOS				
FACTOR DE ÉXITO: Calidad general de la infraestructura (Servicios sanitarios)				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Muy Bueno	0,40	6,67%	1	0,40
Bueno	0,30	13,33%	1	0,30
Regular	0,20	40,00%	2	0,40
Deficiente	0,10	40,00%	2	0,20
NS/NC	0,00	0,00%	0	0,00
TOTAL	1			1,30
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,28

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

A continuación se presenta dentro del Cuadro No. 154 un resumen de los datos obtenidos de la encuesta, la calificación y la calificación ponderada sobre 4 puntos de los sectores analizados dentro de la calidad de la infraestructura (transporte terrestre, marítimo y aéreo, telecomunicaciones, distribución de energía eléctrica y gas, puertos y aeropuertos, y servicios sanitarios, se muestra también el equivalente del índice WEF por sector.

CUADRO No. 154**FACTOR DE ÉXITO: Calidad General de la Infraestructura**

	VALORACIÓN	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	NS/NC	TOTAL	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
		0,4	0,3	0,2	0,1	0		
Transporte terrestre, marítimo y aéreo	DATO ENCUESTA	26,67%	46,67%	20,00%	6,67%	0,00%	1,7	2,975
	CALIFICACION	2	2	1	1	0		
	CALIF.POND. /4	0,80	0,60	0,20	0,10	0,00		
Telecomunicaciones	DATO ENCUESTA	33,33%	53,33%	6,67%	6,67%	0,00%	2	3,5
	CALIFICACION	2	3	1	1	0		
	CALIF.POND. /4	0,80	0,90	0,20	0,10	0,00		
Distribución de energía eléctrica y gas	DATO ENCUESTA	6,67%	40,00%	46,67%	6,67%	0,00%	1,5	2,625
	CALIFICACION	1	2	2	1	0		
	CALIF.POND. /4	0,40	0,60	0,40	0,10	0,00		
Puertos y aeropuertos	DATO ENCUESTA	26,67%	66,67%	6,67%	0,00%	0,00%	1,9	3,325
	CALIFICACION	2	3	1	0	0		
	CALIF.POND. /4	0,80	0,90	0,20	0,00	0,00		
Servicios sanitarios	DATO ENCUESTA	6,67%	13,33%	40,00%	40,00%	0,00%	1,3	2,275
	CALIFICACION	1	1	2	2	0		
	CALIF.POND. /4	0,40	0,30	0,40	0,20	0,00		

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

En el Cuadro No.155 se puede observar un resumen de las calificaciones ponderadas sobre 4 y los índices WEF obtenidos por los sectores de la infraestructura.

CUADRO No. 155**FACTOR DE ÉXITO: Índice de la Calidad General de la Infraestructura**

CALIDAD GENERAL DE LA INFRAESTRUCTURA	CALIF. POND./4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF/7
Transporte terrestre, marítimo y aéreo	1,7	2,98
Telecomunicaciones	2	3,5
Distribución de energía eléctrica y gas	1,5	2,63
Puertos y aeropuertos	1,9	3,33
Servicios sanitarios	1,3	2,28
TOTAL	8,4	14,72
PROMEDIO	1,68	2,94

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: PAGA Y PRODUCTIVIDAD

A continuación en el Cuadro No. 156 se presenta una tabla de la productividad de la fuerza laboral del subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes dentro de una escala que va desde muy buena, buena, regular hasta deficiente.

El Cuadro No.156 muestra que la productividad laboral del subsector tiene una calificación de 1.60/4 o su equivalente WEF: 2.80/7

CUADRO No. 156**Productividad de la Fuerza Laboral del Subsector**

PRODUCTIVIDAD DE FUERZA LABORAL DEL SUBSECTOR				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Muy Buena	0,40	13,33%	1	0,40
Buena	0,30	60,00%	3	0,90
Regular	0,20	20,00%	1	0,20
Deficiente	0,10	6,67%	1	0,10
TOTAL	1,00			1,60
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,80

Fuente: Datos Capítulo 4
 Elaborado por: Estefanía Torres

Dentro del Cuadro No. 157 podemos observar una tabla de la productividad laboral propia de cada empresa, distribuida mediante una escala que contiene las siguientes opciones, muy buena, buena, regular y deficiente. La ponderación se la realizó en el orden antes presentado.

El Cuadro No.157 muestra que la productividad laboral propia tiene una calificación de 1.60/4 o su equivalente WEF: 2.80/7

CUADRO No. 157**Productividad Laboral Propia**

PRODUCTIVIDAD LABORAL PROPIA				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Muy Buena	0,40	13,33%	1	0,40
Buena	0,30	60,00%	3	0,90
Regular	0,20	20,00%	1	0,20
Deficiente	0,10	6,67%	1	0,10
TOTAL	1,00			1,60
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,80

Fuente: Datos Capítulo 4
 Elaborado por: Estefanía Torres

El factor de éxito paga y productividad toma en cuenta dos factores claves para determinar su calificación, la productividad de la fuerza laboral del subsector y la productividad de las empresas individualmente.

En el Cuadro No. 158 se puede observar un resumen de las calificaciones obtenidas tanto ponderadas sobre 4 puntos como su equivalente al índice WEF sobre siete puntos de la productividad laboral, tanto del subsector como propia de las empresas.

CUADRO No. 158**FACTOR DE ÉXITO: Paga y Productividad**

FACTOR DE ÉXITO : Paga y Productividad	CALIF. POND. /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF/7
Productividad de la Fuerza Laboral del Subsector	1,60	2,80
Productividad Laboral Propia	1,60	2,80
TOTAL	3,20	5,60
PROMEDIO	1,60	2,80

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

A continuación se presenta dentro del Cuadro No. 159 un resumen de los datos obtenidos de la encuesta, la calificación y la calificación ponderada sobre 4 puntos de la productividad de la fuerza laboral del subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes y de la productividad laboral propia, se muestra también el equivalente del índice WEF.

CUADRO No. 159**FACTOR DE ÉXITO: Paga y Productividad (Cuadro Resumen)**

	VALORACIÓN	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	TOTAL	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
	PONDERACIÓN	0,4	0,3	0,2	0,1		
Productividad de fuerza laboral del subsector	DATO ENCUESTA	13,33%	60,00%	20,00%	6,67%	1,6	2,8
	CALIFICACIÓN	1	3	1	1		
	CALIF.POND. /4	0,40	0,90	0,20	0,10		
Productividad laboral propia	DATO ENCUESTA	13,33%	60,00%	20,00%	6,67%	1,6	2,8
	CALIFICACIÓN	1	3	1	1		
	CALIF. POND. /4	0,40	0,90	0,20	0,10		

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: FLEXIBILIDAD EN LA DETERMINACIÓN DE LOS SALARIOS

Dentro del factor de éxito flexibilidad en la determinación de los salarios se tomó en cuenta los aspectos que estimulan la política salarial dentro de las empresas pertenecientes al subsector CIU C 24: Fabricación de Metales Comunes, mediante la ponderación de dichos aspectos se tiene que el primer lugar lo ocupa la oportunidad de tener salarios justos, en segundo lugar la predisposición para el trabajo, en tercer lugar el clima laboral y por último las bonificaciones.

El Cuadro No.160 muestra que el factor de éxito: Flexibilidad en la determinación de los salarios, tiene una calificación de 1.40/4 o su equivalente WEF: 2.45/7

CUADRO No. 160

FACTOR DE ÉXITO: Flexibilidad en la Determinación de los Salarios

FACTOR DE ÉXITO : Flexibilidad en la determinación de los salarios				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Bonificaciones	0,15	44,44%	2	0,30
Predisposición para el trabajo	0,25	27,78%	2	0,50
Clima laboral	0,20	11,11%	1	0,20
Salarios justos	0,40	22,22%	1	0,40
TOTAL	1,00			1,40
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,45

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

**FACTOR DE ÉXITO: COOPERACIÓN EN LAS RELACIONES EMPLEADOR-
TRABAJADOR**

El factor de éxito cooperación en las relaciones empleador-trabajador fue calificado mediante el análisis de las relaciones entre los empleados y sus empleadores, se dividió a la matriz en una escala de ponderación donde el porcentaje mayor de afectación lo tiene la opción muy buena, en segundo lugar buena, seguido de regular y por último deficiente.

El Cuadro No.161 muestra que el factor de éxito: Cooperación en las Relaciones Empleador-Trabajador, tiene una calificación de 1.60/4 o su equivalente WEF: 2.80/7

CUADRO No. 161

FACTOR DE ÉXITO: Cooperación en las Relaciones Empleador-Trabajador

FACTOR DE ÉXITO : Cooperación en las relaciones empleador- trabajador				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Muy Buena	0,40	46,67%	2	0,80
Buena	0,30	46,67%	2	0,60
Regular	0,20	6,67%	1	0,20
Deficiente	0,10	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00			1,60
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,80

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: DISPONIBILIDAD LOCAL DE FORMACIÓN Y

SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN

A fin de poder calificar el factor de éxito disponibilidad local de formación y servicios de investigación, se analizó si dentro del subsector existen programas de perfeccionamiento del personal donde se cuente con políticas de capacitación, para el efecto, la disponibilidad de centros para capacitación ocupa el primer lugar dentro de la ponderación, el segundo lugar las políticas para capacitación y por último los servicios de investigación.

El Cuadro No.162 muestra que el factor de éxito: Disponibilidad local de formación y servicios de investigación, tiene una calificación de 1.90/4 o su equivalente WEF: 3.33/7

CUADRO No. 162

FACTOR DE ÉXITO: Disponibilidad Local de Formación y Servicios de Investigación

FACTOR DE ÉXITO : Disponibilidad local de formación y servicios de investigación				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND./4
Políticas para capacitación	0,30	52,63%	3	0,90
Disponibilidad de centros para capacitación	0,50	47,37%	2	1,00
Servicios de investigación	0,20	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00			1,90
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3,325

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: PRÁCTICAS DE CONTRATACIÓN Y DESPIDO

La política laboral del gobierno influye directamente al factor de éxito prácticas de contratación y despido, para la determinación de la calificación de este factor, se toman en consideración los aspectos cumplimiento de la ley, en primer lugar de la ponderación según la afectación al factor, en segundo lugar con el mismo porcentaje de influencia se observa el amparo al trabajador y el proceso de selección.

El Cuadro No.163 muestra que el factor de éxito: Prácticas de contratación y despido, tiene una calificación de 1.30/4 o su equivalente WEF: 2.28/7

CUADRO No. 163

FACTOR DE ÉXITO: Prácticas de Contratación y Despido

FACTOR DE ÉXITO : Prácticas de contratación y despido				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Cumplimiento de la ley	0,40	11,76%	1	0,40
Amparo al trabajador	0,30	58,82%	3	0,90
Proceso de selección transparente	0,30	0,00%	0	0,00
TOTAL	1			1,30
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,28

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: DISPONIBILIDAD DE LAS ÚLTIMAS TECNOLOGÍAS

El factor disponibilidad de las últimas tecnologías del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes se calificó mediante el análisis de los siguientes aspectos, en el primer lugar de la ponderación, el capital junto con los recursos humanos, en segundo lugar con el mismo porcentaje de influencia se encuentra la infraestructura y la tecnología de punta.

El Cuadro No.164 muestra que el factor de éxito: Disponibilidad de las últimas tecnologías, tiene una calificación de 1.10/4 o su equivalente WEF: 1.93/7

CUADRO No. 164

FACTOR DE ÉXITO: Disponibilidad de las Últimas Tecnologías

FACTOR DE ÉXITO : Disponibilidad de las últimas tecnologías				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Capital	0,30	20,00%	1	0,30
Infraestructura	0,20	20,00%	1	0,20
Tecnología de punta	0,20	75,00%	3	0,60
Recurso Humano	0,30	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00			1,10
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				1,93

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

**FACTOR DE ÉXITO: NIVEL DE LA EMPRESA EN ABSORCIÓN DE
TECNOLOGÍA**

Los aspectos considerados para el cálculo de la competitividad son convenios de transferencia de tecnología en los procesos, convenios de transferencia de tecnología-productos, disponibilidad de capital, y flexibilidad de la gerencia. La ponderación establece la importancia de cada uno de estos aspectos para el subsector C24: Fabricación de Metales Comunes, ocupando el primer lugar la disponibilidad de capital y la

flexibilidad de capital y en segundo lugar con la misma ponderación, los convenios de transferencia tanto de tecnología- procesos como productos.

El Cuadro No.165 muestra que el factor de éxito: Nivel de la empresa en absorción de tecnología, tiene una calificación de 1.60/4 o su equivalente WEF: 2.80/7

CUADRO No. 165

FACTOR DE ÉXITO: Nivel de la Empresa en Absorción de Tecnología

FACTOR DE ÉXITO : Nivel de la empresa en absorción de tecnología				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Convenios de transferencia de tecnología – procesos	0,20	18,75%	1	0,20
Convenios de transferencia de tecnología - productos	0,20	25,00%	1	0,20
Disponibilidad de capital	0,30	0,00%	0	0,00
Flexibilidad de Gerencia	0,30	80,00%	4	1,20
TOTAL	1,00			1,60
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,8

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

El factor de éxito capacidad de innovación fue calificado mediante la ponderación de los aspectos importantes que tienen influencia sobre el mismo, las innovaciones en el área de

marketing, en el área de administración, de finanzas, de producción, de recursos humanos y el estudio de mercado tienen la misma ponderación y en segundo lugar se encuentran las políticas de incentivos.

El Cuadro No.166 muestra que el factor de éxito: Capacidad de Innovación, tiene una calificación de 1.55/4 o su equivalente WEF: 2.71/7

CUADRO No. 166

FACTOR DE ÉXITO: Capacidad de Innovación

FACTOR DE ÉXITO : Capacidad de innovación				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Innovaciones en Marketing	0,15	13,33%	1	0,15
Innovaciones en Administración	0,15	20,00%	1	0,15
Innovaciones en Finanzas	0,15	33,33%	2	0,30
Innovaciones en Producción	0,15	33,33%	2	0,30
Innovaciones en Recursos Humanos	0,15	26,67%	2	0,30
Estudio de mercado	0,15	5,26%	1	0,15
Política de incentivos	0,10	47,37%	2	0,20
TOTAL	1,00			1,55
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,71

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: COLABORACIÓN UNIVERSIDAD-INDUSTRIA EN
INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

La ponderación determinada a fin de definir la calificación del factor de éxito colaboración universidad-industria en investigación y desarrollo fue igual para los dos aspectos tomados en cuenta, que son: la oferta de programas de las universidades y la participación en programas universidad-empresa.

El Cuadro No.167 muestra que el factor de éxito: Colaboración Universidad-Industria en Investigación y Desarrollo, tiene una calificación de 2.00/4 o su equivalente WEF: 3.50/7

CUADRO No. 167

**FACTOR DE ÉXITO: Colaboración Universidad-Industria en Investigación y
Desarrollo**

FACTOR DE ÉXITO : Colaboración Universidad-Industria en I&D				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND./4
Oferta de programas de universidades	0,50	56,25%	3	1,50
Participación en programas Universidad-Empresa	0,50	13,33%	1	0,50
TOTAL	1,00			2,00
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3,50

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: DERECHOS DE PROPIEDAD

La ponderación determinada a fin de definir la calificación del factor de éxito derechos de propiedad fue igual para los dos aspectos tomados en cuenta, que son: productos patentados y procesos patentados.

El Cuadro No.168 muestra que el factor de éxito: Derechos de Propiedad, tiene una calificación de 0.50/4 o su equivalente WEF: 0.88/7

CUADRO No. 168**FACTOR DE ÉXITO: Derechos de Propiedad**

FACTOR DE ÉXITO : Derechos de propiedad				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Productos patentados	0,50	6,67%	1	0,50
Procesos patentados	0,50	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00			0,50
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				0,88

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: DISPOSICIÓN PARA DELEGAR AUTORIDAD

La ponderación determinada a fin de definir la calificación del factor de éxito derechos de propiedad fue igual para los dos aspectos tomados en cuenta, que son: productos patentados y procesos patentados.

El Cuadro No.169 muestra que el factor de éxito: Disposición para delegar autoridad, tiene una calificación de 1.60/4 o su equivalente WEF: 2.80/7

CUADRO No. 169**FACTOR DE ÉXITO: Disposición para Delegar Autoridad**

FACTOR DE ÉXITO : Disposición para delegar autoridad				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Participación de todo el personal en Planificación estratégica	0,50	20,00%	1	0,50
Programas de mejoramiento continuo	0,30	23,53%	1	0,30
Empoderamiento de calidad	0,20	91,30%	4	0,80
TOTAL	1,00			1,60
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,80

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

FACTOR DE ÉXITO: AMPLITUD DE LA CADENA DE VALOR

Con el propósito de determinar la calificación del factor de éxito amplitud de la cadena de valor, se ponderó los aspectos que influyen para el mismo dentro del subsector, con el mayor porcentaje de influencia se encuentra la cadena de valor que va desde el cliente y hasta el cliente y en segundo lugar desde el fabricante hasta el distribuidor.

El Cuadro No.170 muestra que el factor de éxito: Amplitud de la cadena de valor, tiene una calificación de 2.40/4 o su equivalente WEF: 4.20/7

CUADRO No. 170**FACTOR DE ÉXITO: Amplitud de la Cadena de Valor**

FACTOR DE ÉXITO : Amplitud de la cadena de valor				
DESCRIPCIÓN	POND.	DATOS ENCUESTA	CALIF.	CALIF. POND. /4
Desde Cliente hasta cliente	0,70	53,33%	3	2,10
Desde Fabricante hasta Distribuidor	0,30	6,67%	1	0,30
TOTAL	1,00			2,40
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				4,20

Fuente: Datos Capítulo 4
Elaborado por: Estefanía Torres

5.2.APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR CIU C24:
FABRICACIÓN DE METALES COMUNES

Después de analizar el grupo de factores de éxito que influyen y afectan directamente a cada una de los aspectos investigados; que son: mercado, mercadeo, apertura comercial, gobierno, instituciones, infraestructura física, mercado financiero, eficiencia del mercado laboral, desarrollo tecnológico, y gestión gerencial, se obtuvo las calificaciones promedio ponderadas (sobre cuatro), así como el equivalente al índice WEF (sobre siete) por sección, que se resume en el siguiente cuadro.

CUADRO No. 171

APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD SUBSECTOR C 24

SECCIÓN	CALIF. POND. /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
Mercado	1,44	2,52
Mercadeo	1,85	3,24
Apertura Comercial	0,56	0,98
Gobierno	1,37	2,39
De las Instituciones	1,60	2,80
Infraestructura Física	1,68	2,95
Mercado Financiero	1,75	3,07
Eficiencia del Mercado Laboral	1,47	2,57
Desarrollo Tecnológico	1,35	2,36
Gestión Gerencial	2,00	3,50
TOTAL	15,07	26,38
CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,51	2,64

Fuente: Datos Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

La sección referente a la gestión gerencial obtuvo una calificación promedio de 2.00 sobre 4 que equivale a 3.50 sobre 7; la calificación de la sección mercadeo es de 1.85 sobre 4 y 3.24 sobre 7; la sección mercado financiero obtuvo una calificación promedio de 1.75 sobre 4 y 3.07 sobre 7; en la infraestructura física el promedio de las calificaciones de los factores de éxito le da una calificación de 1.68 sobre 4, que equivale a 2.95 en el índice WEF sobre 7; la calificación de la sección referente a las instituciones, obtuvo 1.60 sobre 4 y 2.80 sobre 7; la calificación de la sección eficiencia del mercado financiero sobre 4 es 1.47 y sobre 7 2.57; la sección mercado, obtuvo en promedio 1.44 sobre 4 y 2.52 en el equivalente del índice WEF sobre 7; la sección gobierno tuvo una calificación sobre 4 de 1.37 y sobre 7 en el índice WEF de 2.39; en cuanto al desarrollo tecnológico, los factores de éxito presentaron una calificación promedio de 1.35 sobre 4 y de 2.36 sobre 7; la sección apertura comercial obtuvo 0.56 sobre 4 lo que equivale a 0.98 sobre 7.

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Por lo analizado en los capítulos anteriores, se puede establecer las siguientes conclusiones y recomendaciones.

6.1 CONCLUSIONES

6.1.1 Relativas a los Factores de Competitividad

- *Sección 1: Mercado*

El 70 por ciento del total de compradores del subsector lo forman el sector de la construcción con un 26.67 por ciento, la industria manufacturera con el 23.33 y el comercio al por mayor y menor el restante 20 por ciento.

Las empresas son reconocidas en el mercado tanto por la calidad de sus productos como por sus servicios. El 29.63 por ciento la calidad del producto, mientras que el 22.22 la calidad del servicio ofrecido a los clientes.

Las principales fortalezas de los productos son la calidad, que corresponde al 56.67 por ciento, mientras que el restante 43.33 tienen características de seriedad, compromiso, atención personalizada, entre otros.

El costo y el precio de venta, que representa el 40.74 por ciento es otra fortaleza importante, así como la rapidez en la entrega que corresponde al 18.52.

La principal fortaleza de la competencia, con el 25 por ciento es la experiencia, pues llevan algunos años en el mercado, otra es el grado de cobertura de los mercados geográficos con el 18.75 por ciento.

El 75 por ciento de los canales de distribución corresponden a las ventas directas a clientes.

El 60 por ciento de los mercados geográficos preferidos por las empresas del subsector son Quito y Guayaquil, con un 48 y un 12 por ciento respectivamente.

La principal dificultad que tienen las empresas del subsector para ingresar al mercado y permanecer en él, es la competencia con 30 por ciento, otra dificultad es la falta de financiamiento con un 25 de afectación, así como las deficientes políticas gubernamentales con un 25 por ciento.

El desconocimiento del mercado internacional constituye el principal obstáculo para que las empresas del subsector se limiten a salir del mercado nacional.

Una debilidad que reconocen es la falta de capital con el 52.63, así como también la falta de acceso a créditos con el 26.32 por ciento.

El 33.33 por ciento de los investigados, desea introducir un nuevo producto en el mercado, el 26.67 aspira aumentar el tamaño de mercado y el 20 tiene planes de exportación.

El 93.33 por ciento no desea contraer en ningún sentido la estructura actual de la empresa.

El 33.33 por ciento de los investigados tienen planeado enfrentar a la competencia mediante el aumento de participación de sus productos en el mercado.

De los investigados, el 66.67 por ciento desea innovar nuevos productos en un futuro.

- *Sección 2: Mercadeo*

El 53.33 por ciento de las empresas si cuenta con un plan de mercadeo y la persona encargada de establecerlo con un 26.67 es el gerente de ventas. Dentro de los planes de mercadeo, el 50 por ciento está dado por el aumento de las ventas.

Las principales estrategias para cumplir con los objetivos fijados son la búsqueda de nuevos mercados con el 17.39. El involucramiento del personal con los objetivos de la empresa, el ser reconocidos por los clientes, mantener los precios y la calidad, reflejan cada una el 13.04 por ciento.

Las principales formas de fijar los precios son mediante un análisis de precios fijados por la competencia y el estudio de los costos de producción más una utilidad deseada a los costos incurridos, estas maneras de fijar precios corresponden el 66.66 por ciento.

El 60 por ciento de las empresas no cuenta con un plan de promoción y publicidad, del 40 restante que si tiene, el 41.67 se basa en el uso de una página web.

El 46.67 por ciento de las empresas realizan constantemente investigaciones de mercado, mientras que un 4 por ciento no lo hace.

El 56.25 por ciento de las empresas no realiza ningún control del plan de promoción y mercadeo y el 25 se retroalimenta a través del seguimiento constante del comportamiento de las ventas.

El 50 por ciento de los servicios postventa que ofrecen las empresas a los clientes corresponden a servicio técnico.

El 86.67 por ciento de las empresas encuestadas afirman tener un porcentaje entre el 81 y 100 por ciento, de cumplimiento con sus clientes.

El 86.67 por ciento de los proveedores nacionales tienen un porcentaje entre el 81 y 100 por ciento, de cumplimiento con los investigados, al igual que el 84.62 por ciento de los proveedores extranjeros.

- *Sección 3: Apertura Comercial*

Un 93.33 por ciento de las empresas encuestadas no realiza exportaciones mientras que el 6.67 si lo hace a través de terceros ya que la única empresa que exporta no cuenta con un registro de exportador. El producto que exporta son partes y piezas de electrodomésticos.

Durante el año 2012, el país al que se pretende llegar con el producto es Perú, la principal dificultad para entrar en ese mercado son las normas y las especificaciones técnicas.

Los aranceles como costo, influyen entre un 0 a un 10 por ciento en la exportación de los productos.

Las políticas gubernamentales no colaboran para la exportación, es la opinión del 100 por ciento de los representantes de las empresas encuestadas.

- *Sección 4: Gobierno*

El 37.50 por ciento de los encuestados manifiesta que el gobierno no concede ningún incentivo del gobierno para la creación de PYMEs, el 18.75 no conoce, y otro 18.75 por ciento reconoce el acceso a créditos de producción.

El 20 por ciento afirma que no existe ningún mecanismo que permita el desarrollo de PYMEs ofrecidos por el gobierno, mientras que el 33.33 desconoce si exista, el 26.67 opina que los préstamos otorgados a microempresarios contribuyen al desarrollo de las PYMEs al igual que el 13.33 por ciento piensa que el INCOP lo hace.

El 40 por ciento de los encuestados desconoce las políticas gubernamentales que facilitan al sector productivo su inserción en el comercio mundial. El 33.33 afirma que no existe ninguna política y el restante 26.66 por ciento está identificado con los lineamientos del Código de la Producción.

El 35.29 por ciento desconoce si existe alguna política de gobierno para mejorar la competitividad del subsector, el 17.65 cree que no existe y el porcentaje más significativo está en el impulso a la compra de productos nacionales con un 17.65 por ciento.

El 33 por ciento afirma que la política tributaria influye en un 33 por ciento positivamente para el desarrollo de la competitividad del subsector, la política financiera también con un 33, la política laboral con un 26.67 mientras que la política de comercio exterior con un 20 por ciento.

El 100 por ciento de las empresas, afirman que el teléfono y el internet influyen dentro de la utilidad final en un rango de 0 al 20 por ciento, la energía eléctrica para el 26.67 influye dentro del rango de 61 a 80, el agua potable para el 93.33 por ciento de las empresas influye de 0 a 20 por ciento en la utilidad final.

- *Sección 5: De las Instituciones*

Las principales instituciones públicas con las que se encuentran vinculadas, gracias a su actividad dentro del subsector son, el Servicio de Rentas Internas con un porcentaje de 26.27, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social con un 26.83 por ciento, el Ministerio de Trabajo y el Municipio de Quito con un 12.20 por ciento cada una.

La satisfacción para el 33.33 por ciento de las empresas con los servicios brindados por parte de las instituciones públicas oscila entre el 76 al 100 por ciento de satisfacción, otro 33.33 por ciento de las empresas encuestadas tienen una

satisfacción entre el 51 al 75 por ciento, el nivel de satisfacción del 20 por ciento de empresas está entre el 1 al 25 por ciento.

El 31.25 por ciento no conoce ninguna ley que proteja a la propiedad y a la iniciativa privada y el 62.50 reconoce al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

El 58.82 por ciento de las empresas encuestadas se encuentran afiliadas a la Cámara de Comercio de Quito, pero el 34.78 piensa que la principal forma de defensa de los intereses de las PYMEs por parte de las agremiaciones, es la capacitación.

La corrupción y la inseguridad influyen negativamente en 34.78 por ciento en las actividades de las empresas, así como en la parte económica.

- *Sección 6: Infraestructura Física*

En cuanto a la calidad y disponibilidad de transporte terrestre, marítimo y aéreo, cuatro de las quince empresas califican como muy bueno, mientras que una deficiente. En telecomunicaciones, cinco muy bueno y una deficiente. La distribución de energía eléctrica y gas una califica como muy buena al igual que

deficiente una. Cuatro empresas piensan que los puertos y aeropuertos son muy buenos y en cuanto a servicios sanitarios seis piensan que son deficientes y una muy buenos.

Quince encuestados piensan que la empresa privada si contribuye con programas de terrestre, marítimo y aéreo, doce con telecomunicaciones, tres con la distribución de energía eléctrica y gas, diez en puertos y aeropuertos y siete en relación a servicios sanitarios.

- *Sección 7: Mercado Financiero*

El sector financiero cubre las actividades de compra de maquinaria a cinco de las empresas encuestadas en un rango del 81 al 100 por ciento.

La actividad que más necesita ser financiada por bancos y entidades financieras es la compra de maquinaria, a penas una empresa de las encuestadas no necesita estos servicios para el efecto.

Para lo que menos se utilizan los productos financieros es para cubrir capital de trabajo.

El 25.93 por ciento de las empresas analizadas determinan las necesidades financieras a través de indicadores financieros y otro 25.93 por ciento mediante el flujo de fondos.

Los créditos otorgados por entidades del estado no contribuyen al desarrollo del subsector pues quince empresas es decir el total no los utilizan para financiar el capital de trabajo. Una utiliza estos créditos del estado para la importación de materias primas, dos para pago a proveedores, cinco para compra de maquinaria y otras dos para proyectos de inversión.

Los que financian las actividades para cambios tecnológicos, reestructuración industrial e investigación y desarrollo son los bancos privados, seguido de los accionistas y dueños de las empresas.

- *Sección 8: Eficiencia del Mercado Laboral*

El 64.67 por ciento del personal que trabaja en las empresas pertenecientes al subsector tienen formación secundaria. Las principales destrezas y habilidades que les caracterizan son el compromiso, las destrezas técnicas y las habilidades manuales.

El 23.33 por ciento de las empresas no utiliza ningún mecanismo para mediar la eficiencia y productividad de su fuerza laboral, el 20 por ciento lo hace mediante el cumplimiento de objetivos.

El 60 por ciento de los encuestados califica al nivel de productividad del subsector como bueno y el 13.33 por ciento como muy bueno. Estos datos coinciden con la productividad de cada empresa.

El 44.44 por ciento de los aspectos que estimulan la política salarial son los incentivos económicos, seguido del cumplimiento de objetivos.

En ninguna de las empresas encuestadas existe sindicato y el 93.33 por ciento de los encuestados afirma que la relación trabajador-empleador es muy buena o buena.

La capacitación es el principal programa de desarrollo personal y profesional dentro de las empresas, al igual que la principal política de desarrollo del personal.

Un 58.82 por ciento de representantes de las empresas encuestadas afirman que la política del gobierno referente a la contratación de personal brinda muchos beneficios al el trabajador muchas veces injustos y perjudiciales para el empleador.

- *Sección 9: Desarrollo Tecnológico*

El principal programa de mejoramiento continuo para el 33.33 por ciento de las empresas encuestadas está ligado a la calidad, seguido de la maquinaria y su continua renovación con un 20.83 del total. Las personas que más colaboran para llevar a cabo los programas de mejoramiento continuo son los directivos con un 44 seguido del 24 por ciento de los propios trabajadores.

El 25 por ciento de los encuestados no conocen las fortalezas tecnológicas de la competencia, otro 25 se lo atribuye a la tecnología avanzada mientras que un 40 por ciento está dado por la maquinaria y las instalaciones.

La mitad de las empresas encuestadas no ha realizado ningún cambio en productos ni en procesos a través de copias a la competencia, el 25 por ciento son copias de modelos de productos.

El nivel de innovación en las diferentes áreas no es el esperado. En el área de marketing el 86.67 por ciento no realiza ninguna innovación, en el área administrativa no lo hace un 80, en el área financiera un 66.67, en cuanto a recursos humanos un 73.33 por ciento.

El nivel de flexibilidad de los directivos para adoptar cambios, en su mayoría, es muy bueno, con un 80 por ciento. El restante 20 lo considera bueno.

El 26.67 por ciento de las empresas encuestadas no tienen una manera establecida para medir la eficiencia y productividad, un 30 lo hace a través del análisis de resultados mientras que un 26.67 por ciento con los indicadores de cumplimiento.

No se registran empresas que compren maquinaria usada, al contrario la mitad compra moderna mientras que el 37.50 por ciento prefieren convencional.

El 36.84 por ciento de las empresas encuestadas no realiza actividades para promover la creatividad y la innovación, otro 36.84 por ciento organiza talleres con el personal a fin de mejorar este aspecto.

Un 93.33 por ciento de las empresas no tiene ningún producto ni proceso patentado.

El 43.75 por ciento de los investigados no conoce programa que ofrezcan las universidades para mejorar la competitividad, la opción más importante son las pasantías con un 37.50.

Trece de las quince empresas no participan en ningún programa de universidades.

- *Sección 10: Medio Ambiente*

El principal desecho y desperdicio generado por las empresas del subsector con el 30.77 por ciento del total es metal, seguido de la chatarra metálica con 26.92 por ciento.

El 73.33 por ciento de los encuestados afirma que los desperdicios no impactan de ninguna manera al medio ambiente. El 20 por ciento lo desconoce.

El principal medio utilizado para el tratamiento de los desperdicios es la venta del mismo con un 44.45 por ciento. El 80 no cuenta con planes de remediación, tampoco tienen programas de capacitación para llevar a cabo los planes de remediación.

- *Sección 11: Gestión Gerencial*

El 64.33 por ciento del equipo de trabajo gerencial tiene título de especialización.

Un 53.33 por ciento de las empresas encuestadas no cuenta con un plan estratégico para enfrentar a la competencia, mientras que el restante 46.67 sí lo tiene.

Los presupuestos más utilizados por las gerencias son el general, presupuesto de compras y de recursos humanos.

Un 26.67 por ciento de las empresas no tiene bien definida la misión de las empresas a pesar del nivel de instrucción de sus directivos.

Las principales acciones tomadas por la gerencia para mejorar la competitividad con un 29.41 por ciento son la investigación de mercados, la capacitación corresponde al 23.53 por ciento.

El 40 por ciento de las empresas encuestadas no conoce exactamente cuáles son las actividades que conforman la cadena de valor, la más importante es compra de materia prima, fabricación del producto y distribución.

Entre los principales elementos que agregan valor al producto y que permite diferenciarse de los ofrecidos por la competencia se encuentran la calidad con un 40.91 por ciento y la atención al cliente con un 36.36.

6.1.2 Relativas a la Competitividad por factores de éxito

- *Sección 1: Mercado*

Los factores de éxito tomados en cuenta para determinar el grado de competencia del mercado ecuatoriano fueron: índice del tamaño del mercado nacional, sofisticación del comprador, naturaleza de la ventaja competitiva nacional, grado de dominio del mercado nacional, prevalencia de las barreras comerciales – nacionales, intensidad de la competencia local, estado de desarrollo de clústers y capacidad de innovación.

Los mismos que en promedio tienen una calificación ponderada de 1.44 sobre cuatro y su equivalente WEF 2.52 sobre siete. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad muy importante y de debilidad menos importante.

- *Sección 2: Mercadeo*

Los factores de éxito tomados en cuenta para determinar el grado de competencia del mercadeo ecuatoriano fueron: grado de comercialización, grado de orientación al cliente y calidad de los proveedores locales.

Los mismos que en promedio tienen una calificación ponderada de 1.85 sobre cuatro y su equivalente WEF 3.24 sobre siete. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad muy importante y de debilidad menos importante.

- *Sección 3: Apertura Comercial*

Los factores de éxito tomados en cuenta para determinar el grado de competencia de la apertura comercial ecuatoriana fueron: índice del tamaño del mercado extranjero, aranceles, alcance y efecto de los impuestos de materia prima, alcance y efecto de los impuestos de productos terminados, peso de las regulaciones gubernamentales.

Los mismos que en promedio tienen una calificación ponderada de 0.56 sobre cuatro y su equivalente WEF 0.98 sobre siete. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad muy importante.

- *Sección 4: Gobierno*

Los factores de éxito tomados en cuenta para determinar el grado de competencia del gobierno ecuatoriano fueron: requisitos para iniciar un negocio, transparencia en las políticas de gobierno, eficacia de los ministerios públicos.

Los mismos que en promedio tienen una calificación ponderada de 1.37 sobre cuatro y su equivalente WEF 2.39 sobre siete. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad muy importante y de debilidad menos importante.

- *Sección 5: De las Instituciones*

Los factores de éxito tomados en cuenta para determinar el grado de competencia de las instituciones ecuatorianas fueron: confianza del público en el gobierno,

protección de la propiedad intelectual, costos de la delincuencia y la violencia en las empresas.

Los mismos que en promedio tienen una calificación ponderada de 1.60 sobre cuatro y su equivalente WEF 2.80 sobre siete. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad muy importante y de debilidad menos importante.

- *Sección 6: Infraestructura Física*

El factor de éxito tomado en cuenta para determinar el grado de competencia de la infraestructura física ecuatoriana fue: calidad general de la infraestructura.

El mismo que tiene una calificación ponderada de 1.68 sobre cuatro y su equivalente WEF 2.95 sobre siete. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad muy importante y de debilidad menos importante.

- *Sección 7: Mercado Financiero*

Los factores de éxito tomados en cuenta para determinar el grado de competencia del mercado financiero ecuatoriano fueron: facilidad del acceso a créditos, financiamiento a través del mercado local de capital, disponibilidad de los servicios financieros y restricción en los flujos de capital.

Los mismos que tienen una calificación ponderada de 1.75 sobre cuatro y su equivalente WEF3.07 sobre siete. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad muy importante y de debilidad menos importante.

- *Sección 8: Eficiencia del Mercado Laboral*

Los factores de éxito tomados en cuenta para determinar el grado de competencia del mercado laboral ecuatoriano fueron: tasa de matriculación en la educación superior, paga y productividad, flexibilidad en la determinación de los salarios, cooperación en las relaciones trabajador-empleador, disponibilidad local de formación y servicios de investigación y prácticas de contratación y despido.

Los mismos que tienen una calificación ponderada de 1.47 sobre cuatro y su equivalente WEF 2.57 sobre siete. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad muy importante y de debilidad menos importante.

- *Sección 9: Desarrollo Tecnológico*

Los factores de éxito tomados en cuenta para determinar el grado de competencia del desarrollo tecnológico ecuatoriano fueron: disponibilidad de las últimas tecnologías, nivel de la empresa en absorción de tecnología, capacidad de innovación, colaboración universidad-industria en investigación y desarrollo y derechos de propiedad.

Los mismos que tienen una calificación ponderada de 1.35 sobre cuatro y su equivalente WEF 2.36 sobre siete. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad muy importante y de debilidad menos importante.

- *Sección 10: Gestión Gerencial*

Los factores de éxito tomados en cuenta para determinar el grado de competencia de la gestión gerencial ecuatoriana fueron: disposición para delegar autoridad y amplitud de cadena de valor.

Los mismos que tienen una calificación ponderada de 2.00 sobre cuatro y su equivalente WEF 3.50 sobre siete. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad menos importante y una fortaleza menos importante.

6.1.3 Relativas a las Brechas Competitivas

- *Sección 1: Mercado*

Los factores de éxito: índice del tamaño del mercado nacional, sofisticación del comprador, naturaleza de la ventaja competitiva nacional, grado de dominio del mercado nacional, prevalencia de las barreras comerciales-nacionales, intensidad de la competencia local, estado del desarrollo de clústers y la capacidad de innovación, demuestran que el mejor calificado es el factor naturaleza de la ventaja competitiva con 1.97 sobre cuatro o su equivalente WEF 3.45 sobre siete y el de menor

desempeño la intensidad de la competencia local con 1.00 o su equivalente WEF de 1.75.

El factor índice del tamaño del mercado nacional obtuvo una calificación de 1.35 sobre cuatro o su equivalente WEF 2.36 sobre siete, el factor sofisticación del comprador obtuvo 1.15 o su equivalente WEF 2.01, el grado de dominio del mercado nacional obtuvo 1.35 o su equivalente WEF 2.36, el factor prevalencia de las barreras comerciales-nacionales obtuvo 1.60 o su equivalente WEF 2.80, el factor estado del desarrollo de clústers obtuvo 1.50 o su equivalente WEF 2.63 y el factor capacidad de innovación obtuvo 1.60 o su equivalente WEF 2.80.

La calificación promedio de la sección mercado es de 1.44 o su equivalente WEF de 2.52.

CUADRO No. 172**BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 1: MERCADO**

CÓDIGO. FACTORES DE ÉXITO	CALIF. POND. /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
10.01 Índice del tamaño del mercado nacional	1,35	2,36
6.15 Sofisticación del comprador	1,15	2,01
11.04 Naturaleza de la ventaja competitiva nacional	1,97	3,45
6.02 Grado de dominio del mercado nacional	1,35	2,36
6.09 Prevalencia de las barreras comerciales-nacionales	1,60	2,80
6.01 Intensidad de la competencia local	1,00	1,75
11.03 Estado del desarrollo de clústers (expansión)	1,50	2,63
12.01 Capacidad de innovación	1,60	2,80
TOTAL	11,52	20,16
CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,44	2,52

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Sección 2: Mercadeo*

Para analizar la importancia del mercadeo se ha utilizado los siguientes factores de éxito: grado de comercialización, grado de orientación al cliente y calidad de los proveedores locales, siendo el mejor calificado calidad de proveedores con 2.30 sobre cuatro o su equivalente WEF 4.03 sobre siete y el de menor desempeño grado de orientación al cliente con 1.20 o su equivalente WEF de 2.10.

El factor de éxito grado de orientación al cliente obtuvo una calificación de 2.05 sobre cuatro o su equivalente WEF 3.59 sobre siete.

La calificación promedio de la sección mercado es de 1.85 o su equivalente WEF de 3.24.

CUADRO No. 173

BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 2: MERCADEO

CÓDIGO. FACTORES DE ÉXITO	CALIF. POND. /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
11.08 Grado de comercialización	2,05	3,59
6.14 Grado de orientación al cliente	1,20	2,10
11.02 Calidad de proveedores locales	2,30	4,03
TOTAL	5,55	9,72
CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,85	3,24

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Sección 3: Apertura Comercial*

Para analizar la importancia de la apertura comercial se han utilizado los siguientes factores de éxito: índice del tamaño del mercado extranjero, aranceles, alcance y efecto de los impuestos de materia prima, alcance y efecto de los impuestos de productos terminados, peso de las regulaciones gubernamentales, siendo el mejor calificado el índice del tamaño del mercado extranjero con 0.90 sobre cuatro o su equivalente WEF 1.58 sobre siete y el de menor desempeño el peso de las regulaciones gubernamentales con 0.30 o su equivalente WEF de 0.53.

El factor de éxito aranceles obtuvo una calificación de 0.80 sobre cuatro o su equivalente WEF 1.40, el factor alcance y efecto de los impuestos de materia prima así como el alcance y efecto de los impuestos de productos terminados obtuvieron una calificación de 0.40 o su equivalente WEF 0.70.

La calificación promedio de la sección apertura comercial es de 0.56 o su equivalente WEF de 0.98

CUADRO No. 174

BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 3: APERTURA COMERCIAL

CÓDIGO. FACTORES DE ÉXITO	CALIF. POND. /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
10.02 Índice del tamaño del mercado extranjero	0,90	1,58
6.10 Aranceles	0,80	1,40
6.04 Alcance y efecto de los impuestos MP	0,40	0,70
6.04 Alcance y efecto de los impuestos PT	0,40	0,70
1.09 Peso de las regulaciones gubernamentales	0,30	0,53
TOTAL	2,80	4,91
CALIFICACIÓN PROMEDIO	0,56	0,98

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Sección 4: Gobierno*

Para analizar la importancia del gobierno se ha utilizado los siguientes factores de éxito: requisitos para iniciar un negocio, transparencia en las políticas del gobierno,

eficacia de los ministerios públicos, siendo el mejor calificado la eficacia de los ministerios públicos con 1.80 sobre cuatro o su equivalente WEF 3.15 sobre siete y el de menor desempeño los requisitos para iniciar un negocio con 1.00 o su equivalente WEF de 1.75.

El factor de éxito transparencia en las políticas de gobierno obtuvo una calificación de 1.30 sobre cuatro o su equivalente WEF 2.28 sobre siete.

La calificación promedio de la sección gobierno es de 1.37 o su equivalente WEF de 2.39.

CUADRO No. 175

BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 4: GOBIERNO

CÓDIGO. FACTORES DE ÉXITO	CALIF. POND. /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
6.06 Requisitos para iniciar un negocio	1,00	1,75
1.12 Transparencia en las políticas del gobierno	1,30	2,28
1.19 Eficacia de los ministerios públicos	1,80	3,15
TOTAL	4,10	7,18
CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,37	2,39

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Sección 5: De las Instituciones*

Para analizar la importancia de las instituciones se ha utilizado los siguientes factores de éxito: confianza del público en el gobierno, protección de la propiedad intelectual y los costos de la delincuencia y la violencia en las empresas, siendo el mejor calificado la protección de la propiedad intelectual con 2.10 sobre cuatro o su equivalente WEF 3.68 sobre siete, y el de menor desempeño la confianza del público en el gobierno con 1.30 o su equivalente WEF de 2.28.

El factor de éxito costos de la delincuencia y la violencia en las empresas obtuvo una calificación de 1.40 sobre cuatro o su equivalente WEF 2.45 sobre siete.

La calificación promedio de la sección de las instituciones es de 1.60 o su equivalente WEF de 2.80.

CUADRO No. 176**BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 5: DE LAS INSTITUCIONES**

CÓDIGO. FACTORES DE ÉXITO	CALIF. POND. /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
1.04 Confianza del público en el gobierno	1,30	2,28
1.02 Protección de la propiedad intelectual	2,10	3,68
1.14 Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas	1,40	2,45
TOTAL	4,80	8,41
CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,60	2,80

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Sección 6: Infraestructura Física*

Para analizar la importancia de la infraestructura física se ha utilizado el siguiente factor de éxito: calidad general de la infraestructura que tiene una calificación sobre cuatro de 1.68 o su equivalente WEF de 2.95 sobre siete.

La calificación promedio de la sección de infraestructura física es de 1.68 o su equivalente WEF de 2.95.

CUADRO No. 177**BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 6: INFRAESTRUCTURA FÍSICA**

CÓDIGO. FACTORES DE ÉXITO	CALIF. POND. /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
2.01 Calidad general de la infraestructura	1,68	2,95
TOTAL	1,68	2,95
CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,68	2,95

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Sección 7: Mercado Financiero*

Para analizar la importancia del mercado financiero se han utilizado los siguientes factores de éxito: facilidad de acceso al crédito, financiamiento a través del mercado local de capital, disponibilidad de los servicios financieros y restricción en los flujos de capital, siendo el mejor calificado financiamiento a través de mercado local de capital con 2.70 sobre cuatro o su equivalente WEF 4.73 sobre siete y el de menor desempeño la disponibilidad de los servicios financieros con 0.90 o su equivalente WEF de 1.58 sobre siete.

El factor de éxito facilidad de acceso al crédito obtuvo una calificación de 1.20 sobre cuatro o su equivalente WEF 2.10 sobre siete, el factor restricción en los flujos de capital obtuvo una calificación de 2.20 o su equivalente WEF 3.85.

La calificación promedio de la sección mercado financiero es de 1.75 o su equivalente WEF de 3.07.

CUADRO No. 178

BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 7: MERCADO FINANCIERO

CÓDIGO. FACTORES DE ÉXITO	CALIF. POND. /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
8.04 Facilidad de acceso al crédito	1,20	2,10
8.03 Financiamiento a través del mercado local de capital	2,70	4,73
8.01 Disponibilidad de los servicios financieros	0,90	1,58
8.06 Restricción en los flujos de capital	2,20	3,85
TOTAL	7,00	12,26
CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,75	3,07

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Sección 8: Eficiencia del mercado laboral*

Para analizar la importancia de la eficiencia del mercado laboral se han utilizado los siguientes factores de éxito: las tasa de matriculación en la educación superior, la paga y productividad, flexibilidad en la determinación de los salarios, cooperación en las relaciones empleado-trabajador, disponibilidad local de formación y servicios de investigación y prácticas de contratación y despido, siendo el mejor calificado la disponibilidad de formación y servicios de investigación con 1.90 sobre cuatro o su equivalente WEF3.33 sobre siete y el factor de menor desempeño la tasa de matriculación en la educación superior con 1.00 o su equivalente WEF de 1.75.

El factor de éxito paga y productividad obtuvo una calificación de 1.60 sobre cuatro o su equivalente WEF 2.80 sobre siete, el factor flexibilidad en la determinación de los salarios obtuvo una calificación de 1.40 o su equivalente WEF 2.45, cooperación en las relaciones trabajador-empleador obtuvo 1.60 o su equivalente WEF 2.80 y el factor prácticas de contratación y despido obtuvo 1.30 o su equivalente WEF 2.28.

La calificación promedio de la sección eficiencia del mercado laboral es de 1.47 o su equivalente WEF de 2.57.

CUADRO No. 179

**BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 8: EFICIENCIA DEL MERCADO
LABORAL**

CÓDIGO. FACTORES DE ÉXITO	CALIF. POND. /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
5.02 Tasa de matriculación en la educación superior*	1,00	1,75
7.06 Paga y productividad	1,60	2,80
7.02 Flexibilidad en la determinación de los salarios	1,40	2,45
7.01 Cooperación en las relaciones empleador-trabajador	1,60	2,80
5.07 Disponibilidad local de formación y servicios de investigación	1,90	3,33
7.04 Prácticas de contratación y despido	1,30	2,28
TOTAL	8,80	15,41
CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,47	2,57

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Sección 9: Desarrollo tecnológico*

Para analizar la importancia del desarrollo tecnológico se han utilizado los siguientes factores de éxito: disponibilidad de las últimas tecnologías, nivel de la empresa en absorción de tecnología, capacidad de innovación, colaboración universidad-industria en investigación y desarrollo, derechos de propiedad, siendo el mejor calificado la colaboración universidad-industria en investigación y desarrollo con 2.00 sobre cuatro o su equivalente WEF 3.50 sobre siete y el de menor desempeño los derechos de propiedad con 0.50 o su equivalente WEF de 0.88.

El factor de éxito disponibilidad de las últimas tecnologías obtuvo una calificación de 1.10 sobre cuatro o su equivalente WEF 1.93, el nivel de la empresa en absorción de tecnología obtuvo 1.60 o su equivalente WEF 2.80, la capacidad de innovación obtuvo 1.55 o su equivalente WEF 2.71.

La calificación promedio de la sección desarrollo tecnológico es de 1.35 o su equivalente WEF de 2.36.

CUADRO No. 180**BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 9: DESARROLLO TECNOLÓGICO**

CÓDIGO. FACTORES DE ÉXITO	CALIF. POND. /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
9.01 Disponibilidad de las últimas tecnologías	1,10	1,93
9.02 Nivel de la empresa en absorción de tecnología	1,60	2,80
12.01 Capacidad de innovación	1,55	2,71
12.04 Colaboración Universidad-Industria en I&D	2,00	3,50
1.01 Derechos de propiedad	0,50	0,88
TOTAL	6,75	11,82
CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,35	2,36

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Sección 10: Gestión gerencial*

Para analizar la importancia de la gestión gerencial se han utilizado los siguientes factores de éxito: disposición para delegar autoridad y amplitud de la cadena de valor, siendo el mejor calificado la amplitud de la cadena de valor con 2.40 sobre cuatro o su equivalente WEF 4.20 sobre siete, y el de menor desempeño la disposición para delegar autoridad con 1.60 o su equivalente WEF de 2.80.

La calificación promedio de la sección gestión gerencial es de 2.00 o su equivalente WEF de 3.50.

CUADRO No. 181**BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 10: GESTIÓN GERENCIAL**

CÓDIGO. FACTORES DE ÉXITO	CALIF. POND. /4	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
11.09 Disposición para delegar autoridad	1,60	2,80
11.05 Amplitud de la cadena de valor	2,40	4,20
TOTAL	4,00	7,00
CALIFICACIÓN PROMEDIO	2,00	3,50

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

6.1.4 Relativas a los pilares WEF

- *Primer Pilar: Instituciones*

Ecuador, en este primer pilar de las instituciones tiene un índice de 3 y el subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes tiene un índice de 2.18 debido a las regulaciones gubernamentales que no ayudan a fomentar la creación, desarrollo y crecimiento de las PYMEs, la falta de leyes y normas que protejan y brinden tranquilidad a los empresarios en cuanto su propiedad, otra razón fundamental por la que el primer pilar obtuvo esa calificación es la falta de confianza del público en el gobierno, que se puede deducir es un efecto de la falta de transparencia en las políticas gubernamentales establecidas, se menciona también los costos que las empresas deben afrontar como consecuencia de la inseguridad a la que se enfrentan, la poca eficacia de los ministerios públicos, según datos obtenidos en la encuesta,

es un motivo importante para la baja calificación obtenida por el subsector en el pilar instituciones, así como la falta de instituciones y leyes que protejan la propiedad intelectual.

CUADRO No. 182

PRIMER PILAR: INSTITUCIONES

1er Pilar: Instituciones		
CÓDIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
1,01	Derechos de propiedad	0,88
1,02	Protección de la propiedad intelectual	3,68
1,04	Confianza del público en el gobierno	2,28
1,09	Peso de las regulaciones gubernamentales	0,53
1,12	Transparencia en las políticas del gobierno	2,28
1,14	Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas	2,45
1,19	Eficacia de los ministerios públicos	3,15
TOTAL		15,25
CALIFICACIÓN PROMEDIO		2,18

Fuente: Datos Capítulo 5
Elaborado por: Estefanía Torres

- *Segundo Pilar: Infraestructura*

Ecuador, en el segundo pilar de la infraestructura tiene un índice de 3.20 y el subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes tiene un índice de 2.95 debido a que la calidad de la infraestructura en general no es la más adecuada.

CUADRO No. 183**SEGUNDO PILAR: INFRAESTRUCTURA**

2do Pilar: Infraestructura		
CÓDIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
2,01	Calidad general de la infraestructura	2,95
TOTAL		2,95
CALIFICACIÓN PROMEDIO		2,95

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Quinto Pilar: Formación y educación superior*

Ecuador, en el quinto pilar de la formación y educación superior tiene un índice de 3.60 y el subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes tiene un índice de 2.54 debido a que el personal principalmente operativo de las PYMEs del subsector no ha culminado los estudios superiores, este dato se ve reflejado en la tasa de matriculación en educación superior, también se menciona como causa de la calificación del pilar formación y educación superior a la poca disponibilidad de formación y servicios de investigación en el país.

CUADRO No. 184**QUINTO PILAR: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN SUPERIOR**

5to Pilar : Formación y educación superior		
CÓDIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
5,02	Tasa de matriculación en la educación superior*	1,75
5,07	Disponibilidad local de formación y servicios de investigación	3,33
TOTAL		5,08
CALIFICACIÓN PROMEDIO		2,54

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Sexto Pilar: Eficiencia de los bienes del mercado*

Ecuador, en el sexto pilar de eficiencia de los bienes del mercado tiene un índice de 3.40 y el subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes tiene un índice de 1.73 debido al efecto que tienen los impuestos tanto de materia prima como de productos terminados que deben ser importados para la elaboración de los productos que produce el subsector, así como también los aranceles que deben pagar las empresas, se menciona también como causa de la calificación del sexto pilar, la intensidad de la competencia local que cada vez es mayor, la gran cantidad de requisitos exigidos por varias instituciones antes de abrir un negocio, también se debe tomar en cuenta la poca cultura de atención al cliente que en general, el país no ha podido desarrollar a fin de poder competir con una ventaja competitiva muy importante que es el servicio y buen trato al cliente, se debe nombrar también al factor mejor calificado pero que aun así debe seguir siendo reforzado, la

eliminación de barreras comerciales entre empresas nacionales.

CUADRO No. 185

SEXTO PILAR: EFICIENCIA DE LOS BIENES DEL MERCADO

6to Pilar: Eficiencia de los bienes del mercado		
CÓDIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
6,01	Intensidad de la competencia local	1,75
6,02	Grado de dominio del mercado nacional	2,36
6,04	Alcance y efecto de los impuestos MP	0,70
6,04	Alcance y efecto de los impuestos PT	0,70
6,06	Requisitos para iniciar un negocio	1,75
6,09	Prevalencia de las barreras comerciales-nacionales	2,80
6,10	Aranceles	1,40
6,14	Grado de orientación al cliente	2,10
6,15	Sofisticación del comprador	2,01
TOTAL		15,57
CALIFICACIÓN PROMEDIO		1,73

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Séptimo Pilar: Eficiencia del mercado laboral*

Ecuador, en el séptimo pilar de eficiencia del mercado laboral tiene un índice de 3.20 y el subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes tiene un índice de 2.58 debido a la complejidad de los requisitos y trámites exigidos para la contratación y despido de personal, sumado a la poca flexibilidad de los directivos de las empresas en la determinación de los salarios, se debe mencionar la relación

entre empleadores y trabajadores que no es todavía, la deseada, además de la relación paga y productividad pues estas variables deben ir estrechamente ligadas y como forma de incentivo combinarlas dentro de las políticas empresariales.

CUADRO No. 186

SÉPTIMO PILAR: EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL

7mo Pilar : Eficiencia del mercado laboral		
CÓDIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
7,01	Cooperación en las relaciones empleador- trabajador	2,80
7,02	Flexibilidad en la determinación de los salarios	2,45
7,04	Prácticas de contratación y despido	2,28
7,06	Paga y productividad	2,80
TOTAL		10,33
CALIFICACIÓN PROMEDIO		2,58

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Octavo Pilar: Desarrollo del mercado financiero*

Ecuador, en el octavo pilar desarrollo del mercado financiero tiene un índice de 3.40 y el subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes tiene un índice de 3.07 debido a que en el subsector los empresarios no encuentran disponibles con agilidad a los servicios financieros, así como el acceso a créditos aún es complicado y demoroso, otra causa de la calificación obtenida en el octavo pilar es la restricción de uso de flujos de capital por

los controles estatales en los mismos, además de la complejidad y falta de financiamiento a través del mercado local de capital.

CUADRO No. 187

OCTAVO PILAR: DESARROLLO DEL MERCADO FINANCIERO

8vo Pilar: Desarrollo del mercado financiero		
CÓDIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
8,01	Disponibilidad de los servicios financieros	1,58
8,03	Financiamiento a través del mercado local de capital	4,73
8,04	Facilidad de acceso al crédito	2,10
8,06	Restricción en los flujos de capital	3,85
TOTAL		12,26
CALIFICACIÓN PROMEDIO		3,07

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Noveno Pilar: Preparación tecnológica*

Ecuador, en el noveno pilar preparación tecnológica tiene un índice de 3.00 y el subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes tiene un índice de 2.37 debido a que el subsector no tiene acceso a la utilización de tecnología de punta por el costo de la misma y tampoco se cuenta con un alto nivel de absorción de tecnología.

CUADRO No. 188**NOVENO PILAR: PREPARACIÓN TECNOLÓGICA**

9no Pilar: Preparación tecnológica		
CÓDIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
9,01	Disponibilidad de las últimas tecnologías	1,93
9,02	Nivel de la empresa en absorción de tecnología	2,80
TOTAL		4,73
CALIFICACIÓN PROMEDIO		2,37

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Décimo Pilar: Tamaño del mercado*

Ecuador, en el décimo pilar de tamaño del mercado tiene un índice de 3.80 y el subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes tiene un índice de 1.97 debido a que el tamaño del mercado extranjero al que se encuentran actualmente dirigidas las empresas pertenecientes al subsector no es óptimo, el tamaño del mercado nacional está mejor puntuado, sin embargo no es el deseado.

CUADRO No. 189**DÉCIMO PILAR: TAMAÑO DEL MERCADO**

10mo Pilar: Tamaño del mercado		
CÓDIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
10,01	Índice del tamaño del mercado nacional	2,36
10,02	Índice del tamaño del mercado extranjero	1,58
TOTAL		3,94
CALIFICACIÓN PROMEDIO		1,97

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Décimo Primer Pilar: Sofisticación de la empresa*

Ecuador, en el décimo primer pilar de sofisticación de la empresa tiene un índice de 3.30 y el subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes tiene un índice de 3.45 debido a que la región no se ha podido organizar y formar grupos asociados que unan fortalezas para poder ser más competitivos en el mercado extranjero, dentro de las PYMEs del subsector aún se encuentran directivos rehaceos a delegar funciones y a confiar en su personal, para ello es necesario un correcto empoderamiento al recurso humano, las empresas encuestadas no han podido general una fortaleza clara y distintiva que les permita gozar de una ventaja competitiva a nivel nacional, otro motivo para obtener la calificación antes mencionada es la falta de investigaciones de mercado periódicas, controles a los planes de mercadeo establecidos y acciones encaminadas a comercializar eficazmente los productos ofertados, se menciona como el factor mejor puntuado a

la calidad de los proveedores nacionales que podría mejorar especialmente con el cumplimiento de los tiempos de entrega y plazos pactados.

CUADRO No. 190

DÉCIMO PRIMER PILAR: SOFISTICACIÓN DE LA EMPRESA

11vo Pilar: Sofisticación de la empresa		
CÓDIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
11,02	Calidad de proveedores locales	4,03
11,03	Estado del desarrollo de clústers (expansión)	2,63
11,04	Naturaleza de la ventaja competitiva nacional	3,45
11,05	Amplitud de la cadena de valor	4,20
11,08	Grado de comercialización	3,59
11,09	Disposición para delegar autoridad	2,80
TOTAL		20,70
CALIFICACIÓN PROMEDIO		3,45

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

- *Décimo Segundo Pilar: Innovación*

Ecuador, en el décimo segundo pilar de innovación tiene un índice de 2.40 y el subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes tiene un índice de 3.00 debido a que las empresas y sus miembros no tienen una cultura organizacional que fomente la innovación constante y que las universidades colaboran muy poco dentro del desarrollo de nuevas prácticas empresariales con programas que

fomenten la investigación y el desarrollo de nuevas y mejores tecnologías en el subsector.

CUADRO No. 191

DÉCIMO SEGUNDO PILAR: INNOVACIÓN

12vo Pilar: Innovación		
CÓDIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE ÍNDICE WEF
12,01	Capacidad de innovación	2,80
12,01	Capacidad de innovación	2,71
12,04	Colaboración Universidad-Industria en I&D	3,50
TOTAL		9,01
CALIFICACIÓN PROMEDIO		3,00

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

6.1.5 De la aproximación al índice de competitividad del subsector

CIU C24: Fabricación de Metales Comunes

Los factores de requerimientos básicos a nivel nacional obtuvieron una calificación en el índice WEF de 4.10 mientras que el subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes obtuvo un 2.56, se tiene una brecha de 1.54 puntos.

Los factores promotores de eficiencia en el Ecuador tienen una calificación de 3.40 en el índice WEF, sin embargo el subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes tiene una calificación de 2.38, una diferencia de 1.02 del obtenido a nivel nacional.

En cuanto a los factores de innovación y sofisticación, la calificación obtenida a nivel nacional es de 2.90 y la del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes es de 3.23 superior en 0.33 que la nacional.

En el cuadro presentado a continuación se puede observar la brecha existente entre la calificación obtenida por cada uno de los pilares fundamentales de la competitividad a nivel nacional y los resultados obtenidos gracias a la investigación en el subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes.

CUADRO No. 192**ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL**

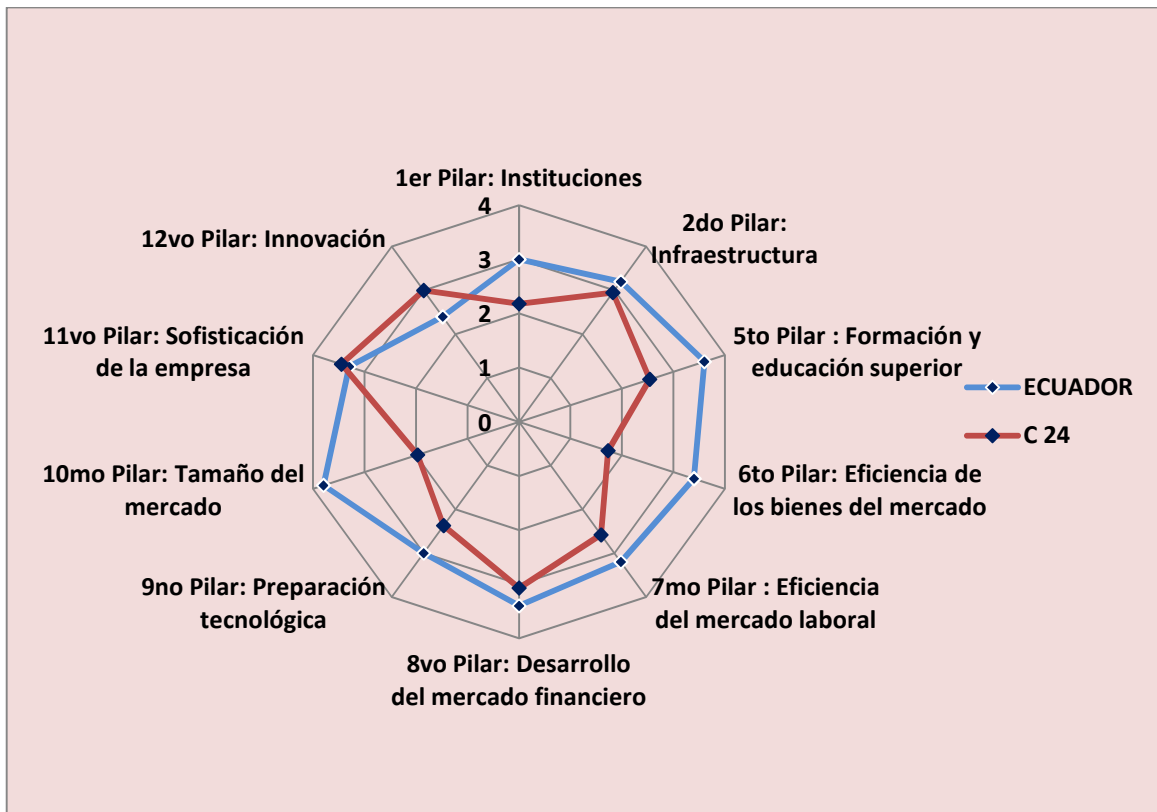
ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL	SCORE (1-7)	
	ECUADOR	C 24
REQUERIMIENTOS BÁSICOS	4,10	2,56
1er Pilar: Instituciones	3	2,18
2do Pilar: Infraestructura	3,2	2,95
3er Pilar: Entorno macroeconómico	4,8	*
4to Pilar : Salud y educación primaria	5,6	*
PROMOTORES DE EFICIENCIA	3,40	2,38
5to Pilar : Formación y educación superior	3,6	2,54
6to Pilar: Eficiencia de los bienes del mercado	3,4	1,73
7mo Pilar : Eficiencia del mercado laboral	3,2	2,58
8vo Pilar: Desarrollo del mercado financiero	3,4	3,07
9no Pilar: Preparación tecnológica	3	2,37
10mo Pilar: Tamaño del mercado	3,8	1,97
FACTORES DE INNOVACIÓN Y SOFISTICACIÓN	2,90	3,23
11vo Pilar: Sofisticación de la empresa	3,3	3,45
12vo Pilar: Innovación	2,4	3,00

(*) No medidas en la investigación

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

En el siguiente gráfico se presentan las brechas de cada uno de los pilares de competitividad al comparar los niveles nacionales y los obtenidos dentro del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes.

GRÁFICO No. 99**APROXIMACIÓN A LA BRECHA COMPETITIVA ECUADOR-C24**

Fuente: Datos Capítulo 5

Elaborado por: Estefanía Torres

6.2 RECOMENDACIONES

Para superar las falencias detectadas con la presente investigación, descritas en los puntos anteriores, se recomienda:

6.2.1 Al Gobierno Nacional

- El Gobierno Nacional, a través de los organismos estatales encargados de propender el desarrollo de las PYMEs; debe propiciar mayores sus esfuerzos, presupuesto y planes de acción para alcanzar el mejoramiento de la productividad y competitividad del sector micro empresarial ya que es un pilar fundamental del desarrollo de la economía nacional, no solo por la prestación de bienes y servicios sino también porque contribuyen a la generación de empleo local y por ende de una mejor calidad de vida de la población.
- Clasificar a las PYMEs según su grado de madurez, para que el gobierno y a las entidades competentes puedan canalizar acciones de tanto de asesoría, financiamiento, incentivos, capacitación, etc. según el grado obtenido. El gobierno

nacional debe fomentar la creación de nuevas PYMEs a través de programas accesibles de crédito para microempresarios, además de ayudar al desarrollo de empresas existentes, mediante el financiamiento de activos fijos, capital de trabajo, exportaciones e investigación, una cultura basada en la confianza mutua gobierno-microempresarios es fundamental para desarrollar PYMEs competitivas que puedan acceder a préstamos a bajo interés, para financiar actividades que estén encaminadas a la mejora continua de las organizaciones, y que retribuyan así al gobierno, no solo con la paga puntual de sus obligaciones, sino también con el aumento de la productividad y competitividad, por ende la oferta de bienes y servicios de calidad a los consumidores, generación de empleo, que se conviertan en empresas exportadoras de productos nacionales y reconocidas a nivel internacional, empresas que a través de la investigación puedan innovar y por ende competir con calidad.

- Se necesita de manera especial impulsar y promover las exportaciones de las PYMEs a través de asesoría en comercio exterior, para que las PYMEs puedan conocer las diferentes etapas del proceso y se agilice los requisitos necesarios para exportar. Es de vital importancia el tratamiento al comercio

exterior para que se facilite las importaciones, conexas a las exportaciones. La liberación de aranceles a los insumos, materia prima y maquinaria importada deben ayudar a la elaboración o fabricación de productos de exportación.

- El portal de compras públicas debe ser un motivador para impulsar en la mejorar la productividad, entrega de productos de calidad y oferta de un buen servicio, es importante que este mecanismo de compra sea tratado con transparencia, que se difunda a nivel de las PYMEs el proceso para poder entrar en los concursos y que se promueva la participación de empresas pequeñas y medianas que sean reconocidas por su esfuerzo.
- Las PYMEs por la naturaleza de sus operaciones, no puede ser tratada de igual que una empresa grande por ello, el gobierno a través del Servicio de Rentas Internas, las debe tratar diferente en cuanto a impuesto a la renta, como incentivo y como mecanismo de equidad tributaria.

- Adecuar las instalaciones de empresas públicas garantizando la distribución física así como la distribución adecuada de la infraestructura de las entidades gubernamentales que prestan servicios a las PYMEs.
- Capacitar al personal de las instituciones estatales que trabajan directamente relacionadas con las PYMEs en servicio al cliente para que se ofrezca la ayuda oportuna, rápida y eficiente por parte de los servidores públicos que intervienen en procesos de interacción con el público.

6.2.2 A las Cámaras de Pequeña Industria

- Una de las principales funciones de las Cámaras de la Pequeña Industria, es difundir todos los proyectos, programas y actividades emprendidas por el Gobierno Nacional, en beneficio de las PYMEs, en diferentes ámbitos de su gestión, como son: mercado, tecnología, financiamiento, comercio exterior entre otros, al igual que los mecanismos mediante los cuales puedan beneficiarse. La difusión y la asesoría es fundamental para la ejecución de todo plan de acción.

- Difundir los mecanismos de financiamiento que ofrecen entidades gubernamentales, como la CFN y el Banco Nacional de Fomento, para la obtención de créditos que permitan crear pequeñas y medianas empresas o mejorar la competitividad de las existentes.
- Se deben coordinar capacitaciones con las universidades para que los microempresarios puedan emprender o mejorar sus negocios, así mismo sobre el asesoramiento que se pueda conceder en diferentes áreas importantes de la administración.
- Las Cámaras de la Pequeña Industria deben promover también acuerdos comerciales estratégicos entre PYMEs, que beneficien a dos o más partes para mejorar la productividad y por ende poder salir a competir tanto en el mercado nacional como internacional.
- Promover con las PYMEs la conformación de clusters industriales, no solo con empresas nacionales, sino también con empresas de la región para que puedan competir a nivel internacional y posicionarse en el mercado extranjero. Los conglomerados industriales son una alternativa de apoyo

mutuo para crecer como grupo, para ello los microempresarios necesitan ser asesorados en cuanto a sus ventajas y formas de asociación.

- Fomentar el establecimiento de acuerdos comerciales entre pequeños y medianos productores de diferentes bienes y servicios para que puedan agruparse y formen asociaciones para que aprovechando sus fortalezas conjuntas, puedan beneficiarse de las oportunidades del mercado nacional así como internacional.
- Fomentar la investigación dentro de las PYMEs a través de la organización de ferias y eventos que incentiven tanto al personal como a directivos a investigar en temas relacionados a la actividad económica a la que pertenecen.

6.2.3 A las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito

- Las PYMEs deben mantenerse informadas sobre las ventajas que ofrece actualmente el gobierno así como entidades privadas, sobre temas de financiamiento, capacitación,

asesoría y oportunidades de comercio exterior, para que puedan hacer uso de todos los beneficios que se encuentran a su disposición y que en ocasiones no son muy conocidos.

- Capacitar al personal para que puedan dirigir y guiar a la organización, investigar constantemente sobre temas relacionados con su actividad económica en la que se desenvuelven (adelantos a nivel internacional, nuevas técnicas y mecanismos utilizados en la elaboración o fabricación de sus productos), pues solo con la investigación podrán llegar a mejorar lo ya establecido o proponer nuevas alternativas y ser los pioneros en el mercado.
- Elaborar convenios, acuerdos y alianzas estratégicas entre PYMEs para unir fuerzas y que permitan lograr abarcar un mayor segmento de mercado, por ejemplo compra de materia prima entre empresas dedicadas a la misma actividad económica para que puedan obtener descuentos en compras mayores y así disminuir gastos de operación. También es conveniente asociarse con empresas que presten diferentes servicios complementarios o que elaboren productos colaterales, para en el primer caso ahorrar costos y en el segundo realizar ventas conjuntas a precios convenientes.

- Motivar al personal a través de incentivos para promover el compromiso con la empresa, la productividad y la calidad, ya que se sienten retribuidos y reconocidos, serán solidarios con las finalidades de la institución.
- Capacitar al personal constantemente para mejorar su desempeño en el puesto de trabajo; el promover al trabajador a puestos de mayor rango, buscar pasantías y si hay disponibilidad de recursos aportar en la formación profesional. No siempre el incentivo económico es el más importante, sino también la estabilidad, la posibilidad de seguir creciendo en la organización, la oportunidad de capacitarse y el buen trato son factores que inciden directamente en la baja rotación de las organizaciones.
- Invertir en investigación y desarrollo, motivar al personal a investigar temas relacionados a la actividad económica de la empresa, reconocer y valorar las ideas generadas por los trabajadores. Fomentar la creatividad e innovación dentro de la empresa mediante la organización de talleres que desarrollen el pensamiento creativo y la iniciativa de investigación de los trabajadores.

- Organizar dentro de la organización talleres de gestión del cambio para erradicar paradigmas y viejas culturas organizacionales obsoletas e incentivar al personal a trabajar bajo una nueva perspectiva de mejora continua.

6.2.4 A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador

- Crear un centro de asesoramiento a empresarios PYMEs, para prestar asesoría y adiestramiento al personal de las empresas y a los alumnos la oportunidad de poner en práctica sus conocimientos en los diferentes campos de la gestión, beneficiándose así, tanto los alumnos como a las empresas y la comunidad.

Dentro del centro de asesoramiento a empresarios de PYMEs se puede también crear grupos especializados de alumnos que conozcan de determinados temas y que puedan colaborar con sus conocimientos a la implementación de cambios y mejoras dentro de las PYMEs.

- Ofrecer cursos y seminarios para personas interesadas referentes a: sistemas de información gerencial, un tema muy poco conocido por empresarios.
- Contar con un inventario de PYMEs con las cuales se creen convenios de pasantías para que los alumnos puedan colaborar laboralmente dentro de las mismas antes de la obtención de su título.
- La facultad de Ciencias Administrativas y Contables debe exigir que todo plan de negocios que pretenda la mejora de la competitividad de una PYME sea puesto en marcha en la realidad y que cumpla su objetivo.
- Planificar y ejecutar programas continuos de capacitación para microempresarios, principalmente en áreas de administración, mediante la organización de talleres dirigidos, en los cuales se brinden los conocimientos básicos de la gestión empresarial.

- El trabajo conjunto con universidades es necesario para complementar el apoyo a las PYMEs de los estudiantes y estos a su vez solidificar sus conocimientos a través de la puesta en práctica de la teoría aplicada en la práctica empresarial de una organización.

- Organizar ferias, talleres, seminarios que tengan como objetivo fundamental fomentar la cultura de investigación en los estudiantes, así como también el desarrollo de la creatividad.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

1. AMPRES y Otros (1997). "*Libro blanco de la microempresa*". Editorial FOMMI. San Salvador, El Salvador, noviembre 1997.
2. ANSOFF IGOR (1997). "*La dirección estratégica en la práctica empresarial*". Addison-Wesley Iberoamericana. USA.
3. ANSOFF, H. I. (1985) "*La dirección y su actitud ante el entorno*". Ediciones Deusto.
4. B. KOSACOFF, "*El desafío de la Competitividad*", Buenos Aires, CEPAL/Alianza.
5. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR DIRECCION GENERAL DE ESTUDIOS – CONSEJO NACIONAL DE COMPETITIVIDAD, Junio (2002) "*Boletín de competitividad*" No. 1
6. BIANCHI PATRICIO (1996). "*Nuevo enfoque en el diseño de políticas para las PYMEs. Aprendiendo de la experiencia europea*". Cepal. Documento de trabajo No 72.
7. BID (1995) "*Estrategia de Desarrollo Empresarial en Uruguay*", Washington D.C.
8. BRIONES CARLOS (1998) "*Microempresa y transformación productiva*" FLACSO. San Salvador, El Salvador.
9. BUENO CAMPOS EDUARDO (1996). "*Dirección Estratégica de la Empresa*". Ediciones Pirámide. S.A. Madrid. España.
10. CASTILLO A. GIOVANNI Y BONILLA H. EDUARDO (2000). "*Características, problemática e importancia de la microempresa y la pequeña en el sector informal de la economía*". Oficina Internacional del Trabajo (OIT), PRONAMYPE, PROMICRO. San José, Costa Rica.
11. CASTILLO ARTAVIA, GEOVANNY Y CHÁVEZ GÓMEZ, LUIS FERNANDO (2001). *PYMES: "Una oportunidad de desarrollo para Costa Rica"*. FUNDES. Costa Rica.
12. CASTRO MONGE LIGIA MARIA Y EVANGELINA GAVARRETE MAGLIONE (1999), "*Análisis de competitividad: Argentina, Brasil, Chile*". INCAE.
13. COLCYT, SELA CARACAS, VENEZUELA, Comisión Latinoamericana de Ciencia y Tecnología del SELA.
14. DÁVALOS MARINO Y ESPINEL XIMENA (1998). "*Documento marco sobre las micro, pequeñas y medianas empresas*" Fundación Ecuador. Quito, Ecuador.
15. DELGOBBO, A. Y KANTIS, H., (1991) "*Competitividad e internacionalización de las PYMES metalmeccánicas*". Estudios de caso en la provincia de Santa Fe, Programa CFI-CEPAL. Documento de Trabajo N° 27 (LC/BUE/R.164).
16. DELOITTE & TOUCHE, (2009) *Ecuador Competitivo*.

17. EDUARDO DORYAN, FRANCISCO DE PAULA GUTIÉRREZ Y GRETTEL LÓPEZ - INCAE, Abril 1999 *“Análisis del Reporte Global de la Competitividad para Centroamérica”*.
18. FEA UGO (1995). *“Competitividad es calidad total”*. Editorial Alfa omega, México.
19. FEDEPRICAP (1996). *“Ponencia sobre competitividad de las PYMEs de Centroamérica”*. La Federación de Entidades Privadas de América Central y Panamá (FEDEPRICAP) presentó la ponencia en Sao Paulo, Brasil 1996 en el marco de un Seminario Taller sobre PYMES.
20. FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, (1996) *“Innovación, tecnología y alianzas estratégicas. Factores claves de la competencia”*, Madrid, Civitas.
21. FERRÁN ARANAZ MAGDALENA (2001). *“SPSS para Windows: Análisis Estadístico”*. Mc Graw Hill Osborne. México.
22. GATTO, F. Y YOGUEL, G., (1993) *“Las PYMES frente a la apertura externa y el MERCOSUR: Un desafío de capacidad empresarial y de apropiada respuesta pública”*, Andina, Buenos Aires.
23. HINKELAMMER, FRANZ (1999). *“El huracán de la globalización”*. Editorial DEI. San José. Costa Rica.
24. IANNI. OCTAVIO (1996). *“Teorías de la Globalización”*. Editorial Siglo XXI, México.
25. IMAI, M.KAIZEN, (1989) *“La clave de la ventaja competitiva japonesa”*, Ediciones, Mexico, Cecsá.
26. KATZ, J. (1983) *“Estrategias y ventajas comparativas dinámicas”*, Cuaderno 1, Fund. Blanco, Buenos Aires.
27. KATZ, J. y otros (1986) *“Desarrollo y crisis de la capacidad tecnológica latinoamericana”*, Buenos Aires BID/CEPAL/CIID/PNUD.
28. LANUSSE, J. A. (1993) *“Diagnóstico de la Pequeña y Mediana Industria en el Ecuador, Quito, Ecuador”*. INSOTEC.
29. LEAL GASTÓN y otros (1990) *“Diagnostico de la micro y pequeña empresa en Costa Rica”* IDESPO, Universidad Nacional. Heredia. Costa Rica.
30. MERCADO RAMÍREZ (1998). *“PRODUCTIVIDAD BASE DE LA COMPETITIVIDAD”*. Limusa. México.
31. MINTZBERG, H. (1988) *“El proceso estratégico, conceptos, contextos y caos”*. Prentice Hall.
32. MOORI-KOENIG, V. Y YOGUEL, G. (1992), *Balance de competitividad de las PYMES y su impacto regional en el nuevo escenario de apertura de la economía e integración subregional. Programa CFI-CEPAL, (LC/BUE/R.175) PRIDRE, Documento de Trabajo N° 31.*
33. NASH MICHAEL (1983) *Cómo incrementar la productividad del recurso humano*. Editorial Norma. Bogotá. Colombia.
34. OBSERVATORIO PYME, UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR, *“Informe Macro Social y Económico II Trimestre del 2010”*, Superintendencia de Bancos y Seguros
35. PALLARES VILLEGAS, Z. (1996) *“La Mediana y Pequeña Industria frente al Mundo”*, ACOPI, Bogotá, Colombia.
36. PÉREZ, CESAR (2001) *Técnicas estadísticas con SPSS*. Prentice Hall. Madrid, España.
37. PINEDA SERNA, LEONARDO. *“Pequeña y mediana empresa retos y oportunidades frene a la globalización de la tecnología”*, documento para la ONUDI, vol.1, No. 1, septiembre de 1997.ç

38. PORTER MICHAEL (1996). *“Estrategias competitivas”*. Técnicas para el análisis de los Sectores Industriales y de la Competitividad. Ed. CECSA. México.
39. PORTER, M.E. (1985) *“Ventaja competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior”*, México, Cecsca.
40. RESTREPO PUERTA, FERNANDO. (2001) *“Gestión estratégica y competitividad microeconómica”*, documento para el MBA, Universidad Externado de Colombia, Facultad de Administración de Empresas.
41. RODRÍGUEZ LEONARDO (1985), *“Planificación y organización y dirección de la empresa”*. Ed. Scott, Foresman and Company. Glenview, USA.
42. RUIZ DURÁN, CLEMENTE. (1995) *“La crisis del capitalismo global George Soros”*, en Crecimiento e innovación en las micro y pequeñas empresas en comercio exterior, Mexico.
43. RUIZ DURÁN, CLEMENTE. (1982) *“Porter Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia”*, Mexico, Cecsca.
44. SENGE PETER (1990). *“La quinta disciplina”*, Editorial McGraw Hill. México.
45. THOMPSON ARTHUR – Strickland III A.J. (1994) *“Dirección y administración estratégicas: Conceptos, Casos y Lecturas”* Ed. Mc Graw Hill. México, 1994.
46. TOFFLER ALVIN (1993) *“La tercera ola”* Editorial Plaza y Janés. Barcelona.
47. VILLARÁN, FERNANDO (1997). *“Visión estratégica para el desarrollo y la promoción de la pequeña empresa”*. Informe Ejecutivo.
48. YOGUEL GABRIEL Y BOSCHERINI FABIO (1996) *“La capacidad innovativa y el fortalecimiento de la competitividad de las firmas: El caso de las PYMEs exportadoras argentinas”*. Cepal, Documento de trabajo No 71. Tomado de www.cepal.org
49. RODRÍGUEZ J. *Administración De Pequeñas Y Medianas Empresas*. México: Económico Administrativo. Quinta Edición.
50. RODRÍGUEZ J. *Cómo aplicar La Planeación Estratégica a la Pequeña y Mediana Empresa*. México: Thomson. Quinta Edición.

Internet:

51. ORGANIZACIÓN LATINOAMERICANA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA [<http://www.ipyme.org>]
52. OBSERVATORIO DE LAS PYMEs ESPAÑA [<http://www.ipyme.org/es-ES/publicaciones/Paginas/publicaciones.aspx>]
53. OBSERVATORIO DE LAS PYMEs MÉXICO [<http://www.observatoriopyme.org/encuestas-y-estudios/cifras-de-pymes/>]
54. UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR. [http://www.uasb.edu.ec/contenido_centro_programa_cont.php?cd_centro=15&cd_link=3042&cd_op1=3041&cd_op=2613]
55. OBSERVATORIO DE REDES EMPRESARIALES DE BARRABES AMERICA - INNOVACIÓN, TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, INTERNACIONALIZACIÓN Y NUEVOS EMPRENDIMIENTOS. [<http://observatorioredesempresariales.wordpress.com/2011/02/15/pymes-generan-88-de-empleos-en-america-latina/>]

ANEXOS

ANEXO No. 1

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.

Puesto / 139

1er Pilar: Instituciones

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 No. 2

**PRODUCTO INTERNO BRUTO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONOMICA
(MILES DE DÓLARES)**

Ramas de actividad \ Años CIU 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
Servicios 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 No. 3

BASE DE PYMEs DEL SECTOR C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES

CIU C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES		
	RUC	RAZON SOCIAL
1	1790609936001	SOCIEDAD ANONIMA METALMECANICA SAM
2	1791411919001	FABSTEEL S.A.
3	1791403703001	OSPINING S.A.
4	1790497445001	METALICAS NACIONAL METANAL C LTDA
5	1791072979001	ALFAMETAL C.A.
6	1790090302001	METALTRONIC S.A.
7	1791881222001	METALQUALITY ECUADOR S.A
8	1792095883001	FORJAHIERRO S.A.
9	1791947959001	METALOOP CIA. LTDA.
10	1792061393001	SIEMENS SOCIEDAD ANONIMA
11	No Consta	FERROTEC S.A.
12	1791144619001	AUTOPARTES ANDINAS AUTODIN S.A. E.M.A.
13	1792069939001	DIACROM SOCIEDAD ANONIMA INDUSTRIAL Y COMERCIAL
14	No Consta	DIACROMECA S.A.
15	1792180678110	STEELINC INNOVACION EN ACERO CIA. LTDA.
16	1792112273001	OXIDALUMIN IN VIDRIO CIA. LTDA.
17	No Consta	BIGPROJECTS INGENIERIA CONSTRUCCION Y SERVICIOS CIA. LTDA.
18	1792212146001	HARSCO METALS ECUADOR, S.A.
19	No Consta	CONSMETA CIA. LTDA.
20	1791715241001	FUNDICIONES FIGUEROA VALDIVIESO CIA. LTDA.
21	1792008336001	FUNDICIONES ROSALES YELA CIA. LTDA.
22	0991396209001	CONSORCIO GRATOL S.A.
23	No Consta	ACERMETAL CIA. LTDA.
24	1792189578001	ACEROS INDUSTRIALES DEL PACIFICO ACERINPAC S.A.
25	1791714997001	FUNDIPARTES S.A.
26	1792115442001	FERROMETALES ZALDUMBIDE S.A.

ANEXO No. 4

BASE DE PYMEs ENCUESTADAS DEL SECTOR C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES

CIU C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES			
	RUC	RAZON SOCIAL	CIU
1	1792115442001	FERROMETALES ZALDUMBIDE	C2410.0.00
2	1790090302001	METALTRONIC	C2410.0.00
3	1792095883001	FORJAHIERRO	C2410.0.00
4	1791714997001	FUNDIPARTES	C2410.0.00
5	1792180678110	STEELINC INNOVACION EN ACERO	C2410.0.00
6	1791144619001	AUTOPARTES ANDINAS AUTODIN	C2430.1.00
7	1791715241001	FUNDICIONES FIGUEROA VALDIVIESO	C2430.1.00
8	1791947959001	METALLOOP	C2410.0.00
9	1791881222001	METALQUALITY	C2430.1.00
10	1790497445001	METALICAS NACIONAL	C2410.0.00
11	1791072979001	ALFAMETAL C.A.	C2430.1.00
12	1792112273001	OXIDALUMIN IN VIDRIO	C2420.0.00
13	1790609936001	SOCIEDAD ANÓNIMA METALMECANICA	C2430.1.00
14	1791403703001	OSPINING S.A	C2430.1.00
15	0991396209001	CONSORCIO GRATOL	C2410.0.00

ANEXO No. 5

**ENCUESTA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “ANÁLISIS DE LAS
BRECHAS COMPETITIVAS EN LAS PYMES DE LA INDUSTRIA
MANUFACTURERA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”**



**ENCUESTA SOBRE “MEDICION Y ANALISIS 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 está 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 mostrarán 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!

ANEXO No. 6**COMPONENTES DEL SUBSECTOR C24: FABRICACIÓN DE METALES COMÚNES**

Esta división incluye las actividades de fundido y/o refinado de metales ferrosos y no ferrosos de minerales, lingotes o desechos usando electrometalurgia y otros procesos técnicos metalúrgicos.

Esta división incluye también la fabricación de aleación de metal y súper aleación por introducción de otro elemento químico a metal puro. El resultado de la fundición y refinamiento, usualmente en forma de lingote, es usado en operaciones de laminado, estirado y extrusado para hacer productos tales como planchas, hojas, tiras, barras, varillas o alambre en forma líquida para hacer piezas fundidas y otros productos metálicos básicos.

241 Industrias básicas de hierro y acero**2410.0 Industrias básicas de hierro y acero**

Esta clase incluye actividades tales como:

- Reducción directa de mineral de hierro
- Producción de hierro en lingotes en forma líquida o sólida
- Conversión de lingotes de hierro en acero
- Elaboración de ferro aleaciones y elaboración de productos de acero, el hierro y acero producido es transportado en formas básicas como: placas, hojas, tiras, lingotes, varas o alambre

Esta clase también incluye:

- Operación de estufas
- Conversores de acero
- Talleres de laminado tubular y acabado
- Producción de hierro en lingotes y hierro especcular en lingotes
- Bloques u otras formas primarias
- Producción de ferro aleaciones
- Producción de productos ferrosos por reducción directa de hierro
- Otros productos de hierro esponjoso
- Hierro de excepcional pureza por electrolisis u otros procesos químicos
- Producción de hierro en granos y en polvo
- Producción de acero en lingotes u otras formas primarias
- Producción de productos semi-terminados de acero
- Fabricación de productos de acero laminado en caliente, frío o plano
- Fabricación de lingotes y varas de acero laminados en caliente
- Fabricación de secciones abiertas laminadas en caliente de acero
- Fabricación de acero en lingotes y secciones sólidas, de acero por trefilado, molido o doblado en frío
- Fabricación de secciones abiertas por formado en frío sobre un laminado o plegado en una prensa de productos laminados de acero
- Fabricación de alambre de acero por trefilado en frío o estirado
- Fabricación de viruta de hojas de acero y soldado de secciones abiertas de acero
- Fabricación de rieles de ferrocarril (rieles no ensamblados) de acero
- Fabricación de tubos de acero sin costura, por laminado en caliente, extrusión en caliente o estirado en caliente o en frío o laminado en frío
- Fabricación de tubos soldado de acero, por formado en frío o en caliente y soldaduras entregadas como soldado o procesos más adicionales por estirado o laminado en frío
- Fabricación por formado en caliente, soldadura o rebaje
- Fabricación de accesorios de tubos como pestañas planas y pestañas con cuello forjado, accesorios de soldadura, roscas y casquillos para soldaduras

Esta clase excluye:

- Fabricación de tubos, caños y perfiles huecos y de accesorios de tubos o caños de hierro fundido
- Fabricación de tubos y caños de acero sin costura por fundición centrífuga
- Fabricación de tubos o caños de acero fundido

242 Fabricación de productos primarios de metales preciosos y metales no ferrosos

2420.0 Fabricación de productos primarios de metales preciosos y metales no ferrosos

Esta clase incluye:

- Producción de metales preciosos en formas primarias
- Producción y refinación de metales preciosos sin labrar y labrados: oro, plata, platino, etc. de minerales y chatarra
- Producción de aleaciones de metales preciosos
- Producción de semi productos de metales preciosos
- Producción de metales comunes enchapados de plata
- Producción de metales comunes y plata enchapados de oro
- Producción de oro, plata y metales comunes enchapados de platino y metales del grupo del platino
- Producción de aluminio de alúmina
- Producción de plomo, cinc y estaño de minerales
- Producción de plomo, cinc y estaño de la refinación electrolítica del desperdicio y chatarra del plomo, cinc y estaño
- Producción de aleaciones de aluminio
- Producción de alambre de fusibles o tiras de fusibles
- Semi fabricación de cobre
- Producción de cromo, manganeso, níquel, etc. de minerales u óxidos
- Producción de cromo, manganeso, níquel, etc. de la refinación electrolítica y aluminotermia de los desperdicios y chatarra de cromo, manganeso, níquel, etc.
- Producción de aleaciones de cromo, manganeso, níquel, etc.
- Semi elaboración de cromo, manganeso, níquel, etc.
- Producción de matas de níquel

- Producción de uranio metal de peblenda u otros minerales
- Fundición y refinamiento de uranio.

Esta clase también incluye:

- Fabricación de alambre de estos metales por trefilado
- Producción de óxido de aluminio (alúmina)
- Producción de papel envoltorio de aluminio
- Fabricación de láminas de papel aluminio (estaño) hecho de papel aluminio (estaño) como componente primario
- Fabricación de láminas de papel de metales preciosos

Esta clase excluye:

- Fundición de metales no ferrosos
- Fabricación de joyas de metales preciosos

243 Fundición de metales

Este grupo incluye la producción de productos semi terminados por proceso de fundición.

Este grupo excluye la producción de productos fundidos terminados tales como: calderas y radiadores, y artículos domésticos fundidos.

2430.0 Fundición de hierro y acero y de metales no ferrosos

Esta clase incluye actividades de fundiciones de hierro y acero.

Esta clase incluye:

- Fundición de productos de hierro semi terminados
- Fundición de hierro gris/colado
- Fundición de hierro grafito esferoidal
- Fundición de hierro fundido maleable

- Fundición de productos de acero semi terminados
- Fundición de acero
- Fabricación de tubos, caños y perfiles huecos y artículos para tubos y caños de hierro
- Fabricación de tubos y caños de acero sin costura por fundición centrífuga
- Fabricación de accesorios para tubos y caños de acero fundido

Esta clase también incluye:

- Fundición de productos semi terminados de aluminio, magnesio, titanio, cinc, etc.
- Fundición de metales ligeros
- Fundición de metales pesados
- Fundición de metales preciosos
- Fundición de metales no ferrosos.